

منشور اخلاق حرفه‌ای در رسانهها/ صدیقه ببران، هادی خانیکی، محبوبه آطه‌ریان / فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری / دوره 10، شماره 4، زمستان 1394، صص 16-7.

چکیده

در عصر امروز در سطح ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی رسانهها توانسته‌اند جایگاه مهمی کسب نمایند. به موازات گسترش کمی و کیفی وسایل ارتباط جمعی، ضرورت مقررات‌گذاری برای فعالان این وسایل آشکار شده است. تردیدی وجود ندارد که قوانین و مقررات برای برقراری نظم در هر عرصه‌ای لازم است، اما کافی نیست. تجربه نشان داده که در برخی امور (مانند رسانهها) علاوه بر استفاده از ابزارهای قانونی، باید به ابزارهای نظارت درونی توجه شود. زیرا این ابزارها با فعالان آنها متناسبتر است و افراد، خود را بیشتر ملزم به رعایت آن می‌دانند. یکی از این ابزارهای درونی خود نظام‌دهی در رسانهها، تدوین منشور اخلاق حرفه‌ای است. این منشور که توسط خود عوامل رسانه‌های تنظیم می‌گردد، نقش مهمی در دست‌آوردن اهداف رسانهها و عمل به رسالت‌های اجتماعی آنها دارد. این تحقیق به نظر بهیچ‌گونه در مورد رسانهها اشاره شده است و منشور اخلاقی رسانه‌های کشورهای مختلف مورد بررسی قرار گرفته است. هدف در بررسی حاضر، ضرورت تدوین منشور اخلاقی رسانههاست. بررسی‌ها نشان می‌دهد ضرورت حفظ اعتماد مخاطبان برای اصحاب رسانه مهم است. مدبران و عوامل رسانهها می‌دانند که تاچه اندازه رعایت اخلاق و قواعد کار حرفه‌ای در حفظ اعتماد مردم نقش دارد، از این رو خودشان و همتایان را برای نظارت و کنترل فعالان خود انتخاب می‌کنند، شواهدی که مانع فعالان آنها نمی‌شود و رسانهها را پاسخگو می‌نماید. بنابراین ضرورت تدوین منشور اخلاق حرفه‌ای از سوی رسانهها از اهمیت زیادی برخوردار است.

کلیدواژه‌ها: اخلاق، رسانه، منشور اخلاق حرفه‌ای.

[دانلود کامل مقاله](#)