

Gyermekek, etika, média

Történt egyszer, hogy három nem látó ember megpróbálta egymásnak elmondani, hogyan is néz ki egy elefánt. Az első megfogta az ormányát, és azt mondta: "ez az állat puha és hosszú". A második megragadta a lábát és így szól: "nem, ez az állat vaskos, nehéz és erős". A harmadik ember megtapogatta a farkát és közölte: "nem, mindketten tévedtek, ez az állat kicsi, vékony és szőrös".- ezzel a tanmeszeszerű történettel kezdi tanulmányát Helena Thorfinn, a svédországi Save the Children (Védjük meg a gyermekeket) nevű nemzetközi gyermekjogvédő szervezet munkatársa. Mit illusztrál ezzel? Cikkünk a szerző által felvetett téma legfontosabb kérdéseit Kopócsy Eszter fordítása alapján ismerteti.

■ Belemerülni a gyermekek világába, az ezzel összefüggő etikába és médiába, hasonlatos a három ember élményeihez. Az egyik nézőpont ellentmond a másoknak, az egyik igazság megdönti a másikat. A leírás és a megoldás az egyik pillanatban még értelmesnek tűnik, de a következőben már minden a feje tetejére áll. A végére kiderül, hogy bár mindegyik igaz és lényeges volt, de még mindig csak egy kis szeglete a teljes képnek.

A szerző az 1996-2000 periódust helyezte a középpontba, elhatározva, hogy nem fektet nagy hangsúlyt a gyermekek médiabeli támogatásának védelmére és hirdetésére. A tanulmány ugyancsak nem tartalmazza a gyermekek mint a filmek, reklámok vagy televízió műsorok színészei (nem résztvevői) témát. Ehelyett az ENSZ Gyermekjogi Egyezményét használja, mely végighalad ezen a vitán, és a hangsúlyt három dologra helyezi: Védelem, Gondoskodás, Részvétel. (eredetileg a három "P", angolul - Protection, Provision and Participation - a szerk.)

Előjáróban még valamit el kell mondanunk arról, hogyan élnek meg a gyermekek találkozásaikat a médiával.

Azoknak, akik gyermekekkel dolgoznak, az az általános érzésük, hogy a gyermekeknek nem tetszik az, ahogyan a média ábrázolja őket. Gyakran kifejezik nemtetszésüket, amiért viccet csinálnak belőlük, vagy a kárukra, vagy "édi", illetve fontoskodó, komolykodó vagy érdektelen dolgokat mondatnak vagy csináltatnak velük. Leereszkedést és utasítgatást éreznek, és összességében úgy tűnik, hogy a médiások és a gyermekek közti kapcsolatra ráférne egy kis megbeszélés.

A tanulmány szerzője szerint nagyon kevés közvéleménykutatást végeztek ennek az általános érzésnek a bizonyítására. Egy, az Egyesült Királyságban elvégzett felmérést idéz, amelyből a következők derülnek ki:

• a gyermekek

- 61 %-a mondta azt, hogy mikor saját korukbeli gyermeket látnak a hírekben, az kábítószert, erőszakot, vagy bűncselekmény kapcsán kerül oda.

- 53 %-a szeretné, ha a hírekben több figyelmet szentelnének a gyerekekre, akik "jót cselekednek, elkerülik a bajt és segítik környezetüket".

- 80 %-a érzi úgy, hogy a hírek csak "néha", "szinte egyáltalán nem" vagy "soha" nem az ő korosztályuknak vannak címezve.

- 67 %-a úgy gondolta, hogy "a média több én korombelit mutathatna meg", ahelyett hogy szakértőket vagy szülőket szólaltatnának meg a gyermekekkel kapcsolatos témákban.

Ezek a panaszok egy újabb nézőpontból láttatják a gyerekek médiával kapcsolatos problémáit, amit fejben kell tartanunk e



cikk olvasása során. Ha a gyermekeket egy kicsit jobban elismernék a társadalomban, a médiabeli szerepük is csökkenne. Ha viszont nyugtának tekintik őket, a média megtelik majd az ezt alátámasztó történetekkel.

Vagy épp fordítva? - kérdezi sokatmondóan Helena Thorfinn.

■ A MÉDIA ÉS A GYERMEKJOGI EGYEZMÉNY

A gyerekek manapság el vannak telve a média termékeivel. A média egyszerre a legjobb barátjuk (a nyugati féltekén élő átlaggyerekek több időt töltenek vele, mint szüleikkel) és a legzordabb ellenségük. A világ minden szennye megtalálható a világhálón és a videó képernyőjén, de ugyanakkor ez a tudás, fantázia és a lehetőségek világa is.

Ezt az erős és szoros kapcsolatot a gyermekek és a média között leírták egy nemzetközi jogi szövegekörnyezetben is, amely az ún. 3-as szabály, vagyis a Védelem, Gondoskodás,

Részvétel követelménye. Ez az ENSZ Gyermekjogi Egyezményének (CRC) 12. 13. 16. és 17. cikkelye.

A 12. Cikk annak biztosítását célozza, hogy a gyermek, aki ítéloképessége birtokában van, megszerezze a jogot véleményének szabad kifejezésére, minden olyan dologban, ami érdekli, vagy befolyásolja őt. Ezt a cikket nevezik "részvételi" cikknek is, és a média vonatkozásában ez azt jelenti, hogy a gyermekeknek joguk van szerepelni a média egyes fórumain, és a média felelőssége, hogy meghallgassa nézeteiket, és elfogadható szerepet biztosítson nekik a részvétellel.

A 13. Cikkely szorosan kapcsolódik a 12. Cikkelyhez, és kihangsúlyozza a gyermekek részvételi jogát a médiában. Ez magában foglalja "mindenfajta tájékoztatás és eszme határokra tekintet nélküli kérésének, megismerésének és terjesztésének szabadságát, nyilvánuljon az meg szóban, írásban, nyomtatásban, művészi vagy bármilyen más, a gyermek választásának megfelelő formában". E két cikk az alapja a gyermekek individuális státuszának az alapvető emberi jogok, a saját nézeteik, érzéseik vonatkozásában. Sok területen ösztönzik a felnőtteket, talán legfőképpen a médiában, hogy segítsék a gyermekeket jogaik gyakorlásában.

A 16. Cikk többek között leírja, hogy a média tartsa tiszteltben a gyermekek magánéletét, és taglalja az abba való önkényes vagy törvénytelen beavatkozástól való védelem jogát is. Ezt a cikkelyt úgy tarthatjuk számon, mint a név kiadásának tilalmához és a személyünk szövegben és képen való méltóságos és tiszteletteljes megjelenítésének garanciáját.

És végül a 17. bekezdés talán a legközpontibb - de egyben nyitva hagyott - kérdéssel foglalkozik, amely szabályozza a gyermekek hozzáférést a megfelelő információhoz. "A részes államok elismerték a tömegmédia feladatának fontosságát, és gondoskodnak arról, hogy a gyermek hozzájusson a különböző hazai és nemzetközi forrásokból származó tájékoztatáshoz és anyagokhoz, nevezetesen azokhoz, amelyek szociális, szellemi és erkölcsi jóléte előmozdítását, valamint fizikai és szellemi egészségét szolgálják." Ez a cikk kulcsszerepet ad a médiának a gyermekek információval történő ellátásának biztosításában az Egyezmény szerinti jogaikról és lehetőségeikről. A részes államok elősegítik a gyermek jólétére ártalmas információk és anyagok elleni védelmet szolgáló irányelvek kidolgozását is.

Mint a tanulmány szerzője rámutat, a fent említett cikkek kötıdnek más cikkekhez és az Egyezmény által szőtt háléhoz, ezért a fenti cikkelyekre - mint "média-függő" cikkekre - utal. Noha az Egyezményt formálisan az államoknak címezték, és nem a független sajtónak, a média szabadságát tökéletesen tiszteltben tartották. Thorfinn kiemeli, hogy a szabad sajtó nélkülözhetetlen funkcióval bír a személyes jogok rendszeres ellenőrzésében és védelmében.

GYERMEK ÉS MÉDIA – MIT KELL TUDNUNK RÓLA?

A média és a gyermekek témája sok asszociációt és új gondolatot ébreszt. A gyermekek egyszerre fogyasztói és termelői, szereplői és tárgyai, áldozatai és nyertesei is a médiának, akik tanulnak a múlt hibáiból és a jövő tanáraivá válnak. A gyermekek elsőként fogadták be és alkalmazták az új médiát a rádiótól a filmig és a televízióig, a videóig és az internetig.

A megértés könnyítése szándékával a dolgozat három részre osztja a témát: a gyermekek feltűnése a médiában, a gyermekek mint a média fogyasztói, és a gyermekek mint a média producerei. Ebbe beletartozik a gyermekek egyéni tapasztalata is a médiáról.

A GYERMEK FELTŰNÉSE A MÉDIÁBAN

A szerző a Nemzetközi Újságíró Szövetséget idézve kiemeli, hogy a médiában a gyermekekről alkotott kép sok mítoszt és problémát tart életben. Ezeket a következőképpen csoportosítja:

- Családok a fejlődő országokban, gyermekek, akik a szegénység, háború vagy katasztrófa áldozatai, gyakran elvesztik egyéniségüket és emberi mivoltukat. Sokszor úgy festik le őket, mint segítségre szoruló szenvedőket, akik képtelenek cselekedni, gondolkodni vagy szót emelni saját érdekükben.

- A gyermekekkel kapcsolatos média a szenzációt állítja a középontba, míg figyelmen kívül hagyja azokat a szempontokat, amelyeket a Gyermek Jogairól szóló Egyezmény megfogalmaz.

- Egyszeri történetek, kevés folytatással és elemzéssel.

- A gyermekek személyes szféráját nem mindig tartják tiszteltben.

- Amikor a gyermekek feltűnnek a médiában, általában olyan sztereotípiákkal jellemzik őket, mint "éhező gyermek Afrikában", "a csillagszemű lány", "a felelőtlen tinédzser".

GYERMEK A NYOMTATOTT SAJTÓBAN

A gyermekekről kiadott szövegek mélyreható vizsgálatán keresztül brit szociológusok (Gyermekbántalmazás és a családon belüli erőszak-kutató munkacsoport) "felfedezték", hogy az újságok szövegezése nem mindig neutrális, amikor gyermekekről van szó. Leírására létrehozták a "nemi (gender) elhanyagolás" és a "szövegbeli bántalmazás" kifejezéseket.

Először is rámutattak arra a tényre, hogy kisgyermeket gyakran "ami, vagy az"-ként említik (angol "it"), akkor is, ha ismert a gyermek neve. (a hím és nőnem eltérő kifejezése az angolban). Ez a nem megfelelő szóhasználat – a kutatók szerint, akik erre jó néhány példát is hoznak – az érzelmi azonosulás hiányára és arra utal, hogy nem veszik emberszámba a gyerekeket.

"...A kislány a vidéki kórházban született szerdán, ez már a 23 éves nő harmadik gyermeke... A gyermekvédelmi szakemberek elvették a csecsemőt az anyjától a kórházban..." vagy "... a négy hónapos kisfiú halála... a baba testét még mindig annak a gyermekülésbe beszíjzva találták meg..." (A fenti esetekben az angol nyelvi szövegben jól érezhetően tárgyként említik a gyermekeket.)

A kutatók állítják, hogy a média nyelve "finom, de nagy hatalommal rendelkező". Kiemelik, hogy a szövegek bizonyítékul szolgálhatnak a társadalmi struktúrák, folyamatok és kapcsolatok leírásához. Ezeket a jelenségeket a feministák régóta ismerik. Hasonlóan a rendőrökről, a lelkesekről és a hőemberekről stb. szóló vitához – szintén angol nyelvi sajátosság –, ahol ugyanúgy nem létezik a kifejezéseknek női megfelelője. Ezt a nemi elhanyagolást vagy csúsztatást a lány és fiú babáknál egyaránt észlelték, de gyakrabban fordul elő elhanyagolt vagy bántalmazott gyermekek esetén, mint az átlagos gyermektörté-

netekben. Hogy észre vételessék velünk ennek az igen gyakori nyelvhasználatnak a lealacsonyító és elfogult voltát, a kutatók a felnőttek esetében is az "az" kifejezés használatát ajánlják. "Az a nő ott az imént majdnem elvesztette a kutyáját", "Nézz oda! Az milyen furcsán viselkedik, felkap egy biciklit és elteker vele."

Egy másik példa a gyermekek szöveges bántalmazására az a mód, ahogyan a nyomtatott sajtó hírt ad a gyermekek szexuális bántalmazásáról, jelentősen csökkentve ezen bűntettek komolyságát. A szerző következő példájában egy fiatal lány súlyos, ismétlődő szexuális zaklatását ugyanúgy és ugyanolyan nyelvezettel találják, mint amivel a szexuális bántalmazás elkövetői a saját viselkedésüket mentegetik és legitimizálják.

"Egy férfit hétévi szabadságvesztésre ítélték a mostohalányával való viszonya miatt, ami a kislány 10 éves korában kezdődött, amikor is teherbe esett és 11 évesen szült. A Tesside – i királyi bíróság tudomása szerint a férfi első szexuális közeledésére a kislány felé egy 1995-ös tengerparti nyaraláson került sor, amikor egy fél üveg sört adott a lánynak. Kapcsolatuk odáig fejlődött, hogy hetente létesítettek szexuális kapcsolatot.

Ez év januárjában kiderült, hogy a lány 6 hónapos terhes... A férfi felesége megsejtette az igazságot, mikor egy ízben kinnézve az ablakon, megpillantotta a csókolózó párt. Amikor szembesítette őket, mindketten letagadták a kapcsolatot. Később egy szomszéd is észrevette, hogy csókolóznak egy buszmegállóban, és a rendőrség közbelépett. A szociális szolgálatot kihívták és a pár tagadtott..."

Ezt a súlyos zaklatást az újság kevésbé súlyosnak, majd-hogynem felnőttek közötti megegyezéssel kapcsolatnak állította be. A tanulmány szerint a kutatók félnek, hogy ez a bagatellizálás a gyermekekkel és a gyermekbántalmazással kapcsolatosan olyan légkört teremthet, ahol a gyermekek kevésbé értékes polgárok, mint a felnőttek.

■ A GYERMEKKOR TÖRTÉNETE

A "gyermekség" kulturális konstrukciójával a szerző szerint felnőttkori szükségleteinket, reményeinket és félelmeinket a gyermekeinkre vetítjük. Az egész a felvilágosodással kezdődött: a gyermeket törekenynek és sebezhetőnek tekintették, akit meg kell védeni, és fegyelmelni ahhoz, hogy felnőtt emberré váljon. Máskor a gyermeket vadnak és gonosznak tekintették, akit meg kell szelídíteni és javítani ahhoz, hogy ne váljon ártalmas egyénné.

A szerző által idézett másik tanulmány azt taglalja, hogy az ipari forradalom, más demográfiai változásokkal együtt olyan gyermekkort hozott létre, ami különbözik az azt megelőzőektől, leginkább a média-irányítottság és a fogyasztásorientáltság terén. A nemi sztereotípiák és a gyermekek szentimentális képének reprodukálásával például, a tömegmédia-ipar megerősíti a fennálló társadalmi rendet, továbbá ösztönzi a fogyasztási sémákat, ami a gyermekek spontán természetét használja és szimulálja.

Más szóval, a gyermekeket nem úgy mutatják be, mint amilyenek valójában, hanem amilyeneknek a felnőttek szeretnék látni őket, és ezáltal fenntartjuk a nemi sémákat és hátráltatjuk a szociális változásokat. Végére is megfosztjuk gyermekeinket a saját személyiségüktől.

Egy másik, újonnan kiadott könyv írója (David Buckingham:

A gyermekkor halála után) a gyermekkor eltűnését jóslja. A 10 és 40 év közötti embereket ma fiatalnak tekinthetjük ruhájuk, stílusuk és érdeklődésük alapján, és a gyermekek inkább tűnnek miniatűr felnőtteknek. A könyv írója szerint a média a gyermekkor elmúlásának siettetését tükrözi, mind a reklám, mind a dokumentumfilmbe gyermekábrázolásában, "ahol a gyerekek nem koruknak megfelelően néznek ki, beszélnek és viselkednek". (Buckingham, 2000. 23)

■ VALÓS ÉLET, SZEMBEN AZ ELKÉPZELTTEL

A képek körüli vita általában meglehetősen élénk a sajtóiródák és a televízió csatornák között Svédországban – hangsúlyozza Thorfinn. Ami kevesebb érdeklődésre tart számot, az a gyermekfotókról szóló vita. A gyermekekről készült fényképeket és a mozgóképeket szinte kizárólag akkor használják, ha a "kemény" történetbe kell egy emberibb nézőpont, vagy ha egy unalmas történetbe egy kis érdeklődést vonhatnak a gyerekek köré, akik valami "őrültséget" vagy "cuki" dolgot tesznek (a baba egy óriási jégkrémet eszik, míg szülei tüntetnek - ez tipikus kép).

A gyerekeket szövegben és képben is nagyon ritkán jelenítik meg, mert a felnőttek igazán saját véleményüket és nézeteiket akarják viszontlátni olyan témákban, amelyek érdeklik őket. A gyermekek ügyeinek nincs politikai fontossága, nem tükröznek politikai valóságot, ezért vagy érzélgőssé teszik a témát, vagy a média egyik holtágába kerül.

A szerző említést tesz egy olyan svédországi felmérésről, amely azt vizsgálja, hogyan és mikor jelennek meg a gyermekek a televízióban. Az eddigi eredmények azt mutatják, hogy a hírekben és dokumentumfilmekben ma kevesebb gyermek tűnik fel, mint 10 évvel ezelőtt. Ehelyett gyakoribbak a drámákban és a játékfilmekben. Egy másik kutatás szintén azt mutatja, hogy a gyermekek eltűnnek a hírekből, és e helyett inkább reklámokban fordulnak elő, sokszor minden ok nélkül csak az "aranyos és az emberi" hatás elérése érdekében.

Ahogy a dokumentumfilmes Patricia Holland írja: "a gyermekek manapság különleges helyet foglalnak el a képzelet világában. A lehangoló mosoly, a huncut vigyor, a könny, az ajakbiggyesztés és az öröm kifejezése mind feledésbe merül felnőttkorra... a gyermekkorban nagyszerű a kifejezőképesség". (Holland, 8.)

■ A SZTEREOTÍPIZÁLT GYERMEK

Tehát hogyan mutatjuk be a gyermekeket társadalmunkban? A gyermekekről használt képek felfednek-e valamit is korunkról? – teszi fel kérdéseit Thorfinn.

A kamera másik oldaláról, a fényképészről indítja okfejtését: "egy gyermekfotós szakmai kézikönyv szerint a gyermekfényképezés vagy rendezők, vagy pillanat-fotósok. Az utóbbiak megpróbálják észrevétlenül lekapni a gyermeket, és így természetes beállítást nyerni, míg az előbbieket beállítják az egész gyermeket körülvevő szituációt. Ugyanezen kézikönyv szerzője azt írja, hogy 'egy gyermekről készült fotót a mosoly mérete alapján ítélnék meg'..." Ezek a rövid idézetek elárulják, hogy mit várunk egy gyermekfotótól: mosolyt, boldogságot, rendet és fényt.

És újra a kérdések: vajon kényszerítjük-e a gyermekeinket,

különösen a lányainkat, hogy imázsként adják elő magukat? Olyan képet kell-e kialakítaniuk és reprodukálniuk magukról, amelyről tudják, hogy a felnőttek olyannak szeretnék látni őket? És baj-e ez?

Tovább bonyolítva a dolgokat: a "boldog gyermek" kép ellentéte is egyre gyakoribb a médiában. Nevezetesen a "gonosz gyerek" képe. Sokak szerint ez akkor kezdődött, amikor két, tízéves fiú megölte a kétéves James Bulgart 1993-ban. "E két fiúról szóló újságbeli híradás észrevétlenül sokkal általánosabb állításokká formálódott át a gyermekek állítólagos karakteréről – idéz szerzőnk egy szaklapot. (Child Abuse review, 311)", majd így folytatja: "Az e nézet mögött megbúvó hangok úgy gondolják, hogy a médiában egy új, gonosz gyermek alakja jelenik meg. Ez olyan sémája a megjelenítésnek, ami újraformálja és lealacsonyítja a gyermekeket, és amely hosszútávon a gyermekek elleni erőszakot igazolja és erősíti meg".

Lehetséges, hogy a média gyermekábrázolása egyre jobban sarkított? Egyfelől a gonosz és érthetetlen gyermek a hírekben és dokumentumfilmekben, másfelől a boldog, "amerikanizált" gyermek a reklámokban és a játékfilmekben.

■ A SZERZŐ EGY KORÁBBAN FELÁLLÍTOTT SZTEREOTIPIZÁLÁST IDÉZ FEL:

- A nem szerint sztereotipizált gyermek, például a kemény fiú és a virágot szedő, gyenge lány.
- A kegyetlen gyerek, vagy még inkább a tömeggyilkos gyerek egy AK47-sel egy távoli háborúban.
- A nyomorgó / vagy áldozat gyermek, a síró-éhező baba a klasszikus.
- A kegyetlen gyermek az utcán, mind a harmadik világban, mind Nyugaton.
- Az ártatlan / romantikus gyermek, ragyogó, boldog, gyönyörű.

Úgy tűnik, a Nemzetközi Újságíró Szövetségnek (IFJ) hasonló tapasztalatai vannak az áldozatokká vált gyermekek képéről, és számos cikkben rámutatnak arra, hogy a harmadik világban a gyermekábrázolás túl gyakran szegénységben, traumában vagy függőségben mutatja be őket. A gyermeksegély szervezetek az IFJ azzal vádolja, hogy a gyermekeket szerencsétlen áldozatokként mutatják be, kihasználva azokat az érzelmeket, amelyeket ez a felnőttekben kelt.

A "Save the Children Sweden" (Védjük meg a Gyermekeket-Svédország) egy olyan irányvonalat tűzött maga elé, amelynek célja, hogy a gyermeket erőteljesnek és függetlennek ábrázolja, és az UNICEF-nek is hasonló elképzelései vannak. Még azt is javasolták, hogy néhány segélyszervezet sminkelt gyermekmodelleket alkalmazzon, amikor harmadik világbeli gyermekeket mutatnak be, mivel az "igazi" gyermekek túl koszosak, éhesek és betegek. Természetesen, ha ez így van, akkor ez a próbálkozás az imázsteremtésben túl messzire ment.

A szerző kifejti, hogy a felhatalmazás ellentéte minden tekintetben a diszkrimináció. Ez a leghatékonyabb módja a gyermek lealacsonyításának és megalázásának, etnikai hátterük, fogyatékoságaik, életmódjuk vagy családi szokásaik



miatt. A jogi és kormányzati elhanyagoláson túl a média erős eszköz a diszkrimináció megerősítésére vagy elterjesztésére. Nagyon gyakran bizonyos csoportok hiánya a médiában hatékony módja a láthatatlanná tételükre. Ez különösen igaz a valamely etnikumból származó vagy fogyatékos gyermekekre, és a lányok semmibe vételére. Bizonyos gyermekek médiabeli hiányának a tudatossága ugyanolyan fontos az újságíróknak, mint más gyermekek jelenléte.

■ HOGYAN KELLENE A GYERMEKEKET ÁBRÁZOLNI?

Az egész vita legfontosabb kérdése, hogy milyen a helyes gyermekábrázolás. Mi van, ha éhesek, áldozatok, halottak vagy láthatatlanok – ezeket a borzalmas igazságokat figyelmen kívül kéne hagynunk? Miért kéne, ha ez az igazság? A történelem legszörnyűbb képei a gyermekek háborús szenvedései (például a klasszikus kép arról a vietnámi lányról, aki égő napalmmal borítva, meztelenül szalad a kamera felé), hogyan kellett volna ezeket a képeket etikusán elkészíteni? Hol van a választóvonal a korlátozás és a cenzúra között? - töpreng Thorfinn.

Aztán vázol néhány kulcsfontosságú vitát, amely a svéd „Védjük meg a Gyermekeket” szervezet gyakorlatában előfordult az utóbbi évtizedekben, és amelyek jól tükrözik ezen aggodalmakat.

1993 – Egy thaiföldi pedofil elfogatásáról és áldozatairól készült képek publikálása körüli viták. Az 1996-os a gyermekek kereskedelmi célú szexuális kizsákmányolásáról és a pornográfáról szóló stockholmi konferencia ráirányította a figyelmet erre a témára és kézikönyvet adott ki róla "En journalistisk utmaning" címen. A kérdések középpontjában az anonimitás állt, amely a pedofiloknak jár az újságokban, de áldozataiknak nem.

1996 – Folytatódtak a viták arról, hogy miért olyan ritka a független és cselekvőképes, de fogyatékkal élő gyermekek megjelenítése. Az a gyanú, hogy a tömegkommunikáció képe a fogyatékos gyermekekről mint áldozatokról, nagyban hozzájárul a folytonos diszkriminációhoz. Úgy tűnik, a tömegtájékoztatásnak nehezebbé esik a fogyatékoság mögött meglátni a személyiséget. Ez a probléma akkor merült fel, amikor a svéd szervezet publikálta a művésztagokkal kosárlabdázó fiúról készült képet.

1999 – Vita dél-szudáni gyermek katonákról készült tele-

víziós felvételek körül. A gyermekharcosok sebezhetőségük miatti védelmezésére vonatkozó különböző ajánlások (OAU) ellenére egy svéd televíziós csoport felvett és később leadott egy képsort egy fejezett cipelő kisgyermekről.

GYERMEKEK MINT A MÉDIA BEFOGADÓI

A gyermekek fenti szerepéről folytatott vita és a megbeszélés szorosan kapcsolódik a média erőszakosságának témájához. A szerző kitér a gyermekekről, médiáról és az erőszakra szóló legaktuálisabb kutatásokra, de mivel a téma erősen vitatott, nincsen általánosan elfogadott álláspont, csak jelzi, és nem foglal állást.

A gyermekekről azt tartják, hogy kiváltképpen fogékonyak a média befolyására és hatalmára. A televízió képernyőt gyakran úgy festik le, mint egy mágikus ablakot, amely a nappaliba varázsolja a világot, és történeteket mesél családokról, anyukákról és apukákról, különböző életet élő feketékről és fehérekről. A gyermekek világgal kapcsolatos tapasztalatainak hiánya és feltételezett naivitásuk, ártatlanságuk miatt úgy érezzük, hogy meg kell védenünk őket az ijesztő és bonyolult, illetve olyan történetektől, amelyek "rossz" elképzelést adnak a minket körülvevő világról. De mielőtt bármit is állítanánk a média gyermekeinkre tett hatásairól, meg kell értenünk, mi is történik egy alacsonyabb szinten, amikor a gyermeki képzelet és fantázia találkozik a médiával.

Szóval mit is tudunk arról, hogyan fogadják be a média üzeneteit a gyermekek? – kérdez megint Thorfinn. Tudjuk, hogy a média természetes része a legtöbb nyugati gyermek mindennapi életének. Az új médiával találkozó gyermekek elég gyorsan képesek befogadni és használni az ismereteket. Azt is tudjuk, hogy a gyermekek új viselkedési formákat, ötleteket, érzelmeket, gondolatokat tanulhatnak a médiából és fejlődhet a képzelőerejük is. A viselkedés-változás skálája széles, a negatív attitűdtől – erőszakosság, hanyagság, arrogánság formájában – a pozitívakig: önzetlenség, barátság és szolidaritás. A legtöbb kutató egyetért abban, hogy a médiának különböző hatásai vannak a társadalmi viselkedésre, és hogy ugyanaz a média különféle hatással lehet a hallgatóság különböző részére más és más időben. A média üzenetei keverednek az egyéni, korábbi tapasztalatokkal, érzésekkel és frusztrációkkal, és egy egyedi, megjósolhatatlan eredmény születik belőlük.

Sok elméleti irányzat van, amelyben szerepel a média gyermekekre gyakorolt hatása, különösen az erőszak körüli vita heves és aktuális.

Három közös teóriát emel ki a szerző:

- > *A hatáselmélet szerint kapcsolat van a képernyőn és az életben megjelenő erőszak között. Az egyéni erőszak folyamatait beindíthatja a médiából sugárzó erőszak.*
- > *A használat és örömtelenség teóriájának központi gondolata: a néző eldöntheti, hogy használja-e vagy sem, amivel szembekerült. Az egyénnek számtalan igénye van, és ha ezek találkoznak a mediabeliekkel vagy a média-erőszakkal, a néző a saját céljaira fogja felhasználni őket. Más szóval a néző aktív.*
- > *A műveltségi szemlélet úgy értelmez, hogy a televízióból*

vagy a filmekből áradó erőszak csak annak tükrözése, ami körülöttünk zajlik. Rejtett üzeneteket közvetít a néző felé, amelyek hosszú távon befolyásolhatják az egyént.

Szórakoztató-oktatás

> *egy stratégia a pro-szociális témákkal való munkához*

A szerző bevezeti a szórakoztató-oktatás (edutainment) kommunikációs fogalmát. A szórakoztató-oktatás a populáris kultúra és pro-szociális üzenetek összeolvadása vonzó és piaciorientált formában. A populáris média felhívására (nem az unalmas oktató médiára) alapozzák, hogy megmutassák az egyéneknek és közösségeknek, hogyan élhetnek biztonságosabban, egészségesebben vagy kerülhetnek el bizonyos hibákat.

A szórakoztató-oktatás ötlete nem kifejezetten új. Ami újdonság, az a média-üzenetek kivitelezési és kialakítási eljárása a szociális törődés területén, valamint az, hogy mindez egy szakmailag színvonalas és vonzó formában történjen, így felvéve a versenyt a többi termékkel a reklámpiacon.

A szórakoztató oktatás ötlete széles körben elterjedt, különösen Dél-Amerikában és Afrikában, de a gondolat nem mindig tartalmazta azt a stratégiai-tudományos láncszemet, amely jelölte volna a szórakoztató-oktatás jellemzőit.

Gyermekek mint a média termelői

A a gyermekek beengedése a hír- és gyártási szobákba az újságoknál és televíziós csatornáknál nem egyszerűen egy érdekes és kreatív kísérlet, hanem egyben mélyen demokratikus tett is Thorfinn szerint. De abban is van némi kockázat a gyerekekkel, ha ők a producerek. A kockázatot nevezhetjük "mintha" szindrómának. A gyermekek úgy tesznek, mintha ők lennének a producerek, és mintha részt vennének, de valójában csak színlelik és eljátsszák a részvételt. Erre lenne példa, ha gyermekek olvasnák fel a (felnőtt) híreket a tévében, minden, a produkcióba fektetett ráfordítás és hatás nélkül.

Másfajta kockázatot rejt a szerző szerint, hogy a gyermekekkel elhittetik, a részvételük változást fog jelenteni a személyiségükben is. De amikor az előadásnak / szereplővlogatásnak / kommunikációs tanfolyamoknak vége, a nagy figyelem, amit rájuk szenteltek, semmit sem fog megváltoztatni. Az élet a nyomorogásban ugyanúgy folytatódik, mintha a program / kiállítás vagy fotózás meg se történt volna.⁴

Részvétel – a mágikus láncszem

A szerző kitér arra, hogy a Harmadik Világ gyermekeiről, médiabeli bemutatásuk etikájáról, médiájáról és különféle projektjeiről írni meglehetősen könnyűnek tűnik. De a legfontosabb és legkritikusabb pont nincs eléggé meghatározva, név szerint: a részvétel. A jótékonyosság mennyire veszi rá a részvételre a gyerekeket? Ki tudja megítélni, hogy a gyerekek tényleg a saját gondolataikat mondják-e, és hogyan vehetőek rá például a szereplésre. Ezen felül, talán a legfontosabb kérdést is meg kell vizsgálnunk: Mit tehetünk, ha a részvétel eredménye morálisan, esztétikailag vagy szociálisan kellemtelen?

Lévén a szerző olyan újságíró, aki fiatal felnőttekkel dolgozik egy sokféle nemzetiségű alkotót és szereplőt bevonó televíziós műsorban, jól tudja, hogy a folyamat hosszú, részben

kimerítő, és költséges. Így ír a közös munkáról:

"A cél a műsor elindításakor az volt, hogy valami újat hozunk létre, amit azelőtt még senki sem látott. A külváros hangját akartuk hallatni, és megismerni olyan fiatalok mindennapjait, akik különböző etnikai és társadalmi háttérrel rendelkeznek.

A műsor néha ingerlő, kellemetlen, más jellegű, dokumentumszerű TV-show lett. Olyan témákkal, mint: főzés pénz nélkül; leszbikusként élni a szüleink házában; meleg fiúk keresztelik a gyereket; egy muzulmán esküvő meglátogatása, stb. A dokumentarista elemeket ötvözték helyzetkomikumokkal – hajléktalan latinok által készített politikusok videónaplója és portréja. Mind a napirend beosztása, formája, mind a fókuszpontok mások voltak, és a program dicséretet érdemel a "másik Svédország" valós bemutatásáért. Sok díjat nyert, és amikor a show befejeződött, Svédország jelentősebb napi sajtójában főcímként szerepelt a hír.

Létrehozni ezt, rávenni a fiatal embereket, hogy ilyenformán részt vegyenek, egészen más technikát igényel, mint a hagyományos programok készítése.

Röviden megpróbálok elemezni a gyártási folyamatról való benyomásomat, még akkor is, ha ilyen sémákat és módszereket még sosem írtak le. Ez inkább az odafigyelésen múlt.

▪ Első lépés: ötletroham

Először is, meghívtunk kamaszokat, illetve fiatal felnőtteket különböző emigráns közösségekből három vagy négy műhely munkára, amelyen csak beszélünk, trécseltünk, pletykáltunk, megvitattunk bizonyos kérdéseket és ötleteket cseréltünk. A fiatalok elmondták, hogy mi hiányzik a mai televízió műsorokból. Miből érezték, hogy egy műsor őket képviselte, vagy a nézeteiket tükrözte.

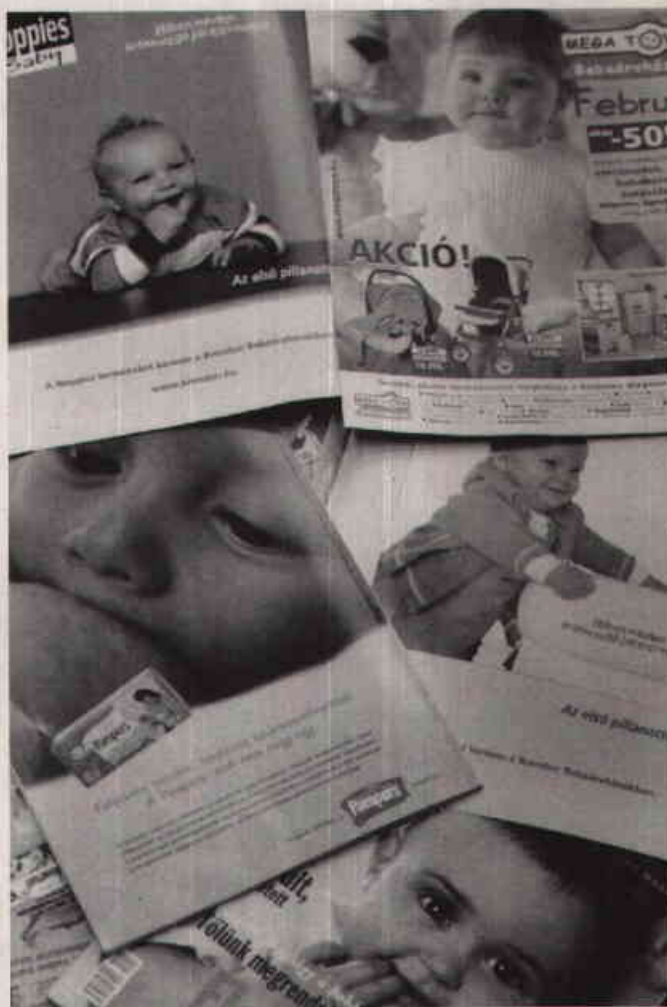
Ezen a ponton minden fiatal nézeteire kíváncsiak voltunk, nem feltétlenül csak azokra, akik kedvet éreztek magukban ahhoz, hogy részt vegyenek a programban, mint ifjú producerek.

▪ Az idősebb producerek szerepe az volt, hogy:

- > Megfelelő légkört teremtsenek ahhoz, hogy bármit ki lehessen mondani és bármilyen nézőpontot képviselni lehessen.
- > A kifejezésre kerülő dolgokat ne értékeljék, legalábbis nem azon nyomban.
- > Feljegyzéseket készítsenek és ellenőrző kérdéseket tegyenek fel. Reagáljanak az olyan kis jelzésekre, mint az undorodás, öröm; megérintettség, stb.
- > Megmutatni az embereknek, hogy a realitásuk és tapasztalataik érnek valamit.
- > Bizonyosodjanak meg arról, hogy a csendes fiúk és szegénylős lányok is hallatták a hangjukat. Olyan csoportokat kialakítani, ahol mindenki képes szabadon megnyilatkozni.

▪ Második lépés: Műsorkészítés

- > Határozzunk meg produkciós csoportokat és hívjunk meg embereket, akik részt kívánnak venni. A jó műsor készítéséhez szükség van egy dinamikus csoportkeverékre (de ez nem mindig jelent jó légkört).



> Bizonyosodjunk meg róla, hogy a fiatal riportereket körülvevő műszaki stáb tapasztalt, de nem túl domináns.

> Ne mondjuk meg: hogyan filmezzenek, hogyan készítenek interjút, de ugyanakkor adjunk pár ötletet, amely öntudatlanul is segíti őket munka közben.

▪ Harmadik lépés: Felvétel

Itt lép be először a kritikus hang. A profi csapat ekkor bírálhat, rákérdezhet dolgokra, és velük kell felvenni a történeteket vagy egyes részleteket:

- > Készüljünk fel bizonyos történetek újraszerkesztésére.
- > Készüljünk fel a szexualitásról, rasszizmusról stb. folytatott vitákra, anélkül, hogy bárkit is elhallgattatnánk vagy cenzúráznánk.
- > Legyünk felkészülve az eredmények védelmezésére más produkciók munkatársai és a kollégák ellen.

▪ Negyedik lépés: Adás

> Együtt világítsunk rá az eredményekre és gyűjtsük össze a reakciókat, amelyekből esetleg egy új műsor vagy reflexió születhet.

Ez az összeállítás nem teljes vagy hivatalos, csak vázlata egy igazi résztvevős műsor elkészítésének."

A részvételnek egy másik dimenzióját adja az olyan gála

műsor, amelyet kilenc különböző civil szervezet készít a gyermekek megsegítésére, és egész Svédországban élőben közvetítik.

A producere szerzőnk így idézi: "A lényeg a gyermekek igazi részvétele. Tényleg szükségünk van rájuk, nem csak úgy teszünk. Ebben az évben a produkció összetétele is különbözik az eddigiektől. Mi videó-naplóval dolgozunk, hogy elkerüljük a gyermekek "távolból" való filmezését. Így ők dönthetik el, hogy mi az, ami fontos, és hogyan akarják önmagukat kifejezni és bemutatni."

A svéd televízió a világ öt különböző pontjára küldött videokamerát gyermekeknek. Profik szerkesztik a videó-naplókat, de egyébként a gyermekek szabad kezet kapnak.

Mindkét fent említett példának van egy kritikus pontja, amelyre a gyermekműsor készítőknél figyelnie kell. Eszerint – a gyerekek nem mindig "korrektek politikailag", és nem mindig viselkednek a felnőtteknek tetszően. Gyakorlatiasan nézve – hogyan kezeljük a részvételüket, ha az, amit készítettek... kritikán aluli?

Szexista vagy rasszista részleteket leadunk-e úgy, mint a "fiatalság hangja"? És mi van, ha az, amit készítenek zavaró, ocsmány, egyhangú vagy zavaros?

A szerző válasza: valamilyen mértékű felnőtt felügyelet szükséges ahhoz, hogy megfelelő legyen a részvétel és a produktum.

• A metodika hiányában

Bonyolult, vagy talán lehetetlen is kivonatolni a módszertant, amelyet a civil szervezetek használnak a médiában és a gyermekekkel való munkájuk során. A módszerek valószínűleg a terület munkatársainak belső munkapapírjai között rejtőznek, vagy túl esetiek ahhoz, hogy módszertannak nevezhetnének azokat. A "gyermekek és a részvétel"-nek gazdag irodalma van, és talán sok módszer is található, amely felhasználható vagy kevés változtatással összekapcsolható a média szituációval. Szükségtelen mondani, hogy van ebben egy mágikus elem, amely elvezet az igazi részvételhez. A metodika határozott segítség, de sok tanár, szociális munkás, szerkesztő egyet fog érteni azzal, hogy valami más is kell, valami meghatározhatatlan ahhoz, hogy a dolog működjön.

A következő kivonatokkal illusztrálja a szerző fenti gondolatait: „A Mambo Leo” olyan faliújság, amit tanzániai gyermekek készítettek. Ennek lényege: hagyják a gyerekeket részt venni az egész folyamatban, és eléri, hogy felelősséget érezzenek az eredményért. "Rádöbbentünk, hogy a gyermekrészvétel projekt bevonja az egész gyermekek körüli közösséget. Ahhoz, hogy egy projektet, például egy valóságos gyermekmagazint megvalósítsunk, annak bele kell illenie a világukba"- foglalja össze a program menedzser.

Egy Buenos Aires-i projekt, amely szorosan együttműködik az oktatási kabinettel, megszervezett egy média műhelybeszélgetést kétszáznál több iskolában, 6000 fiatal megtanítva arra, hogyan készítsenek el egy újságcikket, vágjanak meg és küldjenek el egy rádió programot, forgassanak videó filmet, illetve montírozzanak televízió műsort. "... Drasztikus változás következett be a hagyományos pedagógiai modell-

hez képest egy más fajtához, amelyben az eredmény a tanulók kezdeményezésén és aktív részvételén alapul, amely lehetővé teszi a diákoknak, hogy tapasztalatot szerezzenek az újságírás és a média területén, és hogy részt vegyenek a média kritika, forráskeresés, viták, az anyagkeresés, a közvetítés előtti utolsó összefoglalás folyamatában. A műhelymunkamodell aktív részvételt és örömteli együttműködést teremt a diákok és a tanárok között."

Nepálban egy tanácsadói vállalat kipróbálta az új megközelítést, a fiatalokkal való munkát. Az ötlet az volt, hogy beindítanak egy kommunikációs spirált: amikor a kommunikáció elindul egy közösségben, a többi funkció is mozgásba lendül. A cél a fokozott identitásérzés, közösségtudat és akció létrehozása, amely képessé teszi az egyéneket és a közösséget a célok elérésére.

Az első lépés tehát a tanácsadói csoport, hogy megkezdhesék a kommunikációs tanfolyamot, a második pedig a témák elvezetése a tömegkommunikációhoz. A végén a gyerekek el tudják mondani a saját kifejezéseikkel a közösségük szükségleteit, illetve ahelyi ügyeket a videó vagy az utca-dráma eszközével.

Hasonló projektet indítottak kamaszoknak egy futball klub segítségével Kenyában, egy külső Nairobi-i nyomórnegyedben, Mathare-ban. Harminc kamasznak adtak egyszer használatos fényképezőgépet, és arra biztatták őket, hogy készítsenek fotókat a saját mindennapjaikról. Az eredmény mára egy könyv és egy kiállítás, amely a nyomórnegyed gyerekeinek és életüknek egy teljesen más oldalát mutatja be. A könyvet a világ minden táján árusították, a kiállítás bejárta Washington, New Yorkot és Oslot."

■ MÉDIAOKTATÁS

Sok esetben a média-műveltség és a média-tudatosság a túlélés előfeltétele a mai társadalomban, főleg ha valaki befolyásolni reméli - ha csak egy kicsit is - egy demokratikus társadalom rendjét. A gyerekek útja ennek eléréséhez szinte mindig a médiaoktatáson át vezet, ez az oka, amiért nagyobb részt szentel szerzőnk ennek.

A médiaoktatás [A médiaoktatás egy tág koncepció és mindegyik magába foglalja a tennivalók elvégzésétől és a hírek prioritásától az újságírásig, magazin-, rádió programok és televíziós darabok elkészítéséhez való technikai szakértelemig. A médiaoktatás gyakran pár projektből áll, ilyen lehet például a magazin kiadás vagy rádióprogram sugárzás. Az oktatás a helyes kiejtéstől a hírműsorok analíziséig terjedhet.] átfogó célokat tartalmaz. Először is, megtanítja a gyermekeknek, hogyan is működik a média azáltal, hogy megmutatja nekik, a média-üzenetek hogyan jönnek létre, terjednek és manipulálják a gondolatok közlését.

Másodszor: megtanítja, hogyan bontsák le az üzeneteket és építsék fel saját rendjüket. És végül, de nem utolsósorban, hogy megváltoztassa a média világot egyszerűen azáltal, hogy teret enged a gyermeki véleményeknek és szerepvállalásnak.

Egy pozitív körforgás a tanulmány szerzője szerint így fest: a gyermekek részvétele és oktatása a médiában az őket aggasztó szociális kérdésekben való részvételhez vezet. Ez pedig még és sz-

lelhetőbbé és fontosabbá teszi szerepüket a társadalomban, ami nagyobb médiaszerepléshez és így nagyobb befolyáshoz vezethet.

• Milyen tapasztalatokat és leckéket kaptak eddig a médiaoktatástól a gyermekek?

A szerző az UNESCO 1999-es Évkönyvében (International Clearinghouse Yearbook) a számtalan médiaszakember, tanár, újságíró és média pedagógus által tett megállapításokat így foglalja össze:

- > *A médiaoktatás a gyermekektől eredjen, mert a gyermekek gyakran jártasabbak a médiában, mint tanáraik vagy szüleik. Épp ezért az érdeklődés gyakran tőlük származik.*
- > *A médiaoktatás kritikai szemléletet jelent, ami azt jelenti, hogy a gyermekeknek saját maguknak kell előállítaniuk az anyagukat.*
- > *A médiaoktatás szükséges a részvételhez és a demokrácia biztosításához.*
- > *Meg kell felelnie a globalizációnak. A kereskedelmi médiarobbanás globális probléma. Még olyan országokban is, ahol az alapvető igények nem teljesülnek, a gyermekek céltáblái a más életvitelt reprezentáló és identitást hordozó médiaüzeneteknek.*
- > *A médiaoktatásnak mindenféle médiát át kell fognia.*

■ ETIKAI KÓDEX

A világ legtöbb országában már az 1940-es években létezett etikai kódex az újságírók és a média számára. Néhány évvel ezelőttig ezek a dokumentumok nem említették a gyermekeket, és a kiskorúakkal kapcsolatos etikai szabályokat is mellőzték. Néhány ország kifejezte igényét arra, hogy ne legyen megkülönböztetés a faj, vallás, nem, kor vagy bőrszín, illetve politikai hovatartozás szerint, de ezen túlmenően a hírszobákban a gyermekek nem tartoztak az etikai viták fenti tárgyai közé.

Az első keretszabályzat, amelyet vizsgál szerzőnk az illemkódexek kapcsán, a Gyermekek Egyezménye. Hogyan értelmezhetjük az Egyezményt alapként, amelyből majd kifejleszthetjük az etikai kódexet? Az egyik mód az, hogy a 12, 13, 16, 17-es cikkelyre utalunk, a másik pedig, hogy a cikkelyek mögötti elvonatottabb gondolatokra építünk.

Az Egyezmény a gyermekeknek három jogcsoportot garantál: Védelem, Gondoskodás, Részvétel. Ez a három pont egyenesen lefordítható a médiában használható etikai kódexé.

- **Védelem** – a képi és szövegben történő kizsákmányolás, bántalmazás és elhanyagolás, valamint a média bántó képei és az erőszakos történetei ellen.
- **Gondoskodás** – az információról (például az olyan veszélyekről, mint a betegségek és taposóaknák) és a médiáról általában.
- **Részvétel** – a médiában. Ennek szerepelnie kell a kérdéseket közvetlenül érintő kérdések között, csakúgy, mint az olyan általánosabb témákban, amelyekről a gyermekek véleményét alkotnak.

A szerző szerint az etikai kódex tartalma és létrehozása érzékeny téma. A sajtószabadság sok országban alapjog, és meglehetősen nehéz az önkorlátozó szakmai, illetve etikai szabályzatok bevezetése és elfogadtatása.

Ugyanakkor például a Gyermekek Egyezményéről és a cikkelyek mélyebb értelméről szóló információk értékes eszközök az újságírók számára, és így is kell bemutatnunk ezeket. Különböző tiszteletre van szükség a média és a gyermekjogi képviselő között, amely nem mindig tükröződik az etikai kódexben. A legjobb mód az etikai kódex és az irányelvek fejlesztésére a médiával és az aktív újságírókkal való együttműködés.

■ EGY NEMZETKÖZI ETIKAI KÓDEX

Az etikai kódexek készítéséhez fűződő érdeklődés a gyermekek médiában való szereplésével kapcsolatosan meglehetősen újkeletű, és mint szerzőnk valószínűsíti, az 1996-os genovai, Gyermekek és a Média elnevezésű, ENSZ Gyermekek konferenciára vezethető vissza. A résztvevők javaslataira válaszként a Bizottság felállított egy szakmaközi munkacsoportot, hogy megvizsgálják a gyermekek és a média közötti kapcsolat pozitív fejlődésével kapcsolatos témákat, pontosabban az Egyezmény 17. cikkelyének végrehajtása elősegítésének lehetséges stratégiáit.

1997 óta a brit "Presswise" elfogadta az általános nemzetközi irányelveket az IFJ-vel (Nemzetközi Újságíró Szövetség) együttműködve. 1998 májusában hetven ország újságírói szervezete fogadta el az etikai kódex tervezetét a világ első nemzetközi tanácsadói konferenciáján a gyermekek jogairól és az újságírásról a braziliai Recife-ben.

Ma ez a tervezet, amely útmutató és irányelv az újságírók tudósításaiban így fest:

• Irányelv-tervezet média szakembereknek

Az újságíróknak és média szervezeteknek a lehető legmagasabb etikai színvonal megtartására kell törekednie a gyermekekkel kapcsolatos ügyek tudósításánál. A médiaszervezeteknek figyelniük kellene a gyermekek jogainak megsértésére, és a gyermekek biztonságának, magánéletének tiszteletben tartásának, oktatásának, egészségének, jólétének problémájára is, és minden nemű kizsákmányolásra, beleértve mindenféle sértő hagyományos gyakorlatot, amelyek fontos kérdései a vizsgálatoknak és a társadalmi vitáknak. A gyermekek életét és jólétét érintő újságírói tevékenység során megértően kell eljárni az olyan helyzetekben, amelyekben a gyermekek, különösen a lánygyermekek kiszolgáltatottak.

1. A tökéletesség szintjére törekedjünk a pontosság és az érzékenység tekintetében, amikor gyermekekkel kapcsolatos témákról tudósítunk.
2. Kerüljük az olyan képek és nyelvezet használatát és publikálását, amely a gyermekek médiabeli képét káros hatású információkkal zavarja meg.
3. Kerüljük a közhelyeket és a szenzációhajhászást, amely a gyermekekkel kapcsolatos újságírói anyagot reklámozza.
4. Vegyük figyelembe a tudósítás következményeit minden

gyermekkel kapcsolatos anyagban, a minimális sérülés érdekében.

5. Hacsak nem bizonyíthatóan közérdekű, tartózkodjunk az érintett gyermek képi vagy nevesített felfedésétől.

6. Ha lehetséges, biztosítsuk a gyermekek médiában való szereplését, hogy kifejhessék saját véleményüket minden kényszer nélkül.

7. Biztosítsuk a gyermekek által szolgáltatott információk független felülvizsgálatát, és különösen ügyeljünk arra, hogy az ellenőrzés a gyermekek tájékoztatását ne kockáztathassa.

8. Ne használjunk szexualitásról szóló leírásokat a gyermekekkel kapcsolatban.

9. Alkalmazzunk tisztességes, nyílt és egyenes módszereket a képek megszerzésére, és amikor csak lehetséges, a gyermek vagy törvényes képviselője tudomásával és hozzájárulásával tegyék ezt, hacsak a közérdek mást nem kíván.

10. Ellenőrizzük bármely szervezet igazoló okiratait, amely gyermekek érdekében vagy képviselőjében kíván nyilatkozni.

11. Ne fizessünk a gyermekeknek, felnőtteknek vagy törvényes képviselőknél a gyermekek jólétével kapcsolatos anyagért, hacsak nem a gyermek érdekében.

12. Fordítsunk különös figyelmet az etikára a fegyveres konfliktusokban készített, gyermekkel kapcsolatos tudósításokban.

A médiának a gyermekügyet sohasem csak mint egyedi esetet szabad felfognia és bemutatnia, hanem átfogóan kell tudósítania a folyamatról, a társadalmi körülményekről, amelyek az eset előfordulásához vezetnek vagy vezethetnek.

A szervezeteknek és a gyerekekkel foglalkozó embereknek tisztelniük kell a média függetlenségét, mint a demokratikus társadalom egy összetevőjét, és ahhoz, hogy a médiának megbízható, gyermekekkel kapcsolatos információforrásai legyenek, hatékony médiakapcsolatot kell kialakítaniuk, valamint médiaszakemberekkel kell dolgozniuk, hogy megvédjék a gyermekek jogait.

A médiaszakemberek más dolgokkal egyetemben azzal a kihívással is küzdenek, hogy etikusan és profin dolgozzanak az audiovizuális médiának megfelelően, és hogy kerüljék a feltűnéskeltést, a sztereotípiákat (beleértve a nemekre vonatkozókat is), a gyermekek és jogaik alulértékelését.

A fiatalok és a gyermekek feladata, hogy annyit tanuljanak a médiáról, amennyit csak lehet, így jól informáltan dönthessenek fogyasztóként, a média kínálta választékból a lehető legtöbbet profitáljanak, megragadják a lehetőségeket a médiaszereplésre, és visszajelzéseket adhassanak a médiában dolgozóknak.

A médiatulajdonosok feladata, hogy számoljanak a gyermekek jogaival a médiához való hozzáférés, az abban való szereplés, a médiaoktatás és a bántó tartalmaktól való védelem kérdéseinél, illetve az új médiatermékek és technológiák fejlődésénél.

A szülők, a tanárok és a kutatók feladata, hogy elismerjék a gyermekek jogát a médiához való hozzáféréshez, az abban való szerepléshez, és annak előnyükre való használatához, hogy védelmező és támogató környezetet teremtsünk a gyermekek számára ahhoz, hogy média-fogyasztóként képesek legyenek a



fejlődésüket szolgáló lehetőséget választani. Hogy jól informáltan tudjanak véleményt alkotni és vitázni, a lehető legjobbban értesülteknek kell lenniük a médiában zajló irányzatokról és irányelvekről.

A fiatalokorú elkövetőkre vonatkozó pekingi szabályokban a „Magánélet védelme” fejezetben az áll, hogy a fiatalok jogát a magánélethez tiszteletben kell tartani az eljárás minden egyes szintjén, és az áldozattá vált és elkövető fiatalok személyazonosságát nem lehet nyilvánosságra hozni.

- Az ENSZ fiatalokorú bűnözés megelőzésének irányelvei, a Rijadi irányelvek egy pro-aktív megközelítés a fiatalokorú bűnözés megelőzésére. A 40. és a 44. cikkely között a tömegkommunikációhoz való viszonyt a következőképpen kezelik:

40. A tömegkommunikációt ösztönözni kell annak biztosítására, hogy a fiatalok hozzáférjenek az információhoz és a nemzeti-nemzetközi források változatos anyagához.

41. A médiát ösztönözni kellene a fiatalok társadalmi közreműködési lehetőségeinek bemutatására.

42. A médiát arra kell biztatni, hogy informálja a fiatalokat a számukra rendelkezésre álló szolgáltatásokról, információkról, esélyekről.

43. A tömegkommunikációt általában, de különösen a televízió és filmipart arra kell buzdítani, hogy minimalizálják a pornográfia, drogok és erőszak megjelenítését, és hogy az erőszakot és kizsákmányolást kedvezőtlen színben tüntessék fel, kerüljék a megállító és lealacsonyító beállításokat, különösen a gyermekek, nők és személyközi kapcsolatok esetén, de hirdessék az egyenlőségi elveket és szabályokat.

44. A médiának tisztában kellene lennie a társadalmi szabályokkal, felelősséggel csakúgy, mint a fiatalok drog- és alko-

halfogyasztásával kapcsolatos kommunikációjának ható-
sával. Következetes üzenetek közvetítésével és kiegyensúlyo-
zott szemlélet képviselésével használnia kellene a befolyását
a drogmegelőzésre. Az eredményes drogmegelőzési kam-
pányt minden szinten támogatni kell.

NEMZETI IRÁNYELVEK

Az egész világon elfogadtak különböző tartalmú etikai kóde-
keket. A szerző kivonatolja, hogy néhány ország mit ír "Gyer-
mekek és Etika" alatt a Nemzetközi Újságíró Szövetség adatbá-
zisában.

A témák és gondok variációja – enyhén szólva – hatalmas,
amely megmutatja, milyen különbözőek "a média és az etika"
cím értelmezési lehetőségei.

Portugália: "Az újságíró nem hozhatja nyilvánosságra – köz-
vetlenül vagy közvetve – a szexuális vagy fiatalkori bűnözés
áldozatainak személyazonosságát, nem szégyenítheti meg őket,
és nem zavarhatja meg a fájdalmaikat."

Fülöp-szigetek: "Ne használj képeket kiskorú áldozatokról
vagy gyanúsítottakról."

Ausztria: "A tudósítások a fiatalok és kiskorúak "hibás
lépéseiről" nem akadályozhatják és nem tehetik még nehezebbé
a szocializálódásukat."

Észtország: "A kiskorúakkal interjúkat készíteni – általános
szabályként – csak szülői vagy gyámi jelenlétben vagy hozzá-
járulással lehet."

Írország: "Általános szabályként a gyermekek a stúdiókban
vagy a helyszíneken csak a nappali órákban lehetnek jelen."

Dél-Korea: "Mióta a fogalom, "csoportos öngyilkosság",
ismert kifejezéssé vált – amely akaratlanul is egybemossa
azokat gyermekeket és más családtagokat, akik nem hajlandók
meghalni – az esetnek megfelelő, helyes kifejezést kéne hasz-
nálni." / "Az olyan újságokban, rovatokban, hirdetésekben ame-
lyekben nemi betegségek gyógyszereit hirdetik, nem kéne gyer-
mekrovatot megjelölni."

INTERNET

Manapság számtalan szervezet és gyermek-jótekonysági
szerveződés lobbizik a gyermekek biztonságáért a világhálón. A
szülők vásárolhatnak vagy előfizethetnek olyan "szűrőre",
amely távol tartja a gyermekük honlapjától a pornográf, vagy
egyéb, "felnőtt" anyagokat.

A "GetNetWise" (Internetezz okosan!), egy az USA-ból
induló társadalmi szolgáltató weboldal, amelyet az internet
iparág és közösségi érdekszervezetek készítettek. Feladata a csalá-
dok hozzásegítése a biztonságos, építő, oktató és szórakoztató
"Online" élményekhez. A "GetNetWise" használatával a gyer-
mekek kapnak egy honlap őrzt, és a szülők tudni fogják, mivel
találkoztak gyermekük.

Az Amerikai Szövetségi Kereskedelmi Bizottság a gyer-
mekek magánéletével kapcsolatosan a COPPA, a Gyermekek
"Online" Személyiségvédő Törvénye (The Children's Online Pri-
vacy Protection Act) szerint jár el. A COPPA 2000 áprilisában
vált törvénnyé, és megakadályozza a honlap operátorok 13 év
Rendeteg gyermekeknek való viselkedési útmutató található a
világhálón, a legtöbb hasonlatos ehhez, amely a "GetNetWise"



weboldalon található:

> *Sose add ki a kereszt- vagy családi nevedet, a címedet
vagy a telefonszámodat a chatszobákban, faliújságon vagy az
online levelezőtársaknak!*

> *Ne mondd el más gyerekeknek a felhasználónevedet, sze-
mélyi azonosítót vagy jelszavadat!*

> *Ne szervezz személyes találkozót olyan személlyel, akit
csak az internetről ismersz!*

> *Ne reagálj, ha fenyegető vagy veszélyes mail vagy chat
vagy más kommunikációs üzenetet kaptál! Lépj ki a hálóról!*

> *Nézd meg a honlap házirendjét, hogy megtudd, mit kez-
denek az általad megadott információkkal!*

> *Szörföldj a neten a szüleiddel. Ha éppen nem kaphatók rá,
meséld nekik a meglátogatott honlapokról!*

> *A honlapoknak be kell szerezniük a hozzájárulásodat az
adataid összegyűjtéséhez. Ha a weboldalnak olyan informá-
ciója van rólad, amit te és a szüleid nem akartok, hogy birto-
koljon, a szüleid kérhetik az ehhez az információhoz való hoz-
záférést és kihúzását, törlését is.*

> *Ha egy site aggodalmat kelt benned, vagy több informá-
ciót követel, mint amennyit meg kívánsz adni, lépj ki, vagy
szólj a szüleidnek.*

ÖSSZEGRZÉS

Nincs végső konklúzió vagy kizárólagos tanulság a
gyermekek, etika, média területén. Talán az egyetlen
dolog, amit kiemelhetünk itt befejezésül: rengeteg
kérdés merül fel és fontos, hogy ne hagyjuk abba a
tájékozódást. A válasz, különböző időkben más és
más lesz, a környezettől és a helyzettől függően. Az
egyetlen fontos dolog, hogy ne szűnjünk meg kér-
dezni, és különféle módon kezdeményezzünk párbe-
szédet.

1. *Children, ethics, media Save the Children – Svédország, 2002*
2. *Ez persze visszatérést jelenthet az Philip Aries(Gyermek,
család, halál, Gondolat kiadó, 1980, Budapest) által leírt fel-
világosodás előtti gyermekkor jellemzőihez, (a szerk.)*
3. *Lásd erről Kovács Eszter: A gyermekeknek akkor is vannak
jogai, ha rosszat tesznek, Csagyi, 2000/3. 44. oldal*
4. *Ehhez hasonló jelenség, ami a különféle valóság-showkban
szereplőkkel történt. (a szerk.)*