

ضرورت مکتوب شدن میثاق اخلاق رسانه‌ای

گفت‌وگویی با دکتر امیدعلی مسعودی
رئیس دانشکده ارتباطات دانشگاه سوره

مونا امیراحمدی

دکتر امیدعلی مسعودی، مؤلف و مترجم حوزه ارتباطات و رئیس دانشکده ارتباطات دانشگاه سوره، معتقد است که یکی از مهمترین مؤلفه‌های ارزشمند و قابل تأمل در تمام فعالیت‌های رسانه‌ای دنیا، رعایت اخلاق رسانه‌ای است. بسیاری از کشورهای دنیا برای فعالیت‌های رسانه‌ای خود نگاه‌هایی مکتوب و به عبارت بهتر، میثاق‌نامه‌هایی تهیه کرده‌اند اما این اتفاق هنوز در ایران نیافته است. با وجود این که فعالان عرصه رسانه در ایران معتقد به اخلاق دینی و اسلامی هستند و بسیاری از نکات اخلاقی را از دین مبین اسلام دریافته‌اند، باز هم فضا برای تهیه یک میثاق‌نامه مکتوب در عرصه اخلاق رسانه‌ای در کشور وجود دارد. مشروح گفت‌وگویی با این استاد ارتباطات را بخوانید.

از این نویسنده و استاد حوزه رسانه کتاب‌هایی چون «مبانی نگارش رسانه‌ای»، «مبانی خبرنگاری»، «بررسی راهکارهای بهینه‌سازی شیوه‌های توزیع آگهی‌های دولتی از دیدگاه کارگزاران مطبوعات کشور» و مجموعه آثاری در حوزه ادبیات منتشر شده است.

- دیپلماسی رسانه‌ای به چه معناست؟

دیپلماسی رسانه‌ای به استفاده سیاسی از رسانه به منظور دستیابی به اهداف مشخص شده، اطلاق می‌شود، به عبارت بهتر این که ما چه سیاست‌هایی را در رسانه اعمال می‌کنیم تا به اهداف سیاسی خود نزدیک شویم.

امروزه دیگر پیام‌ها براساس سیاست‌های دیپلماتیک کشورها به صورت مستقیم به دیگر ملل منتقل نمی‌شود و این، وسایل ارتباط جمعی و دیپلمات‌ها هستند که با هوشمندی، پیام مورد نظر سیاستمداران را به دیگر جوامع منتقل می‌کنند. همچنین اخبار نشست‌ها، کنفرانس‌ها و همایش‌ها در سراسر جهان از طریق رسانه‌ها منعکس می‌شود و به گوش سایر ملل می‌رسد.

- رسانه‌ها چه نقشی در شکل‌گیری اذهان عمومی دارند و در این میان نقش دیپلمات‌ها چیست؟

رسانه‌ها تأثیرات بسیاری در افکار عمومی جوامع باقی می‌گذارند و نظرات و آرای مردم جامعه خود و حتی سایر ملل را در روابط داخلی و بین‌المللی به نفع خود جهت می‌دهند. رسانه‌ها این سیاست‌ها و راهبردها را از طریق دیپلمات‌ها منتقل می‌کنند و در نهایت افکار عمومی جامعه خود و سایر جوامع را سمت و سو می‌بخشند، یک دیپلمات موفق فردی است که بتواند فعالیت خود را با افکار و نظرات مثبت آغاز کرده و نظر موافق مردم را نسبت به خود جلب کند. رسانه‌ها رساننده پیام و کانال ارتباطی بین سیاستمداران رسانه و مردم هستند و خوشبختانه امروزه مدیا به معنای واقعی توانسته است، نقش و کارکرد اولیه

امروزه دیگر پیام‌ها براساس سیاست‌های دیپلماتیک کشورها به صورت مستقیم به دیگر ملل منتقل نمی‌شود و این، وسایل ارتباط جمعی و دیپلمات‌ها هستند که با هوشمندی، پیام مورد نظر سیاستمداران را به دیگر جوامع منتقل می‌کنند. همچنین اخبار نشست‌ها، کنفرانس‌ها و همایش‌ها در سراسر جهان از طریق رسانه‌ها منعکس می‌شود و به گوش سایر ملل می‌رسد.



خود به عنوان رساننده پیام تا سازماندهی جوامع را به خوبی ایفا کند. رسانه‌ها روز به روز بر نقش و کارکرد خود در اذهان عمومی می‌افزایند به طوری که امروزه یک نفر می‌تواند از طریق وبلاگ‌ها و شبکه‌های اجتماعی به جای یک سازمان تولید پیام کند.

– تفاوت کارکرد رسانه‌ها در دنیای امروز با گذشته چیست؟

امروزه کارکرد رسانه‌ها در مقایسه با گذشته بیشتر شده است و اصولاً رسانه‌ها با زندگی افراد عجین شده‌اند. بیشتر رسانه‌ها تنها در حدود اطلاع‌رسانی فعال بودند اما امروزه تسهیل کننده ارتباطات محسوب می‌شوند. رسانه‌های کوچک گذشته اکنون به ابر رسانه‌ها تبدیل شده‌اند.

– نتایج ورود وسایل ارتباط جمعی در جوامعی چون ایران چگونه بوده است و آیا ما در ایران از ظرفیت‌های رسانه‌ای به خوبی بهره می‌بریم؟

ورود وسایل ارتباط جمعی در تمام جوامع سنتی دنیا نظیر ایران با موانع و مشکلاتی همراه بوده و در نهایت دگرگونی‌هایی را در ساخت جامعه ایجاد کرده است. این وسایل به دلیل تفاوت‌های فرهنگی، به مرور زمان تأثیرات عمیقی در زندگی افراد به وجود آورده‌اند. جوامع برای پذیرش تازه‌های علمی، فرهنگی و اخلاقی به دو دسته سنتی و غیر سنتی تقسیم می‌شوند؛ جوامع غیرسنتی اهمیت زیادی برای تغییرات قائل نیستند و به راحتی تازه‌های تسهیل کننده زندگی را می‌پذیرند اما جوامع سنتی که دارای باورهای عمیق هستند، تغییرات را به سختی و پس از گذراندن دوره‌ای می‌پذیرند. نقش رسانه‌ها در ایران نیز قابلیت بررسی گسترده دارد. در برخی از حوزه‌ها رسانه‌ها توانسته‌اند نقش مهم و پررنگی ایفا کنند، به طور مثال در اوضاع و احوال تحریم‌های اخیر در ایران، غربی‌ها تلاش کردند تا اطلاعات غلطی را درباره ایران به سایر ملل منتقل کنند و در نهایت به اهداف خود برای ایجاد مشکل در ایران دست یابند، اما رسانه‌های جمعی ایران با اطلاع‌رسانی صحیح و پررنگ خود، نقش مهمی در خنثی‌سازی این پیام‌ها ایفا کردند. همچنین در بحث شهادت دانشمندان هسته‌ای چون شهید احمدی روشن که به تازگی در عملیات تروریستی به شهادت رسید، رسانه‌های ایرانی توانستند انزجار عمومی (نه تنها در ایران، بلکه در سایر ملل دنیا) از تروریست‌ها و ملل غربی ایجاد کنند. بنابراین تلاش‌های دیپلمات‌های رسانه‌ای در ایران پس از انقلاب اسلامی توانست بسیاری از هزینه‌های سنگین دشمن را با انعکاس مناسب اخبار و نگارش مقالات و تحلیل‌ها برای از بین بردن اثرات انقلاب اسلامی، خنثی سازد.

– فرایند دیپلماسی و چانه‌زنی بین‌المللی که از مهمترین مؤلفه‌های روابط بین‌الملل محسوب می‌شود، تا چه اندازه متأثر از رسانه‌هاست و رسانه‌ها چه میزان در مدیریت بحران می‌توانند نقش ایفا کنند؟

رسانه‌ها معمولاً تسهیل گر ارتباطات محسوب می‌شوند اما خود به تولید پیام دیپلماتیک نمی‌پردازند، بلکه پیام‌های دریافت شده را کم و زیاد کرده یا بدان جهت داده و در دستور کار خود قرار می‌دهند، بنابراین بسیاری از فعالیت‌های بین‌المللی تحت تأثیر انعکاس اخبار رسانه‌ای قرار دارد. همچنین در حوزه مدیریت بحران نیز رسانه‌ها در جوامع تأثیرگذارند، اتفاقاتی چون سیل یا زلزله در جوامع به خوبی توسط رسانه‌های کشورها منعکس می‌شود، برای نمونه زلزله چند سال پیش کرمان که توسط رسانه‌ها بسیار عمیق و تأثیربرانگیز به دیگر جوامع و شهروندان ایرانی منتقل شد، عاملی برای ایجاد تیم‌های بحران و کمک‌های مردمی از سراسر دنیا شد و در نهایت ساماندهی مناسبی در امدادسانی به زلزله زدگان صورت گرفت.

– اخلاق رسانه‌ای دارای چه مؤلفه‌هایی است و آیا عنصری به نام اخلاق رسانه‌ای وجود دارد؟

اخلاق رسانه‌ای به معنای رعایت حد و مرزهای صاحبان رسانه در انتقال اخبار و انعکاس مطالب است. این اخلاق باید در تمام جوامع و ملل به صورت یکسان رعایت شود، به طور مثال این که اصحاب رسانه نباید در انتقال اخبار کوتاهی کرده، اخبار کذب به مردم ارائه دهند و یا سعی در فریب دادن افکار عمومی داشته باشند. در تمام جوامع فعالیت‌های رسانه‌ای با اخلاق مداری همراه است؛ چراکه این اخبار با آبروی افراد، حریم‌های خصوصی و منافع سازمان‌ها و دولت‌ها سروکار دارد. بنابراین بسیاری از جوامع برای خود میثاق نامه‌هایی تنظیم کرده و صاحبان رسانه را موظف به رعایت این موارد کرده‌اند. ایران که کشوری اسلامی و معتقد به اخلاق دینی به شمار می‌رود، بسیاری از موارد اخلاقی به صورت خودکار و بدون آئین نامه خاصی رعایت می‌شود اما بازهم مواردی مشاهده شده که توسط افراد مورد سوءاستفاده قرار گرفته است. متأسفانه میثاق اخلاق رسانه‌ای که پیش از انقلاب اسلامی توسط سندیکای خبرنگاران و پس از انقلاب اسلامی ایران نیز توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی پیش نویس شد، به صورت آئین نامه اجرایی درنیامد، بنابراین ضرورت اجرایی و نگارش میثاق نامه اخلاق رسانه‌ای در کشور وجود دارد.

«به نقل از سایت پیام روابط عمومی»