

Ako hovoriť o väčšine sveta

Ako objektívne informovať o krajinách globálneho juhu



Tréning pre vidiecke skupiny žien na podnikateľské zručnosti.
Autorka fotografie: Edita Bednárová, február 2010, Busia, Keňa

Manuál ku Kódexu používania obrazového materiálu a podávania správ

Táto príručka sa usiluje o výklad Kódexu používania obrazového materiálu a podávania správ s praktickými príkladmi ako postupovať pri informovaní verejnosti o ľuďoch a situáciách v rozvojových krajinách. Príručku pripravili autori z poľského Inštitútu pre globálnu zodpovednosť, slovenskú verziu editoval Andrej Návojský z o. z. Človek v ohrození.

© Inštitút pre globálnu zodpovednosť

Kto je IGO?

Inštitút pre globálnu zodpovednosť (IGO) je nezávislá, apolitická mimovládna organizácia, združenie ľudí, ktorí zdieľajú spoločný názor o potrebách sveta. Hlavným cieľom činnosti inštitútu je podpora globálnej solidarity a zvyšovanie povedomia o zodpovednosti za osud sveta. Sme presvedčení, že každý jeden z nás je globálny občan, ktorého každodenné rozhodovania a voľby vplývajú ako na život ostatných ľudí na svete, tak aj na podobu našej planéty.

Inštitút pre globálnu zodpovednosť,

st. Bachmacka 1 / 11, 02-647 Varšava,

www.igo.org.pl

Autori príručky: Dorothea Gadzinowska, Gabriela Lipska, Kordian Kochanowicz, Marcin Wojtalik

Preklad z poľského originálu: Beata Furdíková, Andrej Návojský

Editor: Andrej Návojský

Prvé vydanie
Varšava 2008

ISBN 978-83-928244-0-4

Úvod do Kódexu používania obrazového materiálu a podávania správ.

Obrazové materiály a správy sú neoddeliteľným prvkom komunikácie a sú určené na vzdelávanie, prezentácie, marketing alebo informáciu o vnútornej činnosti organizácie.

Pri práci MVO ide hlavne o obrazový materiál (obrazové materiály z projektov, videá, animácie, fotografie, vizuálne kampane, atď.) a podávanie správ písmom alebo slovom (články, novinové titulky, prípadové štúdie, osobné výpovede, reklamy či verejné prezentácie).

Kódex je reakciou na zavedenie etických hodnôt do informovania o krajinách globálneho juhu, okolo ktorých vzniká veľa negatívnych stereotypov.

Prvá verzia kódexu vznikla z inšpirácie írskej platformy mimovládnej organizácie Dochas v roku 1989 ako výsledok spolupráce s organizáciami z krajín globálneho juhu. Aktuálna verzia bola prijatá v roku 2006 Konfederáciou európskych platforiem mimovládnych organizácií Concord, združujúcou 1600 organizácií EÚ.

Kódex obsahuje osem zásad, ktoré stanovujú úroveň etického a objektívneho informovania o krajinách globálneho juhu. Nie je to len zbierka zákazov a príkazov, ale predovšetkým vyjadrenie étosu partnerstva vo vzťahoch s medzinárodnými organizáciami a ľuďmi v krajinách globálneho juhu.

Kódex nie je záväzným „zákonníkom“, ale skôr inšpiráciou na diskusiu tak vo vnútri organizácií, smerom k verejnosti, ako aj partnerom z rozvojových krajín.

Zásady kódexu:

1) Vyberať obrazový materiál a správy založené na úcte, rovnosti, solidarite a spravodlivosti

Táto zásada je formulovaná všeobecne. Pokúsime sa vysvetliť, čo presne znamená.

V prvom rade ide predovšetkým o rešpektovanie práva na súkromie a dodržanie dôstojnosti zobrazovaných osôb. Nemusí to znamenať vyhnutie sa vážnym témam. Dôležité je o nich informovať pravdivo.

Napriek kultúrnej, či etnickej odlišnosti - pri zobrazovaní ľudí a situácií je potrebné snažiť sa dodržiavať univerzálnu rovnoprávnosť.

Solidarita by sa mala zdôraznená snahou hľadať to, čo nás spája, príležitostí na spoluprácu, a nie zdôrazňovaním rozdielov.

Za spravodlivosť je v kódexe považovaná starostlivosť o zachovanie práv jednotlivcov a spoločenských na celom svete.

Akým obrazovým a slovným materiálom sa treba vyhnúť:



- najhorší typ informovania o rozvojových krajinách a potrebe pomoci
- zobrazené utrpenie, najmä podvyživené deti na pokraji smrti, nerešpektuje sa ich dôstojnosť
- obrázky budia negatívnu reakciu, výčitky svedomia, aby ľudia rýchlo prispeli, nebudujú však povedomie, nevzdelávajú
- v súčasnosti už neprijateľný spôsob, ako informovať, resp. vyzývať k pomoci



- ukážka mesiášskeho prístupu: „my, bieli z bohatých krajín, zachraňujeme chudobné černošské deti“
- treba sa vyhnúť zobrazeniu, kde sa ukazuje dominancia „bieleho záchrancu“



- treba sa vyhnúť fotografiám zobrazujúcim polonahé deti čakajúce na „niečiu pomoc“
- takýto typ fotografie je akceptovateľný v prípade, že obsahuje popisok vysvetľujúci danú situáciu a s fotografovaním súhlasili zástupcovia detí (rodičia či škola)

2) Každý obraz a zobrazenú situáciu ukázať v užšom aj širšom kontexte

Pri tvorbe prezentačných materiálov je dôležité položiť si otázku: *Čo potrebuje vedieť príjemca, aby pochopil silu správy?*

Pre autorov, ktorí boli svedkami opísaných faktov, sú zobrazené situácie jasné. Pre príjemcov, ktorí nemusia mať dostatok informácií o danej téme, môžu však byť nejasné a zapríčiniť zlé pochopenie zobrazených situácií.

Pred vydaním materiálu môže pomôcť, ak si ho prezrie nestranná osoba, aby sme si overili jej reakciu.

Informácie, ktoré treba zahrnúť do výstupov (v tomto prípade sa jedná najmä o obrazový materiál):

- čas a miesto vzniku obrazového materiálu alebo správy,
- opis situácie,
- prípadné vysvetlenie, či je situácia náhodná alebo typická pre daný kultúrny kontext alebo skupinu ľudí
- o akú skupinu ľudí ide



Pozrite sa na foto vyššie a prečítajte si tri popisky k nemu.

1. Boda, Kampala, Uganda
2. Bežný deň, Kampala, Uganda
3. Čakanie na klientov. Vodiči dopravného prostriedku boda, ktoré slúžia ako miestne taxíky. Kampala, Uganda
Kampala, Uganda, január 2007.

Čo by sa dozvedeli prijemcovia, keby dostali len jeden z prvých dvoch popisov? Bola by informácia dostatočná? Čo by si mysleli príjemcovia na základe druhého popisu? Neposilňuje zaužívaný stereotyp, že Afričania sú leniví a ležérni?

3) Vyhýbať sa obrazom a správam, ktoré podporujú stereotypy, vyvolávajú senzácie alebo diskriminujú ľudí, situácie alebo miesta.

Pri používaní obrazového materiálu hrozí, že jediný obrázok alebo príbeh môže byť pochopený ako obraz celej spoločnosti, či krajiny.

Napríklad obrázok Masajských bojovníkov môže vytvoriť dojem, že všetci Keňania, či dokonca Afričania chodia v tradičnom kmeňovom odevu s oštepami v rukách. Masajovia pritom tvoria len zlomok pestrej kenskej spoločnosti a ani oni nie sú homogénnym spoločenstvom.

Na porovnanie – skúsme si predstaviť, že Slovensko je v zahraničí prezentované fotografiou, na ktorej sú chlapci v tradičných krojoch. Táto fotografia určite neodráža vzhľad bežného Slováka, rovnako ako Masaj s oštepom bežného Keňana.



Takéto zobrazovanie vyvoláva aj iný nebezpečný stereotyp – ukazuje „Afričanov“ ako zaostalejších, žijúcich v tradičných kmeňových zväzkoch bez vplyvov civilizačných výtvarných. Tento pohľad v nás vyvoláva rozdeľovanie na „my“, vyspelí a „oni“, zaostalejší.

Pri zobrazovaní problémov globálneho juhu sa samozrejme nevyhneme aj tragickým udalostiam.

Ak hovoríme o udalostiach ako hlad alebo vojny, snažme sa o objektívny pohľad bez zbytočného preháňania a krutosti. Daný problém treba opísať (t. z. či sa týka konkrétneho regiónu alebo etnickej skupiny, prípadne aké sú jeho príčiny), aby nedošlo k zovšeobecneniu na situáciu v celej Afrike alebo Ázii. Napríklad fotografia detských vojakov v Ugande bez vysvetľujúceho popisku vytvára stereotyp, že celá Afrika je vo vojnovom stave a zneužíva na boje deti.

Malo by sa tiež starostlivo dbať na to, aby fotografie dokumentujúce príbeh predstavovali ľudí, ktorých sa problém týka, s úctou a dôstojnosťou.

Pri šírení vedomostí o niektorých témach sa treba vyhnúť plytkosti a zľahčovaniu. Tieto zásady sú kľúčové najmä pri aktivitách globálneho vzdelávania. Príkladom zlých praktík sú niektoré vzdelávacie počítačové hry, v ktorých prežitie ľudstva na vode závisí od rýchleho stlačenia príslušného tlačidla.



4) Obrazový materiál a správy používať s plným pochopením a súhlasom zainteresovaných (pri deťoch rodičov, učiteľov alebo zákonných zástupcov)

Zamyslime sa najskôr nad touto otázkou: *Je nám príjemné, ak nás niekto cudzí fotografuje bez opýtania a dovoľenia?*

Zobrazené alebo opísané osoby majú právo vedieť na aké účely využijeme fotografiu alebo ich príbeh. Pred samotným vytvorením obrazového materiálu, nahrávky, či opisu situácie je povinnosťou informovať účastníkov o účele a pokračovať len v prípade súhlasu (s výnimkou fotografií osobností verejného života, účastníkov zhromaždení vo verejných priestoroch, či ilustračných momentiek).

Samozrejme existujú výnimky - napríklad počas vojny, či konfliktov nie je možné žiadať o povolenie. Získanie súhlasu by nemalo byť považované za absolútne. Je však dôležité, aby sme sa snažili do tvorby našich materiálov zahrnúť aj osoby, o ktorých informujeme, a to prostredníctvom ich súhlasu.

Niektoré témy si vyžadujú osobitnú citlivosť. Napríklad publikovanie materiálov o ľuďoch postihnutých HIV, s odlišnou sexuálnou orientáciou, či obetiach konfliktov alebo násillia, ich môže vystaviť nebezpečenstvu alebo dokonca môže viesť k vylúčeniu z komunity.

5) Umožniť, aby zobrazení ľudia mali možnosť osobne interpretovať zobrazenú situáciu

Takzvané informácie z druhej ruky, ktoré neprichádzajú priamo z primárneho zdroja, sú menej spoľahlivé a často vyjadrujú neobjektívny pohľad na zobrazenú situáciu.

Objektívnejšie, ale aj zaujímavejšie, sú príbehy vyrozprávané v prvej osobe, priamymi aktérmi, ľuďmi, ktorých sa téma priamo dotýka. „Náš“ pohľad je často skreslený tým, že pochádzame z inej kultúry, s témou sa stretávame len povrchné a často sa nevyhneme povrchnosti a nedostatočnému pochopeniu danej témy.

Táto zásada je dôležitá nielen pre príjemcu, ktorý je vďaka tomu presvedčený o pravdivosti príbehu, ale aj pre rozprávajúceho, ktorý chápe dôležitosť svojho príbehu a môže ovplyvniť spôsob, akým sa ďalej odovzdáva.

Pri tvorbe obrazových materiálov je rovnako potrebné pýtať sa aktérov, ako by chceli byť predstavení, dovoliť im nech si vyberú miesto, čas a spôsob urobenia materiálu.

Odporúča sa, aby prezentáciu obrazových a písomných materiálov zobrazovaný odobril a odsúhlasil.

6) Overiť si, či opisované a zobrazené osoby súhlasia, že zverejňovanie ich osobných údajov a tvárí je v súlade s ich právami.

Ak je to možné, pri prezentácii výstupov je dôležité overiť si, či zobrazené osoby nepoškodíme, prípadne nepodávame mylné informácie o ich situácii. Týka sa to predovšetkým príbehov, udalostí a javov, ktoré sú v danej spoločnosti tabu. Preto musíme vždy zistiť, či hrdina príbehu, či obrazového materiálu chce byť v pripravovanom materiáli identifikovaný.

Viete, že. ..

v niektorých oblastiach sveta sa považuje choroba za trest za zlé správanie?
Zobrazovanie chorého človeka môže viesť až k vylúčeniu z miestnej komunity?

7) Rešpektovať ľudské práva a ochranu zraniteľných ľudí v čo najväčšej miere.

Ďalšia zásada, ktorá sa vzťahuje na oblasť ľudských práv. Táto zásada je optikou, prostredníctvom ktorej je potrebné hľadiť na všetky ostatné odporúčania kódexu.

Aby sa chránilo súkromie zobrazovaných alebo opisovaných ľudí, nemali by sa zverejňovať údaje, ktoré by umožňovali ich identifikáciu nepovolnými osobami a inštitúciami.

Tiež by sme sa mali vyhnúť fotografovaniu, či inému zobrazeniu skutočných osôb v situáciách haniacich ich dôstojnosť.

Napríklad táto kampaň UNHCR ukazuje ako citlivo a zároveň kreatívne sa dá pristupovať k téme utečencov bez toho, aby sme ich zobrazili v ich ťažkom a často nedôstojnom postavení.

**HOW DOES IT FEEL?**

Imagine this.
You've lived all your life at peace.
Home, family, friends, all normal. Then, without warning, your whole world changes.
Overnight, lifelong neighbors become lifelong enemies. Tanks pound the streets and buses burn. Mortar shells shatter the mosques. Rockets silence the church bells.
Suddenly everything you've known and owned and loved is gone and, if you are lucky enough to survive, you find yourself alone and bewildered in a foreign land. You are a refugee.
How does it feel?

The fact is, refugees are like you and me, except that they have nothing left but their courage, and with it the hope of once more being contributing members of society. It's all they will ever have unless we help.



So when you do meet a refugee, imagine for a moment what it must be like, and then show her your smile. Not your back.
It may not seem much. But to a refugee it can mean everything.

UNHCR is a humanitarian organization funded by voluntary contributions. During its lifetime, the agency has helped more than 50 million people restart their lives.

If you want to support the efforts of UNHCR, log into www.unhcr.org or our local site www.unhcr.org.au

8) Konať v súlade s najvyššími štandardami na ochranu detí dodržiavaním ustanovení Dohovoru o právach dieťaťa.

Deti sú najčastejšie portrétovanými objektami. Preto o nich pojednáva osobitná zásada.

Nejde len o boj proti negatívnym stereotypom plačúceho, hladného dieťaťa, ani o jeho nahradenie novým stereotypom - portrétom dieťaťa usmiateho, mávajúceho veselo do kamery.

Inšpirujúc sa ustanoveniami Dohovoru o právach dieťaťa sa odporúča:

- * Dať deťom možnosť slobodného prejavu, možnosť vyjadriť sa k svojej situácii
- * Informovať aj o pozitívnych zmenách v postavení detí a mládeže na celom svete

Vďaka tomu sa deti stávajú rovnako uvedomelými účastníkmi procesu informovania o záležitostiach, ktoré sa ich vo svete dotýkajú a môžu sa navzájom učiť.

Príklady dobrej praxe:



Afganské žiačky pri interaktívnej hre „Stopy“ na workshope v meste Mazar e Sharif. Mazar – e – Sharif, október 2009.

(Fotografia ukazuje pozitívne zmeny vo vzdelávaní dievčat v Afganistane, zachytáva žiačky v aktívnom riešení úlohy ako rovnocenné účastníčky workshopu spolu s chlapcami)



Afganský chlapec sa učí chodiť s protézou potom ako prišiel o nohu kvôli nášľapnej míne. Nemocnica Red Crescent, Kábul, október 2010
(Fotografia neostáva len pri opise problému, ale ukazuje aj pozitívne riešenia. Zároveň citlivo a dôstojne zobrazuje dané dieťa. Nie ako trpiacu obeť, ale ako osobu, ktorá sa snaží o „nové kroky“ v živote.)

Uvedené zásady umožňujú predstaviť zložitú realitu krajín globálneho juhu s hlbším porozumením a rešpektom k miestnym komunitám.

Zásady v praxi

Nešokujte ľudskými tragédiami

Dlhé roky vládlo v treťom sektore presvedčenie, že pri informovaní o realite krajín globálneho juhu sa nedá vyhnúť drastickým obrázkom alebo príbehom. Cieľom bolo čo najviac pôsobiť na emócie.

Vzbudenie silných emócií môže zvýšiť pozornosť príjemcov, ale neprinesie skutočný a dlhotrvajúci záväzok k riešeniu daných problémov.

Šokujúce zábery robia veľký dojem, sú jednoduché na použitie a ukazujú problém naturalistickým spôsobom (napr. od hladu vyduté bruško dieťaťa, dramaticky chudé telá, ťažko ranení ľudia).

Tieto obrazy nie sú vždy spojené s dlhodobými cieľmi či poslaním organizácie, často sú úplne v rozpore s nimi. A tiež s očakávaniami a cieľmi rozvojového vzdelávania.

Príjemca, ktorý vidí šokujúce obrazy alebo číta o tragickej udalosti, je vystavený javu, ktorý sociálni psychológovia popísali ako kognitívna disonancia.

Príjemca cíti rozpor predkladaného obrazu s tým, čo pozná z vlastného života. Jeho predstava o sebe samom ako o dobrej a veľkorysej osobe je ohrozená, veď skoro na celom svete sa dejú tragédie a on nič v súvislosti s tým nerobí. Tento pocit sa snaží čo

najskôr redukovať tým, že hodí peniaze do pokladničiek alebo v horšom prípade túto otázku vytesňuje zo svojho vedomia, odmieta na túto problematiku myslieť.

Šokujúci obraz teda môže vyvolať rýchlu mechanickú reakciu, ale nepodporuje hlbšie porozumenie tohto javu a dlhodobý záujem o daný problém.

Zobraziť nerovná sa porozumieť

Podľa niektorých psychologických teórií dojmy, informácie o svete alebo spomienky na svet, tvoria v našom mozgu sieť navzájom súvisiacich prvkov. Časť tejto siete je naša vlastná predstava o sebe samých vo vzťahu k ostatným. Čím viac vieme o iných, zvlášť ak objavujeme podobnosti medzi nimi a sebou, tým bližšie k sebe ich umiestňujeme v sieti. A na druhej strane – zdôraznenie rozdielov "iných" ich od nás vzdialuje.

Ak sa deje niečo zlé s niekým, koho považujeme za svojho, motivuje nás to k aktívnemu konaniu. Preto obrazy a správy, ktoré vykresľujú rozdiely, nie sú žiaduce. Treba skôr také obrazy a správy, ktoré ukazujú spoločné črty a budujú pocit spolupatričnosti a solidarity.

Tieto teórie potvrdzujú aj prieskumy postojov Slovákov k iným krajinám. Najradšej máme obyvateľov geograficky bližších, známejších a ekonomicky bohatších krajín.

Používaním záberov, na ktorých sú bezbranní ľudia, bez aktívnej činnosti, sa zároveň posilňujú stereotypy.

Každému javu môžeme priradiť príčiny. Tie, ktoré vyplývajú z prostredia (vonkajšie) alebo tie, ktoré prisudzujeme na základe vnútorných atribútov.

Ak si napríklad myslíme, že ľudia na globálnom juhu sú chudobní, lebo sú leniví a nevedia efektívne pracovať, je to atribút vnútorný. Ak vnímame, že za ich ekonomické zaostávanie môžu predovšetkým nespravodlivé pravidlá medzinárodného obchodu, je to atribút vonkajší.

Nevhodne volené správy či obrazy, ktoré v príjemcovi vyvolávajú pocit, že za chudobou globálneho juhu je najmä lenivosť a neschopnosť jeho obyvateľov generovať príjem, vytvárajú stereotypy.

Dramatické obrázky ľudí čakajúcich na našu pomoc neprispievajú k hlbšiemu pochopeniu problémov Juhu, niekedy dokonca blokujú prijímanie ďalších informácií. Prečo?

- * Neukazujú podobnosti medzi nami a obyvateľmi krajín Juhu,
- * Nerozvíjajú zmysel pre solidaritu,
- * Nemotivujú verejnosť k pozitívnym akciám,
- * Odrádzajú k aktivitám pre niekoho, kto je pasívny, kto sa nám nepodobá, kto je geograficky vzdialený.

Objektívny a uvedomelý obraz krajín globálneho juhu

Spôľahlivý obraz Juhu sa vytvára na základe vedomostí o príčinách a dôsledkoch konkrétnej situácie na konkrétnom mieste (vrátane analýzy širších ekonomických súvislostí, spoločenských, historických, kultúrnych, atď). Pravdivý obraz je zbavený stereotypov a diskriminácie osôb alebo situácií.

Medzi najznámejšie negatívne stereotypy o krajinách Juhu patria:

- stereotyp o lenivosti

- stereotyp o absencii pocitu zodpovednosti

- stereotyp o absencii vedomostí potrebných na samostatné rozhodovanie o svojom rozvoji

Tieto stereotypy sťažujú - a niekedy zabráňujú - práci na rozvojových projektoch založených na partnerstve s komunitami v krajinách Juhu v súlade so zásadou vlastníctva, čo znamená zodpovednosť krajín príjemcov za svoju rozvojovú politiku, stratégiu a koordináciu v súvislosti s ňou podporovanými aktivitami. Inými slovami, prijímajúce krajiny prijímajú rozhodnutia o kľúčových cieľoch rozvojových projektov a spôsoboch ich realizácie. Úloha darcov poskytovania pomoci je v súlade s rozhodnutiami krajiny prijímajúcej pomoc.

Ako zabezpečiť spoľahlivé a profesionálne informovanie o rozvojových projektoch

Kódex o používaní obrazových materiálov a podávaní správ je založený na právach človeka a rešpektovaní jeho dôstojnosti. Podporuje partnerské vzťahy medzi ľuďmi, spoločnosťami a organizáciami zo Severu aj Juhu. Tieto hodnoty sú základnými hodnotami medzinárodnej pomoci, tak humanitárnej ako aj rozvojovej.

Táto podkapitola opisuje, čo je potrebné vziať do úvahy pri rôznych fázach projektu, aby bol v súlade s princípmi spravodlivého a odborného informovania o projekte a rozvoji organizácie. Nižšie uvedený materiál môže pomôcť implementovať kódex aj vo vašej organizácii.

Kde začať?

Informácie o uplatňovaní princípov kódexu môžu byť časťou etických pravidiel organizácie, stratégie alebo jednoducho ohlásením na nástenke či internetovom fóre. Každý pracovník alebo dobrovoľník musí mať prístup k obsahu kódexu a jeho znalosť by mala byť povinnou výbavou pracovníkov v organizácii.

Ako sa pripraviť?

Východiskovým bodom je kvalitný tréning projektového tímu. Týka sa to terénnych pracovníkov, rovnako ako tých, ktorí projekt administrujú či komunikujú verejnosti na Slovensku. Školenie musí obsahovať detailné oboznámenie so zásadami kódexu a workshopy, na ktorých sa vypracujú konkrétne mechanizmy potrebné k jednotlivým projektom.

Ako posilniť partnerský dialóg a zabezpečiť objektívne informovanie?

Pri rozvojovom projekte je dôležitý dialóg s miestnymi spolupracovníkmi a partnerskými organizáciami na tému presného informovania o realite miestnej komunity, v ktorej projekt prebieha. Znalosť kódexu miestnym personálom a partnerskými organizáciami má za cieľ všeobecné šírenie zásad kódexu medzi všetkými zamestnancami v oblasti. Vďaka tomu budú všetky akcie spojené s dokumentáciou o projekte posudzované podľa odporúčaní obsiahnutých v kódexe.

Ako spojiť implementáciu kódexu s počiatočnou fázou projektu?

Tím projektu by mal povinne informovať miestnu komunitu o plánovaných a realizovaných činnostiach. Miestna komunita musí vedieť o prijatých zásadách organizácie o etickom informovaní.

Odporúčame, aby informácie o implementácii kódexu boli vystavené na viditeľnom mieste v kancelárii projektu, napríklad na nástenkách, ako aj na úradoch, školách alebo budovách, kde sa projekt realizuje. Informovanie miestnej komunity o vašej snahe rešpektovať dôstojnosť a súkromie vašich partnerov môže zvýšiť ich dôveru v členov projektového tímu.

Ako vytvárať, dokumentovať a uchovávať informácie?

Kľúčovou otázkou v súvislosti s dodržiavaním pravidiel kódexu je otázka projektovej dokumentácie. Odporúča sa prekonzultovať s komunitou príjemcov, v akých situáciách budú vyhotovené obrazové materiály dokumentujúce činnosti projektu a ako zabezpečiť ich spoľahlivé popisy.

Ak je to možné, obrazová dokumentácia môže byť zverená zástupcom miestnej komunity. Tým sa zabezpečí, že fotografie budú odrážať to, akým spôsobom chcú zástupcovia komunity prezentovať aktivity projektu. Podobne je možné pokračovať s článkami, či správami o projekte.

Fotografie rodín, detí, členov komunity a ich osobné údaje by sa mali robiť a zhrmažďovať len s ich súhlasom. Uložené by mali byť na bezpečnom mieste.

Overovanie materiálov

Je dobré, ak sa ustanovia pravidelné stretnutia projektového tímu, počas ktorého budú posudzované fotografie, či iný prezentačný materiál dokumentujúci aktivity projektu.

Po úvodnej selekcii sa musí materiál skonzultovať so zástupcami miestnych komunít - materiály môžu byť k dispozícii na posúdenie. Informačné materiály zaslané zástupcom miestnej komunity by mali byť pripravené v zrozumiteľnom jazyku alebo jazykoch, ktoré aktívne používajú.

V tejto fáze by mal projektový tím vysvetliť každej osobe z fotografie, každému hrdinovi reportáže, členovi miestnej komunity, akými pravidlami sa bude organizácia riadiť pri ich prezentovaní.

Predtým ako uverejníme materiál...

Po záverečnom overení textov, či obrazového materiálu by v organizácii mali ich obsah z pohľadu účinku na slovenskú verejnosť preskúmať zodpovedné osoby. V MVO je to úlohou PR manažéra alebo osoby zodpovednej za komunikáciu smerom k verejnosti. Na posudzovaní materiálov by však mali participovať aj zvyšní pracovníci organizácie, ktorí prezentujú svoje aktivity verejnosti.

Cieľom je eliminovať fotografie, ktoré sú nejednoznačné, vedú k zavádzaniu alebo udržiavaniu stereotypného vnímania obyvateľov krajín Juhu. Akékoľvek nejednoznačnosti, či utvrdzovanie stereotypov, môžu byť interpretované nevhodným spôsobom.

Všetky fotografie by mali byť doplnené opismi tak, aby príjemcovia lepšie porozumeli zobrazenej situácii. Znalosť kódexu pomôže rýchlo identifikovať a vykonať opatrenia na odstránenie materiálov, ktoré sú v rozpore s jeho zásadami.

Zistite, ako je to vo Vašej organizácii!

Krátky dotazník pre vašich pracovníkov:

Majú všetci pracovníci v organizácii možnosť dozvedieť sa o zásadách objektívneho informovania a ich využitia?

ÁNO / NIE

Pomáhate novým pracovníkom v organizácii pochopiť a uplatňovať zásady objektívneho informovania?

ÁNO / NIE

Podporujete projektový tím v aplikovaní kódexu v projektových aktivitách?

ÁNO / NIE

Prezentovali ste pravidlá etického informovania o krajinách Juhu s lokálnymi spolupracovníkmi a partnerskými organizáciami v krajinách globálneho juhu?

ÁNO / NIE

Zapájate dostatočne predstaviteľov miestnych komunít do aktivít projektu a rozhodovacieho procesu o informovaní o aktivitách projektu?

ÁNO / NIE

Majú všetci jasno v rozdelení povinností spojených s dokumentovaním projektu?

ÁNO / NIE

Máte naplánovaný spôsob overovania materiálov (pravidelné revízie)?

ÁNO / NIE

Je zabezpečené, že dokumentovanie projektu sa realizuje v súlade so všetkými partnermi projektu, ktorí majú reálny vplyv na obsah materiálov?

ÁNO / NIE

Máte v organizácii zhodu v tom, aké materiály chcete prezentovať verejnosti a či spĺňajú tieto materiály požiadavky kódexu?

ÁNO / NIE

Myslíte si, že otvorene informujete verejnosť o zásadách etického informovania?

ÁNO / NIE

Propagácia kódexu a vytvorenie mechanizmu komentárov

Podpísanie kódexu je aj záväzok k zodpovednosti za šírenie jeho zásad. Môže sa realizovať rôznymi aktivitami organizácie:

- * umiestnením informácie o prijatí kódexu a záväzku organizácie k jeho plneniu na internetovej stránke,
- * účinnosťou kódexu ako stáleho prvku v procese školenia nových zamestnancov, dobrovoľníkov a terénnych pracovníkov,

- * informovaním o kódexe počas seminárov, či konferencií,
- * pri podpore iných organizácií v procese prijímania kódexu.

Zabezpečiť dodržiavanie zásad kódexu spolupracovníkmi organizácie.

Je dôležité, aby nielen priami zamestnanci, ale aj spolupracovníci organizácie poznali zásady kódexu. Takými spolupracovníkmi sú:

- Reklamné agentúry,
- Fotografi a obrazoví editori,
- Novinári, atď.

Školenie zamestnancov a dobrovoľníkov organizácie

Spôľahlivé informovanie o krajinách a partneroch z Juhu sa týka všetkých oddelení a pracovníkov organizácií, takže je nevyhnutné, aby všetci boli vyškolení. Do školenia môžete zahrnúť:

- História vytvorenia kódexu a stav jeho implementácie v Európe
- Potreby spoľahlivého informovania o krajinách Juhu (mnoho existujúcich stereotypov a ich vplyv na náš postoj voči obyvateľom Juhu)
- Diskusia o samotných bodoch kódexu spolu s praktickými príkladmi, obrázkami a správami na posúdenie a prediskutovanie.

Praktické rady na záver

Jednostranný a stereotypný obraz

Obraz so zreteľom na súčasnú realitu a vzájomné súvislosti

Koncentrácia na...

Rovnováha v odovzdávaní poznatkov o ...

problémy

výhodách a nevýhodách života na Severe a Juhu

hladomor a jeho obeť

potravinovej bezpečnosti, spôsoboch jej dosahovania a rozmanitosti stravovacích návykov (vrátane obezity), konzumácii a rozmanitosti životných štýlov

vojny a násilie

multikulturalizme, príklady konfliktov a ako sa s nimi vysporiadať, rola občanov v práci pre mier

nedostatky v krajinách Juhu

tom, čo si ľudia v krajinách Severu a Juhu môžu ponúknuť a čomu sa môžu navzájom naučiť

potreby v krajinách Juhu

právach ľudí na Juhu a následných povinnostiach všetkých krajín, vrátane krajín Severu

činnosti bohatých krajín v oblasti pomoci

medzinárodnej rozvojovej spolupráci a činnostiach samotných obyvateľov Juhu vo veci rozvoja

predstavenie kontinentov
ako homogénnych celkov
(napr. Afrika)

podobnostiach a rozdieloch medzi jednotlivými
krajínami na juhu

odhaľovanie aktuálnych poznatkov

znalosti vedeckých poznatkov pochádzajúcich
bezprostredne priamo od ľudí z krajín Juhu

Súčasťou našej práce je, aby spoločnosť prestala ľudí v rozvojových krajinách chápať ako **obete, ale začala ich brať ako našich partnerov**. Rovnako je tiež našou úlohou odstraňovať najmä negatívne stereotypy.

To znamená – **pri slovnom/písomnom prejave** je treba **vyvarovať sa neetickému hodnoteniu situácie** v teréne či miestnych ľudí – negeneralizovať a nezovšeobecňovať: napr. „*oni nemajú také hodnoty ako my*“, „*oni sú leniví a čakajú len na to, že niekto spraví všetko za nich*“. Možno ste skutočne stretli ľudí, ktorí sa takto správali, je však nesprávne a zavádzajúce zovšeobecňovať to na všetkých ľudí v danej krajine, len na základe jedného či dvoch osobných zážitkov.

Je tiež dôležité **nezdôrazňovať delenie** na „*oni*“ a „*my*“; zdôrazňovať naopak partnerský vzťah a spoluprácu, nikdy nie vzťah „*my pomáhame a oni iba berú*“.

Aký obrazový a slovný materiál je žiaduci:

!Každý obrázok by mal byť sprevádzaný popiskom vo formáte: Meno autora fotky, miesto, mesiac a rok vzniku: *popisok čo alebo kto je na fotke*.



Fotografia vyvracia stereotypy – ukazuje mužov v tradičnom afganskom odevu pri interaktívnej hre.



Fotografia ukazuje proces vzdelávania a budovania kapacít – kenské ženy využívajú príležitosť ďalej sa vzdelávať a rozvíjať tak svoju komunitu



Pri humanitárnej pomoci sa nevyhneme zobrazeniu „pomáhania slabším“. Fotografia je však účelná, zobrazuje konkrétnu vykonanú aktivitu, samozrejmosťou by bol vysvetľujúci popisok.



Post-humanitárna pomoc na Haiti – fotografia zahytáva rozhovor s členmi miestnej rady, vypovedá o tom, že pri príprave a realizácii našich aktivít spolupracujeme s lokálnym partnerom a berieme ho ako rovnocenného

Čo sa týka slovného prejavu, napr. problém s odpadom na Haiti sa dá opísať takto: „ľudia sa tam vôbec nestarajú o svoje prostredie, je im jedno, v akom neporiadku a špine žijú, hádžu odpadky všade okolo seba“

alebo takto: „na Haiti je potrebné vzdelávanie miestnych ľudí v oblasti narábania s odpadom a ochrane životného prostredia, keďže doteraz tu takéto programy chýbali“. Asi tušíte, ktorá možnosť je správna.

To znamená – aj **negatívne javy a súvislosti treba zbaviť zovšeobecňujúceho nánosu, je potrebné zdôrazniť skôr potrebu vzdelávania** a ďalšieho rozvoja (a tým aj naznačiť opodstatnenosť našich aktivít v oblasti).

Prečítajte si viac o tejto téme:

- ✓ A guide to understanding and implementing the Code of Conduct on Images and Messages; Dochas;
http://www.deeep.org/fileadmin/user_upload/downloads/Code_of_Conduct/Guide_to_the_Code_Of_Conduct.pdf
- ✓ Literature review: The South through the northern eye; ACIC;
<http://www.acic-caci.org/ethicalimages/downloads/LiteratureReview.pdf>
- ✓ How to write about Africa; Binyavanga Wainaina;
<http://www.granta.com/Magazine/92/How-to-Write-about-Africa/Page-1>
- ✓ The pitfalls and consequences of development pornography; Rotimi Sankore; <http://www.globalenvision.org/library/8/766>