

# فریبکاری در اطلاع‌رسانی

نوشته کارن ساندرز

ترجمه علی اکبر قاضی زاده

میان روزنامه‌نگاری و قصه‌نویسی اگر یک تفاوت عمده وجود داشته باشد، سلطه عینیت در اولی و وفور ذهنیت در دومی است. خانم کارن ساندرز در کتاب «اخلاق و روزنامه‌نگاری» کاربرد روشهای نادرست در کار خبررسانی و نیز دست بردن در عینیتها را توضیح داده است. بخشی از این نوشته به برخورد قوانین انگلستان با پدیده فریب و فریبکاری در کار رسانه‌ها اختصاص یافته است.

## فریبکاری

«پل آتانسیو» نوشته است: «زندگی مدرن ما را به این سمت می‌راند که هر چیز بازنمایی یک چیز دیگر است؛ در نتیجه هیچ چیز واقعی نیست.»

افلاطون زندگی انسان را هجرتی از تظاهر به واقعیت تصویر می‌کرد. در حکایت غار در کتاب «جمهوریت» می‌خوانیم: زندانیان در درون غار زنجیر شده‌اند و رو به دیوار آن ایستاده‌اند. پشت سر زندانیان آتشی روشن است و در کنار آن سنگ‌چینی که مردم لوازم و وسایل مختلف در دست، از آن می‌گذرند. زندانیان زنجیر شده تنها می‌توانند سایه رهگذران و آنچه در دست دارند را روی دیوار ببینند. اشکال سایه‌آسا بر روی دیوار غار، واقعیت ندارد، همان‌طور که سایه خود زندانیان بر دیوار حقیقی نیست؛ اگرچه زندانیان این سایه‌ها را حقیقت می‌شمارند. واقعیت (دنیای اشکال) فقط جایی بیرون غار و زیر نور خورشید می‌تواند خودنمایی کند. افلاطون عقیده داشت که هنرمندان فقط طرحی ذهنی از موجودات عرضه می‌کنند که پرتوی کم‌نور از واقعیت است. دید آنان به جهان به سبب احساسات و گرایش آنان (عشق و نفرت) شکل عوض می‌کند. او حتی در مورد داستان‌نویسی چنین نظر می‌داد که این هنر میان ما و تلقی ما از حقیقت و واقعیت پرده‌ای جداکننده می‌کشد.

با در نظر گرفتن این نظرها، افلاطون اگر زنده بود، از تلویزیون نفرت می‌داشت. از جهاتی تلویزیون در ذات خود رسانه‌ای فریبکار است. زیرا مثل زندانیان غار به ما جلوه‌ها - سایه‌ها - بی از واقعیت را نشان می‌دهد، نه خود واقعیت را. پاسخ انتقادی به نظر گاه افلاطونی، حدود هزارسال پس از او، از سوی

بنیانگذاران مکتب فرانکفورت عرضه شد. «تئودور آدورنو» و «ماکس هورک هایمر» که از وطن خود مهاجرت اجباری کرده بودند، دور از تأثیر فرهنگ «نان و نمایش» در کشور میزبان خود، آمریکا، این نظریه را مطرح کردند.

آنان علیه آنچه آن را بیگانگی رایج در میان مردم می خواندند موضع گرفتند و این بیگانگی را زائیده فرهنگ عوامانه آمریکایی دانستند که به عقیده آنان مظهر این عوام زدگی یکی «هالیوود» و بعد از آن تلویزیون است. *دانیل بورشتاین* تاریخدان معاصر در این زمینه می نویسد:

شهروند آمریکایی... در دنیایی زیست می کند که در آن «وهم» واقعی تر از «واقعیت» است. در این جامعه «تصور» هر پدیده، جایگاهی والاتر از «اصل» آن دارد. ما به ندرت شهامت رویارویی با سرگردانی های واقعی زندگی را داریم. زیرا تجربه های مبهم ما از جهان اطراف، به نحوی گول زنده رنگ عوض می کند و باوری مصنوعی در ما ایجاد می کند که واقعی به نظر می رسد. ما را به همدستان شیفته فریبه های شوخی آمیز روزگار تبدیل کرده اند. این شوخی فریب آمیز را ما با خود می کنیم.

به شکلی ضمنی هالیوود دنباله رو تلویزیون شده است. در فیلم «شبکه» (۱۹۷۶)، مجری برنامه خطاب به تماشاگران فریاد می کند: «به قدرت خدا، شما مردم موجود حقیقی هستید! ما، خیالی هستیم.» او می افزاید: «تلویزیون پدیده ای حقیقی نیست. این وسیله فقط یک محیط نکبت بار سرگرم کننده است. تلویزیون یک سیرک، یک کارناوال، یک دسته آکروبات باز دوره گرد، یک نقل گو، یا دسته ساززن ضربی، یک بساط شعبده بازی، یک معرکه گیری، نمایش رام کردن شیر یا... فوتبال و... مجموعه ای از اینهاست. ما نان زجر کش کردن مردم را می خوریم.»

تهیه کنندگان برنامه «کوئیز شو» درباره زبان های ساده لوحی مردم آمریکا در برابر آن برنامه تحقیق کردند و برنامه «ترومن شو» دنیایی به هم ریخته را پدید آورد که تمثیلی از وضع تلویزیون به شمار می رفت. اینترنت این ویژگی را دارد که همواره مضمونهای معتبر و غیرمعتبر را به رسانه های دیگر می رساند.

رتال جامع علوم انسانی

## دیدن و باور کردن

در انجیل یوحنا، توماس حواری به دیگران اعلام می کند، باور ندارد حضرت مسیح (ع) پس از رحلت از جا برخاسته باشد: «چون من نشان میخها را بر دست او دیدم و چون انگشتان را روی جراحت میخها گذاشتم و دستم را به پهلوی او کشیدم، نمی توانید مرا وادارید که باور کنم.» حقایق وجود یک پدیده، وقتی آن را با چشم خود بینیم، انکارناپذیر خواهد بود. تصویرهایی که در کنار خبرها ارائه می شود، یا فیلمهای خبری از رویدادها (فیلمهای مستند) به طور سنتی این استناد را در بردارد. ما آنچه را می بینیم درست می انگاریم و باور می کنیم. با این حال منطق تصویر، به خصوص تصویرهای تلویزیونی، اغلب با

عناصر ساختگی غنی می‌شود. عکسها را اغلب از نظر قطع، وضوح و حتی عناصر دیگر، اصلاح می‌کنند. فیلمهای مستند را بازسای می‌کنند و در برنامه‌های خبری، برخی حرکتهای اضافی سیاستمداران را حذف می‌کنند. فناوری دیجیتال، این تغییرها، تبدیلهای و اصلاحها را آسان‌تر کرده است؛ چه در مورد متن و چه در مورد تصویر. در اینترنت این تجدیدنظر را به صورتی گسترده‌تر می‌توان اجرا کرد و حقه‌های فنی بیشتری به کار گرفت.

و... با این همه هنوز می‌توان به تصویر در انتقال واقعیتها، اعتماد کرد؟ محدوده حقه‌های تصویری و خبری تا کجاست؟

### چیره‌دستی در فیلم

همه فیلمها دربردارنده پرتوی از واقعیتها هستند. اینها می‌توانند برشی از زندگی را بر روی یک قطعه کوچک سلولوئیدی یا بر روی صفحه نمایشگر تلویزیون فشرده کنند اما به‌هرحال وارونه کردن تصورات مخاطبان به منظور عوض کردن واقعیتها، کار دیگری است. وارونه‌سازی، تاریخی طولانی دارد. پیشینه این کار به روزهایی برمی‌گردد که عکسهای دگر در عکاسی روتوش شد یا در تصویر اشخاصی دست بردند تا آن را برای منظره هنری یا تبلیغاتی بهتر جلوه دهند. در سال ۱۸۵۷ عکاسی به نام *اسکار ری لاندر* کارت پستالهایی با نام «*بچه‌های شیطان بلوط پرت می‌کنند*» عرضه کرد. این کارتها دو بچه فقیر را نشان می‌داد که یکی افتادن بلوط از درخت را تماشا می‌کرد. اما در آن زمان، عکس گرفتن از اجسام در حال حرکت ممکن نبود. بنابراین عکاس، بلوط را با نخ ظریفی از درخت آویخته بود.

فناوری دیجیتال، امروز تغییر شکل تصویرها و فیلمها را ساده‌تر کرده و از هر زمان دیگر، تشخیص «اصل» از «بدل» دشوارتر شده است. فناوران دیجیتال می‌توانند تصویرهای خراب و مرده را بازسازی و زنده کنند یا چیزی بسازند که هرگز نبوده است: مثل این که هنرپیشه معروف و درگذشته‌ای یک خودرو را تبلیغ کند یا یک بازیکن فوتبال مطرح امروزی با *مارتین لوتر کینگ* رهبر ترور شده سیاهان آمریکا، در یک تبلیغ تلویزیونی در مورد یک نوع تلفن همراه بحث کند. یک بار در سال ۲۰۰۱ چهره رهبر حزب محافظه‌کار انگلستان را با صورت *مارگرت تاچر* عوض کردند. یعنی صورت دومی را با مو و آرایش زنانه، روی تن اولی گذاشتند، به شکلی که این جابه‌جایی را نمی‌شد تشخیص داد. در ماه می ۱۹۹۶ روزنامه *لندنی / یوی نینگ* *استار* عکسی از *جان پراسکات* از بلند پایگان حزب کارگر چاپ کرد که در آن لوازم روی میز مقابل او چنان عوض شده بود که او را تجمل طلب‌نشان می‌داد. شرح عکس چنین بود: «سوسیالیست مرفه!» اگر فناوری تغییر شکل به‌طور گسترده رواج یابد، ممکن است به سنت مستند کردن تصویر در مطبوعات و

دیگر رسانه‌ها لطمه بزنند. «اتحادیه ملی روزنامه‌نگاران بریتانیایی» به همین سبب توصیه کرد که هر زمان یک تصویر تغییر شکل یافته قرار است در روزنامه‌ای چاپ شود، نشان یا علامتی کوچک در حاشیه آن گنجانده شود تا روشن کند این عکس به صورت اولیه‌اش چاپ نشده است. در ۲۶ فوریه ۱۹۹۸ (هشتم اسفندماه ۱۳۷۷) تبصره‌ای به دستورالعمل اتحادیه یادشده درباره تصویرهایی که به صورت دیجیتالی تغییر شکل می‌یابند، افزوده شد:

هیچ روزنامه‌نگاری مجاز نیست، دانسته از عکسی که در آن دست برده شده استفاده کند؛ مگر این که عمل تغییر شکل عکس به روشنی به مخاطب اعلام شده باشد. اما دستکاری شامل حذف، تیره کردن رنگ، عوض کردن درجه رنگها، نقطه‌چین کردن، تغییر وضوح، برش و گذاشتن صافی رنگی به منظور زیباتر کردن، جلوه‌دار کردن یا محافظت عکس نمی‌شود.

### صحنه‌سازی

صحنه‌های ترتیب داده شده و بازسازی تصویرها، بخش پذیرفته شده‌ای از زبان تلویزیونی است. هرگاه تهیه‌کننده از کسی بخواهد که با حالت خاصی در برابر دوربین ظاهر شود، او را وارد دنیایی ساختگی کرده است. ما مردم را می‌بینیم که از گذرگاهی می‌گذرند و به خانه‌های خود می‌روند. سیاستمداران از پله‌ها بالا می‌روند یا یک مصاحبه شونده، کتاب می‌خواند به این قطعه‌ها «نما» (شات)ی ساختگی یا نمایشی نام داده‌اند که کاری معمولی‌تر، کم‌اهمیت‌تر و رایج‌تر از گول‌زدن مخاطب به‌شمار می‌رود.

تلویزیونهای تجاری یا مربوط به دولت، در مورد کاربرد این موارد دستورالعملهایی دارند. اما این قواعد چنان محدود به برنامه‌های خاص می‌شود که رعایت آنها را به‌ندرت حس می‌کنیم. برای مثال در فیلمهای حیات وحش، همیشه بازسازی و دستکاری، داستان‌پردازی ساختگی، برش و جابه‌جا کردن صحنه‌های طبیعت در آکواریمها و باغ‌وحشها رواج دارد. دیوید آتن‌برو پذیرفت که یکی از فیلمهای موفق او درباره زادآوری خرس قطبی، در باغ‌وحش بلژیک فیلم‌برداری شده است. یک تهیه‌کننده بی‌بی‌سی درباره فیلمی که در مورد طبیعت ساخت، توضیح داد که باید از کوچ جمعی پروانه‌ها، فیلم‌برداری می‌شد. بالهای مصنوعی را از نخ باریک ابریشم عبور دادیم و یک بادبزن، حالت باد محیط را به بیننده القا می‌کرد. آتن برو مدعی بود که اگر قرار بود ساختگی بودن صحنه‌ها را به نوعی در فیلم اعلام کنند، از اهمیت آن کاسته می‌شد.

بسیاری از فیلمها که «مستند داستانی» یا «شبه مستند» خوانده می‌شوند و در دهه آخر قرن بیستم ساخته شدند، به همان شکل تهیه شده بود (مثل فیلم پرهیجان فرودگاه). در این فیلمها، مردم عادی را نشان

می دهند که در محوطه فرودگاه حضور دارند (متصدیان رفت و آمد هواپیما، کارکنان خطوط هواپیمایی، کارآموز و آموزش دهنده خلبانی...) و گویا سرگرم اجرای وظایف خود هستند. اما در واقع صحنه‌ها با حقه‌های سینمایی مثل تاباندن روی پرده به سبک مستند ساخته شد. تماشاگران تصور می کنند واقعاً همه چیز در محیط فرودگاهی می گذرد. البته اگر تماشاگر اندکی زیرکی داشت، متوجه ساختگی بودن بعضی صحنه‌ها می شد. مثل صحنه‌ای که کارآموز خلبانی، نیمه‌های شب از خواب برمی خیزد و باید از وضع ترسناک خلبان غافلگیر شود. اما این غافلگیری در چهره او احساس نمی شد.

این شیوه‌ها همیشه به طور روشمند در فیلمها دیده می شود. فیلمسازان همواره بر روی پذیرش کلی اندیشه فیلم از سوی بیننده حساب می کنند و امیدوارند که آنان قصه را باور کردنی فرض کرده‌اند. اگر این فرض عملی شود مشکل طبیعی جلوه دادن فیلم - و تلویزیون - حل می شود؛ هر چند ساختگی باشد.

## بازسازی:

بازسازی یا بازتولید یک صحنه در برنامه‌های غیرساختگی به توضیح یک پدیده یا اندیشه یاری می دهد. این کار باید با امانت و با این توجه ساخته شود که چگونه بیننده آن را می فهمد. هیچ نکته اساسی و مهمی که بیننده با آن آشنا نباشد، نباید به کار رود؛ بدون آن که به بیننده توضیح داده شود. بازسازی نباید به صورتی عملی شود که با ارائه هیجان اضافی، باعث گمراهی و تحریک احساسات شود. بازسازی باید به طور روشنی شناسانده شود تا هیچ بیننده‌ای پیام اصلی را از دست ندهد.

## فریب دادن بیننده

صحنه سازی و بازسازی همیشه این چنین نشانه گذاری نمی شود. این خودداری را تهیه کنندگان و فیلم سازان، عادی و قانونی تلقی می کنند. یک فیلمساز حیات وحش توضیح داد که: «ما قصد گول زدن کسی را نداریم. نمی خواهیم چیزی را به شکل دیگر جلوه دهیم. آنچه عرضه می کنیم واقعیتهاست. در این مورد به کار بستن چشم بندی و سحر و جادو، درست نیست. تصور کنید وقتی شیری، یک کفتار را می گیرد و می کشد، در گوشه تصویر نشانه «ساختگی است» بیاید. حال آن که می دانیم در طبیعت، همین صحنه‌ها، هر روز اتفاق می افتد.

پرسش این است که اصلاح و بازسازی تکمیل کننده را چگونه می توان از حقه تصویری تمیز داد؟ اگر به مجادله‌های دهه نود قرن بیستم بازگردیم، آنچه تهیه کنندگان و فیلم سازان را نگران می کرد؛ موضوع حقه‌های تصویری در فیلمهای مستند بود. از مناقشه‌های جدی و معروف، برنامه‌ای بود که در شبکه «کارلتون» در سال ۱۹۹۶ نشان داده می شد و مجموعه‌ای مستند بود. برنامه‌ای به نام «ارتباط» که کشور

کلمبیا درباره قاجاق موادمخدر ساخته بود. فیلم، چگونگی عملیات قاچاق کوکائین به انگلستان را فاش می‌کرد. کوکائین را در بسته‌های کوچک و مخصوص به یک قاطر می‌خوراندند و حیوان را با هواپیما به انگلستان می‌فرستادند. در واقع بعضی از صحنه‌ها را به کمک بازی یک هنرپیشه بازسازی کرده بودند. صحنه‌های مربوط به انتقال قاطر با هواپیما از کلمبیا تا انگلستان ناچار در زمانهای مختلف، جداگانه و در طول چندماه تهیه شد. «کمیسیون مستقل تلویزیون» تلویزیون کارلتون را به پرداخت دو میلیون لیره انگلیس به دولت محکوم کرد و شبکه را واداشت طی یک اعلامیه از مردم عذر بخواند. زیرا دادگاه چنین نتیجه گرفت که برنامه‌سازان کارهای کلیدی این فیلم را به کسانی واگذاشته‌اند که کمترین تجربه‌ای در این زمینه را دارند.

در سپتامبر ۱۹۹۷ نمونه دیگری از حقه‌های سینمایی در فیلم مستند مطرح شد. کانال چهار تلویزیون انگلستان برنامه‌ای به نام «درسرهای نوجوانی» پخش می‌کرد. یکی از برنامه‌ها در مورد دو پسر بود که گویا در گلاسکو (اسکاتلند) دنبال معامله موادمخدر بودند. صحنه توافق بر سر خرید را ساختگی فیلمبرداری کرده بودند؛ با دو هنرپیشه، در محلی ساختگی. کمیسیون یاد شده در فوریه ۱۹۹۹، کانال چهار را به خاطر آن مستند، به پرداخت ۱۵۰ هزار لیره محکوم کرد. زیرا آن صحنه را خلاف مضمون ماده و بندی در قانون «کمیسیون مستقل» دانستند که تصریح می‌کرد بخشهای بازسازی شده هنری به شرطی در فیلمهای مستند قابل گنجاندن است که بخشهای ساختگی از بخشهای اصلی فیلم مستند نباشد و بر مبنای آن، فیلم نخواهد به نتیجه اصلی مستند برسد. این ماده می‌افزاید: «هر گاه در یک فیلم مستند، تهیه‌کننده بخواهد یک بخش بازی شده - ساختگی، یا صحنه‌های غیرمربوط به فیلم مستند یا بخشی از فیلم خبری را بگنجانند، این بخشها باید به طور صریح و دقیق به موضوع اصلی فیلم مربوط شود. به علاوه باید این صحنه به بینندگان شناسانده شود؛ مگر آن که شرایط به گونه‌ای باشد که بیننده در مورد ساختگی بودن آن تردید نکند.»

روزنامه «دیلی میل» (پنجم فوریه ۱۷ ۱۹۹۹ بهمن ۱۳۷۸) در صفحه اول خود این سؤال مهم را تیتراژ کرد: «آیا می‌توانیم آنچه را در تلویزیون می‌بینیم، باور کنیم؟»

همین کانال چهار، زمانی در برنامه‌ای اعلام کرد: «صحنه‌های ساختگی (بازسازی شده) شاخه غیرقابل قبولی از واقعیت است که به مخاطب عرضه می‌شود» و افزود: «تهیه‌کنندگانی که این شیوه را در کانال چهار تکرار کنند، تا وقتی ثابت نشود که قابل اعتماد هستند از ادامه کار در این کانال محروم می‌شوند.» کانال چهار همچنین اعلام کرد: «مقررات خود درباره تهیه فیلم از زندگی خصوصی دیگران و

فیلمهای مستند بازسازی شده را تغییر می‌دهیم و برای تهیه‌کنندگان، دوره‌های آموزشی درباره‌ی وظایف و مسئولیت‌های حرفه‌ای و رعایت اصول اخلاق برگزار می‌کنیم.»

اندکی پس از این بحث و جدلها، روزنامه «میرور» هم فاش کرد که در برنامه‌های خبری و در ظاهر مستند تلویزیونی مثل «ونسا و تریشا» نیز حقه و ظاهرسازی راه یافته است. تیتربزرگ صفحه اول «میرور» که این گزارش در آن شماره چاپ شد، این بود که: «ونسا و تریشا ساختگی است.» سرتیترهای این مطلب هم می‌گفت: «همسر فریب خورده، اصلاً ازدواج نکرده بود.»، «خواهران کینه‌ورز، هرگز یکدیگر را ندیدند» و... (یازدهم فوریه ۱۹۹۹-۲۳ بهمن ۷۸). در گزارش آمده بود که در آن فیلم مستند، دو خانمی که به عنوان خواهر معرفی شدند، با هم خواهر نیستند. بلکه دو هنرپیشه غیرحرفه‌ای هستند که یک مؤسسه آنان را به کمار گمارده است. این دو زن در یک بخش برنامه به عنوان اعضای یک خانواده جنگ‌زده معرفی شدند. اما یکی از آنان در یک برنامه دیگر (مستند) نقش یک همسر فریب خورده را بازی کرد. تهیه‌کنندگان در کوشش برای یافتن چهره‌های حقه‌جانب‌تر، معروف بودن آنان را از یاد بردند. روزنامه «دیلی میل یکشنبه»، یک سال بعد ماجرا را پیگیری و روشن کرد حتی کسانی که در برنامه‌های صبح تلویزیون به عنوان مهمان اتفاقی حاضر می‌شوند و ادعاها یا شگفتیهایی را مطرح می‌کنند، هنرپیشه‌های حرفه‌ای هستند (پنجم مارس ۲۰۰۰-۱۵ اسفند ۱۳۷۹).

یک شکل جالب در زمینه حقه‌بازی و نیرنگ، فریب خوردن روزنامه‌نگاران و تهیه‌کنندگان برنامه‌ها از سوی مردم عادی است. در سال ۱۹۹۸، در مجموعه مستند (دختر پدر) که از شبکه چهار تلویزیون انگلستان پخش می‌شد، زن و مردی که نقش دختر و پدر را بازی می‌کردند، در واقع با هم دوست بودند. این ماجرا درست در روز پیش از پخش قسمت اول برنامه، فاش شد. مدتی بعد کانال چهار با این زوج (استوارت و ویکتوریا) مصاحبه کرد و انگیزه آن دو را از این کار پرسید. گفتند که: تهیه‌کنندگان در پی موضوعی غیرعادی و جذاب می‌گردند و وقتی به ما رسیدند، ما را جالب تصور کردند. آنان از این که گروه تهیه‌کنندگان متوجه موضوع شده و مانع پخش برنامه شده بودند، تعجب می‌کردند.

همان‌گونه که یک یادداشت‌نویس روزنامه گاردین مطرح کرد: «این نکته بسیار غافلگیرکننده است که در تلویزیون تا به این حد نسبت به صداقت و درستی غفلت می‌شود. از آن مهم‌تر این که تلویزیون از این کمتر نسبت به خود غفلت می‌کند.»

## حقوقه‌های قانونی و غیر قانونی

چرا کاربرد حقوقه‌های سینمایی در فیلم مستند حیات وحش پذیرفته است و در دیگر برنامه‌ها پذیرفته نیست؟ قانون حرفه‌ای رسانه‌ها حقوقه‌های روا (قانونی) را مجاز شناخته است. مقررات «خبرهای تلویزیونی مستقل» در مورد صحنه‌های ساختگی در تلویزیون صراحت دارد:

«برنامه‌های مستند همیشه باید به دقت و سلامت، درست با همان شرایط پدیده‌های واقعی به مخاطب عرضه شوند. مخاطبان نباید هرگز آنچه را می‌بینند، به چیز دیگری تعبیر کنند.» با این حال فیلمهای مستند اندکی را می‌توان سراغ کرد که در آن کارگردان جلوه‌های ساختگی را ننگ‌جانیده باشد؛ حتی فیلمهایی که معمولاً به عنوان «فیلمبرداری غافلگیرانه» (مچ‌گیری) یا مستندهای دوربین مخفی معروفند. در تلویزیون، وقتی فقط یک دوربین در جایی مستقر شده باشد، به‌طور معمول امکان ندارد از همه جنبه‌های یک موضوع - رویداد یا پدیده - تصویربرداری کرد؛ این ویژگی کار تلویزیونی است. بسیاری از شیوه‌هایی که تهیه‌کنندگان برای جبران این کمبود به کار می‌گیرند، به عنوان بخشی از دستور برنامه‌سازی در تلویزیون شناخته می‌شود. تهیه‌کنندگان تلویزیونی نباید فکر کنند که مردم از شیوه‌های رایج مطلع نیستند و توضیح این شیوه‌ها به مخاطبان لزومی ندارد.

با این توضیح، تهیه‌کنندگان برنامه‌های تلویزیونی در چه مواردی دچار خلاف می‌شوند؟ روزنامه «گاردین» که کاربرد حقوقه را در برنامه «ارتباط» فاش کرد، موضوع را روشن و سراسر مطرح کرده بود: بدترین کاری که ممکن است از یک روزنامه‌نگار - به مفهوم عام - سر بزنند، این است: جازدن یک پدیده خیالی به جای واقعیت به صورت عمدی. این نادرستی در برنامه «ارتباط» اتفاق افتاده است. به همین سبب، امروز باید همه دست‌اندرکاران برنامه‌سازی تلویزیون در انگلستان از ماجرای تولید این برنامه آگاه شوند. روزنامه‌نگاری یعنی کوشش و پیگیری برای رسیدن به واقعیتها. اگر این کوشش صادقانه، صدمه ببیند، رابطه اعتمادآمیز میان برنامه‌سازان و تماشاگران تباہ می‌شود. (هشتم می ۱۹۹۸ - ۱۹ اردیبهشت ۱۳۷۷) اما آیا واقعاً موضوع به این سادگی است؟ بیشتر به نظر می‌رسد این مورد تخلف از یک قرارداد محکم باشد که با امور جاری حرفه‌ای احاطه شده است، مثل اعتمادسازی در مورد فیلم مستند حیات وحش. گنج‌نایدن صحنه‌هایی که از آن نکته‌ای فهمیده می‌شود و در واقع آن صحنه، به آن صورت اتفاق نمی‌افتد، برای فیلمساز شاید پذیرفتنی باشد، اما برای مخاطب - اگر متوجه شود - پذیرفتنی نیست: مثل بازی کردن هنرپیشه به جای قربانی در یک فیلم مستند اجتماعی یا زایمان خرس قطبی در باغ وحش به جای زایمان در قطب، در یک فیلم مستند حیات وحش. در هر دو نمونه، کسی نمی‌تواند مدعی شود صحنه ساختگی است و در عالم واقعیت چنین اتفاقی نمی‌افتد. این کار فراتر از کاربرد تکنیک برای خلق یک صحنه واقعی به صورت



اثرگذارتر است. کاری که در برنامه «ارتباط» صورت گرفت باید به گونه‌ای به تماشاگر فهمانده می‌شد (مثلاً با نشانه گذاری). در مورد بخشهای ساختگی، برای رفع این مشکل، مقررات سهل گیرانه تر است. کاربرد خاص حقه‌های تلویزیونی را می‌شود چنین تعبیر کرد:

مطلع بودن از قواعد بازی (راه‌های گریز از سخت‌گیری مقررات) به جای کوشش برای دستیابی به واقعیتها.

### اعتمادشکنی

اشکالی دارد اگر کسی نقش یک قربانی مشکلات اجتماعی را بازی کند، وقتی کسی چون او را می‌توان در اجتماع یافت؟ چقدر از آنچه در چنین برنامه‌هایی می‌بینیم، واقعیت دارد؟ برخی عقیده دارند این مقدار، به نوع برنامه بستگی دارد. اگر تلویزیونهای غیرخبری را در نظر بگیریم، به عقیده بعضی از صاحب‌نظران همه می‌دانند که این نوع برنامه‌سازی، ساختگی است یا سرگرم کننده. آنان می‌گویند از این نظر، این برنامه‌ها بیشتر تفریحی است. اما انگلیسیان قادر نیستند مهمانان حقیقی و جالبی در برنامه‌های سرگرم کننده شرکت دهند. تهیه کنندگان آمریکایی، از این نظر موفق‌ترند. *آلسیون پیرسون* یادداشت‌نویس روزنامه‌ها در مقاله‌ای به تاریخ (هفدهم فوریه ۱۹۹۹ - ۲۹ بهمن ۱۳۷۸) با عنوان «بگذارید از این که بد هستیم، خوشحال باشیم». به همین موضوع اشاره دارد: «من شادمانم که ما از این نظر، در این برنامه‌ها، خوب نیستیم، چه خوب که با مردم ما مثل موش آزمایشگاهی رفتار نمی‌کنند. این موضوع باید ما را خوشحال کند. ما نباید خیلی از این راضی باشیم که تولید هیجان عاطفی را نوعی سرگرمی به حساب آوریم.

به اعتقاد برخی از کارشناسان رسانه‌ای، فریب در جاهایی که مردم سواد رسانه‌ای دارند، پذیرفتنی است. زیرا مردم می‌دانند که در بسیاری از برنامه‌ها مثل مسابقه‌های معلومات عمومی، صحنه‌سازی بسیار اتفاق می‌افتد. بدون توجه به چنین نظرهایی، ناظران رسانه تلویزیون، با دقت و حساسیت، جریانهایی مثل برنامه‌های «ارتباط» و «ونسا و تریشا» را زیر نظر دارند. ناظران این رسانه در انگلستان با سرعت با این تخلفها برخورد می‌کنند و برای متخلف، مجازات در نظر می‌گیرند. *جان بیرت* مدیرعامل پیشین اتحادیه شبکه‌های تلویزیونی انگلستان پنج مدیر ارشد بنگاه بی‌بی‌سی و گروه تهیه کننده «ونسا و تریشا» را فراخواند و به‌طور رسمی همگی را توبیخ کرد.

اگر فریب حرفه‌ای بخشی از روند کار تلویزیونی به حساب می‌آید، چرا باید به آن اهمیت داد؟ زیرا اگر به ما تخلفی در تلویزیون نشان داده می‌شود، انتظار داریم آنچه را می‌بینیم همان باشد که هست. اگر چنین نباشد، ما را گمراه کرده‌اند و به ما حقه زده‌اند؛ نه به علت اصل ماجرا بلکه به دلیل کیفیت عرضه آن به ما.

قراردادهایی که خود به خود پیرامون اخبار و رویدادهای جاری شکل گرفته و کامل شده این است که تصویرهای همراه گفتار قرار نیست طراحی بصری یا توضیح رویدادها باشد. اگر در یک خبر، صحبت بر سر انفجار یک بمب در هندوستان باشد و خسارتهای ساکنان و سوگواری مردم نشان داده شود، انتظار داریم این تصویرها نمایشی مستند از همان حادثه خبری باشد. در برخی از برنامه‌های به‌ظاهر مستند، این اصل پذیرفته شده رعایت نمی‌شود. آنچه در این برنامه‌ها دیده می‌شود، ثبت یک صحنه واقعی نیست، بلکه بازسازی یک صحنه واقعی است. پدیده فیلم گرفتن را می‌توان با درست کردن یک مجسمه یادگاری مقایسه کرد. درست مثل دیدن لباس امیلی برونته در یک موزه، که این نویسنده قرن نوزدهم را در ذهن ما زنده می‌کند. یا مثلاً تصویرهایی امروزی از اردوگاههای مرگ نازیها که ما را به فضای خشن و غمبار آن اردوگاهها می‌برد. واربرتون در مورد فهرستی از خاطره‌های جنگ ویتنام می‌نویسد:

تصویرسازی ملکم براون - خبرنگار- از خودسوزی اعتراض آمیز یک راهب بودایی، عکس معروف ادی آدامز از یک افسر ارشد پلیس سایگون که به مغز یک فرمانده ویت‌کنگ با تپانچه شلیک می‌کند، عکس فراموش‌نشده هوبن کنگ از دختر بچه عریانی که بر اثر اصابت بمب ناپالم سر تا پا در آتش می‌سوزد و به سوی دوربین می‌دود... همه اینها، به اضافه تصویرهای اثرگذار دیگر، تأثیری عمیق بر ذهن جهانیان گذاشت تا دریابند جنگ چگونه پدیده‌ای است. اما این تصویرها وقتی تأثیر می‌گذارد که از نظر مستند بودن، قابل اعتماد باشد و اصل رویداد یا صحنه را نشان دهد. بدون ارتباط واقعی با رویداد اصلی و واقعی، این تصویرها چیزی جز تبلیغات ساختگی سیاسی به‌نظر نمی‌آید و بر مردم دنیا تأثیری پرهیجان نمی‌گذاشت.

می‌شود قبول کرد که این جمله‌ها موضوع را بیش از اندازه ساده جلوه داده است. اگر ملکم براون توانست صحنه خودسوزی راهب بودا را ببیند و از آن فیلم بگیرد، نه اتفاقی بود و نه ساده. براون خبرنگار آسوشیتدپرس بود. بوداییان معترض با دفتر خبرگزاری تماس گرفتند و تاریخ، محل و اصل ماجرا را پیش‌تر خبر دادند. به علاوه آن خودسوزی، نه در اعتراض به جنگ که اعتراض به سخت‌گیری دولت علیه بوداییان صورت گرفت. اما به هر حال، تصویر، اثر خود را به جا گذاشت. اگر حقه‌های تصویری به شکلی نشانه‌گذاری نشود، اعتبار رسانه‌های تصویری به شکل روزافزون با مشکل مواجه خواهد شد.

## رسانه فریبکار

اساس بحث برخی را این عقیده شکل می‌دهد: هر شیوه‌ای که باعث بی‌اعتباری تلویزیون شود مفید است. دیدن به معنای باور کردن نیست. بنابراین هر عاملی که ما را به پرسش درباره اعتبار رسانه‌های دیداری - شنیداری - وادارد و مردم را به تردید در مورد این رسانه‌ها دچار کند، مفید است. در مقاله‌ای با عنوان «راز گناهکاری تلویزیون: نمی‌تواند دروغ نگوید» به قلم ماتیوپریس چنین استدلال می‌شود:

«تلویزیون به گونه‌ای فراگیر و غیرقابل اجتناب زیان بخش است. بنابراین هرچه مردم زودتر به این خرابکاری پی ببرند و دست‌اندرکاران تلویزیون هرچه کمتر تولید کنند، بهتر است. کسی نباید به مجله‌ها و روزنامه‌ها اعتماد کند و فقط اندکی از مردم چنین می‌کنند. این رسانه‌ها مخاطبان را به عنوان شاهد دادرسی یا تماشاگر دفاع متهمان در نظر می‌گیرد. اما به‌طور معمول تلویزیون در وضعی است که خود را هم قاضی و هم هیأت‌منصفه می‌داند. اما چون دیدن را به معنای باور داشتن فرض می‌کند، انتظار دارد مردم این وظیفه دوگانه را باور کنند. مردم، نباید باور کنند، نه در آینده. آخرین مناقشه درباره برنامه «ارتباط» نشانگر اعتبار و جایگاه حرفه‌ای تلویزیون است و روند رو به رشد بی‌اعتمادی مردم به تلویزیون را نشان می‌دهد. به همین سبب باید این تحولها را به فال نیک گرفت.» (۱۰ می ۱۹۹۸ - ۲۱ اردیبهشت ۷۷)

از نگاه پریس، آثار اخطار به تلویزیون در مورد کاربرد حقه، پایدار نمی‌ماند. او می‌گوید که رویکرد رو به افزایش برنامه‌های ساختگی و کاربرد حقه در برنامه‌های تلویزیونی، چندان ربطی به ملاحظه‌های مالی ندارد، بلکه به دلیل رقابتی است که برای جذاب کردن برنامه‌ها در جریان است. ای. ان. ریلسون، نویسنده و روزنامه‌نگار معروف، موافقتش را با این نظر اعلام کرد. او در مقاله‌ای با عنوان: «دوربین تلویزیون تقریباً همیشه دروغگوست» (۱۹ مارس ۲۰۰۰ - ۲۹ اسفند ۷۹)، نوشت: «تلویزیون... رسانه‌ای است که در آن راستگویی تقریباً ناممکن است... تقریباً در همه پوشش‌های تلویزیونی، از جمله برنامه‌های تاریخ طبیعی و رویدادهای جاری، بخش یا بخش‌های ساختگی می‌توان سراغ کرد: «... و فیلم مستند، خط جداکننده میان عرصه‌های واقعیت و داستان‌سرایی به‌شمار می‌آید. این جدایی، به نحو فزاینده‌ای در حال محو شدن است.» این هم گفته جان ویلیس تهیه‌کننده تلویزیون است. ویلیس می‌افزاید: «همیشه در رویارویی میان واقعیتها و جلب احساسات (داستان‌سرایی) احساسات برنده است.» (۱۸ می ۱۹۹۹ - ۲۹ اردیبهشت ۷۹). به‌هر حال نظر او که توجه و بحث بسیاری از کارشناسان تلویزیونی را به دنبال داشت، این است که رقابت برای رسیدن به درجه‌بندی بالاتر (در میان ایستگاه‌ها) بر تمام اصول حرفه‌ای تلویزیون تأثیر گذاشته است. سطح برنامه‌ها (به دلیل کم کردن از ملاحظه‌های حرفه‌ای) کاهش می‌یابد، کارکنان کم‌تجربه، کار می‌پذیرند و متن برنامه‌های پیشنهادی برای پول بیشتر در میان دلالتان دست‌به‌دست می‌شود. فشار برای فرار هر لحظه بیشتر می‌شود.

## بازگرداندن اعتمادها

نتیجه‌گیری منطقی از نظر پریس در مورد تلویزیون به عنوان یک رسانه دروغگو که در نوشته‌های ویلسون هم تکرار شد این است: نباید به تلویزیون یا روزنامه‌نگاری دیداری و شنیداری اعتماد کرد. این، بیشتر یک نتیجه‌گیری بدبینانه به نظر می‌رسد. اگر این طرز فکر را ادامه دهیم، به آنجا می‌رسیم که مثل پیروان دکارت که نسبت به هر چیزی که می‌بینند مشکوک می‌شوند، بگوییم: «بازسازی شده یا ساختگی است!» این

برنامه‌ها ما را فریب می‌دهند تا در ما احساسات ساختگی و غیرواقعی نسبت به واقعیتها ایجاد شود. در این صورت به آنچه می‌بینیم نباید اعتماد کنیم. پس باید تلویزیون را خاموش کنیم. در نتیجه از آنجا که دیدن دیگر با باور کردن همراه نیست، یکی از موانع تردید از میان می‌رود. به‌رحال ماجرای مقاله و یلسون نشان داد که اگر موضوع کاربرد حقه حرفه‌ای تلویزیون به اغراق بکشد، تا چه حد ممکن است خطرناک باشد. در سال ۱۹۹۲ شبکه «آی‌تی‌ان» تصویرهایی را از وضع فجیع اقلیت مسلمان بوسنیایی در یکی از زندانهای صرب به نام «ترنو پولی» نشان داد. صحنه‌ها را طوری جلوه داده بودند که جنایات جنگی آلمان نازی را به یاد می‌آورد. فشارهای بین‌المللی، صربها را واداشت توصیه‌های صلیب‌سرخ را بپذیرند و اردوگاه را تعطیل کنند. بعدها مجله اصلاح طلب «ال.ام.» (بیشتر مجله چپ‌گرا به‌شمار می‌آمد) در سال ۱۹۹۷ گزارشی با عنوان «فیلمی که دنیا را گول زد» انتشار داد. این گزارش بر پایه حرفها و خاطرات یک روزنامه‌نگار آلمانی که در ساخت آن فیلم دست داشت، شکل گرفت. خبرنگار آلمانی گفته بود سیم خارداری که در فیلم به عنوان مانع زندانیان بوسنیایی نشان داده شد، در واقع برای جلوگیری از ورود خبرنگاران نصب شده بود. «آی تی ان» از مجله «ال.ام.» به خاطر این توهین شکایت کرد و موفق شد.

این بحث واقعاً اهمیت دارد. به قدری اهمیت دارد که دیوید ایروینگ نویسنده و مورخ، کشتار وسیع یهودیان توسط دولت آلمان نازی را انکار و اعلام کرد آنچه نوشته و گفته می‌شود زاییده تبلیغ رسانه‌هاست.

اگر رشته اعتماد بین خبر و جریانهای روزنامه‌نگاری از یک سو و مخاطبان از سوی دیگر گسسته شود، سرنوشت فیلمهای مستند، بهتر از عاقبت رسوایی آور گشتیهای نمایشی آمریکا در دهه هفتاد و مسابقه‌های هوش همین کشور در دهه پنجاه نخواهد بود.

مهم است که قواعد محدودکننده برای روشهای تصویری تلویزیونی اعمال شود؛ همچنین حقه‌های تصویری که در برنامه‌سازی برای جذاب‌تر کردن رایج است. از این دیدگاه، وجود تعدادی مخاطب شکاک، چندان بد نیست. همچنین تهیه‌کنندگان تلویزیونی باید با مخاطبان خود بیشتر صادق باشند. به‌خصوص خوب است درباره ویژگیهای حرفه‌ای و روشهای مختلف برنامه‌سازی (نمایش، مسابقه، مستند، خبر، گزارش و...) به مخاطبان توضیح دهند. به‌رحال رسیدن به این نتیجه که تلویزیون در ذات خود «دروغگوست» اغراق به‌نظر می‌رسد. روزنامه‌نگاران رسانه‌های صوتی و تصویری در انگلستان و بقیه کشورها از سطح بالایی از اعتماد و اعتبار عمومی برخوردارند. اما این اعتمادی است که به سادگی از طریق کاهش صداقت به‌خطر می‌افتد. مایکل گریه از مدیران ارشد تلویزیونی انگلستان توضیح می‌دهد:

«در رسانه‌های صوتی و تصویری انگلستان، نیاز شدید و فوری برای آموزش نیروها احساس می‌شود. تعداد زیادی جوان نورسیده وارد این عرصه می‌شوند که متوجه حساسیت پیامدهای مربوط به صرفه‌جویی در هزینه‌ها نیستند.»

همچنین مدیرعامل «آی‌تی‌ان» در یک میزگرد گفت: «بسیاری از برنامه‌های تلویزیونی را کسانی می‌سازند که کمترین شناختی از اخلاق ندارند. شاید اگر گرایش افراطی رسانه‌های صوتی و تصویری به مخاطب‌گرایی کم شود، بیشتر به نمایش واقعیتها تن دهند.» □

این مقاله ترجمه فصل پنجم کتاب زیر است:

Sanders, Karen, *Ethics and Journalism*, Sage Publications, London, 2003.

### منابع:

- Aitkenhead, Decca (1999) "The hunger for "real" sex on the telly has opened the door for hoaxers." *The Guardian*, 5 February.
- Arnett, Peter (1994) *Live From the Battlefield. From Vietnam to Baghdad: 35 Years in the World's War Zones*. New York: Simon & Schuster.
- Berry, David (ed.) (2000) *Ethics and Media Culture. Practices and Representations*. Oxford: Focal Press.
- Boorstin, Daniel (1971) *The Image. A Guide to Pseudo- Events in America*. New York: Atheneum.
- Hellen, Nicholas and Judith O'Reilly (1999) "Television Confessions. How much of what we watch is fake?" *the Sunday Times*, 14 February.
- Independent Television News (2001) *Programme Guidelines*.
- Lester, Paul (1991) *Photojournalism. An Ethical Approach*. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Parris, Matthew (1998) "Television's guilty secret: it just can't stop lying." *The Sunday Telegraph*, 10 May.
- Warburton, Nigel (1998) "Ethical Photojournalism in the age of the electronic darkroom, in Matthew Kieran (ed.) *Media Ethics*. London: Routledge, pp. 123-34.
- Weightman, Gavin (1999) "When faking it is the only way." *Evening Standard*, 17 February.
- Willis, John (1999) "The faking of real TV." *The Guardian*, 18 May.
- Wilson, A.N. (2000) "The television camera nearly always lies." *The Sunday Telegraph* 19 March.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی