

اخلاق روزنامه‌نگاری آسیب‌ها و چالش‌ها

محمّد فولادی

(دانش‌آموخته حوزه علمیه و دانشجوی دکتری انقلاب اسلامی)

چکیده

بحث اخلاق روزنامه‌نگاری از جمله مباحث مطرح در قلمرو دانش جامعه‌شناسی، علم ارتباطات و اخلاق کاربردی است. در قلمرو کار روزنامه‌نگاری این سؤال مطرح است که آیا اخلاق می‌تواند در این عرصه حاکم باشد؟ اگر آری، اخلاق روزنامه‌نگاری دارای چه مشخصه‌هایی است؟ آیا رعایت اخلاق در روزنامه‌نگاری ضروری است؟ وظایف اخلاقی، و اخلاق روزنامه‌نگاری کدامند؟ همچنین پیش‌شرط روزنامه‌نگاری حرفه‌ای چیست؟ اصول اخلاق حرفه‌ای کدامند؟ آیا روزنامه‌نگاری شغل محسوب می‌شود و یا حرفه؟ در هر دو صورت، پیامد شغل و یا حرفه بودن روزنامه‌نگاری چیست؟ مشخصات روزنامه‌نگار حرفه‌ای چیست؟ حریم خصوصی و منافع عمومی چیست و هر یک دارای چه قلمروهایی است؟ پارادوکس حق برخورداری افراد از آزادی بیان و اطلاعات، و اینکه «دانستن حق مردم است» و وجود موانعی همچون حق داشتن «منافع عمومی» و «حریم خصوصی»، چگونه قابل حل است؟ عرصه و قلمرو حریم خصوصی تا کجاست و آیا می‌توان آن را نقض کرد؟ و سرانجام اینکه، آسیب‌ها و چالش‌های پیش‌روی روزنامه‌نگار کدامند؟

این مقاله، در تلاش است تا به اجمال، به سؤالاتی از این دست پاسخ دهد.

کلیدواژه‌ها: روزنامه‌نگاری، اخلاق، حریم خصوصی، منافع عمومی، اخلاق حرفه‌ای، آزادی بیان، وظایف اخلاقی.

پیش‌گفتار

دیگر آشنا می‌کند. رسانه‌های گروهی، انسان‌ها را به سرعت، در جریان مسائل عمده روز قرار می‌دهند: اتفاقات و رویدادهای سیاسی، نظامی، اقتصادی، اجتماعی، علمی و هنری و مانند آن. علاوه بر خبررسانی، رسانه‌های گروهی از طریق ارائه تفسیر رویدادها و حوادث و پخش مطالب دلخواه، می‌توانند به روشنگری مردم بپردازند و آنان را به تصمیم‌گیری‌های مطلوب هدایت نمایند. رسانه‌ها می‌توانند در خدمت رشد و شکوفایی دینی و فرهنگی ملت‌ها قرار گیرند و به بالندگی معنوی آنان کمک نمایند. وظیفه مهم دیگری که برای رسانه‌ها ذکر کرده‌اند، ایجاد سرگرمی برای مردم و پرکردن اوقات فراغت آنهاست.

در اینجا، بحث از ویژگی‌ها و کارکردهای رسانه‌های گروهی - که خود بحث مفصل و دامنه‌داری است - نیست، بلکه طبق مقتضای بحث، همه سخن در این است که یکی از رسانه‌ها، یعنی رسانه‌های مکتوب، زمانی به وظایف رسانه‌ای خویش به خوبی عمل خواهند کرد که دارای نیروهای مجرب، ماهر، متخصص و برخوردار از آموزش‌های لازم حرفه‌ای باشند. در واقع، پویایی و به روز بودن رسانه‌های مکتوب، در گرو داشتن روزنامه‌نگاران، گزارشگران، نویسندگان و... حرفه‌ای و مجرب است. یکی از این مهارت‌ها، اخلاق حرفه‌ای است. رعایت اخلاق جمعی، اجتماعی و پایبندی به اخلاق عمومی در تعاملات و مراودات اجتماعی از جمله مباحث مهم در عرصه علم جامعه‌شناسی و ارتباطات اجتماعی است. در واقع، این بحث بیشتر در قلمرو اخلاق رسانه‌ها مطرح می‌شود که در روزنامه‌نگاری اخلاق، به ویژه اخلاق اجتماعی چه جایگاهی دارد؟

مطبوعات به عنوان یکی از ارکان و عوامل مهم و اساسی در رشد و توسعه یک جامعه محسوب می‌شود. پویایی و به روز بودن رکن چهارم دموکراسی، در گرو حضور فعال مطبوعات در عرصه‌های گوناگون سیاسی، اجتماعی و فرهنگی است. از یک سو، اشاعه، توسعه و تقویت فرهنگ ملی - دینی در گرو کارآمدی رسانه‌های جمعی، به ویژه رسانه‌های مکتوب است و نیز تضعیف فرهنگ و یا خودباوری فرهنگی و اشاعه عناصر فرهنگ بیگانه در گرو ناکارآمدی همین رسانه‌هاست. از سوی دیگر، نشاط، پویایی و کارآمدی مطبوعات نیز در گرو وجود گزارشگران، نویسندگان، روزنامه‌نگاران فعال، شاداب، حرفه‌ای، علاقه‌مند، دلسوز و پایبند به اصول حرفه‌ای روزنامه‌نگاری است.

بی‌تردید، در هیچ دوره‌ای از تاریخ بشر جریان اطلاع‌رسانی همانند امروز سریع و گسترده نبوده است. به همین دلیل، برخی مهم‌ترین ویژگی‌های این دوره از تاریخ را سرعت، گسترش و اهمیت فوق‌العاده اطلاعات دانسته، دوره معاصر را «عصر انفجار اطلاعات» می‌نامند. امروز اطلاعات نه تنها در مراکز معینی قابل دسترسی است، بلکه حتی از پشت درهای بسته و دیوارهای ضخیم خانه‌ها نیز به داخل نفوذ می‌کند. تمام امواج صوتی و نوری اطراف ما، حامل پیام‌ها و اطلاعات است و تقریباً جایی از نفوذ آنها در امان نیست.

یکی از کارکردهای رسانه‌ها، به ویژه رسانه‌های مکتوب، آگاهی‌دهی و افزایش اطلاعات است. اطلاعاتی که از طریق رسانه‌های جمعی به دست مردم می‌رسد، آنان را با دنیای اطرافشان آشنا می‌سازد، بر دانش و آگاهی آنان می‌افزاید و آنان را با آداب، رسوم و فرهنگ ملت‌های

موضوع علم اخلاق، اعم از ملکات نفسانی که فلاسفه اخلاق تاکنون بر آن تأکید داشته‌اند، بوده و شامل همه کارهای اختیاری انسان می‌شود که ارزشی است؛ یعنی متصف به خوب و بد بوده و می‌تواند برای نفس کمالی را فراهم آورد و یا موجب رذیلت و نقصی در نفس شود.^(۴)

آیه‌الله جوادی آملی نیز اخلاق را این‌گونه تعریف می‌کنند:

اخلاق، عبارت از ملکات و هیئت‌های نفسانی است که اگر نفس به آن متصف شود، به سهولت کاری را انجام می‌دهد. همان‌طور که صاحبان صنعت‌ها و حرفه‌ها به سهولت کار خود را انجام می‌دهند، صاحبان ملکات فاضله و رذیله هم به سهولت کار خوب یا بد می‌کنند. پس اخلاق عبارت از ملکات نفسانی و هیئات روحی است که باعث می‌شود کارها، زشت یا زیبا، به آسانی از نفس متخلق به اخلاق خاص، نشئت بگیرد.^(۵)

آنچه در این نوشتار، از اخلاق سخن به میان آمده، همین بعد انسان‌شناختی اخلاق است که شامل مجموعه رفتارها، ملکات و هیئت‌های نفسانی انسان است و نفس متصف به آن، قادر خواهد بود اعمال را به راحتی و سهولت انجام دهد. هر چند اخلاق در این معنا، اعم از اخلاق فاضله و اخلاق رذیله می‌باشد، اما مراد از «اخلاق» در اینجا، پای‌بندی و رعایت فضائل اخلاقی است.

ب. روزنامه‌نگار

یک روزنامه‌نگار را با توجه به نوع کارش، به راحتی می‌توان شناخت. او، گاهی حرفه‌ای است و گاهی نیز تازه‌کار و مبتدی. وی فردی است که در استخدام یک

این مقال، نیم‌نگاهی به این موضوع انداخته، اخلاق روزنامه‌نگاری را مورد بحث و بررسی قرار می‌دهد.

مفهوم‌شناسی

الف. اخلاق

واژه «اخلاق» جمع خُلُق است و خُلُق شکل درونی انسان است؛ یعنی همان خوی و سرشتی که جمع آن اخلاق می‌باشد،^(۱) چنان‌که شکل ظاهری و صوری اشیا را خُلُق می‌گویند، هرچند که کلمه «خُلُق» و «خُلُق» در ادب عرب، از یک ماده هستند ولی از نظر معنا با یکدیگر تفاوت دارند.

بنابراین، غرایز، ملکات و صفات باطنی انسان اخلاق نامیده می‌شود و به رفتاری که از این خلیقات ناشی می‌شود نیز اخلاق یا رفتاری اخلاقی می‌گویند. در یک تعریف کلی می‌توان گفت: آن سلسله صفاتی که در نفس و روح انسان، ثابت و ریشه‌دار است و منشأ صدور کارهای نیک یا بد می‌شود، «اخلاق» نامیده می‌شود.

در نگاهی دیگر، واژه اخلاق، برای مشخص کردن معیارهای «رفتار نیک» به کار می‌رود. ... عمل اخلاقی به طور صریح یا غیرصریح، مجموعه‌ای از هنجارهای مشترک و مناسب را مورد ارجاع و استناد قرار می‌دهد.^(۲) اخلاق در اصطلاح در حوزه‌های گوناگونی از علوم مطرح شده و تعاریف گوناگونی از آن ارائه شده است. در اینجا و به مقتضای بحث، اجمالاً اشاره‌ای به این بحث خواهیم افکند:

علمای اخلاق معمولاً «خُلُق» را این‌گونه تعریف کرده‌اند: «ملکه نفسانی که افعال از آن به آسانی صادر می‌شود.»^(۳) آیه‌الله مصباح، این تعریف را کامل ندانسته، معتقدند:

روزنامه و نشریه است، برای روزنامه و نشریه خود مقاله می‌نویسد، گزارش تهیه می‌کند، سرمقاله می‌نویسد و یا به تصحیح مطالب می‌پردازد. یک روزنامه‌نگار، با نام‌های مختلفی شناخته می‌شود: گزارشگر، تحلیلگر مسائل سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، مقاله‌نویس، خبرنگار ویژه، مسئول تنظیم اخبار، معاون سردبیر، دبیر بخش اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و ...

دامنه‌کارهایی که ممکن است یک روزنامه‌نگار انجام دهد، به وسعت دنیای پیرامون اوست. وی در مورد هر چیزی که جنبه خبری داشته باشد، گزارش تهیه می‌کند؛ خواه در مورد جرم و جنایت، نظم و قانون، برنامه‌های سیاسی، دادگاه‌ها، قوه مجریه و قوه مقننه باشد، و خواه درباره مردم، مد، هنر، موسیقی، نمایش، ادبیات و غیره. کار روزنامه‌نگار بیش از اینهاست. او نوشته‌های دیگران را تصحیح می‌کند، اخبار را تفسیر و انتقاد و جمع‌بندی می‌کند. (۶)

با توجه به تعاریف بیان شده از «اخلاق» و «روزنامه‌نگاری»، می‌توان رابطه این دو را چنین بیان کرد: زمانی که «روزنامه‌نگاری» قید «اخلاق» می‌گیرد، گویا روزنامه‌نگاران موظفند در چارچوب اخلاق عمل کنند و در همه حال، اخلاق روزنامه‌نگاری را مراعات کنند. هر چند در همه عرصه‌ها و مشاغل، اخلاق جزو ارکان و قلمروهای اصلی فعالیت‌های حرفه‌ای است، اما این مهم در عرصه روزنامه‌نگاری دو چندان می‌شود؛ چراکه یک روزنامه‌نگار، متعلق به خودش نیست، وظیفه اطلاع‌رسانی را در یک جامعه بر عهده دارد. فعالیت حرفه‌ای او با افکار عمومی ارتباط مستقیم دارد؛ کمترین بداخلاقی وی در فعالیت رسانه‌ای و یا عدم پاسداری از اخلاق از سوی وی، و یا عدم پایبندی به اخلاق عمومی،

موجب خدشه‌دار شدن افکار عمومی خواهد شد. بنابراین، یک روزنامه‌نگار باید در فعالیت‌های رسانه‌ای خویش، مقید و پایبند به اخلاق و گزاره‌های اخلاقی باشد. طبیعی است که در یک جامعه دینی، فضائل و ارزش‌های اخلاقی تابع جهان‌بینی دینی است؛ یعنی باید یک روزنامه‌نگار در یک جامعه دینی، تابع و پایبند به فضائل و ارزش‌های اخلاقی بوده، از رذائل اخلاقی و بداخلاقی مطبوعاتی اجتناب نماید.

ج. منافع عمومی

از دیگر مفاهیم و اصطلاحات در عرصه روزنامه‌نگاری، مفهوم «منافع عمومی» است که همواره یک روزنامه با آن درگیر است. رعایت حریم و منافع عمومی، از جمله خطوط قرمز این عرصه است. اینکه منافع عمومی چیست و چه شرایطی دارد، خود بحث مفصلی است. اما اجمالاً باید گفت: منافع عمومی جایی است که اکثریت مردم در آن موضوع، ذی‌نفع باشند که معمولاً در تعارض با منافع شخصی و فردی است. مسائل کلان جامعه از مسائل خرد جامعه که افراد احساس می‌کنند می‌توانند مستقیماً در آنها تأثیرگذار باشند (مثل خانواده، محل کار، اجتماع و...) به این صورت متمایز می‌شوند که مسائل کلان به حوزه عمومی مربوط می‌شوند و از حوزه خصوصی جدا هستند. بیشتر مردم در اغلب اوقات، به شدت نگران و دلوپس زندگی خصوصی خود هستند. قلمرو عمومی، امری دور از دسترس است. مردم از طریق وسایل ارتباط جمعی از بخشی از آن آگاه می‌شوند، اما به طور جدی دلوپس آن نمی‌گردند.

منافع عموم را می‌توان شامل موارد زیر دانست: الف. بهداشت، سلامت و رفاه عمومی؛ ب. اخلاق و عفت

تعریف خاص، به معنای کم‌اهمیتی این مفهوم نیست، بلکه به یک معنا، تمامی موارد حقوق بشر، جنبه‌ها و ابعادی از حق حریم خصوصی هستند.

در دهه ۱۸۹۰ دو تن از قضات دادگاه عالی ایالات متحده آمریکا، به نام‌های ساموئل وارن و لوئیس براندیس در مقاله‌ای با عنوان «حق حریم خصوصی» برای اولین بار، این مسئله را به عنوان یک بحث جدی و صریح حقوقی مطرح و حریم خصوصی را «حق افراد برای تنها بودن» تعریف کردند. به نظر آنان، حریم خصوصی، از جمله ارجمندترین حقوق در یک دموکراسی است و حمایت از آن، باید در قانون اساسی منعکس شود. رابرت الیس اسمیت، حریم خصوصی را چنین تعریف کرده است: «تحلیل هر یک از ما به داشتن فضای فیزیکی که می‌توانیم در آن، از مداخله، مزاحمت، اضطراب و آشفتگی یا پاسخ‌گویی رها باشیم و تلاش برای کنترل زمان و شیوه افشای اطلاعات شخصی درباره خودمان»^(۷)

بر اساس تعریفی دیگر، حریم خصوصی، حق افراد برای برخورداری از حمایت افراد، در برابر مداخله بی‌اجازه دیگران در امور و زندگی خود و خانواده‌شان است، خواه این عمل با ابزار مستقیم فیزیکی صورت پذیرد، یا به وسیله نشر اطلاعات. حریم خصوصی یک ارزش کلیدی و زیربنایی و توجه به شأن و منزلت انسانی و سایر ارزش‌ها نظیر، آزادی اجتماعات و آزادی بیان است. حریم خصوصی یک حق اساسی بشر و خواسته منطقی فردی است.^(۸)

قلمرو حریم خصوصی

حریم خصوصی را می‌توان به چهار قلمرو و حوزه مجزا،

عمومی؛ ج. دفاع، جنگ، صلح و امنیت عمومی؛ د. دین، فرهنگ، هنجارها و ارزش‌های اجتماعی؛ ه. هویت ملی و انسجام اجتماعی؛ و. موارد دیگر.

بنابراین، در یک تقسیم‌بندی، منافع، یا عمومی است و یا خصوصی. اگر چیزی در قلمرو حریم خصوصی افراد قرار نگیرد، جزو حریم عمومی محسوب می‌شود. همواره و در همه حال، رعایت حریم عمومی اصلی ضروری است و باید این حریم از سوی روزنامه‌نگاران مورد توجه قرار گرفته، رعایت شود.

د. حریم خصوصی

از دیگر مفاهیم پرکاربرد در عرصه روزنامه‌نگاری، حریم خصوصی است. حریم خصوصی، همچون آزادی اطلاعات و حق دسترسی آزادانه به اطلاعات، حقی بنیادین بشری و سنگ بنای منزلت انسانی و ارزش‌های دیگر همچون آزادی اجتماعات و آزادی بیان، از جمله مهم‌ترین حقوق انسانی در دوران معاصر به شمار می‌رود. از این رو، حریم خصوصی در سراسر دنیا و در بسیاری از مناطق و فرهنگ‌های گوناگون، به رسمیت شناخته شده است.

تعریف حریم خصوصی از جمله مفاهیم سهل و ممتنع است. تعریف این مفهوم بستگی تام به فرهنگ و زمینه‌های اجتماعی و محیطی دارد. در بسیاری از کشورها، این مفهوم با مقوله حفظ اطلاعات، که حریم خصوصی را در معنای مدیریت اطلاعات شخصی تفسیر می‌کند، پیوند خورده و در هم ادغام شده است. در عین حال، محافظت از حریم خصوصی معمولاً به عنوان ابزاری برای ترسیم محدوده خطوطی که جامعه می‌تواند در امور افراد دخالت کند، تلقی می‌شود. فقدان یک

و مرتبط به یکدیگر تقسیم کرد:

۱. حریم اطلاعات: شامل قوانینی است که اطلاعات شخصی نظیر اطلاعات مالی، پزشکی و دولتی افراد را تحت کنترل قرار می‌دهد. این حوزه به «حفظ اطلاعات» معروف است.

۲. حریم جسمانی: به حفاظت از جسم افراد، در مقابل آزمایش‌های ژنتیکی، دارویی و نظایر آن مربوط می‌شود.

۳. حریم ارتباطات: به امنیت پست‌های الکترونیکی، تلفن‌ها، پست و سایر اشکال ارتباطات توجه دارد.

۴. حریم مکانی: به اعمال مجموعه‌ای از محدودیت‌ها و نظارت‌ها در محیط کار و زندگی افراد و همچنین اماکن عمومی مربوط می‌شود. حریم مکانی، معمولاً توسط نظارت ویدئویی و یا چک کردن هویت افراد، مورد تجاوز قرار می‌گیرد.

تعارض «حق دسترسی آزاد به اطلاعات» و «حریم خصوصی»

موضوع حریم خصوصی از جمله موضوعات چالش برانگیز در دنیای غرب شده است. از یک‌سو، حریم خصوصی محرمانه و برای همه افراد حرمت دارد و انتشار آن منع قانونی دارد و تا پیش از این، بسیاری از مشاهیر، افراد سلطنتی، سیاست‌مداران، ستاره‌های ورزشی و عامه مردم چندان تمایل نداشتند تا خود را از طریق رسانه به دنیا بشناسانند. در حالی که امروزه بسیاری از همین افراد، برای کسب شهرت، به دنبال انتشار بخش‌هایی از زندگی خصوصی خود هستند. ستاره‌های ورزشی، سینمایی و... به نویسنده‌ها پول می‌دهند تا بیوگرافی‌شان را به رشته تحریر درآورند و همه این نوشته‌ها، سرشار از جزئیات

زندگی خصوصی است. یا بسیاری از سیاست‌مداران، و شخصیت‌های سیاسی، با راه‌اندازی وب لاگ‌های شخصی، صحنه‌ها و تصاویر زندگی خود را به نمایش می‌گذارند.

در هر حال اینجا به ظاهر تناقضی مطرح می‌شود مبنی بر اینکه از یک‌سو، افراد در دسترسی آزاد به اطلاعات ذی‌حقوق‌اند، و از سوی دیگر، این حق با مانعی به نام حرمت حریم خصوصی افراد مواجه است.

یکی از ارزش‌هایی که با تصویب قوانین جدید، حریم خصوصی به خطر افتاده است، جریان اطلاعاتی است که برای دموکراسی و فعالیت مطبوعات آزاد ضروری است. اعطای آزادی به افراد برای احاطه بر اطلاعات پیرامونشان، لاجرم به این معناست که به آنان اجازه می‌دهیم دسترسی و کاربرد آن اطلاعات از سوی عموم و مطبوعات محدود شود. از همین‌روست که در سال‌های اخیر توجیه محرمانه کردن اسناد عمومی، که به طور سنتی اسنادی «باز» شمرده می‌شدند و تلاش برای مخفی نگاه داشتن آنها و یا اعمال مجازات بر انتشار اطلاعات دقیق، نگرانی‌هایی را برانگیخته است. اینکه در «جامعه» ارزش‌های متعارض وجود دارند و پذیرش هر یک متضمن پرداخت هزینه‌هایی است، بدین معنا نیست که قانون نباید از حریم خصوصی محافظت کند، بلکه موضوع توزین و تعیین دقیق ارزش‌ها و هزینه‌ها پیش از اتخاذ تصمیم‌هایی است که محدودیت‌های تازه‌ای را بر جریان اطلاعات تحمیل می‌کنند، و این توجه حتی هنگامی که محدودیت‌ها برای خدمت به هدفی ارزشمند طراحی شده‌اند، ضروری است.^(۹)

۲. وقتی منافع معین عمومی را بتوان با افشای منافع خصوصی برآورده ساخت.

۳. وقتی عموم نسبت به دانستن امور خصوصی علاقه‌مند باشند.

در یک جامعه دینی، براحتی و به صورت مطلق نمی‌توان این قیود را پذیرفت. آیا فردی که شخصیت عمومی پیدا کرده، مطلقاً حریم خصوصی نخواهد داشت؟ آیا در همه جا و همه حال، منافع عمومی معین را در یک جامعه دینی می‌توان با افشای منافع خصوصی برآورده ساخت؟ طبیعی است که افراد مزبور در شرایط خاصی می‌توانند دارای حریم خصوصی باشند و همواره، و در هر شرایطی نمی‌توان منافع خصوصی را تابع منافع عمومی قلمداد کرد. اما بند سوم، به راحتی قابل پذیرش نیست؛ بدین معنا که بسیاری اوقات مردم علاقه‌مند به دانستن بسیاری از چیزهایی هستند که ما مجاز به انتشار آنها نیستیم. به راستی، آیا انتشار صحنه‌هایی از زندگی خصوصی یک هنرپیشه و یا حتی یک فرد عادی، که اتفاقاً ممکن است بسیاری از مردم علاقه‌مند به دانستن آن باشند، برای ما مجاز است؟ برای مثال، انتشار خبر پیرامون «لکننت گفتاری یا کهولت سن و مرض لاعلاج» یک فرد عادی، تجاوز به حریم خصوصی محسوب می‌شود و غیرقابل توجیه است. اما بیان همین ویژگی‌ها، برای فردی که نامزد مجلس و یا شورای شهر می‌باشد، ممکن است خارج از عرف و نزاکت نباشد و حتی بیان آن به نفع عموم باشد. همچنین کشف و معرفی جرم و جنایت، حفظ سلامت عمومی و جلوگیری از انحراف مردم است. همگان بر این باورند که معرفی مقام‌های دولتی فاسد، ناکارآمد، فریب‌کار، در جهت منافع عمومی است.

بنابراین، پارادوکس وجود حق آزادی اطلاعات و

همان‌گونه که گذشت، مراد از حریم خصوصی، رویکردهای متعارف، اطلاعات درباره زندگی خصوصی و شخصی افراد، به ویژه وجوهی است که تأثیری بر روندهای حیات اجتماعی جامعه ندارند؛ قلمرویی که باید از تعرض هرگونه نظارت مداخله‌گرانه، از جمله گستره حق دسترسی آزادانه به اطلاعات، مصون بماند. به بیان دیگر، رعایت حریم خصوصی افراد و آزادی شهروندان در دسترسی به اطلاعات، که هر دو از موازین بنیادین حقوق بشر شناخته می‌شوند، در تخالف و تزاحم با یکدیگر نیستند. از این‌رو، همواره بر تبیین آزادی اطلاعات به مثابه دسترسی شهروندان به اطلاعاتی که نزد دولت است، تأکید می‌شود. در حقیقت، آزادی اطلاعات به طور طبیعی دسترسی شهروندان به اطلاعات پیرامون زندگی خصوصی افراد را شامل نمی‌شود. این قاعده کلی، از منظر برخی صاحب‌نظران، هنگام بحث درباره زندگی خصوصی برخی کسان، به ویژه آنانی که در دموکراسی‌ها به نمایندگی از مردم سرنوشت آنان را در دست گرفته‌اند، قابل تأمل می‌شود.^(۱۰)

موارد نقض حریم خصوصی

هرچند رعایت حریم خصوصی در بسیاری از فرهنگ‌ها و جوامع امری ضروری است، اما گاهی اوقات و در صورت تعارض، امکان نقض آن وجود دارد. البته، این موارد نقض هم امری نسبی است و ممکن است در برخی جوامع نسبت به برخی دیگر، موارد نقض آن متفاوت باشد. اجمالاً در یک جامعه سکولار به سه دلیل زیر، معمولاً حریم خصوصی افراد نقض می‌شود:

۱. وقتی فردی، شخصیتی عمومی پیدا کرد، طبیعی

است که حریم خصوصی خود را از دست بدهد.

حرمت حریم خصوصی بدین صورت قابل حل است که اولاً، حق برخورداری از آزادی اطلاعات مطلق نیست، بلکه مقید به قیودی از جمله رعایت حریم خصوصی با شرایط خاص خود است. ثانیاً، این حق خاص افراد، در تعارض با منافع عمومی می‌باشد و هنگام تعارض، منافع عمومی مقدم است. به عبارت دیگر، اگر حق آزادی اطلاعات برای فردی در تعارض با منافع سایر افراد جامعه قرار گیرد، حق عموم مقدم است. به بیانی دیگر، مردم برخوردار از حق آزادی اطلاعات هستند، اما نه در گرفتن اطلاعات از زندگی خصوصی افراد جامعه، و یا در جایی که این آزادی، به ضرر جامعه بوده و به منافع عموم لطمه‌ای برساند، آزاد نیستند. ثالثاً، نباید این آزادی گرفتن اطلاعات در یک جامعه دینی، با ارزش‌ها و هنجارهای دینی در تنافی باشد؛ به عبارت دیگر، خطوط قرمز جامعه باید مراعات شود.

روزنامه‌نگاری، شغل و یا حرفه؟

بحث دیگری که در روزنامه‌نگاری مطرح می‌شود، شغل و یا حرفه بودن روزنامه‌نگاری است. میان شغل و حرفه تفاوت وجود دارد. درباره شغل، به هر کسی که به هر کاری مشغول باشد شاغل اطلاق می‌شود. اشتغال در فرهنگ غرب، ترجمه واژه انگلیسی «employment» است و به اشتغال در یک پیشه، کسب، تجارت و یا... اطلاق می‌شود.^(۱۱) به طور معمول، فعالیت‌های اقتصادی در بخش‌های رسمی اشتغال نامیده می‌شود. منظور از بخش رسمی اقتصاد، صنعت، خدمات و آن بخش از کشاورزی است که دارای نیروی کار مزدبگیر باشد.^(۱۲) پس، شاغل فرد مایل و قادر به کار است که با توجه به سطح دستمزد رایج در بازار کار می‌کند.^(۱۳) بنابراین، کار و

شغل در اینجا، به معنای شغل و حرفه‌ای است که دارای دستمزد است و ترجمه «work» می‌باشد. به هر فعالیت بدنی یا فکری، که منجر به تولید کالا یا ایجاد خدمت می‌شود، اطلاق می‌شود.^(۱۴) تعبیر دیگر، حرفه یا کار و کسبی که شخص بدان اشتغال دارد، کار است.^(۱۵) بنابراین، شاغل کسی است که به کاری اشتغال دارد و برای او منشأ درآمدی است.

اما حرفه، از شغل متفاوت است. فرد صاحب حرفه، صاحب مهارت، تخصص و دانشی است که بر آن حقوقی مترتب است، دارای هویت خاصی است، و بر آن آثار و حقوقی مترتب می‌شود. بنابراین، می‌توان حرفه را دارای چنین شرایطی دانست:

۱. مبتنی بر دانش، مهارت و یا هر دو می‌باشد؛

۲. دارای هویت صنفی، گروهی، حقوقی و جمعی

است؛

۳. با هدف ارائه خدمتی برپا شده است؛

۴. دارای مجموعه‌ای از قوانین حقوقی، قانونی و

اخلاقی است.

آیا روزنامه‌نگاری یک شغل است، حرفه است، صنعت است، و یا تجارت؟ در پاسخ باید گفت: روزنامه‌نگاری یک حرفه است، مثل کسانی که به گرایش‌های علمی همچون حقوق و یا طب یا مهندسی اشتغال دارند. در عین حال، روزنامه‌نگاری، همچون بسیاری از حرفه‌ها، حرفه و صنعتی است که باید آموخته شود.

روزنامه‌نگار موفق، لزوماً روزنامه‌نگاری خوب نیست، اما روزنامه‌نگار خوب، باید روزنامه‌نگاری موفق هم باشد. اولین هدف روزنامه‌نگار، ایجاد ارتباط است؛ نشریه و روزنامه‌ای که پس از چاپ فروش نرود، به اولین

ارباب رجوع (دانش‌آموز یا بیمار) است؟ آیا حرفه روزنامه‌نگاری می‌تواند در این قالب شکل بگیرد و همچون حرف و مشاغل مزبور تلقی شود؟ در پاسخ باید گفت: با توجه به شباهت‌هایی که حرفه روزنامه‌نگاری با حرفه‌های سنتی دارد، به دو دلیل این مسئله را به آسانی نمی‌توان پذیرفت:

اول اینکه، روزنامه‌نگاری حرفه‌ای قانونمند نیست و شاید در واقع اصلاً یک شغل و یا حرفه نباشد: هر شخص که بتواند شغل مناسبی در صنعت رسانه‌ای به دست آورد، یک روزنامه‌نگار است. دوم اینکه، حتی اگر روزنامه‌نگاری یک حرفه باشد، مطمئناً این حرفه، همچون سایر حرف، کار «مواظبت و نگه‌داری» از افراد خاص و مشخص نیست، اما کاری است که در چارچوب تجاری و نیز شرایطی بسیار رقابتی قرار می‌گیرد.^(۱۸)

شرایط حرفه‌ای شدن روزنامه‌نگار

با توجه به تعریف، جایگاه و منزلت روزنامه‌نگار حرفه‌ای، این سؤال مطرح می‌شود که فردی با این منزلت، که در استخدام یک سازمان است و می‌تواند نقش‌های گوناگونی را ایفا کند، دارای چه شرایطی است؟ چنین فردی فرایند حرفه‌ای شدن را از کجا به دست می‌آورد؟ نیازمند چه نوع آموزش‌هایی است؟ برای ایفای درست نقش‌های حرفه‌ای و کاری خود، چه نوع آموزش‌های تخصصی، تکمیلی و ضمن خدمت برای او لازم است؟ پیش از هر چیز باید گفت: روزنامه‌نگاری برای کسی که آموزش‌های لازم و تخصصی را در زمینه کار پیچیده روزنامه‌نگاری دیده است، یک موفقیت بزرگ محسوب می‌شود. این موضوع، درباره روزنامه‌نگاران غیرحرفه‌ای و آماتور صادق نیست. برای یک روزنامه‌نگار

هدف خود دست نیافته است. روزنامه‌نگار حرفه‌ای و خوب، زمانی که مطلبی را به گونه‌ای حرفه‌ای نگاشته، و به گونه‌ای جذاب در روزنامه و نشریه‌ای چاپ نماید، این سرمایه مطلوب و ارزشمندی برای او محسوب می‌شود و البته، خوب هم به فروش می‌رسد. مسئول تنظیم اخباری که صفحات نشریه را خوب تنظیم می‌کند، تا روزنامه او به فروش برسد، کاملاً حرفه‌ای است. گرفتن اینکه صفحه‌آرایی، یک حرفه است، نه یک هنر، برداشت غلطی است. بی‌شک، روزنامه‌نگاری یک حرفه است، اما روزنامه‌نگاری که خودش را به حرفه‌اش محدود کند، به احتمال زیاد خواهد فهمید که استعدادش چندان رشک برانگیز نیست: دانشی است بی‌مشتی، تاریخ روزنامه‌نگاری سرشار از سرگذشت مردانی است که غرورشان به آنها اجازه نمی‌داد که خود را دلال و تجارت پیشه بدانند.^(۱۶)

توجه به نکته‌ای در این باب حایز اهمیت است و آن اینکه فرد شاغل در عرصه رسانه‌ها و ارتباطات، در سنت علوم کاربردی مشاغل، صرفاً نظاره‌گر فرهنگ جامعه نخواهد بود، بلکه انتقال‌دهنده فرهنگ، دلبسته و علاقه‌مند به علوم فرهنگ کاربردی آموزشی و پرورشی، علوم سیاسی، مددکار اجتماعی، و شاید هم مفهوم آیینی الهیات ساده و بی‌پیرایش خواهد بود. شیوه و عادات آموخته مشاغل ارتباطی، نه تنها جویای نوع فرهنگی است که ما خلق می‌کنیم، بلکه به دنبال نوع فرهنگی است که باید خلق کنیم.^(۱۷)

از سوی دیگر، در این زمینه باید گفت: آیا روزنامه‌نگاری نیز همچون مشاغل پزشکی، پرستاری، مددکار اجتماعی و دبیری است که در آنها، فرد شاغل موظف به ارائه خدمت یا مراقبت از افراد خاص و یا

آموزش‌های تخصصی کافی، مناسب و صحیح، اهمیت بسزایی دارد. در عین حال، لزوماً هر کسی که دارای مدرک روزنامه‌نگاری است، روزنامه‌نگار، به ویژه روزنامه‌نگار حرفه‌ای نیست. ارائه آموزش‌های لازم، تخصص و تجربه کاری، برخوردار از آموزش‌های کلاسیک و آکادمیک، از جمله پیش‌شرط‌های روزنامه‌نگاری است. به عبارت دیگر، علاوه بر آموزش، تجربه کاری نیز از جمله پیش‌شرط‌های روزنامه‌نگاری است.

برخی صاحب‌نظران عرصه روزنامه‌نگاری، در پاسخ به اینکه چه چیزی یک روزنامه‌نگار را به روزنامه‌نگار حرفه‌ای تبدیل می‌کند، چنین پاسخ داده‌اند (در واقع، شرایط حرفه‌ای شدن را چنین ترسیم کرده‌اند):

جیمز رستون از نیویورک تایمز، «سرحالی و زنده‌دلی» را در این زمینه اصلی اساسی می‌داند. پل میلر از گروه روزنامه‌ها یگانگت در آمریکا، «زرنگی و حيله‌گری» را مهم می‌داند. هربرت بروکر، یکی از سردبیران معروف، «روکردن حقیقت و مواز ماست کشیدن» را ویژگی اصلی روزنامه‌نگار حرفه‌ای می‌داند. البته، یک روزنامه‌نگار باید پراورزی باشد و بتواند حقیقت را بازگو کند، و حتی اگر لازم باشد از فریب‌کاری استفاده کند، اما اینها همه پاسخ‌هایی جزئی هستند. روزنامه‌نگار شدن، احتیاج به بسیاری چیزهای دیگر غیر از انرژی یا علاقه به کار دارد. با وجود این، آقای رستون در مدرسه روزنامه‌نگاری کلمبیا می‌گوید:

من طرفدار پر و پا قرص تربیت و آموزش تخصصی روزنامه‌نگاران هستم. در عین حال، ما در بین روزنامه‌نگاران نیویورک تایمز افرادی را داریم که چندین مدرک دانشگاهی دارند و افرادی هم هستند که تحصیلات عالی را بنا به دلایلی به پایان

نرسانده‌اند... اما هر دو گروه، خوب کار می‌کنند. وقتی پرونده این آدم‌ها را ورق می‌زنیم، با این واقعیت مواجه می‌شویم که همه آنها این کیفیت بالا یعنی «سرحالی، انگیزه، زنده‌دلی» را دارند. حال شما هر نامی که دوست دارید، به آن بدهید. بنابراین، به نظر من، کامل‌ترین و بهترین آموزش‌ها در امور تخصصی نمی‌تواند یک روزنامه‌نگار برجسته بسازد، مگر اینکه ویژگی اصلی، سرحالی و زنده‌دلی نیز همراه تخصص باشد. (۱۹)

بدین ترتیب، در خصوص حرفه‌ای‌گری در روزنامه، صرف تحصیلات و مدرک دانشگاهی شرط کافی نیست، هرچند از جمله شرایط لازم است. نکته مهم در مورد چنین افرادی این است که علاوه بر مدرک دانشگاهی، نیازمند آموزش‌های عملی لازم نیز هستند. اما گاهی اوقات، افرادی فاقد مدرک دانشگاهی هستند، اما دارای نیرو بوده و علاقه کافی به کارشان دارند و از تجربه لازم در این زمینه برخوردارند. در این زمینه، ارائه آموزش‌های موردنیاز تخصصی ضروری است.

بنابراین، برای شروع کار، دانشجوی روزنامه‌نگاری باید از نظر معلومات هنری، علمی، نویسندگی، روابط عمومی و یا تجاری قابل قبول باشد. با نویسندگی، ادبیات، رعایت قواعد دستور زبان، و ساخت جمله آشنا باشد. دانشجویی که در محیط غیرانگلیسی فارغ‌التحصیل شده است، باید درس‌های تخصصی انگلیسی را بگذراند تا بیش‌ترین بهره‌مندی را از منابع انگلیسی در زمینه روزنامه‌نگاری ببرد. هرچند افرادی که با زبان انگلیسی هم آشنا نیستند، می‌توانند روزنامه‌نگار حرفه‌ای خوبی باشند، اما عملاً امکان استفاده از منابع انگلیسی برای آنان فراهم نیست. برای کار کردن در یک روزنامه خوب و معتبر،

روزنامه است. در این صورت، با اندکی مسامحه، می‌توان چنین فردی را حرفه‌ای دانست.

ضرورت رعایت اخلاق در روزنامه‌نگاری

اولین سؤالی که مطرح می‌شود این است: آیا اصولاً رسانه‌ها، به ویژه روزنامه‌نگاران می‌توانند «اخلاقی» باشند و امور مربوط به اخلاقیات اجتماع را رعایت کنند؟ چرا که توجه به ضرورت اطلاع‌رسانی و تمایل شدید مردم و افراد جامعه به دانستن چیزهایی که برخی از افراد نمی‌خواهند آشکار شود، رعایت اصول اخلاقی را برای روزنامه‌نگاران ناممکن می‌سازد. در پاسخ باید گفت: هرچند رسانه‌ها و روزنامه‌نگاران ممکن است نتوانند یک معلم اخلاق خوبی برای مردم باشند و به شیوه خاص خود به اخلاق بپردازند، ولی می‌توانند اصول اخلاقی را مراعات کنند. این مهم و ضرورت رعایت اخلاق در رسانه‌ها و روزنامه‌نگاری، نسبت به دیگر حرفه‌ها، اهمیت بیشتری دارد؛ چراکه حرفه‌های دیگر، قلمرو و بُرد محدودتری دارند و اعمال غیر اخلاقی آنها به افراد و سایر حرفه‌ها به راحتی سرایت نمی‌کند. ولی رسانه‌ها، واسطه و حلقه وصل میان مردم و حکومت هستند و بخش زیادی از وقت آنان در اختیار رسانه‌ها و روزنامه‌نگاران است. از این رو، انتظار می‌رود آنان بیش از پیش به اخلاقیات پایبند باشند.

در روزنامه‌نگاری گاهی اوقات چنین بیان شده که اصول اخلاقی، حتی از نوع بنیادین آن، همچون احسان، نیکوکاری، سودمندی و یا حتی نوع غیر مضر آن، خارج از بحث و حیطه روزنامه‌نگاری بوده و منحصرأ باید [این‌گونه مفاهیم] تحت تأثیر قدرت [سیاسی] و یا فشار بازار شکل گرفته باشد. این پیشنهاد باید مورد بررسی قرار

روزنامه‌نگار باید با زبان انگلیسی آشنا باشد. دقت، امانت و حساسیت نسبت به انتشار اخبار، سرمایه‌های اصلی یک روزنامه‌نگار حرفه‌ای است. آنچه مهم است، اینکه روزنامه‌نگار باید بتواند مطالب خود را به راحتی و به زبانی روان بنویسد و با قلم خود با مخاطب ارتباط برقرار کرده، با او حرف بزند. روزنامه‌نگاران معمولاً با واقعیت‌ها سروکار دارند، اما همین واقعیت‌ها در قالب زبان، قلم و واژگان بیان می‌شوند. روزنامه‌نگاری که به زبان تسلط نداشته باشد، نمی‌تواند امیدی به تأثیرگذاری بر خوانندگان داشته باشد. این نکته اهمیت تسلط بر چند زبان را نشان می‌دهد. هر چه فرد با زبان‌های بیشتری آشنا باشد، شانس بیشتری برای پیدا کردن شغل دارد.^(۲۰)

علاوه بر آن، «سرحالی و زنده‌دلی»، «زرنگی و هیله‌گری»، «مواز ماست کشیدن»، «پرانرژی و پرکار»، «بیان حقیقت»، «آموزش تخصصی روزنامه‌نگاری»، «ترجیحاً دارای مدرک دانشگاهی و تحصیلات عالی»، «علاقه و انگیزه نسبت به کار»، «دارای معلومات هنری، علمی، یا تجاری و تجربه کافی»، «آشنایی با زبان‌های زنده و رایج دنیا»، «دقت، امانت و حساسیت نسبت به اخبار» و... از جمله شرایط لازم برای یک روزنامه‌نگار حرفه‌ای است.

بدین ترتیب، روزنامه‌نگار حرفه‌ای کسی است که آموزش‌های لازم را در رشته تخصصی خود دیده است. برای مثال، اگر فردی تحصیلات کلاسیک و دانشگاهی در زمینه روزنامه‌نگاری ندیده است، دست‌کم باید دوره‌های لازم آموزشی را در این زمینه دیده باشد. در چنین شرایطی تنها راه تشخیص یک روزنامه‌نگار حرفه‌ای از روزنامه‌نگار آماتور، داشتن تجربه، سوابق فعالیت مطبوعاتی، و اشتغال تمام وقت و فعال در یک نشریه و

گیرد. دلیل اینکه روزنامه‌نگار باید در قلمرو اخلاق و چارچوب آن باشد [فعالیت کند]، این است که حرفه روزنامه‌نگاری در [نظام‌های] دموکراسی، به عنوان تأمین‌کننده منافع و نیازهای عمومی جامعه است و این بدین معناست که حرفه روزنامه‌نگاری باید عهده‌دار پخش و انتشار اطلاعات و عقاید باشد با توجه به اینکه نظام دموکراسی نتوانسته از عهده آن برآید. و بدین‌سان، نظام دموکراسی را قادر سازد تا بتواند آزادی شناخته شده در زمینه مطبوعات را عملی نماید.^(۲۱)

در جامعه اسلامی همانند نظام‌های دموکراسی، بلکه با تأکید بیشتر حرفه روزنامه‌نگاری باید مقید و پایبند به اخلاق باشد.

رعایت اخلاق اجتماعی و فردی و پای‌بندی به اخلاق، نه تنها در نجات فرد، بلکه در نجات جامعه نیز سهم مؤثری ایفا می‌کند؛ زیرا انسان اعم از اینکه در یک جامعه زندگی کند، و یا به دور از جامعه و اجتماع به سر برود، نیازمند اخلاق است. نیاز بشر به اخلاق، همانند نیاز وی به نبوت و وحی است. همان‌گونه که هر فردی نیازمند به وحی است، خواه در جامعه زندگی کند و خواه زندگی فردی داشته باشد، در مسائل اخلاقی نیز چنین است؛ یعنی اولین انسان هم ناچار است با دستور اخلاقی آشنا باشد و به آن عمل کند.

ما نیازمند به فراگیری همه معارف الهی هستیم لیکن در شرایط کنونی نیاز به علم اخلاق و به دنبال آن تهذیب روح بیشتر است. در ساختار جامعه مدنی بسیاری از امور باید فراهم آید که در رأس همه آنها تهذیب روح است. روح مهذب و نفس مزگی آن قدرت را دارد که کمبودها را ترمیم کند. اگر روح تهذیب نشود، نه تنها انسان از امکانات، بهره خوبی نمی‌برد، بلکه ممکن است امکانات

بیشتر نتیجه سوء‌بیشتری را به دنبال داشته باشد. انسان مهذب جهان را پاکیزه نگه می‌دارد و انسان آلوده آن را آلوده می‌کند.^(۲۲)

مکارم اخلاق، گذشته از آنکه صاحبش را به عالی‌ترین درجات انسانیت رسانیده و بر دیگر افراد بشر فضیلت و برتری می‌دهد و در نتیجه، در آخرت هم به عالی‌ترین درجات بهشت برین ارتقا می‌دهد، ممکن است موصوف به آنها هم در ردیف اولیای خداوند متعال قرار گرفته و مانند آنان به مرتبه کشف و کرامت برسد. در حال حاضر، عیب کار جهان در این است که زمام‌داران آن صلاحیت اخلاقی، حسن نیت، عواطف نوع دوستی و نوع‌پروری، عدل و مروت ندارند. زهد، قناعت، عفت و امانت در میان آنان وجود ندارد؛ دارای فتوت و شجاعت و غیرت و حمیت نیستند و اگر چنین افرادی دارای صلاحیت اخلاقی و مکارم اخلاق بودند، هرگز در سراسر جهان جنگ، نزاع، فتنه، فساد، تعدی، تجاوز، فقر و فلاکت وجود نداشت.

در همه حرف و مشاغل رعایت اخلاق ضروری است. در مشاغل و حرفه‌هایی که به نوعی با منافع و افکار عمومی در ارتباط است، این ضرورت دوچندان می‌شود. از جمله این قلمروها، روزنامه‌نگاری است. روزنامه‌نگار، به دلیل ارتباط با افکار عمومی و اینکه متولی اطلاع‌رسانی به جامعه است، با فعالیت حرفه‌ای خویش به افکار عمومی جهت می‌دهد. از این‌رو، رعایت صداقت، امانت، درستی، رازداری، و... از ابتدایی‌ترین شرایط روزنامه‌نگاری است.

وظایف اخلاقی، و اخلاق روزنامه‌نگاری

هر روزنامه‌نگاری با چهار مفهوم «رسالت»، «حقوق

می‌توان مرحله تکامل یافته محاسن اخلاقی بیان کرد. در منابع دینی و روایی نیز در مواردی که اولیای الهی خواسته‌اند پیرامون اخلاق حسن و خوب سخن بگویند و اهمیت، جایگاه و ارزش آن را بیان نمایند، از کلمه «حسن خلق» استفاده کرده‌اند. بدین وسیله، ما را بر ملکات حمیده و سجایای اخلاقی پسندیده تشویق و ترغیب نموده و از صفات ناپسند باز می‌دارند. برای مثال، پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله در این کلام گهربار خود می‌فرماید: «من سعادة الرجل حسن الخلق و من شقاوته سوء الخلق»^(۲۴) اما در مواردی که اولیای الهی خواسته‌اند از تعالی معنوی و کمال روحانی انسان سخن گویند و افراد جامعه را به ارزش‌های متعالی انسانی تشویق کنند، از مکارم اخلاق نام برده، آن را در کنار محاسن اخلاق آورده‌اند. در واقع، هدف اولیای الهی، و ادیان الهی به ویژه دین اسلام، تنها این نیست که مردم را با اخلاق خوب اجتماعی آشنا سازند و آنان را تربیت نمایند، بلکه علاوه بر آن، هدف اصلی، انسان‌سازی و تعالی سجایای اخلاقی و انسانی است. بدین سان، رسول گرامی صلی الله علیه و آله می‌فرماید: «بعثت لاتمم مکارم اخلاق»؛^(۲۵) به منظور رسیدن به مکارم اخلاق، به پیامبری مبعوث شدم. و چه زیبا، حضرت علی رضی الله عنه به همین در موضوع اشاره، و تفاوت میان آن دو را بیان می‌کنند؛ آنجا که می‌فرمایند: «ذللوا اخلاقکم بالمحاسن و قودوها الی المکارم»؛^(۲۶) اخلاق خود را در آغاز، با صفات حمیده و محاسن اخلاق رام کنید؛ آن‌گاه، آن را به سوی مکارم اخلاق و سجایای عالی و ملکات نفسانی انسانی سوق دهید.

بنابراین، افرادی که با مردم سروکار دارند و به نوعی حرفة آنان ارتباط مستقیم با مردم دارد، همچون دست‌اندرکاران رسانه‌های جمعی، مسئولان سیاسی و

افراد، «آزادی بیان» و «سودانگاری» مواجه می‌باشد که هیچ‌یک را نباید قربانی دیگری کند. روزنامه‌نگاری و هر فعالیت رسانه‌ای باید برای ادامه حیات خویش، «سودآور» باشد، ولی این امر نباید به قیمت نقض حقوق افراد تمام شود. می‌تواند «رسالت» خاصی را دنبال کند، ولی این امر نباید با نقض فردیت و حقوق اشخاص حقیقی یا حقوقی همراه شود. همچنین رسانه می‌تواند «آزادانه» به نشر ایده‌ها و اخبار بپردازد، ولی نباید این امر حقوق افراد را خدشه‌دار کند.^(۲۳) بنابراین، توجه به این چهار اصل اخلاقی ضروری است. با این حال، باید گفت: اگر چه اخلاق روزنامه‌نگاری را می‌توان به شیوه‌های گوناگون طبقه‌بندی کرد، اما ساده‌ترین این طبقه‌بندی، تمایز میان چیزی است که از نظر اخلاقی لازم و یا ممنوع می‌باشد. در واقع، باید‌ها و نبایدهای اخلاقی ساده‌ترین شیوه طبقه‌بندی اخلاق روزنامه‌نگاری است.

الف. باید‌های اخلاقی

۱. پای‌بندی به محاسن و مکارم اخلاقی: در یک تقسیم‌بندی کلی، می‌توان باید‌ها و دستورات اخلاقی را به دو دسته تقسیم کرد: محاسن اخلاق و مکارم اخلاق. محاسن اخلاقی، آن دسته از باید‌ها و دستورات اخلاقی است که مربوط به روابط اجتماعی و جلب منافع مادی و چگونگی معاشرت با دیگران است و موجب بهبود زندگی مادی و رفاه اجتماعی می‌شود. از سوی دیگر، اخلاقیاتی که معیار انسانیت انسان است و از طبع بالا، علو، تعالی روحی و معنوی انسان حکایت دارد و به بزرگواری و بزرگ‌منشی او مربوط می‌شود، در زمره مکارم اخلاق قرار می‌گیرد. به عبارت دیگر، همان‌گونه که حسن خلق در مقابل سوء خلق قرار دارد، مکارم اخلاق را

روزنامه‌نگاران باید قضاوت‌های رسمی اخلاقی را از نظر اینکه آنان باید تسلیم و تابع منافع و علایق عمومی شوند، تمرین کنند.

در واقع، رعایت این‌گونه باید‌های اخلاقی، اولاً، مستلزم این است که خود فرد ملتزم به محاسن و مکارم اخلاقی باشد و ثانیاً، چون روزنامه‌نگار نقش هدایتگری در جامعه دارد، رعایت آنها را برای تعالی و هدایت جامعه به سمت و سوی محاسن اخلاقی ضروری بدانند.

۴. رعایت اصل بی‌طرفی: روزنامه‌نگار باید یک رویداد خبری را بی‌طرفانه گزارش و اصل «عینیت» را رعایت کند. همانند یک پستی ناقل پیام خبری باشد و کوشش کند واقعه را به همان شکلی که اتفاق افتاده گزارش کند، نه به صورتی که خود او، سردبیر و یا افراد دیگر مایلند اتفاق افتاده باشد. در الگوهای ارتباطی به این اعمال نظر‌ها، که خودآگاه یا ناخودآگاه صورت می‌گیرد، «پارازیت» یا «اختلال» می‌گویند. بنابراین، اعمال نظر خبرنگار و یا مدیر روزنامه در کوچک و بزرگ کردن واقعه‌ای که استحقاق و ارزش آن را ندارد، یک نوع اختلال محسوب می‌شود. به عبارت دیگر، کوشش روزنامه‌نگاران باید بر این باشد که خبر را با در نظر گرفتن ارزش‌های نهفته در خبر گزارش کنند و نه با ارزش‌های ساختگی و یا اعمال نظر‌هایی که خبر را به یک داستان تخیلی تبدیل می‌کند.^(۲۹)

۵. تجزیه و تحلیل درست مسائل سیاسی: ورود به مسائل سیاسی، طرح، تجزیه و تحلیل مسائل سیاسی با هدف اطلاع‌رسانی و تنویر افکار عمومی و رشد سیاسی جامعه از دیگر امور پسندیده و بایسته‌ای است که از جمله وظایف روزنامه‌نگاران محسوب می‌شود. یک روزنامه‌نگار، با برخورداری از هر مشی سیاسی، می‌تواند با رعایت مصالح عمومی، مسائل سیاسی را طرح و نسبت

اجتماعی یک نظام و حکومت، متولیان نهادهای مدنی واسط میان حکومت و مردم و... برای اجتناب از سوء استفاده موقعیت شغلی خویش، به شدت نیازمند پای‌بندی به اخلاق هستند. روزنامه‌نگاران و اصحاب رسانه‌های مکتوب، سمعی و حتی بصری به دلیل تأثیرگذاری بر افکار عمومی باید امانت‌دار مردم و رازدار آنان باشند.

۲. تعهد در بیان حقایق: با فرض اینکه حرفه روزنامه‌نگاری، حرفه‌ای عمومی و با منافع عموم مردم در ارتباط است و روزنامه‌نگار باید برای تأمین منافع و نیازهای عمومی جامعه فعالیت کند، پس تعهد در بیان حقیقت، یک اصل اساسی و بنیادی برای روزنامه‌نگار است. روزنامه‌نگاران باید بی‌طرف بوده و در بازگو کردن اخبار صادق باشند، و حقایق را به انظار عمومی برسانند. آنها باید از تبعیض، حيله، دروغ^(۲۷) و نیز فاش کردن اسرار [شخصی]، و وارد شدن و تعدی به حریم خصوصی افراد بپرهیزند.^(۲۸)

۳. رعایت امانت و پای‌بندی به منافع عمومی: از سوی دیگر، صداقت و دقت در ارائه اطلاعات امری ضروری است. به دلیل آنکه اشخاص مصون از خطا و اشتباه نیستند، از این‌رو، باید نسبت به نقل مطالب و رعایت امانت در انتشار آن حساس بوده، از خطاهای تایپی اجتناب نموده، نسبت به افراد و مخاطبان پاسخگو باشیم. در برابر هر نوع اشکالی، انتقادپذیر و دارای سعه صدر باشیم.

تعهد و پای‌بندی به اصول اخلاقی و منافع عمومی جامعه اسلامی، رعایت گسترده و فراگیر اصل صداقت، واقعیت، بی‌طرفی، انصاف، توازن، راست‌گویی، رعایت امانت و... اصلی بنیادین و ضروری است. از این‌رو،

فراتر از مجموعه‌ای از بایدها و نبایدهاست. برای مثال، برای خدمت به منافع عمومی، آگاهی رسانی و کشف حقایق، بهره‌گیری اندک از حيله و نیرنگ و یا خدعه و یا تعدی و ورود به حریم شخصی افراد، می‌تواند مجوزی در جهت مبارزه با فساد علنی باشد. از این‌رو، روزنامه‌نگاری اخلاقی نوعی درک درست است که ناشی از قدرت تفکر و اندیشه، بر اساس اصول بنیادی زیان و سود و منفعت رساندن و تأمین نیاز ملی و عموم است.^(۳۰) این مهم، در گرو درک درست، قدرت تشخیص و تفکر بالا از مسائل و شناخت درست مسائل اجتماعی است تا بر اساس این درک و شناخت، روزنامه‌نگار بتواند تشخیص دهد که چه موضوعی مهم، حیاتی و ضروری جامعه است و برای این مهم آیا می‌توان از فریب و خدعه بهره گرفت یا نه؟

ب. نبایدهای اخلاقی

از سوی دیگر، یک روزنامه‌نگار علاوه بر پای‌بندی به اخلاق فردی و جمعی، و رعایت ارزش‌ها، هنجارها و بایدهای اخلاق عمومی، باید نسبت به نبایدهای اخلاقی نیز ملتزم بوده، و از ارتکاب آنها اجتناب نماید. نبایدهای اخلاقی، همان خطوط قرمز در حوزه اخلاق فردی و اجتماعی است و این دو، دو روی یک سکه‌اند. گاهی اوقات رعایت بایدهای اخلاقی و التزام به آنها، محدود و مقید به شرایط و قیودی است. برای مثال، اگرچه روزنامه‌نگاران باید نسبت به بیان حقایق و امور و حوادث، هرچند کم‌اهمیت، متعهد و ملزم باشند، اما گاهی، بیان همه حقیقت، امری دشوار و گاهی غیرممکن است. به عبارت دیگر، گاهی اوقات عدم بیان حقایق و نه قلب و وارونه جلوه دادن حقایق، به مصلحت عموم

به اطلاع‌رسانی عمومی با حفظ اخلاق اجتماعی، صداقت و امانت، به تجزیه و تحلیل درست مسائل سیاسی بپردازد. ۶. امین و رازدار: از آن‌رو که معمولاً روزنامه‌نگاران افراد مورد اعتماد عموم هستند و اشخاص به دلیل اعتماد نسبی به آنان، مسائل شخصی و خصوصی زندگی خویش، اطلاعات محرمانه زندگی، تلفن شخصی، نشانی منزل خود و... را در اختیار آنان می‌گذارند، آنان باید در حفظ اسرار اشخاص، امین و رازدار باشند و بدین‌سان، اعتماد عمومی را نسبت به حرفه روزنامه‌نگاری تقویت کنند. کمترین بی‌توجهی به این مهم، موجبات سلب اعتماد عمومی را نسبت به روزنامه‌نگاران در پی خواهد داشت. ۷. کمک به تلطیف فضای ملتهب جامعه: یکی از وظایف و مسئولیت‌های مهم روزنامه‌نگاران فعال، وظیفه‌شناس و مسئول، تعدیل فضای ملتهب جامعه، کمک به آرامش روانی آن، پاسخ به شبهات موجود و کمک به رشد آگاهی عمومی، و کشف سرمنشأ شایعات و فسادها می‌باشد. بدین منظور و با هدف کمک به جامعه و در راستای خدمت به منافع عمومی، بهره‌گیری از سازوکارها و ابزارها و شگردهای نوین، البته با حفظ حرمت اشخاص و افراد و رعایت اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری امری ضروری و بایسته است؛ به ویژه زمانی که، افکار عمومی و نیز بخشی از جامعه از این طریق، متحمل ضرر و زیان شود و یا خسارت‌هایی متوجه قربانیان بی‌گناه باشد. برای انجام این مهم، ممکن است یک روزنامه‌نگار برای خدمت به منافع عموم، بهره‌گیری محدود از فریب و نیرنگ توجیه داشته باشد. البته مشروط بر اینکه حرمت، حیثیت و حریم افراد حفظ شده و اخلاق عمومی دچار خدشه نشود.

۸. درک درست، قدرت تفکر و تحلیل مسائل: روزنامه‌نگاری مبتنی بر پایه اصول اخلاقی و حتی چیزی

خصوصی و تجاری، که معمولاً دارای یک تعهد یا سرسپردگی و «تمایل» سیاسی هستند، رعایت این‌گونه اصول اخلاقی را با مشکلات جدی مواجه کرده است.

هرچند هیچ اشکالی بر روزنامه‌نگارانی که حامی وضع موجودند نیست، از این‌رو، آنان آشکارا و صادقانه به مدت طولانی طرفدار و حامی وضع موجود خواهند بود، اما زمانی که این طرف‌داری و حامی بودن، ساختگی یا تبلیغاتی باشد چطور؟ و تا چه حد یک سردبیری، که دارای مسئولیت است، می‌تواند تلاش‌های خود را مصروف این امر کند تا اطمینان یابد که همه عقاید گوناگون در مطبوعه مربوط به خودش بیان شده است؟ و تا چه حد می‌توان مطبوعات را به عنوان یک کل و قاعده، که برخوردار از چنین مسئولیتی باشند [به ویژه در نقل دیدگاه‌های مخالفان خط‌مشی سیاسی روزنامه] توسعه داد؟ این در عرصه مطبوعات است؛ عرصه‌ای که آرمان‌ها و ایده‌آل‌های اخلاقی، که در ورای توجیه آزادانه مطبوعات نهفته است، به وسیله واقعیت‌های تجاری محدود شده است.^(۳۱)

۲. حرمت‌شکنی: از دیگر نبایدهای اخلاقی، تمایز و تبعیض جنسی و نژادی، و سایر اشکال تبعیض، فریب، آزار و اذیت افراد، انواع تعرض‌ها به قلمرو زندگی خصوصی اشخاص، بهره‌برداری ناپسند و سوء استفاده از سوژه‌ها و افرادی که مظلوم واقع شده‌اند، بزرگ‌نمایی حوادث جنایی و... با اهداف خاص، فروش داستان‌های جنایی و... می‌باشد. متأسفانه این ممنوعیت‌ها، و محدودیت‌ها و خط‌قرمزها عملاً در بسیاری از روزنامه‌های حرفه‌ای و توسط ژورنالیست‌های حرفه‌ای شکسته شده، رعایت نمی‌شود و خود زمینه‌ساز بسیاری

است. از این‌رو، گاهی سانسور و گزینش مطالب ضروری می‌نماید. به بیان دیگر، گاهی اوقات بیان برخی حقایق اجتماعی و یا فردی، خلاف مصلحت عمومی است و موجب لکه‌دار شدن شخصیت افراد و یا موجبات ورود به حریم خصوصی افراد و یا جریمه‌دار شدن عفت عمومی می‌شود. در این صورت، بیان این‌گونه حقایقی که چنین پیامدهایی برای فرد و یا جامعه در پی دارد، خلاف مصلحت عمومی است و به عنوان خط قرمز محسوب می‌شود. از این‌رو، در روزنامه‌نگاری اخلاق حکم می‌کند که نبایدهای این عرصه لحاظ و مورد توجه قرار گیرد:

۱. ورود به مسائل جناحی و سیاسی: هرچند ورود به مسائل سیاسی و تجزیه و تحلیل آنها پسندیده است، اما گاهی اوقات، یک روزنامه‌نگار به جای طرح منصفانه و بی‌طرفانه مسائل سیاسی و تحلیل درست واقعیت‌های سیاسی و اجتماعی، به دلیل تعلق خاطر به یک جریان و یا حزب سیاسی، به تبلیغ و ترویج خط‌مشی سیاسی حزب خود می‌پردازد و بدین ترتیب، عملاً اختلاف، دودستگی، حزب‌بازی، بداخلاقی سیاسی، تخریب شخصیت افراد و جریان‌ها و... را در جامعه ترویج می‌کند. و این جملگی خلاف مصلحت عمومی جامعه است.

باید پذیرفت که معمولاً ورود به مسائل سیاسی، تنش‌زاست و از این‌رو، دقت، انصاف و بی‌طرفی بیشتری را، به ویژه در حرفه روزنامه‌نگاری طلب می‌کند. اما اگر یک روزنامه‌نگار واقعی، به مسائل انتقادی و نظری، به ویژه به سوی روزنامه‌نگار سیاسی تمایل پیدا کند، مشکلات حرفه روزنامه‌نگاری وی مضاعف خواهد شد. امروزه در جوامع غربی، و به ویژه جوامع لیبرال در حالی که انتظار می‌رود خدمات عمومی گسترده، با اصول بی‌طرفی، و توازن سازگار باشند، وجود مطبوعات

- از بداخلاقی‌های اجتماعی می‌شود. این بداخلاقی‌ها، قداست‌شکنی‌ها، شکستن خطوط قرمز، ورود به حریم خصوصی افراد، تبعیض‌های جنسی و نژادی، بزرگ‌نمایی حوادث و سوء استفاده از آنها، در جوامع لیبرال و سکولار، که افراد تقید چندانی به آموزه‌های مذهبی ندارند، و هدف را توجیه‌گر وسیله می‌دانند، در عرصه روزنامه‌نگاری بسیار مشهود و برجسته است.
۳. سوء استفاده از اعتماد عمومی: به دلیل آنکه روزنامه‌نگاران، به ویژه گزارشگران از اعتماد عمومی نسبی خوبی برخوردارند، نباید به گونه‌ای رفتار کرد که این اعتماد عمومی سلب شود. سوء استفاده از اعتماد عمومی توسط روزنامه‌نگاران امری بسیار زشت و ناپسند می‌باشد. گرفتن اطلاعات خصوصی و محرمانه افراد، ضبط و پخش شهود و مکالمات تلفنی افراد، به ویژه مسائل خصوصی زناشویی افراد و شخصیت‌های سیاسی با هدف انزوای سیاسی آنان امری بسیار ناپسند و مذموم می‌باشد. روزنامه‌نگاران، به ویژه گزارشگران حرفه‌ای و کنجکاو، غالباً در پی کشف چیزهایی هستند که ترجیحاً باید محرمانه و مخفی بمانند و این مهم، جایگاه اجتماعی مطبوعه و خود آنان را برجسته می‌کند.
۴. سانسور و قلب حقایق: در جوامع غیر دینی و سکولار، اگر در اخبار، گزارش‌ها و همچنین مصاحبه‌هایی که در واقع منابع اطلاعاتی خوانندگان مطبوعات و یا حتی بینندگان تلویزیون‌های ماهواره‌ای هستند، دقت کنیم، متوجه می‌شویم که آنها همواره در انتخاب اخبار، سیاست «سانسور» و یا «قلب حقایق» و یا «گزینشی بودن اخبار» را در قالب‌های گوناگون به شدت دنبال می‌کنند و بدین‌سان، از اعتماد عمومی سوء استفاده می‌کنند؛ از آن جمله:
۱. بزرگ‌نمایی واقعیات کوچک برای مخفی نمودن واقعیات بزرگ‌تر؛
۲. انکار یا حذف بخشی از حقایق یک موضوع، برای تحریف کل آن حقیقت؛
۳. ابراز یک حقیقت همراه با تجزیه و تحلیل خاصی از آن، برای تحریف اصل موضوع؛
۴. بیان یک حقیقت و ترکیب آن با اکاذیب گوناگون برای محو آثار و نتایج آن؛
۵. انتخاب واژه‌های منفی برای بیان یک حقیقت ارزشمند برای ایجاد دافعه در شنوندگان نسبت به آن؛
۶. القای اندیشه‌های خاص سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، تاریخی و علمی در قالب «خبر و گزارش»؛
۷. تخریب شخصیت‌های برجسته، فرهیخته و تأثیرگذار و ترویج عناصر فاسد مورد نظر.
- حساسات آنکه، اخبار و گزارش‌های خبری روزنامه‌نگاران و حتی نویسندگان مطبوعات بیگانه و غربی، به دلیل جهت‌گیری خاص آنها، نه تنها برای عموم مردم مفید نیست، بلکه به عکس، آثار، پیامدها و خطرات زیادی به همراه دارد؛ زیرا هر کس با این منابع خبری مرتبط شود، گرچه فقط اندکی از پیام‌های کذب و تحریفات آنها را به مرور زمان باور کند و اندیشه‌های خود را بر اساس آن بنا نهد، خواسته یا ناخواسته از اهداف آنها پیروی خواهد کرد، بخصوص با توجه به بهره‌گیری آنان از برخی اصول روان‌شناسی که در ضمیر ناخودآگاه مخاطبان تأثیر می‌گذارد. در این فرایند، گزینش مطالب به گونه‌ای است که حتی اگر اطلاعات صحیح بعدی هم در اختیار مخاطبان قرار گیرد، اطلاعات ناصحیح اولیه اثر خاص خود را خواهد بخشید.
۵. اشاعه فساد و ترویج بی بندوباری: در یک جامعه

خبری، با برخورداری از ابزار مهم رسانه‌ای و با سلاح قلم، به راحتی و با حرفه خاص خود، می‌توانند با انتشار اخبار و گزارش‌های غیر واقعی، انتساب نادرست مطالب به افراد، فضا سازی مصنوعی، فضای عمومی جامعه را با بداخلاقی ژورنالیستی خود، دچار التهاب کاذب نمایند. در واقع، ایجاد جریان سازی و جنگ روانی از جمله سلاح‌های برنده اصحاب رسانه‌های مکتوب، به ویژه روزنامه‌نگاران حرفه‌ای است.

امروزه ژورنالیست‌های حرفه‌ای در جوامع غربی، با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین، به راحتی قادرند با جنگ روانی و ساختگی خود، روابط بین کشورها و دولت‌ها را تیره و تار و پیچیده کنند، بسیاری از قراردادهای مهم تجاری و بازرگانی را لغو، و به بی‌ثباتی، شورش‌های فرقه و قومی در سایر کشورها کمک نمایند و این همه ناشی از عدم پای‌بندی روزنامه‌نگاران حرفه‌ای به اخلاق عمومی است. هرچند این مهم در رسانه‌های ماهواره‌ای و تصویری صد چندان است، اما همچنان در رسانه‌های مکتوب کاربرد فراوان دارد؛ چراکه در تعریف جنگ روانی، آمده است: «استفاده طراحى شده از تبلیغات و ابزارهای مربوط به آن برای نفوذ در خصوصیات فکری دشمن، با توسل به شیوه‌هایی که موجب پیشرفت مقاصد امنیت ملی شود»^(۳۲) و این ویژگی اسری مشترک میان همه رسانه‌هاست.

در قرآن کریم، آیات زیادی وجود دارد که بیشتر آنها ناظر به جنگ‌های صدر اسلام در عصر پیامبر اکرم ﷺ می‌باشد. بخشی از این آیات در مقام پاسخ‌گویی به جنگ روانی دشمن بوده و در صدد است که آنها را خشتا کند؛ بخش دیگری از آیات، که جنبه تعرضی دارد، می‌خواهد روحیه طرف مقابل را تحت تأثیر قرار داده، به تسلیم

دینی پای‌بندی به ارزش‌ها، هنجارها، عفت عمومی، حرمت افراد و احترام به حریم خصوصی افراد، حرمت شایعه، ممنوعیت ایجاد دودستگی و اختلاف، پرهیز از نفاق و دورویی و... لازم و امری بایسته و پسندیده است. اشاعه و ترویج بی‌بندوباری و فساد از خطوط قرمز و نباید‌های اخلاقی محسوب می‌شود. متأسفانه، ترویج بی‌بند و باری توسط روزنامه‌نگاران و اصحاب رسانه‌های مکتوب، به ویژه مطبوعات زرد، از جمله عوامل مهم، و مؤلفه‌های در خور توجه در ایجاد انگیزه و روی‌آوری افراد، به ویژه جوانان به سمت و سوی پیام‌های مورد نظر آشکار و پنهان، در رسانه‌هاست. بررسی‌ها نشان می‌دهد ظرف چند سال اخیر ورود برخی مطبوعات زرد (مطبوعات مبتذل، عامه‌پسند و جنجالی) و وجود روزنامه‌نگاران و اصحاب مطبوعات غیر پایبند به اخلاق عمومی جامعه، به عرصه رسانه‌های مکتوب کشور و استفاده این نشریات از عناوین جنجالی، هیجانی و همچنین بهره‌گیری از شخصیت‌های سینمایی و هنری و درج اخبار بی‌محتوا و توأم با بزرگ‌نمایی، انعکاس بیش از حد اخبار مربوط به بازیگران سینما و توجه مفرط به اخبار حوادث و... موجب جلب توجه تعداد قابل توجهی از نوجوانان و جوانان به مطالب مندرج در آنها شده است و این مسئله موجب فراهم آمدن زمینه‌های گوناگون آسیب‌های اجتماعی شده است.^(۳۲) عدم پای‌بندی این رسانه‌ها و گزارشگران و روزنامه‌نگاران به عفت عمومی و ترویج بی‌بند و باری اخلاقی، موجبات جریحه‌دار شدن افکار عمومی، خدشه‌دار شدن عفت عمومی و عدم پای‌بندی مذهبی و بلوغ زودرس نوجوانان و جوانان در مسائل جنسی را فراهم آورده است.^(۳۳)

۶. جنگ روانی: روزنامه‌نگاران و گزارشگران رسانه‌های

دوره اصلاحات شاهد آن بودیم، امری پسندیده است! البته، آنچه نیز امروزه مطبوعات زرد در جامعه ما بدان دامن می‌زنند، مصداق روشن بد اخلاقی و عدم پای‌بندی به اخلاق عمومی است و امری بسیار ناپسند و ضد اخلاقی به شمار می‌رود.

۷. شایعه‌سازی: «شایعه» عبارت از شرح، پیش‌بینی و توصیف رخدادهایی است که غالباً در قالب غیر رسمی و تأیید نشده توسط منابع مسئول و از جمله ژورنالست‌های حرفه‌ای ساخته و پرداخته، و از سوی بخش عظیمی از توده‌ها به طور جدی مورد قبول قرار می‌گیرد. در مطالعه «شایعه» با دو تصور مختلف مواجهیم: برخی آن را یک پیام می‌دانند که از فردی به فرد دیگر انتقال می‌یابد، با این ملاحظه که فرد آغازین زنجیره انتقال، یک شاهد عینی است که گزارش او با حقیقت مطابق بوده و تحریف‌ها در فرایند انتقال صورت می‌گیرد. عنصر اساسی تحلیل، همان گزارش، و مسئله اصلی آن، بیان علت انتقال است. از آنجا که، حالت طبیعی ارتباطات، و انتقال درست و واقعی اطلاعات از منابع اصیل رفتار بهنجار و یک هنجار فرض می‌شود، شایعه، حالتی مرضی و نابهنجار محسوب می‌شود.

در بیان دیگری می‌توان گفت: شایعه، ترویج خبری ساختگی است و واقعیت ندارد و بر پایه بزرگ‌نمایی، رعب‌آفرینی و یا تحریف استوار است. در بیان چنین خبری، جنبه کم‌رنگی از حقیقت و یا تفسیری خلاف واقع از خبری صحیح گنجانده شده است. هدف از پخش چنین خبری، تأثیر نهادن بر افکار عمومی، ملی، جهانی و یا نوعی دست‌یابی به اهداف سیاسی، نظامی و یا اقتصادی در قلمرو یک کشور یا جهان است. این از جمله شگردهای حرفه‌ای روزنامه‌نگاران است.

وادارد؛ بخشی دیگر از آیات نیز در زمانی که مسلمانان احساس ضعف و شکست می‌کنند، در صدد تقویت روحیه آنان است.

در یک جامعه دینی با مراجعه به سنت می‌توان روایات متعددی را در این زمینه بیان کرد. از مهم‌ترین روایات در این باب، روایاتی است که حاکی از جواز به کار بردن خدعه در جنگ است: «الحرثُ خدعة»^(۳۵) جنگ روانی از مصادیق بارز «خدعه» به معنای «مکر، حيله و فریب» است.^(۳۶)

حال، همه سخن در این است که در عصر انفجار اطلاعات، و سلطه غول رسانه‌های مکتوب، سمعی و بصری و ماهواره‌ای، همه همت و تلاش این رسانه‌ها - داخلی و بیگانه - پیروزی در جنگ نابرابر فرهنگی، سیاسی و اقتصادی می‌باشد. رسانه‌ای در این جنگ آگاهانه و خواسته، پیروز خواهد شد که با بهره‌گیری از بهترین شگردهای تبلیغاتی و رسانه‌ای جذاب، و با تمام توان و ظرفیت جهانی، و با بهره‌گیری از سازوکارهای جنگ روانی، به ترویج فکر و اندیشه و فرهنگ خویش بپردازد. بنابراین، نیرنگ در جنگ و در برابر دشمن و در مقابله فرهنگ‌ها و تهاجم فرهنگی، توسط اصحاب رسانه‌ها امری بایسته است. اما آیا در اختلاف سلاقی سیاسی در داخل، در اختلاف فکری و ایدئولوژی، و... جنگ روانی بر علیه نیروهای خودی و یکدیگر و ایجاد شکاف و دودستگی هم امری بایسته است و بد اخلاقی رسانه‌ای محسوب نمی‌شود؟ به راستی، سوق دادن امکانات، توانمندی‌ها و ظرفیت‌های نیروهای داخلی، به جنگ روانی و فرسایشی بیهوده و تقابلی نیروهای خودی با یکدیگر، پرداختن به موضوعات کم‌ارزش و بی‌حاصلی که نتیجه‌ای جز فرصت‌سوزی ندارد، دقیقاً مثل آنچه در

قربانی شدن در یک حادثه جنایی)، در منظر عموم مردم تحت فشار قرار می‌گیرند. در چنین مواردی، امور محرمانه و حریم خصوصی افراد مطرح می‌شود که باید محترم شمرده شود.^(۳۷)

اما همه سخن در این است که آیا شکل و ترکیب عمومی در امور سیاسی، تجارت، سرگرمی و ورزش باید کاملاً خصوصی و محرمانه باشد؟ در اینجا بیش از یک موضوع مطرح می‌شود. بسیاری از چنین قالب‌هایی مطرح و انتخاب می‌شوند. این موضوعات، در یک موقعیت از نظر اخلاقی، کاملاً هم‌سطح نیستند تا اگر انتشار آن به وسیله روزنامه‌نگاران دقیقاً مورد نظر نباشد، مورد اعتراض قرار گیرد. برای مثال، آیا سیاست‌مداران مستحق زندگی خصوصی و مخفیانه هستند؟ معمولاً پاسخ این است که گفته می‌شود عرصه‌های زندگی آنان، که تحت تأثیر انجام وظایف عمومی ایشان قرار نمی‌گیرد، حقیقتاً خصوصی است. از این رو، رسوایی مالی سیاست‌مداران [البته، رسوایی که مربوط به مشاغل عمومی آنان باشد] می‌تواند [از طریق روزنامه‌نگاران] به طور قانونی در اخبار عمومی قرار گیرد. اما مسائل مربوط به رسوایی جنسی چنین نیستند. در عین حال، این امر، یعنی تمایزی که مستلزم تقسیم زندگی یک شخص، به دو بخش مجزای خصوصی و عمومی باشد و در زمینه‌های اخلاقی و روان‌شناختی هم مورد پذیرش قرار گیرد، مورد تردید است. البته، در این زمینه یک مشکل بزرگ‌تری وجود دارد و آن اینکه، معمولاً سیاست‌مداران فاسد و رشوه‌خوار برای طفره رفتن از انتشار رفتارهای غیرقانونی فسادانگیز خویش، مدعی حریم خصوصی هستند و این‌گونه رفتارها را به حریم خصوصی خود نسبت می‌دهند.^(۳۸)

۸. سوء استفاده از موقعیت شغلی: متأسفانه در جوامع سکولار، غیر سکولار و حتی اسلامی، روزنامه‌نگارانی که کمتر به اخلاق عمومی پایبندند، برای رسیدن به منافع خویش، با سوء استفاده از موقعیت مهم شغلی خود و نیز سوء استفاده از اعتماد عمومی و با خدعه و نیرنگ و... فضای کاذبی در جامعه ایجاد و به بهانه جذب مخاطب، با انواع شگردهای ژورنالیستی، نقل اخبار کذب بدون منبع، طرح مسائل چالش‌برانگیز و تنش‌زا، استفاده ابزاری از زنان در نشریات زرد خود، بهره‌گیری از افراد مسئله‌دار در جامعه و بزرگ کردن آنها و... فضای عمومی جامعه را ملتهب و ناخواسته اقدام به ایجاد فضای روانی در کشور کرده، حرمت و کرامت اشخاص و افراد را پایمال و اخلاق عمومی را خدشه‌دار می‌کنند. رعایت اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری، هرگز چنین مداخلات ضد اخلاقی را اجازه نمی‌دهد.

۹. ورود به حریم خصوصی افراد: ورود به عرصه امور مربوط به زندگی، به ویژه زندگی خصوصی افراد مشکل‌زاست. در حالی که، برای یک روزنامه‌نگار راحت‌تر است بپذیرد که نباید در امور مربوط به زندگی خصوصی افراد دخالت کند، اما تعیین و ترسیم مرز دقیق و دلخواه میان عرصه امور شخصی و عمومی افراد آسان نیست. معمولاً حریم خصوصی برخی افراد عادی، به دلیل نداشتن مسئولیت عمومی و موقعیت اجتماعی بالا و کم‌اهمیت بودن عرصه زندگی عمومی آنان، کمتر در معرض خطر ورود گزارشگران و روزنامه‌نگاران قرار می‌گیرد. اما گاهی اوقات، چنین شهروندانی به وسیله فرصت‌های خوب (مثل برنده شدن در کنکور، قرعه‌کشی بزرگ بانک‌ها و...) یا فرصت‌های بد (مثل متهم و یا

اصول اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری

اصول بین‌المللی اخلاق حرفه‌ای در روزنامه‌نگاری، در نشستی مشورتی در سال‌های ۱۹۷۸-۱۹۸۳، به وسیله تعدادی از سازمان‌های روزنامه‌نگاری زیر برپا شد و به تصویب رسید: سازمان بین‌المللی روزنامه‌نگاران (IOJ)، فدراسیون بین‌المللی روزنامه‌نگاران (IFJ)، اتحادیه کاتولیک بین‌المللی مطبوعات (UCIP)، فدراسیون روزنامه‌نگاران آمریکای لاتین (FELAP)، فدراسیون کارگران مطبوعات آمریکای لاتین (FELATRAP)، فدراسیون روزنامه‌نگاران عرب (UAJ)، اتحادیه روزنامه‌نگاران آفریقا (UAF)، کنفدراسیون روزنامه‌نگاران آسیا (CAJ). (۳۹)

در اینجا، برخی اصول بین‌المللی اخلاق حرفه‌ای در روزنامه‌نگاری، که به عنوان سنگ‌بنای تهیه قوانین اخلاقی در سطوح ملی و منطقه‌ای می‌باشد، به اختصار بیان می‌شود:

اصل اول: حق مردم در دستیابی به اطلاعات حقیقی؛ افراد حق دارند از طریق اطلاعات دقیق و جامع، به تصویری عینی از واقعیت دست یابند و آرای خود را آزادانه از طریق رسانه‌های گوناگون فرهنگ و ارتباطات بیان کنند.

اصل دوم: روزنامه‌نگار، وقف واقعیت عینی است؛ بارزترین وظیفه روزنامه‌نگاری این است که با وقف صادقانه خویش نسبت به واقعیت عینی، خود را در خدمت حق مردم، در راه دستیابی به اطلاعات حقیقی و موثق قرار دهد و به نحوی رویدادها را وجداناً در گستره صحیح خود با ترسیم مناسبات اصلی و بدون تحریف و با کاربرد ظرفیت خلاقانه خود انعکاس دهد، مطالب کافی در اختیار مردم قرار گیرد تا بتوانند با استفاده از این

مطالب، به تصویری جامع و صحیح از جهان دست یابند. اصل سوم: مسئولیت اجتماعی روزنامه‌نگار؛ اطلاعات در روزنامه‌نگاری، نه یک کالا، که یک «خبر اجتماعی» است. این امر به این معناست که روزنامه‌نگار در مسئولیت انتقال اطلاعات سهیم است. از این رو، نه تنها در برابر کسانی که رسانه‌ها را کنترل می‌کنند، بلکه نهایتاً در برابر مردم به طور کل و مشتمل بر انواع منافع اجتماعی، باید پاسخگو باشد. مسئولیت اجتماعی روزنامه‌نگار وی را ملزم می‌سازد که تحت هر شرایطی همسو با وجدان اخلاقی خود عمل کند.

اصل چهارم: شرافت حرفه‌ای روزنامه‌نگار؛ نقش اجتماعی روزنامه‌نگار اقتضا می‌کند که معیارهای عالی شرافت در این حرفه، مشتمل بر حق روزنامه‌نگار برای خودداری از کار برخلاف اعتقاد شخصی، حق عدم افشای منبع اطلاعات و همچنین حق شرکت در روند تصمیم‌گیری در رسانه‌ای که برای آن کار می‌کند، محفوظ بماند. شرافت حرفه‌ای به روزنامه‌نگار اجازه نمی‌دهد که به هیچ نحو رشوه بپذیرد و یا برخلاف رفاہ عمومی، به ارتقای منافع خصوصی و شخصی بپردازد.

اصل پنجم: دسترسی همگانی و مشارکت؛ ماهیت این حرفه اقتضا می‌کند که روزنامه‌نگار دسترسی همگانی را به اطلاعات و مشارکت مردم را در رسانه‌ها، مشتمل بر حق تصحیح یا اصلاح و حق پاسخ‌گویی ارتقا دهد.

اصل ششم: احترام به حریم خصوصی و شئون انسانی؛ احترام به حق فردی، حفظ حریم و اسرار خصوصی و شئون انسانی، که با قوانین ملی و بین‌المللی مربوط به حفظ حقوق و شهرت افراد، منع افتراء، تهمت، توهین و مخدوش کردن شهرت افراد هماهنگ است، بخشی لاینفک از معیارهای حرفه‌ای روزنامه‌نگار محسوب می‌شود.

اصل هفتم: احترام به منافع عمومی؛ معیارهای حرفه‌ای روزنامه‌نگار، احترام بایسته را برای جامعه ملی، نهادهای دموکراتیک و عفت عمومی تجویز می‌کنند.

اصل هشتم: احترام به ارزش‌های جهانی و تنوع فرهنگیها؛ یک روزنامه‌نگار واقعی در حالی که به شخصیت، به ویژه ارزش و شأن هر فرهنگ و همچنین به حق انتخاب و توسعه آزادانه نظام‌های فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی، سیاسی به وسیله مردم، احترام می‌گذارد، مدافع ارزش‌های عام انسانی، مدافع صلح، دموکراسی، حقوق بشر، پیشرفت اجتماعی و ملی است.

اصل نهم: امحای جنگ و سایر مصایب فراروی بشر؛ تعهد اخلاقی نسبت به ارزش‌های عام انسانی، روزنامه‌نگار را به پرهیز از هر نوع توجیه و یا تحریک به جنگ‌های متجاوزانه و مسابقه تسلیحاتی، به ویژه تسلیحات هسته‌ای، و پرهیز از خشونت، نفرت یا تبعیض، نژادپرستی و... وامی‌دارد. با چنین رویه‌ای روزنامه‌نگار می‌تواند به امحای جهل و سوء تفاهم میان مردم کمک کند.

اصل دهم: ارتقای نظم نوین اطلاعاتی و ارتباطی جهانی؛ روزنامه‌نگار در جهان معاصر در چارچوبی از حرکت به سوی مناسبات نوین بین‌المللی به طور عام و در چارچوبی از نظم نوین اطلاعاتی به طور خاص، عمل می‌کند. هدف این نظم نوین، استعمارزدایی و دموکراتیک کردن اطلاعات و ارتباطات در سطوح ملی و بین‌المللی است که بر پایه همزیستی مسالمت‌آمیز مردم و با احترام کامل به هویت فرهنگی آنان صورت می‌گیرد. تعهد ویژه روزنامه‌نگار در این زمینه، ارتقای روند دموکراتیک کردن مناسبات بین‌المللی در عرصه اطلاعات است که با عنایت به حفاظت و تقویت مناسبات دوستانه و مسالمت‌آمیز

مردم و دولت‌ها صورت می‌پذیرد. (۴۰)

از سوی دیگر، قوانین اتحادیه ملی روزنامه‌نگاران (NUJ) در مقایسه با قوانین جدید، قدیمی‌تر بوده، و وظایف روزنامه‌نگاران را چنین بیان می‌کند:

۱. هر خبرنگار موظف است فعالیت‌های خود را با بالاترین استانداردهای حرفه‌ای و اخلاقی منطبق کند.

۲. هر خبرنگار در جمع‌آوری اطلاعات و بیان نظرات و انتقادات خود، باید همیشه از اصل آزادی مطبوعات و سایر رسانه‌ها دفاع کند. او باید برای حذف مصادیق تحریف، جلوگیری از اشاعه اخبار یا سانسور تلاش کند.

۳. خبرنگار باید تلاش کند تا اطلاعاتی که منتشر می‌کند، منصفانه و دقیق باشد و از بیان نظرات حدس‌های خود تحت عنوان حقایق، و همچنین دروغ‌پردازی به واسطه تحریف، انتخاب قسمتی خاص و یا غلط جلوه دادن اطلاعات به دست آمده، خودداری نماید.

۴. خبرنگار باید بی‌دقتی‌ای را که منجر به صدمه به شخصیت فرد می‌شود، به سرعت تصحیح نموده و اطمینان حاصل کند که به نحو مناسب و شایسته در رسانه تصحیح شده و از وی معذرت‌خواهی شود. ضمناً، اگر موضوع بسیار مهم است به افرادی که از آنان انتقاد شده، حق و فرصت پاسخ‌گویی بدهد.

۵. هر خبرنگار باید فقط مستقیم و بدون واسطه به اطلاعات، تصاویر و عکس‌های مورد نظر خود دست پیدا کند. استفاده از دیگر ابزار برای این مقصود تنها زمانی توجیه‌پذیر است که منافع عمومی مأنظر باشد. خبرنگار حق دارد به مخالفت آگاهانه خود با استفاده از این ابزارها جامه عمل بپوشاند.

بپردازد که به نفع خود او و یا کارفرمای او می‌شود.^(۴۱) به نظر می‌رسد، همهٔ بندهای فوق را می‌توان در یک جامعه دینی نیز اجرا نمود، به گونه‌ای که هم با اصول و ارزش‌های حاکم بر جامعهٔ دینی در تنافی نباشد و هم خبرنگاران و گزارشگران پایبند به این مبانی باشند.

آسیب‌شناسی روزنامه‌نگاری

اگر یک روزنامه‌نگار دارای شغل ثابت باشد و از نظر کاری به سازمانی وابسته، و در استخدام آن باشد، به ناچار بسیاری اوقات مجبور است در پی تأمین و تحقق اهداف سازمان مربوط فعالیت کند. چنین فردی، گاهی اوقات مجبور می‌شود برای تأمین اهداف و منافع سازمان، برخی اصول اخلاقی را زیر پا گذارد. کسانی که قوانین حرفه‌ای را زیر پا می‌گذارند، در برخی موارد ممکن است با جریمه یا تنبیه و حتی اخراج از محل کار خود، به عنوان راه حل نهایی و پایانی روبه‌رو شوند.

در اینجا به برخی از این آسیب‌ها اشاره می‌گردد:

۱. وابستگی به منابع قدرت و ثروت

با فرض استخدام روزنامه‌نگار در یک سازمانی، آیا این وابستگی برای او تعلق خاطر نمی‌آورد؟ با وجود این، آیا به راستی یک روزنامه‌نگار در عمل، به اصول اخلاقی روزنامه‌نگاری پایبند است؟ متأسفانه آسیب بزرگی که امروز روزنامه‌نگاران با آن دست و پنجه نرم می‌کنند، وابستگی و تعلق آنان به منابع قدرت و ثروت است. از این رو، در بسیاری از موارد، روزنامه‌نگاران، برای حفظ موقعیت شغلی و حرفه‌ای خود، اصول اخلاقی را رعایت نمی‌کنند.

امروزه، روزنامه‌نگارها به طور فزاینده برای سازمان‌ها

۶. خبرنگار نباید به بهانهٔ ملاحظات و منافع عمومی، برای زندگی خصوصی و یا عواطف دیگران ایجاد مزاحمت نماید.

۷. خبرنگار باید از منابع اطلاعاتی محرمانه خود محافظت نماید.

۸. خبرنگار نباید رشوه بگیرد، همچنین نباید اجازه دهد دیگر عوامل مشابه بر عملکرد حرفه‌ای وی تأثیر بگذارد.

۹. خبرنگار نباید به خاطر تبلیغات تجاری و یا مواردی از این قبیل، دست به تحریف و یا منع انتشار حقیقت بزند.

۱۰. خبرنگار تنها زمانی مجاز به ذکر سن، جنسیت، قومیت، رنگ پوست، مذهب، معلولیت، وضعیت تأهل، و یا تمایلات جنسی دیگران است که این اطلاعات کاملاً به موضوع کاری او مرتبط باشند. خبرنگار نباید مطالبی را تهیه و یا اشاعه نماید که مشوق تبعیض، استهزا، تعصب و یا تنفر نسبت به یکی از موارد فوق باشد.

۱۱. خبرنگار نباید آگاهانه باعث انتشار عکسی شود که دستکاری شده، مگر اینکه این توضیح به صورت شفاف در مورد عکس داده شود. دستکاری شامل موارد زیر نمی‌شود: پرداخت معمولی عکس، براق کردن و جلوه دادن، تنظیم رنگ، لکه‌برداری کردن، تنظیم کتراست، بریدن حاشیه و یا پوشاندن صورت به دلایل قانونی یا امنیتی.

۱۲. خبرنگار نباید از اطلاعات به دست آمده در حین انجام وظیفه و پیش از انتشار آن برای عموم، استفاده خصوصی ببرد.

۱۳. خبرنگار نباید از طریق جملات، نوع صحبت و یا ظاهر و قیافه خود، به تبلیغ کالاها یا خدمات تجاری

طرف‌داری‌های عمدی و حساب شده به شمار آیند، پیامدهای غیرعمدی و اجتناب‌ناپذیری هستند که خود سازمان خبری ایجاد می‌کند.

صاحبان قدرت و حتی ثروت، با ارائه اخبار خاص و گزینشی به خبرنگاران، آنان را زیر نفوذ قرار داده و اداره می‌کنند. شکل دیگر کنترل اخبار، انتشار هماهنگ شده اخبار در زمان‌های خاص است. برای مثال، چاپ اخبار «بد»، در روزهای خاص و یا چاپ اخبار به شکلی که اخبار «بد»، اخبار «خوب» را تحت‌الشعاع قرار دهند،^(۴۳) و یا تیرزنی مشابه و همزمان مطبوعات زرد، با هدف جریان‌سازی و فشار بر افکار عمومی و ایجاد فضای ملتپس در جامعه برای بایکوت کردن یک جریان و یا... از جمله این امور غیر اخلاقی ژورنالیستی است.

۳. نقش عامل قدرت و ثروت در خبررسانی

سیاست‌مداران و مقام‌هایی که به خبرنگاران دسترسی دارند، غالباً می‌توانند به عنوان منبع اطلاعات، از مقام خود برای رفع نیازهای شخصی و یا سازمانی سود ببرند. آنها و سازمان‌های روابط عمومی‌شان، غالباً تلاش می‌کنند اخبار را به نحوی پیش ببرند که افکار عمومی را زیر نفوذ قرار دهند. این تماس‌ها نه تنها نویسنده را به منابع بسیار نزدیک می‌کند، بلکه یک همزیستی ناسالمی را به وجود می‌آورد که به سرعت استقلال خبرنگاران را از میان برمی‌دارد.

برخی عقیده دارند که همکاری سیاست‌مداران با منابع خبری، به خبرنگاران اجازه می‌دهد تا توجه دقیقی به دیدگاه‌های کسانی داشته باشند که در رأس قدرت هستند و جالب‌ترین مسئله هم برای مردم، همین نظرها و دیدگاه‌هاست. از سوی دیگر، همکاری بین خبرنگار و

ارگان‌هایی کار می‌کنند که در جست‌وجوی قدرت و نیز سود و منفعت بوده، و بیش از اینکه به کیفیت و نتیجه اخلاقی کار خود توجه کنند، نگران کمیت‌هایی همچون میزان مخاطب، درآمد و سودمندی تبلیغاتی هستند.

در نتیجه، ترقی و پیشرفت حرفه روزنامه‌نگارها (جز در موارد اندک)، که وابسته به خصوصیات و نقش فرد روزنامه‌نگار در موفقیت تجاری سازمان خود است، چندان وابسته به اصول اخلاقی نمی‌باشد. در حقیقت، از این‌رو، موفقیت بیشتر مانند پیروی از اندیشه‌های اخلاقی مغفول‌عنه، همچون محرمانه بودن یا سرّی بودن مطلب هستند. این مسئله منجر به موضوعی می‌شود که به این سادگی جایگاهی در اخلاق روزنامه‌نگاری ندارند. حتی اصول غیرمضر و خیرخواهانه یا نیکوکارانه هم باید به شکلی خنده‌دار و تمسخرآمیز، خارج از حیطه روزنامه‌نگاری باشند؛ زیرا روزنامه‌نگاری از این دیدگاه تنها با قدرت بازار شکل گرفته و به وجود آمده است.^(۴۴)

۲. نقش ارزش‌ها و جهت‌گیری‌های سازمانی در

گزینش اخبار

اغلب بر این عقیده‌اند که اخبار، به شکل اجتناب‌ناپذیری تحت تأثیر برنامه‌های روزمره سازمانی، قید و بندهای موجود در تهیه یک برنامه و نیز ارزش‌های روزنامه‌نگاری هستند. در نتیجه، در اخبار و گزینش آن، جهت‌گیری‌های خاصی وجود دارد.

بعضی از جهت‌گیری‌ها اجتناب‌ناپذیرند: روزنامه‌نگاران مانند هر فرد دیگری، برای خود عقاید و افکاری دارند و در نتیجه، نمی‌توانند حوادث را در یک شکل کاملاً عاری از هرگونه جهت‌گیری گزینش و مطرح کنند. اما چنین نفوذ و جهت‌گیری‌هایی پیش از آنکه

منبع اطلاعاتی موجب تسلط بر خبرنگار نیست.

با وجود این، هنوز باید یک مسئله مهم و عمده را درباره سلطه منبع اخبار و گزارش‌ها در نظر داشت و آن اینکه اگرچه منابع ممکن است در مورد اخبار تصمیم‌گیرنده نباشند، اما ممکن است آنها هنوز بتوانند چشم‌انداز و دورنمایی را که خبر از آن نشأت گرفته، زیر نفوذ خود در بیاورند. خطر دیگری که در این رابطه خبرنگاران حرفه‌ای با آن مواجهند این است که حتی اگر آنها زیر سلطه و نفوذ یک منبع و از جمله صاحبان قدرت و یا سیاست‌مداران درنیابند، ممکن است با تماس‌های مکرر و به تدریج، جذب ارزش‌ها و چشم‌اندازهای منبع خبری شوند تا جایی که منبع و خبرنگار به صورت متحدان واقعی درآیند. گزارشگران و روزنامه‌نگاران غیرحرفه‌ای و عمومی هم همانند روزنامه‌نگاران حرفه‌ای، از خطر کنترل از سوی منابع خبری در امان نیستند. اگرچه در مقایسه با یک متخصص، یک گزارشگر عمومی قید و بند کمتری هنگام مطرح کردن سؤالاتش دارد، اما نداشتن آشنایی کافی با منبع و با موضوع خبری نیز می‌تواند وضعیتی را به وجود آورد که در آن، منبع بتواند از بی‌تجربگی روزنامه‌نگار و گزارشگر بهره‌برداری کرده و اخبار را کنترل نماید.^(۴۴)

خبرنگاران متنفذ سیاسی، از امتیاز مهم دیگری هم برخوردارند که به آنها امکان می‌دهد تا وظایفشان را راحت‌تر انجام دهند. آنها قبل از انتشار رسمی و علنی شدن هر سند، خبر و یا گزارشی، به آن دسترسی دارند.

۴. عدم اشتغال روزنامه‌نگاران در مطبوعات

بی‌تردید، مطبوعات مانند زمینه‌های دیگر، به متخصصان و کارشناسان مخصوص به خود نیاز دارد. متأسفانه آمارها

نشان می‌دهد که بسیاری از دانشجویان رشته روزنامه‌نگاری در ایران، پس از اتمام تحصیلات خود، به کار اصلی خود اشتغال ندارند. در مقابل، افرادی غیرمتخصص وارد کارهای مطبوعاتی می‌شوند. طبق یک آمار، از سال ۱۳۴۵-۱۳۷۳ حدود ۹۰۰ نفر در رشته روزنامه‌نگاری از دانشگاه‌های داخل کشور فارغ‌التحصیل شده‌اند. ولی در سال ۱۳۷۳ قریب ۹۳ درصد آنان، در مطبوعات اشتغال نداشته‌اند^(۴۵) البته، دلیل این مسئله، یا عدم تناسب مواد درسی رشته روزنامه‌نگاری با نیازها و شرایط اجتماعی کشور است و یا اینکه اشتغال در مطبوعات از لحاظ اقتصادی برای آنان مقرون به صرفه نیست. به هر حال، باید در این مورد اقدامی اساسی صورت گیرد و این مشکل جدی حل شود.

موارد مزبور بخشی از مشکلاتی است که دامنگیر مطبوعات، به ویژه پس از انقلاب اسلامی شده است. نقایص مذکور از طرفی، مانع آن می‌شود که مطبوعات نقش خویش را در باروری و بالندگی فرهنگ خودی ایفا نمایند و دچار آسیب عدم برخورداری از نیروهای ماهر و مجرب و حرفه‌ای شوند. از سوی دیگر، موجب می‌شود تا صحنه برای تاخت و تازه‌های مهاجمان فرهنگی باز شود و بدون رقیب به فعالیت بپردازند.^(۴۶)

۵. انتشار خبر با منبع نامشخص

یکی از آثار و پیامدهای وابستگی به منابع قدرت و ثروت این است که همواره نوعی توافق ضمنی میان خبرنگاران و روزنامه‌نگاران با سیاست‌مداران و منابع قدرت و یا ثروت وجود دارد مبنی بر اینکه اخبار محرمانه و دست اول را با منبع نامشخص نقل و منتشر کنند. این جلوگیری از مشخص کردن منبع، یکی از ابزار قدرتی است که

سیستم لابی در اختیار دارد. اگر قرار باشد خبر با منبع مشخص ذکر شود، بسیاری از صاحبان قدرت و ثروت حاضر نیستند اخبار محرمانه را در اختیار روزنامه‌نگاران و یا گزارشگران قرار دهند. به عبارت دیگر، ذکر نام منابع خبر، موجب امتناع آنان از افشای اطلاعات بعدی خواهد شد. بنابراین، با مخفی نگاه داشتن نام منبع خبر، خبرنگار بهتر می‌تواند اطلاعات جدید و محرمانه را از این‌گونه افراد به دست آورد.

یکی از نتایج سریعی که از قانون «عدم استناد» گرفته می‌شود این است که خبرنگاران متنفذ سیاسی (لابی)، در نقل اخبار و گزارش خود، از عباراتی کلی که منابع خبری‌شان را مشخص نکند، استفاده می‌کنند؛ عباراتی همچون «وزیران... هستند»، «منابع نزدیک به نخست‌وزیر...»، «نمایندگان مجلس عوام...»، «یک منبع موثق...»، «منابع آگاه و...»، «منابع خبری...»، که عمده‌ا منبع خبری را پنهان نگاه می‌دارد. معمولاً، خبرنگاران با استفاده از این عبارات مصطلح، با افزایش اهمیت منبع خبر، شایعه‌ای را به عنوان حقیقت منتشر می‌کنند. طبیعی است در جایی که نامی از منبع خبر و یا گزارش برده نشود، کنترل صحت و سقم خبر و گزارش ناممکن است.

به نظر می‌رسد در این میان، پیمان، علاقه و داد و ستدی دوجانبه و سازشکارانه سودآوری وجود دارد: خبرنگار و گزارشگر متنفذ سیاسی، به راحتی به اطلاعات و شایعات دست پیدا می‌کنند. در مقابل، نام منبع اطلاعاتی خود را پنهان نگاه داشته و آن را فاش نمی‌کنند.^(۴۷)

۶ خدعه و حقه در گرفتن اطلاعات

متأسفانه بهره‌گیری از خدعه و دام و حقه، که شگردی قدیمی و مربوط به روزنامه‌های عامه‌پسند است، هنوز در

نشریات و توسط روزنامه‌نگاران برای جذب مخاطب کم و بیش وجود داشته و مرسوم است. برای مثال، خبرنگار با لباس مبدل نزد فردی که معتاد به مواد مخدر یا فروشنده مواد است، می‌رود و وانمود می‌کند که معتاد یا فروشنده است و از این طریق، اطلاعات مورد نیاز خود را به دست می‌آورد. گاهی از همین طریق و یا به بهانه دیگر، وارد حریم خصوصی افراد شده، و اقدام به جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز کرده، و در فرصت مناسب، از این‌گونه اطلاعات بر علیه فرد مزبور استفاده می‌کند. بهره‌گیری از این شگرد، در مسائل اجتماعی و جریان‌های سیاسی، اطلاعاتی، و در موسم انتخابات و گرفتن مخفیانه اطلاعات از افراد، و استفاده از آنها بر علیه فرد، سنت رایج در جامعه ما و در میان خبرنگاران و گزارشگران است. طبیعی است چنین شگردی در خصوص دشمن و گرفتن اطلاعات محرمانه از آن شایسته است. اما آیا در درون یک جامعه دموکراتیک، گرفتن اطلاعات می‌تواند مجوزی برای ورود به حریم خصوصی افراد باشد؟

۷ سرقت آثار علمی

یکی از وظایف مهم روزنامه‌نگاری، حفظ و احترام به حقوق مالکیت معنوی افراد است. متأسفانه آسیبی که امروزه بسیاری از روزنامه‌نگاران، گزارشگران، تحلیلگران و به ویژه نویسندگان را تهدید می‌کند، سرقت آثار علمی دیگران است. از منظر قانون و اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری، یک روزنامه‌نگار، گزارشگر، نویسنده، خبرنگار و... باید به حقوق مالکیت معنوی افراد احترام گذارد. اثری که در مطبوعه‌ای از کسی چاپ و منتشر شده است، متعلق به اوست. دیگران حق انتساب آن را به خود ندارند. این عمل، علاوه بر این که، نوعی بداخلاق

نام قربانیان تجاوز جنسی را ذکر کنند و یا اقدام به انتشار مطالبی کنند که موجب فاش شدن هویت این افراد شود، مگر اینکه توجیهات کافی برای این کار داشته باشند و یا در این زمینه منع قانونی وجود نداشته باشد.

این معضل در جرایم غیرجنسی هم وجود دارد. متأسفانه، خبرنگاران و گزارشگران، با استفاده ابزاری از زنان، اقدام به انتشار زندگی خصوصی افراد و تصاویر آنان برای جلب و جذب مخاطب می‌کنند. این آسیبی بزرگ در یک جامعه دینی است که قانوناً و اخلاقاً ممنوع می‌باشد.

۱۰. وسایل شنود

بسیاری اوقات دیده شده است خبرنگاران به دلیل سماجت و لجاجت و یا از روی کینه و گرفتن زهرچشم از افراد و یا حتی به خاطر حس کنجکاوی، سعی در کسب یا انتشار اطلاعاتی می‌کنند که با استفاده از وسایل شنود مخفی و یا از طریق استراق سمع، گفت‌وگوهای خصوصی و حتی تلفنی افراد را به دست آورده، و با هدف سوء استفاده، آنها را منتشر می‌کنند. این کار اخلاقاً ناپسند و عملی زشت محسوب می‌شود. شاید این امر، به دلیل تجاوز به حریم خصوصی افراد جرم تلقی شود.

۱۱. تبعیض نژادی و قومی

دامن زدن به تبعیض‌های قومی و نژادی از جمله شگردهای رایج خبرنگاران حرفه‌ای و از جمله آسیب‌های رایجی است که گریبانگیر خبرنگاران شده است. طبعاً آنان به دلیل تعلق به قوم و نژاد خاصی، از آنان دفاع و نسبت به سایر قومیت‌ها موضع‌گیری می‌کنند. مطبوعات باید از توهین یا نشان دادن تعصب نسبت به

حرفه‌ای است، بر اساس قانون نیز جرم تلقی می‌شود. یک روزنامه‌نگار حق ندارد، گزارش، تحلیل، مقاله، عکس، و... دیگران را به نام خود نقل و یا منتشر نماید.

۸. آزار و اذیت

هرچند خبرنگاران، گزارشگران و عکاسان از نظر اخلاقی مجاز به آزار و اذیت و یا ارباب، تعقیب مداوم افراد برای به دست آوردن اطلاعات و یا تصاویر مورد نظرشان نیستند، اما معمولاً این رویه ناپسند در میان بسیاری از خبرنگاران وجود دارد. ایشان معمولاً بدون رضایت افراد، از اماکن خصوصی عکس می‌گیرند و بدین‌سان، با اعتبار و حیثیت افراد بازی می‌کنند و موجب آزار و اذیت آنان می‌شوند. یا گاهی اوقات، برخی افراد مدام در تعقیب خبرنگاران و گزارشگران و روزنامه‌نگاران بوده، تا از این طریق، اطلاعات خاصی را از آنان بگیرند. بدین ترتیب، مزاحمت‌هایی از این جهت متوجه این‌گونه افراد می‌شود.

۹. سوء استفاده از پرونده‌های جرایم جنسی

سوء استفاده ابزاری از افراد در هر شرایطی، عملی غیراخلاقی است. روزنامه‌نگاران و مطبوعات نباید از افراد، به ویژه از زنان و کودکان و نوجوانان زیر شانزده سال، که دارای پرونده مربوط به جرایم جنسی هستند، اعم از قربانی و یا شاهد، سوء استفاده کنند. اگرچه این عمل غیرقانونی هم نباشد، ولی انتشار اسامی، تصاویر افراد، به ویژه زنان بزهکار و... خلاف عفت، اخلاق و منافع عمومی در یک جامعه دینی است. حتی اگر قانون مطبوعات هم افراد را از این کار رسماً منع نکرده باشد، باز هم نباید نامی از آنان برده شود؛ چراکه چنین عملی اخلاقاً درست نیست. بنابراین، روزنامه‌نگاران و مطبوعات نباید

قومیت و نژاد، رنگ پوست، مذهب و جنسیت خاصی خودداری کنند. متأسفانه عموماً این اصل اخلاقی، به ویژه در ایام انتخابات و برای کسب رأی از سوی روزنامه‌نگاران و مطبوعات رعایت نمی‌شود و زیر پا گذاشته می‌شود.

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

آنچه گذشت، نیم‌نگاهی به جایگاه اخلاق در روزنامه‌نگاری بود. در یک نگاه کلی، باید گفت: «اخلاق» عنصری مهم از فرهنگ هر جامعه است. اخلاق در هر حرفه‌ای، به ویژه روزنامه‌نگاری، جایگاهی بس رفیع دارد. پای‌بندی به اخلاق، حداقل انتظاری است که در هر جامعه، مردم از شهروندان خویش دارند. در اینجا به چند نکته اشاره می‌گردد:

۱. روزنامه‌نگار و روزنامه‌ها، در داشتن جهت‌گیری سیاسی خاص و هواداری از جریان‌ات، آزادند. اما اولاً، جریان‌سازی و حمایت آشکار از یک جریان نباید به قیمت کتمان حقیقت باشد. این مهم با داشتن گرایش خاص سیاسی متفاوت است. ثانیاً، باید میان اظهارنظر، حدس و گمان و بیان حقیقت، تفاوت قایل شد. از این‌رو، روزنامه‌نگاران، با هر گرایش سیاسی، حق کتمان حقیقت را ندارند. در واقع، در بیان، گزارش، نگارش و تدوین مطالب، نباید گرایش‌های سیاسی خود را بر بیان حقایق ترجیح دهند.

۲. اخلاق روزنامه‌نگاری و حرفه‌ای حکم می‌کند که حریم خصوصی افراد حفظ شود. هر فرد حق دارد شأن زندگی خصوصی و خانوادگی، خانه، سلامت و روابط خود با دیگران را حفظ نماید. هر نشریه‌ای اگر بدون رضایت فردی، به حریم زندگی خصوصی او تجاوز کند،

باید پاسخگو باشد.

۳. همواره و در همه حال، رعایت حریم و منافع عمومی مردم اصل اولیه، و امری ضروری است. در تعارض این اصل با حریم خصوصی افراد، در شرایطی خاص، و با حفظ حرمت افراد، و برای حفظ منافع عموم، منافع عموم مقدم است.

۴. اخلاق اجتماعی حکم می‌کند که در نشریات و روزنامه‌ها، مطالب نادرست، گم‌راه‌کننده و تحریف شده و یا تصاویر خلاف عفت عمومی چاپ و منتشر نشود.

۵. به هر دلیلی، هرگاه مشخص شد به صورت غیر عمد، اشتباهی فاحش، جمله‌ای گم‌راه‌کننده، و یا گزارشی تحریف شده توسط روزنامه‌نگار و یا گزارشگر در نشریه به چاپ رسیده، اخلاق روزنامه‌نگاری حکم می‌کند که سریعاً و به طور روشن، این اشتباه تصحیح شود و عذرخواهی از اشتباه در زمانی مناسب چاپ شود. افراد و اشخاص و یا سازمان‌ها، در صورت درخواست معقولانه، باید فرصت مناسب پاسخ‌دهی به موارد اشتباه را داشته باشند. بنابراین، حق پاسخ به مخاطبان، وظیفه‌ای اخلاقی برای روزنامه‌نگار است.

۶. در خصوص حوادث جنایی، خبرنگار، گزارشگر و روزنامه‌نگار نباید پیش از قطعیت حکم، اقدام به انتشار نام و تصویر افراد دخیل در جنایت را داشته باشند. همچنین نباید نام قربانیان تجاوز جنسی را منتشر کنند و یا اقدام به انتشار مطالبی کنند که موجب فاش شدن هویت این افراد شود، مگر اینکه توجیهات کافی داشته و یا منع اخلاقی و یا قانونی نداشته باشند.

۷. خبرنگاران نباید سعی در کسب یا انتشار اطلاعاتی کنند که با استفاده از وسایل شنود مخفی و یا از طریق استراق سمع، گفت‌وگوهای تلفنی خصوصی افراد را

- روزنامه‌نگار و احترام به حیثیت فردی و زندگی خصوصی افراد بسیار حایز اهمیت است.
۱۶. رمز و راز موفقیت یک روزنامه‌نگار و گزارشگر، برقراری ارتباط صمیمانه با مخاطب، جلب نظر، اعتماد و اطمینان مخاطب می‌باشد. یک روزنامه‌نگار حرفه‌ای باید با بهره‌گیری از این شگردها، اقدام به کسب اطلاعات و ارائه گزارش نماید.
- ضبط و یا منتشر کنند. از این رو، روزنامه‌نگار باید سریعاً اعلام کند که من روزنامه‌نگارم و نباید همچون کارآگاه و یا جاسوس عمل کند.
- ۸ از دیگر وظایف اخلاقی روزنامه‌نگار، حفظ منابع محرمانه اطلاعات می‌باشد. خبرنگاران از لحاظ اخلاقی، باید منابع محرمانه اطلاعات خود را محفوظ دارند.
۹. توجه به ممنوعیت گرفتن اقرار از طریق فشار و جبر و اجبار از سوی خبرنگار و روزنامه‌نگار، مگر در جایی که برای جامعه ضرورت داشته باشد.
۱۰. خودداری از تبلیغ نژادی، قومی، مذهبی، جنسی و یا افشای حالت روانی افراد.
۱۱. ممنوعیت پخش تصاویر صحنه‌سازی شده، به جای تصویر مستند و یا تحریف سخنان افراد و یا نسبت ناروا به افراد در نشریات.
۱۲. التزام و پای‌بندی به اصول کلی اخلاق بشری که رعایت آنها در رسانه‌ها ضروری است؛ نظیر صداقت، انصاف، خدمت به مصلحت عمومی، احترام به رازهای حرفه‌ای و غیره.
۱۳. احترام به حقوق اولیه بشری نظیر پرهیز از افتراء، احترام به حریم خصوصی افراد، دفاع از آزادی اطلاعات و آزادی اندیشه.
۱۴. به دلیل آنکه روزنامه‌نگاران منبع اصلی اطلاعاتند، انسجام حوزه عمومی به آنان بستگی دارد. انتظار می‌رود که محیط سیاسی به نمایندگی از سوی شهروندان، از سوی روزنامه‌نگاران کنترل شود و آنان مراقب سوء استفاده صاحبان قدرت باشند.
۱۵. در وظایف اخلاقی روزنامه‌نگار، توجه به آگاهی‌دهی عمومی، وجود آزادی مطبوعات، شرط اساسی فعالیت روزنامه‌نگاری، بیان حقیقت، توسط

۱۹. استیفن جی. ای ادوارد، پیشین، ص ۱۴.
۲۰. همان، ص ۱۵.
21. Routledge Encyclopedia of Philosophy, Op. cit.
۲۲. عبدالله جوادی آملی، پیشین، ص ۱۴۳.
۲۳. ابوالفضل جعفری نژاد، «بررسی برخی از حیطه‌های اخلاق حرفه‌ای و رسانه»، رسانه، ص ۶۶، ص ۸۳.
۲۴. محدث نوری، مستدرک الوسائل (بیروت، آل‌البیت لاحیاء التراث، ۱۴۰۸)، ج ۲، ص ۸۳.
۲۵. مولی محسن فیض کاشانی، محجة البیضاء فی احیاء الاحیاء (تهران، نهضت زنان، ۱۳۶۱)، ج ۴، ص ۱۲۱.
۲۶. همان، ص ۱۲۲.
27. deception.
28. Routledge Encyclopedia of Philosophy, Op. cit.
۲۹. سید فرید قاسمی، پیشین، ص ۵۴.
30. Routledge Encyclopedia of Philosophy, Op. cit.
31. Ibid.
۳۲. ایران دخت ۱۷، ص ۱۳.
۳۳. در این زمینه، ر.ک. فاطمه محبی، «آسیب‌شناسی اجتماعی زنان - فرار از خانه»، کتاب زنان ۱۵ (بهار ۱۳۸۱)، ص ۶۶.
۳۴. جان ام کالینز، استراتژی بزرگ، ترجمه کورش بابندی (تهران، دفتر مطالعات وزارت خارجه، ۱۳۷۰)، ص ۴۷۸.
۳۵. محمدباقر مجلسی، بحارالانوار، ج ۳۲، ص ۶۱۷، روایت ۴۸۳، ب ۱۲.
۳۶. ر.ک. لوئیس معلوف، قاموس المنجد (بیروت، الکاوثلی کیه، ۱۹۰۸)، ماده «خدع».
37. Routledge Encyclopedia of Philosophy, Op. cit.
38. Ibid.
۳۹. در این زمینه، ر.ک. یونس شکرخواه، خسر (تهران، دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها، ۱۳۸۵)، ج نهم، ص ۱۲۵-۱۲۸.
۴۰. ر.ک. همان.
۴۱. سالی آدامز و وینفورد هیکس، آداب مصاحبه مطبوعاتی، ترجمه سیدمحمد فکورپور (تهران، دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها، ۱۳۸۵)، ص ۲۵۶.
۴۲. همان.
۴۳. سید فرید قاسمی، پیشین، ص ۳۹.
۴۴. همان، ص ۳۷.
۴۵. «نگاهی به آموزش روزنامه‌نگاری در ایران»، رسانه ۲ (تابستان ۱۳۶۹)، ص ۱۴.
۴۶. ر.ک. محمد فولادی و محمدعزیز بختیاری، «عوامل تضعیف خودباوری فرهنگی»، معرفت ۳۱ (آذر و دی ۱۳۷۸).
۴۷. همان، ص ۴۱-۴۰، به نقل از: Negring Ralph: Politics, And the Mass Media in Britain.
- پی‌نوشت‌ها
۱. خلیل الجبر، فرهنگ لاروس (تهران، امیرکبیر، ۱۳۶۳)، ج ۱، ص ۹۳۲.
۲. کاظم معتمدنژاد، «اصول اخلاقی روزنامه‌نگاری»، رسانه ۶۶ (تابستان ۱۳۸۵)، ص ۳۵.
۳. ملّامهدی نراقی، جامع‌السماعات، تصحیح محمدرضا مظفر (قم، اسماعیلیان، ۱۳۸۳)، ج ۱، ص ۲۲.
۴. محمدتقی مصباح، اخلاق در قرآن، تحقیق و نگارش محمدحسین اسکندری (قم، انتشارات اسلامی، ۱۳۷۶)، ج ۱، ص ۲۵.
۵. عبدالله جوادی آملی، تفسیر موضوعی قرآن کریم، مبادی اخلاق در قرآن (قم، اسراء، بی‌تا)، ص ۷۷.
۶. سید فرید قاسمی، روزنامه‌نگاری حرفه‌ای (مجموعه مقالات) (تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، ۱۳۷۸)، ص ۱۲.
۷. همان، ص ۲۰۱.
۸. همان.
۹. همان.
۱۰. حسن نمک‌دوست تهرانی، «اخلاق حرفه‌ای، حریم خصوصی و حق دسترسی به اطلاعات»، رسانه ۶۶ (تابستان ۱۳۸۵)، ص ۱۹۹.
۱۱. منوچهر فرهنگ، فرهنگ بزرگ علوم اقتصادی (تهران، البرز، ۱۳۷۱)، ج ۱، ص ۶۶۸.
۱۲. مجموعه مقالات هم‌اندیشی بررسی مسائل و مشکلات زنان، اولویت‌ها و رویکردها، ج ۲، ص ۱۰-۱۲، مقاله محسن ثدیر، اشتغال زنان از منظر اسلام و غرب، به نقل از: راهنمای آموزشی اقدام محلی تغییر جهانی، مرکز مشارکت نهاد ریاست جمهوری با همکاری یونسف.
۱۳. مرتضی قره‌باغیان، فرهنگ اقتصاد و بازرگانی (تهران، مؤسسه فرهنگی رسا، بی‌تا)، ص ۲۲۵.
۱۴. غلامعباس توسلی، جامعه‌شناسی کار و شغل (تهران، سمت، ۱۳۷۵)، ص ۱۱۰۱.
۱۵. منوچهر فرهنگ، پیشین، ج ۲، ص ۲۴.
۱۶. سید فرید قاسمی، پیشین، ص ۱۶، به نقل از: M.v. Kamath, So you want to be a Journalist?, in: Professional Journalism, new Dehli: WiKAS Publishing HOUSE Pvt LTD, 1988, p.1-7.
۱۷. استیفن جی. ای ادوارد، «مبانی فلسفی اخلاق جهانی روزنامه‌نگاری»، ترجمه پرویز ایزدی، رسانه ۶۶ (تابستان ۱۳۸۵)، ص ۱۴۶.
18. Routledge Encyclopedia of Philosophy, Version 1: London & New York: Routledge (1998): The Ethics of Journalism.