LANA PAVLOVIĆ-ALEKSIĆ

Univerzitet u Beogradu, Filozofski fakultet, Beograd

UDK 316.774:171/172
316.774:37.034

PRAGMATIČNI INFORMACIJSKI NEOPLATONIZAM (PIN) KÔD ETIČKE AKCIJE

Apstrakt: *Tekst postavlja i analizira dve teze. Prva se odnosi na tvrdnju da je u društvenim naukama i u formalnom, tj. institucionalnom smislu neophodno klasifikovati medije kao obrazovne sisteme. Druga je da se etičnost medijskih sadržaja dugoročno i održivo unapređuje jedino kontinuiranom etičkom akcijom usmerenom na onu vrstu obrazovnih programa za decu i omladinu koji učenje vrlinama i o vrlinama tretiraju kao oblik pismenosti. Strateško obrazovno-informacijsko polazište etičke akcije nazvali smo **p**ragmatičnim **i**nformacijskim **n**eoplatonizmom (PIN). Zaključeno je da interdisciplinarnost i simultana instrumentalizacija školskih i medijskih obrazovnih sistema sa ciljem da razvijaju vrline, stvara sadržinski, a sukcesivno i formalni preduslov za uspostavljanje ciklusa sumarnih aksioloških procesa koji će dovesti do strukturalnih promena u prirodi medija i društva.*

Ključne reči: *vrlina, moral, etička akcija, informacija, mediji, obrazovanje*

Basna ili bajka?

Na obali reke stajao je škorpion i kada je naišla žaba, zamolio je da ga prenese preko reke. “Bojim se da ćeš me ubosti”, rekla je žaba. “Ako te ubodem, oboje ćemo se udaviti”, odgovorio je škorpion i tako ubedio žabu da ga uzme na leđa. Zaplivala žaba sa škorpionom na leđima, a kada su bili na sredini reke, ona oseti smrtonosni ubod. “Zašto si to uradio?” pitala je žaba užasnuta. “To je nemoralno! Obećao si da me nećeš povrediti!” “Nije to pitanje morala”, odgovorio je škorpion. “To je jednostavno moja priroda.” Basna nepoznatog autora, koja je bila neopravdano pripisi-

vana Ezopu (Aesop), prenosi nam davnašnje, ali i danas prisutno poimanje odnosa morala i prirode. Uzroke nesrećnog ishoda odmah uočavamo, sa jedne strane ih vidimo u neznanju, a sa druge u nagonskoj prirodi. Sigurno je da bi žabino poznavanje prirode škorpiona, jednako kao i škorpionovo ovladavanje vlastitim nagonima, moglo da dovede do preokreta i da basnu preobrazi u bajku. Naše naravoučenije: sjedinjeni u neznanju i primarnim nagonima tonu!

Etika i akcija

Upotrebljivost, podesnost i zadovoljavanje neke potrebe prilikom proizvodnje i/ili konzumacije medijskih sadržaja možemo vrednosno okarakterisati kao prodaju i/ili kupovinu ideala i dobara. Ideale u ovom kontekstu posmatramo kao svesno izabrane predstave o tome šta treba da rukovodi naše delovanje,[1] a dobra ovde nose ekonomsko značenje. Mediji ovaj dvostruki vrednosni izvor intenzivno eksploatišu. Oba izvora imaju *instrumentalnu* vrednost, što znači da predstavljaju sredstva pomoću kojih se dolazi do onoga što smatramo *višim* vrednostima (stvaranje boljeg sveta, zadovoljstvo samostvarenja, nova otkrića, bogatstvo, slava ili možda jednostavno produkcija najpopularnijeg programa, pisanje najčitanije kolumne), ali *viša* vrednost je uvek u univerzalnom značenju *moć.* Matematički postavljeni osnovni obrasci delovanja medija izgledaju ovako: ideali+dobra=moć. U društvenim naukama to je ekvivalent za najprostije aritmetičke radnje zbrajanja. Definisaćemo ideale i dobra kao instrumente i zaključiti da su mediji zasnovani na instrumentalnim vrednostima. U instrumentalnoj postavci odnosa unutar masovnih medija pre svega nam se nameću pitanja – ko instrumentima upravlja (instrumentalizacija moći), šta njima proizvodi (instrumentalizacija vrednosti) i ko koristi proizvode (opet instrumentalizacija moći)? Odgovor na prvo i treće pitanje je *čovek*, a između dva čoveka kao odgovor stoji *informacija*. Informacija kao posrednik, sama po sebi, isključivo i jedino zavisi od čoveka, a ambivalnentna pozicija instrumentalne i više vrednosti proizvođača i primaoca dovodi nas u polje relativiteta. Kulturni relativizam je za nas posebno za-

[1] Regenborgen A., Majer U., *Rečnik flozofskih pojmova*, Beograd 2004, str. 200.

nimljiv jer nameće uverenje da ne postoje od kulture nezavisni standardi za donošenje vrednosnog suda, budući da sva društva imaju sebi svojstvene moralne kôdove. Relativitet se prema tome, može uočiti kako u oblicima instrumentalizacije tako i u narativnim varijacijama viših vrednosti. Međutim, mahanje belom zastavicom kulturnog relativizma i vegetiranje na osnovama transcendentalnosti etike, iako dijalektički ispravno, a veoma dobrodošlo autoritarnim, nedemokratskim sistemina, inhibira ono što bismo nazvali *etičkom akcijom.*[2] Akcija je ovde mišljena u svom etimološkom značenju kao postupanje, preduzimanje praktičnih mera. Iako *etička akcija* ima različite značenjske nivoe i može da podseti na filozofske tradicije koje moral posmatraju kao nizove pravila sličnih zakonima (kantijanizam i utilitarijanizam), sintagma se u našem slučaju vezuje za praktično delovanje obrazovnih sistema (škole i mediji) i sledi tradiciju koju je "probudila" Elizabet Enskambi (Elizabeth Anscombe),[3] a koja vraća vrlinu među filozofske teme 20. veka. Sprovođenje bilo koje akcije zahteva razloge. Zbog toga su razvijene "teorije" ispravnosti i obaveza, ali i moralno znanje i moralno opravdanje. Potreba za redom, individualnim i društvenim konstruiše se uvođenjem pravila i uputstava koji bi bili u skladu sa univerzalnim vrednosnim kodovima ili standardima. Međutim, prema Džejmsu Rejčelsu[4] (James Rachels), individualna hijerarhija vrednosti nije ništa više od izražavanja naših subjektivnih osećanja, drugim rečima: ne postoje univerzalne, objektivne, moralne činjenice. Ipak, prihvatanje etičkog subjektivizma kao opravdanja za određeni način delovanja nikada u istoriji društva nije bilo samo po sebi održivo niti prihvatljivo, osim ukoliko je bilo naslino nametnuto sa pozicija moći. Obično nam nije dozvoljeno da se ponašamo samo onako kako "osećamo". Formiranje zajedničkih vrednosnih standarda za medije i publiku postavlja se kao teško ostvariv ili nemoguć zadatak

2 Ponte P,. Behind the Vision, Action research, Pedagogy and Human Development, in: *An Ethical Approach to Practitioner Research, Dealing with issues and dilemmas in action research,* eds. Campbell A., i Groundwater-Smith S., New York 2007, str. 144–161.

3 Anscombe G. E. M., Modern Moral Philosophy, *Philosophy* 33, 1958, str. 1–19.

4 Rachels J., *The Elements of Moral Philosophy*, New York 1993, str. 76.

ukoliko ih posmatramo kroz prizmu njihovih ciljeva i, načine oblikovanja, i ukoliko etički transcendentalizam, subjektivizam i kulturni relativizam postavimo kao premisu. Zato je, pored pravne regulative i profesionalnih etičkih kodeksa, neophodno tražiti preventivno polazište koje će omogućiti praktično sprovođenje etičke "regulative" iznutra. Uspostavljanje etičkih standarda bilo kojeg tipa često se, međutim, suprostavlja našim instinktima, kojima čuvamo vlastite interese. Upravo zbog toga društvena stimulacija i izgradnja naših osnovnih sistema vrednosti treba da se odvija u onom razvojnom periodu u kojem čovek razvija svoje instinkte i nesvesne radnje. U tom smislu, naš je stav na liniji etičkog intuicionizma,[5] i to epistemološkog, koji svoje osnovne príncipe postavlja u odnosu prema znanju, a nama je ovde u fokusu znanje o vrlinama.[6]

Forma i sadržaj

Prema Dirkemu (E. Durkheim) i Mosu (M. Mauss), *svetovna* (tehnička, deskriptivna) i *simbolička* (ritualna, eksplikaciona), kognitivna i kulturalna sredstva koja su nam na raspolaganju ne pružaju našoj percepciji mogućnost razlikovanja društvenog od ne-društvenog konteksta. Suštinsko odvajanje medijskog i ne-medijskog konteksta, ili komunikacionog ili nekomunikacionog, nije moguće. Mediji i njihova "… virtuelna mesta postoje u vremenu i prostoru i njihovo prisustvo se u potpunosti može iskusiti preko njihovih virtuelnih stanovnika".[7] Formalno gledano, podela pojedinaca i društvenih grupa u profesional-

5 Audi R., *Moral Knowledge and Ethical Character*, New York 1997, str. 40–56.

6 James C., Davis K., Flores A., Francis J.M., Pettingill L., Rundle M., Gardner H, Young *People, Ethics, and the New Digital Media: A Synthesis from the GoodPlay Project,* Cambridge MA, 2009. Istraživanje koje je sprovela gupa naučnika sa "Harvard Graduate School of Education" pokazalo je da aktivno i pasivno učešće mlade populacije u medijskim aktivnostima aktivira pet ključnih tema, a to su: identitet, privatnost, vlasništvo, autorstvo, verodostojnost i učešće. Iako se ovde nećemo baviti ovim temama ističemo ih kao površinske, antropomorfne nivoe značenja preko kojih se mogu povezati konceptualni, dakle suštinski nivoi značenja vrline, sa figurativnim značenjem i smislom koji vrlina dobija u medijskim praksama.

7 Bošković A., Virtual Balkans: Imagined Boundaries, Hyperreality and Playing Rooms*, Série Antropologia,* Brasilia, 1999, str.9.

nom i kulturalnom smislu je realnost. Formalna podela je rezultat našeg kognitivnog ustrojstva, koje proizvodi potrebu za klasifikacijom[8] podataka. Prema tome, pronalaženje sistemskih rešenja ne može se odvijati na fomalnom nivou, već isključivo na suštinskom, to jest strukturalnom, dakle onom koji poseduje najveći stepen univerzalnosti. Osnovna univerzalna jedinica koja je nosilac sistema vrednosti i etičkih principa medijskih sadržaja jeste čovek, tj. individua kao društveno biće, a ne mediji kao formalne jedinice društvenih sistema. Opisivanje i objašnjavanje medijskih sadržaja je zato nezamislivo bez proučavanja strukture pojedinca i društva. Smatramo zato, da se izgradnja sistema vrednosti koje indukuju mediji, odvija indvidualnim oblikovanjem svakoga od nas. Prethodnim konstatacijama "izmišljali smo toplu vodu". Iako je opšte poznato gde "topla voda" izvire, mi smo još uvek žrtve "hladnih tuševa" medijske kulture i medijskih sadržaja. Tokom istorije u teoriji i praksi, neospornom se pokazala činjenica da je sposobnost čoveka za usvajanje društvenih normi i znanja najsnažnija u trenutku kada se rodi. Da bismo potkrepili ovu tvrdnju podsetićemo se na nekoliko stotina primera *vučje dece.*[9] Deca koja su pronađena u divljini i uvedena u ljudsko društvo čine veliku grupu dokaza da, nakon usvajanja određenog oblika ponašanja i određenih navika u najranijem životnom dobu, nije moguće u značajnoj meri izmeniti, to jest unaprediti i podići na viši nivo one sposobnosti koje bi im omogućile da se u potpunosti integrišu u ljudsko društvo. Ova paralela nam je važna za isticanje suštinske i presudne uloge obrazovanja, komunikacijskih sistema i virtuelne realnosti, koje ljudi stvaraju, organizuju, proizvode i prenose najmlađoj populaciji. S druge strane, ovim se ukazuje na činjenicu da ukoliko pojedinac nema mogućnosti za blagovremeno (a to je u najranijem životnom dobu) usvajanje određenog sistema vrednosti, etički profesionalni kodeksi neće na njega imati odgovarajući uticaj. Kada govorimo o potrebi za višim stepenom etičnosti medija, to znači da novinar, urednik televizijskog programa, autor reklama, reditelj, scenarista ili producent neće moći da

8 Rapport N., Overing J., *Social and Cultural Anthropology, The Key Concepts*, Oxon 2007, str. 43–51.

9 FeralChildren.com, 28. april 2010., http://www.feralchildren.com/en/index.php

nauči, to jest usvoji etički profesionalni kodeks ukoliko tokom svog primarnog obrazovanja i vaspitanja nije na nesvesnom nivou usvojio određene vrline i potom moralne stavove. Potencijal individue za etičku refleksiju[10] gradi se na pozitivnom učenju vrlina i pozitivnim praksama. Kao što vučja deca skidaju odeću koja im je ulaskom u ljudsko društvo nametnuta, obično u trenucima kada ih niko ne gleda, to jest kada misle da njihovo "neprimereno" ponašanje neće biti sankcionisano ili osujećeno, tako će svaki čovek bez vrlina i moralnog vaspitanja, pa i onaj koji radi u medijskim industrijama "skinuti" masku etičkog kodeksa kad god se za to ukaže dobra prilika i "ubosti" onog koji ga na "leđima nosi". Ponašaće se kao škorpion na leđima žabe, što se ovde u najprostijem smislu može okarakterisati kao neinteligentno. Nagoni, instinkti, intuicija, refleksije, upravo sve ono što snažno utiče na indvidualno i kolektivno "nesvesno" delovanje, određuje oblike i načine kojima ćemo ostvarivati i zadovoljavati naše potrebe.

Mi smo prvi sadržaj medija

Instrumente za ostvarivanje onoga što na individualnom nivou smatramo višim vrednostima biramo na osnovu primarno stečenih znanja o društvu i njegovom razvoju. Medijski sadržaji i škola direktno i indirektno prenose ta znanja. Mediji čine to intenzitetom koji je u svojim virtuelnim konstruktima uticajniji od školskih obrazovnih sistema. Termin "obrazovni sistemi" ovde podrazumeva sve one društvene oblike koji na organizovan način, sistematično i tokom dužeg vremenskog perioda utiču na naš razvoj i uspostavljanje individualnog sistema vrednosti. Svi mediji, usmena predanja, muzika, likovne umetnosti, svi oblici primenjene umetnosti, književnost, pozorište, novine, radio, televizija, kinematografija, internet i druge podgupe, "frakcije" i "derivati" medija, imaju svojstva koja ih svrstavaju u obrazovne instrumente. Strukturu i sadržaj obrazovnih sistema (školskih i medijskih) uspostavljaju odrasli, formirani ljudi, koji svoje vrednosno nasleđe ugrađuju posredno i neposredno u obrazovanje mladih. U ovom smislu se kao jedan od problema javlja prevazilaženje negativnog uticaja

[10] Audi R., *Moral Knowledge and Ethical Character*, New York 1997, str. 73–80.

odrasle populacije na pozitivan moral novih generacija. Problem prenošenja negativne tradicije se kroz istoriju, do danas, pokazao gotovo nepremostivim za turbulentna društva. Politička i socijalna previranja, siromaštvo, ratovi i kriminal predstavljaju narative koji se u nekim društvima prenose sa "kolena na koleno".[11] U nestabilnim društvima preduslov za uspostavljanje dugoročne stabilnosti i razvojnog kontinuiteta je kapacitet društvenih "elita" da sagledaju potrebu za akcijonom etikom i potom se opredele za efikasan put kojim će ta akcija biti sprovedena. Kao što se vlaga u kućama na močvarnom zemljištu ne rešava prostim krečenjem i popravkom krova, tako se nestabilna društva ne mogu preobraziti u stabilna jednostavno izgradnjom infrastrukture i dekorativnim, materijalnim, to jest formalnim sredstvima, a što je upravo stereotip političkih akcija lidera ovakvih društava. Pregled viševekovne političke istorije zemalja jugoistočnog Balkana[12] daje varijacije primera kontinuiteta turbulentne, nepomirljive i nesavesne politike. Univerzalni razlog za ovakvo stanje pronalazimo u niskoj koncentraciji vrlina i moralnih osobina koje elite ovakvog tipa društva poseduju. Čovek i čitav živi svet jesu suštinski sadržaji. Sva materijalna čuda i pronalasci ovog sveta čine formu našeg postojanja i potrebni su nam (izuzev onih koji nas uništavaju), a održivost civilizacije se temelji na sadržajima koje mi kao ljudi stičemo, nosimo u sebi i materijalizujemo. U društvima koje karakteriše propadanje nalazimo inverznu postavku prethodnih konstatacija. Dekadentna društva i pojedinci svoj materijalni i raspoloživi "intelektualni" kapital ulažu prevashodno u forme, a ne u sadržaje. U obrazovnim sistemima i komunikacionim praksama medija turbulentnih društava, začarani krug odsustva delotvorne etičke akcije nastaje, pre svega, što njima upravlja ista ona elita koja je društvo dovela u nestabilno stanje. Problem je upravo u tome što obrazovni sistemi i mediji imaju u savremenom društvu najveći kapacitet da kontekstualizuju sisteme vrednosti, osnovna prava, tradicije i verovanja i da katalizuju pozitivan razvoj duhovnih, intelektualnih i emotivnnih karakteristika društva. Upra-

[11] Konerton P., *Kako društva pamte,* Beograd 2002.

[12] Todorova M., *Imaginarni Balkan*, Beograd, 1998.; Krempton R. Dž., *Balkan posle drugog svetskog rata*, Beograd, 2003.; Pavlović K.S., *Istorija Balkana 1804-1945*, Beograd 2004.

vo su to razlozi zbog kojh je neophodno da budu strukturirani tako da razvijaju odgovorne individue. Sistematska irigacija moralnog blata vrši se isključivo obrazovnim, komunikacijskim i informacijskim kanalima. Ukoliko elita koja upravlja nekim društvom ne poseduje znanje o tome ili ne sagledava vrednost kapitala koji donosi moralni čovek, takvo društvo ima negativnu selekciju informacija na svim nivoima (u školama, u medijima, u međusobnoj komunikaciji). Poslovi ministarstava unutrašnjih poslova i ministarstava pravde fokusirani su i na ublažavanje posledica neadekvatnih informacijskih i komunikacijskih praksi. Prevencija je, međutim, uvek efikasnija i dalekosežnija od ublažavanja posledica. Sledstveno tome, valjana etička akcija podrazumeva sprečavanje geneze praksi koje su moralno razorne za društvo. Od izuzetne važnosti u ovom kontekstu je usvajanje generičke, to jest primarne semiotike medija, koja funkcije znakova i simbola medijske kulture interpretira kao obrazovne. *Nota bene*, najvažniji sadržaj je onaj koji se nalazi u nama. To znači da oblikovanje bilo kog medijskog sadržaja započinje sa našim rođenjem. Istovremeno, to je onaj sadržaj koji će stvarati budući medijski profesionalci, ali i onaj koji će bilo koji pojedinac materijalizovati prenoseći informacije o svom sistemu vrednosti. Mediji i studije medija se u stručnoj literaturi načelno povezuju i analiziraju u kontekstu sa popularnom kulturom (kulturnim industrijama – industrijama zabave), čiji je zajednički imenitelj komercijalna kultura i održivo ulaganje u medijski proizvod. Potrebno je zato celokupni sistem sagledavanja medijske kulture premestiti na višu ravan društvenih nauka. Ovo bi istovremeno podrazumevalo veći stepen interdisiplinarnosti i u inicijalnom smislu tešnje povezivanje pedagogije sa studijama medija i kulture. Na ovakvim osnovama razvoj etike medija bi imao vidljive rezultate i, što je posebno značajno, dobri sistemi vrednosti usađeni takoreći kao instinkti dali bi više slobode kreativnom stvaralaštvu.

Vrline – prvi narativ medijskog bića

Ako za premisu uzmemo ono što su društvene nauke usvojile kao doktrinu, a što je Platon u svojoj ontologiji postavio, a to je da je čovek društveno biće, time izvlačimo još jedan argument u prilog našoj tvrdnji da je ključ izgradnje i uspostavljanja reda u in-

dividualnim i društvenim sistemima vrednosti potrebno tražiti na primarnom nivou, tj. u komunikacijskim praksama usmerenim ka individui, a prvo, pre i na početku svega – dečjoj individui. Osnov za etičko postupanje Platon i Aristotel videli su u posedovanju vrlina. Prema stavu ovih antičkih filozofa, prvo pitanje na koje treba da se dâ odgovor o etičkom postupanju nije: "Kako se ispravno postupa?" ili "Kako se ispravno radi?" – čime se u savremenom društvu bave profesionalni etički kodeksi, već "Koje osobine čine nekoga dobrim čovekom?" – čime se bave ili bi trebalo da se bave porodica i obrazovni sistemi društva, u koje su ili bi trebalo, kako smo prethodno konstatovali, da budu uključeni i mediji. Iako odgovor na ovo ključno pitanje može da varira u zavisnosti od kulturalnog konteksta, pored varijable, postoji i konstanta univerzalnih vrlina koje se vezuju za univerzalni ljudski identitet.[13] Sokrat je verovao da precizno poznavanje definicija etičkih ideja čini ljude moralno boljim.[14] Platon je definisao vrlinu (αρετή, arete) kao "*najbolje određenje; stanje moralnog stvorenja koje je samo po sebi hvale vredno; stanje na osnovu kojeg se onaj koji poseduje to stanje naziva dobrim; ispravno sagledavanje zakona; određenje na osnovu kojeg se kaže da je onaj koji je određen potpuno savršen; stanje koje proizvodi odanost zakonima*".[15] Ovakva polazišna postavka bi i danas trebalo da predstavlja osnovu za sprovođenje etičkih akcija u svim društvenim organizacijama koje direktno i indirektno odgajaju decu i omladinu i koje ostvaruju snažan uticaj na odraslu radno-aktivnu populaciju. Profesionalna etika medija, kako god dobro bila regulisana, i koliko god bili principijelni i strogi sistemi sankcionisanja nepoštovanja profesionalne etike, ne može rešiti ili nadomestiti nedostatak osnovnih ljudskih vrlina. Pregledom spisa o moralnim i etičkim pitanjima može se doći do različitih spiskova vrlina. Odabrali smo kompilaciju koju je napravio Džejms Rejčels u knjizi *Elementi moralne filozofije* i koja nam se učinila korisnom i primerenom za savremeni kontekst.[16]

[13] Parekh, B., A *New Politics of Identity, Political Principles for an Interdependent World,* Hampshire 2008.

[14] Cooper M. J., and Hutchinson D. S., (eds.), *Plato Complete Works*, Indianapolis 1997, str. 873.

[15] Ibid., 1679.

[16] Rachels J., *The Elements of Moral Philosophy*, New York, McGraw-Hill, 1993, str. 163.

1. dobronamernost,
2. učtivost,
3. sažaljenje,
4. savesnost,
5. hrabrost,
6. pristojnost,
7. pouzdanost,
8. poštenje,
9. prijateljstvo,
10. velikodušnost,
11. iskrenost,
12. marljivost,
13. pravičnost,
14. odanost,
15. umerenost,
16. razboritost,
17. samopouzdanje,
18. suzdržanost,
19. samodisciplina,
20. samouverenost,
21. taktičnost,
22. obazrivost,
23. tolerantnost.

Uverenja smo da se deo odgovora na pitanje o razlozima odsustva etičke akcije koje dovodi do dugoročne nestabilnosti određenih društava, a koje je u savremenom društvu direktno povezano sa delovanjem medija, može pronaći u "dijagnozi" moralne miopije, a ona nastupa usled nedostatka vrlina. Minet Dramvrajt i Petrik Marfi (Minette Drumwright and Patrick Murphy) skovali su frazu moralna miopija[17] (kratkovidost) da bi opisali etički odnos određenog broja ljudi koji rade u marketinškim industrijama. Moralna miopija je iskrivljeni moralni pogled koji može da varira od kratkovidosti do gotovo potpunog slepila i utiče na moć osobe i da primeti postojanje etičke dileme. Ona sprečava da se moralna ili etička

[17] Drumwright M.E., and Murphy P. E., "How Advertising Practitioners View Ethics: Moral Muteness, Moral Myopia, and Moral Imagination," *Journal of Advertising*, 33 (2), str. 7–24.

pitanja nađu u fokusu. Što znači da ukoliko nemamo kapacitet, a kapacitet je, tvrdimo regulisan prisustvom ili odsustvom vrlina, da uočimo moralno pitanje, malo je verovatno da ćemo biti u mogućnosti da donesemo etički ispravnu odluku. Prosvetljeni vrlinom u detinjstvu, stičemo sposobnost za ispravnu refleksiju o sadržaju moralnog suda i moralnih principa, a etičku intuiciju kao rezultat te sposobnosti nosimo u svet odraslih.[18] Ne osporavajući važnost postojanja, razvoja i primene etičkih kodeksa, ovde skrećemo pažnju na činjenicu da su etički kodeksi obrazovno štivo koje već odrasle, formirane individue moraju da nauče. Ako se postavi pitanje da li je etičke kodekse moguće usvojiti bez posedovanja vrlina, odgovorićemo drugim pitanjem: da li je moguće pročitati knjigu ukoliko ne znamo da čitamo? Uz ovakvu paralelu, odgovor na prethodno pitanje izgleda lakše dokučiv. Poput govora i pisanja, vrline se od najranijeg životnog doba moraju učiti. Vrline svrstavamo u grupu onih *uslovljavajućih prethodnosti svih fenomena moralnog života*, kako je Nikolaj Hartman (Nicolai Hartmann) formulisao u svojoj *Etici* iz davne 1926. godine. Put ka uspostavljanju univerzalno primenjive i efikasne etike medija, koja će biti održiva i koja će doprinositi održivom razvoju globalnih i lokalnih društvenih praksi, treba da krene od onoga što ćemo ovde nazvati **p**ragmatičnim **i**nformacijskim **n**eoplatonizmom (PIN). Neoplatonizam kao filozofski sistem koji je u trećem veku naše ere nastao od elemenata Platonove i Aristotelove filozofije i orjentalnog misticizma, uzeli smo kao sastavni deo sintagme, budući da smo Platonovo i Aristotelovo učenje o vrlinama upotrebili kao osnov za pozicioniranje vrline u savremenom dobu. Moguću primedbu da smo se ovim ogrešili o kompleksnu filozofsku, teološku i istorijsku prirodu neoplatonizma obrazlažemo na sledeći način. Sintagmatski sklop koji spaja pragmatično (praktično, delatno, radno, sprovođenje u stvarnost) sa platonističkim, čije značenje u popularnoj kulturi nosi prizvuk nedokučivog i nedodirljivog ideala, namerno ističe mogućnost približavanja onoga što po stereotipnim obrascima zaključivanja smatramo nemogućim. Nadalje termin *informacijski* ovde istovremeno ima temporalno, sadržinsko i etimološko značenje. Obeležava

[18] O etičkoj refleksiji i etičkom intuicionizmu videti: Audi R., *Moral Knowledge and Ethical Character*, New York 1997, str. 74.

doba u kojem živimo, *informacijsko doba*, istorijski period koji je započeo u poslednjoj četvrini dvadestog veka i koji danas, 2010. godine, još uvek traje, sve njegove društvene manifestacije, kao i primarno značenje informacije kao samog čina informisanja i prenošenja znanja. Pragmatični informacijski neoplatonizam vidimo kao vrstu programskog kôda, koji artikuliše načine i oblikuje metode sprovođenja primarnog/neposrednog učenja vrlinama i sekundarnog/posrednog učenja o vrlinama, a koje treba da se odvija od rođenja i tokom odrastanja. Ovakav odnos prema vrlini može da se osloni i na fenomenološku filozofiju vrednosti, koja polazi od toga da "su vrednosti objektivno date i važe bezuslovno",[19] a njihovo uporište je u platonovom učenju. Učitavanje PIN-a trebalo bi da se uvede i sistematizuje u formalnom predškolskom i školskom obrazovanju i sadržajima koji stvaraju mediji. Nameće se odmah i pitanje metoda koji ne bi bio intervencionistički, to jest koji ne bi bio okarakterisan i odbacivan kao isključiv i doktrinaran. Ipak, ovde ćemo samo reći sledeće: ukoliko se učenje slova i brojeva može okarakterisati kao obrazovna doktrina, onda bi u istoj meri i na isti način to bilo i učenje vrlinama.

Ka bajkolikoj aksiologiji medijske komunikacije

Komunikacija je jedna od osnovnih formi kojom iskazujemo sadržinu našeg ljudskog delovanja. Sadržaj koji pojedinac ili društvo poseduje artikuliše oblike i načine komunikacije. U skladu s tim, komunikacija se razvija na sadržajima naučnih, ekonomskih i kulturalnih činjenica određenog prostornog i društveno-istorijskog konteksta. Raznorodnost i kvantitet komunikacije pripadaju carstvu formalnih uzroka, dok se kvalitet komunikacije koji oblikuje forme, strukturiše na sadržaju koji svako od nas poseduje. Ono što nazivamo masovnim medijima, danas na početku druge decenije dvadeset prvog veka, dominira u komunikacijskom prostoru društveno-istorijskog trenutka. Kvalitet medijske komunikacije zahteva definisanje i akciju, prevashodno zbog svog sadržinskog, kvantitativnog i kvalitativnog uticaja na totalne društvene činjenice. Definisanje podrazumeva pronalaženje, iščita-

[19] Regenborgen A., Majer U., *Rečnik flozofskih pojmova,* Beograd 2004, str. 88.

vanje osnovnog reda u medijskim informacijskim sistemima i klasifikaciju, to jest mapiranje konstantne postavke povezujućih uslova. Akcija podrazumeva dinamičke institucionalne mere izgradnje sistema vrednosti u pojedincu – detetu, a sledstveno tome, u društvu i medijima. Budući da polazimo od pretpostavke da je savremeno dete i savremeni čovek medijsko biće, simultana instrumentalizacija školskih i medijskih obrazovnih sistema radi razvijajnja vrlina, stvara sadržinski, a sukcesivno i formalni preduslov za uspostavljanje ciklusa sumarnih aksioloških procesa koji će dovesti do strukturalnih promena u prirodi medija i društva. Ne smatramo da je moguće učitati bajku u razvojne kôdove društva i medija, ali preovlađujuću težnju za bajkolikim jeste. Da bismo se približili takvom "narativu", potrebno je učitavanje PIN kôda putem obrazovnog etičkog aktivizma i veći stepen interdisciplinarnosti u procesima razvoja društva vrlina, znanja i kreativnosti.

LITERATURA:

Anscombe G. E. M., Modern Moral Philosophy, *Philosophy* 33, 1958.

Audi R., *Moral Knowledge and Ethical Character*, New York 1997.

Bošković A., Virtual Balkans: Imagined Boundaries, Hyperreality and Playing Rooms*, Série Antropologia,* Brasilia, 1999.

Cooper M. J., and Hutchinson D. S., (eds.), *Plato Complete Works*, Indianapolis, 1997, str. 8

Drumwright M.E., and Murphy P. E., How Advertising Practitioners View Ethics: Moral Muteness, Moral Myopia, and Moral Imagination, *Journal of Advertising*, 33 (2).

James C., Davis K., Flores A., Francis J.M., Pettingill L., Rundle M., Gardner H, *Young People, Ethics, and the New Digital Media: A Synthesis from the GoodPlay Project,* Cambridge MA, 2009.

Konerton P., *Kako društva pamte,* Beograd 2002.

Krempton R. Dž., *Balkan posle drugog svetskog rata*, Beograd 2003.

Parekh B., A *New Politics of Identity, Political Principles for an Interdependent World,* Hampshire 2008.

Pavlović K.S., *Istorija Balkana 1804-1945*, Beograd 2004.

Ponte P,. Behind the Vision, Action research, Pedagogy and Human Development, in: *An Ethical Approach to Practitioner Research, Dealing with issues and dilemmas in action research,* eds. Campbell A., i Groundwater-Smith S., New York 2007.

Rachels J., *The Elements of Moral Philosophy*, New York 1993.

Rapport N., Overing J., *Social and Cultural Anthropology, The Key Concepts*, Oxon 2007.

Regenborgen A., Majer U., *Rečnik flozofskih pojmova,* Beograd 2004, str. 200.

Todorova M., *Imaginarni Balkan*, Beograd 1998.

Internet izvori:

FeralChildren.com, 28. april 2010.,
http://www.feralchildren.com/en/index.php

Lana Pavlović-Aleksić
Beograd University, Faculty of Philosophy

PRAGMATIC INFORMATIONAL NEO-PLATONISM (PIN) CODE FOR ACTION ETHICS

Summary

This paper raises and analyses two theses. First has been put forward with the claim that it is essential to classify media, formally and institutionally, as educational systems. Second treats the contents of media ethics and argues that its continuing and sustainable improvement is to be carried out by continuous action ethics directed towads a particular educational programs for children and youth that categorize learning virtues and learning about virtues as a form of literacy. Strategic learning and informational postulate of action ethics we named Pragmatic Informational Neo-Platonism (PIN). In conclusion we argue that interdisciplinary and simultaneous instrumentalization of educational media and school systems with aim to develop virtues, create substantial and subsequently formal prerequisites that establish the circulation of summary of axiological processes leading to the structural changes in the nature of media and society.

Key words: *virtue, moral, action ethics, information, media, education*