

عنوان مقاله:

بررسی نقش اخلاق رسانه‌ای در طنز مکتوب نشریات کشور

محل انتشار:

دوفصلنامه رسانه و فرهنگ، دوره 9، شماره 17 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

نویسندگان:

صدیقه بیران - دکترای علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه آزاد تهران مرکز

سعید ناظمی - کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه آزاد تهران مرکز

خلاصه مقاله:

در عصر حاضر که جوامع با پدیده‌های تازه‌ای در حوزه ارتباطات رو به رو هستند لزوم بازنگری کلی به مباحث جانبی رسانه‌ها از جمله اخلاق رسانه‌ای احساس می‌شود. طنز اگرچه موضوع جدیدی در تاریخ اجتماعی ایران نیست ولی در عرصه‌ی رسانه‌ای، از پیشینه‌ی کمتری برخوردار است. حضور این تازه وارد جدید به روزنامه‌ها، مسائل جدیدی را با خود به همراه آورده است. با ظهور نشریات و طنزنویسی در آن‌ها قواعد جدیدی باید پایه‌گذاری شود که در آن روزنامه‌ها علاوه بر رعایت حقوق مخاطب و شهروندان از دایره اخلاق اجتماعی نیز خارج نشوند. در این مقاله پس از تعاریفی در حوزه‌های طنز و اخلاق رسانه‌ای به جایگاه و نقش اخلاق رسانه‌ای در زمینه طنز مکتوب اشاره می‌کنیم و با طرح فرضیه‌هایی آن را از نظر می‌گذاریم. در این پژوهش از روش پیمایشی استفاده شده و پرسشنامه‌ها در بین تمام کسانی که در مطبوعات سراسری به صورت حرفه‌ای مشغول به فعالیت هستند توزیع شده است.

کلمات کلیدی:

اخلاق رسانه‌ای، طنز، کاریکاتور، حریم خصوصی، آزادی بیان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1137406>

