

ETIKA, MEDIAT DHE REKLAMA NË MAQEDONI – NJË KONCEPT I KUNDËRT?! MEDIAT DHE REKLAMAT NË MAQEDONI – KONCEPTE JASHTË ETIKËS NJERËZORE

Agron Kurtishi

Faculty of Law, State University-Tetova, Macedonia

E-mail: agronkurtishi@yahoo.de

Abstrakt

Reklama në televizion është një element shumë i rëndësishëm për shtëpitë mediatike, të cilat përfitimet kryesore i marrin nga vetë reklama dhe njëfarë përparësie të vogël mund të ketë edhe për konsumatorin, i cili informohet për produktet e ndryshme. Reklama nëpër shtete multietnike mund të ketë probleme etike në shfaqjen e saj, probleme këta, që nga mediat rrallë merren parasysh por për konsumatorët shfaqja e reklames problematike për një kohë të gjatë mund të sjellë probleme të natyrave të ndryshme si frustracion, dezorientim, përkatesi, probleme kulturore etj. Nëse shteti i Maqedonisë synon të jetë një shtet multietnik atëherë ky synim është në një kontradiktë të fortë me mediat dhe në veçanti me reklamën. Nëse problematikat e tjera të këtij shteti reflektojnë direkt në shoqëri dhe si pasojë edhe reagimi është i shpejtë, problemet etike nëpër media futen në mënyrë të fshehur në shoqëri. Ata ndikojnë ngadalë por sigurtë. Reagime? Nuk ka, pasi mediat e trajtojnë këtë sikur e gjithë kjo problematikë të mos jete problematike dhe në fund duket sikur është e vetëkuptueshme. Meqë mediat ndiqen çdo ditë dhe me këtë ndikojnë çdo ditë në natyrën njerëzore, atyre do të duheshite tju kushtohet më shumë rëndësi në aspektin e etikës. Le të themi që kodet etike të mediave të mos mbesin vetëm në letër, por të implementohen dhe të zbatohen në praktikë sepse vetëm kështu do t'i bëjnë mirë shoqërisë, e cila, mbi të gjitha, rrezikohet çdo ditë e më shumë nga përdorimi i mediave.

Key Words: *ethik, media, television, advertising, macedonia, impact*