



### چکیده

رادیو به‌عنوان رسانه‌ای ملی، یکی از ارکان اساسی در رشد و توسعه فرهنگی، اجتماعی و اخلاقی جامعه ایرانی محسوب می‌شود. ترویج و تقویت فرهنگ دینی و ملی در گرو کارآمدی رسانه‌های جمعی؛ به‌ویژه رسانه‌های شنیداری مانند رادیوست و از سوی دیگر، تضعیف فرهنگ و یا خودباختگی فرهنگی و اشاعه عناصر فرهنگ بیگانه در گرو ناکارآمدی اینگونه رسانه‌های شنیداری و مکتوب است.

در طول تاریخ بشریت، جریان اطلاع‌رسانی همانند امروز سریع و گسترده نبوده است. به‌همین دلیل، برخی مهم‌ترین ویژگی‌های این دوره از تاریخ را سرعت گسترش و نشر اطلاعات دانسته‌اند. رادیو دارای کارکردهای بسیار مهمی است که یکی از آنها، آگاهی‌بخشی و انتقال سریع اطلاعات است؛ اطلاعاتی که از طریق رسانه‌های جمعی، به‌خصوص رادیو و تلویزیون به‌دست مردم می‌رسد، آنها را با دنیای اطرافشان آشنا می‌سازد، بر دانش و آگاهی آنها می‌افزاید و با آداب، رسوم و فرهنگ ملت‌های دیگر آشنا می‌کند. رادیو علاوه بر خبررسانی، از طریق ارائه تفسیر رویدادها و حوادث و پخش مطالب دلخواه، می‌تواند به روشنگری مردم بپردازد و آنها را به تصمیم‌گیری‌های مطلوب هدایت کند. رادیو می‌تواند در خدمت رشد و شکوفایی دینی و فرهنگی ملت‌ها قرار گیرد و به بالندگی معنوی آنان کمک کند.

نکته قابل‌توجه این است که رادیو زمانی به وظایف رسانه‌ای خویش به‌خوبی عمل خواهد کرد که دارای وجود مدیران، گزارشگران، نویسندگان، گویندگان، تهیه‌کنندگان و دیگر اعضای فعال، شاداب، ماهر، متخصص و برخوردار از آموزش‌های لازم حرفه‌ای باشد. یکی از مهارت‌های بسیار حیاتی و مهم در عرصه فعالیت‌های رادیویی، اخلاقی و حرفه‌ای عمل کردن آن است. رعایت اخلاق جمعی، اجتماعی و پایبندی به اخلاق عمومی در تعاملات و مراودات اجتماعی از جمله مباحث مهم در عرصه رادیوست.

اما اینکه چه عواملی باعث رشد و توسعه اخلاق حرفه‌ای در رادیو می‌شود، همواره ذهن مدیران و دیگر دست‌اندرکاران رادیو را به‌خود مشغول می‌کند. برای تبیین و تعریف بهتر اخلاق حرفه‌ای در ابتدا لازم است تعاریفی جداگانه از دو واژه «اخلاق» و «حرفه» ارائه دهیم.

# رادیو و اخلاق حرفه‌ای

❖ علی فریادرس

کارشناس ارشد ارتباطات و کارشناس  
طرح و برنامه مرکز پژوهش‌های اسلامی  
صداوسیما

## اخلاق

اخلاق جمع «خُلُق» و «خُلُق» به معنای خوی و خصلت است. در مقابل، خُلُق که هیئت و شکل ظاهری و جسمی آدمی است و با چشم دیده می‌شود، به معنای صفات درونی افراد است. خُلُق و خوی، آن دسته از صفات را دربرمی‌گیرند که در نفس راسخ باشند و به راحتی زایل نشوند؛ به گونه‌ای که انسان، بی‌درنگ و بدون اندیشه، کار پسندیده و یا ناپسندی را انجام دهد. «خُلُق» صفتی نهادینه‌شده در درون انسان است. چه بسا کسی در نهاد خود، بخشنده باشد، اما بخشش نداشته باشد؛ زیرا مالی ندارد و یا برای بخشندگی او، بازدارنده‌ای وجود دارد و چه بسا کسی بخیل باشد، ولی برخلاف میل و خلق خود، از روی ریا مالی را ببخشد.

اخلاق در معنای عرفی لایه‌ای از رفتار انسان است که در برخورد او با دیگران پدیدار می‌شود. وقتی می‌گوییم فلانی اخلاقش خوب است یعنی چه؟ یعنی او دارای صفات پسندیده‌ای است که باعث شده دیگران نسبت به شخصیت و رفتار او احساس خوبی داشته و در امان باشند؛ سراسر وجود او را مهربانی، صلح و آرامش فرا گرفته است و هنگامی که از شخصی به عنوان بد اخلاق یاد می‌کنیم، یعنی کسی که دارای تشعشعات منفی بوده، صفات منفی او همه را از گرد او فراری داده و اطرافیان از بودن با او لذت نمی‌برند.

## جایگاه اخلاق

اخلاق در اسلام و دیگر ادیان توحیدی، از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است. اهمیت آن بدان اندازه است که پیامبر گرامی اسلام (صلی‌الله علیه و آله) هدف اصلی بعثت خویش را اتمام اخلاق بیان فرموده است: «إِنِّي بُعِثْتُ لِأَتَمِّمَ مَكَارِمَ الْأَخْلَاقِ؛ من برای تکمیل کردن خوبی‌های اخلاقی مبعوث شدم.»

دین اسلام برای اخلاق، جایگاهی بس رفیع قائل است و منابع اسلامی مملو از آموزه‌های اخلاقی است. هیچ دین و مذهبی مانند اسلام و به‌ویژه شیعه از لحاظ آموزه‌های اخلاقی از غنا برخوردار نیست. تمام فضاهای اخلاقی که برای یک انسان ممکن است پیش بیاید در دین اسلام بیان شده است و از غنای بسیار بالایی برخوردار است؛ به‌حدی که هیچ دین و آیینی این غنا را ندارد. حتی دین مسیحیت در بسیاری از مسائل اخلاقی هیچ راهکار و دستورالعملی ندارد. در کتاب مقدس - مخصوصاً در امثال سلیمان -

مسائل اخلاقی زیادی مطرح شده است، اما همه اینها در مقابل دریای آیات و روایات اخلاقی اسلام هیچ است.

نکته مهم و حائز اهمیت آن است که اخلاق، اولین نمود یک شخص است که در جامعه ظاهر می‌شود. اخلاق، زبانی بین‌المللی دارد و می‌توان با آن هر انسانی را تحت تأثیر قرار داد. اگر جامعه‌ای با اعتقادات ما مشکل داشته باشد، می‌توان از طریق اخلاق به آن نفوذ کرد. فضایل اخلاقی مطلق است و همه آن را می‌پسندند. باید به این نکته بسیار مهم توجه کرد که زبان امروز دنیا زبان اخلاق است.

## حرفه

تجزیه و تحلیل حرفه گوشه‌های متعددی از اخلاق حرفه‌ای را روشن می‌سازد. میان حرفه و شغل (کسب و کار) چه تمایزی وجود دارد؟

برای حرفه کاربردهای متعددی ذکر کرده‌اند که عام‌ترین معنای آن کسب و کار است، ولی مفهوم اصطلاحی حرفه با کار متفاوت است. برای مثال، بردگی حرفه نیست، اما بردگان کار می‌کنند. شغل و کار معطوف به سود است، اما حرفه لزوماً معطوف به سود نیست. به‌عنوان نمونه، پزشکان فعالیت خود را حرفه می‌دانند.

اگر بخواهیم به مؤلفه‌های حرفه نگاه کنیم؛ می‌توانیم به موارد متعددی اشاره کنیم:

- اشتغال یکی از مؤلفه‌های حرفه است.
- به‌دست‌آوردن روزی از طریق حرفه است.

- در حرفه اختیار هست؛ یعنی در واقع حرفه یک کار اختیاری است.

- مؤلفه دیگر حرفه، خدمت محوری، مثمر ثمر بودن، مفید بودن و مطلوبیت اجتماعی است.

- برخورداری از دانش، مهارت و توانایی است.

در قدیم به چیزی حرفه می‌گفتند که دارای سه مؤلفه دانش، مهارت و توانایی باشد و از آن به صنعت تعبیر می‌کردند. دهخدا در تعریف حرفه می‌گوید: «صناعت که روزی بدان به دست آید». فرق حرفه با کار پنج عنصر مهم دانش، مهارت، توانایی، استقلال و میزان قابل توجهی از اقتدار است. در تعاریف حرفه موارد متعددی ذکر شده است که ذکر آنها در این مقال نمی‌گنجد و هر یک از آنها دارای تعاریف قابل نقد و بررسی هستند.

براساس مطالب فوق، حرفه‌ای کسی است که توانمندی خود را در پایبندی به قانونمندی

حرفه‌ای می‌داند. کسی است که افعال «دانستن، خواستن و توانستن» را در حرفه باور دارد. شخص حرفه‌ای کسی است که خودشناسی، خودسازی و خودباوری را لازمه حرفه‌ای شدن و حرفه‌ای ماندن می‌داند. حرفه‌ای کسی است که موقعیت خود را در حرفه، حاصل پیوند و اتحاد عقیده، عشق و عمل حرفه‌ای می‌داند و به کار، ابتکار و پشتکار به منزله جزء جداناپذیر کسب و کار خود می‌نگرد و تلاش می‌کند با درستکاری و همکاری با دیگران به اهداف حرفه‌ای خود دست یابد. در یک جمله حرفه‌ای کسی است که ویژگی‌های بسیار مهم توکل به خدا، تعهد به امور اخلاقی و ارزش‌ها، تخصص، تعلق خاطر و عشق به حرفه، تداوم در ارتباط با شغل، تحول، خلاقیت، نوآوری و تکامل را داشته باشد.

## تعریف اخلاق حرفه‌ای

با تعاریفی که از اخلاق و حرفه ارائه شد، این نکته روشن گشت که اخلاق حرفه‌ای، آداب و ویژگی افراد حرفه‌ای نیست، بلکه شاخه‌ای از اخلاق کاربردی در قلمرو حرفه است. اخلاق حرفه‌ای در ابتدا به معنای اخلاق کار و مشاغل به کار می‌رفت، مانند این تعریف که در ذیل «اخلاق پزشکی» گفته می‌شود: «علمی است که موضوع آن بررسی مجموعه آداب و شیوه‌های رفتار پسندیده‌ای است که صاحبان مشاغل گروه پزشکی باید رعایت کنند و مجموعه صفات و اعمال نکوهیده‌ای که لازم است از آن اجتناب ورزند.»

تعاریف دیگری مانند تعریف به «شیوه‌های رفتاری متداول در میان اهل یک حرفه» و یا «مدیریت رفتار و کردار آدمی هنگام انجام کارهای حرفه‌ای» صورت گرفته است. در همه این تعاریف «فردیت» لحاظ شده و اخلاق حرفه‌ای به الزامات اخلاقی فرد در کسب و کار محدود شده است. تعریف اخلاق حرفه‌ای به اخلاق کار (مراد مسئولیت اخلاقی فرد از حیث شغل) محدود کردن معنای آن است؛ چرا که هویت جمعی و سازمانی در نهادها فراتر و پیچیده‌تر از شغل و کسب و کار فردی و تک‌تک کارکنان است و باید آن را در مفهومی فراتر از اخلاق کار تعریف کرد. در اخلاق حرفه‌ای دو رهیافت «سنتی» و «جدید» وجود دارد. در رهیافت سنتی بر مسئولیت اخلاقی افراد و مشاغل و حرفه‌ها توجه می‌کند، اما در رهیافت جدید رویکرد اخلاق حرفه‌ای به مدیریت استراتژیک

است و به مسئولیت‌پذیری سازمان‌ها و نهادها با نگرش سیستمی توجه می‌شود. بنابراین اخلاق حرفه‌ای با رویکرد جدید و بر حسب تنوع و تعدد حرفه‌ها گستره وسیعی را دربرمی‌گیرد؛ مانند: اخلاق رادیو، اخلاق پژوهش، اخلاق هنر، اخلاق آموزش، اخلاق سیاست و....

با توجه به نکات ذکرشده اخلاق حرفه‌ای عبارت است از: مسئولیت‌های اخلاقی فرد، سازمان یا نهاد پیرامون محیط بیرونی خویش.

### اخلاق رادیو

رادیو چیست؟ آیا نهادی است که در آن افرادی با هدفی خاص دور هم جمع شده‌اند؟ یا علاوه بر اجتماع کارکنان از هویتی مستقل هم برخوردار است؟ آیا منصفانه است که رادیو را به‌صرف اجتماع کارکنان محدود نماییم؟ آیا رسانه رادیو فراتر از اجتماع کارکنان نیست؟

به نظر می‌رسد هویت رادیو، هویتی جدید و جدا از کارکنانش است. رادیو حاصل تعاملی خاص میان کارکنان رادیوست؛ تعاملی که جدا از فرد، تشخیص جدیدی به میان می‌آورد و این موجود جدید مسئولیت حقوقی دارد؛ شخصیت حقوقی مستقل دارد، و هویتی فراتر و عظیم‌تر از هویت افراد را داراست؛ چرا که گروهی از افراد، یک نهاد با شخصیت حقوقی به وجود آورده‌اند که نفوذی به مراتب بالاتر از اشخاص حقیقی دارد، مناسباتی نوین ایجاد می‌کند، و زندگی فردی و اجتماعی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. حتی می‌تواند فراتر از مرزهای ملی بر زندگی جهانی اثرگذار باشد. رادیو به دلیل تأثیر عمیق و پردامنه در جامعه مسئولیت دارد و مانند اشخاص قابل بازخواست است. از سوی دیگر، با توجه به تعریفی که از اخلاق حرفه‌ای بیان شد، اصل بر تقدم حق جامعه و مردم بر رادیوست و در واقع می‌توان گفت: «جامعه و مردم حق دارند و رادیو تکلیف».

عصاره تمامی تعاریفی که از اخلاق حرفه‌ای ذکر شده است مقدم‌بودن حق افراد بر حق سازمان‌ها، نهادها و اجتماعات است و این سازمان‌ها موظف به رعایت آن هستند. از اصل تقدم حق مردم در آموزه‌های دینی به حق الناس تعبیر و به صورت‌های ذکر بر آن تأکید شده است. با مراجعه به متون غنی اسلامی، سازگاری اخلاق حرفه‌ای را با آموزه‌های اسلامی به طرق گوناگون و فراوان مشاهده می‌کنیم و رشته جدیدی نیست که دانشمندان غربی آن را اختراع کرده باشند و

به آن بی‌الند. در متون دینی بر اهمیت حق مردم بسیار تأکید شده و یکی از اهداف مهم بعثت انبیا (علیهم‌السلام) احقاق حق مردم است.

در روایتی از مولای متقیان می‌خوانیم: **جَعَلَ اللَّهُ سُبْحَانَهُ حُقُوقَ عِبَادِهِ مُقَدَّمَةً لِحُقُوقِهِ [عَلَيْ حُقُوقِهِ] فَمَنْ قَامَ بِحُقُوقِ عِبَادِ اللَّهِ كَانَ ذَلِكَ مُؤَدِّيًّا إِلَيَّ الْقِيَامِ بِحُقُوقِ اللَّهِ؛** گردانیده است خدای سبحان حق‌های بندگان خود را پیش روی از برای حق‌های خود. پس هر که ایستادگی کند به حق‌های بندگان خدا بوده باشد این کشاننده به سوی ایستادگی به حق‌های خدا.

تعریف اخلاق حرفه‌ای به مسئولیت‌پذیری در قبال حقوق دیگران، گستردگی دامنه آن را آشکار می‌سازد. بنابراین ساحت اخلاق رادیو نقش مهم‌تری در پایبندی به آن دارد. اخلاقی‌بودن رادیو زیرساختی برای تعامل با دیگران و محیط بیرون آن است. رادیو یک نهاد با حریم مشخص است. عضویت در این نهاد مسئولیت‌آور است. اعضای رادیو در قبال آن وظیفه دارند و نهاد رادیو هم در قبال اعضای خود مسئولیت دارد. البته مسئولیت اخلاقی رادیو به این حد محدود نیست و در قبال عناصر بیرونی هم مسئول است و این به خاطر تأثیر در زندگی افراد است و درست به خاطر همین تأثیر است که بار مسئولیت اخلاقی بر دوش رادیو گذاشته شده است و این مسئولیت اخلاقی بر اصل «حق مردم» استوار است.

متأسفانه باوجود برخورداری از گوهر ارزشمند «اخلاق حرفه‌ای» در تجارب ایران باستان و آموزه‌های اسلامی هنوز نتوانسته‌ایم اخلاق حرفه‌ای را در مراکز علمی و اجرایی گسترش و توسعه دهیم. دین مبین اسلام برای همه‌گونه ارتباطات انسانی، برنامه اخلاق حرفه‌ای مدنظر ارائه کرده است. ارائه نظام اخلاق حرفه‌ای از خصوصیات بارز یک دین برتر است که دین اسلام آن را داراست. وقتی به منابع اسلامی از قبیل **قرآن**، روایات و ادعیه مراجعه می‌کنیم، در جای‌جای این منابع، آثاری از اخلاق حرفه‌ای را ملاحظه می‌کنیم.

جامع‌نگری اسلام، صفت یگانه‌ای است که به جرئت می‌توان گفت هیچ دینی این ویژگی را ندارد. این دین در تمام ابعاد زندگی بشر با برنامه‌ای کامل وارد شده است. اگر جامعه مسلمانان از عقب‌ماندگی نسبی برخوردار هستند، اشکال از خود آنان است نه از اسلام.

اسلام به ذات خود ندارد عیبی

هر عیب که هست از مسلمانی ماست

### اصول اخلاق حرفه‌ای در رادیو

اخلاق حرفه‌ای هر چند تابع اصول و قواعد کلی و جهان‌شمول است، اما ریشه‌گرفتن آن از مجموعه ارزش‌های بطن جامعه می‌تواند از جامعه به جامعه و فرهنگ دیگر متفاوت باشد. از سوی دیگر، اسلام به عنوان دین خاتم و منطبق با فطرت همه آدمیان، همه معیارهای اخلاق حرفه‌ای را مورد تأکید و تصریح قرار داده و آیات **قرآن** و احادیث و سیره رسول اکرم و ائمه اطهار (علیهم‌السلام) همگی ملامال از رهنمودهایی است که می‌تواند اصول حرفه‌ای رسانه‌های اسلامی شمرده شود. در تبیین اخلاق حرفه‌ای رسانه‌ای از دیدگاه اسلام باید به تفاوت ماهوی تعاریف، کارکردها و اصول پذیرفته‌شده در علم رسانه‌ها با مضامین و اصول اسلامی توجه کرد. رادیو به‌عنوان رسانه‌ای میانجی میان هنجارها و ارزش‌های اجتماعی اسلامی و ایرانی و طیف وسیعی از مخاطبان عمل می‌کند و باید حافظ مفاهیمی باشد که مخاطب توقع رعایت آنها را از رسانه دارد و این انتظار به هنجارها و ارزش‌های حاکم بر جامعه مربوط می‌شود.

با قبول این مفروضات، می‌توان اصول زیر را از مواردی دانست که رادیو در قبال آنها مسئولیت اخلاقی دارد و در مواجهه با مخاطب باید آنها را مد نظر قرار دهد:

### حفظ کرامت انسانی

از نگاه اسلام و **قرآن**، یکی از بدیهی‌ترین حقوق انسان، حفظ «کرامت» اوست که همه انسان‌ها و همه دین‌ها در مورد این حق اتفاق نظر دارند. کرامت، صفتی است که همه انسان‌ها را فرامی‌گیرد و جزو ماهیت انسان به شمار می‌آید؛ زیرا کرامت، حق خدادادی انسان است، چنان که خداوند در **قرآن کریم** اشاره می‌کند: **وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ وَحَمَلْنَاهُمْ فِي الْوَجْرِ وَالْبَحْرِ وَرَزَقْنَاهُمْ مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَفَضَّلْنَاهُمْ عَلَى كَثِيرٍ مِمَّنْ خَلَقْنَا تَفْضِيلًا.** (اسراء، ۷۰)؛ ما آدمیان را گرامی داشتیم و آنها را در خشکی و دریا، بر مرکب‌های راهوار حمل کردیم و از انواع روزی‌های پاکیزه به آنان روزی دادیم و آنها را بر بسیاری از موجوداتی که خلق کرده‌ایم، برتری بخشیدیم.

امام علی (علیه‌السلام) در این باره می‌فرماید: **وَاسْتَأْذَى اللَّهُ سُبْحَانَهُ الْمَلَائِكَةَ وَدَبَعَتَهُ وَعَهْدَ وَصِيَّتِهِ فِي الْأَذْعَانِ بِالسُّجُودِ لَهُ وَالْخُشُوعِ**

لِتَكْرِمَتِهِ. (بحار الانوار، ج ۶۰: ۲۱۲)؛ خدای پاک از فرشتگان خواست تا آنچه در عهده دارند، انجام دهند و عهده‌ی را که پذیرفته‌اند، بدان وفا کنند؛ این‌گونه که بر آدم سجده کنند و او را بزرگ شمارند.

سجده فرشتگان در برابر انسان، فقط به خاطر کرامت وجودی انسان است؛ برای آنکه منشأ این کرامت از دید امام علی (علیه‌السلام)، همان دمیدن روح خدایی در وجود آدمی است. رعایت حرمت مسئولان کشور به‌ویژه در مواردی که فرد نه به‌عنوان یک شخصیت حقیقی، بلکه به‌عنوان یک شخصیت حقوقی مانند رئیس‌جمهور، رئیس مجلس و... مورد انتقاد قرار می‌گیرد، امری الزامی است؛ چرا که در این حالت جایگاه فرد در مجموعه نظام و بخشی از آن تلقی می‌شود و انتقاد در اینگونه موارد در واقع به جای فرد متوجه کلیت نظام است. این جمله به معنی ممنوعیت انتقاد نیست، بلکه درواقع نشان‌دهنده نوع رویکردی است که باید در این زمینه مورد توجه برنامه‌سازان قرار گیرد.

#### حرمت حریم خصوصی افراد

در جامعه اسلامی حفظ حریم و آبروی افراد لازم است و تا آن زمان که ضرورتی ایجاد نکند، کسی حق ندارد با آشکار کردن اسرار پنهان مردم، اسباب هتک آبرو و لکه‌دار شدن شخصیت اجتماعی آنان را فراهم آورد. پیامبر اسلام (صلی‌الله‌علیه‌وآله) در تبیین رسالت خود می‌فرمایند: «أَنِّي لَمْ أَوْمِرْ أَنْ أَتَقَبَّ عَنْ قُلُوبِ النَّاسِ وَلَا أَشُقَّ بَطُونَهُمْ» (نهج‌الفصاحه: ۱۹۴)؛ من امر نشده‌ام به اینکه از درون مردم جست‌وجو کنم و درون و باطن آنها را وا کاوم.

الگوی رسالت یعنی قرآن کریم نیز به‌صراحت به خودداری از تجسس و دخالت در حریم خلوص افراد امر می‌کند: «و لا تجسسوا» (حجرات، ۱۲). پیامبر اکرم (صلی‌الله‌علیه‌وآله) همچنین در نهی از ورود در حریم خصوصی زندگی مردم می‌فرمایند: «لَا تَتَّبِعُوا عَثْرَاتِ الْمُسْلِمِينَ فَإِنَّهُ مَنْ تَتَّبَعَ عَثْرَاتِ الْمُسْلِمِينَ تَتَّبَعَ اللَّهُ عَثْرَتَهُ وَ مَنْ تَتَّبَعَ اللَّهُ عَثْرَتَهُ يَفْضَحْهُ» (اصول کافی، ج ۲: ۳۵۵)؛ در پی افشای حریم خصوصی مسلمانان نباشید، چرا که خداوند کسی را که این‌چنین کند درونش را فاش و او را مفتضح سازد.

امام علی (علیه‌السلام) در برخی سخنان خویش مؤمنان را چنین وصف می‌نماید: «لَيْسُوا

بِالْمَسَائِيحِ وَلَا الْمَذَابِيحِ الْبُذُرِ» (نهج‌البلاغه، خطبه ۱۰۲)؛ مؤمنان نه فتنه‌جویند و نه سخن را بدان رسانند و نه زشتی کسی را به گوش این و آن خوانند.

رسانه‌های غربی با هدف جلب مشتری بیشتر روز به روز تقید خود را به رعایت اصول اخلاقی همچون حفظ حریم خصوصی افراد بیشتر از دست می‌دهند. منشور اصول بین‌المللی اخلاق حرفه‌ای خبرنگاری که در سال ۱۹۸۳ در چهارمین نشست یونسکو در این زمینه به تصویب سازمان‌های بین‌المللی و منطقه‌ای خبرنگاران رسید، در اصل ششم خود بر احترام به اسرار محرمانه و حیثیت انسانی تأکید کرده است. در این اصل آمده است: بخش مکمل استانداردهای حرفه‌ای خبرنگار همانا احترام به حق اشخاص در حفظ اسرار محرمانه و حرمت انسانی آنها بر پایه موارد موجود در قانون بین‌المللی و قوانین ملی از جمله حمایت از حقوق و آبروی دیگران و منع افترای

اخلاق، اولین نمود یک شخص است که در جامعه ظاهر می‌شود. اخلاق، زبانی بین‌المللی دارد و می‌توان با آن هر انسانی را تحت تأثیر قرار داد. اگر جامعه‌ای با اعتقادات ما مشکل داشته باشد، می‌توان از طریق اخلاق به آن نفوذ کرد. فضایل اخلاقی مطلق است و همه آن را می‌پسندند. باید به این نکته بسیار مهم توجه کرد که زبان امروز دنیا زبان اخلاق است.

بهتان و لطمه به حیثیت و آوازه اشخاص است. (شکرخواه، ۱۳۷۴: ۱۲۷)

#### صداقت و راستگویی

رویکرد اسلام در نقل و بیان اطلاعات بر مبنای امانت‌داری و توجه به اعتبار اطلاعات از اهم موضوعات تلقی می‌شود. از علی (علیه‌السلام) نقل است که فرمود: کفی بالمرء من الکذب ان يحدث بكل ما سمع (نهج‌الفصاحه، مجموعه کلمات قصار حضرت رسول اکرم «صلی‌الله‌علیه‌وآله»: ۴۵۳)؛ برای دروغ‌گویی انسان همان بس که هر چه را که می‌شنود نقل کند.

در مورد شیوه بیان نیز تأکید زیادی در قرآن کریم شده است، از جمله «قولوا للناس حسنا» (بقره، ۸۳)؛ با مردم به نیکویی سخن بگویید.

رادبو به‌عنوان چشم‌بیدار و هوشیار جامعه در دستیابی به اطلاعات، حقایق صحیح و واقعی،



رادیو به عنوان چشم بیدار و هوشیار جامعه در دستیابی به اطلاعات، حقایق صحیح و واقعی رسالتی بس خطیر بر عهده دارد. یکی از وظایف رادیو این است که با رعایت حق مردم، برای دستیابی به اطلاعات معتبر و درست، شرافت حرفه‌ای خود را در خدمت واقعیت عینی قرار دهد؛ به نحوی که واقعیت‌ها با محتوای اصلی خود انعکاس یافته، بدون ایجاد تحریف، نشان‌دهنده ارتباطات اساسی باشند.

رسالتی بس خطیر بر عهده دارد. یکی از وظایف رادیو این است که با رعایت حق مردم، برای دستیابی به اطلاعات معتبر و درست، شرافت حرفه‌ای خود را در خدمت واقعیت عینی قرار دهد؛ به نحوی که واقعیت‌ها با محتوای اصلی خود انعکاس یافته، بدون ایجاد تحریف، نشان‌دهنده ارتباطات اساسی باشند. اهمیت کار رادیو در این است که جامعه آن را حلقه میانجی خود با حقایق می‌داند و بر پایه اطلاعات دریافتی از رادیو تحلیل و برنامه‌ریزی می‌کند. اگر رادیو به عمد اطلاعات و اخبار غیرواقعی در اختیار جامعه قرار دهد، علاوه بر اینکه از اعتماد جامعه به خود سوء استفاده کرده، اعتبار خود را نیز از دست می‌دهد. این امر در این روایت از پیامبر اکرم (صلی‌الله‌علیه‌وآله) به خوبی نشان داده شده است: «کبریت خیانه آن تحدث أخاک حدیثا هو لک به مصدق و أنت له کاذب.» (نهج الفصاحه: ۴۵۰)؛ بزرگ‌ترین خیانت آن است که به کسی که تو را راستگو فرض کرده دروغ بگویی.

و این همان شیوه‌ای است که خود قرآن در بیان داستان و اخبار بدان عمل می‌کند: «تَحْنُ نَقْصُ عَلَیْكَ نَبَأَهُمْ بِالْحَقِّ إِنَّهُمْ فِتْنَةٌ آمَنُوا بِرَبِّهِمْ وَ زِدْنَاهُمْ هُدًی» (کهف، ۱۳)؛ ما داستان آنان را بحق برای تو بازگو می‌کنیم. آنها جوانانی بودند که به پروردگارشان ایمان آوردند و ما بر هدایتشان افزودیم.

**قرآن کریم** خود در بسیاری از آیات، انسان‌ها را به راستگویی و امانت‌داری دعوت کرده است که از آن جمله است: «وَالَّذِي جَاءَ بِالصِّدْقِ وَ صَدَّقَ بِهِ أُولَئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ» (زمر، ۳۳)؛ اما کسی که سخن راست بیاورد و کسی که آن را تصدیق کند، آنها پرهیزکارانند.

پیامبر اکرم (صلی‌الله‌علیه‌وآله) می‌فرماید: «قَالَ لَا تَنْظُرُوا إِلَيَّ كَثْرَةَ صَلَاتِهِمْ وَ صَوْمِهِمْ وَ كَثْرَةَ الْحَجِّ وَ الْمَعْرُوفِ وَ طَنَطْنَتِهِمْ بِاللَّيْلِ وَ لَكِنْ انظُرُوا إِلَيَّ صِدْقِ الْحَدِيثِ وَ آدَاءِ الْأَمَانَةِ» (بحار الانوار، ج ۶۸: ۹)؛ به نماز خواندن‌ها و روزه گرفتن‌های متوالی مردم و نیز به زیادی حج و کارهای خوب و شب‌زنده‌داریشان نگاه نکنید، بلکه ببینید آنها چقدر راستگو و وفادار به امانت‌هایشان هستند.

لازمه صداقت رادیو آن است که نسبت به اطلاعاتی که قصد ارائه آن را به جامعه و مخاطبان دارد، علم کافی داشته باشد. صرف خبرداشتن بدون علم به واقعی بودن آن برای

رادیو کافی نیست و باید درخصوص اطلاعاتی که می‌خواهد منتشر کند، علم کافی را دارا باشد. خداوند با مسئول دانستن چشم و گوش و قلب مؤمنان و پاسخگوبودن آنها در روز قیامت به مردم می‌فرماید: «وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا» (اسراء، ۳۶)؛ از آنچه به آن آگاهی نداری، پیروی مکن؛ چرا که گوش و چشم و دل، همه مسئولند.

**قرآن کریم** برای اخبار و گفته‌های ظنی و حدسی و غیریقینی ارزشی قائل نیست و از پیروی و اعتماد به گمان نهی فرموده است. در آیاتی چنین آورده است که پیروی از حدس و گمان و اخبار غیریقین سبب گمراهی خواهد شد: «وَأِنْ طَعْتَ أَكْثَرَ مَنْ فِي الْأَرْضِ يُضِلُّوكَ عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ إِنْ يَتَّبِعُونَ إِلَّا الظَّنَّ وَ إِنْ هُمْ إِلَّا يَخْرُصُونَ» (انعام، ۱۱۶)؛ اگر از بیشتر کسانی که در روی زمین هستند اطاعت کنی، تو را از راه خدا گمراه می‌کنند؛ زیرا آنها تنها از گمان پیروی می‌کنند، و تخمین و حدس واهی می‌زنند.

همچنین، نقل قول‌های ساختگی و غیرواقعی که مستدل و مبرهن و عینی نیستند، از نظر اخلاق قرآنی و رسانه‌ای جایگاهی ندارند. **قرآن** خود می‌فرماید خبر از روی علم و اطلاع کامل دهید: «تَبَيَّنُوا يَلْعَلْ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ» (انعام: ۱۴۳)؛ اگر راست می‌گویید و بر تحریم اینها دلیلی دارید، به من خبر دهید.

و سرانجام اینکه خداوند متعال در **قرآن کریم** کلام خود را که بخش عمده‌ای از آن اخبار اقوام گذشته و یا رویدادهای آینده است به صدق و عدل توصیف می‌کند: «وَوَدَّعْتُمْ كَلِمَةً رَبِّكَ صِدْقًا وَ عَدْلًا لَا مَبْدَلَ لِكَلِمَاتِهِ وَ هُوَ السَّمِيعُ الْعَلِيمُ» (انعام: ۱۱۵)؛ و کلام پروردگار تو، با صدق و عدل، به حد تمام رسید.

### گفتار مؤدبانه

گفتار دلپذیر، شادی‌بخش، متانت درسخن، ادب در گفتار و زیبایی در کلام، خصلت پاک‌دلان بی‌کینه است و خلق و خوی اولیاء دین. رسول خدا (صلی‌الله‌علیه‌وآله) که اسوه اخلاق حسنه و الگوی ادب در گفتار و رفتار است، فرموده است: «مَنْ أَكْرَمَ أَخَاهُ الْمُسْلِمِ بِكَلِمَةٍ يُطْفِئُ بِهَا وَ فَرَجَ عَنْهُ كُرْبَتَهُ لَمْ يَزَلْ فِي ظِلِّ اللَّهِ الْمَمْدُودِ عَلَيْهِ الرَّحْمَةَ مَا كَانَ فِي ذَلِكَ» (اصول کافی، ج ۲: ۲۰۶)؛ هر کس برادر باایمانش را با گفتن کلامی ملاطفت‌آمیز و غم‌زدا، مورد تکریم قرار دهد، تا

وقتی او شادمان است، گوینده آن سخن همواره در سایه رحمت گسترده الهی به سر می‌برد.

کلام تشویقی و آفرین و مرجحات بر عمل شایسته دیگری نیز، از این گونه صالحات است. باز هم از کلام امام صادق (علیه‌السلام) بشنویم: «مَنْ قَالَ لِأَخِيهِ الْمُؤْمِنِ مَرْحَبًا كَتَبَ اللَّهُ تَعَالَى لَهُ مَرْحَبًا إِلَى يَوْمِ الْقِيَامَةِ» (اصول کافی، ج ۲: ۲۰۶)؛ هر کس به برادر مؤمن خود «مرحبا» بگوید، خدای متعال تا روز قیامت برای او مرحبا و آفرین می‌نویسد.

غیر از پاداش الهی، تأثیرات اجتماعی «خوشگویی» در نرم‌ساختن دلها و جلب عاطفه‌ها و استوارساختن رابطه‌ها مشهود است. آنکه خوش‌سخن باشد، از دیگران نیز کلام نیکو می‌شنود و البته که حرف و سخن ما هم در کوهستان زندگی‌ها انعکاس دارد و خوبی آن به خود ما منعکس می‌شود.

کسی که گفتار مؤدبانه داشته باشد، دیگران نیز با او مؤدبانه سخن خواهند گفت، وگرنه... «کلوخ‌انداز را پاداش، سنگ است». از کلام مولا علی (علیه‌السلام) است که: «أَجْمَلُوا فِي الْخُطَابِ تَسْمَعُوا جَمِيلَ الْجَوَابِ» (تصنیف غررالحکم و درر الکلم: ۴۳۵)؛ زیبا خطاب کنید، تا جواب زیبا بشنویید!...

مخاطب در گفتار رادیویی جایگاه ویژه‌ای دارد. گوینده رادیو باید در بیان مطالب، چه به صورت نوشته و چه به صورت فی‌البداهه، نکاتی را مورد توجه قرار دهد. او باید از جملاتی استفاده کند که گویا و رسا باشد، لذا هرگونه تکلف در بیان، مخاطب را آزرده می‌سازد. اما اصول اخلاق رسانه‌ای ایجاب می‌کند تا گوینده به نکات مهم‌تری نیز توجه کند که عبارتند از:

- پرهیز از کاربرد تعبیرهای مبتذل، کوچک‌بازاری و جاهلی؛  
- رعایت احترام و اجتناب از سرزنش، توهین و تحکم؛

در کنار این دو اصل مهم باید به کوتاه‌بودن جمله‌ها، رعایت ساختار زبان فارسی، دوری از به‌کارگیری گویش‌ها و لهجه‌ها و استفاده‌نکردن از واژه‌های بیگانه، در صورتی که معادل فارسی دارند، نیز توجه شود.

**خودداری از مکر و خدعه و غوغاسالاری**  
قدرت تأثیرگذاری بر افکار عمومی و تصمیمات اجتماعی قدرتی است که خاص رسانه‌هاست

و مانند سایر انواع قدرت و سوسه‌انگیز است. بسیاری از صاحبان قدرت رسانه‌ای در پی کسب رضایت صاحبان قدرت سیاسی یا اقتصادی از روش‌های معمول غیراخلاقی در رسانه‌ها همچون فریب افکار عمومی، برجسته‌سازی دروغین، غوغاسالاری، فضاسازی و... برای دستیابی به اهداف خاص صاحبان قدرت‌های یادشده بهره می‌برند. نتیجه این اقدامات به‌ظاهر زیرکانه و به‌واقع خلاف اخلاق عرفی و حرفه‌ای تأثیرگذاری هرچند موقت بر افکار عمومی و جهت‌دهی به حرکات اجتماعی و سیاسی است، ولی سرانجام آن بی‌اعتباری و سلب اعتماد افکار عمومی از رسانه است. حضرت علی (علیه‌السلام) این حقیقت را این‌چنین بیان می‌دارند: «وَقَدْ أَرَعَدُوا وَأَبْرَقُوا وَمَعَ هَذَيْنِ الْأَمْرَيْنِ الْفُشْلُ وَاللُّسْنُ نُرْعَدُ حَتَّى نُوَقِّعَ وَلَا نَسِيلَ حَتَّى نَمْطُرَ» (نهج البلاغه، کلمات قصار ۹)؛ چون برق درخشیدند و چون تندر خروشیدند. با این همه کاری نکردند و واپس خزیدند. ما تا بر دشمن نتازیم، گردن دعوی بر نمی‌افرازیم، و تا نباریم، سیل روان نمی‌سازیم.

امام علی (علیه‌السلام) در توصیف سیاست‌های تبلیغی معاویه این‌چنین می‌فرماید: «وَ اللَّهُ مَا مُعَاوِيَةَ بِأَذْهِي مَنِّي وَ لَكِنَّهُ يَغْدُرُ وَ يَفْجُرُ وَ لَوْ لَا كَرَاهِيَةِ الْعَدْرِ لَكُنْتُ مِنْ أَذْهِي النَّاسِ وَ لَكِنْ كُلُّ عُدْرَةٍ فَجْرَةٌ وَ كُلُّ فَجْرَةٍ كَفْرَةٌ وَ لِكُلِّ عَادِرٍ لَوَاءٌ يُعْرِفُ بِهِ يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَ اللَّهُ مَا أَسْتَغْفَلُ بِالْمَكِيدَةِ وَ لَا أَسْتَعْمَرُ بِالشَّدِيدَةِ» (نهج البلاغه، خطبه ۱۹۱)؛ به‌خدا سوگند، معاویه زیرک‌تر از من نیست، لیکن شیوه او پیمان‌شکنی و گنهکاری است. اگر پیمان‌شکنی ناخوشایند نمی‌نمود، زیرک‌تر از من کس نبود، اما هر پیمان‌شکنی به گناه برانگیزاند، و هرچه به گناه برانگیزاند دل را تاریک گرداند. روز رستاخیز پیمان‌شکن را درفش‌ی است افراخته و او بدان درفش شناخته. به‌خدا، مرا با فریب غافلگیر نتوانند کرد و با سختگیری ناتوانم نتوانند شمرد.

در این اصل اخلاقی که امام علی (علیه‌السلام) به روشنی آن را ترسیم کرده‌اند، بر این نکته تأکید می‌شود که رسانه اسلامی تفاوتش با رسانه غیراسلامی در اعتقاد به معاد در روز جزاست و این اعتقاد سبب می‌شود تا ارتباط‌گر مسلمان نتواند از روش‌های غیرشرعی، غیرعرفی و غیراخلاقی برای دستیابی به اهداف خود استفاده

کند؛ هرچند این اهداف مقدس و قابل تحسین باشند. ارتباط‌گر مسلمان باید در جهان پر فریب قدرت رسانه‌ای و عصر حاکمیت رقابت‌های ناسالم و زد و بندهای آشکار و پنهان، در ایجاد و حفظ فضای انسانی و اخلاقی به‌دور از نیرنگ‌ها و فریبکاری‌های امروزین بکوشد و اگر دست خود را در این امور گشاده دید، قیدوبند دیانت و اخلاق را از یاد نبرد و هنگام تعارض منافع مادی با وظایف اخلاقی قربانی‌شدن ارزش‌ها را برنتابد. (سعیدی‌مهر، ۱۳۷۵)

**احترام به مردم و گوناگونی فرهنگ‌ها**  
مردم و جامعه در نظام اخلاقی اسلام، مورد احترامند و هیچ‌گاه و به هیچ قیمتی نباید آبرو و حیثیت مردم وجه‌المصالحه قرار گیرد. در قرآن کریم بارها توصیه شده است که با مردم با لحن خوش سخن گفته شود. از جمله این توصیه‌ها اینک: «...وَقُولُوا لِلنَّاسِ حَسَنًا» (بقره، ۸۳)؛ با مردم خوش سخن بگویید.

و در جای دیگر از سفارشات قرآن کریم است که: «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا يَسْخَرْ قَوْمٌ مِنْ قَوْمٍ عَسَىٰ أَنْ يَكُونُوا خَيْرًا مِنْهُمْ وَلَا نِسَاءٌ مِنْ نِسَاءٍ عَسَىٰ أَنْ يَكُنَّ خَيْرًا مِنْهُنَّ وَلَا تَلْمِزُوا أَنْفُسَكُمْ وَلَا تَنَابَزُوا بِالْأَلْقَابِ بِئْسَ الْأَسْمُ الْفُسُوقُ بَعْدَ الْإِيمَانِ وَمَنْ لَمْ يَتُبْ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ» (حجرات، ۱۱)؛ ای کسانی که ایمان آورده‌اید مبادا عده‌ای از شما عده‌ای دیگر را استهزا کنند. چه بسا آنها بهتر از شما باشند و نیز مبادا که گروهی از زنان شما گروهی دیگر را مسخره کنند. چه بسا آنان بهتر باشند. به یکدیگر زخم زبان نزنید و یکدیگر را با القاب زشت صدا نکنید.

حتی شیوه برخورد با دشمنان و خصم نیز مطابق اخلاق قرآن برخورد مؤدبانه و غیرتوهین‌آمیز است.

«وَ لَا تَسُبُّوا الَّذِينَ يَدْعُونَ مِنْ دُونِ اللَّهِ فَيَسُبُّوا اللَّهَ عَدْوًا بِغَيْرِ عِلْمٍ كَذَلِكَ زَيْنًا لِكُلِّ أُمَّةٍ عَمَلُهُمْ ثُمَّ إِلِي رَبِّهِمْ مَرْجِعُهُمْ فَيُنَبِّئُهُمْ بِمَا كَانُوا يَعْمَلُونَ» (انعام، ۱۰۸)؛ به معبود کسانی که غیر خدا را می‌خوانند دشنام ندهید، مبادا آنها نیز از روی ظلم و جهل، خدا را دشنام دهند! اینچنین برای هر امتی عملشان را زینت دادیم، سپس بازگشت همه آنان به سوی پروردگارشان است؛ و آنها را از آنچه عمل می‌کردند، آگاه می‌سازد و پاداش و کیفر می‌دهد.

**قرآن کریم** خود در شیوه عملی خود به

خوبی این اصل را رعایت کرده و در توصیف خصم، لحن مؤدبانه و محترمانه‌ای به کار می‌برد: «فَمَا أَمَّنَ لِمُوسَى إِلَّا ذُرِّيَّتَهُ مِنْ قَوْمِهِ عَلِي خَوْفٍ مِنْ فِرْعَوْنَ وَ مَلَائِهِمْ أَنْ يَفْتِنَهُمْ وَإِنَّ فِرْعَوْنَ لَعَالٍ فِي الْأَرْضِ وَإِنَّهُ لَمِنَ الْمُسْرِفِينَ» (یونس، ۸۳)؛ در آغاز، هیچ کس به موسی ایمان نیاورد، مگر گروهی از فرزندان قوم او؛ آن‌هم با ترس از فرعون و اطرافیان، مبدا آنها را شکنجه‌کنند؛ زیرا فرعون، برتری جویی در زمین داشت؛ و از اسرافکاران بود!

از این آموزه‌های اخلاقی این اصل استخراج می‌شود که رسانه‌های سرد و گرم در برخورد با مردم و مخاطبان باید رعایت جنبه‌های ادب و احترام را داشته باشد و هیچ‌گاه زبان به کلام سبک و زشت نگشاید. نه تنها ارتباط‌گر مسلمان باید همواره با رعایت ادب اجتماعی با مخاطبان برخورد کند، بلکه به طریق اولی هیچ‌گاه نباید آبروی کسی را به‌صرف یک اتهام که هنوز اثبات نشده است، بر زمین ریزد.

پیامبر اکرم (صلی‌الله علیه و آله) می‌فرمایند: «من بهت مؤمناً او مؤمنه او قال فيه ما ليس فيه اقامه‌الله تعالی يوم القيامة على تل من نارحتى يخرج مما قاله فيه» (بحار الانوار، ج ۷۵: ۱۹۴)؛ هر کس به مرد یا زن مؤمنی بهتان زند یا چیزی را که در او نیست بدو نسبت دهد، خداوند او را در روز قیامت بر تلی از آتش خواهد ایستاند تا زمانی که از آنچه او درباره آن فرد گفته بود خارج شود. رسانه‌های امروزین با زیرپاگذاردن اصول اخلاقی معمولاً برای افزایش مخاطب خود به رسوایی و ترور شخصیت تکیه می‌کنند. بنابراین حفظ حرمت مخاطبان و احترام به آنها به‌عنوان صاحبان امانت از مهمترین وظایف اخلاقی رادیو در نظام اخلاق اسلامی رسانه‌ای است.

### اعتبار منبع اطلاعات

اعتبار منبع، مفهومی بنیادی در ارتباطات است که شاید بتوان قدمت آن را با عمر ارتباط برابر دانست. معتبربودن منبع در واقع پیش‌شرط لازم برای برقراری یک ارتباط کامل میان فرستنده پیام و مخاطب آن است. اعتبار منبع را می‌توان نقطه تلاقی مفاهیم ارتباطی نیز تلقی کرد؛ زیرا بسیاری از این مفاهیم؛ نظیر گزینشگری اخبار، عینیت، هماهنگی و ناهماهنگی شناختی، مسئولیت اجتماعی، ارزش‌های خبری و... بدون این پیش‌فرض که منبعی معتبر در روند اعتبار وجود داشته یا دارد، معنای وجودی خود را از

دست می‌دهند. قرآن کریم پیامدهای اعتماد به منبع خبر غیرمطمئن را بسیار وخیم می‌داند و می‌فرماید: «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَي مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ» (حجرات، ۶)؛ ای کسانی که ایمان آورده‌اید! اگر شخص فاسقی خبری برای شما بیاورد، درباره آن تحقیق کنید، مبدا به گروهی از روی نادانی آسیب برسانید و از کرده خود پشیمان شوید.

از آنجا که هدف از انتشار اطلاعات، ایجاد آگاهی نوین در مخاطب است، اخلاق اقتضا دارد که پیش از اطمینان از اعتبار منبع اطلاعات از نشر آن خودداری شود. انتشار یک پیام غیرموثق که با واقعیت مطابقت ندارد، به انحراف افکار انبوهی از مخاطبان می‌انجامد و گاه ضایعات جبران‌ناپذیری را به دنبال دارد. امام علی (علیه‌السلام) در وصیت‌نامه خویش به فرزندش امام حسن (علیه‌السلام) او را به پرهیز از ذکر اموری که به درستی آن واقف نیست، فرا می‌خواند: «و لا تقل ما لا تعلم و ان قل ما تعلم» (نهج البلاغه، نامه ۳۱)؛ و مگو آنچه را ندانی، هر چند اندک بود، آنچه می‌دانی.

حضرت امیرالمؤمنین (علیه‌السلام) در پاره‌ای فرمایشات خود به‌صورت آشکارتری بر لزوم وثاقت منبع خبر تأکید می‌ورزد: «لا تُخْبِرَنَّ إِلَّا عَنِ ثِقَةٍ فَتَكُونَ كَذِبًا وَإِنْ أُخْبِرْتَ عَنْ غَيْرِهِ فَإِنَّ الْكُذِبَ مَهَانَةٌ وَ ذُلٌّ» (تصنیف غررالحکم و دررالکلم: ۴۷۷)؛ خبر مده زینهار مگر از روی اعتماد پس بوده باشی دروغگو و هر چند خبر دهی از غیر آن، پس به‌درستی که دروغ سبکی و خواری است.

امام علی (علیه‌السلام) چنان بر ضرورت نقل خبر از منبع قابل اطمینان تأکید می‌کنند که در تمثیلی زیبا شنیدن صرف را منشأ خبر غیر ثقه و باطل و دیدن را منشأ خبر ثقه و حق می‌دانند: «أَمَا إِنَّهُ لَيْسَ بَيْنَ الْحَقِّ وَ الْبَاطِلِ إِلَّا أَرْبَعُ أَصَابِعَ الْبَاطِلِ أَنْ تَقُولَ سَمِعْتُ وَ الْحَقُّ أَنْ تَقُولَ رَأَيْتُ» (نهج البلاغه، خطبه ۱۴۱)؛ بدان که بین حق و باطل بیش از چهار انگشت فاصله نیست، و آن فاصله بین چشم و گوش است، باطل آن است که می‌گویی شنیده‌ام و حق آن است که می‌گویی دیده‌ام.

در منطق پیامبر (اکرم صلی‌الله علیه و آله)، اخلاق رسانه‌ای، نقل از منبع غیرموثق مساوی با دروغ‌گویی و دوری از مسیر صداقت و راستگویی

است: «كفى المرء من الكذب ان يحدث بكل ماسم» (نهج‌القصاحه، مجموعه کلمات قصار حضرت رسول: ۴۵۲)؛ دروغ‌گویی مرد همین بس که هر چه بشنود، بگوید.

حضرت علی (علیه‌السلام) همچنین خبردادن به مردم به‌صرف اعتماد به شنیده‌ها را موجب کذب و دروغ‌گویی می‌دانند و می‌فرمایند: «ولا تحدث الناس بكل ما سمعت فكفى بذلك كذباً» (بحار الانوار، ج ۲: ۱۶۰)؛ هرچه را که شنیدی برای دیگران بازگو مکن، چرا که همین مقدار برای دروغ‌گوشدن تو کافی است. همچنین از حضرتش نقل است که: «إِذَا حَدَّثْتُمْ بِحَدِيثٍ فَأَسْنَدُوهُ إِلَيَّ الَّذِي حَدَّثْتُمْ فَإِنْ كَانَ حَقًّا فَلَكُمْ وَ إِنْ كَانَ كَذِبًا فَعَلَيْهِ» (الکافی، ج ۱: ۵۲)؛ چون حدیثی به‌شما گویند، در مقام نقل آن را به گوینده‌اش نسبت دهید. اگر درست باشد به‌نفع شماست و اگر دروغ باشد به‌زیان گوینده است. افزون بر رواج اخبار نادرست یکی دیگر از پیامدهای ناهنجار نقل اخبار غیرموثق از سوی یک رسانه مثل رادیو آن است که این عمل به‌خصوص آن هنگام که تکرار شود به‌تدریج به بی‌اعتباری آن رسانه در اذهان عمومی می‌انجامد تا آنجا که حتی دیگر اخبار موثق و معتبر آن نیز مورد قبول واقع نمی‌شود.

میزان تأثیر ارتباطات و اثرات مثبت یا منفی آنها از مسائلی است که درباره آن بحث‌های زیادی مطرح بوده است. منبع ارتباط، انتقال‌دهنده پیام، ویژگی‌های مخاطبان یا پیام‌گیران و ماهیت پیام و همچنین چگونگی انتقال آن در افزایش تأثیر ارتباط مؤثر هستند. پخش نادرست مواد اطلاعاتی به فرستنده یا منتقل‌کننده پیام بازمی‌گردد و در نهایت هویت رسانه را عوض می‌کند. انتشار مطالب نادرست یا مطالبی که با قصد و منظور خاصی تنظیم شده باشد، باعث سلب اعتماد مردم از آن وسیله ارتباطی شده، آنها را به‌سوی منابع دیگری هدایت می‌کند. سرانجام به نکته‌ای بسیار ظریف از امام علی (علیه‌السلام) توجه کنید که مضمون آن بر ترجیح اصل دقت و عمق بر اصل سرعت خبر تأکید دارد: «اعقلوا الخبر اذا سمعتموه عقل رعايه و لا عقل روايه» (نهج البلاغه، ح ۹۴)؛ هنگامی که خبری را می‌شنوید به‌دقت و تحقیق در آن تعقل کنید و نه تعقلی که تنها انتقال و روایت آن خبر را دنبال می‌کند.

### انتقاد سالم و سازنده

در کنار تمامی اصول اخلاقی حرفه‌ای رسانه‌ای

اسلام، رسالت اصلی رادیو یعنی انعکاس مسائل و واقعیت‌های اجتماع و تلاش برای بهبود اوضاع جامعه و کمک به توسعه اجتماعی با در نظر گرفتن مصالح و منافع جامعه را نیز همواره مورد تأکید قرار می‌دهد. رادیو در نظام اسلامی نه ابزاری مطلق در خدمت قدرت و نه تربیونی رها و یله در دست افرادی است که به بهانه حقوق مردم و آزادی در پی کسب منافع نامشروع خود هستند. ارتباط‌گر مسلمان متناسب با مصالح و ضروریات توسعه همه‌جانبه در جامعه اسلامی علاوه بر حفظ حدود و رعایت اصول اخلاقی، چنانچه کژی و ناهنجاری مشاهده کند صدای اعتراض خود را بلند می‌کند و رسالت حرفه‌ای خود را در اصلاح عیوب به کار می‌بندد. امام صادق (علیه‌السلام) بهترین مردم را کسی می‌داند که عیوب ایشان را بازگو کند: «أَحَبُّ إِخْوَانِي إِلَيَّ مَنْ أَهْدَى إِلَيَّ عَيْبِي» (بحار الانوار، ج ۷۵: ۲۴۹)؛ محبوبترین دوستانم کسی است که عیب مرا به من هدیه کند.

زیبایی این کلام امام صادق (علیه‌السلام) در واژه‌های عیوب است. شیوه اخلاقی بیان عیوب شیوه کینه‌توزانه و دشمنی و خصومت نیست، بلکه انسان مسلمان عیوب برادر خود را به وی هدیه می‌کند. هدیه در گفت‌وگو دوستانه و صمیمانه معنی پیدا می‌کند. همچنین در هدیه نیت خوشحال ساختن مخاطب مستتر است و نه آزار و اذیت او. از این رو، با نهایت این ظرافت‌ها ارتباط‌گر مسلمان انتقادهای سالم خود را با روش اخلاقی و انسانی مطرح می‌کند. البته اگر از روی روش‌های انسانی بیان و هدیه انتقاد امکان‌پذیر نباشد، رادیو باید صدای خود را نیز به انتقاد بلند کند: «لَا يُحِبُّ اللَّهُ الْجَهْرَ بِالسُّوءِ مِنَ الْقَوْلِ إِلَّا مَنْ ظَلَمَ وَكَانَ اللَّهُ سَمِيعًا عَلِيمًا» (نساء، ۱۴۸)؛ خداوند دوست ندارد کسی با سخنان خود، بدیها (دیگران) را اظهار کند؛ مگر آن کس که مورد ستم واقع شده باشد. خداوند، شنوا و داناست.

دکتر محسنیان راد با این استدلال که اکنون رادیو و تلویزیون در کنار مطبوعات بلندترین صدای طول تاریخ را فراهم ساخته‌اند، نتیجه می‌گیرد که می‌توان رسانه‌ها را ابزاری دانست که می‌توانند آنچه در آیه ۱۴۸ سوره نساء آمده - یعنی بلندی صدا به هنگام ظلم - عملی سازند. اگر رسانه مسلمان بتواند صدای خود را به عیب خلق یا عیب حکومت بلند کند و این کار را نکند،

در فرمایش امام علی (علیه‌السلام) زیانکارترین مردم خواهد بود: «أَخْسَرُ النَّاسِ مَنْ قَدَرَ عَلَيَّ أَنْ يَقُولَ الْحَقَّ وَ لَمْ يَقُلْ» (تصنیف غررالحکم و دررالکلم: ۷۰)؛ زیانکارترین مردم کسی است که توانا باشد بر این که بگوید حق را و نگفته باشد. این عیب‌جویی اگر به معنای نقد باشد - که ظاهراً نیز اینچنین است - همان است که امام صادق (علیه‌السلام) با رویی گشاده از آن تحت عنوان «احب اخوانی من اهدی الی عیوبی» استقبال کرده‌اند. دکتر محسنیان راد در پاسخ به این سؤال که آیا انتقاد رسانه‌ها از حکومت در نظام اسلامی جایز است، بدین‌گونه استدلال می‌کند: خداوند در آیه ۱۶ سوره اسراء می‌فرماید: «وَ إِذَا أَرَدْنَا أَنْ نُهْلِكَ قَرْيَةً أَمَرْنَا مُتْرَفِيهَا فَفَسَقُوا فِيهَا فَحَقَّ عَلَيْنَا الْقَوْلُ فَنَدِمْنَاهَا تَدْمِيرًا» (اسراء، ۱۶)؛ و هنگامی که بخوایم شهر و دیاری را هلاک کنیم، نخست اوامر خود را برای «مترفین» (و ثروتمندان مست شهوت) آنجا بیان می‌داریم. سپس هنگامی که به مخالفت برخاستند و استحقاق مجازات یافتند، آنها را به شدت در هم می‌کوبیم.

همچنین می‌فرماید: «وَ مَا كَانَ رَبُّكَ مُهْلِكَ الْقُرَى حَتَّى يَبْعَثَ فِي أُمَمٍ رَسُولًا يَلْمُوا عَلَيْهِمْ آيَاتِنَا وَ مَا كُنَّا مُهْلِكِي الْقُرَى إِلَّا وَ أَهْلِهَا ظَالِمُونَ» (قصص، ۵۹)؛ و پروردگار تو هرگز شهرها و آبادی‌ها را هلاک نمی‌کرد تا اینکه در کانون آنها پیامبری مبعوث کند که آیات ما را بر آنان بخواند؛ و ما هرگز آبادی‌ها و شهرها را هلاک نکردیم مگر آنکه اهلهای ظالم بودند.

#### امنیت ملی

امنیت موضوعی اجتماعی است و از عوارض زندگی جمعی محسوب می‌شود. به عبارت دیگر، امنیت غالباً در ارتباط با پدیده‌ها و افراد دیگر معنا پیدا می‌کند. گذشته از اینکه بخش عمده‌ای از نگرانی‌های فرد، مربوط به محیط اطراف اوست و موضوع حفاظت از خویش در قبال آن تجلی می‌یابد، در باب اهمیت امنیت و نقش آن در پیشرفت فردی و اجتماعی، همین بس که بدون امنیت هیچ برنامه‌ای قابل اجرا نیست. در سطح ملی، امنیت مفهومی فراتر از بقا و صیانت ذات کشور دارد. به عبارت دیگر، ممکن است در یک زمان تمامیت ارضی، استقلال و حاکمیت یک کشور محفوظ باشد، ولی وجود تهدیدهای جدی، زندگی اجتماعی و سیاسی آن کشور را

■

رادیو در نظام اسلامی نه ابزاری مطلق در خدمت قدرت و نه تربیونی رها و یله در دست افرادی است که به بهانه حقوق مردم و آزادی در پی کسب منافع نامشروع خود هستند. ارتباط‌گر مسلمان متناسب با مصالح و ضروریات توسعه همه‌جانبه در جامعه اسلامی علاوه بر حفظ حدود و رعایت اصول اخلاقی چنانچه کژی و ناهنجاری مشاهده کند صدای اعتراض خود را بلند می‌کند و رسالت حرفه‌ای خود را در اصلاح عیوب به کار می‌بندد.

■



دستخوش آشوب و هراس و سردرگمی کند. عدم احساس آرامشی که از این طریق به وجود می‌آید، مهم‌ترین مانع در مسیر حرکت کشور به سمت اهداف از پیش تعیین شده است. برای امنیت ملی مؤلفه‌هایی از قبیل حفظ جان مردم، حفظ تمامیت ارضی، حفظ سیستم‌های اقتصادی و سیاسی و حفظ استقلال و حاکمیت کشور ذکر شده است. امنیت ملی حیطة وسیعی را دربرمی‌گیرد و تلاش در جهت معیارهای اخلاق رسانه‌ای در رادیو، امیدبخشی، آرامش‌بخشی و دوری از کشمکش‌های گروهی و قومی و نژادی و مذهبی و تصویرسازی متناسب از فعالیت‌های اجتماعی در زمره این اصل است. **قرآن** مقوله امنیت را در موارد گوناگونی مطرح کرده است و اهمیت و ضرورت آن را به‌عنوان سنگ زبرین مؤلفه‌های تکامل انسان معرفی می‌کند. تأکید و توجه قرآن به مقوله امنیت، خود نشان‌دهنده این واقعیت است که رشد، توسعه و شکوفایی در تمام حوزه‌های زندگی جز در سایه آرامش و امنیت امکان‌پذیر نخواهد بود. حضرت ابراهیم (علیه‌السلام) از خداوند متعال درخواست می‌کند: «وَإِذْ قَالَ إِبْرَاهِيمُ رَبِّ اجْعَلْ هَذَا بَلَدًا آمِنًا وَارْزُقْ أَهْلَهُ مِنَ الثَّمَرَاتِ» (بقره، ۱۲۶)؛ خدایا این شهر را امنیت بخش و به مردمان آن از میوه‌ها روزی گردان.

و نیز می‌فرماید: «وَإِذْ قَالَ إِبْرَاهِيمُ رَبِّ اجْعَلْ هَذَا الْبَلَدَ آمِنًا وَاجْنُبْنِي وَبَنِيَّ أَنْ نَعْبُدَ الْأَصْنَامَ» (ابراهیم، ۳۵)؛ پروردگارا این شهر را امنیت بخش و فرزندانم را از پرستش بت‌ها دور نگاه دار. اصل نهم قانون اساسی نیز در مورد امنیت ملی مقرر می‌دارد: «آزادی و استقلال و وحدت و تمامیت ارضی کشور از یکدیگر تفکیک‌ناپذیرند و حفظ آنها وظیفه دولت و آحاد ملت است. هیچ فرد یا گروه یا مقامی حق ندارد به نام استفاده از آزادی به استقلال سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و نظامی و تمامیت ارضی ایران کمترین خدشه‌ای وارد کند و هیچ مقامی حق ندارد به نام حفظ استقلال و تمامیت ارضی کشور آزادی‌های مشروع را، هر چند با وضع قوانین و مقررات، سلب کند.»

### نتیجه‌گیری

باتوجه به تعریف اخلاق حرفه‌ای به: «مسئولیت‌های اخلاقی فرد، سازمان، یا نهاد پیرامون محیط بیرونی خویش» و اهمیت و

جایگاه اخلاق حرفه‌ای در رادیو و نقش آن در زندگی فردی و اجتماعی و دنیا و آخرت انسان‌ها، رادیو برای حرفه‌ای‌شدن باید اصولی را رعایت کند که برخی از آنها عبارتند از: حفظ کرامت انسانی، حرمت حریم خصوصی افراد، صداقت و راستگویی، گفتار مؤدبانه، خودداری از مکر و خدعه و غوغاسالاری، احترام به مردم و گوناگونی فرهنگ‌ها، اعتبار منبع اطلاعات، انتقاد سالم و سازنده، و امنیت ملی. با رعایت اصول ذکر شده که برگرفته از متون ناب قرآنی و روایی هستند، رادیو می‌تواند در جامعه جهانی اثرگذار باشد و روز به روز بر تعداد مخاطبان خود بیفزاید.

### منابع و مأخذ

- **قرآن کریم**، ترجمه استاد مکارم شیرازی.
- ادیب هاشمی، فرید (۱۳۷۲). «اعتبار منبع»، **رسانه**، شماره ۴.
- پاینده، ابوالقاسم، **نهج الفصاحه**، تهران: جاویدان.
- تمیمی آمری، عبدالواحد بن محمد (۱۳۶۶).
- **غرر الحکم و درر الکلم**، قم: دفتر تبلیغات اسلامی.
- راغب اصفهانی، حسین بن محمد (۱۳۷۵). **مفردات الفاظ القرآن**، تحقیق صفوان عدنان داودی، دمشق: دارالقلم.
- شعاری‌نژاد، علی‌اکبر (۱۳۶۴). **فرهنگ علوم رفتاری**، تهران: امیرکبیر.
- شکرخواه، یونس (۱۳۷۴). **خبر**، تهران: مرکز گسترش آموزش رسانه‌ها.
- صدری افشار، غلام‌حسین (۱۳۸۱). **فرهنگ معاصر فارسی امروزی**، تهران: فرهنگ معاصر.
- قراملکی، احد فرامرز (۱۳۸۷). **درآمدی بر اخلاق حرفه‌ای**، تهران: مؤسسه مطالعات و بهره‌وری منابع انسانی.
- قراملکی، احد فرامرز (۱۳۸۲). **اخلاق حرفه‌ای**، تهران: مؤلف.
- فیض‌الاسلام، علی نقی، **نهج البلاغه**، تهران.
- کلینی، محمد بن یعقوب، **اصول کافی**، علی‌اکبر غفاری، لبنان: دارالاضواء.
- مجلسی، محمدباقر (۱۳۶۲). **بحار الانوار**، تهران: دارالکتب الاسلامیه.
- معین، محمد (۱۳۶۴). **فرهنگ فارسی**، تهران: امیرکبیر.
- مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی، نرم‌افزار گنجینه نور.
- هدایت‌نیا، فرج‌الله (۱۳۸۱). **قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران**، قم: جمال.