



عنوان مقاله:

۱۰ نکته درباره اخلاق حرفه‌ای

چکیده مقاله:

هر سازمان حرفه‌ای برای بهبود عملکرد و فعالیت خود و همچنین نظام‌مند کردن عملکرد مدیران و کارکنان خود و نیز نوع مواجهه صحیح با ذی‌نفعان و مشتریان، نیاز به داشتن مجموعه‌ای از نظام ارزش‌ها، بایدها و نبایدها و به تعبیر دیگر، مجموعه‌ای از اصول اخلاقی مرتبط با حرفه و حوزه مأموریت کاری و فعالیت خود دارد تا علاوه بر رفتار سازمانی با محیط داخلی خود، بیانگر درستی یا نادرستی فعالیتش با محیط بیرونی نیز باشد. داشتن اصول اخلاق حرفه‌ای و کاربردی در هر سازمانی، حوزه و دایره و در نتیجه عملکرد مبتنی بر ارزش‌ها و نظام اخلاقی مورد اتباع را مشخص می‌کند.

از مجموع مقالات آکادمی نیک درس

[لینک دسترسی به این مقاله در وب سایت آکادمی نیک درس](#)

نکته نخست:

اخلاق کاربردی:

یکی از شاخه‌های اخلاق عملی است که ناظر بر حوزه‌های رفتاری و اخلاق انسان در هر بخش از زندگی روزانه و فعالیت‌های اوست و توصیه‌های اخلاقی کاربردی و عملیاتی را به انسان یادآوری می‌کند. به تعبیر دیگر، اخلاق کاربردی از میان اقسام مختلف اخلاق توصیفی و اخلاق هنجاری در دسته دوم قرار دارد و در واقع درصدد آن است که کاربرد و اعمال منظم و منطقی نظریه اخلاقی را در حوزه مسائل اخلاقی، عملی، و کاربردی خاصی نشان دهد. در این میان یکی از دغدغه‌های مهم و اصلی اخلاق کاربردی، حل معضلات و تعارضات و به اصطلاح ارائه راه‌های برون‌رفت از تناقضات و دوراهی‌های احتمالی اخلاقی در حین اتخاذ تصمیم در موقعیت فعل و رفتار است.

نکته دوم:

واژه «اخلاق حرفه‌ای» یک یا چند مورد از موارد زیر را در بر می‌گیرد:

1. ارزش‌های اخلاقی قابل قبولی که باید کار صاحبان حرفه را اداره کند.
2. ارزش‌های اخلاقی که در واقع، گروهی از صاحبان حرفه را هدایت کند.
3. شامل بررسی‌های هنجاری (از دیدگاه فلسفی) در زمینه ارزش‌های مطلوب برای صاحبان حرفه و یا مطالعات توصیفی (از لحاظ علمی) رفتارها و باورهای واقعی گروهی از صاحبان حرفه است. ارزش‌های حرفه‌ای شامل اصول حقوقی و تعهدات و الزاماتی، مانند فضایل و ایده‌آل‌های اخلاقی شخصی می‌شود.
4. مجموعه آداب و شیوه‌های رفتاری و پسندیده‌ای که صاحبان مشاغل باید رعایت و مجموعه صفات و اعمال نکوهیده‌ای که لازم است از آنها اجتناب کنند.
5. اخلاق حرفه‌ای؛ شیوه‌های رفتاری متداول در میان اهل یک حرفه است.
6. اخلاق حرفه‌ای؛ مدیریت رفتار و کردار آدمی هنگام انجام کارهای حرفه‌ای است.
7. اخلاق حرفه‌ای؛ رشته‌ای از دانش اخلاق است که روابط شغلی را مورد مطالعه قرار می‌دهد.



نکته سوم:

اخلاق رسانه:

«اخلاق رسانه» یا اخلاق در حوزه فعالیت و عملکرد رسانه‌ها و یا همان اخلاقی که از سوی متصدیان رسانه‌های سمعی، بصری و مکتوب رعایت می‌شود یا انتشار می‌یابد، عملاً یکی از بخش‌های اخلاق حرفه‌ای است و اخلاق حرفه‌ای نیز یکی از بخش‌های اخلاق اجتماعی تلقی می‌شود. اخلاق رسانه‌ای، نقطه تلاقی علم اخلاق و عمل رسانه و وسایل ارتباط جمعی است. اخلاق رسانه‌ای، حوزه‌ای فرعی از اخلاق عملی است و خود، عناوین و بخش‌های متعددی مثل اخلاق خبرنگاری، اخلاق روزنامه‌نگاری، اخلاق رسانه‌های سمعی و بصری، اخلاق در محتوای فیلم، اخلاق در نمایش تئاتری، اخلاق در نقاشی و هنرهای تصویری، اخلاق پژوهش، اخلاق در تألیف و انتشار کتاب و اخلاق در فضای مجازی (اینترنت) و ... را شامل می‌شود.

نکته چهارم:

اخلاق حرفه‌ای:

اخلاق حرفه‌ای مجموعه‌ای از مبانی اصول ضوابط و استانداردهایی است که رفتار افراد و گروه‌ها را در حرفه‌ها و مشاغل مرتبط تعیین می‌کند. در واقع اخلاق حرفه‌ای یکسری فرآیندهای مبتنی بر ارزش‌ها، جهان‌بینی و باورهایی که جهت‌یابی

تحقق ارزش‌ها و مبانی را در حوزه‌های رفتاری و حرفه‌ها مشخص می‌کند به عبارتی، اخلاق حرفه‌ای، سبک چگونه زیستن و چگونه رفتار کردند در یک تخصص و محیط تخصصی اعم از فردی و سازمان را تعیین می‌کند.



نکته پنجم:

نیک درس

اهمیت رعایت اخلاق حرفه‌ای:

1. به‌عنوان یک مزیت رقابتی در سازمان‌ها مطرح می‌شود.
2. تأثیر مثبت چشمگیری روی فعالیت‌ها و نتایج سازمان دارد.
3. بهره‌وری را افزایش می‌دهد.
4. ارتباط‌ها را بهبود می‌بخشد.
5. معضلات در سازمان را کاهش می‌دهد.

6. مشروعیت و مقبولیت سازمان و اقدامات آن را بالا می‌برد.



نکته ششم:

هدف از تدوین اصول اخلاق حرفه‌ای رسانه، حفظ اعتبار برنامه‌های تلویزیونی و رادیویی به‌وسیله اطمینان حاصل کردن از وجود استانداردهای بالای صداقت، درستی، بی‌طرفی و رفتار مناسب کارکنان است. این کار از طریق موارد زیر صورت می‌گیرد:

1. بیان استانداردهای اخلاقی که در تهیه و پخش برنامه‌ها در نظر گرفته می‌شود.
2. تعیین قوانین و سیاست‌هایی که از بروز مسئله تضاد منافع جلوگیری می‌کند.
3. ایجاد دستورالعمل‌هایی برای کارکنان داخل سازمان و افراد خارج از سازمان که برنامه تولید می‌کنند و قرار است که این برنامه‌ها پخش شود.

نکته هفتم:

اصول اخلاق حرفه‌ای رسانه، مجموعه‌ای از اصول کلی است که کارشناسان رسانه، قوانین اخلاقی رسانه را از این اصول استخراج کرده‌اند تا چارچوب‌های مرجع (اصلی) برای استانداردهای حرفه‌ای را فراهم کنند. هدف از انجام این کار، مدیریت رفتارها و عملکردهای کارکنان رسانه در مشاغل کلیدی و در راستای انجام درست وظایف شغلی‌شان است.

اصول اخلاق حرفه‌ای رسانه، معمولاً در قالب یک سند و به‌عنوان یک مرجع راهنما برای کارشناسان رسانه و به‌منظور گرفتن تصمیم‌های درست در مورد مشکلات حرفه‌ای و اخلاقی در طول فعالیت‌های روزانه کارکنان و کارشناسان استفاده می‌شود. این اصول به‌منظور راهنمایی کارکنان رسانه در هنگام ارزیابی برنامه‌ها و ارزیابی خود نسبت به فعالیت‌های روزمره در نظر گرفته شده است.

نکته هشتم:

ویژگی‌های رسانه اخلاق‌گرا بر اساس آموزه‌های قرآن:

1. حقوق دیگران را رعایت می‌کند و به کسی آسیب نمی‌رساند.
2. در نشر مشاهدات و مستندات عادلانه رفتار می‌کند.
3. در قضاوت کردن دیگران و ارزش‌گذاری مسائل مختلف، عدالت را رعایت می‌کند.
4. هرگز پاره‌ای از حق را با پاره‌ای از باطل نمی‌آمیزد.
5. نسبت به نا عدالتی‌ها و ناحقی‌ها حساسیت نشان می‌دهد.
6. در امری که موجب نا عدالتی می‌شود مشارکت نمی‌کند.
7. از کانون‌های ستمگر و زیاده‌خواه فاصله می‌گیرد.
8. در مقابله با رفتارهای خصومت‌آمیز دیگران، انصاف می‌ورزد.
9. در سخن گفتن حتی درباره نزدیکان، عدالت را رعایت می‌کند.
10. به دیگران تهمت ناروا نسبت نمی‌دهد.
11. امانت‌دار است.

12. بر پیمان‌ها وفادار است.



نکته نهم:

ویژگی‌های رسانه اخلاقی از دیدگاه اسلام:

1. حق‌گرایی.
2. ترویج مکارم اخلاقی.
3. رعایت مصالح نظام اسلامی.
4. رعایت رازداری و امانت‌داری.
5. مسئولیت‌پذیری.
6. رعایت صداقت و راست‌گویی.
7. رعایت حریم خصوصی.

نکته دهم:

شاخص‌ترین آموزه‌های اخلاقی تأثیرگذار در کارآمدی رسانه

1. رعایت جامع‌نگری در محتوا و ابزارهای رسانه‌ای.
2. اصل پردازش صحیح اطلاعات.
3. رعایت تفاوت‌های فردی و ظرفیت‌های شناختی مخاطب.
4. رعایت موقعیت‌شناسی.
5. بهره‌گیری از ارتباط کلامی و غیرکلامی مناسب.
6. سعه‌صدر و انتقادپذیری.
7. التزام به صداقت و اجتناب از ریاکاری.
8. رعایت عدالت و انصاف در رسانه.
9. رعایت شرکت و کرامت مخاطب.
10. تقویت نیروی خودکنترلی در راستای تحقق رفتارهای بهنجار در مخاطب.
11. افزایش تاب‌آوری در مخاطب.
12. استفاده از مطالب ساده و پژوهش در رسانه‌ها.
13. بازنمایی واقعیت‌ها و تعریف و دست‌کاری نکردن آن‌ها.
14. اجتناب از مکر، خدعه و غوغا سالاری رسانه‌ای.



عنوان مقاله:

۱۰ نکته درباره اخلاق حرفه‌ای

نتیجه‌گیری:

اغلب سازمان‌های حرفه‌ای در برخی از کشورها دارای این نظام-نامه‌های اخلاقی حرفه‌ای هستند. سازمان‌های ارتباطی و رسانه‌ای هم از این قاعده مستثنا نیستند. ضرورت داشتن اصول و مرامنامه‌هایی برای حرف و مشاغل رسانه‌ای هم با توجه به اهمیت، جایگاه و نقش و تأثیر عمده‌ای که رسانه‌ها در زندگی افراد دارند، از ضروریاتی است که در برخی از کشورها بدان توجه می‌شود و رعایت آن توسط فعالان رسانه‌ای مورد ملاحظه و توجه قرار می‌گیرد.

از مجموع مقالات آکادمی نیک درس

[لینک دسترسی به این مقاله در وب سایت آکادمی نیک درس](#)

آکادمی نیک درس، در انتهای تابستان 1400 فعالیت خود را باهدف انتقال تجربه مدرسین در حوزه‌های مختلف از جمله دروس مدرسه و دانشگاه (تمامی رشته‌ها و تمامی مقاطع)، دروس حوزه علمیه، مهارت‌های بازار کار، هنر، صنعت، آشپزی، نرم‌افزارهای کاربردی و ... باکیفیت مطلوب جهت سربلندی کشور اسلامی عزیزمان ایران، آغاز نموده است.

تلاش شبانه‌روزی همکاران ما در آکادمی نیک درس جهت ارائه خدمات آموزش باکیفیت و مطلوب، باقیمتی پایین جهت پیش برد اهداف از قبل تعیین شده از جمله تحقق عدالت آموزشی، دسترسی آسان و باکیفیت به آموزش‌های متنوع در زمینه‌های گوناگون برای اقشار مختلف جامعه در استان‌ها، شهرها و روستاها و حتی در مناطق کمتر برخوردار می‌باشد.

امید است که با معرفی آکادمی نیک درس به دوستان و آشنایان خود، ما را جهت پیشبرد این اهداف یاری نمایید.

در صورت تمایل به تدریس و یا تمایل به نویسندگی مقالات در آکادمی نیک درس،
مهارت‌های خود را در [فرم همکاری با ما](#) در آکادمی نیک درس، ثبت نمایید.



www.NikDars.com