

Eseji o deontologiji, medijima i oblikovanju mišljenja javnosti

Vrsta: Seminarski | Broj strana: 28

O etici

Etika je filozofska disciplina koja ispituje moral i izvor morala, te temeljne kriterije za vrednovanje ljudskog djelovanja i opšte ciljeve i smisao moralnih htijenja čovjeka. Moralni nepisani kodeksi, koji predstavljaju vrijednosnu svijest određenog društva su kriteriji u kome to društvo živi. U etici se može zastupati eudemonizam, hedonizam, perfekcionizam, altruizam i egoizam, kao posebni filozofski pojmovi i struje u moralnim kodeksima društva i individue. Ako je, uslovno rečeno, umjetnost osjećanje lijepog, etika je osjećanje dobrog i vrednovanje kriterija za uspostavu granice dobrog i lošeg. Etika je zapravo nauka ili filozofska disciplina koja proučava moral. Moral je osjećanje granice dobrog i lošeg.

Budući da komunikacija postoji sa pojavom živog svijeta, a umjetnost i moral sa pojavom čovjeka, poimanje dobrog i lijepog svojstveno je samo čovjeku. Način na koji ih čovjek poima ovaploćuje se kroz komunikaciju, jer je ona jedini način opstanka i uključivanja individue u društvo. Čovjek istorijski gledano, komunicira u sljedećim fazama: govor, pismo, elektronika.

Najraniji oblik ispoljavanja pojma dobrog nalazimo u govoru i jedan od primjera je zakletva, kojom čovjek štiti istinu. Etika javne riječi je upravo normativna etika (ona koja utvrđuje šta je vrijednost) u odnosu na teorijsku, koja se bavi posmatranjem, analizom i razumijevanjem moralnog fenomena. Dakle, etika se ovaploćuje kroz komunikaciju.

Pitanje etike svodi se na pitanje obaveze i dužnosti, koje mogu biti: prirodne (održanje vrste), istorijske (podložne promjenama i poimanju datog vremenskog trenutka), običajne (koje nisu normirane, ali pod uticajem tzv. "mnijenja mrtvih koje pritišće glave živih" i veoma sankcionisane) i kulturne (koje su najmanje normirane i najmanje sankcionisane). Dužnosti se ostvaruju djelovanjem čovjeka. Gdje leži odgovornost? U dužnosti, djelovanju ili efektima djelovanja? Komunikaciona etika najviše razmatra efekte djelovanja, dok kontekstualna ulazi dublje unutar procesa komunikacije.

Kolika je moć medija u kreiranju realnosti i koje su norme novinarske deotologije? Smatra se da su sedam smrtnih novinarskih grijeha: plagijat, podmićivanje, sukob interesa, prikrivanje informacija, prevara, napad na privatnost i ideološka agažiranost. Kaže se da novinar treba da vidi i treću stranu novčića koji se vrti u zraku. Svi ovi zahtjevi postavljaju se samo pred medije, a ne i konzumente, i svi uključuju samoregulaciju na nivou glagola "trebati". Nećemo ni pitati da li je to tako u stvarnosti, već da li je moguće da se zahtjevi postavljeni pred proizvođača informacija ostvare.

Da li postoji istina, pa bila ona i naučna istina? Ako ne postoji apsolutna istina, ko onda određuje granicu istinitosti neistine. Najbolji argumet ovoj tezi predstavlja novinarski patriotizam, i granica sa patriomanijom koja kulminira ratom. Pojmovi vezani za moral, jedinstvenu odliku humanog, su istina, mir, pravda. Nisu li te kategorije ovaploćene samo na nivou osjećanja, a ne apsoluta? I koje zahtjeve postavljamo pred medije koji se obraćaju zapadnoj civilizaciji u čijoj istoriji su rat, pokolj i krađa glavni likovi?

----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE PREUZETI NA SAJTU. -----

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com