

## Etika na radiju

Vrsta: Seminarski | Broj strana: 42 | Nivo: FPN Banja Luka

UVOD 3

GLAVNI DIO 6

Radio novinarstvo – karakteristike 7

Značaj radija 8

O ETICI INFORMISANJA 10

Etika informisanja 10

Područje etike informisanja 12

ETIČKI KODEKSI 18

Međunarodni kodeksi 18

Minhenska deklaracija 19

RADIO I ETIKA 22

Radio, politika i manipulacija 22

Normativna etika i radio 28

Iskustva zemalja bivše Jugoslavije u donošenju i poštovanju kodeksa 31

Etika u radio produkciji 35

Programski i funkcionalni aspekti etike u radio produkciji 35

Izražajna sredstva (govor, muzika) i produkcione forme u radio produkciji 37

ZAKLJUČAK 40

LITERATURA 42

UVOD

U ovom radu centralna tema će biti etički standardi u radio novinarstvu, ali i etički standardi uopšte.

Radio kao „najromatičniji“ medij ima svoje specifičnosti, ali etika na radiju ima isto mjesto kao i kod ostalih medija, a to mjesto je, uz poštovanje istine, centralno.

Zbog čega je potrebno posvetiti pažnju ovoj temi? Iz prostog razloga što, ukoliko bilo koji novinar, na bilo kom mediju ne poštuje etičke standarde, on ne nanosi ljagu samo na svoje ime, već na obraz cijele profesije. Novinarska etika nije samo skup imaginarnih normi kojih se pridržavaju „pravi“ novinari već i mehanizam zaštite profesije, tj. „nešto“ na šta se novinar štiteći sebe, izvore i profesiju može pozvati u bilo kom trenutku. Novinarska etika takođe sprečava novinara da svoj rad ograniči autocenzurom o kojoj se sve više priča na našim prostorima.

Domaće radio stanice, kako javne, tako i komercijalne nemaju interne kodekse kakav je slučaj sa stranim stanicama, ali je pohvalno što javni servisi koliko-toliko samoregulišu svoj rad, dok to nije slučaj sa komercijalnim stanicama.

Postavlja se pitanje, gdje se radio nalazi danas? „Danas su prezentacione forme radija podređene u odnosu na druge medije. Info-radio je novootkriveni adut. Informativni i biznis radio obogatili su ponudu programa. U javnim medijima se to slabije zapaža, ali radio je postao medij u kome dominiraju zabava i informacije. Time je imenovana najvažnija razlika između štampanih medija i radija.

Većina priloga traje manje od tri minuta. Informacije radi: u jednom minutu emituje se dvanaest do petnaest redova otkucanog teksta. Po dužini, ali i po informativnoj dubini, skoro da i nema priloga prelaze dva novinska stupca. Osim toga, radio je postao slušan „uz put“. Mi radiju u toku dana posvećujemo nešto više vremena nego televiziji, ali samo u rijetkim trenucima naša pažnja je nepodeljena. Jer mi peglamo, kuvamo, peremo zube ili se probijamo automobilom kroz saobraćajnu gužvu i sve vreme slušamo radio“ .

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

[www.maturskiradovi.net](http://www.maturskiradovi.net)

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: [maturskiradovi.net@gmail.com](mailto:maturskiradovi.net@gmail.com)