

## عنوان مقاله:

بررسی کارکرد نظریه مسئولیت اجتماعی و رسانه

## محل انتشار:

فصلنامه توسعه اجتماعی، دوره 9، شماره 4 (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 26

## نویسندگان:

غلامحسین بیابانی - دانشجوی دکتری علوم ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

محمد سلطانی فر - دانشیار علوم ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

افسانه مظفری - استادیار علوم ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

شهناز هاشمی - دانشیار علوم ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی

## خلاصه مقاله:

نظریه‌ی مسئولیت اجتماعی شکل‌گیری خود را مرهون یک اقدام، کمیسیون آزادی مطبوعات آمریکا می‌داند. این نظریه، مفهومی فراتر از قانون است و به نقشی مربوط می‌شود که سازمان‌ها در بهتر شدن جامعه انجام می‌دهند. رسانه‌ها امروز تا حدی به تار و پود جامعه مبدل شده و تعاملات دیگر نهادها را هماهنگ می‌کنند و بعنوان یک نهاد مسئولیت‌پذیر و تا حدی مسئولیت‌ساز در رشد اجتماعی موثر می‌باشند. علاوه بر این رسانه‌ها با نظارت‌های غیر مستقیم، مدل پاسخگویی را در سازمان‌ها، نهادینه نموده و این مدل زمینه‌ی مطالبه را فراهم می‌سازد. در این مقاله نظریه‌های مختلف مسئولیت اجتماعی مورد کنکاش قرار گرفته است و نگاه منتقدین و موافقین آن مورد در بستر نقد و بررسی قرار داده است. این نظریه؛ معتقد است رسانه‌ها در قبال جامعه بایستی بعنوان منبری برای تبادل تفسیر و نقد را ترسیم نمایند و تصویری از گروه‌های مختلف جامعه ارائه دهند.

## کلمات کلیدی:

مسئولیت اجتماعی، رسانه، نظارت، نظریه

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1575818>

