

*** Ovde unesite naziv Vaše škole ili fakulteta**

SEMINARSKI RAD

Tema:

Kršenje etike u štampanim medijima

Mentor:
***ime i prezime**

Student:
***ime i prezime**

Maj, 2011.

Samo su dve stvari beskrajne, svemir i ljudska glupost. Za svemir nisam siguran.

Albert Einstein

Iako se sa sigurnošću može prihvatiti tvrdnja da mediji značajno utiču na svakodnevni život društva i pojedinca, ipak ne postoji saglasnost među komentatorima, kritičarima, naučnicima i publikom o tome KAKO zapravo mediji ostvaruju svoj uticaj. Dva najvažnija naučna pitanja - kako mediji utiču na ljude i na koji način ljudi koriste ono što im mediji pružaju, i pored brojnih naučnih objašnjenja, ostala su nerazjašnjena. Istraživanje i istorija ove problematike može da se sagleda iz dve perspektive: prva perspektiva za polaznu osnovu analize ima medijske tekstove i njihov uticaj na publiku druga perspektiva analizira načine na koje publika - čitaoci razumeju i koriste tekstove.

Prva paradigma, nastala još 1930. godine u studijama medija, bila je pod uticajem teorija biheviorističke psihologije i teorije društvene kontrole u industrijskim društvima. Osnovna pretpostavka ove paradigme bila je da mas-mediji imaju veliki i odlučujući uticaj na bespomoćnu publiku. Iz desničarske perspektive - ova pojava je posmatrana kao pretnja tradicionalnom sistemu društvenih vrednosti i uticaju elite. Levičari su ovu pojavu posmatrali kao još jednu mogućnost manipulacije širokim narodnim masama od strane elite. Ostalo je teško dokazati glavnu tezu ove paradigme da se publika zaista može smatrati pasivnim posmatračem moćnih medija.

Mnogi istraživači su pod uticajem funkcionalizma smatrali da mediji, u stvari zadovoljavaju određene potrebe publike i da se na taj način sami mediji i poruke koje oni emituju takmiče sa ostalim načinima "zadovoljenja potreba" publike. Drugim rečima, akcent je stavljen na individualni izbor i potpuno isti medijski tekstovi mogu biti različito shvaćeni i korišćeni u zavisnosti od pojedinca.

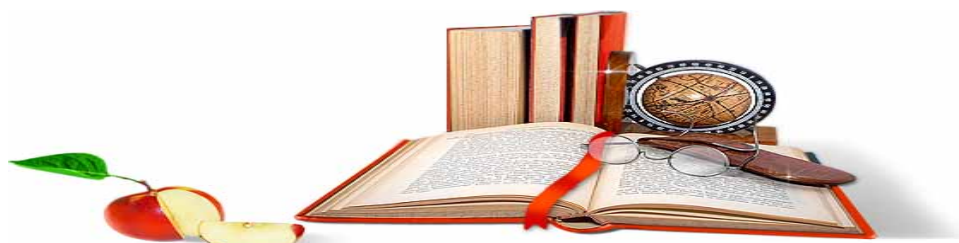
Velika promena u načinu gledanja na odnos mediji-publika nastala je sedamdesetih godina 20. veka. Za razliku od paradigmi koje se baziraju na uticaju i zadovoljenju potreba pojedinaca, analiza različitosti u interpretaciji tekstova bazira se na pretpostavljenom postojanju dominantnog sistema vrednosti i mere do koje publika prihvata ili ne prihvata idejne i kulturne kategorije. Rešenje pitanja "kako mediji utiču na ljude i na koji način ljudi koriste ono što im mediji pružaju", koje, u stvari, predstavlja staru teorijsku dilemu: "agens ili struktura" i "pojedinaac ili društvo" treba potražiti u potpuno drugačijoj teorijskoj perspektivi. Prihvatanjem Fukoove definicije pojma moć, odnosa moći i tehnologije, moguće je prevazići pomenutu istraživačku dilemu i razviti novi teorijsko-metodološki pristup koji omogućava istraživanje složenih odnosa i uzajamnih uticaja između teksta i čitalačke publike. Parafrazirajući Fukoa ako ta ista publika nema pravo na slobodan izbor, ako im se „servira“ određeni tip informacija, koje imaju skrivenu poruku i notu, onda treba da razmatramo odnose ropstva, a ne odnose moći.

Informacije su postale najjače oružje u ovladavanju globalizovanim svetom, a njima se danas ne širi istina, već ostvaruju pojedinačni interesi. Posebna pažnja se u novije vreme posvećuje pojavi Interneta, globalizaciji, umrežavanju i porastu količine informacija koje se "prihvataju zdravo za gotovo", bez jasne svesti koje se namere i interesi iza njih kriju. Korisnika informacija najčešće je nesvestan činjenice da medijima nije cilj širiti istinu, već dati viđenje koje odgovara gospodarima medijskog prostora. Vlasnici medija koriste medijski prostor za

**---- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU WWW.MATURSKI.NET ----**

**[BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI TEKST](http://WWW.SEMINARSKIRAD.ORG)
RAZMENA LINKOVA - RAZMENA RADOVA
RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJALI.**

**WWW.SEMINARSKIRAD.ORG
WWW.MAGISTARSKI.COM
WWW.MATURSKIRADOVI.NET**



NA NAŠIM SAJTOVIMA MOŽETE PRONAĆI SVE, BILO DA JE TO [SEMINARSKI](#), [DIPLOMSKI](#) ILI [MATURSKI](#) RAD, POWERPOINT PREZENTACIJA I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJAL. ZA RAZLIKU OD OSTALIH MI VAM PRUŽAMO DA POGLEDATE SVAKI RAD, NJEGOV SADRŽAJ I PRVE TRI STRANE TAKO DA MOŽETE TAČNO DA ODABERETE ONO ŠTO VAM U POTPUNOSTI ODGOVARA. U BAZI SE NALAZE [GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RADOVI](#) KOJE MOŽETE SKINUTI I UZ NJIHOVU POMOĆ NAPRAVITI JEDINSTVEN I UNIKATAN RAD. AKO U [BAZI](#) NE NAĐETE RAD KOJI VAM JE POTREBAN, U SVAKOM MOMENTU MOŽETE NARUČITI DA VAM SE IZRADI NOVI, UNIKATAN SEMINARSKI ILI NEKI DRUGI RAD RAD NA LINKU [IZRADA RADOVA](#). PITANJA I ODGOVORE MOŽETE DOBITI NA NAŠEM [FORUMU](#) ILI NA

maturskiradovi.net@gmail.com