

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



پایان نامه کارشناسی ارشد رشته رادیوگرایش تهیه کنندگی

آسیب شناسی اخلاق حرفه‌ای در برنامه‌سازی رادیویی
از دیدگاه کارشناسان رسانه رادیو

مهر آسا معصوم‌علی

استاد راهنما

دکتر محمدقلی میناوند

استاد مشاور

طاهره جعفری

زمستان ۱۳۸۸

باسمه تعالی

تائیدیه اعضای هیات داوران حاضر در جلسه دفاع از پایان نامه کارشناسی ارشد

اعضای هیئت داوران نسخه نهایی پایان نامه خانم مهرآسا معصومعلی تحت عنوان نظری: آسیب شناسی اخلاق حرفه ای در برنامه سازی رادیویی از دیدگاه کارشناسان را از نظر فرم و محتوی بررسی نموده و پذیرش آن را با درجه بسیار خوب برای تکمیل کارشناسی ارشد پیشنهاد می کنند.

امضاء	رتبه علمی	نام و نام خانوادگی	اعضای هیات داوران
	استاد ارشد	محمدقلی میناوند	۱- استاد راهنما
	استاد	طاهره جعفری	۲- استاد مشاور
	استاد	مجید شریف خدایی	۳- استاد داور
	استاد	حسین رضی	۴- استاد داور
	استاد	علی اصغر دارابی	۵- نماینده اداره تحصیلات تکمیلی

آیین نامه چاپ پایان نامه دانشجویان دانشکده صدا و سیما

نظر به اینکه چاپ و انتشار پایان نامه تحصیلی دانشجویان دانشکده صدا و سیما، مبین بخشی از فعالیت های علمی- پژوهشی دانشکده است. بنابراین به منظور آگاهی و رعایت حقوق دانشکده دانش آموختگان این دانشکده نسبت به رعایت موارد ذیل متعهد می شوند:

ماده ۱: در صورت اقدام به چاپ پایان نامه خود مراتب را قبلاً به طور کتبی به معاونت پژوهشی دانشکده اطلاع دهد.

ماده ۲: در صفحه سوم کتاب (پس از برگ شناسنامه) عبارت ذیل را چاپ کند:

"کتاب حاضر، حاصل پایان نامه کارشناسی ارشد نگارنده مهرآسا معصومعلی در رشته رادیوگرایش تهیه کنندگی است که در سال ۱۳۸۸ در گروه رادیو دانشکده صدا و سیما به راهنمایی دکتر محمدقلی میناوند استاد راهنما و مشاوره خانم طاهره جعفری دفاع گردیده است.

ماده ۳: به منظور جبران بخشی از هزینه های انتشارات دانشکده، تعداد یک درصد شمارگان کتاب (در هر نوبت چاپ) را به معاونت پژوهشی دانشکده اهدا کند. دانشکده می تواند مازاد نیاز خود را در معرض فروش قرار دهد.

ماده ۴: در صورت عدم رعایت ماده ۳، ۵۰٪ بهای شمارگان چاپ شده را به عنوان خسارت به دانشکده صدا و سیما تادیه کند.

دانشجو تعهد و قبول می کند در صورت خودداری از پرداخت بهای خسارت دانشکده می تواند خسارت مذکور را از طریق مراجع قضایی مطالبه و وصول کند؛ به علاوه به دانشکده حق می دهد به منظور استیفای حقوق خود، از طریق دادگاه، معادل وجه مذکور در ماده ۴ را از محل توقیف کتابهای عرضه شده نگارنده برای فروش، تامین نماید.

ماده ۶: اینجانب مهرآسا معصومعلی دانشجوی رشته رادیو گرایش تهیه کنندگی مقطع کارشناسی ارشد تعهد فوق و ضمانت اجرایی آن را قبول کرده، به آن ملتزم می شوم.

نام و نام خانوادگی: مهرآسا معصومعلی تاریخ و امضاء: اول مرداد ۱۳۹۱

باسمه تعالی

اینجانب مهرآسا معصومعلی به شماره دانشجویی ۸۴۲۲۵۰۱۰۴ دانشجو رشته رادیو گرایش تهیه کنندگی مقطع تحصیلی کارشناسی ارشد تایید می‌کنم کلیه نتایج این پایان نامه حاصل کار این جانب و بدون هر گونه دخل و تصرف است و موارد نسخه برداری شده از آثار دیگران را با ذکر کامل مشخصات منبع، ذکر کرده‌ام. در صورت اثبات خلاف مندرجات فوق، به تشخیص دانشکده صداوسیما مطابق با ضوابط و مقررات حاکم (قانون حمایت از حقوق مولفان و مصنفان و قانون ترجمه و تکثیر کتب و نشریات و آثار صوتی، ضوابط و مقررات آموزشی، پژوهشی و انضباطی ..) با بنده رفتار خواهد شد و حق هر گونه اعتراض در خصوص احقاق حقوق مکتسب و تشخیص و تعیین تخلف و مجازات را از خویش سلب می‌کنم. (در ضمن مسئولیت هر گونه پاسخگویی به اشخاص، اعم از حقیقی و حقوقی مراجع ذیصلاح اعم از اداری و قضایی) به عهده این جانب خواهد بود و هیچ گونه مسئولیتی در این خصوص بر عهده دانشکده نخواهد بود.

نام و نام خانوادگی : مهرآسا معصومعلی

امضاء و تاریخ: اول مرداد ۱۳۹۱

هر چه از ما می ماند یادگاریست و این یادگاری برای آنها که عطر

حضورشان زندگی ام را زیباتر کرده است

تقدیم به

مادرم با صبوری و مهربانیش

پدرم با توجه و تشویقهایش

همسرم با تحمل و حمایتهای بی دریغش

و فرزندم با پاکی و عشق و اشتیاقش

استادان محترم

جناب دکتر محمد قلی میناوند

سرکار خانم طاهره جعفری

سپاس

ویراستار محترم

جناب آقای علی اصغر شیرانی

سپاس

اساتید محترم دانشکده صدا و سیما

مدیران و برنامه سازان محترم رادیو که بی دریغ یاریم نمودید

سپاس

دوست ارجمند شایسته چابکی

سپاس

عزیزانم

فرنگیز صحرایی، مادرم

حسین معصومعلی، پدرم

عباس محمد ولی استرآبادی، همسرم

پارسایگانه پسر دلبندم

سپاس

چکیده

رادیو رسانه‌ای فراگیر است که حفظ اعتماد مخاطبانش به اطلاع‌رسانی دقیق و صحیح اطلاعات در کوتاهترین زمان ممکن، وابسته است. برنامه‌سازان رادیویی با توجه به رسالت عظیم این رسانه سعی می‌کنند مفاهیم متعدد و پیامهای سازنده و موضوعات متعدد و متنوع را در ساختارهایی خلاقانه انتقال دهند اما، در کنار وظایف حرفه‌ای خود باید ضمن احترام به عقاید مخاطبان، حریم خصوصی افراد را حفظ کنند و مرتکب خطاهای حقوقی نشوند. به همین خاطر است که در این رسانه ضمن جلب نظر و حمایت مخاطبان باید به اخلاق حرفه‌ای در کنار قوانین حقوقی توجه کرد. بسیاری از برنامه‌سازان حرفه‌ای رادیو سعی می‌کنند از قوانین نانوشته‌ی اخلاقی در کار خود تبعیت کنند چرا که تاکنون کار مدونی در این زمینه انجام نشده است. در این تحقیق سعی شده است که با روش کیفی و با نگاه اکتشافی اصول اخلاق حرفه‌ای از دیدگاه کارشناسان رسانه و مدیران و برنامه‌سازان رادیو استخراج و وضعیت کنونی اخلاق حرفه‌ای در رسانه رادیو آسیب‌شناسی شود. به همین منظور، با بیش از صد نفر از کارشناسان رسانه، مدیران و برنامه‌سازان مصاحبه شد تا به پرسشهایی در حوزه‌ی اخلاق حرفه‌ای، آسیبهای ناشی از بی‌توجهی یا رعایت نکردن اخلاق حرفه‌ای در رادیو پاسخ دهند. یافته‌های این تحقیق شاخصهای اصول اخلاق حرفه‌ای و معیارهای سنجش این شاخصها را ارائه می‌دهد. این یافته‌ها را می‌توان راهنمای برنامه‌سازان فرض کرد یا در آموزشهای رسانه‌ای برای درک و دریافت اصول و آسیب‌شناسی اخلاق حرفه‌ای در رادیو مدنظر قرار داد. نتیجه‌گیری محقق این است که بحث اخلاق حرفه‌ای گرچه تاکنون به صورت جدی در رسانه رادیو در کشور ما مطرح نشده است اما، مورد توجه و علاقه‌ی کارشناسان و مدیران و برنامه‌سازان رسانه بوده است.

کلیدواژه‌ها: آسیب‌شناسی - اخلاق حرفه‌ای - اخلاق رسانه‌ای - برنامه‌سازی - برنامه‌ساز -

هنجارها - ارزشهای اخلاقی

صفحه	عنوان مطالب
۱	فصل اول : کلیات تحقیق.....
۲	۱-۱- طرح مسئله.....
۵	۱-۲- ضرورت و اهمیت تحقیق.....
۱۱	۱-۳- اهداف تحقیق.....
۱۲	۱-۴- سؤالات تحقیق.....
۱۳	۱-۵- فرضیات تحقیق.....
۱۳	۱-۶- تعریف مفاهیم.....
۲۳	فصل دوم: مبانی نظری تحقیق.....
۲۴	۲-۱- پیشینه موضوع.....
۲۷	۲-۱-۱- تحقیقات داخلی.....
۲۹	۲-۱-۲- تحقیقات خارجی.....
۳۱	۲-۱-۳- تاریخچه تحقیق در مورد اخلاق حرفه‌ای در جهان.....
۴۶	۲-۱-۴- تاریخچه تحقیق در مورد اخلاق حرفه‌ای در ایران.....
۵۰	۲-۲- نظریه های مربوط به موضوع تحقیق.....
۵۰	۲-۲-۱- نظریه های اخلاق.....
۵۱	۲-۲-۱-۱- اندیشه‌های اخلاقی در فلسفه غرب.....
۵۱	۲-۲-۱-۱-۱- اندیشه‌های اخلاقی در یونان باستان.....
۵۲	۲-۲-۱-۱-۲- اندیشه‌های اخلاقی در قرون وسطی.....
۵۲	۲-۲-۱-۱-۳- اندیشه‌های اخلاقی در قرون جدید در غرب.....
۵۶	۲-۲-۱-۲- نظریه های اخلاقی نزد فلاسفه اسلامی.....
۵۷	۲-۲-۱-۲-۱- عقل عملی و عقل نظری.....
۶۰	۲-۲-۱-۲-۲- بایدها و نبایدها و حسن و قبح اخلاقی.....
۶۰	۲-۲-۱-۲-۳- کلیت قوانین اخلاقی.....
۶۱	۲-۲-۲- اخلاق و اصول اخلاقی.....
۶۵	۲-۲-۳- حرفه.....

۶۶ ۲-۲-۴- اخلاق حرفه ای
۶۸ ۲-۲-۵- اخلاق حرفه ای رسانه ای
۶۹ ۲-۲-۶- اخلاق حرفه ای، رفتار سازمانی
۷۵ ۲-۲-۷- نظریه های مختلف در مورد تصمیم گیری های اخلاقی
۷۷ ۲-۲-۸- نظریه اخلاق رسانه ای در جهان اسلام
۷۸ ۲-۲-۹- نظریه اخلاق رسانه ای در مسیحیت
۷۸ ۲-۳- ارتباط اخلاق و حقوق
۷۸ ۲-۳-۱- مفاهیم
۷۹ ۲-۳-۲- شباهتها
۸۲ ۲-۳-۳- تفاوتها
۸۲ ۲-۳-۳-۱- تفاوت در هدف
۸۲ ۲-۳-۳-۲- تفاوت در قلمرو
۸۳ ۲-۳-۳-۳- تفاوت در ضمانت اجرا
۸۳ ۲-۳-۳-۴- تفاوت در کیفر
۸۴ ۲-۴- تحویلی نگری در اخلاق حرفه ای
۸۵ ۲-۴-۱- تحویل اخلاق حرفه ای به قانون، مقررات، آیین نامه ها
۸۵ ۲-۴-۲- تحویل مسئولیتهای اخلاقی در حرفه به مسئولیتهای حرفه ای
۸۶ ۲-۴-۳- تحویل اخلاق حرفه ای به هنجارهای رایج در مشاغل
۸۶ ۲-۴-۴- تحویل اخلاق حرفه ای به مسئولیتهای اخلاقی منابع انسانی
۸۷ ۲-۴-۵- تحویل منشور اخلاقی سازمان به اصول اخلاقی
۸۹ ۲-۵- زمینه های مورد توجه اخلاق حرفه ای
۹۲ فصل سوم: روش تحقیق
۹۴ ۳-۱- روش تحقیق
۹۵ ۳-۲- جامعه آماری
۹۶ ۳-۳- روش نمونه گیری
۹۷ ۳-۴- حجم نمونه
۹۸ ۳-۵- روش و ابزار گردآوری اطلاعات

- ۹۸ ۱-۵-۳- فیش برداری (در بخش مراجعه به اسناد)
- ۹۹ ۲-۵-۳- استفاده از دستگاه ضبط و یادداشت برداری (در روش مصاحبه)
- ۱۰۰ ۱-۲-۵-۳- مکان و زمان مصاحبه
- ۱۰۱ ۱-۲-۲-۵-۳- سؤالات کلی
- ۱۰۱ ۲-۲-۲-۵-۳- سؤالات توصیفی
- ۱۰۱ ۳-۲-۲-۵-۳- سؤالات ساختاری
- ۱۰۱ ۳-۵-۳- روش ثبت اطلاعات
- ۱۰۲ ۶-۳- روش تجزیه و تحلیل اطلاعات
- ۱۰۲ ۷-۳- اعتبار
- ۱۰۳ فصل چهارم: یافته های تحقیق
- ۱۰۴ ۱-۴- تعریف اخلاق حرفه ای
- ۱۰۹ ۲-۴- مهمترین اصول اخلاق حرفه ای
- ۱۱۴ ۳-۴- منابع دستیابی به اصول اخلاق حرفه ای در رادیو
- ۱۱۸ ۴-۴- معیارهای رعایت اخلاق حرفه ای در رادیو
- ۱۱۹ ۱-۴-۴- احترام به افراد
- ۱۲۵ ۲-۴-۴- احترام به منافع عمومی
- ۱۲۶ ۳-۴-۴- استقلال
- ۱۲۷ ۴-۴-۴- انصاف
- ۱۲۸ ۵-۴-۴- ایمان و اعتقاد به کار
- ۱۲۹ ۶-۴-۴- بی طرفی
- ۱۳۰ ۷-۴-۴- پاسخگویی
- ۱۳۰ ۸-۴-۴- تعهد به سازمان
- ۱۳۱ ۹-۴-۴- حفظ حریم خصوصی
- ۱۳۵ ۱۰-۴-۴- حق دستیابی مردم به اطلاعات
- ۱۳۵ ۱۱-۴-۴- دانش و تخصص
- ۱۳۶ ۱۲-۴-۴- دقت
- ۱۳۷ ۱۳-۴-۴- راستگویی

- ۱۴-۴-۴- شجاعت ۱۳۸
- ۱۵-۴-۴- شرافت ۱۳۸
- ۱۶-۴-۴- صداقت ۱۴۲
- ۱۷-۴-۴- عدالت ۱۴۴
- ۵-۴- اصول اخلاق حرفه‌ای در ارتباط با محتوای برنامه ۱۵۵
- ۶-۴- میزان پابندی به اصول اخلاق حرفه‌ای ۱۵۶
- ۷-۴- چگونگی تدوین اصول اخلاق حرفه‌ای ۱۶۴
- ۸-۴- محدودیتهای اخلاقی در برابر وظایف رسانهای ۱۶۷
- ۱-۸-۴- مسائل جنسی ۱۶۷
- ۲-۸-۴- مسائل مربوط به زنان ۱۶۸
- ۳-۸-۴- مسائل مربوط به جرایم خشن ۱۶۹
- فصل پنجم: نتیجه‌گیری ۱۷۱
- ۱-۵- مروری بر یافته‌های تحقیق ۱۷۲
- ۲-۵- جمع‌بندی نظریه‌ها ۱۷۷
- ۱-۲-۵- جمع‌بندی نظریه‌های اخلاق ۱۷۷
- ۲-۲-۵- جمع‌بندی نظریه‌های اخلاق حرفه‌ای ۱۷۹
- ۳-۲-۵- رفتار سازمانی ۱۸۰
- ۱-۳-۲-۵- دیدگاه سیستمی ۱۸۰
- ۲-۳-۲-۵- دیدگاه مراوده‌ای ۱۸۱
- ۳-۳-۲-۵- دیدگاه اقتضایی ۱۸۲
- ۳-۵- نقش اخلاق حرفه‌ای در وظایف اصلی رسانه رادیو ۱۸۲
- ۴-۵- شیوه‌های ارائه اصول اخلاق حرفه‌ای ۱۸۴
- ۱-۴-۵- جمع‌بندی نظر مصاحبه‌شوندگان ۱۸۴
- ۲-۴-۵- روش‌های آموزش ۱۸۶
- ۱-۲-۴-۵- آموزش مستقیم ۱۸۶
- ۲-۲-۴-۵- آموزش غیرمستقیم ۱۸۶
- ۱-۲-۲-۴-۵- آموزش از استاد به صف ۱۸۶

- ۱۸۶ ۲-۲-۲-۴-۵-آموزش از صف به ستاد
- ۱۸۶ ۳-۲-۲-۴-۵-آموزش موازی
- ۱۸۷ ۵-۵- شیوه‌های پایبندی به اصول اخلاق حرفه‌ای
- ۱۸۷ ۶-۵- امتیازات آموزش اصول اخلاق حرفه‌ای
- ۱۸۸ ۷-۵- منزلت حرفه‌ای برنامه‌سازان رادیو
- ۱۸۹ ۸-۵- نظارت بر برنامه‌های رادیو
- ۱۹۰ ۹-۵- محدودیتهای تحقیق
- ۱۹۱ ۱۰-۵- پیشنهادها
- ۱۹۲ ۱-۱۰-۵- اهمیت تدوین اصول و معیارهای اخلاق حرفه‌ای
- ۱۹۳ ۲-۱۰-۵- ارائه اصول اخلاق حرفه‌ای به برنامه‌سازان
- ۱۹۴ ۳-۱۰-۵- تدوین اصول اخلاق حرفه‌ای
- ۱۹۵ ۴-۱۰-۵- ارزیابی و ضمانت اجرا
- ۱۹۵ ۵-۱۰-۵- مشاوره و ارجاع

۱۹۷	فهرست منابع و مآخذ.....
	ضمیمه الف: قانون خطمشی کلی و اصولی برنامه‌های سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران
۲۰۶
۲۱۵	ضمیمه ب: اساسنامه سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران.....
۲۲۴	ضمیمه ج: تاریخچه انتشار روزنامه‌ها.....
۲۲۹	ضمیمه د: نشریات زرد، نمونه ای از عملکرد غیر اخلاقی در رسانه.....
	ضمیمه ه: نخستین کوششهای ملی و بین‌المللی در مورد تدوین مقررات اخلاقی حرفه روزنامه‌نگاری.....
۲۳۶
۲۴۰	ضمیمه و: متن پیش‌نویس قواعد اخلاق حرفه‌ای بین‌المللی.....
۲۴۲	ضمیمه ز: اصول بین‌المللی اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری.....
۲۴۵	ضمیمه ح تاریخچه رادیو.....
۲۴۹	ضمیمه ط: بیانیه پایانی نخستین هم‌اندیشی اخلاق مطبوعاتی روزنامه‌نگار مسلمان.....
۲۵۲	ضمیمه ی: پیش‌نویس آیین‌نامه کار حرفه‌ای روزنامه‌نگاری.....
۲۶۲	ضمیمه ک: نمونه‌هایی از رعایت اخلاق حرفه‌ای در سالهای اولیه رادیو در ایران.....
۲۶۶	ضمیمه ل: لزوم اجتناب از خلط مرز حقوق و اخلاق.....
۲۶۸	ضمیمه م: رویکردهای اخلاقی تصمیم‌گیری.....
۲۷۱	ضمیمه ن: نمونه‌هایی از مصاحبه‌ها.....
۲۸۵	ضمیمه س: کدهای اخلاقی.....
۲۸۹	ضمیمه ع: زبان و رادیو.....
۲۹۳	ضمیمه ف: رادیو و موسیقی.....
۲۹۵	ضمیمه ص: خبر.....
۲۹۷	ضمیمه ق: تبلیغات.....
۳۰۰	ضمیمه ر: چند نمونه تاریخی از پایبند نبودن به اخلاق حرفه‌ای.....

فهرست جدولها.....

جدول شماره ۱-۲- روند شکل‌گیری بحث و تحقیق در مورد اخلاق حرفه‌ای در رسانه..... ۴۳

جدول شماره ۲-۴- معیارهای رعایت اصول اخلاقی..... ۱۴۵

فهرست نمودارها

- نمودار ۱-۱- رابطه اخلاق و محیط و سازمان ۲۲
- نمودار ۱-۲- جایگاه اخلاق حرفه‌ای در علوم بشری ۲۶
- نمودار ۲-۲- چگونگی شکل‌گیری رفتار سازمانی ۷۰
- نمودار ۲-۳- نمایی از تئوری سیستمی ۷۱
- نمودار ۲-۴- نمایی از تئوری مرادده‌ای ۷۲
- نمودار ۲-۵- نمایی از تئوری اقتضایی ۷۲
- نمودار ۲-۶- متغیرهای کلیدی مؤثر در رفتار فردی ۷۵
- نمودار ۲-۷- مقایسه اخلاق و حقوق ۸۴
- نمودار ۲-۸- اثر تحویلی‌نگری در کاهش اثر اخلاق حرفه‌ای ۸۸
- نمودار ۱-۴- بیشترین و کمترین اشتراک‌نظر در تعریف اخلاق حرفه‌ای ۱۰۸
- نمودار ۲-۴- مهمترین اصول اخلاق حرفه‌ای از نظر مصاحبه‌شوندگان ۱۱۴
- نمودار ۳-۴- مهمترین منابع دستیابی به اصول اخلاق حرفه‌ای ۱۱۸
- نمودار ۴-۴- کمترین و بیشترین اشتراک‌نظر در مورد آسیب‌شناسی فقدان پابندی به اخلاق حرفه‌ای ۱۶۳
- نمودار ۴-۵- آسیب‌شناسی وضع موجود ۱۶۶
- نمودار ۱-۵- گروه‌های تحت پوشش اخلاق حرفه‌ای ۱۷۴
- نمودار ۲-۵- مهمترین ویژگیهای اخلاق حرفه‌ای ۱۸۰
- نمودار ۳-۵- راه‌های ارائه اخلاق حرفه‌ای ۱۸۵

فصل اول

کلیات تحقیق

۱-۱- طرح مسئله

اندیشمندان از دیر باز موضوع اخلاق و نقش آن را در زندگی مورد توجه قرار داده اند و در مورد آن بحث و گفتگو کرده اند. امروزه هم موضوع اخلاق از موضوعات مورد توجه و بحث برانگیز در میان اندیشمندان و محققان است. مفهوم اخلاق در هر جامعه ای با توجه به ساختارهای اجتماعی، فرهنگی، سنتی، دینی، اقتصادی و سیاسی آن جامعه شکل می گیرد. «دلیل توجه به اخلاق دو نشانه بارز است: اول نقش مهم و پرمعنای رفتار اخلاقی در حفظ و بقای یک جامعه مدنی و دوم، وجود تعداد پرشماری از نمونه‌های ضداخلاقی» (جوزفسون، ۱۳۸۱، ص ۱۸). نیاز به اصول اخلاقی در جامعه به قدری اهمیت دارد که اکثر ارزشهای اخلاقی معتبر به صورت قوانین و مقررات درآمده‌اند، با این حال، نمی‌توان تمامی ارزشهای اخلاقی یک جامعه را در قالب قانون، نظام مند کرد چرا که بیشتر این ارزشها ماهیتی قضاوت پذیر دارند. داشتن قوانین در مورد برخی اصول اخلاقی امری ممکن است و اجرای آن در جامعه ضروری است اما در مورد برخی اصول اخلاقی مثل صداقت و وفاداری وضع قوانین معنی دار به مراتب مشکل تر و یا حتی غیرممکن است.

از زمانی که تقسیم کار در جوامع اتفاق افتاد، نقش اخلاق در روابط کاری پررنگ تر شد، به این معنی که بیشتر افراد شاغل در حرفه و پیشه‌ی همسان، علاوه بر ویژگیهای مربوط به دانش و

مهارت در کار خود به برخی صفات اخلاقی مشترک هم شهرت پیدا کردند و به مرور دارای معیارهای اخلاقی و ارزشی خاص خود شدند. این معیارها و ارزشها صاحبان حرفه را هدایت می‌کند و شامل تعهدات و الزاماتی در حرفه‌ها می‌شود.

به عقیده قراملکی (۱۳۸۲) اخلاق حرفه‌ای^۱ حوزه‌ای تخصصی در دانش اخلاق است که به بیان مسئولیتهای اخلاقی بنگاهها و مشاغل و نیز، تحلیل مسائل اخلاقی در کسب و کار می‌پردازد و در حل معضلات اخلاقی کسب و کار نقش عملیاتی دارد. قراملکی، مسئولیتهای اخلاقی را به سه قسم تقسیم کرده است:

۱- مسئولیتهای اخلاقی فردی - شخصی، که مسئولیتهای هر فرد را، صرف نظر از این که شاغل است یا نه، در قبال رفتارهایی که بروز می‌دهد، دربرمی‌گیرد. فرد در زندگی شخصی خود در برابر خود، خانواده، شهروندان و تمام کسانی که با آنها در ارتباط و یا تعامل است، مسئولیت اخلاقی دارد. این مسئولیت بر اصول معینی استوار است. این اصول در مجموع اخلاق فردی را تشکیل می‌دهد.

۲- مسئولیت اخلاقی فردی - شغلی که مسئولیتهای برخاسته از شغل است. اخلاق شغلی از طرفی مانند اخلاق فردی بر مسئولیت افراد به عنوان اشخاص حقیقی تأکید دارد، از طرف دیگر، برخلاف اخلاق فردی، مسئولیتهای برخاسته از شغل را دربرمی‌گیرد. اخلاق در این مفهوم، به شغل وابسته است که بر حسب تنوع مشاغل، اخلاقیات خاص وجود دارد.

۳- مسئولیتهای اخلاقی سازمانی که دربرگیرنده مسئولیتهای اخلاقی سازمان، شامل همه اجزاء و ابعاد سازمان می‌شود و اخلاقیات شغلی را نیز، دربرمی‌گیرد. مسئولیتهای اخلاقی سازمان بسیار پیچیده‌تر از مسئولیتهای فردی و شغلی است.

مباحث عمده در زمینه اخلاق حرفه‌ای شامل حفظ خود یا، به بیان دیگر، وظیفه و مسئولیت در برابر خود، مخاطب، کارفرما، حرفه و جامعه می‌شود. افراد شاغل در رسانه هم، با توجه به موقعیت حرفه‌ای خود، باید به اصول و قواعد خاصی پایبند باشند. هرچند تعیین این اصول مشکل است چون کاملاً واضح و فراگیر نیستند (صص ۹۹-۱۰۵).

تدوین اصول و قواعد اخلاقی در برنامه‌سازی رادیو، به دلیل ارتباط تنگاتنگ برنامه‌سازان با اجتماع و حقوق مردم جامعه، از سویی موجب تضمین حقوق افراد و از طرف دیگر، موجب

راحتی فکر و آزادی عمل برنامه‌ساز می‌شود و قدرت تصمیم‌گیری درست را افزایش می‌دهد. در نهایت، رسانه با اعتمادسازی و جلب مخاطب موفق‌تر خواهد بود و پیشرفت در رسیدن به اهداف میسر می‌گردد. اخلاق حرفه‌ای برنامه‌سازان از ۲ منظر موجب قوام این حرفه می‌شود:

(۱) درون حرفه‌ای

(۲) برون حرفه‌ای

درون حرفه‌ای یعنی در بین برنامه‌سازان اصول و قواعدی وجود دارد که با این اصول و قواعد، روابط بین خود را قوام و هویت می‌بخشند. برون حرفه‌ای یعنی برنامه‌سازان در چارچوب برخی اصول و ملاحظات اخلاقی با اجتماع، روابط خود را شکل می‌دهند. رسانه با توجه به جایگاه خاصی که در جامعه دارد باید به اصول و قواعد خاصی پایبند باشد. به این ترتیب، رعایت اخلاق حرفه‌ای شرافت حرفه‌ای تهیه‌کنندگان را تضمین می‌کند و جوهر کار حرفه‌ای هر تهیه‌کننده متعهد را تشکیل می‌دهد.

امروزه رسانه نسبت به مسائل اخلاقی حساسیت بیشتری پیدا کرده، بنابراین، تنظیم یا تنظیم مجدد اصول اخلاق حرفه‌ای در رسانه ضرورت یافته است. کار حرفه‌ای در رسانه، مستلزم رعایت مسائل اخلاقی زیادی است. مردم حق دارند از طریق رسانه (رادیو) اطلاعات صحیح و دقیق کسب کنند، در عین حال برنامه‌سازان (رادیو) در مسئولیت انتقال اطلاعات صحیح سهیم اند. برنامه‌ساز (رادیو) برای تأمین نظر مردم و انتقال اطلاعات میبایست معیارهایی چون اعتقاد شخصی، روند تصمیم‌گیری مدیران رسانه، مصلحت اجتماع، حقوق منابع اطلاعاتی، حریم خصوصی افراد و... را در نظر بگیرد.

با توجه به این که مدیریت صحیح در پیشبرد اهداف سازمانها (از جمله رسانه) نقش مهمی دارد، روزبه‌روز اعتقاد سازمانها در این مورد راسخ‌تر میشود که اصول اخلاق حرفه‌ای را تدوین کنند و ترویج نمایند. «اصول اخلاقی مناسب از پیششرط‌های مدیریت استراتژیک است» (دیوید، ۱۳۸۲، ص ۵۳).

اما این که موضوع اخلاق حرفه‌ای رسانه رادیو در (ایران) تا چه اندازه مورد توجه کارشناسان، مدیران و برنامه‌سازان رادیو است، اخلاق حرفه‌ای برپایه چه اصولی قرار دارد، تا چه حد برنامه‌سازان نسبت به آن پایبندند و عدم پایبندی به آن چه آسیبهایی را وارد می‌کند، موضوع تحقیق این پایان‌نامه است.