

## اخلاق حرفه‌ای، یک بستر و یک جهان رویا

### نوشته دکتر یونس شکرخواه

اگرچه از تدوین اولین قانون روزنامه‌نگاری انجمن آمریکایی سردبیران روزنامه‌ها<sup>۱</sup> به عنوان نخستین قانون رسانه‌ای (سال ۱۹۲۳) سالها می‌گذرد، اما هنوز مقوله اخلاق رسانه‌ای به رازی سر به مهر می‌ماند. شاهد ادعای من در این زمینه ماجرای معروف جیسن بلر<sup>۲</sup> است.

جیسن بلر، عضو تحریریه روزنامه مطرح نیویورک تایمز ستاره وار ظهور کرد و شهاب گونه رو به افول گذاشت. جیسن بلر ۲۷ ساله با وجود دهها مرامنامه و متن اخلاقی، دست به جعل و تحریف زده بود. او خبرها و گزارشهایی برای نیویورک تایمز نوشته بود که وجود خارجی نداشت و به منابعی استناد کرده بود که یا نبودند و یا اگر هم بودند، حرفهای مورد استناد بلر را بر زبان نیاورده بودند.

اما به هر حال از آنجا که ماه زیر ابر نمی‌ماند، روزهای روشن بلر در ماه مه سال ۲۰۰۳ به شبهای تیره و تاریک تبدیل شد. او استعفا داد و نیویورک تایمز را با اعتباری مخدوش تنها گذاشت. هنجارشکنیهای او در روزنامه‌ای رخ داده بود که تاکنون بیشترین جوایز پولیتزر روزنامه‌نگاری را به خود اختصاص داده است و جالب است بدانید که نیویورک تایمز هفت جایزه پولیتزر را به‌طور همزمان در سال ۲۰۰۲ شکار کرده بود. جیسن بلر که استعفا داد، بحران مشروعیت چنان نیویورک تایمز را در هم فشرد که این روزنامه مجبور شد یک تیم هشت نفره از کار کشته‌ترین گزارشگران خود را مأمور بررسی این ماجرا کند که چطور بلر توانسته است تا این حد اعتمادها را به خود جلب کند و سپس این موارد غیراخلاقی را مرتکب شود.

پس حالا پرسش این است که اگر چنین ماجرای می‌تواند در نیویورک تایمز رخ دهد - در روزنامه‌ای که نشریه زرد سوپرمارکتی نیست و به خاطر روزنامه‌نگاری تهاجمی و موسوم به حقیقت‌یاب خود نیز اشتهار دارد - چه تضمینی وجود دارد که ماجراهای مشابهی هم در سایر رسانه‌ها در جریان نباشد و یا می‌توان پرسید، آیا آنچه موسوم به «اخلاق حرفه‌ای» است، تضمینهایی برای اجرا هم دارد؟<sup>۳</sup>

## مراومه‌های اخلاقی

طی سالهایی که تدریس کرده‌ام، بارها با پرسشهای دانشجویانی مواجه شده‌ام که همزمان با تحصیل در رسانه‌ها نیز مشغول کار بوده‌اند. پرسشهای آنان بسیار ساده اما در عین حال بسیار عمیق است. یکی از رایج‌ترین پرسشها این است: آیا من باید هر کاری که روزنامه می‌گوید انجام دهم؟ به گمان من می‌شود از چند زاویه به مقوله اخلاق حرفه‌ای نگریت؛ و ابتدا اعلام کنم آنچه من در این مقاله مطرح می‌کنم صرفاً می‌تواند در چارچوب یک «مقاله عقیده‌ای»<sup>۴</sup> قلمداد شود. بنابراین از پیش می‌گویم هر نوع ضعف احتمالی در آن صرفاً به این دلیل است که کل روزنامه‌نگاری ایران در این زمینه دچار یک ضعف مفراط است و بسیاری از انگیزه‌ها هنوز باید صیقل بخورد و در محک نقد به عیار مطلوب و دلخواه نزدیک شود. تا زمانی که ادبیات روزنامه‌نگاری ما دچار فقر و کمبود است، هیچ حرف و دیدگاهی - از جمله همین مطالب - نمی‌تواند «کامل» قلمداد شود.

## برخی از کلمات و عبارات

به نظر می‌رسد برخی از کلمات و عبارات برای اکثر روزنامه‌نگاران - در ایران و جهان - قلمرو معنایی پذیرفته شده‌ای دارند و یا دست کم بر سر رعایت آنها یک توافق ضمنی وجود دارد. واژه‌هایی نظیر «انصاف»<sup>۵</sup> یا «رعایت حریم شخصی افراد»<sup>۶</sup> از این دست است. دروغگو نبودن، حقیقت‌یاب بودن و... مفاهیم دیگری هستند که تقریباً طرف توافق اکثر روزنامه‌نگاران قرار گرفته‌اند. اجازه بدهید به پدیده دیگری اشاره کنم با عنوان «پاپاراتزی»<sup>۷</sup> که روزنامه‌نگاری ما خوشبختانه هنوز به آن آلوده نشده است؛ اما به گمانم هر چه در زمینه عکاسی خبری<sup>۸</sup> به پیش برویم، امکان مواجهه با آن وجود دارد.

پاپاراتزی یا همان اصطلاح ویژه‌ای که برای عکاسان سمج به کار می‌رود (برای عکاسانی که عمدتاً از مشاهیر عکاسی می‌کنند) یکی از بارزترین موارد مربوط به سرگیجه‌های اخلاقی در روزنامه‌نگاری است. در این عرصه پرچالش، فتوژورنالیست درگیر این کشمکش است که بین خدمت رسانی به مخاطبان و در عین حال، رعایت حقوق و حریم شخصی سوژه‌ای که از آن عکاسی می‌کند، توازن برقرار کند و یا به دیگر زبان حق هیچ‌یک از طرفین را ضایع نکند. حتماً خاطرتان هست که تعقیب و گریز پاپاراتزیها با پرنس *دایانا*<sup>۹</sup> چگونه «پوشش سوژه» را به «شکار سوژه» تبدیل کرد و جان او را گرفت.

## نسخه‌های اخلاقی

به گمان من آنچه در جهان رسانه‌ای از آن تحت عنوان «رمزهای اخلاقی»<sup>۱۰</sup> یا «اخلاق نامه» یاد می‌شود، می‌تواند گره‌گشا باشد.

همان‌گونه که گفتم از تدوین نخستین اخلاق‌نامه که قانون روزنامه‌نگاری انجمن آمریکایی سردبیران روزنامه‌هاست، قریب به ۸۳ سال می‌گذرد. اما واقعیت امر این است که «اخلاقیات تجویزی» یا «نسخه‌ای»<sup>۱۱</sup> از نظر انطباق دادن آنها با کارهای جاری روزنامه‌نگاری، هر روزنامه‌نگاری را حتی اگر حرفه‌ای هم باشد دچار مشکل می‌کند.

یک‌بار در کلاس خبرنگاری، عکس معروف شلیک رئیس پلیس سایگون به سر یک شهروند ویتنامی را روی تابلو چسباندم و از دانشجویان خواستم درباره‌اش نظر بدهند. یکی از آنها به جای اظهار نظر به من گفت: استاد! بهتر نبود این عکاس با دوربین خودش می‌کوبید روی دست این ضارب تا طرف کشته نشود! بچه‌ها خندیدند، اما او واقعاً خواسته و ناخواسته بر یک نکته محوری در حوزه اخلاقیات حرفه‌ای، دست گذاشته بود. در یک مورد دیگر مادر کاوه گلستان برایم از ای میلی گفت که دریافت کرده بود و در آن آمده بود که اگر جورج بوش در رودخانه خروشان افتاده باشد و شما عکاس باشید، چه کار خواهید کرد؟ این پرسش، موقعیتی را مطرح می‌کند که مشابه موقعیت عکس شهروند ویتنامی است. پاسخ احتمالاً باید یکی از این دو گزینه باشد: عکاسی کردن یا کمک به جورج بوش؟ اما ای میل مزبور با این پرسش طنزآمیز به پایان رسیده بود: سیاه و سفید می‌گیرید یا رنگی؟! در این شوخی، پاسخ این است که بدون هیچ دخالتی، فقط عکاسی کن! اما در اظهار نظر دانشجوی مزبور، پاسخ این بود: دیگری را نجات بده و عکاسی نکن!

اجازه دهید برگردم به بحث اخلاقیات تجویزی. به نظر من این نوع مقررات مرامنامه‌ها، رهنمودها و... ممکن است به کار روزنامه‌نگاران جوان بیاید، اما جوابگوی حرفه‌ای‌ترها نیست، چون آنها طی کار به مراتب تجربه بیشتری اندوخته‌اند و می‌دانند چگونه قوانین را رعایت و چگونه آنها را نقض کنند!

اما این که می‌گویم روزنامه‌نگاران جوان بهتر به نسخه‌های تجویزی عمل می‌کنند، بیشتر به این دلیل است که آنها فکر می‌کنند پاسخ همه پرسشها در همین مرامنامه‌ها نهفته است. اما واقعیت این است که مقولات اخلاقی، بسیار پیچیده‌اند و ممکن است مرامنامه‌های مورد بحث حتی مفید هم باشند، اما خود مقوله اخلاق پیچیده‌تر از آن است که بتوان با تکیه به این نوع متون، کاملاً اخلاق‌گرا شد و یا به دیگر زبان به یک اخلاق تجویزی رسید.

در مدخل برخی از اصطلاحات و عبارات از واژه «حریم شخصی افراد» یاد کردم. آیا واقعا در جریان کار و در واقع در جریان کار حرفه‌ای می‌توان حریم شخصی را رعایت کرد؟

مگر غیر از این است که همه مرامنامه‌ها بر حفظ حریم شخصی - آن هم همزمان با حفظ شأن و شئون افراد<sup>۱۲</sup> - تأکید می‌ورزند و مگر غیر از این است که باز هم در اکثر مرامنامه‌ها بر عبارت حفظ حریم و شأن افراد در «همه زمانها»<sup>۱۳</sup> تأکید می‌شود<sup>۱۴</sup> اما چرا در عمل شاهد عکسهای هستیم که از پنهان‌ترین زوایای زندگی افراد گرفته می‌شود. آیا لنزهای پر قدرت عامل این اتفاق هستند؟ یا این که این فتوژورنالیستها هستند که نمی‌توانند بین غلبه علائق مخاطبان و حقوق سوژه‌ها توازن برقرار کنند؟

### نمونه دیگر

تعهد به تازگی و سرعت داشتن هم از جمله مواردی است که روزنامه‌نگاران باید به آن پای‌بندی نشان دهند. در برخی از متون اخلاقی، تأکید همزمانی بر «تازگی و دقت»<sup>۱۵</sup> می‌شود<sup>۱۶</sup> اما باز حرفه‌ایها می‌دانند که هر سرعتی در بطن خود می‌تواند هر نوع دقتی را به مخاطره بیندازد و به عکس هر مکتبی برای تأیید جزئیات و مطمئن شدن از آنها می‌تواند خبر را کهنه کند. مثال آشکار این مورد، بی‌بی‌سی است که عملاً و رسماً معتقد است درستی نباید فدای سرعت شود و این نکته را به باور روزنامه‌نگاران خود تبدیل کرده است.

### پنجه در دسرها در عمل

اما در عین حال پنج عبارت دیگر وجود دارد که محور بحثهای عمده در زمینه اخلاق حرفه‌ای است و در واقع بسیاری از حرف و حدیثها از همین پنج وظیفه حرفه‌ای نشأت می‌گیرد:

۱. حفظ خود<sup>۱۷</sup> یا به دیگر زبان وظیفه و مسئولیت در برابر خود (و تضادش با مأموریتهای حرفه‌ای)
۲. وظیفه در قبال مخاطب<sup>۱۸</sup> (اعلام حقیقت؛ اما به چه قیمتی؟)
۳. وظیفه در قبال کارفرما<sup>۱۹</sup> (و تضادش با اعلام حقیقت)
۴. وظیفه در قبال حرفه<sup>۲۰</sup> (و تضادش با مثلاً ضرورت حفظ جریان آگهیها)
۵. وظیفه در قبال جامعه<sup>۲۱</sup> (و تضادش با حفظ خود/ همان موضوع منافع فردی و جمعی)

درباره هر کدام از این پنج وظیفه، می‌شود دهها کتاب معطوف به اخلاق رسانه‌ای نوشت. اما متأسفانه نه ترجمه‌ای در این زمینه‌ها وجود دارد و نه تألیفاتی.<sup>۲۲</sup>

## و بالاخره ریشه‌های فلسفی

واقعاً ریشه پاسخها را در کجا باید یافت؟ من فکر می‌کنم بین فلسفه و عمل در این عرصه، رابطه عمیقی برقرار نیست و درواقع می‌خواهم بگویم پاسخ اخلاق و اخلاقیات حرفه‌ای را الزاماً نمی‌توان از درون تحریریه‌ها یا فقط از درون مدارس روزنامه‌نگاری بیرون کشید. من ممکن است شخصاً بحث «اعتدال ارسطویی» را طرف توجه قرار دهم و توصیه میانه‌روی او به دانشجویانش را در هزاران سال پیش راهنمای خود بدانم، اما فکر نمی‌کنم بتوانم این توصیه را به دانشجویانم منتقل کنم. به نظر من شاید نتوان یک قانون را راهنمای همه روزنامه‌نگاران در همه جا قرار داد. ابتدا چنین باوری داشتم و به همین سبب هم بود که در آغاز دهه هفتاد، ترجمه اصول اخلاقی بین‌المللی روزنامه‌نگاری را ضمیمه کتابی کردم که با نام خبر به چاپ رسید [یک توصیه ساده: مقایسه کنید رفتار هفته‌نامه‌های وطنی را با روزنامه‌های وطنی با این تأکید که هر دو ژانر توسط دو گروه از روزنامه‌نگاران در یک کشور به نام ایران منتشر می‌شوند].

اما فرد دیگری هم ممکن است بر مبنای اصل «آنچه برای خود نمی‌پسندی برای دیگران مپسند» رفتار کند.

و یا فرد دیگری، اعتدال ارسطویی را پیشه نکند و اصول موردنظر امانوئل کانت<sup>۲۳</sup> را دنبال کند (اصولی را دنبال کن که می‌خواهی اصول جهانی شود) یا فردی هم دیدگاه جان استوارت میل<sup>۲۴</sup> را بجوید که متضمن «خوشحالی برای جمع هر چه گسترده‌تر» است.

و یا در نظر بگیری اصول اخلاقی طرح شده در نظریه مسئولیت اجتماعی<sup>۲۵</sup> را دایر بر ضرورت رعایت مصالح اجتماع که به خوبی در زیر لوگوی روزنامه مورد بحث مانیویورک تایمز جلوه گر است: همه خبرهایی که مناسب چاپ هستند؟

[دوباره پرسش: چه کسانی و بر چه مبنایی تشخیص می‌دهند که یک خبر مناسب چاپ هست یا نیست؟]

و یا در نظر بگیری اصول فلسفی دیگری را نظیر «مساوات طلبی» یا «اخلاق پراگماتیستی» (معطوف به نتیجه) را و یا وظیفه‌گراییهای مبتنی بر تکلیف و مکلف بودن را (همان پرسشی که گفتم اکثر دانشجویان دارند: آیا من باید هر کاری که روزنامه می‌گوید انجام دهم؟ که از نظر من یک پرسش وظیفه‌گرایانه است و از نوع اخلاقیات تجویزی است).

به این ترتیب همان گونه که می‌بینید برخی از این نگرشها عمدتاً معطوف به دنبال کردن مقررات و تکالیف است و برخی از آنها هم بر نتیجه کارها و اعمال تکیه می‌ورزند و ترکیب همین تلقیها و یا بهتر

است بگویم تداخل آگاهانه و ناآگاهانه همین نگرشهاست که سبب سردرگمی‌هایی در زمینه اخلاق حرفه‌ای می‌شود و بیفزایید به این آلیاژ، کمبود واحدهای درسی در این عرصه را و کمبود ادبیات مرتبط را.

## جمع‌بندی

همان‌گونه که در آغاز این نوشتار گفتم، این مقاله صرفاً یک مقاله عقیده‌ای بود که بیشتر بر طرح مسائل متمرکز بود و نه بر حل آنها. اما برای این که باز هم بتوان در آغاز، مواد و مطالب بیشتری به عنوان ماده خام ارائه کرد، توصیه می‌کنم مترجمان قلمرو علوم ارتباطات سری بزنند به ژورنال اخلاق رسانه‌های جمعی<sup>۲۶</sup> که عمدتاً بر اصول و خردورزی در عرصه اخلاق متمرکز است و تا حدود زیادی از جانبداریها و پیشداوریها عاری است.

اما برای این که در زمینه موارد مطرح اخلاقی هم بتوانید به نمونه‌های ملموس برسید، توصیه می‌کنم سری بزنید به وب سایت «ژورنال‌ایسم»<sup>۲۷</sup> که حاوی مطالب بسیار مفیدی است در زمینه‌هایی چون حریم شخصی، تضاد منافع، منابع خبر و...

به هر حال از نظر من مقولات اخلاقی، مقولاتی کاملاً فردی هستند و چون مرانامه‌ها و قوانین و مقررات اخلاقی درباره رسانه‌ها - مثل مرانامه‌های دیگر - عمدتاً به موارد بحث‌انگیز اشاره می‌کنند و درعین حال برای جلوگیری از طولانی نشدن، دست به کلی‌نویسی و کلی‌گرایی می‌زنند، دشواریها برای درک متون مزبور بیشتر می‌شود. درعین حال این نوع متون به خاطر همین کلی بودن حرفها و گزاره‌ها، قابل انطباق با شرایط واقعی کاری و حرفه‌ای نیستند و بنابراین نمی‌توانند همه موقعیتها و شرایط احتمالی را که طی کار پیش می‌آید، پیش‌بینی کنند.

پس بهتر است هر چه می‌توانیم موادخام در این زمینه را به زبان ساده فراهم کنیم. این فراهم‌سازی باید ترجمه متون مرتبط را در دستور کار قرار دهد. کار همزمان دیگری که باید صورت گیرد تهیه مبانی فلسفی توصیه‌های اخلاقی به زبان بسیار ساده است.

آمیزه این دو کار به شکل‌گیری متن نهایی خوبی منتهی می‌شود که آن هم باید در بطن عقل سلیم و خردورزی هر روزنامه‌نگار نهادینه شود. □

## پی‌نویسها:

1. Canons of Journalism of the American Society of Newspapers Editors
2. Jayson Blair
۳. اگر علاقه‌مند به مطالعه بیشتر در مورد ماجرای جیسن بلر هستید رجوع کنید به مقاله «تصحیح سابقه» [Correcting the Record] که در یازدهم ماه مه سال ۲۰۰۳ در نیویورک تایمز به چاپ رسید - نشانی اینترنتی نیویورک تایمز: [www.nytimes.com](http://www.nytimes.com).
4. Opinion article
5. Fairness
6. Privacy
7. Paparazzi
8. Photojournalism
9. Princess Diana
10. Codes of ethics
11. Prescriptive Ethics Codes
12. Dignity
13. At all times
۱۴. برای دستیابی به برجسته‌ترین نمونه موجود در این زمینه رجوع کنید به مرامنامه اخلاقی انجمن روزنامه‌نگاران حرفه‌ای تحت‌عنوان:  
The Code of the Society of Professional Journalists (Spj)
15. Timely and accurate
۱۶. نمونه بارز آن مرامنامه انجمن مدیران خبر رادیو-تلویزیون است (۱۹۸۷) که با عنوان زیر منتشر شده است و در فضای وب قابل دسترس است:
- The Code of the Radio – Television News Directors Association [URL: [www.rtnda.org/ethics/code.shtml](http://www.rtnda.org/ethics/code.shtml)]
17. Duty to self
18. Duty to Audience
19. Duty to Employer
20. Duty to the Profession
21. Duty to Society
۲۲. برای دسترسی به بحث تفصیلی‌تر درباره پنج وظیفه‌ای که برشمردم رجوع کنید به منبع زیر:  
The Media of Mass Communication, Seventh edition, John Vivian. 2005, pearson
23. Immanuel Kant
24. John Stuart Mill
25. Social Responsibility Media Theory
26. Journal of Mass Media ethics  
[URL://Jmme.byu.edu]
27. [www. Journalism.indiana.edu/ethics](http://www.Journalism.indiana.edu/ethics).