

بسم الله الرحمن الرحيم

بحران و وجدان «اخلاق روزنامه‌نگاری»

نوشته: کارل هوسمن

مترجم: داوود حیدری

دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها

۱۳۸۸

این کتاب ترجمه‌ای است از :
Gisis of Conscience:
Perspectives on Journalism Ethics by Carl Hausman



دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

کارل هوسمن
بحران وجدان (اخلاق روزنامه‌نگاری)

داوود حیدری

چاپ اول: ۱۳۷۵

چاپ دوم به صورت e-book : ۱۳۸۸

شابک: ۳-۴۱-۶۷۵۷-۹۶۴-۹۷۸-3-964-6757-41-3 ISBN

فهرست مطالب

عنوان

مقدمه ناشر

پیشگفتار

بخش اول - فرضیه

فصل ۱. تکامل روزنامه‌نگاری نوین

فصل ۲. تعمقی در اخلاق و ارتباط آن با جامعه نوین

بخش دوم - اصول

فصل ۳. دقت و عینیت

فصل ۴. مسئولیت اجتماعی

فصل ۵. انصاف

فصل ۶. سلوک حرفه‌ای

بخش سوم - تضاد اصول

فصل ۷. حق مصونیت اسرار خصوصی در مقابل حق مردم به آگاهی از مسائل

فصل ۸. هدف در برابر وسیله

فصل ۹. سود در برابر مسئولیت

فصل ۱۰. رسانه در مقابل پیام

بخش چهارم - به سوی راه حل

فصل ۱۱. ضوابط اخلاقی

فصل ۱۲. شیوه‌های بازنگری

فصل ۱۳. خودآزمایی انتقادی

مقدمه

روزنامه‌نگاری به‌عنوان حرفه‌ای که بدون هیچ تردید و خواه‌ناخواه با اجتماع و حقوق شهروندان ارتباط دارد، نیازمند ترسیم حدود و قواعدی است که مراعات آن‌ها از سویی موجب تضمین حقوق جامعه و از سوی دیگر موجب فراغت خیال و آزادی عمل اهل آن حرفه در مرزهای تعیین شده گردد؛ ضرورتی که هیچ‌یک از حرفه‌ها و مشاغل اجتماعی بی‌نیاز از آن نیست.

روزنامه‌نگار به معنای عام آن که در برگیرنده تمام عوامل انسانی مؤثر در شکل‌گیری مطبوعات است، برای ایفای نقش حساس و مهم خود به ناچار باید از قواعد و ضوابط روشن و مدونی برخوردار باشد تا دغدغه پایداری ساختار حقوق و حیثیت دیگران و نیز هراس از تعرض بی‌دلیل و غیرقابل پیش‌بینی دیگر نهادهای سیاسی و اجتماعی را از خود دور سازد.

قانون تأمین‌کننده بخشی از این نیاز است اما بسنده کردن به آن پندار خامی است که زمانی طولانی از آشکار شدن بدفرجامی و نادرستی آن گذشته است. باینکه قانون و رعایت آن شرط حتمی دوام زندگی اجتماعی بشر است، همه می‌دانند که این داروی گران‌بها نمی‌تواند به تنهایی شفا بخش دردهای جوامع انسانی باشد. روابط انسانی چنان پیچیده و ناشناخته است که جای دادن همه آن‌ها در قالب قواعد حقوقی بسی دشوار و بلکه ناممکن است. افزون بر این، طبیعت فزونی‌خواه فرزندان آدم کمتر تن به اسارت و پیروی از قوای حاکم بیرونی که ضامن اجرای قانون هستند داده و خواهد داد. نیروی بازدارنده خارجی آنگاه در دستیابی به هدف خود کامیاب است که مهار درونی، هم برخواست‌های بی‌انتهای آدمی خورده باشد.

به بیان قرآن، این کتاب فرخنده آسمانی، «تعلیم کتاب و حکمت» به تنهایی برای تحقق خواست فرستادگان و پیامبران الهی، یعنی اقامه قسط و عدالت اجتماعی و برپایی مدینه فاضله و آرمانی، کفایت نمی‌کند. آری، در کنار آن و بلکه مقدم بر آن به «تزکیه» و پرورش استعدادهای درونی و تقویت انگیزه‌های معنوی ابناء بشر نیز نیازمند بودیم و راز پیوند جاودانه «حقوق» و «اخلاق» هم درست در همین نکته نهفته است.

روزنامه‌نگاری با پیشینه کهن آن در کشور ما، همیشه شاهد تلاش‌های فراوانی در تدوین «قانون مطبوعات» بوده و هیچ‌گاه بی‌بهره از رهنمودهای حقوقی نمانده است، گرچه فراز و نشیب و افت و خیزهای غیرقابل انکاری هم در این تلاشها وجود داشته است. با این همه، تاریخ ما خالی از کوشش چشمگیری بوده که بتواند مفاهیم گران‌سنگ و ارزش‌های والای اخلاقی را در عرصه مطبوعات رقم زند. این کاستی، اگر در گذشته قابل توجه و تحمل می‌نمود، اینکه سایه نیرومند و ستودنی نظام اسلامی بر پهنه این سرزمین فرهنگ‌پرور گسترده شده، ناپسند است.

اصحاب مطبوعات در سال‌های پس از پیروزی انقلاب اسلامی و در دوران حوادث و بحران‌های شکننده به خوبی ثابت کردند که با وظایف و رسالت‌های حرفه‌ای خویش آشنایند و با عملکرد تحسین‌برانگیز خود جایگاه رفیع و شأن‌الای خود را به نمایش نهادند. استحکام و نهادینه ساختن این دستاورد خجسته که بی‌تردید از موج معنویت افزای انقلاب اسلامی و نورافشانی خون‌های پاک شهدای گران‌قدر آن، به ویژه پاکبختگانی که از دامن مطبوعات به معراج شهادت شتافتند، بهره فراوان و اساسی برده است، نیازمند تلاشی دیگر است تا با تدوین روشن و منسجم چارچوب دستورات و ارزش‌های اخلاقی در کنار تکمیل و تصحیح قواعد حقوقی موجود به روزنامه‌نگاری آرمانی و آرمان روزنامه‌نگاری عینیت بخشد.

«نخستین هم‌اندیشی اخلاق مطبوعاتی روزنامه‌نگار مسلمان» آغاز این حرکت برکت‌خیز است که از سوی مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها وابسته به معاونت امور مطبوعاتی و تبلیغاتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی سامان یافته است. این «هم‌اندیشی» که به لطف پروردگار نخستین نشست خود را برگزار می‌نماید، در پی طرح این ضرورت و گشودن ابواب گفتگو پیرامون آن است. به همین منظور، علاوه بر جلسات رسمی خود، اقدام به آماده‌سازی و انتشار مجموعه‌هایی نموده است که آنچه اینک فراوی دیدگان شماست نمونه‌ای از آن‌هاست.

کتاب *بحران وجدان* که ترجمه‌ای است از کتاب *CRISIS OF CONSCIENCE*، در بردارنده مباحث سودمندی در زمینه اخلاق مطبوعاتی است که از دیدگاه یک شخص حرفه‌ای و پرتجربه نگاشته شده است. نویسنده، خود در پیش‌گفتاری که خواهیم خواند توضیحاتی در مورد محتوای کتابش داده است که ما را از تکرار آن بی‌نیاز می‌کند هر چند در لابلای این نوشتار نسبتاً طولانی، گاه به اظهارنظرها، فرضیه‌ها و داوری‌هایی برمی‌خوریم که شاید چندان با مبانی دینی و ارزش‌های بومی ما سازگار نباشد، اما تلاش در جهت ترجمه و انتشار آن از این نظر سودمند دیده شد که ما را با نمونه‌ای از آنچه در دنیای امروز به منظور ضابطه‌مند کردن اخلاق مطبوعاتی گفته می‌شود آشنا می‌سازد.

بر آنیم که افزون بر استفاده از نقاط قوت و مثبت این کتاب، راه را برای تقویت آن‌ها با تعالیم انسان‌ساز اسلام گشوده و با ارائه آنچه اندیشمندان مسلمان از دریای ژرف معارف دینی بدست آورده‌اند، بار دیگر به جهانیان بنمایانیم. که تنها راه خوشبختی و رستگاری پیروی از دستورات و آموزش‌های این آیین آسمانی در گفتار و کردار است.

در پایان ضروری می‌داند ضمن تشکر و قدردانی از همه بلندهمتانی که این مجموعه و دیگر برکات «نخستین هم‌اندیشی اخلاق مطبوعاتی روزنامه‌نگار مسلمان» مرهون تلاش و اخلاص آنان است، اذعان نماید در راه رسیدن به این هدف مقدس نیازمند کمک و راهنمایی همه کسانی هستیم که قلب آن‌ها به عشق احیای دین و سربلندی میهن خود می‌تپد. «من الله التوفیق و علیه التکلان».

محسن اسماعیلی

رئیس مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها

و

دبیر نخستین هم‌اندیشی اخلاق مطبوعاتی روزنامه‌نگار مسلمان

پیشگفتار

وضعیت اخلاق روزنامه‌نگاری (Journalism Ethics)

مطالعه اخلاق روزنامه‌نگاری رشدی فزاینده داشته است. با آنکه تقریباً یک دهه قبل، تعداد کتاب‌ها در زمینه اخلاق روزنامه‌نگاری از شمار انگشتان دست تجاوز نمی‌کرد، امروزه ده‌ها کتاب در این زمینه وجود دارد. چندین نشریه ادواری که در سطح ملی چاپ و منتشر می‌شوند، تماماً به این موضوع اختصاص داشته و ده‌ها نشریه دیگر به گونه‌ای منظم مقالات و مطالبی درباره «اخلاق روزنامه‌نگاری» که برخی از صاحب‌نظران از روی شوخ‌طبعی این دو واژه را ناقض یکدیگر خوانده‌اند منتشر می‌کنند.

با توجه به آنچه گفته شد آیا نوشتن کتاب تازه‌ای درباره اخلاق روزنامه‌نگاری واقعاً ضرورت دارد؟ این کتاب را تا حدودی به خاطر احساس سرخوردگی نوشته‌ام البته نه اینکه کیفیت کار دیگران پائین باشد، چون بسیاری از آن‌ها در نوع خود عالی هستند، بلکه به این دلیل که تعداد اندکی از نویسندگان در بیان مطالب خود در زمینه‌های گوناگون، توانسته‌اند ارتباط منطقی را حفظ نمایند و بیشتر کتاب‌ها به دلیل پراکندگی مطالب، خوانندگان را در وضعیت مشابه به یک فرد نابینا که با لمس کردن اندام‌های مختلف فیل تصور خاصی از این جانور به دست می‌آورد قرار داده‌اند. هر یک از ما از مطالب پراکنده کتاب‌ها به برداشت خاصی می‌رسیم و فکر می‌کنیم آنچه درک کرده‌ایم عین واقعیت است، درست همانند نابینایی که دم فیل را طناب، خرطوم آن را مار و پای فیل را تنه درخت تلقی می‌کند.

شاید شما در خواندن کتاب‌ها یا مشاهده سمینارها که در آن‌ها کارشناسان مسائل مختلف در زمینه عملکرد اخلاقی یا غیراخلاقی رسانه‌های خبری بحث می‌کنند، متوجه این پدیده شده باشید. در این گونه سمینارها، اغلب روزنامه‌نگاران شاغل، روزنامه‌نگاران پیشین، که اکنون به تدریس یا نوشتن درباره حرفه روزنامه‌نگاری روی آورده‌اند (من خود از این گروه هستم) و انواع صاحب‌نظران رشته‌های خارج از دنیای روزنامه‌نگاری حضور دارند.

این گونه مباحث و اظهار نظرها اغلب بر روی کاغذ پویا و جذاب به نظر می‌رسند اما در عمل اغلب پوچ و بی‌محتوا بوده و از یک الگوی قابل پیش‌بینی تبعیت می‌کنند. در چنین سمینارهایی روزنامه‌نگاران داستان‌های هولناک خود را بازگو می‌کنند. پژوهشگران و سایر ارتباط جمعی مقاله‌های خود را که به بررسی‌های آماری اختصاص دارد ارائه می‌دهند. مورخین در زمینه اصول اولیه مندرج در قوانین اساسی داد سخن می‌دهند و حقوقدانان هجو نامه‌های خود را تکرار می‌کنند. فلاسفه، مطالبی از ارسطو را نقل می‌کنند. و سرانجام شرکت‌کنندگان در سمینار بساط خود را جمع کرده و بدون آنکه تلاشی برای ایجاد رابطه بین دیدگاه‌های عنوان شده به عمل آورند محل گردهم‌آئی را ترک می‌کنند.

هدف کتاب

اگر بخواهید از این کتاب به عنوان یک کتاب مرجع در زمینه اخلاق روزنامه‌نگاری استفاده کنید احتمالاً دچار همان سرخوردگی که من از آن رنج می‌برم خواهید شد. قلمرو اخلاق آیا به قانون، فلسفه، نظریه ارتباطات محدود است یا صرفاً به کاربرد منطقی آنچه در زمینه گزارشگری فراگرفته‌اید مربوط می‌شود؟ به اعتقاد من، اخلاق تمامی این زمینه‌ها و موضوعات دیگری را در برمی‌گیرد.

این زمینه‌ها و موضوعات همانند تارهایی در یکدیگر تنیده شده‌اند و هدف این کتاب آن است تا با برداشتن گامی به عقب، الگوی پیش این تارها در یکدیگر را باز یابد. کتاب «بحران وجدان: نقدی بر اخلاق روزنامه‌نگاری» (*Crisis of Conscience: perspectives on Journalism Ethics*)، سابقه آنچه را که از آن به عنوان غرض‌ورزی رسانه‌ها یا عدم حساسیت، فقدان عینیت، گزارش‌های غیرمسئولانه و ناعادلانه و رفتار غیرحرفه‌ای روزنامه‌نگاری یاد می‌شود تشریح و ارزیابی می‌کند. این کتاب در عین حال نشانه‌های مبارزه چشمگیر تاریخی در راه آزادی بیان را ردیابی و مسائل پیچیده فلسفی را برای درک بهتر آن‌ها تشریح کرده است و مسائل اخلاقی را که افراد بشر در طول قرون متمادی درگیر آن بوده‌اند با روشنی تمام مورد ارزیابی قرار داده است. باید توجه داشت، آنچه که از آن با واژه فلسفه یاد می‌کنیم در عین حال مسائل دیگری را برای علاقه‌مندان به موضوع اخلاق روزنامه‌نگاری بازگو می‌کند. در این کتاب، منطق نیز به عنوان شاخه‌ای از فلسفه مورد بررسی قرار گرفته و خواهیم دید که برداشت‌های غیرمنطقی چگونه حقایق را که ما شاهد آن هستیم تحریف می‌کند.

در این کتاب، علاوه بر مسائل فوق، موضوع چگونگی مشاهده حقایق با بهره‌گیری از شاخه دیگری از فلسفه که معرفت‌شناسی (Epistemology) نامیده می‌شود یعنی مطالعه چگونگی شناخت ما از آنچه فکر می‌کنیم که می‌دانیم، با عمق بیشتری مورد ارزیابی قرار گرفته است.

علاوه بر این واقعیت که مطالعه اخلاق روزنامه‌نگاری ارتباط گسترده‌ای با موضوعات و رشته‌های علمی دیگر برقرار می‌سازد، این رشته به خودی خود از جذابیت خاصی برخوردار است. با صرف وقت و با قرار دادن اجزاء این رشته‌های به هم پیوسته در کنار یکدیگر، خواهیم دید عواملی که در هم گره خورده و آموزه‌ای را که اکنون روزنامه‌نگاری آمریکا در پرتو آن فعالیت می‌کند، تا چه میزان داستانی جالب و شنیدنی است. در این داستان، انبوهی از شخصیت‌ها در کنار یکدیگر چنان به دسیسه‌چینی مشغولند که انسان به سختی آن را باور می‌کند. برای مثال، در بررسی‌های خود نشان خواهیم داد که اهمیت نقش کریستف کلمب استاد مسلم روابط عمومی در توسعه اولیه ارتباط جمعی، احتمالاً کمتر از نقش جانانان گوتنبرگ مخترع چاپ نبوده است. این نکته را نیز بررسی خواهیم کرد که چرا جنگ داخلی آمریکا نحوه گردآوری و ارائه اخبار و همچنین عقیده ما را درباره «عینیت» (Objectivity) برای همیشه تغییر داد. در این کتاب در سفری صدساله به گذشته، نشان خواهیم داد که بسیاری از طرز تصورهای (Conceptions) اساسی ما درباره زندگی خصوصی انسان‌ها از آموزه‌های انتزاعی حقوقی سرچشمه نگرفته بلکه نشأت گرفته از خشمی است که یک حقوقدان جوان به نام برنیز از بر هم خوردن یک گردهم‌آیی دوستانه در منزل یکی از همکارانش توسط خبرنگاران از خود نشان داد.

در این کتاب در عین حال تلاش شده است تا معنی برخی از واژه‌ها که در بحث پیرامون اخلاق روزنامه‌نگاری مورد استفاده قرار می‌گیرد مشخص شود. برای مثال، اغلب یکدیگر را به عدم رعایت انصاف و واقع‌بینی متهم می‌کنیم بدون آنکه تعبیر درستی از معنای این واژه‌ها داشته باشیم. با مطالعه کتاب خواهیم دید که مفاهیمی چون انصاف، اغلب به نحوه نگرش فرد بستگی دارد یا در مثال دیگر، انصاف در چشم مصنوعی لنز دوربین نهفته است و یک عکاس یا فیلمبردار ماهر می‌تواند از آن برای ارائه تصویرهای کاملاً متفاوت از یک رویداد واحد استفاده کند. حتی واژه‌های کاملاً گویایی چون حقیقت با دقت تمام در زیر ذره‌بین قرار خواهد گرفت تا معنی آن از آنچه در میان مردم عادی رواج دارد به‌خوبی متمایز شود. مثلاً در فصل ۵ کتاب دو داستان کاملاً واقعی را بازگو کرده‌ایم، داستان‌هایی که حقایق کاملاً متفاوت و نوع غریبی از تناقض‌گویی را بیان می‌دارند که سرانجام اثرات منفی خود را نشان داده و سبب شدند تا خوانندگان واکنشی کاملاً مخالف انتظار نویسنده و سردبیر از خود نشان دهند.

سرانجام، در جای مناسب، اخلاق روزنامه‌نگاری را به عنوان یک مسئولیت فردی بررسی و این نکته را که مسائل اخلاقی یک پدیده جمعی و تلاشی همگانی برای حل معماست یا اینکه صرفاً یک فضیلت فردی در مردان و زنانی است که ناگزیرند رأساً تصمیم‌گیری نمایند و خود تاوان تصمیمات خود را پس دهند ارزیابی خواهیم کرد. البته، این‌گونه رویکرد به مسائل به هیچ‌وجه تازگی

ندارد. مورخین معتبر و شایسته، اغلب اعتراف می‌کنند که تاریخ مجموعه رویدادهای به هم پیوسته است نه روزها، نبردها و انقلاب‌های کاملاً مجزا و بی‌ارتباط با دیگر اجزای جامعه. بسیاری از فلاسفه، از جمله ا.جی. ایر (A.J. Ayer) فیلسوف انگلیسی می‌گویند: بسیاری از بحث‌ها، چیزی جز اتلاف وقت نیست، مگر آنکه موضوع بحث کاملاً مشخص شود چون در غیر این صورت حرف‌های ما چیزی جز نشخوار روشنفکرانه نخواهد بود. نکته دیگر آنکه، مقوله فضیلت فردی، به عنوان یک معیار اخلاقی برای اندیشمندان چون سقراط، افلاطون و ارسطو به هیچ‌وجه ناشناخته نبوده است به‌ویژه آنکه سقراط به خاطر پافشاری بر تصمیم فردی، تاوان سختی پرداخت (جامی از شوکران را به ناچار سرکشید) و مایه عبرت دیگران شد.

امیدوارم چارچوب انتخاب شده برای ارائه بحث‌ها و به کارگیری آن در زمینه روزنامه‌نگاری، روشی مناسب برای ارزیابی مسائل مورد بحث ارائه دهد. نحوه ارائه مطالب به شرح زیر است:

ساختار کتاب

کتاب حاضر به چهار بخش تقسیم شده است: بخش اول بحران وجدان: نقدی بر اخلاق روزنامه‌نگاری، به بررسی برخی از فرضیه‌هایی که برداشت ما از روزنامه‌نگاری و اخلاق روزنامه‌نگاری بر آن‌ها استوار است اختصاص دارد.

در بخش دوم کتاب، برخی از اصولی که ما معمولاً آن‌ها را با روزنامه‌نگاری در ارتباط می‌دانیم نظیر اصل صحت، عینیت، مسئولیت و بی‌طرفی محور اصلی بحث را تشکیل می‌دهند. در فصول مختلف بخش دوم، پایه و اساسی این‌گونه اصول مورد بررسی قرار گرفته و تلاش شده است تا برای ریشه‌یابی یک مناقشه اخلاقی، شیوه مناسبی ارائه شود.

در فصل‌های مختلف بخش سوم کتاب، چگونگی بروز تضاد بین اصول روزنامه‌نگاری با واقعیت‌های روزمره خبر و چگونگی گردآوری آن تشریح شده است.

در فصل چهارم، کامیابی‌ها و ناکامی تلاش‌های متعدد برای برطرف ساختن مشکلات، مورد ارزیابی قرار گرفته و در پایان، یک دیدگاه شخصی در زمینه اخلاق روزنامه‌نگاری و دفاع از این دیدگاه ارائه شده است.

پاسخ آسان وجود ندارد

هر روزنامه‌نگاری در طول فعالیت حرفه‌ای خود یاد می‌گیرد تا در مواقعی که از ارائه چکیده‌ای گویا از یک مقاله، یا فصلی از کتاب یا در این مورد خاص، یک کتاب ناتوان است، همیشه به عبارت کلیشه‌ای «پاسخ آسان وجود ندارد متوسل شود.» توسل به این عبارت کلیشه‌ای اجتناب‌ناپذیر است چون تقریباً در اکثر موارد مصداق پیدا می‌کند. با وجود این، برای برخی از مسائلی که روزنامه‌نگاری با آن روبه‌روست پاسخ‌هایی وجود دارد و من جداً به این نکته ایمان دارم. سستی و سهل‌انگاری ما سبب می‌شود تا نتوانیم پاسخ پرسش‌های خود را پیدا کنیم.

نکته اصلی این است که پرسش‌های درستی را مطرح نساخته‌ایم.

بخش اول: فرضیه

فصل ۱

تکامل روزنامه‌نگاری نوین

اگر عنان کنترل مطبوعات را رها کنم حتی سه ماه نیز بر سر قدرت باقی نخواهم ماند.

ناپلئون، در تشریح علت کنترل روزنامه‌های پاریس و انتصاب سردبیر روزنامه مونیاتور که ارگان شخصی وی محسوب می‌شد.

در سال ۱۵۷۹ روزنامه‌نگاری آزاد اندیش به نام جان استابز (Jhon Stubbs) از جمله اولین روزنامه‌نگارانی بود که از طریق تجربه‌ای دردآور و متقاعدکننده، به خطر نهفته در بسیاری از تصمیم‌گیری‌ها درباره آنچه خبر محسوب می‌شود و آنچه فاقد این ویژگی است پی‌برد. استابز، که نات هنتوف (Nat Hentoff) مورخ و روزنامه‌نگار، از وی به عنوان مخالف برخی از سیاست‌های دربار سلطنتی یاد کرده است (۱۹۸۸ ص ۵۷)، دریافت که آزادی بیان از سوی ملکه الیزابت محدود می‌شود. نوشته انتقاد آمیز استابز درباره ازدواج پیشنهادی ملکه با دوک انژو (Duke of Anjou) به مذاق ملکه الیزابت (و دیگر درباریان) خوش نیامد. برای بازداشتن استابز از فتنه‌جویی بیشتر، دست راست وی قطع شد. در پی این مجازات استابز که به خوبی دریافته بود منافعتش در کجا بهتر تأمین می‌شود دست دیگر خود را بالا برد و دعای ساده‌ای را با صدای بلند بر زبان آورد: خداوند ملکه را ننگه دارد.

تمکین آقای جان استابز یکی از انبوه مسائلی است که حرفه روزنامه‌نگاری را تحت تأثیر قرار می‌دهد: روزنامه‌نگاران، حق بیان چه مطالبی را دارند و با چه مجوزی می‌توان آن‌ها را به خودداری از بیان این مطالب وادار کرد؟ با استفاده از چه تدابیری می‌توان روزنامه‌نگاران از جمله آقای استابز نگون بخت را از انتشار اطلاعاتی که تحریک‌آمیز، مغرضانه و تجاوز به حریم خصوصی افراد تلقی می‌شوند و از راه‌های غیرمجاز و برخلاف اخلاق شخصی یا حرفه‌ای گردآوری شده یا صرفاً خلاف واقع می‌باشند بازداشت؟

این‌گونه مسائل و دیگر موضوعات بحث‌انگیز به‌طور مفصل در فصل‌های آتی کتاب مورد بحث قرار خواهد گرفت. اما قبل از ورود در این بحث لازم است ابتدا با نگاهی دقیق‌تر، چندین مسئله مهم را که سیر تحول‌نگرانی‌های کنونی درباره عملکرد و دقت روزنامه‌نگاران را رقم زده‌اند مورد بررسی قرار دهیم.

رسانه‌های نوین ارتباط جمعی در ابتدا، فعالیت خود را تا حدود زیادی به صورت یک بنگاه تجاری آغاز کردند. بعید به نظر می‌رسد که یوهانس گانفلیش (Johannes Gansfleisch) که بعدها نام خانوادگی مادرش، گوتنبرگ (Gutenberg) را برای خود برگزید، به هنگام تکمیل ماشین چاپ، اختراعی که تولید انبوه مطالب نوشته را مقدور ساخته و فرایند طاقت‌فرسای نسخه‌برداری دستی از متون را منسوخ نمود، اهداف و آرزوهای

چندان باارزشی را در سر پرورانده باشد. در واقع انگیزه گوتنبرگ از اختراع ماشین چاپ جنبه مادی و تجاری داشت و از عوامل عرضه و تقاضا سرچشمه می‌گرفت. در آن دوره، بیماری طاعون بسیاری از افراد اهل قلم را به کام مرگ برده بود و خطاطان موجود برای نسخه‌برداری از متون، دستمزدهای هنگفتی مطالبه می‌کردند.

برای کسانی که از دست زیاد طلبی خطاطان به ستوه آمده بودند ابداع دستگاهی که بتواند حروف را بطور خودکار بر روی کاغذ نقش کند یک نیاز مبرم محسوب می‌شد. برای چنین کاری، نیاز به تکنولوژی بود که در آن زمان تکمیل آن بسیار دشوار می‌نمود. چینی‌ها برای دست یافتن به این تکنیک قرن‌ها تلاش کرده بودند اما دستگاه چاپ ابتدایی آن‌ها به علت شکنندگی حروف آن که از چینی ساخته شده بود و تعداد کثیر الفبای زبان چینی تجربه‌ای مشقت بار و بی‌ثمر بود. در مقابل، گوتنبرگ که در شهر ماینز (Mainz) آلمان به حرفه طلا سازی اشتغال داشت در مقایسه با چینی‌ها از دو امتیاز ویژه برخوردار بود: اول، آگاهی از حرفه فلزکاری و دیگر، الفبایی که تعداد آن تنها ۲۳ حرف بود.

به هنگام بحث درباره منشأ دقیق تکنولوژی چاپ خودکار و ماشین تحریر قابل حمل (بسیاری از مخترعین مدعی مشارکت در روند این اختراع هستند) اثرات تاریخی آن به وضوح مشخص می‌شود. به گفته جیمزبرک (James Burke) (۱۹۷۸ ص ۱۰۵) روزنامه‌نگار و مورخ، با اختراع ماشین چاپ، دانش (Knowledge) حالت دموکراتیک (Democratized) پیدا کرد. برک می‌نویسد: «به شرط خرید و مطالعه، هر آنچه در قفسه کتابفروشی‌ها یافت می‌شود در اختیار انسان قرار می‌گیرد.»

صنعت چاپ و تعداد کسانی که در این صنعت به کار اشتغال داشتند با سرعتی خارق‌العاده در اروپا گسترش یافت. بیست و سه سال پس از دایر شدن اولین چاپخانه در شهر ماینز آلمان در ۱۴۵۷، در ۱۱۰ شهر اروپا چاپخانه دایر شد: ۵۰ شهر در ایتالیا، ۳۰ شهر در آلمان، ۹ شهر در فرانسه، ۸ شهر در هلند، ۴ شهر در انگلیس و نقاط دیگر.

گرچه رسانه دیگری که از آن با نام روزنامه یاد می‌شود تا دو قرن پس از اختراع صنعت چاپ پا به عرصه وجود نگذاشت، اما ماشین چاپ بلافاصله پس از اختراع، به ابزار قدرتمندی جهت انتشار اطلاعات مربوط به وقایعی که به تازگی اتفاق افتاده بودند تبدیل و به علت فقدان تعبیری رساتر، این‌گونه اطلاعات اخبار نامیده شد. با انتشار آسان این اطلاعات یا به تعبیر دیگر اخبار (News)، رابطه میان ماشین چاپ به عنوان یک رسانه و رویدادها حالت اندام‌وار (Organic) پیدا کرد. اختراع ماشین چاپ توسط گوتنبرگ و انتشار اطلاعات به کشف جهان تازه (New World) (قاره آمریکا) منجر شد. قدرت آگاهی از رویدادها به افزایش کاربرد ماشین چاپ به عنوان یک رسانه و قدرت این رسانه به افزایش هیجانات ناشی از کشف قاره آمریکا توسط کریستف کلمب منجر شد.

کریستف کلمب به خوبی از مزایای روابط عمومی مناسب، آگاه بود. کریستف کلمب تا حدود زیادی به مساعدت و سخاوتمندی ثروتمندان و اشخاص سرشناس تکیه داشت و به گفته مورخین (استفانز (Stephens)، ص ۸۲ تا ۸۳) در میهمانی‌های بزرگان حضور یافته و همانند یک کارگزار مجرب مطبوعاتی در این ضیافت‌های باشکوه درباره اکتشافات خود داد سخن می‌داد. چاپخانه‌هایی که به تازگی در اسپانیا دایر شده بودند به چاپ و انتشار سخنان کریستف کلمب درباره قاره جدید پرداختند. به دنبال بازگشت هیئت اکتشافی کریستف کلمب به بارسلون، صدها نسخه از شرح اکتشافات وی و مطالبی از این قبیل به زبان‌های دیگر ترجمه و در شهرهایی چون رم، پاریس، آنتورپ (Antwerp) و فلورانس چاپ و منتشر شد.

این تحول چه اثری به همراه داشت؟ میشل استفانز (Mitchell Stephens) در کتاب خود تحت عنوان تاریخ اخبار: از طبل تا ماهواره (History of News: from Drum To Satellite) (ص ۸۳) چنین نوشته است:

بدین ترتیب، با بهره‌گیری از ماشین چاپ که گوتنبرگ آن را ابداع کرده و به عنوان اختراع قرن لقب گرفته بود، اطلاعات دست اول درباره سفر دریایی کریستف کلمب که به داستان قرن شهرت داشت، ظرف چند ماه پس از بازگشت وی به بارسلون در اختیار تعداد چشمگیری از افراد باسواد اروپایی قرار گرفت. سفر کریستف کلمب سبب شد تا قدرت ماشین چاپ گوتنبرگ به عنوان ابزار نوینی به منظور انتشار اخبار به نمایش گذاشته شود. ماشین چاپ زمانی در اروپا اختراع شد که مرزهای جغرافیایی، فلسفی و اقتصادی این قاره در آستانه گسترش بود و اروپای مجهز به ماشین چاپ، آماده بود تا چنین گسترشی را دنبال کند.

اما اروپا که اشتیاق زایدالوصفی برای بسط مرزهای خود نشان می‌داد چندان تمایلی به بسط آزادی استفاده از ماشین چاپ نداشت. دربار انگلیس، همان‌گونه که آقای استابز پنجاه سال بعد از اختراع ماشین چاپ شاهد آن بود، موضوع همگانی شدن اطلاعات را تهدیدی علیه نظام حاکم تلقی می‌کرد.

چگونگی برخورد انگلیس و بعدها آمریکا با این تهدید، موضوع اصلی بحث روایت گونه ما را تشکیل می‌دهد اما در این میان خالی از لطف نخواهد بود اگر به این نکته اشاره کنیم که ارتباط میان گوتنبرگ و کلمب نمونه‌ای از رابطه اندام‌وار بین پیشرفت تکنولوژی رسانه‌ها و رویدادهایی است که به این رسانه جدید اهمیت و اعتبار خاصی بخشیدند. برای مثال، مورس (Morse) با ساده کردن تلگراف نه تنها پونی اکسپرس (Pony Express) را به تعطیلی کشاند بلکه این امکان را فراهم ساخت تا گروهی از روزنامه‌ها منابع خود را در کنار یکدیگر قرار داده و اسوشیتدپرس (Associated Press) را که اولین سرویس خبری الکترونیک سراسری آمریکا بود تأمین کنند. این شبکه خبری در زمینه اطلاع‌رسانی پدیده کاملاً تازه‌ای بود و در خلال جنگ داخلی آمریکا به منبع نوظهور مبادله اطلاعات تبدیل شد. از آنجا که اسوشیتدپرس خدمات خود را در اختیار انواع مشتریان با دیدگاه‌های سیاسی متفاوت قرار می‌داد، به ناچار پوشش خبری آن می‌باید لحن بی‌طرفانه داشته باشد. بدین ترتیب یک تکنولوژی جدید ارتباط جمعی با یک رویداد عظیم در یک ارتباط اندام‌وار به یکدیگر گره خوردند و این پیوند نه تنها به تأمین سرویس خبری بلکه شکل‌گیری اصل عینیت (Objectivity) در روزنامه‌نگاری منجر شد.

مشکلات موجود در زمینه برقراری برخی از ارتباطات از طریق سیم‌های تلفن و تلگراف (از جمله برقراری ارتباط بین کشتی‌ها با ساحل) سبب شد تا بی‌سیم نیز در قالب رابطه‌ای اندام‌وار با یک رویداد مهم دیگر رشد و توسعه فوق‌العاده‌ای پیدا کند. این رویداد مهم، جهان را تکان داد و رادیو نیز اخبار تکان‌دهنده آن را در نیمی از دنیا به درون خانه‌های مردم برد. با آغاز کار رادیو در انگلیس و پخش صدای ادوارد آر. مورو پیشگام گویندگی، از این رادیو با عبارت معروف اینجا لندن است، آمریکاییان مستقیماً از اخبار مربوط به جنگی که در دور دست جریان داشت آگاه شدند. مردم آمریکا با گوش دادن به رادیو لندن از مصائب و مشکلاتی که ساکنان این شهر از جنگ دوم جهانی متحمل می‌شدند آگاهی یافته و با گوش خود صدای حملات هوایی آلمانی‌ها به لندن را می‌شنیدند. مردم آمریکا از طریق رادیو از آنچه که بر لندن می‌گذشت آگاه می‌شدند. مکث مورو پس از گفتن «اینجا...» و سپس عبارت «لندن است» (این‌گونه مکث بین کلمات را مورو از یکی از معلمان فن سخنوری خود آموخته بود) بر تأثیر کلام وی می‌افزود. رادیو به رسانه‌ای تبدیل شد که اخبار مربوط به رویدادهای مهم را به اطاق نشیمن مردم می‌برد و همراه آن عناصری از هنرهای دراماتیک، نمایشی و عشق و عاشقی را به شنوندگان خود منتقل می‌کرد.



تصویر ۱-۱: ادوارد ار. مور و فرد فرندلی پیشگامان ژورنالیزم تلویزیونی در عین حال در زمینه مقابله با مشکل اخلاق در روزنامه‌نگاری نیز پیشگام بودند. فیلم‌های مستند آن‌ها مباحث و شگفتی بسیاری را در سی بی اس برانگیخت.

تلویزیون که در سال‌های بعد از جنگ دوم جهانی به عنوان فرزند خوانده بی‌دست و پای رادیو تلقی می‌شد سرانجام احساس ارتباط بی‌واسطه و هیجان‌انگیز را در بینندگان برانگیخت و ضمن برابری با رادیو در برخی از زمینه‌ها از این رسانه پیش افتاد. با وجود این کامیابی، تلویزیون با فقدان دو پیش‌نیاز مواجه بود: عملی بودن از لحاظ فنی (Technical Feasibility) و یک رویداد مناسب که این رسانه را به اوج اعتلای خود برساند.

تلویزیون در ابتدای کار، از لحاظ مکانیکی یک فاجعه فنی بود، چون تنها در داخل استودیو قابل استفاده بود و کار با این رسانه بسیار مشقت‌آمیز می‌نمود. فیلم‌برداران می‌توانستند تصاویری را برای پخش در اختیار تلویزیون قرار دهند اما در آن زمان تکنولوژی تلویزیون با حداقل قابلیت نقل و انتقال همراه بود و در نتیجه با آنکه تلویزیون یک نوآوری مهم تلقی می‌شد اما برای انتشار اخبار، رسانه مناسبی نبود. فرد فرندلی رئیس پیشین اخبار شبکه تلویزیونی سی‌بی‌اس در مصاحبه‌ای در سال ۱۹۸۷ گفت: «پوشش خبری جنگ کره برای تلویزیون شبیه استفاده اجباری از یک مداد هزار کیلویی بود.»

کار با تلویزیون حتی در داخل استودیو نیز دشوار بود. گویندگان خبر ناگزیر بودند تا متن خبر را از روی نوشته در مقابل دوربین‌های ابتدایی که نیاز به نور خیره‌کننده‌ای داشتند قرائت کنند. البته در آن زمان از دستگاه تله‌پرینتر (اتوکیو) خبری نبود و در نتیجه چشم گوینده خبر تقریباً حالت ثابت داشت و صفحات حاوی اخبار در دست گوینده خبر یکی پس از دیگری جابه‌جا می‌شد. حالت ثابت دوربین‌ها نیز سبب می‌شد تا گوینده صرفاً به خواندن خبر اکتفا کند و بالطبع تصویر چندان جالبی به بینندگان عرضه نمی‌شد. برای خارج شدن از این حالت ایستا، روش‌های دیگری آزمایش شدند. تولیدکننده برنامه داگلاس ادواردز (Douglas Edwards)، (دون هوایت (Don Hewitt)، مدیر تهیه‌کننده، برنامه «۶۰ دقیقه» (60 minutes) تلاش کرد تا ادواردز را به خواندن خط بریل (Braille) متقاعد کنند لکن وی این پیشنهاد را نپذیرفت. برخی از گویندگان خبر، متن اخبار را بر روی نوار صوتی ضبط کرده و با استفاده از گوشی، ضمن تکرار خبرهایی که می‌شنیدند چشمان خود را

به دوربین فیلمبرداری می‌دوختند. گرچه این روش در نوع خود یک نوآوری محسوب می‌شد اما هر کسی نمی‌توانست چنین مهارتی را کسب کند.

باتوجه به محدودیت‌هایی که در ابتدای کار تلویزیون وجود داشت، گوینده خبر، چه هنری می‌توانست از خود به نمایش بگذارد؟ البته در آن زمان فیلم‌های خبری وجود داشت، اما هنوز وسیله مناسبی برای انتقال اطلاعات نبود و هنوز نمی‌شد از هزار کیلویی به سادگی برای پخش خبرهای با اهمیت استفاده کرد. کسانی چون جان کمرون سیوئیز با جدیت بسیار تلاش کردند تا تصاویر را وارد بخش خبری کند و در مواردی از نقشه‌هایی که با دست کشیده شده بودند استفاده می‌شد. نتیجه این کار اگر مضحک نتوان گفت، رضایت‌بخش نیز نبود.

با پیشرفت تکنولوژی، اکنون تلویزیون به اوج اقتدار خود رسیده است. مخترعینی که به تکمیل این رسانه خنده‌آور مشغول بودند می‌دانستند که روزی تأثیر واقعی تماشای رویدادها از صفحه تلویزیون حیرت همگان را برخواهد انگیخت و بی‌تردید بینندگان تلویزیون بی‌صبرانه منتظر لحظه‌ای بودند که مورو از دو سوی اقیانوس آتلانتیک صحنه‌های زنده را به نمایش در آورد. همراه با ارزش و اعتبار یافتن تلویزیون، تعداد بینندگان این رسانه نیز به میلیون‌ها نفر افزایش یافت. بینندگان تلویزیون به آنچه می‌توان آن را تولید یک تجربه ملی توصیف کرد، جلب شدند.

سال ۱۹۵۵ شاهد شکل‌گیری چنین تجربه به یادماندنی بود. در هفتم مارس سال ۱۹۵۵ از هر دو آمریکایی یک نفر سرگرم تماشای بازی مری مارتین (Mary Martin) در نمایش پیتر پن (Peter Pan) بود. لئوگات (۱۹۷۷، ص ۱) تحلیل‌گر رسانه‌ها در این مورد می‌نویسد: «تا آن زمان صدا یا چهره هیچ فردی در طول تاریخ در یک لحظه واحد، این تعداد شنونده و یا بیننده نداشته است. انبوه مخاطبان تلویزیون پدیده‌ای بود که به افسانه شباهت داشت.»

در این زمان سناتور مک‌کارتی (Joseph Mc Carthy) از ایالت ویسکانسین که بار دیگر شکار جادوگران را به عنوان یک ابزار سیاسی احیا کرده بود، متأسفانه از اهمیت و قدرت تلویزیون که به یک رسانه پرمخاطب تبدیل شده بود آگاهی داشت. مک‌کارتی از طریق سرک کشیدن تعصب آلود به زندگی خصوصی کسانی که عوامل نفوذی کمونیزم معرفی می‌شدند قدرت فوق‌العاده‌ای کسب کرده بود. اما در سال ۱۹۵۴ مک‌کارتی با مشاهده جذب میلیون‌ها نفر از مردم آمریکا به سمت این رسانه در حال تحول، نسبت به آینده خود احساس خطر کرد و آنچه را که مردم به تماشای آن می‌پرداختند دوست نداشت. شاید این اولین لحظه مهم تلویزیون بود، رویدادی که سرانجام توانست این تکنولوژی در حال تحول را به خدمت گرفته و از آن حداکثر استفاده را به عمل آورد. مورو به عینیت روی آورد و در گزارش‌های خبری خود از فیلم استفاده کرد. فیلم‌هایی که از جلسات سنا و تحت شرایط تقریباً ایدئال و ثابت گرفته می‌شد، بدون آنکه با مشقت استفاده از مداد هزار کیلویی همراه باشد تاکتیک‌های شرارت‌آمیز مک‌کارتی را به گونه‌ای روشن در معرض دید مردم قرار می‌داد. مورو صرفاً بخش‌هایی از سخنرانی‌های گذشته مک‌کارتی را برای مردم پخش می‌کرد و تاکتیک‌های شریانه وی را تمام و کمال از رسانه‌ای که در آن روزها «آئینه حافظه‌دار (Amirror with Memory)» نام گرفته بود در معرض دید مردم قرار می‌داد.

بدین ترتیب، تلویزیون عنصر دیگری را که دیدن صحنه‌ها بود به زرادخانه رسانه‌ها اضافه کرد. امکان تماشای صحنه‌ها نه تنها میلیون‌ها نفر از مردم را به دیدن برنامه نمایشی مری‌مارتین جذب کرد بلکه توانست افکار عمومی را در میان کسانی که از مشاهده فعالیت‌های سناتور مک‌کارتی از ایالت ویسکانسین احساس بی‌زاری می‌کردند بسیج کند.

توانایی‌های رسانه‌های که بتواند مخاطبین انبوهی را به خود جلب و آن‌ها را به دیدن بی‌واسطه رویدادها قادر نماید و در عین حال اخبار موثق و عینی (و در نتیجه باورکردنی) در اختیار مخاطبین خود قرار دهد، در مرکز ثقل هر نوع فعالیت ژورنالیستی قرار خواهد گرفت. اگر رسانه‌ها قدرت، مخاطب و تأثیری به همراه نداشتند بعید بود کسی درباره خوب یا بد بودن و درست یا نادرست بودن آن‌ها صحبت کند. در واقع، اگر اوضاع و احوال خاصی که به قطع دست راست ناشر نگون‌بخت، جان استابز منجر شد وجود نمی‌داشت شاید این پرسش‌ها نیز مطرح نمی‌شدند.

در صورت مطلقه بودن قدرت حاکمه، کسانی که فاقد قدرتند امکان بازخواست از صاحبان قدرت را نخواهند داشت، و این عاملی است که بر آزادی‌های فردی و به موازات آن به آزادی مطبوعات تأثیر می‌گذارد. روش‌های تشخیص درست از نادرست و مکانیزم‌های بیان این گونه تفاوت‌ها در زمان اختناق کامل، در عمل نمی‌تواند چندان مفید واقع شود. برای مثال، در طول بخش اعظم قرون وسطی نیازی به نظام قضایی مدون انگلو - ساکسون نبود چون شکنجه مؤثرترین شیوه تلقی می‌شد. در مواقع بروز جنایت، مجرمین احتمالی (کسانی که صرفاً مظنون به ارتکاب جنایت بودند) دستگیر و شکنجه می‌شدند و در جریان شکنجه به گناه خود اعتراف یا شخص دیگر را به عنوان مجرم معرفی می‌کردند. در هر دو حالت موضوع توسط کسانی که آلات و ادوات شکنجه را در اختیار داشتند به سادگی حل می‌شد.

سرانجام در انگلیس شرایطی به وجود آمد که به گونه‌ای واقعی با حقوق افراد برخورد شود. نظام قضایی انگلیس، به رغم تمامی نواقص و در مواردی حتی نارسایی کاملاً مشهود، الگویی برای نظام قضایی و حقوقی آمریکا شد و سرانجام نحوه فعالیت مطبوعات این کشور را شکل داد.

آنچه که به راه و رسم دموکراتیک در آمریکا منجر شد، در نوع خود حالت منحصر به فرد داشت چون از الگوی انگلیس که آن نیز شکل منحصر به فرد داشت الهام گرفته بود. در زمانی که فرانسه متشکل از سه ایالت، نوعی مجمع قانونگذاری داشت و در اسپانیا نیز نظام مشابهی بر دربار حاکم بود در انگلیس چنین مجمعی وجود نداشت اما سندی موجود بود که در آن برخی حقوق افراد تضمین شده بود. این سند، منشور مگنا (Magna charter) نام داشت که جان، پادشاه انگلیس با اکراه آن را امضا کرده بود. این منشور بزرگ به گفته اچ. جی. ولز (۱۹۴۹) انگلیس را از کشور پادشاهی به نظامی قانونی تبدیل کرد.

درحالی که قدرت بین مجمع منتخب و دربار هر چند وقت یک‌بار بی‌رحمانه و گاهی نیز همراه با خشونت دست به دست می‌شد، بازرگانان و قانونگذاران انگلیسی اغلب راه‌هایی برای بازداشتن پادشاه از کسب قدرت کامل پیدا می‌کردند و از قرن سیزدهم تا هفدهم عرصه را کاملاً بر پادشاهان تنگ کردند. مبارزه علیه پادشاهان انگلیس به تدوین سند دیگری منجر شد که در آن حقوق مصروحه در منشور بزرگ مورد تأکید مجدد قرار گرفت. این سند که در سال ۱۶۲۸ تحت عنوان «تومار حقوق» (Petition of Right) تدوین شد، ضمن تأکید بر حقوق مندرج در منشور بزرگ، پادشاه را موظف می‌کرد تا بدون طی تشریفات قانونی از وضع مالیات، مجازات افراد و پناه دادن به نظامیان خودداری کند.

آثار و نشانه‌های منشور بزرگ و طومار حقوق بار دیگر خودنمایی کرد. مطرح شدن دوباره قوانین و حقوق فردی، بر حرفه روزنامه‌نگاری به شکلی که درحال حاضر در آمریکا جریان دارد و ما در این کتاب آن را به بحث کشیده‌ایم تأثیر فوق‌العاده‌ای بر جای گذاشته است.

این تأثیر ابتدا به علت هدف والایی بود که طومار حقوق مطرح ساخته بود. اما این هدف تا مدت‌ها تحقق نیافت. اما سرانجام مبارزه سه جانبه بین دربار، صاحبان اموال خصوصی و گروه نامحسوسی که از آن‌ها به عنوان مردم کاملاً عادی یاد شده است سبب شد تا قدرت پادشاه به تدریج کاهش یافته و روبه افول بگذارد.

این گفته بدین معنا نیست که در خلال افول قدرت مطلقه دربار، پادشاه از اعمال قدرت شدید علیه مطبوعات در داخل کشور و مستعمرات خودداری کرد. در واقع روش رایج در انگلیس که به سواحل آمریکا نیز صادر شد، رویه صدور پروانه فعالیت برای مطبوعات و اعمال مجازات شدید علیه کسانی بود که از سلطنت و ارگان‌های وابسته به دولت انتقاد می‌کردند.

صدور پروانه انتشار برای مطبوعات در انگلیس در پی اختراع ماشین چاپ توسط گوتنبرگ برقرار شد و در سال ۱۵۳۸ تشکیلاتی موسوم به استار چمبر (Star Chamber) (ارگانی که مسئولیت فعالیت پلیس مخفی سلطنتی را برعهده داشت) نه تنها از ناشران می‌خواست تا برای نشریه خود پروانه بگیرند بلکه ناشران کتاب را نیز ملزم می‌ساخت تا قبل از انتشار هر کتابی از مقام‌های دولتی مجوز دریافت کنند. کسانی که مقررات فوق را نادیده می‌گرفتند، مجازات می‌شدند. در مواردی که اتهام سنگین بود یا جرم تکرار می‌شد، افراد خاطی به مرگ محکوم می‌شدند. بیست سال بعد مجازات اعدام بدون محاکمه به موارد دیگر نیز تعمیم داده شد و کسانی که کتاب‌های فتنه‌انگیز و ساحری می‌خواندند و افرادی که این گونه کتاب‌ها را یافته و از آتش زدن فوری آن‌ها خودداری کرده بودند در برگرقت (هنتاف (Hentoff) ص ۵۹).

استعمارگران حاکم بر آمریکا با آنکه یک اقیانوس با انگلیس فاصله داشتند به خوبی به مقررات سانسور در انگلیس واقف بودند. اولین روزنامه‌ای که در آمریکا منتشر شد بیش از یک شماره دوام نیاورد و تعطیل شد. بنجامین هریس (Benjamin Harris) (که در انگلیس نیز در رابطه با سانسور مشکلات مشابهی را تجربه کرده بود) در سال ۱۶۹۰ اولین شماره از روزنامه «رویدادهای مهم خارجی و داخلی» (Public Occurrences both Foreign and Domestic) را منتشر ساخت. هریس در مستعمرات انگلیس در آمریکا جای پای محکمی نداشت و بدون دریافت مجوز لازم از فرماندار ماساچوست روزنامه خود را منتشر کرده بود.

سایه سانسور همچنان بر مستعمرات انگلیس در آمریکا سنگینی می‌کرد تا اینکه سی سال بعد یکی از بنیانگذاران آمریکا به کار انتشارات روی آورد. جیمز فرانکلین یک ناشر بدون پروانه بود اما توانست روزنامه خود را که نیو انگلند کورنت (*New England Courant*) نام داشت منتشر کند. انتشار این روزنامه تا زمان درج یک مقاله که به انتقاد از حکومت اختصاص داشت بطور مرتب ادامه یافت. دیدگاه‌های وی سبب شد تا سر از زندان در آورد و همین امر به روی آوردن برادر شانزده ساله‌اش بنجامین فرانکلین به حرفه روزنامه‌نگاری منجر شد.

جیمز و بنجامین فرانکلین بدون آنکه برای نشریه خود پروان‌های دریافت کنند به انتشار آن ادامه دادند، اما لحن روزنامه تا حدودی تعدیل شد. لازم به تذکر است که در سال ۱۶۹۵ دولت انگلیس مقررات مربوط به کسب مجوز انتشار از سوی روزنامه‌ها و محدودیت‌های مربوط به انتشار کتاب را کنار گذاشت اما این رویه از سوی مقام‌های استعماری همچنان دنبال می‌شد و آن‌ها ناشران را ملزم می‌ساختند تا برای نشریات خود از دولت مجوز دریافت کنند. علاوه بر این، در هر دو سوی اقیانوس اطلس، زمامداران به حربه قانون مبارزه با فتنه‌انگیزی (Sedition Law) مجهز بودند و با اعمال مجازات‌های سنگین برای سال‌های متمادی با موفقیت تمام به سرکوب مطبوعات ادامه دادند. مورخین مسائل حقوقی (کلیمور (Gillmore) و دیگران، ۱۹۹۰ ص ۳) می‌گویند: استفاده از قانون مبارزه با فتنه‌انگیزی به تدریج جایگزین شیوه صدور پروانه شد و دولت‌ها از این حربه برای محدود کردن فعالیت مطبوعات به بهترین وجه بهره‌برداری کردند.

از جمله روزنامه‌نگاران سرشناسی که با استناد به قانون مبارزه با فتنه‌انگیزی مجازات شد، یک مهاجر آلمانی به نام جان پیتر زنگر (John Peter Zinger) بود. جان زنگر سردبیر نشریه «نیویورک ویکلی ژورنال (New York Weekly Journal)» به شدت از ویلیام کوزبی (William Cosby) فرماندار انگلیسی نیویورک

انتقاد می‌کرد. زنگر در سال ۱۷۳۴ به خاطر انتقاد از فرماندار زندانی و یک سال بعد به اتهام فتنه‌انگیزی به محاکمه کشیده شد.

اندرو همیلتون وکیل مدافع زنگر در دفاع از موکل خود گفت از آنجا که انتقادهای موکلش از کوزبی حقیقت دارد نمی‌توان آن‌ها را افترا قلمداد کرد. دادستان در مقابل اظهارات وکیل مدافع گفت صحت انتقادهای در واقع جرم را سنگین‌تر می‌کند. براساس قانون مبارزه با فتنه‌انگیزی که در دوران قبل از انقلاب جاری بود اظهارات صادقانه فتنه‌انگیزتر قلمداد می‌شد.

همیلتون توانست به نحو خیره‌کننده‌ای از موکل خود دفاع کند و هیئت منصفه را به نادیده گرفتن توصیه‌های قاضی و بی‌گناه معرفی کردن زنگر متقاعد نماید. تاکتیک او چه بود؟ همیلتون، از مقوله انتزاعی آزادی مطبوعات پا را فراتر گذاشته و دفاعیه خود را بر اصل حق مردم عادی به ابراز مخالفت با مقام‌های بی‌کفایت متمرکز نمود.

بدین ترتیب یک رویه و اصل مهم شکل گرفت: بازگویی حقیقت، افترا محسوب نمی‌شود، و در نتیجه اتهام فتنه‌انگیزی که حربه‌ای علیه آزادی مطبوعات محسوب می‌شد کارآیی خود را از دست داد.

با پذیرفته شدن این اصل، کنترل انگلیس بر فعالیت مطبوعات به سرعت از میان رفت و به جای آن چارچوب قانونی جدیدی از قانون اساسی و «قانون آزادی‌های مدنی (Bill of Rights)» پدید آمد. عده‌ای علیه بخش‌هایی از قانون آزادی‌های مدنی اعتراض کردند، اما در مجموع مخالفت چندانی با بیانیه کلیات (General Statement) که مفاهیم کلی مربوط به آزادی مطبوعات در جریان کنوانسیون قانون اساسی در سال ۱۷۸۷ یا تدوین پیش‌نویس قانون آزادی‌های مدنی در سال ۱۷۸۹ را مشخص می‌ساخت ابراز نشد.

گرچه کلیات مربوط به آزادی‌های مطبوعات مشخص شده بود، جزئیات مربوط به آزادی‌ها، برای خود داستان دیگری دارد. کلایدمن (Claidman) و بوچامپ (Beauchamp) (۱۹۸۷ ص ۷) در کتاب خود تحت عنوان روزنامه‌نگار درستکار (Virtuous Journalist)، تصویری تاریخی از شرایط و حال و هوای آن زمان ارائه داده‌اند.

اصل آزادی مطبوعات به عنوان حربه‌ای علیه سانسور و مقررات کسب پروانه انتشار، تقریباً از سوی همگان پذیرفته شده بود. با وجود این چارچوب و زمینه این آزادی مشخص نبود. در مورد لغو محدودیت‌های از پیش تعیین شده برای انتشار کتاب و نشریات، تقریباً اتفاق نظر وجود داشت، اما همین اتفاق نظر در مورد ضرورت تدابیر قانونی برای دفاع از کسانی که حیثیت آن‌ها توسط نشریات مبتذل لکه‌دار می‌شد، نیز وجود داشت.

گرچه متن «اصل آزادی مطبوعات» یعنی حقوق دقیقی که در اصلاحیه اول (First Amendment) رعایت آن تضمین گردیده اما تا به امروز نیز نامعلوم باقی مانده و باید اذعان کرد که آثار آن برجای مانده است. حکومت آمریکا، گرچه آزادی مطلق به مطبوعات این کشور نداده است، اما در دفاع از حقوق مطبوعات، آزادی‌ها و حمایت‌های حقوقی خاصی را پیش‌بینی کرده و برای خود اختیارات محدودی قائل شده است. همان‌گونه که جیمی کارتر در یکی از سخنرانی‌هایش اشاره کرد، مقوله‌هایی چون آزادی و حقوق بشر بطور قطع توسط آمریکا ابداع نشده است اما با اطمینان می‌توان گفت تکاپو برای آزادی و تأمین حقوق بشر، علت شکل‌گیری جامعه آمریکا است.

از دید تاریخی، کنترل وسایل ارتباط جمعی، اولین و اساسی‌ترین مناقشه، در یک پدیده نسبتاً جدید است. فراگیر شدن اطلاعات (Democratization of Information) رشته کاملاً جدیدی از معماها و مشکلات عملی لاینحل پدید آورده است.

برای مثال قبل از اختراع وسایل ارتباط جمعی، توجه اندکی به مسئله تجاوز به حریم خصوصی انسان‌ها (موضوعی که در فصل هفتم با جزئیات کامل مورد بحث قرار گرفته است) مبذول می‌شد. در زمانی که شعله‌های طغیان و سرکشی تنها دهان‌به‌دهان نقل می‌شد، آشوب‌طلبی به‌طور قطع تهدید چندان مهمی علیه طبقه حاکم به‌شمار نمی‌رفت. شکل‌گیری رسانه‌های ارتباط جمعی، این وضعیت را برای همیشه و بطور کاملاً جدی دگرگون ساخت.

وسایل ارتباط جمعی مشکلات لاینحل کاملاً جدیدی پدید آورده است. بی‌واسطه‌گی (Immediacy) تکنولوژی حیرت‌انگیز جدید، یعنی رادیو نه تنها قادر بود وحشت ناشی از حملات هوایی آلمان‌ها علیه لندن را به دیگر نقاط جهان منتقل نماید، بلکه این قدرت را نیز داشت تا در میان شنوندگان بومی که نمی‌توانستند بین وحشت ناشی از یک جنگ واقعی و جنگ نمایشی که در قالب برنامه‌های مارتین ارائه می‌شد تفاوت قائل شوند، وحشت ایجاد کند. قدرت نمایش و جذب انبوه مخاطبان به تلویزیون امکان می‌دهد یک رهبر مردم‌فریب را از اریکه قدرت به زیر آورد اما در عین حال می‌تواند در جهت به قدرت رسیدن یک فرد عادی و یک جنش بی‌طرف مورد استفاده قرار گیرد. از این روی، کسانی که به حرفه روزنامه‌نگاری اشتغال دارند در زمینه اخلاق حرفه‌ای بر سر دوراهی قرار گرفته‌اند.

حال ببینیم معنی دقیق اخلاق چیست و چگونه می‌توان آن را به گونه اخلاقی تشریح کرد؟^۱ این پرسش‌ها در فصل‌های آتی مورد بررسی قرار گرفته است اما در اینجا ذکر این مطلب شاید مفید باشد که بسیاری از روزنامه‌نگاران که در زمینه ارزیابی درست از نادرست پیشگام بوده‌اند - همان‌گونه که جان دیویی (چاپ سال ۱۹۶۹ ص ۱-۱) می‌گوید کار اخلاق قضاوت است - این گونه قضاوت را در سطحی کاملاً شخصی انجام داده‌اند. استابز، فرانکلین و هریس با قضاوت شخصی، خود را به خطر انداختند. بعدها، روزنامه‌نگاران دیگر به دلیل قضاوت شخصی شهرت و آینده شغلی خود را در معرض خطر قرار دادند. از آنجا که این رشته با خطر کردن شخصی همراه است در نتیجه می‌توان مدعی شد اخلاق نیز تا حدود زیادی یک قضاوت شخصی محسوب می‌شود.

گرچه نمی‌توان انکار کرد که گزارشگری به نوعی دیوان‌سالاری تبدیل شده است، اما بوروکراسی‌ها هرگز در مورد اخلاق جمعی اتفاق نظر ندارند. بی‌تردید معیارهای خاصی برای اخلاق تعیین شده است و مدیران تمامی رسانه‌ها دستورالعمل‌هایی در زمینه اخلاق روزنامه‌نگاری صادر و مقررات خاصی برای چگونگی گردش امور در این حرفه تعیین کرده‌اند. اما آیا می‌توان با صدور دستورالعمل و بخشنامه تقوا و پاکدامنی را تضمین کرد؟ به قول ارسطو در اینکه بتوان شخص نااهلی را با موعظه به راه راست هدایت کرد تردید وجود دارد.

بهرتر است در اینجا نگاهی نیز به نقش اخلاق شخصی در تحول روزنامه‌نگاری نوین بیندازیم که در پرتو آن رسانه‌های خبری به دور از کنترل دولت‌ها به فعالیت مشغولند و همان‌گونه که جیمز بولین (James Borlan ۱۹۸۶ ص ۳۲) سردبیر پیشین نشریه کلمبیا ژورنالیزم ریویو (*Columbia Journalism Review*) می‌گوید کنترل مؤسسات و دستگاه‌های بوروکراتیک بر رسانه‌های خبری از میان رفته است.

در مجموع، مدیران جدید [روزنامه‌هایی که در دهه ۱۹۶۰ از کنترل تمرکز یافته مؤسسات صاحب رسانه به تدریج خارج شدند] به سمت اعطای آزادی عمل بیشتر به روزنامه‌نگاران گام برداشته و کمتر به کار دبیران بخش‌ها اهمیت می‌دهند و به خبرنگاران این فرصت را می‌دهند تا به عنوان افراد حرفه‌ای به خود نگاه کرده و معیارهای پیش پا افتاده‌ای را که هیئت دبیران اعمال می‌کنند نادیده بگیرند.

حرفه‌ای بودن در شغل روزنامه‌نگاری فراتر از مطیع بودن یک سرباز وظیفه شناس است چون پایبندی به استانداردهای حرفه‌ای از ارزش بالاتری نسبت به وفاداری به سازمان و محدودیت‌های کوتاه‌بینانه آن برخوردار است.

اخلاق شخصی، بازتاب‌هایی دارد که از آن با عنوان تعهد حرفه‌ای (Professionalism) خبرنگاران یاد می‌شود. با آنکه از واژه حرفه تعابیر متعددی که خارج از بحث کنونی است مستفاد می‌شود، بسیاری از صاحب‌نظران از جمله والتر لیپمن مقاله‌نویس مطبوعات و نویسنده کتاب، از تعهد حرفه‌ای گزارشگران به عنوان چشمگیرترین تحول در روزنامه‌نگاری از زمان لغو مقررات صدور پروانه مطبوعات از سوی دولت انگلیس و حکومت‌های استعماری یاد کرده‌اند.

والتر لیپمن طی نطقی در مؤسسه بین‌المللی مطبوعات در سال ۱۹۶۵ (نقل شده توسط بویلن ص ۳۴) چنین گفت:

به اعتقاد من حرفه‌گرایی فزاینده، مهم‌ترین تحول اساسی از زمان رهایی مطبوعات از کنترل دولت‌ها و سانسور محسوب می‌شود. چون حرفه‌گرایی در وجدان روزنامه‌نگاران حسن تعهد را برای دنبال کردن حقیقت که مستقل و فراتر از تمامی تعهدات دیگر، همچون تعهد به انتشار روزنامه‌ای که خوانندگان را جلب کند، تعهد به حزب سیاسی و حتی تعهد به پیشبرد سیاست‌های دولت می‌باشد، بیدار می‌کند.

والتر لیپمن بعدها پایبندی خود به اخلاق شخصی را با خودداری از قبول دعوت لیندن جانسون به همکاری ثابت کرد. خودداری والتر لیپمن از تأیید سیاست‌های دولت در قبال جنگ ویتنام رنجش شدید جانسون و جامعه مطبوعاتی واشنگتن را به دنبال داشت. لیپمن به هنگام بستن کوله‌بار خود برای ترک واشنگتن به هم‌قطاران خود توصیه کرد «هرگز به شاهزادگان اعتماد نکنند».

از لحاظ تاریخی چنین به نظر می‌رسد که افراد پایبند به اخلاق شخصی، از اعتماد بی‌چون و چرا به شاهزادگان، مقام‌های منتخب، تشکیلات بوروکراتیک خبری و حتی مردم اکراه داشته‌اند.

مورو و همقطارش فرد فرنلدی با افشاگری‌های خود درباره تاکتیک‌های سناتور مک‌کارتی، گردانندگان سی بی اس و محافل مطبوعاتی بی‌شهامت و بی‌روح را به شگفتی وا داشتند.

در واقع مورو و فرنلدی از سوی گردانندگان سی بی اس آن‌چنان در تنگنا قرار گرفتند که ناگزیر شدند برای ادامه تولید برنامه‌های خود در مورد فعالیت‌های مک‌کارتی از جیب خود سرمایه‌گذاری کنند.

مورو در نهم مارس ۱۹۵۴ در پایان برنامه خود تحت عنوان «اکنون ببینید (See it now)» چکیده‌ای از آنچه اخلاق شخصی خواننده می‌شود ارائه داد. پس از به نمایش گذاشتن تاکتیک‌های مک‌کارتی در مقابل دید تماشاگران، مورو خطاب به بینندگان گفت: «مک‌کارتی جو وحشت را خلق نمی‌کند، بلکه با موفقیت از آن بهره‌برداری می‌کند» (مجموعه برنامه‌های مورو ۱۹۵۷ ص ۳۵۵).

مورو در سخنان پایانی خود افزود حق با کاسیوس بود که گفت: بروتوس عزیز نحسی از ستاره اقبال ما نیست بلکه در وجود خود ماست.

پی نوشت

۱. برخی از دانشوران اخلاق و فلسفه بین خرد برهان (Reason) و اخلاق تفاوت قایلند. به اعتقاد آنها عقل و اخلاق دو مقوله متفاوتند و در نتیجه استدلال اخلاقی، دشوار یا ناممکن است. برای مثال دی. ا. جی. ریچاردز (D.A.J.Rechards) در کتاب خود تحت عنوان نظریه استدلالها و اعمال (Atheory for Reasons and Action) (اکسفورد، انتشارات کلارنرون، ۱۹۷۱) بین تعقل و خردمندی تفاوت قائل است و می‌گوید یکی دانستن این دو مقوله اشتباه خواهد بود. خردمند تحت سیطره اصول گزینه منطقی قرار دارد در حالی که آنچه معقول تلقی می‌شود امری است که اصول اخلاقی ایجاب می‌کند و با مسئولیت و تعهد همراه است و خلاصه کلام اینکه به اعتقاد من این دو مقوله هرگز با یکدیگر تلاقی پیدا نمی‌کنند. به هر حال، در این مورد اتفاق نظر وجود ندارد. چنانچه به آگاهی از دیدگاه‌های مخالف این نظریه علاقه‌مند باشید می‌توانید به کتاب غیر/اخلاقی (Immortality) اثر رونالد دی. میلو (Ronald D. Milo) [پرنیستون نیوجرس]: انتشارات دانشگاه پرنیستون (۱۹۸۴) مراجعه کنید. وی می‌گوید اخلاق می‌تواند پایه استدلال قلمداد شود.

فصل ۲

تعمقی در اخلاق و ارتباط آن با جامعه نوین

دست کم شما یک کتابخانه مختصر دارید.

واکنشی در برابر سخنان پروفیسور اچ، ئی گودین (Professor H. E. Goodwin) وقتی که به دوستانش گفت سرگرم نوشتن کتابی در زمینه اخلاق ژورنالیست است.

در اینکه کنفرانس‌های سردبیری در بخش‌های خبری رسانه‌ها؛ به محل بررسی منظم اندیشه‌های کانت و ارسطو تبدیل شود، جای تردید وجود دارد اما می‌توان گفت فیلسوفان موسوم به کلاسیک بر روند تصمیم‌گیری‌ها تأثیر می‌گذارند و اسطوره‌زدایی استدلال فلسفی، دست‌کم می‌تواند نوعی بصیرت را در فرایند تفکر و تصمیم‌گیری افراد فراهم کند. برای مثال به متن دو اظهار نظر زیر توجه کنید.

در خلال پخش برنامه اخلاق در آمریکا از شبکه پی بی اس، فرد فرندلی سردبیر اخبار سی بی اس در بحث از اخلاق در اطاق خبر از یک امر مطلق (Categorical imperative) سخن به میان آورد. فرندلی چنین توصیه کرد: چنان عمل کنید که اصول شما الگویی برای همگان باشد.

سردبیر یکی از روزنامه‌ها که مصاحبه‌ای با وی داشته‌ام، زمانی تصمیم گرفته بود تا گزارش تحقیقی بحث‌انگیزی را درباره یکی از قضات کلرادو منتشر کند. از قرار، این مقاله سبب شده بود تا قاضی خودکشی کند. جی ویرلی (Jay Whearley) که در آن زمان سردبیری روزنامه دنور پست (Denver post) را بر عهده داشت در مصاحبه‌ای که با من داشت گفت در چاپ مقاله مورد نظر تحت تأثیر اصل سودمندی (Utility) قرار داشته است اصلی که بر «تأمین بیشترین فایده ممکن برای بیشترین افراد تکیه دارد.» جای تأسف بود که فرد افشا شده در مقاله، به زندگی خود خاتمه داده بود اما این یک داستان مشروح درباره یک مقام رسمی به شمار می‌رفت. در بلند مدت، تعداد کسانی که از افشای این رسوایی سود بردند به مراتب بیشتر از کسانی بود که از آن زیان دیدند.

چنین به نظر می‌رسد که بین علوم روزنامه‌نگاری و فلسفه ارتباط خاصی در حال شکل‌گیری است. به عنوان نمونه واژه‌هایی چون امر مطلق و سودمندگرایی (Utilitarianism) زمانی صرفاً به قلمرو علم اخلاق محدود می‌شدند اما این واژه‌ها به تدریج به قاموس اطاق خبر راه می‌یابند. در این میان، معانم‌های پر سر و صدای روزنامه‌نگاری نیز به تدریج به موضوعات مورد بحث و تحلیل محققانی تبدیل می‌شوند که در مکتب فلسفه آموزش دیده‌اند.

به هر تقدیر، بحث‌های مربوط به اخلاق به دلیل طبیعت خاص خود بندرت روشن و مشخص می‌باشند. از آنجا که موضوعات اخلاقی یا مسائل و معماها در هم پیچیده‌اند، در نتیجه تصمیم‌گیرندگان باید نظریه‌ها و فرایند

اندیشه‌هایی را که به درک موضوعات مورد بحث کمک می‌کند مدنظر قرار دهند و توجه داشته باشند که معماهای خاص اخلاقی از خلأ سرچشمه نگرفته بلکه حل این معماها به یک دقت ریاضی نیاز دارد.

دوم، روشن نبودن معنی دقیق واژه اخلاق سبب می‌شود تا به هنگام بحث درباره این مقوله سوء تفاهم‌هایی بروز کند. علاوه بر این چگونه می‌توان رفتارهای اخلاقی و غیراخلاقی را تعریف کرد و تفاوت میان اخلاق نظری (Ethics) و اخلاق عملی (Morals) را بیان نمود.

برای سهولت امر، بهتر است ابتدا به پرسش نخست پردازیم: معنی دقیق واژه اخلاق چیست؟ غالباً اخلاق نظر شاخه‌ای از فلسفه به شمار می‌رود که به مسائلی چون درست و نادرست و خیر و شر می‌پردازد. به تعبیر عام، واژه اخلاقی در اغلب موارد به رفتاری اطلاق می‌شود که با اصول پایه‌ای خیر و درست انطباق دارد. جان دیوئی (چاپ ۱۹۶۹ ص ۱) معتقد است اخلاق نظری علمی است که با کردار (Action) بشر سروکار دارد، گرچه علوم دیگر از جمله انسان‌شناسی (Anthropology) و روانشناسی (Psychology) نیز به عنوان شاخه‌هایی از علم به تشریح کردار بشر اختصاص دارند. اما به رغم یکسان بودن قلمرو این علوم، تنها علم اخلاق است که به داوری (Judge) می‌پردازد.

اخلاق عملی معمولاً به فلسفه درست و نادرست نمی‌پردازد بلکه به آداب و سنن رایج اشاره دارد. با وجود این، در معنی متعارف، این دو واژه تقریباً مترادف یکدیگر به کار می‌روند اما به سادگی می‌توان دریافت که واژه اخلاق عملی در اصل با آداب و سنن سر و کار داشته فلسفه بنیادی را در بر نمی‌گیرد.

برای مثال، به احتمال بسیار زیاد عدم وفاداری زناشویی را به عنوان یک عمل (Immoral) مترادف بی‌اخلاقی (Unethical) است تعبیر می‌کنیم. نکته دیگری درباره کاربرد این دو واژه در زبان انگلیسی وجود دارد. واژه اخلاق نظری (ETHICS) به عنوان شاخه‌ای از فلسفه با آنکه دارای S جمع است به عنوان اسم مفرد تلقی می‌شود. از این روی، اخلاق نظری موضوع بحث‌انگیزی است. اما در مواردی که از این واژه به معنی مجموعه‌ای از اصول اخلاقی سخن به میان می‌آوریم مثلاً وقتی می‌گوئیم اصول اخلاقی من کاملاً انعطاف پذیر است این واژه صورت اسم جمع به خود می‌گیرد.

تمایز بین اخلاق نظری و اخلاق عملی همیشه آسان نیست اما با نگاهی متفاوت به واژه اخلاق نظری شاید بتوان به درک بهتری از معانی این دو واژه دست یافت. فیلسوفی بنام آنتونی فلو (Antony Flew) (۱۹۷۹ صفحات ۱۱۲ و ۱۱۳) معتقد است در میان فلاسفه برای واژه اخلاق نظری تعریف تقریباً روشنی وجود دارد، اما عوام معنی متفاوتی از این واژه داشته و از اخلاق نظری به عنوان معیاری جهت تنظیم رفتار یک گروه یا جمعیت خاص استنباط می‌کنند. بدین ترتیب اگر فرض کنیم که اخلاق نظری دست کم دارای دو معنی متفاوت است یعنی اخلاق نظری به معنی مطالعه درست و نادرست در فلسفه و دیگری معنی عامیانه‌تر آن که اخلاق نظری را مترادف رفتار پسندیده می‌داند در آن صورت می‌توانیم مشکل مربوط به تفاوت میان اخلاق نظری و اخلاق عملی را حل کنیم. به اعتقاد بسیاری از صاحب‌نظران از جمله آنتونی فلو تعریف غیررسمی‌تر اخلاق نظری، اغلب با مفهومی که از این واژه در محافل دانشگاهی رواج دارد مطابقت می‌کند. البته این گفته به این معنی نیست که از این مرحله به بعد می‌توانیم با بهره‌گیری از معنی متداول آن رفتار اخلاقی را با دقت تمام مشخص کنیم.

به هر حال ارائه تعریف دقیق از رفتار اخلاقی [نظری] و یا اخلاقی [عملی] در مطالعات مربوط به این موضوع کار ساده‌ای نیست. پژوهشگری به نام ریموند بومهارت (Raymond Baumhart) (۱۹۶۸ صفحات ۱۱ و ۱۲) از یک صد نفر که در رشته‌های مختلف تجاری به کار اشتغال داشتند خواست تا واژه اخلاق نظری را تعریف کنند. گرچه بیشتر پاسخ‌ها حاوی عبارت مبهم «آنچه احساس من حکم می‌کند درست است» بود، برخی نیز پاسخ بسیار صادقانه‌ای به این سؤال داده بودند. یکی از مخاطبین چنین پاسخ داده بود:

قبل از شرکت در مصاحبه برای آنکه پاسخ روشنی به این سؤال داده باشم در فرهنگ، معنی واژه اخلاق نظری را خواندم اما نتوانستم آن را درک کنم. باید بگویم که مفهوم این واژه را نمی‌دانم.

در میان پاسخ‌های صادقانه‌ای که به سؤال مربوط به معنی واژه اخلاق نظری داده شده پاسخ فوق‌بیش از همه قابل درک است. تعداد کسانی که می‌توانند مفهوم رفتار اخلاقی [نظری] را بخوبی تشریح کنند بسیار اندک است و حتی کسانی که در این زمینه چندین کتاب نوشته‌اند به روشنی نتوانسته‌اند افکار خود را بیان کنند. واقعیت امر این است که ارائه یک تعریف دقیق از مفهوم رفتار اخلاقی [نظری]، کار دشواری است. در ضمن فیلسوفانی که به بررسی این‌گونه مسائل می‌پردازند اغلب از معیارهای اخلاقی [نظری]، ویژگی‌های این تعاریف و اعتبار این‌گونه ویژگی‌ها، تعاریف پیچیده‌ای ارائه می‌دهند.

البته باید توجه داشت که این‌گونه پیچیدگی از طبیعت مسائل فلسفی سرچشمه می‌گیرد. این‌گونه مباحث در برخی از مواقع برای افراد عامی که برای ارزیابی مسائل به بیان دقیق مطالب نیاز دارند غیرقابل فهم می‌شود. برای افراد ناآشنا به این‌گونه مباحث گفته‌ها و افکار، ارسطو همانند یک مقاله پزشکی که در نشریه انجمن پزشکی آمریکا چاپ شده است بیگانه و غیرقابل فهم تلقی می‌شود.

با وجود این، در اغلب موارد پس از تشریح واژه‌های فنی، معنی مفاهیم کاملاً روشن می‌شود. گرچه بخش اعظم اخلاق در ارتباطات، به دلیل طبیعت و ضرورت، به مورد پژوهشی‌های اخیر مربوط می‌شود، بسیاری از مدرسین دامنه بحث را به مسائل فلسفی کشانده و در بررسی‌های خود اندیشه‌های کلاسیک را مطرح ساخته‌اند. برای مثال، روتزول (Rotzoll) و فالکر (Fackler) (۱۹۸۷، صفحات ۹ تا ۱۷) در کتاب خود تحت عنوان اخلاق رسانه‌ها: «موارد و استدلال اخلاق عملی توسط مسیحیان» (Media Ethics: Cases and Moral Reasoning by Christians) که یکی از کتاب‌های بااهمیت در زمینه آموزش اخلاق رسانه‌ها محسوب می‌شود در بیان مطالب خود از میانه طلایی (Golden Mean) ارسطو امر مطلق کانت، اصل سودمندی جان استوارت میل، پرده ناآگاهی (Veil of Ignorance) راول (Rawl) و اخلاق پایه یهودی - مسیحی به عنوان الگوهایی جهت پیوند دادن افکار کلاسیک به معماهای نوین اتاق خبر استفاده کرده‌اند.

در این مرحله می‌توانیم از تعاریف پایه این‌گونه مفاهیم برای ساده کردن بحث استفاده کنیم (در فصول بعدی این مسئله با جزئیات بیشتر مورد بحث قرار گرفته است). لازم به تذکر است که منظور ارسطو از میانه طلایی، مناسب‌ترین راه و روش و انتخاب راه میانه در بین دو طیف افراطی است.

کانت امر مطلق را توصیه می‌کند و می‌گوید رفتار فرد باید طوری باشد که بتواند در هر مورد و هر زمان و هر مکانی آن را به کار ببرد.

پرده ناآگاهی یک ابزار روانی است که فرد از طریق آن تلاش می‌کند افکار و مفاهیم را درک کند. مقوله‌هایی چون تحمل عقاید دیگران، شفقت و خدمت و کمک به دیگران همان‌گونه که انتظار کمک از دیگران داریم از جمله مفاهیمی است که در اخلاق یهودی - مسیحی مطرح می‌باشند.

سه صاحب‌نظر برجسته به نام‌های سیبرت (Siebert) پیترسون (Peterson) و شرام (Schram) (۱۹۶۴) در کتاب مشهور خود به نام چهار نظریه درباره مطبوعات (Four Theories of the Press) که به ارزیابی عملکرد مطبوعات در چارچوب تأثیرات فرهنگی اختصاص دارد از منابع و مآخذ کلاسیک بهره جسته‌اند. این سه نویسنده چهار ساختار را مشخص می‌سازند:

نظریه خودکامگی، که در قالب آن یک دولت مقتدر از طریق سانسور یا مجازات پس از انتشار، مطبوعات را کنترل

می‌کند.

نظریه آزادمنشانه، بر این باور است که یک جامعه فرهیخته در قالب بازار مبتنی بر رقابت آزاد با هوشمندی و درایت در میان اطلاعات موجود دست به انتخاب می‌زند و باید فرصت چنین انتخابی را داشته باشد.

نظریه کمونیستی شوروی (سابق)، شرایطی که در آن دولت علاوه بر کنترل اخبار به تولید آن نیز مبادرت می‌کند.

نظریه مسئولیت اجتماعی، معتقد است رسانه‌ها در قبال جامعه مسئولند و باید به طریقی رسانه‌ها را به انجام وظایف مسئولیت‌های به فراموشی سپرده‌شان وارد نمود.

سپیرت، پیترسون و شرام در بررسی‌های خود این نظریه‌ها را به نوشته‌ها و افکار پرآوازه گذشته مرتبط ساخته‌اند. نظریه خودکامگی (صفحات ۱۲ و ۱۳) با دیدگاه‌های فلسفی افلاطون، ماکیاول و هابس مقایسه شده است، فلسفه اوایل مسیحیت و نوشته‌های کسانی چون لاک و میلتن (John Milton) به عنوان شالوده و اساس نظریه آزادی‌خواهی ذکر شده‌اند (صفحات ۴۱ تا ۴۵). نظریه کمونیستی حاکم بر شوروی سابق نیز به فلسفه علوم اجتماعی مارکس نسبت داده شده است (صفحات ۱۰۶ و ۱۰۷). نظریه مسئولیت اجتماعی به عنوان شاخه‌های نوین (عمدتاً از جنگ دوم جهانی به این طرف) نظریه آزادی‌خواهی (صفحات ۷۵ تا ۸۱) تلقی شده و بعدها از سوی نویسندگانی چون پیترسون (صفحات ۳۳ تا ۴۹) شرح و بسط یافت. پیترسون معتقد است جو فلسفی قرن بیستم شرایطی را فراهم ساخت که در پرتو آن مسئولیت اجتماعی در قبال مردم شکل گرفت و رسانه‌ها موظف شدند تا اطلاعات لازم را با تجزیه و تحلیل صادقانه در اختیار مردم قرار دهند.

کار به جایی رسیده است که دیوان‌عالی آمریکا نیز به افکار و اندیشه‌های فلسفی استناد می‌کند و در آرا و نظرات خود از فیلسوفانی چون میلتن، میل و دیگران نقل قول می‌کند. جان میلتن شاعر انگلیسی (۱۶۷۴ - ۱۶۰۸)، کار خود را با سرودن شعر آغاز کرد و سپس به مباحث سیاسی روی آورد و سرانجام به حرفه اصلی خود بازگشت و شعر بهشت گمشده و بهشت بازیافته (Paradise lost and Paradis Gained) را سرود. گرچه شعرا بهشت گمشده شناخته‌ترین اثر میلتن محسوب می‌شود اما مهم‌ترین اثر وی مقاله‌ای است تحت عنوان آرنو پاگیتیکا (Areopagitica) که به دفاع از آزادی بیان اختصاص دارد. استدلال میلتن در دفاع از آزادی بیان، در جریان رسیدگی به پرونده تایمز - سولیوان از سوی دیوان‌عالی آمریکا مورد استناد قرار گرفت و بدین ترتیب حق انتقاد از مقام‌های رسمی گسترش یافت.

در رسیدگی به دعوی تایمز - سولیوان از جانی استوارت میل (۱۸۷۳ - ۱۸۰۶) نیز نقل قول شد. استوارت میل نیز همانند میلتن در زمینه‌های مختلف تألیفاتی داشته است اما به گفته بسیاری از صاحب‌نظران مقاله «در آزادی افکار و بیان» بیشترین و پایدارترین تأثیر را بر اندیشه سیاسی برجای گذاشته است (گیلمور و دیگران ۱۹۹۰ ص ۴). از دیدگاه استوارت میل، آزادی افکار و بیان، کالاهایی گران‌بها محسوب می‌شوند.

بدین ترتیب، افکار و اندیشه‌های این فیلسوفان، همراه با پیکر آن‌ها در خاک دفن نشد، اما چندین قرن طول کشید تا ارزش واقعی‌شان شناخته شده و مورد بهره‌برداری قرار گیرد. برای مثال، تا دهه ۱۹۲۰ و بحث‌های اخلاقی اولین اصلاحیه قانون اساسی آمریکا که به آزادی‌های مدنی مربوط می‌شد، افکار جان استوارت امیل به‌ندرت مورد استفاده قرار می‌گرفت و تنها پس از جنگ اول جهانی و کشمکش بین دولت و مطبوعات بر سر آزادی بود که اندیشه‌های این فیلسوف اهمیت خود را بازیافت و به طور جدی در اولین اصلاحیه قانون اساسی و آرای صادره از سوی دیوان عالی کشور آمریکا انعکاس یافت (گیلمور و دیگران ص ۵). با احیای اندیشه‌های این فلاسفه، سرانجام پس از گذشت یک صد سال از زمان وفات استوارت میل و سیصد سال از مرگ میلتن غبار زمان از چهره کتاب‌ها و نوشته‌های آن‌ها زدوده شد.

گرچه تعمیم استدلال فلسفی به اخلاق روزنامه‌نگاری سابقه‌ای طولانی دارد، اما بهره‌گیری از این گونه مباحث در مکاتب روزنامه‌نگاری و ارتباطات پدیده‌ای تازه محسوب می‌شود. مدرسین مکاتب روزنامه‌نگاری از جمله توماس دبلیو. کوپر (Thomas W. Cooper) (۱۹۸۶ ص ۷۶) از کالج امرسون بارها بر این نکته تأکید داشته است که تشریح مسائل بنیادی مربوط به اخلاق از بازگو کردن ساده این گونه مسائل به مراتب سودمندتر است. کوپر می‌نویسد، مطرح ساختن این سؤال که یک سردبیر محلی چگونه در برابر اصطکاک (Conflict of Interest) منافع از خود واکنش نشان می‌دهد، می‌تواند از لحاظ آموزشی مفید واقع شود اما این سؤال که توماس هابس و دیوید هیوم چگونه یک معمای اخلاقی را حل نموده‌اند نکات جدی‌تر و عمیق‌تری را روشن خواهد ساخت.

در عین حال باید توجه داشت که درک این گونه نکات جدی و عمیق دشوار است چون برای درک آن‌ها و کشاندن واژه بغرنج اخلاق به اتاق خبر که با مسائل روزمره سروکار دارد آگاهی وسیع از مباحث فلسفی ضرورت دارد. پرداختن به مباحث جدی فلسفی و اخلاقی، کاملاً از حوصله و محدوده این فصل از کتاب خارج است اما برای علاقه‌مندان به این گونه مباحث در پیوست الف کتاب، فهرستی از کتاب‌های فلسفی ارائه گردیده که می‌تواند مفید واقع شود.

روش ساده‌تر برای نشان دادن این ارتباط متقابل، استفاده از اصلی‌ترین نقطه انشقاق تجزیه و تحلیل اخلاقی جهت تشریح چگونگی تأثیر ملموس مفاهیمی «چون امر مطلق» و «اصل سودمندی» بر درک مسئله تصمیم‌گیری در روزنامه‌نگاری است.

در یک تجزیه و تحلیل بسیار ساده (و باید گفت ساده‌اندیشانه) فیلسوفانی که به موضوع اخلاق پرداخته‌اند به دو گروه تقسیم می‌شوند: فیلسوفانی که از طریق پیامدهای پیش‌بینی شده به ارزیابی نتایج اخلاقی اقدامات خود می‌پردازند و کسانی که به جای ارزیابی نتایج تصمیمات، با بهره‌گیری از قوانین و موازین از پیش ارزیابی شده به بررسی دیدگاه‌های اخلاقی خود مبادرت می‌کنند.

مریل (Merril) و اودل (Odell) (۱۹۵۳) که فلسفه و روزنامه‌نگاری را به یکدیگر پیوند داده‌اند در کتاب تقریباً بی‌نظیری تحت همین عنوان چنین تقسیم‌بندی را از فلاسفه ارائه داده و معتقدند بررسی تفاوت‌های موجود بین اخلاقیونی که به پیامدها توجه داشته و گروه مقابل که به آن بی‌توجه‌اند اولین گام منطقی در بررسی نظریه‌ها و دیدگاه‌های اخلاقی محسوب می‌شود. این دو نویسنده در تشریح این دو گانگی از واژه‌های الهیست (Theological) و اخلاقیات (Deontological) استفاده کرده‌اند.

نظریه الهی، به شرحی که مریل و اودل ارائه داده‌اند نظریه‌ای است که در آن درستی یا نادرستی یک عمل یا یک رشته از اعمال با توجه به نتایج و پیامدهای آن‌ها ارزیابی می‌شود (ص ۷۹). نظریه اخلاقی درست عکس نظریه الهی است و نتیجه اعمال را نادیده می‌گیرد و داوری اخلاقی خود را دقیقاً بر استدلال مطلق، اراده خداوند یا موازین اجتماعی (ص ۷۹) بنا می‌کند. روش ساده‌تر و از لحاظ کلامی گویاتر برای تشریح این دو مقوله استفاده از دو واژه مترادف نتیجه‌گرا (پیامدگرا - هدف‌نگر consequentialist) و غیر نتیجه‌گرا (غیر پیامدگرا - وسیله‌نگر - Non-consequentialist) است. نظریه الهی نظریه نتیجه‌گرا و نظریه اخلاقی غیر نتیجه‌گرا تلقی می‌شود.

با توجه به دو نظریه نتیجه‌گرا و غیر نتیجه‌گرا می‌توان گفت برخی از مردم به هنگام مواجهه با یک تصمیم اخلاقی تقریباً راه میانه را اختیار می‌کنند و با سبک و سنگین کردن مزایا و معایب هر یک از این دو نظریه راه میانی را که حد فاصل این دو قطب متضاد است انتخاب می‌کنند. نمودار ۱-۲ پیوستاری را نشان می‌دهد که در آن نظریه نتیجه‌گرا و غیر نتیجه‌گرا و همچنین راه میانه به تصویر کشیده شده است.

میانه طلایی

از افراط دوری کن ...
با استفاده از استدلال
عملی، سعی کن بین افراط
و تفریط حد وسط را انتخاب کنی

نتیجه‌گرا

نتیجه مهم است.
در انجام کارها
رساندن بیشترین
فایده ممکن به
بیشترین تعداد
مردم را در نظر بگیر.

غیر نتیجه‌گرا

انگیزه‌ها عامل مهمی
محسوب می‌شوند. طوری
طوری عمل کن که رفتار
توسرلوحه همگان باشد.

نمودار ۱-۲ پیوستاری اخلاقی که تفاوت میان نظریه نتیجه‌گرا،
غیر نتیجه‌گرا و استدلال‌های میانه طلایی را نشان می‌دهد.

نتیجه‌گرایان در اصل معتقدند به جای داوری در مورد درست یا نادرست بودن یک عمل، باید نسبت به نتیجه حاصله از عمل به داوری پرداخت. از جان استوارت میل و جرمی بنتام به عنوان فیلسوفان نتیجه‌گرا یاد می‌شود. این دو فیلسوف نوعی نتیجه‌گرایی را که سودمندگرایی (Utilitarianism) نامیده می‌شود تبلیغ کرده‌اند که بیشترین فایده ممکن را برای بیشترین تعداد از افراد بشر یا آن گونه که استوارت میل می‌گوید بزرگ‌ترین شادمانی را فراهم آورد. (باید توجه داشت با آنکه استوارت میل و جرمی بنتام در اصول اساسی با یکدیگر هم عقیده‌اند اما تفاوت‌هایی بین دیدگاه‌های فلسفی آن‌ها وجود دارد). کوتاه سخن اینکه، نتیجه‌گرایان معتقدند هدف وسیله را توجیه می‌کند و در ارزیابی رفتار انسان‌ها، انگیزه عامل مهمی محسوب نمی‌شود. استوارت میل می‌گوید اگر شخصی شما را از غرق شدن نجات دهد آنچه حائز اهمیت است نجات یافتن شماست و مهم نیست که انگیزه وی از سر خیرخواهی یا شهرت‌طلبی شخص بوده است.

پیروان نظریه غیر نتیجه‌گرا معتقدند برای داوری در مورد یک عمل، نتیجه آن عمل معیار ارزیابی نیست. آنچه اهمیت دارد انگیزه فرد در تصمیماتی است که اتخاذ می‌کند. احتمالاً امانوئل کانت سرشناس‌ترین فیلسوف غیر نتیجه‌گرا محسوب می‌شود و هنوز هم دیدگاه‌های فلسفی وی راهنمای کسانی است که به امر مطلق اعتقاد دارند. کانت معتقد است افراد بشر در نوعی دموکراسی اخلاقی زندگی می‌کنند که معیار دوگانه در آن جایی ندارد. کانت می‌گوید آنچه در مورد یک فرد صدق می‌کند در مورد تمامی افراد مصداق دارد. امر مطلق بدین معنا است که هر فرد باید طوری عمل کند که رفتار او به صورت یک قانون جهان‌شمول درآید. مثلاً کانت ممکن است چنین استدلال کند که فرد حتی در صورت گم کردن راه و گرسنگی مفرط نیز حق ندارد به منظور سدجوع سرقت کند یا حتی تحت شرایط قابل توجیه، صداقت را زیر پا گذاشته و امر مطلق را نقض کند.

فیلسوفانی که به میانه روی در کارها معتقدند در اصل به درست بودن قضاوت فردی اعتماد دارند. به بیان دیگر، هنگامی که فرد به بررسی یک موضوع می‌پردازد باید از هر گونه افراط یا تفریط در قضاوت اجتناب کند. ارسطو از این مقوله به عنوان میانه طلایی که کوتاه‌ترین راه برای رسیدن به فضیلت می‌باشد یاد کرده است. ارسطو می‌گوید فضیلت اخلاقی، انتخاب راه میانه و دوری از افراط و تفریط است، راه میان‌های که نمی‌توان تنها از طریق تکیه کورکورانه بر پیامدها یا انگیزه‌ها به آن دست یافت بلکه به یک اصل منطقی نیاز دارد، اصلی که یک فرد منطقی براساس آن تصمیم‌گیری می‌کند.

دبلیو. دی. راس (W.D. Ross) نیز با نوشتن حاشیه‌ای نتیجه‌گرایانه بر نظریه کانت راه میانه دیگری با این مضمون ارائه داده است: اصول و موازین اخلاقی را به عنوان اصول خدشه‌ناپذیر قلمداد کن («سرت همیشه مذموم است») اما شرایط خاص فاجعه‌آمیز را که پای‌بندی به اصول اخلاقی مشکلات و زیان‌های جدی و شدید به دنبال دارد از این قاعده مستثنی کن (به خود زیان وارد مکن). راس در راستای این روش، اصول اخلاقی عدل و انصاف (طبق قانون اخلاقی با همگان یکسان رفتار کن) و نیک‌خواهی (به مردم نکویی کن و از بدخواهی بپرهیز) را مطرح ساخته است. مفاهیم نتیجه‌گرایی، غیر نتیجه‌گرایی و میانه طلایی به‌سادگی در تصمیم‌گیری‌های روزنامه‌نگاری مورد استفاده قرار می‌گیرند. در اینجا یک وضعیت فرضی (که گزارشگران و سردبیران در فعالیت‌های روزمره خود اغلب با مشابه آن برخورد می‌کنند) همراه با چگونگی ارزیابی آن از طریق نظریه‌های نتیجه‌گرا، غیر نتیجه‌گرا و میانه طلایی تشریح شده است:

مورد: نوجوانی که کاپیتانی یک تیم فوتبال محلی را برعهده دارد و مبصر کلاس یکی از دبیرستان‌هاست خود را در داخل ساختمان مدرسه حلق‌آویز می‌کند. سیاست روزنامه فرضی هرالد، خودداری از افشای هویت کسانی است که خودکشی می‌کنند، به‌ویژه اشخاص عادی (در مقایسه مقام‌های رسمی و دولت). به هر حال هیچ قانونی در مورد ممنوعیت افشای نام قربانی و جزئیات مربوط به خودکشی وجود ندارد و سه تن از سردبیران این روزنامه فرضی درباره احتمال انتشار جزئیات مربوط به این حادثه با یکدیگر تبادل نظر می‌کنند:

«سردبیر الف، یک پیامدگراست. وی می‌گوید: شما می‌دانید که سال‌های سال موضوع خودکشی نوجوانان را پنهان نگه داشته‌ایم. چنین وانمود می‌کنیم که گویا چنین حوادثی اتفاق نمی‌افتد یا اینکه تنها برای نوجوانانی پیش می‌آید که از خانه گریخته یا به مواد مخدر معتادند. این بار با نوجوانی روبه‌رو هستیم که همه چیز بر وفق مرادش بوده اما با وجود تمام کامیابی‌ها، خود را کشته است. جای بسی تأسف است - من می‌دانم که شرح جزئیات این خودکشی برای خانواده این نوجوان بسیار دردآور خواهد بود اما با نوشتن شرح کامل این حادثه ممکن است زندگی بسیاری از نوجوانان را نجات دهیم. بگذارید این موضوع را به مردم بگوییم که حتی یک نوجوان به ظاهر موفق و سرزنده نیز می‌تواند قربانی خودکشی شود. بیابید اسم او را فاش کنیم. همه مردم شهر او را می‌شناسند. این کار ممکن است تعدادی از مردم را از خواب غفلت بیدار کند. در ضمن نباید اجازه دهیم تا روزنامه‌های دیگر با انتشار جزئیات این حادثه ضربه هولناکی به ما وارد کنند. شما می‌دانید که روزنامه‌های دیگر خبر مربوط به این حادثه را با جزئیات کامل در صفحه اول خود چاپ خواهند کرد. در حال حاضر وضعیت مالی روزنامه چندان دلگرم‌کننده نیست و خودداری از انتشار خبر این حادثه به نابودی روزنامه منجر خواهد شد»

«سردبیر ب، غیر پیامدگراست. این خانم سردبیر چنین استدلال می‌کند: ما نمی‌توانیم اصولی را که برای حوادث عادی به کار می‌بریم به این رویداد تعمیم دهیم. بی‌تردید افشای نام قربانی، وسوسه‌انگیز است. به هر تقدیر نام او فاش خواهد شد اما چند سال است که سیاست ما بر عدم افشای نام قربانی است. آیا باید به تصور اینکه افشای نام قربانی سودمند واقع خواهد شد و تیرازه روزنامه را بالا خواهد برد سیاست خود را زیر پا بگذاریم؟ آیا چنین کاری بهره‌برداری از این کودک بیچاره نخواهد بود؟ ببینید، ما مطمئن نیستیم که با افشای نام قربانی زندگی کسان دیگری را نجات خواهیم داد. اما این نکته را می‌دانیم که با افشای نام این نوجوان زندگی را برای خانواده‌اش تلخ خواهیم کرد. به همین

دلیل است که سیاست روزنامه در چنین مواردی خودداری از افشای نام قربانی است. اجازه بدهید که همین رویه را ادامه دهیم. اگر قرار باشد خط مشی روزنامه را زیر پا بگذاریم پس برای چه خط مشی تعیین کرده‌ایم؟

«سردبیر ج، می‌خواهد راه میانه طلایی را دنبال کند. تصمیم این سردبیر تا حدود زیادی بر یک داوری فردی مبتنی است. تصمیمی توأم با تقوا و فضیلت که نه غیرمسئولانه است و نه قصد بهره‌برداری از این حادثه را دارد. تصمیمی که بیانگر اجتناب از افراط و تفریط است و بین دو موضوع افراطی تعادل ایجاد می‌کند. در واقع تصمیم مبتنی بر میانه طلایی بنا به دلایلی که در پایان فصل حاضر تشریح شده می‌تواند به همان اندازه تصمیم پیامدگرا و غیرپیامدگرا، دردآور باشد.

اما فرض بر این است که تصمیم مبتنی بر میانه طلایی یا به بیان دیگر داوری همراه با فضیلت بین دو طیف افراطی پیامدگرا و غیرپیامدگرا تصمیم توازن و تعادل ایجاد می‌کند و چگونگی استدلال را مورد توجه قرار می‌دهد. در پایان فصل حاضر در این زمینه نیز توضیحات بیشتری ارائه خواهد شد.

باید توجه داشت که تصمیم مبتنی بر میانه روی ضرورتاً به معنی سازش و زیر پا گذاشتن اصول نیست. سردبیری که برای اجتناب از تصمیمات افراطی سردبیر پیامدگرا و غیرپیامدگرا تلاش می‌کند تا تلفیقی از این دو تصمیم ارائه دهد و در بیان مطالب خود استدلالی ارائه دهد که در اصطلاح عامیانه از آن به عنوان نه سیخ بسوزد، نه کباب (no pain, no gain) یاد می‌شود.

فرض کنیم سردبیر «د» که از هواداران سرسخت سازش محسوب می‌شود سرزده وارد اطاق شده و راه حل زیر را پیشنهاد کند:

«سردبیر «د»: آیا نمی‌توانیم در مورد این موضوع یک راه حل بینابین ارائه داد؟ با وضعیتی روبه رو هستیم که افشای نام قربانی یا عدم افشای آن، هر یک مزایا و معایبی دارد. واقعیت این است که نمی‌توانیم موضوع خودکشی را نادیده بگیریم چون در صورت نادیده گرفتن آن، اشتباه بزرگی مرتکب می‌شویم. اما از سوی دیگر نباید با افشای نام قربانی خط مشی روزنامه را زیر پا بگذاریم. آیا بهتر نیست از ماجرای این کودک به عنوان یک رویداد عبرت آموز استفاده کنیم؟ به عقیده من باید خبر این خودکشی را بدون ذکر نام قربانی منتشر کنیم. باید اطلاعات اصلی و لازم را در اختیار خوانندگان قرار داد تا آن‌ها بدون اطلاع از نام قربانی از گستردگی خودکشی در میان نوجوانان آگاه شوند»

باید توجه داشت اظهار نظرهای سردبیران الف، ب و د مشکلات خاصی به همراه دارند. مشکلاتی مشابه آنچه منتقدان در بحث پیرامون فرضیه‌های اخلاقی کلاسیک عنوان می‌کنند. سردبیر الف را می‌توان به خاطر نادیده گرفتن انگیزه‌ها و ارائه دیدگاهی که عملی نیست سرزنش کرد. در صورت مطالعه دقیق اظهارات وی متوجه می‌شویم که یکی از نگرانی‌های عمده او عقب نماندن از رسانه‌های رقیب است. گرچه موضع وی به خودی خود غیراخلاقی محسوب نمی‌شود اما می‌توان آن را نوعی بی‌عاطفه‌گی توصیف کرد.

استدلال وی در مورد بازدارندگی، موجه به نظر می‌رسد اما از کجا می‌توان مطمئن شد که چنین نتیجه‌ای به دست خواهد آمد. منتقدان نظریه پیامدگرایی می‌گویند از طریق پیامد تصمیمات، به هیچ وجه نمی‌توان به داوری پرداخت چون به ندرت می‌توان پیامدها را پیش‌بینی کرد. آیا انتشارخبر مربوط به خودکشی این نوجوان، از خودکشی دیگر نوجوانان جلوگیری خواهد کرد؟ شاید آری و شاید هم نه. آیا عاقلانه‌تر نخواهد بود اگر تصمیم خود را بر یک فرضیه دیگر که ما از صحت آن اطمینان داریم استوار کنیم یعنی سیاست و خط مشی روزنامه که خودداری از افشای نام خانواده‌ای است که بر اثر خودکشی یکی از اعضای خود ضربه هولناکی متحمل شده است. خودداری از افشای هویت قربانی عاقلانه‌ترین کار است.

از دیدگاه منتقدان اخلاق کلاسیک، هواداران نظریه غیرپیامدگرا نظیر سردبیر «ب» نیز تا حدودی قابل انتقادند چون به عقیده منتقدان، پیروی کورکورانه از امر مطلق از واقعیت‌گرایی به دور است. علاوه بر این، منتقدان معتقدند این طرز تفکر، ذاتاً متناقض است.

در همین راستا می‌توان سردبیر غیرپیامدگرا را نیز به خاطر جلوگیری از چاپ جزئیات مربوط به خودکشی به ایجاد مانع بر سر راه یک اقدام خیرخواهانه متهم کرد. گفته می‌شود (برخی از صاحب‌نظران در واقع تأکید دارند) نوجوانانی که به فکر خودکشی می‌افتند علائمی از ناهنجاری را از خود نشان می‌دهند، این گونه نوجوانان در مورد خودکشی با افراد خانواده و دوستان صحبت می‌کنند. اگر اعضای خانواده و دوستان به این صرافت نیفتند که نوجوان ظاهراً سرخوش و عاری از مشکل به فکر خودکشی است و از پیش‌بینی چنین حادثه‌ای غافل بمانند در آن صورت آیا خودداری از انتشار خبر مربوط به خودکشی به بهانه عدم جریحه‌دار ساختن خانواده قربانی نوعی خیانت محسوب نمی‌شود؟

در اینجا نیز نوعی تناقض منطقی وجود دارد. با اتخاذ یک خط مشی بازدارنده مبنی بر خودداری از افشای هویت قربانی، آیا به نوعی، پیامدهای احتمالی را پیش‌بینی نمی‌کنیم؟ (لکه‌دار کردن نام قربانی، نقض حریم خانواده و حتی قلم‌فرسایی درباره خودکشی از جمله موضوعاتی است که حامیان خط مشی خودداری از افشای نام قربانی در بحث‌های خود عنوان می‌کنند). بدین ترتیب، چنین به نظر می‌رسد که هواداران خط مشی خودداری از افشای هویت قربانی، خود به نوعی از هواداران سرسخت نظریه پیامدگرا محسوب می‌شوند.

راه حل بینابین ارائه شده از سوی سردبیر «د» تا حدودی مجاب‌کننده به نظر می‌رسد اما آیا در عمل قابل پیاده کردن است؟ راه حل بینابین این سردبیر گرچه سودی برای سردبیر و خوانندگان به همراه ندارد اما ضرری را هم متوجه کسی نمی‌کند. راه حل پیشنهادی سردبیر «ج» که چیزی جز یک امتیاز کلامی بی‌ارزش نیست و هیچ مشکلی را از پیش پا بر نداشته و حتی ممکن است زیان‌آور نیز باشد. قبل از هر چیز انتشار گزارشی در مورد خودکشی یک نوجوان دانش‌آموز در یک دبیرستان فرضی ممکن است در میان خوانندگان روزنامه که احتمالاً یکی از دوستان یا بستگانشان در این دبیرستان فرضی تحصیل می‌کنند وحشت ایجاد کند.

اگر چنین خوانندگانی دوست یا قوم خویش نوجوان خود را در آن روز بخصوص یا چند روز گذشته ندیده باشند بالطبع فکر خواهند کرد که قربانی مورد نظر همان دوست یا قوم خویش آن‌هاست. دوم اینکه، انتشار گزارش ناقص از یک رویداد می‌تواند نتایج ناخوشایندی به همراه داشته باشد. نوشتن اینکه ... کاپیتان یک تیم فرضی فوتبال و مبصر کلاس یکی از دبیرستان‌ها خودکشی کرده بدون آنکه نام وی عنوان شود در واقع افشای هویت قربانی به شکل مضحک آن است.

البته این راه‌حل به شکل فوق، مبالغه‌آمیز است. تحت شرایط مناسب‌تر و برخورد منطقی‌تر از سوی سردبیر، می‌توان بدون ذکر نام قربانی، خبر خودکشی را منتشر نمود. ارائه راه‌حل بینابین ضرورتاً طفره رفتن از مسئولیت نیست اما باید دقت نمود ناخواسته به دیگران لطمه‌ای وارد نشود.

حال ببینیم سردبیر «ج» که مدافع میانه روی طلایی است در چنین وضعیتی چگونه عمل خواهد کرد؟ درست نمی‌دانیم اما باید گفت با داوری منطقی و عاقلانه از افراط کاری اجتناب خواهد شد و ضمن محترم شمردن حریم خانواده قربانی، اطلاعات لازم در مورد این حادثه در اختیار عموم قرار خواهد گرفت. (در اینجا نیز راه‌حل میانه با مشکلات خاصی همراه است که شخص سقراط به برخی از آن‌ها اعتراف کرده است. میانه طلایی یک چارچوب خاص را از پیش تعیین می‌کند یعنی اینکه طرفدار این نظریه از قبل برای خود پارامترهایی را فرض کرده است. این گفته بدین معنا است که اگر فردی تحت شرایط خاصی کشتار جمعی را موجه قلمداد می‌کند پس بین کشتار جمعی

منطقی و غیرمنطقی یک نقطه فرضی بینابین وجود دارد. تحت چنین شرایطی مشکلات ناشی از قضاوت شخصی از میان نخواهد رفت بلکه کاربرد استدلال مبتنی بر میانه طلایی را محدود خواهد نمود).

به هر تقدیر، می‌دانیم که انسان‌های خوش طینت و روزنامه‌نگاران مجرب در برخورد با مسائل بغرنج نظیر آنچه در بالا به آن پرداختیم دیدگاه‌های متفاوتی دارند. در واقع آنچه تشریح کردیم صرفاً جنبه فرضی ندارد. یک نوجوان سرشناس در ایالت مینه‌سوتا به همین ترتیب به زندگی خود خاتمه داد. روزنامه‌های پل پایونیرپرس (*Paul Pioneer Press*) و دیسپچ (*Dispatch*) از افشای نام قربانی خودداری کردند در حالی که دو روزنامه مینه پولیس استار (*Minneapolis*) و تریبون (*Tribune*) جزئیات کامل این رویداد را چاپ کردند. دیدگاه‌های سردبیران این روزنامه‌ها در فصل هفت تشریح شده است و شما با استدلال‌های اخلاقی آن‌ها آشنا خواهید شد.

تقابل دو نظریه پیامدگرا و غیرپیامدگرا ممکن است مشکل‌گشا نباشد چون آگاهی از تفاوت‌های این دو نظریه مشکل ناشی از داوری اخلاقی را حل نمی‌کند اما همین مقابله دست کم ابزاری است که به درک اولویت‌ها به هنگام تصمیم‌گیری‌های اخلاقی کمک می‌رساند.

البته با توجه به شرایط متفاوت، اولویت‌ها نیز تفاوت می‌کند. بی‌تردید عواملی چون نقطه ضعف و نقطه قوت و عامل زمان در نحوه رویکرد ما به نظریه پیامدگرا یا غیرپیامدگرا تأثیر می‌گذارد. زمان و فوریت در روزنامه‌نگاری نقش بسیار مهمی ایفا کرده و اغلب بین آنچه اولویت منطقی و گذرا نامیده می‌شود تضاد ایجاد می‌کند. برای مثال یک گزارشگر تلویزیون درحالی که در مقابل کاخ سفید، ساختمان کنگره یا محل وقوع یک فاجعه ایستاده است با اظهار نظری به گزارش خود پایان می‌دهد. امروزه این نوع گزارش بسیار معمول است و ما به دیدن آن عادت کرده‌ایم و گزارشگران تلویزیون مروج آن می‌باشند.

اما این گزارش جنبه گذرا دارد. گزارش واقعی پس از مراجعت خبرنگار به ایستگاه تلویزیون و مروری بر یادداشت‌ها و چند تلفن تهیه می‌شود و گزارشگر تلاش می‌کند تا به بهترین وجه ممکن گزارش رویداد را ارائه دهد. از لحاظ منطقی گزارشی که بدین ترتیب تهیه می‌شود، باید زمانی که خبرنگار به حال ایستاده نکات پایانی گزارش خود را ارائه می‌دهد به بینندگان عرضه شود. اما در گزارش گذرا، فرصت چنین مطالعه و دقتی نیست و لازمه ارائه گزارش جامع از یک رویداد، بازگشت مجدد به محل حادثه است.

بدین ترتیب یکی از موارد اختلاف بین اولویت منطقی و گذرا تدوین قسمت پایانی گزارش در ابتدای کار است. هر گونه چشم‌پوشی و غفلت در ارائه گزارش از یک رویداد می‌تواند صحت و دقت گزارش را زیر سؤال ببرد و یک مشکل اخلاقی پدید آورد. برخی از گزارشگران به این مسئله پی برده و تلاش می‌کنند تا از ارائه گزارش‌های زنده از رویدادها اجتناب کنند. بایرون هریس (*Byron Harris*) یکی از روزنامه‌نگاران پرس‌و‌جوگر از ایستگاه تلویزیونی دالاس (نقل شده توسط بیاگی (*Biagi*)، ۱۹۸۷ ص ۲۰۴) می‌گوید شیوه گزارشی زنده از رویدادها که با ایستادن خبرنگار در محل حادثه صورت می‌گیرد مضحک است. گزارشگران مطبوعات که گزارش خود را به صورت مکتوب تهیه می‌کنند هرگز آخرین پاراگراف گزارش خود را در ابتدای گزارش جای نمی‌دهند. گزارشگران تلویزیونی همیشه این شیوه را دنبال می‌کنند و گزارش نهایی خود را در همان ابتدای گزارش یک رویداد بازگو می‌کنند. این روش مخصوص گزارش‌های ایستاده بوده و پدیده‌ای نامعقول است. گزارش‌های ایستاده را در یک جمله می‌توان چنین خلاصه کرد: «تلاش می‌شود تا با ارائه گزارشی از صحنه رویداد، مخاطب را به تصمیم‌گیری در زمینه حادثه وادار نمود و ظرف یک ساعت از گذشت وقوع حادثه، نتیجه‌گیری نهایی خبرنگار به مخاطب القاء می‌شود. بدین ترتیب، برداشت مخاطب از رویداد شکل می‌گیرد.»

در مورد واکنش سردبیر «ج» که روزنامه‌نگاری با تقوا است و به میانه طلایی تکیه می‌کند مطلب چندان زیادی نمی‌دانیم. این سردبیر می‌تواند تصمیم‌پسندیده‌ای اتخاذ کند چون برای خود معیارهای خاصی دارد، معیارهایی که

توسط دکتر جیمز گوستافسان (Dr. James Gustafson) (مصاحبه ۱۹۹۰) مؤلف کتاب در جست‌وجوی حقیقت: مقدمه‌ای بر فلسفه (Quest for Truth: An Introduction to Philosophy) تشریح شده است. گوستافسان معتقد است کسانی که قادر به اتخاذ تصمیمات پسندیده هستند چنین ویژگی‌هایی را دارا می‌باشند:

۱. در اصل افرادی نجیب و آگاه هستند. در مورد نجابت باید گفت: اعتدال و میانه‌روی با آشتی دادن دو قطب متضاد یعنی انداختن دشمنان در روغن داغ یا به عرش اعلا رساندن آن‌ها سازگاری ندارد. معیارها باید منطقی باشد. به همین دلیل یک روزنامه‌نگار با فضیلت باید از مسائلی که بر تصمیم‌گیری‌هایش تأثیر می‌گذارند آگاهی کافی داشته باشد.

گوستافسان می‌گوید: «در خلال قرون متمادی فلاسفه بر این باور بوده‌اند که تصمیمات توسط گروه خاصی از افراد اتخاذ می‌شود. افرادی که نه تنها به صفاتی چون نجابت، صداقت و کمال آراسته‌اند بلکه درک درستی از جامعه و فرهنگ نیز دارند. نمی‌توان فرمول‌هایی را از فلاسفه به عاریت گرفته و آن‌ها را در خارج از قالب خود به کار بست چون نتیجه چنین کاری جز آشفتگی و هرج و مرج نخواهد بود.»

۲. نظرات پیامدگراها و غیرپیامدگراها را مورد بررسی قرار داده و علت استفاده آنان از این گونه استدلال‌ها را درک می‌کنند. گوستافسان می‌گوید در بسیاری از موارد از جمله وقتی که فرد از موضع قدرت با موضوعی برخورد می‌کند، یا مواقعی که فرد کنترل کامل اوضاع را در دست دارد یا از هدفی که به روشنی وسیله را توجیه می‌کند سود می‌برد نحوه استدلال پیامدگراها بسیار جذاب است. استدلال غیرپیامدگراها اغلب در مواردی که شخص در موضع ضعف قرار دارد و برای جلب حمایت یا حفظ خود، خواهان اعمال یک رشته موازین است، جذاب به نظر می‌رسد. هیچ یک از این دو موضع‌گیری بر قضاوت توأم با ارزش‌گذاری متکی نیست و صرفاً، چشم‌انداز دیگری برای ارزیابی علت روی آوردن افراد به نوع خاصی از استدلال اخلاقی، ارائه می‌دهد.

۳. سرانجام، شخص با فضیلتی که می‌خواهد با تکیه به میانه‌روی طلایی به داوری بپردازد می‌داند که ممکن است چنین قضاوتی برایش گران تمام شود. به گفته گوستافسان، از جمله مشکلاتی که ارسطو به آن اشاره کرد، این است که «شخص نمی‌تواند بدون آمادگی به از خودگذشتگی، کار درستی انجام دهد. شخص با فضیلت باید ضمن پای‌بندی به اصول برای پرداخت تاوان شخصی، جهت دستیابی به فضیلت نیز آمادگی داشته باشد.»

گوستافسان و دیگر فیلسوفان فضیلت‌گرا در مواردی از این برداشت که اخلاقیون با ارائه یک رشته فرمول‌های از پیش تعیین شده برای حل تمامی مشکلات در واقع مشکل‌گشایان چیره‌دستی محسوب می‌شوند انتقاد کرده‌اند. منطقی‌تر این است که گفته شود بهترین تصمیم، توسط فردی که در حل مشکلات و معماها مهارت دارد اتخاذ نمی‌شود بلکه از سوی فرد اخلاقی دارای فضیلتی اتخاذ می‌شود که می‌داند انتخاب درست او ممکن است بی‌دردسرتترین انتخاب نباشد. البته اکثریت مردم تن به نوشیدن شوکران نخواهند داد اما ممکن است یاد بگیرند که تصمیمات خود را بر چارچوب‌های ارائه شده از سوی متفکرین گذشته استوار نمایند و از این بابت ناملایماتی را نیز متحمل شوند. اما در هر حال بسیاری از کسانی چون ما که در زمینه اخلاق، تدریس یا مطلب می‌نویسیم، بر این نکته واقفیم که پیروی از یک نظام فکری منظم و مدون، ثمربخش می‌باشد و روی آوردن به چنین اندیشه‌هایی به رشد و تکامل یک نظام ارزشی کمک خواهد کرد.

به موازات وقوف یافتن تعداد بیشتری از مردم به این مطلب، تعداد بیشتری از مدرسین حرفه روزنامه‌نگاری و دیگر رشته‌های دولتی و تجاری به این نتیجه می‌رسند که بسیاری از معماهای اخلاقی جهان امروز تنها به عصر حاضر اختصاص ندارد. متفکران در طول قرون متمادی پیوسته با چنین معماهایی دست به گریبان بوده‌اند. گرچه هیچ یک از متفکرین برای تمامی مسائل پیچیده‌ای که روزنامه‌نگاران با آن‌ها مواجهند پاسخ قانع‌کننده‌ای ندارند اما می‌توانند برای مداوای جنون خاصی که ما به آن مبتلا هستیم تا حدودی کمک کنند.

بخش دوم: اصول

فصل ۳

دقت و عینیت

آن روی سکه نیز روی دیگری دارد. (The reverse side of a coin also has a reverse)

«ضرب المثل ژاپنی»

در ۲۴ اکتبر ۱۹۸۹ شبکه خبری سی بی اس گزارشی از یک حادثه هولناک که شب قبل از آن، در بوستون اتفاق افتاده بود پخش کرد. این گزارش به گفته برخی از ناظران از جمله فرد فرندلی (۱۹۸۹) سرپرست پیشین اخبار سی بی است به علت وارد آوردن ضربه مختل کننده‌ای به دقت و عینیت رسانه‌های خبری یک بحث ملی ایجاد کرد. این گزارش تلویزیونی که توسط بتسی آرون (Betsy Aaron) خبرنگار سی بی تهیه و در بخش اخبار شامگاهی سی بی اس توسط دان را در (Dan Ralther) خوانده شد با تصویر ویدیویی زنی که در داخل یک خودرو از حال رفته بود و امدادگران فوریت‌های پزشکی، تلاش می‌کردند تا او را از اتومبیل خارج کنند آغاز می‌شد.

تصویر

صدا

تصاویر امدادگران که سرگرم خارج ساختن زن از خودرو هستند

چارلز استوارت: من تیر خوردم ...
خبرنگار: شوهر از تلفن اتومبیل خود به شماره ۹۱۱ تلفن می‌کند ...

صحنه کوتاهی از اطاق ارتباطات اضطراری اداره پلیس

مأمور پلیس: الان شما کجا هستید آقا؟ می‌توانید مشخصات محل را اعلام کنید؟

چارلز استوارت: نه، نمی‌دانم ... او ما را مجبور کرد تا به نقطه پرت و دور افتاده‌ای برویم. هیچ نشانه خاصی به چشم نمی‌خورد ... خدای من ...

تصاویر چارلز و کارول استوارت در کنار یکدیگر در حالی که هر دو لبخندی بر لب دارند.

گزارشگر: کارول و چارلز استوارت اندکی پس از ترک بخش زایمان بیمارستان زنان در بریگهام بوستون در داخل اتومبیل خود مورد حمله یک مرد مسلح قرار گرفته و شخص مهاجم پس از ربودن یک صد دلار و دو عدد ساعت آن‌ها را هدف گلوله قرار داد.

نشان دادن تصویر اتومبیل، پلیس و امدادگران

تصویر نزدیک از کارول در داخل اتومبیل

کارول در حالی که گلوله‌ای به سرش اصابت کرده است در داخل اتومبیل در کنار شوهرش بیهوش افتاده ولی هنوز نفس می‌کشد چارلز در حالی که گلوله‌ای به شکمش اصابت کرده تلفن اتومبیل را برداشته و تقاضای کمک می‌کند.

تلفنچی ۹۱۱ (اطلاعات پلیس) گوشی را برداشته و می‌پرسد آیا همسرتان هنوز نفس می‌کشد؟

چارلز استوارت: چی میگی آقا تلفنچی ۹۱۱: ارتباط خودت را با من قطع نکن چارلز

چارلز استوارت: چی میگی آقا من دارم می‌میرم.

چارلز استوارت: من دارم از حال می‌رم
تلفنچی ۹۱۱: تو نباید ارتباط را با من قطع کنی. من به کمک تو احتیاج دارم ... باید اطلاعاتی در مورد محل حادثه به من بدهی تا بتوانیم شما را پیدا کنیم. چاک، چاک، آیا صدای من را می‌شنوی؟

گزارشگر: گری مک‌لوگلین تلفنچی اداره پلیس ماساچوست برای مدت ۱۳ دقیقه چارلز استوارت را به ادامه مکالمه مشغول می‌کند.

مک‌لوگلین: این کار ماست و هر روز با آن سر و کار داریم.

گزارشگر: تا کنون هیچ مکالمه‌ای به این شکل نبوده است. وقتی که چارلز استوارت بیهوش هنوز تلفن اتومبیلش روشن بود. پلیس توانست از روی امواج تلفنی محل حادثه را پیدا کند.

کارول استوارت به بیمارستان زنان بریگهام منتقل می‌شود و پزشکان فوراً وی را تحت عمل جراحی سزارین قرار می‌دهند و فرزند پسرش را از رحم بیرون می‌آورند و کارول فوت می‌کند.

چارلز استوارت در بیمارستان بوستون در شرایط خوب نشان داده می‌شود.

وی توانست مشخصات مبهمی از مهاجم مسلح در اختیار پلیس قرار دهد. هیچ نوع اطلاعاتی از وضعیت پسر چارلز استوارت در دست نیست
بتسی آرون، خبرنگار بی‌اس، بوستون.

تصویری از کارول در حالی که توسط امدادگران از اتومبیل خارج می‌شود.

تصویر چارلز در حالی که داخل آمبولانس گذاشته می‌شود

تصویر نزدیک مک‌لوگلین تلفنچی اداره پلیس. تصویری از آمبولانس

آمبولانس در جاده با سرعت پیش می‌رود

تصویری از داخل آمبولانس

آمبولانس آژیر کشان دور می‌شود.

تصویری از امدادگران که سرگرم ارائه کمک‌های اولیه به چارلز استوارت هستند تصویری از داخل آمبولانس

ماجرای چارلز استوارت اعتماد افکار عمومی به برداشت دقیق و عینی روزنامه‌نگاری را متزلزل ساخت. دو واژه دقت و عینیت نیز به واژه حقیقت که جزئی از قاموس گزارشگری است اضافه شده‌اند. گزارش اولیه از ماجرای چارلز استوارت کاملاً ساخته و پرداخته ذهن چارلز استوارت بود. در ژانویه ۱۹۹۰ برادر چارلز استوارت مدارک و شواهد

تکان دهنده‌ای ارائه داد که نشان می‌داد خانم استوارت توسط شوهرش به قتل رسیده و استوارت سپس خود را مجروح کرده است. با پیگیری‌های پلیس، مجرم بودن استوارت در مورد قتل همسر و فرزندش محرز شد و استوارت با پریدن در آب‌های سرد لنگرگاه بوستون به زندگی خود پایان داد.

چرا اظهارات استوارت در مورد این حادثه به راحتی پذیرفته و هضم شد و بدون آنکه از سوی رسانه‌های خبری، مورد ارزیابی قرار گیرد عیناً نقل شد؟ مارک جانکوویتز (Mark Jankowitz) از نشریه بوستون فونیکس (Boston Phoenix) در یک مصاحبه تلویزیونی (۱۹۹۰) گفت اولین درس از کتاب راهنمای خبرنگار جنایی در مورد حوادثی چون ماجرای استوارت بر مضمون بودن همسر اشاره دارد. جانکوویتز اعتراف کرد که در مورد این حادثه خاص از این مسئله غافل ماندیم. وی گفت اگر بخواهیم از این ماجرا درس عبرتی بگیریم باید گفت در چنین مواقعی باید بطور مستقل درباره صحت و سقم مطالب عنوان شده تحقیق شود.

واقعیت امر این است که بسیاری از روزنامه‌نگاران نسبت به صحت ماجرای استوارت تردید داشتند اما این تردیدها هرگز مطبوعات یا رادیو - تلویزیون انعکاس نیافت. علت چه بود؟ شاید این گفت و شنود که تحت عنوان «سوی دیگر اخبار» در سمینار دانشگاه کلمبیا (ضبط ویدیویی در ۱۷ ژانویه ۱۹۹۰) صورت گرفت بتواند به روشن شدن موضوع کمک کند. این مناظره که بین فرد فرندلی و بیل کوواچ (Bill Kovach) سرپرست بنیاد نیمن (Neiman Foundation) دانشگاه هاروارد (مؤسسه‌ای که به مطالعه مطبوعات اختصاص دارد)، مسئله دقت و عینیت ماجرای استوارت، مورد بررسی و ارزیابی قرار گرفت.

کوواچ: از همان ابتدای ماجرا، تمامی روزنامه‌نگاران در مورد صحت گزارش تردید داشتند. فرندلی: من تمامی نشریات را مطالعه کرده و به اخبار شبکه‌های تلویزیونی گوش داده‌ام اما در هیچ یک از آنها نشانه‌ای از شک و تردید نسبت به صحت ماجرا ندیده‌ام. تردید و دو دلی نسبت به صحت ماجرا تماماً حالت مخفی داشت ولی هیچ یک از رسانه‌های خبری، آن را ابراز نداشتند. درست است ... اما؟

کوواچ: این سؤالی است که برای من نیز مطرح است. با روزنامه‌نگارانی که درگیر این ماجرا بوده‌اند صحبت کرده‌ام آن‌ها نسبت به صحت ماجرا تردید داشتند. ... پلیس می‌گوید: هیچ کس شک و تردید خود را به صورت اتهام مطرح نداشت. بیشتر اتهامات حالت اظهارات بی‌اساس را داشت.

فرندلی در این مناظره به ارائه تصویر شهیدگونه از خانواده استوارت اشاره کرد و گفت مطبوعات در ارائه گزارش‌های خود از این ماجرا ضمن تأکید بر ضرورت انعکاس این رویداد به عنوان نبردی میان خیر و شر، خانواده استوارت را به صورت یک خانواده اصلی آمریکایی ترسیم کردند و خبرنگاران با همدردی خاصی از قربانیان این حادثه یاد می‌کردند. رسانه‌های خبری در انعکاس اخبار مربوط به ماجرای استوارت، نه تنها اصل صحت را دقیقاً رعایت نکردند بلکه عینیت را کاملاً نادیده گرفتند. اظهارات فرندلی در مورد احساس هم‌دردی خبرنگاران با اعضای خانواده استوارت که از حومه‌نشینان متوسط بودند علت اصلی نادیده گرفتن دو اصل صحت و عینیت را روشن می‌کند. پس از روشن شدن قضایا بسیاری از روزنامه‌نگاران اعتراف کردند که احساس نزدیکی و تعلق خاطر شخصی سبب شد تا آن‌ها در نقل مطالب، اصل عینیت را نادیده بگیرند.

جانکوویتز از نشریه فونیکس در این مناظره گفت ماجرای استوارت یک داستان جنایی مناسب برای انعکاس در رسانه‌ها بود. وی گفت در این داستان، زندگی مردمی عادی به تصویر کشیده شده است (احتمالاً مردم عادی طبقه متوسط که شرایط زندگی آن‌ها مشابه زندگی روزنامه‌نگاران است) که از بیمارستانی در مرکز شهر مرخص و یک راست به دیار ابدیت شتافتند.

نتایج به دست آمده از کالبد شکافی نشان داد که در نقل ماجرای استوارت از سوی رسانه‌ها اشتباهات متعددی روی داد که از جمله این اشتباهات تقدیس یافتن اطلاعات است که به محض انتشار آن در یک روزنامه یا بیان آن از سوی رسانه‌های صوتی و تصویری به عنوان وحی مُنزل تلقی می‌شوند. به محض نقل یک مطلب از سوی یکی از رسانه‌ها، رسانه‌های دیگر نیز بدون ارزیابی به تکرار آن می‌پردازند موضوعی که جورج ویل (George Will) به مسخره، از آن این گونه یاد کرده است: «ما شایعات را به‌طور دقیق گزارش می‌کنیم». (برای آگاهی بیشتر از تقدسی اطلاعات و بحث عجیبی که با اظهار نظر جورج ویل مطابقت می‌کند و به‌طور کامل نقل شده به فصل ۷ مراجعه شود). متأسفانه باید گفت بشر نمی‌تواند به‌سادگی صحت و سقم واقعیت‌ها را در شکل ظاهری آن‌ها تشخیص دهد. واقعیت یک پدیده ملموس نیست و تنها پس از گذشتن از صافی اندیشه‌های شخصی، برداشت‌ها و دیدگاه‌ها از خلاف واقع تمیز داده می‌شود و همین امر مشکلات تازه‌ای در راه صحت و عینیت اطلاعات ایجاد می‌کند.

زبان شناسی به نام راسل اف. دلبیو. اسمیت مشکل فوق را به شرح زیر خلاصه کرده است:

مفاهیمی که مردم با آن‌ها زندگی می‌کنند از ادراکات و زبان سرچشمه می‌گیرند و از آنجا که ادراکات تنها در پرتو مفاهیم قبلی دریافت و تجزیه و تحلیل می‌شوند در نتیجه انسان‌ها در واقع در حصارى که توسط زبان ساخته شده و حدود و ثغوری که زبان تعیین می‌کند محصور می‌شوند و به همین دلیل باید از زبان‌شناسی برای توسعه دامنه آگاهی‌های بشر استفاده شود. ... (نقل شده توسط پوستمن (Postman) و وینگارتنر (Wiengartner) ۱۹۶۶، ص ۱۲۲)

به بیان ساده، آگاهی آن گونه که تصور می‌شود پدیده چندان ساده‌ای نیست. در واقع مطالعه این موضوع که «آیا واقعاً ما چیزی می‌دانیم یا نه و اگر می‌دانیم چگونه» - معرفت‌شناسی (Epistemology) - سابقه‌ای طولانی دارد. بیان این موضوع به حدی پیچیده است که در اینجا نمی‌توان آن را تشریح کرد اما ذکر این نکته ضروری است که در قرن بیستم بیشتر بحث‌های مربوط به معرفت‌شناسی به ماهیت واژه‌ها و چگونگی تأثیر آن‌ها بر شناخت انسان، چگونگی دریافت آگاهی‌ها و نتیجه‌گیری از دانش محدود شده است.

مثلاً لودویک ویتگنشتاین تلاش کرد تا نشان دهد مسائل فلسفی اغلب از زاویه نادرست مورد بررسی قرار گرفته‌اند. به عقیده وی بسیاری از مناقشات فلسفی از نارسایی‌های موجود در درک منطق زبان، سرچشمه می‌گیرد. به بیان دیگر، دنیای واقعی دنیایی است که توسط زبان انعکاس یافته است و همین بازتاب و دنیای واقعی، دنیایی را که ما مشاهده می‌کنیم رنگ‌آمیزی می‌کند. پیچیدگی‌های موجود در گردش امور دنیای واقعی صرفاً، نتیجه توصیف آشفته ما از دنیای واقعی است.

یکی دیگر از تحولات عمده در بررسی زبان‌شناسی، توسعه علوم و فلسفه معناشناسی (Semantics) است که به مطالعه مبانی واژه‌ها و پیوند میان کلمات اختصاص دارد. این رشته از علوم تا حدود زیادی یک پدیده تازه محسوب می‌شود. در واقع کلمه معناشناسی بیشتر از یک صد سال عمر ندارد و گویا اوّل بار در سال ۱۸۹۷ توسط میشل بریل (Michel Breal) زبان‌شناس فرانسوی در اثری تحت عنوان مقاله‌ای در معناشناسی (Essay de Semantique) به کار گرفته شد (پستمن و وینگارتنر ۱۹۶۶ ص ۱۲۴). در پس ترجمه این مقاله به زبان انگلیسی، اصطلاح معناشناسی در نوشته‌هایی که به بررسی مشکلات مربوط به معنی واژه‌ها اختصاص داشت متداول شد.

بیشتر مباحث مربوط به معناشناسی تا حدود زیادی نامفهوم باقی مانده است (نمونه بارز چنین ابهامی مترادف دانستن آن با مسائل است که کم اهمیت و دور از ذهن تلقی می‌شوند و در چنین مواردی گفته می‌شود «این مسئله تنها جنبه معناشناسی دارد»!).

به هر حال اثر مهندس لهستانی‌الاصلی به نام آلفرد کورزیبسکی (Alfred Korzybski) تحت عنوان (مردانگی بشریت (Manhood of Humanity) که از رویدادهای جنگ دوم جهانی الهام گرفته بود تا حدود زیادی این واژه را

متداول ساخت و چندین شاخه متمایز این رشته علمی را به یکدیگر پیوند داد. کتاب این نویسنده در واقع تلاشی در جهت بررسی نقش زبان در زندگی بشر و نشان دادن عملکرد آن به عنوان عاملی برای محصور کردن انسان به عصر و زمانی است که در آن زندگی می‌کند. اثر بعدی کورزیبسیکی تحت عنوان علم و درایت (Science and Sanity) به آنچه وی از آن به عنوان معناشناسی عمومی (General semantics) یاد کرده است اختصاص داشت. این اصطلاح برای جلوگیری از درهم آمیختگی رشته‌های کاملاً تخصصی مطالعه معرفت‌شناسی ابداع شد. معناشناسی عمومی بر آن بود تا عامل پیوند مطالعات مربوط به معانی، زبان‌شناسی و رفتارشناسی را در یکدیگر ادغام کند.

بدین ترتیب علم معناشناسی که به مطالعه معنی واژه‌ها اختصاص داشت گامی فراتر برداشته و به مطالعه واکنش انسان در برابر کلمات پرداخت، واکنشی که زمانی منطقی و در مواردی غیرمنطقی و شاید خشونت‌آمیز می‌باشد. کورزیبسیکی نه تنها به استفاده از واژه‌ها برای تعریف واژه‌های دیگر استفاده می‌کرد بلکه نشان داد که واژه‌ها مفاهیم مجردی هستند که در ضمیر آگاه و ناآگاهی انسان واکنش‌هایی را سبب می‌شوند.

کورزیبسیکی برای نشان دادن تأثیر نمادها در بروز هیجان‌ات روحی، ماجرای گرفتاری مردی را نقل می‌کند که به گل سرخ حساسیت داشت و به محض قرار گرفتن در مجاورت آن به شدت دچار زکام می‌شد. این شخص همین حساسیت شدید را در هنگامی که یک دسته گل سرخ کاغذی به وی هدیه شد از خود نشان داد. در ابتدایی‌ترین سطح ممکن، شخصی که با مشاهده رُزهای کاغذی دچار عطسه شده است، مشاهده و باور را یک فرایند واحد دانسته است. صاحب نظران علم معناشناسی عمومی بر این عقیده‌اند که مشاهده و باور هرگز یک فرایند واحد نیستند، چون بین این دو پدیده سطوح متعددی از تجرید وجود دارد. اس. آی. هایاکاوا (S.I. Hayakawa) یکی از منادیان این مکتب به تشریح و تبلیغ آثار کورزیبسیکی پرداخته است. اثر وی در این زمینه کتابی بود که در سال ۱۹۴۱ تحت عنوان «زبان و تکاپو: راهنمای تفکر دقیق» (Language in Action: A Guide to Accurate Thinking) منتشر شده و معناشناسی عمومی را در بین مردم عادی رواج داد. این کتاب در ردیف کتاب‌های برگزیده «باشگاه کتاب ماه» (Book-of-The-Month Club) قرار گرفت.

به اعتقاد هایاکاوا، شخصی که با دیدن گل‌های کاغذی به عطسه افتاده قربانی سردرگمی در سطوح پایین تجرید بوده است یعنی نتوانسته است بین آنچه در درون و بیرون ذهنش وجود داشته تفاوت قائل شود. هایاکاوا (۱۹۴۱ ص ۱۳۶) برای نشان دادن سردرگمی ناشی از محتویات درونی و بیرونی ذهن چنین نوشته است:

ما آنچنان از زردی مداد صحبت می‌کنیم که گویا زردی یکی از خصوصیات مداد است و نه محصول کنش متقابل نظام‌های عصبی ما از آنچه در خارج از بدن ما قرار دارد... به بیان دقیق‌تر، نباید بگوییم «مداد زرد است» چون این جمله زردی را در داخل مداد قرار می‌دهد، بلکه باید بگوییم «آنچه مرا تحت تأثیر قرار داده و سبب می‌شود تا بگویم مداد، در ضمن مرا به گفتن زرد نیز سوق می‌دهد». البته ضرورتی ندارد که در محاوره روزمره خود تا این حد دقت نشان دهیم اما باید در نظر داشت که جمله دوم نقشی را که نظام عصبی ما در ایجاد تصاویری از واقعیت که در ذهن خود داریم، مورد توجه قرار می‌دهد در حالی که جمله اول فاقد چنین خصوصیتی است.

سردرگمی ناشی از تجرید در مواردی که مداد زرد موضوع صحبت است مشکل عملی چندانی ایجاد نمی‌کند اما هایاکاوا خاطر نشان می‌سازد که در موارد دیگر، واژه‌ها در ضمیر شنونده یا خواننده بار معنایی عمیق پیدا می‌کند. بین واژه‌ها و معانی آن‌ها یا تصاویری که ارائه می‌دهند ضرورتاً ارتباط خاصی وجود ندارد. تصاویری که از طریق تجرید در ذهن ما ایجاد شده‌اند می‌توانند «دنیایی وهم‌آلود (Delusional World)» را پدید آورند (ص ۱۴۷).

برای درک آسان‌ترین موضوع این تأکید را به یاد داشته باشید که نمادها و چیزهایی که نمادینه شده‌اند از یکدیگر مستقل هستند با وجود این، هایاکاوا می‌گوید احساس ما به گونه‌ای است و در مواقعی چنان عمل می‌کند که گویی بین نمادها و چیزهای نمادینه شده ارتباط ضروری وجود دارد:

مثلاً، ما همگی این حس مبهم را داریم که زبان‌های بیگانه ذاتاً گنگ و بی‌معنا هستند. خارجی‌ها برای اشیاء، اسامی خنده‌آوری دارند و معلوم نیست چرا نمی‌توانند نام درست آن‌ها را به کار ببرند. این احساس به ویژه در میان جهانگردان آمریکایی و انگلیسی با شدت بیشتری خودنمایی می‌کند و آن‌ها فکر می‌کنند اگر مطالب خود را با صدای بلند ادا کنند بومیان تمام کشورهای سخنان آن‌ها را درک خواهند کرد. آن‌ها چنین احساس می‌کنند که نمادها باید ضرورتاً مطالب و چیزهای نمادینه شده را در ذهن طرف مقابل تداعی کند (صفحه ۳۱).

گرچه چگونگی گردآوری، کاربرد و تعیین دانش در انحصار معناشناسان قرار ندارد^۱، اما نوشته‌ها و آثار آن‌ها کاملاً با مباحث مربوط به اخلاق روزنامه‌نگاری که از برداشت‌ها و تصاویر ذهنی واژه سرچشمه می‌گیرند ارتباط پیدا می‌کند. مثلاً ماجرای استوارت به رسانه‌های خبری فرصت داد تا از نمادها و امور نمادینه شده به حد وفور استفاده کنند. در نظر بگیرید فرضیه بی‌اساس وجود «مرد مسلح» را در حالی که وجود چنین فردی ثابت نشده بود. آنچه را که فرندلی از آن به عنوان «زمینه چینی» (Agenda-Setting) یاد کرده است هیاکاوآ آن را سردرگمی معناشناختی نامیده که از درهم آمیختن نمادها با اموری که نمادینه شده‌اند سرچشمه می‌گیرد. هیاکاوآ که خود خارجی‌الاصل بود به راحتی پیش داوری‌های مربوط به نمادها و چیزهای نمادینه شده را که در نقل قول فوق‌الذکر بیان شده به خوبی درک می‌کرد. ساکنان بوستون فرا می‌گرفتند که چگونه نمادها و امور نمادینه شده می‌تواند برای جعل یک داستان قابل هضم، مورد استفاده قرار گیرند. یک زن و شوهر حومه‌نشین، به خود جرأت داده بودند تا وارد محله ناامن شهر شوند و همین جسارت سر آن‌ها را به باد داد.

موضوع به همین جا ختم نشد بلکه پی‌آمدهای بدتری به دنبال داشت. معمای کلاسیک معناشناسی که مسائل انتزاعی را به یکدیگر پیوند می‌دهد سبب شد تا اوضاع متشنج موجود وخامت بیشتری پیدا کند. شرح ماجرا این گونه است:

استوارت، مهاجم مسلح را جوان سیاه‌پوستی که لباس ورزشی برتن داشته توصیف کرد. این مطلب رشته‌ای از رویدادهای دقیقاً ثبت شده را به دنبال داشت که موجب شد تشنج نژادی در بوستون ابعاد وسیع‌تری پیدا کند. در این میان عالم دیگری سبب شد تا اوضاع بیش از پیش وخیم‌تر شود، و آن پیدا کردن افراد مظنون و گزارش‌هایی بود که رسانه‌ها درباره این افراد منتشر ساختند.

در گزارشی که از سوی شبکه تلویزیونی دبلیو سی وی بی بوستون پخش و سپس در سمینار دانشگاه کلمبیا (۱۹۹۰) به نمایش گذاشته شد، ابهام معناشناختی به یک نتیجه‌گیری منطقی عجیب منجر شد. ماجرا از این قرار بود: مأموران پلیس به هنگام بازرسی یک آپارتمان در منطقه میشن هیل (Mission Hill) بوستون (محله‌ای که اتومبیل استوارت در آنجا پیدا شده بود) در رابطه با یک حادثه دیگر به یک لباس ورزشی برخوردند که در دستشویی، خیس‌مانده شده بود.

مأمور پلیسی که لباس ورزشی را یافته بود صورت مجلس تهیه کرده که این عمل در تشریفات قضایی برای صدور حکم بازرسی از سوی دادگاه ضروری است. در این صورت مجلس قید شده بود لباس ورزشی خیس‌مانده شده در دستشویی این آپارتمان، همان لباسی است که ضارب کارول استوارت بر تن داشته است.

البته این یک نتیجه‌گیری عجیب و نادرست بود. مأمور پلیس به هیچ‌وجه نمی‌توانست ثابت کند که این لباس ورزشی همان لباس ورزشی مورد نظر است اما تهیه این گونه صورت مجلس‌ها غیرعادی نیست چون مأموران پلیس با تهیه چنین صورت مجلس‌های اغراق‌آمیز تلاش می‌کنند تا دادگاه را به صدور حکم بازرسی ترغیب کنند.

اما شبکه تلویزیونی دبلیو سی وی بی در برنامه خبری ساعت یازده خود با استناد به همین صورت مجلس غیرموثق، چنین نتیجه‌گیری کرد: مقام‌های مسئول به این نتیجه رسیده‌اند که لباس ورزشی سیاه رنگ، همان است که قاتل خانم کارول استوارت بر تن داشته است.

مقام‌ها (Authorities) از لحاظ معنانشناسی، نمادها و معانی آن‌چنان در کنار یکدیگر قرار گرفته‌اند که حقیقت و عینیت تا حد شکننده‌ای تعمیم یافته‌اند. اول، حتی دادستان بخش سافولک اعتراف کرد که هیچ مأمور پلیسی نمی‌تواند با مشاهده یک لباس ورزشی خیس‌مانده شده در دستشویی با قاطعیت بگوید که این همان لباسی است که شخص متهم به قتل بر تن داشته است. (در واقع مشخصات ظاهری لباسی که چارلز استوارت تشریح کرده بود با لباسی که در دستشویی خیس‌مانده شده بود مطابقت نمی‌کرد و رنگ خطوط آن با آنچه استوارت گفته بود تفاوت داشت). دوم، گزارشگر شبکه تلویزیونی اظهارات غیرموثق یک پلیس را مورد استناد قرار داده و از آن به عنوان اظهارنظر مقام‌ها یاد کرده بود.

فرندلی در این رابطه می‌گوید: این گونه اشتباهات است که سر و صدای مردم به‌ویژه سیاهپوستان و کارشناسان خبری را در می‌آورد سبب می‌شود تا بگویند؛ چگونه می‌شود چنین اشتباه بزرگی که تمامی ماجرا را تحریف می‌کند مرتکب شد؟ و این هم برای روزنامه‌نگاران و هم معنانشناسان پرسش مناسبی است.

مشکلات مربوط به حقیقت و به‌طور قطع تازگی ندارند. در واقع همان‌گونه که در فصل یک خاطر نشان شد مفهوم روزنامه‌نگاری عینی تا زمان جنگ داخلی آمریکا که ضرورت‌های اقتصادی (یا بهتر بگوییم، مشتریان در دو سوی خط میسون - دیکسون) (Masson-Dizon line) برخورد متوازن را طلب نمود، از قوه به فعل در نیامد.

پیش از آن، روزنامه‌های آمریکا با عینیت کاملاً بیگانه بودند. دبلیو لانس بنات (W, Lance Bennett)، تحلیل‌گر رسانه‌ها در کتاب خود تحت عنوان *اخبار: سیاست توهم*، ضمن بیان این نکته می‌گوید فقدان عینیت در آن زمان همیشه یک ویژگی منفی به شمار نمی‌رفت:

بیشتر روزنامه‌ها یا توسط احزاب سیاسی، سازمان‌های ذی‌نفوذ یا هواداران یک ایدئولوژی خاص منتشر یا حمایت میشوند گزارشگری در واقع تبیین سیاسی روی داده بود. مردم با آگاهی از دیدگاه‌های سیاسی یک روزنامه و اطلاع از اینکه رویدادهای سیاسی از صافی چنین دیدگاه‌های عبور خواهد کرد نسبت به خرید آن مبادرت می‌کردند. از بسیاری از جنبه‌ها، این گونه برخورد با اخبار منطقی و قابل قبول به نظر می‌رسد. اگر کسی از غرض‌ورزی و یک‌جانبه‌نگری یک گزارشگر آگاه باشد می‌تواند نحوه بیان مطالب در تشریح رویدادها را کنترل کند. به هر حال اگر گزارشگری آشکارا جهت‌گیری سیاسی داشته باشد در آن صورت گزارشگران مختلف ممکن است یک رویداد خاص را از زوایای مختلف مورد بررسی قرار دهند (صفحه ۱۲۳).

لانس همانند بسیاری از صاحب‌نظران دیگر بر این عقیده است که عینیت در ابتدا نوعی روش کار محسوب می‌شد اما طولی نکشید که به یک ارزش تبدیل شد. ریشه‌های عینیت به عنوان یک کالای تحت تأثیر مکانیزم بازار، با جزئیات دقیق تشریح شده است و برخی از تحلیل‌گران از جمله هربرت جی. گارنر (Herbert J. Gans) جامعه‌شناس و صاحب‌نظر امور رسانه‌ها (۱۹۸۵ ص ۳۲) معتقد است که روزنامه‌نگاران برای اصلاحات عمومی بیش از یک دستور کار سیاسی ارزش قایلند و باورهای شخصی خود را در حرفه‌ای که به آن اشتغال دارند دخالت نمی‌دهند چون روزنامه‌نگاران نه تنها در زمینه عینیت و بی‌طرفی آموزش داده می‌شوند بلکه اعتبار و ادامه کار آن‌ها در گرو بی‌طرفی قرار دارد...

اما اینکه اعتبار و ادامه اشتغال می‌تواند عینیت روزنامه‌نگاران را تضمین کند جای بحث وجود دارد. برخی از ناظران نسبت به قابلیت دستیابی به عینیت به معنی واقعی کلمه ابراز تردید کرده‌اند. کونراد فینک (Conrad Fink) استاد روزنامه‌نگاری در این زمینه چنین تأکید می‌کند:

رعایت عینیت به معنی واقعی کلمه همانند گذشته غیرممکن است. اما تلاش در راه دست یافتن به عینیت، فلسفه اصلی شبکه خبری با نفوذ آسوشیتد پرس را در سال ۱۸۹۴ در جریان تجدید ساختار و تبدیل آن به یکی از بزرگ‌ترین شبکه‌های خبری جهان تشکیل می‌داد. ... بسیاری از روزنامه‌های مستقل نیز که مخاطبین محلی متنوع دارند. [در راستای سیاست اعلام نشده خدمت به خوانندگانی که دیدگاه‌های سیاسی متعدد دارند] با دنباله روی از الگوی آسوشیتد پرس و با همان انگیزه اقتصادی در جهت دستیابی به عینیت گام برداشتند.

اندیشه رعایت عینیت در روزنامه‌نگاری که از زمان جنگ داخلی آمریکا مطرح شده بود به تدریج تا دوران پیش از جنگ دوم جهانی کشیده شد. بررسی انجام شده از سوی اچ. اس استنساس (H.S. Stensaas) در زمینه عینیت مطبوعات که در نشریه اخلاق در رسانه‌های جمعی (۱۹۸۷ - ۱۹۸۶ صفحات ۵۰ تا ۶۰) به چاپ رسیده است تا حدودی فرایند این اندیشه را روشن می‌کند. در این بررسی مقالات مندرج در شش روزنامه عمده که در سه دوره مختلف به چاپ رسیده (از ۱۸۶۵ تا ۱۸۷۴، ۱۹۰۵ تا ۱۹۱۴ و ۱۹۲۵ تا ۱۹۴۳) مورد ارزیابی قرار گرفته‌اند. هدف از این بررسی، ارزیابی میزان عینیت این روزنامه‌ها در خلال دوران فوق‌الذکر بود. این بررسی نشان داد که در فاصله زمانی ۱۸۶۵ تا ۱۸۷۴ عدم رعایت عینیت در چاپ اخبار و گزارش‌ها عمومیت داشته است اما در مقاطعی از فاصله زمانی ۱۹۰۵ تا ۱۹۱۴ تا حدودی مقبولیت یافته و سپس در سال ۱۹۲۵ باب روز شده است.

اما ارزیابی عینیت به گونه‌ای عینی، یک سؤال جدی را مطرح می‌سازد آیا روزنامه‌نگاران می‌توانند بطور کامل خود را از مفاهیم ذهنی خود جدا کنند؟ علاوه بر این، آیا می‌توان حقیقت را دقیقاً از خلاف واقع تشخیص داد؟

سؤال اول پاسخ دقیق و روشنی ندارد: بی‌تردید هیچ‌کس نمی‌تواند در خلأ احساسی و عاطفی زندگی کند. بله، روزنامه‌نگاران می‌توانند در جهت دور نگهداشتن اغراض شخصی خود و برخوردی منصفانه با مسائل در تهیه گزارش‌ها تلاش کنند اما روزنامه‌نگاران ماشین نیستند و به همین دلیل نمی‌توانند با دقت یک ماشین، با سبک و سنگین کردن تمامی جنبه‌ها، محصولی که دقیقاً تمامی دیدگاه‌ها را در خود داده باشد، تولید کنند. (موضوع دقت و امانتداری در بیان مطالب با جزئیات بیشتر در فصول آتی کتاب مورد بررسی قرار گرفته اما ذکر این نکته ضروری است که بی‌غرضی و عینیت به رغم انطباق قابل ملاحظه با یکدیگر دقیقاً یک مفهوم واحد نیستند. برداشت کلی ما از صداقت و بی‌غرضی رعایت بی‌طرفی و برخورد عادلانه با مسائل یا به بیان دیگر خودداری از تحریف عمدی یا تصادفی موضوع مورد گزارش است. منظور از عینیت، اغلب به ارائه حقایق بدون دخالت دادن دیدگاه‌های شخصی است. برخی از گزارشگران به شرحی که بعداً خواهد آمد معتقدند که دست یافتن به بی‌غرضی یا عینیت اساساً غیرممکن است، اما برخی نیز بر این باورند که بدون رعایت عینیت میتوان در بازگو کردن مطالب، بی‌طرفی و بی‌غرضی را حفظ کرد.

بیل مویرز (Bill Moyers) منشی مطبوعاتی پیشین رئیس جمهوری آمریکا و یکی از روزنامه‌نگاران با سابقه، با صراحت تمام واهی بودن عینیت را برملا کرده است.

... روزنامه‌نگاران از دریچه چشمان خود به ایده‌ها و رویدادها نگاه می‌کنند. این موضوع به خودی خود مشکلی ایجاد نمی‌کند. مشکل زمانی پدیدار می‌شود که آنچه را شخص دیده به عنوان حقیقت به کسانی که آگاهی کمتری دارند منتقل کند. زمانی که در کاخ سفید به کار اشتغال داشتم به این نتیجه رسیدم که در میان بزرگ‌ترین افسانه‌های موجود در روزنامه‌نگاری آمریکا، اسطوره عینیت از همه بزرگ‌تر است. هر یک از انسان‌ها، همان چیزی را می‌بیند که تجربیاتش او را به دیدن آن سوق می‌دهد. شرح رویدادها اغلب به شاهد رویداد بستگی دارد. با توجه به اینکه چه کسی ناظر رویداد است و درباره آن می‌نویسد، جو حاکم بر کاخ سفید گاهی ملایم و زمانی آرام، مطمئن یا مغرور، آراسته یا به هم ریخته، صادق یا بی‌رحم، گرم یا عبوس، محتاط یا بیمناک، دلسوز یا فروتن، خویشتن‌دار یا سنگدل می‌شود.

با مطالعه مطلب فوق متوجه می‌شویم که فهرست مثال‌های ارائه شده از سوی مویرز را به راحتی می‌توان از یک کتاب مرجع معناشناسی استخراج کرد: مطمئن در برابر مغرور، آراسته در مقابل به هم ریخته، و الی آخر. مشکل اصلی در واقع از کتاب مرجع معنی‌شناسی سرچشمه می‌گیرد (کتاب هایاکاوا) و می‌توان این مشکل را چنین بیان داشت: واژه‌ها که در واقع زرادخانه روزنامه‌نگاران را تشکیل می‌دهند دارای معانی برونی و درونی (Extensional and Intensional) هستند (هایاکاوا، ۱۹۴۱، ص ۶۱). معنی برونی اغلب در برگزیده مقوله‌هایی است که می‌توان آن‌ها را اندازه گرفت یا نشان داد. معانی برونی به محض اینکه عنوان شدند هیچ جای بحث و مجادله باقی نمی‌گذارند. اگر کسی بگوید «اطاق ده پا طول دارد» با اندازه گرفتن طول اطاق موضوع فیصله پیدا می‌کند.

معنی درونی به مقوله‌هایی اطلاق می‌شود که در ذهن افراد جای دارند (ص ۶۲). (برونی درونی به ترتیب عینی (Denotative) و ذهنی (Connotative) می‌دهند، اما واژه درونی از نقد ادبیات به عاریت گرفته شده در حالی که واژه درونی از منطق گرفته شده است. از واژه عینی و ذهنی برای سهولت درک مطالب استفاده شده است). هیچ راهی برای ارزیابی و اندازه‌گیری معنی درونی یا به نتیجه رساندن بحث‌های مربوط به این گونه واژه‌ها وجود ندارد. علاوه بر این، معانی درونی حتی اگر توسط یک فرد واحد مورد استفاده قرار گیرند در زمان‌های مختلف معانی متفاوت پیدا می‌کنند.

البته آنچه گفته شد یک بحث مقدماتی است چون تعابیر ذهنی و عینی در مدارس به دانش‌آموزان تعلیم داده می‌شوند و آنچه مویرز و هایاکاوا در این مورد گفته‌اند شگفت‌آور نیست. آنچه مایه شگفتی است بی‌توجهی به این اصول مقدماتی از سوی خوانندگان، نویسندگان و سردبیران مطبوعات است. هایاکاوا در کتاب خود به ماجرای یکی از اساتید دانشگاه اشاره می‌کند که سخنرانی گتیسبرگ (Gettysburg Address) را «نمونه بارزی از تبلیغات» (Propaganda) توصیف کرده است. زمینه این سخنرانی (صفحه ۸۸) به روشنی نشان می‌دهد که این استاد، شکل کلاسیک و معنی تقریباً عینی واژه تبلیغات را به کار برده است و اظهارات این استاد نشان داد که وی از ستایش‌گران بزرگ لینکلن محسوب می‌شود.

به هر حال، سردبیر یکی از روزنامه‌های محلی خواستار استعفای این استاد شد و چنین وانمود کرد که استاد در اظهاراتش لینکلن را یک دروغگو توصیف کرده است. واکنش شدید سردبیر این نشریه به تعبیر درونی واژه تبلیغات یعنی تعبیری که این استاد از این واژه در ذهن خود داشته است هر قدر هم که اظهاراتش روشن و گویا بوده باشد مطلبی نیست که بتوان آن را مردود توصیف کرد.

گرچه این گونه موضع‌گیری در واقع نوعی سوء استفاده از کلمات و عدم صداقت روشنفکرانه از جانب مطبوعات محسوب می‌شود، این احتمال وجود دارد (البته این گفته به معنی تأیید نبوده بلکه برای پیشبرد بحث عنوان می‌شود) که خوانندگان نیز خود را با مقاله خشم‌آلود روزنامه هم عقیده بدانند. مثلاً، بسیاری از خوانندگان از نقاط مختلف آمریکا تحت تأثیر دآوری‌ها و دیدگاه‌های دو روزنامه بوستون گلوب (Boston Globe) و منچستر یونیون لیدر (Manchester Union Leader) قرار دادند. انکار تفاوت دیدگاه‌های این دو روزنامه در قبال رویدادهای جاری نشانه بی‌خبری خواهد بود. با وجود این، یک خواننده هوشمند می‌تواند مطالب گوناگونی به متن نوشته‌های این دو روزنامه اضافه کند بدون آنکه آسیبی به محتوای آن‌ها رسانده باشد و شاید هم تا حدی با این کار موجبات بهبود کیفی آن‌ها را فراهم کند. هایاکاوا (ص ۶۹) در این باره می‌نویسد:

مردم در بسیاری از موارد از اینکه افراد مختلف از یک واژه خاص برداشت‌های متفاوتی دارند شکایت می‌کنند. در حالی که به جای شکایت از این وضع باید این تفاوت برداشت‌ها و تعابیر را طبیعی تلقی کرد. شگفت‌آور می‌بود اگر هر نه قاضی دادگاه عالی آمریکا از واژه عدالت، برداشت و تعبیر یکسانی داشتند، چون در چنین صورتی همیشه بین قضات این دادگاه اتفاق نظر حاصل می‌شد.

در عین حال، تفاوت دیدگاه‌های ناظران مختلف سبب می‌شود تا تصویر متفاوتی از مشاهدات خود ارائه دهند و شاید به همین دلیل بهتر باشد تا دیدگاه‌های ارائه شده را به جای استفاده از معیار غیردقیق و احتمالاً دست‌نیافتنی عینیت با معیار بی‌طرفی و بی‌غرضی مورد ارزیابی قرار دهیم. (بی‌غرضی برای خود مبحث جداگانه‌ای است که در فصل پنج این کتاب مورد بحث قرار گرفته است).

در واقع می‌توان گفت ما مقدار زیادی از وقت و نیروی خود را صرف متهم کردن دیگران به عدم صداقت روشنفکرانه می‌کنیم در حالی که آن‌ها مسائل را به گونه‌ای متفاوت از ما می‌بینند و تقصیری متوجه آن‌ها نیست (هایاکاوا ص ۶۹).

بیل مویرز می‌گوید کارکنان رسانه‌های خبری اغلب به بی‌صداقتی متهم می‌شوند در حالی که گناه آن‌ها صرفاً از تفاوت دیدگاه‌های آنان با دیگران سرچشمه می‌گیرد. دانشجویی که از گزارش یکی از نشریات که تعداد شرکت کنندگان در یک گردهم‌آیی را صد هزار نفر و نشریه دیگری آن‌ها را سیصد هزار نفر ذکر کرده بود به خشم آمده بود به مویرز گفت: شاید بتوان روزنامه‌نگاران را به خاطر عدم قدرت نویسندگی مورد عفو قرار داد اما ناتوانی آن‌ها در شمارش اعداد قابل چشم‌پوشی نیست.

تقریباً تمامی روزنامه‌نگاران به این نکته معترفند که برآورد تعداد جمعیت، کار بسیار دشواری است همان گونه که مویرز گفته است هنوز روش مطمئنی برای برآورد درست تعداد جمعیت ارائه نشده است. مویرز می‌افزاید: مردم در ارزیابی روزنامه‌نگاران و اینکه آیا می‌توان به آن‌ها اطمینان داشت یا خیر از مشکلی که آن‌ها در برآورد تعداد اجتماع کنندگان در یک نقطه با آن مواجه هستند غافلند. صداقت ... به سادگی می‌تواند مخدوش شود (ص. ۲۱).

باید توجه داشت که مشکلات مربوط به عینیت، زمینه و حقیقت تنها به معناشناسان محدود نمی‌شود بلکه مورخین نیز با این گونه مشکلات روبه‌رو هستند. اما مورخین بر خلاف روزنامه‌نگاران برای ارزیابی اطلاعات، نظام‌های کاملاً مستند و شناخته شده‌ای ابداع کرده‌اند.

ابتدا چند کلمه درباره حقیقت: حقیقت یکی از مفاهیم جنجال برانگیز در قاموس روزنامه‌نگاری محسوب می‌شود. در واقع برخی از روزنامه‌نگاران معتقدند حقیقت یکی از اساسی‌ترین مفاهیم در اخلاق روزنامه‌نگاری به شمار می‌رود اما تمامی کسانی که به این حرفه اشتغال داشته‌اند می‌دانند که حقیقت، کمیت دقیق و قابل اندازه‌گیری نیست. مثلاً، شخصی که برای تصدی پست ریاست هیئت مدیره یکی از مدارس نامزد شده بود طی سخنانی مدعی شد که رئیس فعلی مدرسه در انجام وظایف خود کوتاهی کرده است و برای اثبات ادعای خود مدعی شد نمره قرائت نیمی از دانش‌آموزان پایین‌تر از میانگین است.

این ادعا درست بود؟ شاید اظهارات این شخص حقیقت داشت چون منظور از میانگین این است که نمره نیمی از دانش‌آموزان بالاتر از میانگین و نیم دیگر پایین‌تر از میانگین بوده است. از این روی گرچه اعداد و ارقام عنوان شده با واقعیت تطبیق می‌کرد اما آنچه از این گفته مستفاد می‌شد نادرست بود.

خبرنگاران نیز در مواقعی که با گزارش‌های مربوط به بد رفتاری نیروهای پلیس سر و کار دارند با چنین مشکلاتی مواجه می‌شوند. تمامی خبرنگارانی که گزارش حوادث مربوط به بزرگراه‌ها را تهیه می‌کنند دست کم یک بار گزارش‌هایی از شهروندان دریافت کرده‌اند که درباره حادثه اتومبیل این چنین داد سخن داده‌اند:

یک حادثه وحشتناک رانندگی، اجساد قربانیان در محل حادثه پراکنده شده است». اما در بیشتر موارد حادثه وحشتناک چیزی جز برخورد دو اتومبیل و مجروح شدن سطحی سرنشینان آن‌ها نیست.

گزارش‌های شهروندان از حوادث رانندگی به تعبیری درست است: اکثر حوادث رانندگی تا حدی وحشتناک هستند چون امدادگران از کسانی که از ناحیه سر مجروح شده‌اند (جراحات در ناحیه سر در حوادث رانندگی عمومیت دارد و

حتی جراحات سطحی در قسمت سر با خونریزی شدید همراه است) می‌خواهند در هنگام درمان اولیه روی زمین دراز بکشند. منطقاً (توجه داشته باشید که واژه‌ها برای افراد مختلف معانی متفاوت دارند) کسانی که همانند مرده‌ها روی زمین دراز کشیده‌اند مرده به حساب می‌آیند.

بدین ترتیب مشخص می‌شود که شکل واقعیت‌های ارائه شده به منبع اطلاعات و انگیزه‌های منتقل کننده پیام‌ها و اطلاعات بستگی دارد. از این روی، صحت و عینیت منبع اطلاعات یک روزنامه‌نگار اغلب به صحت و عینیت خبرنگار یا منتقل کننده اطلاعات بستگی دارد.

البته، این معما تازگی نداشته و در واقع سابقه‌ای دیرینه دارد و در طول تاریخ مورخین با آن روبه‌رو بوده‌اند. در خلال مدتی که به پژوهش‌های تاریخی مشغول بودم کتاب‌های بسیاری در زمینه روش تاریخی مطالعه کردم و در مکتب مورخین مختلف از جمله مورخی که هم اکنون سرگرم نگارش شرح حال فرانکلین روزولت است مطالعاتی انجام دادم.

در مطالعات خود به این نتیجه رسیدم که مورخین در تلاش برای ارزیابی صحت و دقت مسائل، روشن کاملاً سازمان یافته‌ای ابداع کرده‌اند. سه اصل اساسی از روش تاریخی ارزیابی صحت و دقت مسائل و رویدادها می‌تواند در ارزیابی کار روزنامه‌نگاران مورد استفاده قرار گیرد. این سه عبارتند از:

۱. توانایی منبع اطلاعات به گفتن حقیقت

۲. اشتیاق منبع به گفتن حقیقت

۳. تفاوت میان یک سند واقعی و ساختگی

توانایی گفتن حقیقت. افراد خیرخواهی که در تماس با اتاق خبر جزئیات حوادث وحشتناک راندگی را اطلاع می‌دهند قصد گمراه کردن ندارند. مسئله اینجاست که آن‌ها شاهد حوادث راندگی متعدد نبوده و به دقت نمی‌توانند آنچه را دیده‌اند بازگو کنند. به تعبیر مورخین این عده از بیان واقعیت عاجز هستند.

همین وضعیت می‌تواند زمانی بروز کند که کارگران کارخانه‌ها در تماس با اتاق خبر می‌گویند که کارخانه آن‌ها در آستانه تعطیل شدن، اعتصاب یا رویدادهایی از این قبیل قرار دارد و گرچه منتقل‌کنندگان این گونه خبرها و اطلاعات اغلب بر این باورند که حقیقت را می‌گویند اما سوابق نشان می‌دهد که در بسیاری از موارد این گونه اظهارات نادرست است. در اینجا نیز مسئله عدم توانایی و قدرت این گونه افراد به دیدن تمامی ماجرا، یا تمامی تصویر بزرگ است. آن‌ها از کل مسائل با خبر نیستند و به همین دلیل به نتیجه‌گیری نادرست می‌رسند. این گونه افراد دچار همان ضعف دید کامل هستند که شاهدان یک حادثه راندگی را به ارزیابی نادرست از شدت حادثه وا می‌دارد.

مارک بلوخ (Marc Bloch) مورخ بزرگ و آموزگار بی‌نظیر روش تاریخی، از توانایی بازگو کردن حقیقت به عنوان معیار اصلی دآوری برای غربال کردن اطلاعاتی که یک مورخ با آن‌ها سرو کار دارد استفاده کرده است (۱۹۶۴ ص ۴۸ تا ۷۸). کتاب وی تحت عنوان *مهارت مورخ (Historian's Craft)* اثر ارزشمند و مفیدی همچون دیگر نوشته‌های مربوط به روزنامه‌نگاری برای گزارشگران محسوب می‌شود.

برخی از مورخان، فقدان دید فراگیر را اصطلاحاً عارضه «سرباز در میدان نبرد» می‌نامند. مورخین بخوبی بر این نکته واقفند که فقدان دید جامع در میدان نبرد ممکن است یک سرباز پیاده را به نتیجه‌گیری‌های نادرست از آنچه واقعاً به وقوع پیوسته، چگونگی و چرایی آن سوق دهد. نداشتن اشراف کامل ممکن است سرباز پیاده را ^۲حقیقتاً به این نتیجه بکشاند که واحدی که او در آن خدمت می‌کند نقش مهمی در پیروزی نبرد ایفا کرده است. گرچه روزنامه‌نگاران و مورخین نباید اظهارات این سرباز را نادیده بگیرند اما در ضمن باید به خاطر داشته باشند که او به

تصویر کامل از آنچه به وقوع پیوسته دسترسی نداشته است. حداقل، باید اظهارات این سرباز را با گفته‌های ژنرالی که فرماندهی کل عملیات را بر عهده داشته است محک زد.

اشتیاق به بیان واقعیت. بلوخ در عین حال معتقد است اطلاعات را می‌باید با توجه به منافع بازگو کننده آن مورد ارزیابی قرار داد. آیا اطلاعاتی که در اختیار شما قرار می‌گیرد موجب سرفرازی یا تأمین منافع شخص راوی نمی‌شود؟ اگر چنین باشد، مورخ و روزنامه‌نگار باید اطلاعات ارائه شده را با دقت بیشتری مورد ارزیابی قرار دهد. در اینجا نمونه‌ای خاص از چگونگی برخورد یک مورخ روزنامه‌نگار با این مشکل را بازگو می‌کنیم. ریچارد پترو (Richard Petrow) استاد رشته روزنامه‌نگاری در دانشگاه شهر نیویورک، گزارشگر پیشین روزنامه نیویورک دیلی نیوز (New York Daily News) و تهیه کننده سریال (قانون اساسی (Constitution)) برای شبکه تلویزیونی «پی‌بی‌اس» کتابی درباره اشغال اسکندیناوی توسط نازی‌ها در خلال جنگ دوم جهانی نوشته است. عنوان کتاب سال‌های تلخ نام دارد. ریچارد پترو در طول پژوهش چند ساله خود، مصاحبه‌های بی‌شماری با کسانی که از جنگ دوم جهانی تجربیات و خاطراتی به یاد داشتند انجام داد و در این میان متوجه شد که افراد، نظرات ضد و نقیضی از رویدادهای این جنگ ارائه می‌دهند. پترو برای ارزیابی اشتیاق این افراد در بازگو کردن حقیقت یک معیار خاص انتخاب کرد و آن «میزان منافع شخصی مصاحبه شونده بود.»

پترو می‌گوید «صحبت از سال‌های جنگ، اگر مصاحبه شوندگان از ترس، بی‌شهامتی و اکراه از درگیر شدن سخن به میان آورند من به صحت گفته‌های آنان باور پیدا می‌کنم (مصاحبه ۱۹۸۷). اما در مواردی که تصویری قهرمانانه از خود ارائه می‌دهند نسبت به صحت گفته‌هایشان تردید نشان می‌دهم»

پترو در رابطه با تصمیمات سریعی که می‌باید در اتاق خبر درباره صحت و سقم یک گزارش اتخاذ شود از معیارهای توانایی و اشتیاق به بازگو کردن حقیقت استفاده می‌کند. زمانی که پترو برای بخش خبری یکی از شبکه‌های تلویزیونی کار می‌کرد از یکی از منابع خبری خود شنید که یکی از سیاستمداران محلی در مظان اتهامات جنایی قرار دارد. پترو بدون آنکه در صدد کسب اطلاعات بیشتری برآید تصمیم گرفت تا این خبر را منتشر کند.

انتشار یک خبر بدون ذکر منبع کار خطرناکی است، چون مردم در مواردی که می‌دانند به خاطر اظهاراتشان مورد بازخواست قرار نخواهند گرفت خواسته یا ناخواسته اطلاعات مخدوش ارائه می‌دهند. در چنین مواردی است که روزنامه‌نگار ناگزیر است تا خود شخصاً در مورد موثق یا ناموثق بودن منبع اطلاعات تصمیم‌گیری کند.

پترو تصمیم گرفت تا خبر مربوط به مطرح بودن اتهامات جنایی علیه یک سیاستمدار محلی را منتشر کند. استدلال اخلاقی وی در این زمینه این گونه بود:

الف. پترو می‌دانست که منبع خبری وی به روند تدوین کیفرخواست علیه افراد دسترسی دارد و در موارد قبلی اطلاعات درستی در اختیارش گذاشته است سیاستمدار مورد نظر نیز دارای سوابقی بود که پترو این سوابق را مغایر قانون می‌دانست از این روی، شخص خبرچین می‌توانست حقیقت را بگوید.

ب. پترو منبع خبر را به خوبی می‌شناخت و به گفته خود پترو، شخص مورد نظر در ارائه اطلاعات هیچ‌گونه نفع شخصی نداشت. ذی‌نفع نبودن منبع خبر در افشای چنین خبر مسئله‌آفرینی، حکایت از آن داشت که وی مایل به گفتن حقیقت است.

نتیجه: داستان مربوط به این سیاستمدار درست از آب درآمد. نکته جالب اینکه پترو نتوانست مجوز لازم را برای انتشار این خبر کسب کند (وی علت جلوگیری از پخش این خبر از شبکه تلویزیونی را «وکلاهی محتاط» ذکر کرده است) اما خبر را در اختیار یکی از روزنامه‌ها قرار داد و آن روزنامه نیز آن را منتشر کرد.^۳

تفاوت میان اسناد (Documents) و ابزار (Instruments). سند به‌طور کلی به مدارکی اطلاق می‌شود که تنها به تشریح محض مطالب اختصاص داشته و هیچ معنی و مفهوم پنهانی ندارد و علت وجودی آن ارائه اطلاعات است. صورت‌جلسه‌های دادگاه نمونه بارز یک سند است. در مقابل، ابزار هدفی غیر از تشریح اطلاعات را دنبال می‌کند. هدف کلی از ابزار برانگیختن نوع خاصی از واکنش یا پیشبرد یک هدف خاص می‌باشد. بیانیه‌های مطبوعاتی را می‌توان یک ابزار توصیف کرد. بیانیه مطبوعاتی که پیش از این به آن اشاره شد یعنی اظهارات نامزد ریاست هیئت مدیره یکی از مدارس که بر روی اعداد و ارقام تکیه داشت می‌تواند به عنوان ابزاری منفعت‌طلبانه تلقی شود.

تدابیری که در بالا برشمردیم می‌تواند مفید واقع شود، اما این شیوه‌ها بالطبع نمی‌تواند در فرایند تشخیص حقیقت و عینیت جایگزین استدلال شود. دقت و عینیت به همان اندازه‌ای که به شیوه‌ها و فنون ویژه گردآوری اخبار وابسته است به نحوه قضاوت و باورهای اخلاقی افراد متکی می‌باشد.

روزنامه‌نگارانی که سرنوشتی مشابه چارلز استوارت داشتند انسان‌هایی شیرین، ابله یا بی‌منطق نبودند. آن‌ها صرفاً نوعی از انواع متفاوت انسان‌هایی هستند که با قربانیان ابراز همدردی کرده و اجازه داده‌اند تا تصاویری که در ذهنشان دارند سناریوی خیالی را توجیه کند.

چنین نحوه برداشتی سبب می‌شود تا روزنامه‌نگار اطلاعات واصله را بدون ارزیابی، ابراز تردید یا محک زدن با عقل و منطق پذیرفته و تکرار کند. اما این گناه و خطایی نیست که صرفاً به مطبوعات محدود شود. ارسطو که یکی از منطقیون بزرگ به‌شمار می‌رود باورهای بی‌چون‌وچرا از خود به یادگار گذاشت و همین امر منشأ بسیاری از باورهای نادرست و بی‌چون وچرا شد. ارسطو بر این عقیده بود که تعداد دندان‌های زنان با مردان متفاوت است. (این گفته صحت ندارد). گرچه ارسطو زنان متعددی داشت اما هرگز به فکر اثبات ادعای خود برنیامد در حالی که به سادگی می‌توانست از زنان خود بخواهد به وی اجازه دهند دندان‌های آن‌ها را بشمارد. ارسطو در عین حال معتقد بود که مغز انسان در فرایند تفکر، نقشی برعهده ندارد. (امروزه مشخص شده است که این مطلب تنها در مورد برخی از افراد صدق می‌کند). این باور کاملاً غیر مستند چندین قرن بدون پرس و جو همچنان رواج داشت.

نه تنها ارسطو، بلکه کسان دیگری نیز که بدون چون و چرا نظریه وی را درباره تعداد دندان‌های زنان و مغز انسان پذیرفته بودند اشتباه می‌کردند. همان گونه که واقعیت‌ها به شکلی که چارلز استوارت ترسیم کرده بود نادرست بودند، تصاویر ارائه شده از سوی رسانه‌های خبری نیز که دقیقاً صحت و سقم مطالب خود را مورد ارزیابی قرار نداده بودند با واقعیت تطبیق نمی‌کرد. بدین ترتیب همان گونه معنانشناسان می‌گویند معنی واژه‌ها نه تنها تحت تأثیر چگونگی کاربرد آن‌ها قرار دارد بلکه چگونگی شنیدن و خواندن واژه‌ها نیز بر معنی آن‌ها تأثیر می‌گذارد.

حقیقت و عینیت یک نوع بده بستان است. تورو (Thoreau) که دوست دارد مسائل را به زبان ساده بیان کند می‌گوید: برای بیان حقیقت به دو نفر نیاز است یک برای گفتن حقیقت و دیگری برای شنیدن آن.

پی نوشت

۱. صاحب نظران رشته‌های مختلف در زمینه چگونگی ارتباط جامعه، زبان و معرفت، دیدگاه‌های متفاوتی دارند. برای مطالعه مقالات آموزنده در زمینه آموزش و پرورش، فلسفه، انواع رشته‌های هنری، ادبیات و علوم اجتماعی به اثری از ک. آ. بروفی K.A. Brufee (۱۹۸۶) مراجعه کنید. ساخت جامعه، زبان و اقتدار دانش: مقاله‌ای در کتاب‌شناسی *Social Construction, Language and Authority of Knowledge: A Bibliographical Essay* کالج زبان ۴۸، ۵ دسامبر ۱۹۸۶.
۲. کتاب‌های مفید دیگری برای مطالعه روزنامه‌نگاران وجود دارد. از جمله کتاب *تاریخ چیست؟ اثر ای. اچ. کار* (۱۹۷۷) چاپ راندم هاوس نیویورک و کتاب *درک تاریخ: مقدمه‌ای بر روش تاریخی گاتشالک نیویورک* پناف.
۳. نحوه استدلال و تفکر پترو و چگونگی استدلال روزنامه‌نگاران دیگری که با معمای مشابهی روبه‌رو هستند در یکی از کتاب‌های پترو به نام: *فرایند تصمیم‌گیری در روزنامه‌نگاری (The Decision Making Process in Journalism)* (شیکاگو: نلسون هال ۱۹۹۰) مورد بررسی قرار گرفته و رابطه میان اسناد و ابزار نیز ارزیابی شده است.

فصل ۴

مسئولیت اجتماعی

با تقسیم کردن روزنامه خود به چهار بخش مختلف تحت عناوین حقایق، احتمالات، شایدها و دروغها، می‌توانید خود را اصلاح کنید بخش اول باید کوچکترین بخش باشد.

توصیه‌های توماس جفرسون

به سردبیر یک روزنامه در مورد چگونگی ارتقاء روزنامه خود

در ۹ مارس ۱۹۸۹ در شهرک اولنیویل (Olneyville) در رود آیلند، خانه‌ای دستخوش حریق شد و در جریان آتش‌سوزی یک پسر بچه ده ماهه جان باخت. چاپ تصویر این قربانی که هولناک‌ترین تصویری بود که در صفحه اول یکی از روزنامه‌های پر تیراژ چاپ می‌شد موجی از خشم خوانندگان را برانگیخت. بسیاری از خوانندگان ضمن انتقاد از چاپ تصویر این قربانی، اقدام روزنامه را غیر «مسئولانه» توصیف کردند و این واژه در مناقشه‌ای که بر سر این ماجرا در گرفت بارها تکرار شد.

قبل از داوری درباره این تصویر که در فصل ۷ مورد بحث قرار گرفته و عیناً نقل شده است، بهتر است چگونگی رفتار مسئولانه و غیرمسئولانه رسانه‌های خبری را که یک سؤال بنیادی است ارزیابی کنیم. اتهام رفتار غیرمسئولانه علیه رسانه‌های خبری تلویحاً بدین معنی است که این گونه رسانه‌ها مسئولیت‌های کاملاً آشکاری بر عهده دارند. تشریح دقیق تعهدات ناشی از مسئولیت که در صورت مسئول قلمداد کردن مطبوعات نوعی ضرورت تلقی می‌شود وظیفه‌ای دشوار و پرمشقت است. صاحب‌نظران رشته‌های مختلف ارتباطات و علوم سیاسی به رغم تلاش‌های بسیار هرگز نتوانسته‌اند تعریف واحدی از مسئولیت مطبوعات ارائه دهند.

این مشکل را به خاطر سپرده و اجازه دهید تا بحث خاص در مورد مسئولیت یا عدم مسئولیت مطبوعات در مورد انتشار تصویر قربانی حادثه آتش‌سوزی را به فصل ۷ که به بررسی حق حریم خصوصی افراد در مقابل حق کسب آگاهی مردم اختصاص دارد موكول کنیم و در اینجا ابتدا اصطلاح مبهم مسئولیت را که عمده‌ترین حربه در انتقاد از مطبوعات محسوب می‌شود بررسی نماییم. در فصل بعد، موضوع چاپ عکس قربانی حادثه آتش‌سوزی را به عنوان یک مورد آزمایشی جهت ارزیابی بی‌غرضی و عدالت بررسی خواهیم کرد و در فصل ۶ موضوع «برخورد حرفه‌ای» را به بحث خواهیم گذاشت.

ممکن است گفته شود بحث درباره مسئولیت مطبوعات در واقع یک بررسی فلسفی درباره الزام‌های ناشی از قدرت است. بحث درباره الزام‌های ناشی از قدرت سنگ بنای اصلی بسیاری از مباحث فلسفی را تشکیل می‌دهد. افلاطون (چاپ ۱۹۸۱ ص ۱۲۶) معتقد است، صاحبان قدرت موظفند تا در جهت حفظ منافع کسانی که تحت سیطره قدرت آن‌ها قرار دارند عمل کنند.

آیا نباید در برخورد با مملکت و شهروندانش براساس اصل بهبود بخشیدن هرچه بیشتر وضعیت شهروندان عمل کرد؟ بدون چنین اصلی همان‌گونه که پیش از این گفته شد هیچ‌کس نمی‌تواند منشأ خیر شود. چنانچه صاحبان قدرت و ثروت حسن نیت نداشته باشند خدمات آنان به کشور هیچ‌گونه ارزشی نخواهد داشت.

خانم دنی الیوت (Deni Elliott) پژوهشگر مسائل ارتباطات (۱۹۸۶، صفحات ۳۶ تا ۳۷) همانند افلاطون معتقد است که قدرت، مسئولیت ایجاد می‌کند. وی در این زمینه، توجه خاصی به تمرکز قدرت نشان داده است. دنی الیوت می‌گوید از آنجا که رسانه‌های جمعی تا حدی دارا قدرت متمرکزند، جان استوارت میل (چاپ ۱۹۷۶ صفحات ۱۴۸ تا ۱۴۹) ممکن است خود را با افلاطون در یک جبهه ببیند. گرچه انتقادی که در ذیل از استوارت میل نقل می‌شود علیه حکومت نشانه رفته است (اگر بپذیریم که رسانه‌ها نیز قدرت متمرکز دارند) اما می‌توان آن را به مطبوعات نیز تعمیم داد:

تصمیم‌گیری در این باره که چه دیدگاهی مجاز و چه دیدگاهی ممنوع است، در واقع گزینش دیدگاه برای مردم است چون از دسترسی به آنچه برای آن‌ها نامناسب تشخیص داده شده محروم می‌شوند کسانی که دیدگاه‌ها و افکار را برای عرضه به مردم انتخاب می‌کنند، کنترل کامل رفتارهای آنان را در دست دارند و ممکن است از این قدرت، با امنیت کامل در جهت منافع خود استفاده کنند.

با این توصیف، رسانه‌ها قدرت فوق‌العاده‌ای در اختیار دارند و ارزیابی میزان قدرت، مسئله‌ای نیست که بتوان در این صفحات یا جای دیگر پاسخ روشنی برای آن پیدا کرد. قدرتمند بودن رسانه‌های خبری، موضوعی است که تقریباً همگان به آن اذعان دارند. برخی از ناظران از جمله لوئیس دلبیو. هاجس (Louis W. Hodges) (۱۹۸۷ ص ۳) استاد کرسی جامعه و حرفه‌ها در دو دانشگاه واشنگتن و لی (Lee) می‌گوید روزنامه‌نگاران از قدرت فوق‌العاده‌ای برای تأثیر نهادن بر زندگی دیگران برخوردارند چون ایده‌ها و اطلاعاتی را منتشر می‌کنند که مردم به آن‌ها نیاز دارند.

اما باید دید چگونه می‌توان وجود چنین قدرتی را اثبات و شدت آن را اندازه گرفت. بحث درباره میزان نسبی قدرت روزنامه‌نگاران به اتفاق نظر منجر نشده است. مثلاً، یک کنایه قدیمی که اغلب علیه اقتصاددانان به کار گرفته می‌شود اخیراً توسط یک مدرس ناراضی در یک سمینار ارتباط جمعی علیه روزنامه‌نگاران عنوان شد: اگر تمامی پژوهشگران ارتباط جمعی جهان را در کنار یکدیگر قرار دهیم هیچ‌یک از آنان با یکدیگر تفاهم نخواهند داشت. (این گفته، یکی از ناظران حاضر در سمینار را بر آن داشت تا بگوید در کنار یکدیگر قرار دادن تمامی پژوهشگران مسائل مربوط به ارتباط جمعی، فکر بسیار خوبی است، موضوعی که جای بحث آن از حوصله کتاب خارج است).

گرچه موضوع اثرات رسانه‌ها، مبحث پیچیده‌ای است اما صورت اجمالی آن به این شرح است: برخی از پژوهشگران به ایده‌ای که نظریه «رسانه‌های ضعیف و قوی (Weak-Media-Powesful Audience)» نام گرفته است باور دارند و برخی دیگر معتقدند، قدرت رسانه‌ها از آنچه ما تصور می‌کنیم بیشتر است و به نظریه «رسانه‌های قوی» باور دارند.

هواداران نظریه «رسانه‌های ضعیف» اغلب به پژوهش‌های انجام شده توسط محققانی چون جوزف تی. کلاپر (Joseph. Klapper) و پل لازارسفلد (Paul Lazarsfeld) استناد می‌کنند. کلاپر و لازارسفلد معتقدند، گرچه

رسانه‌ها در مجموع ابزار قدرتمندی برای تحکیم ایده‌ها و اندیشه‌ها محسوب می‌شوند اما در خلق ایده‌ها و مفاهیم چندان قدرتی ندارند.

کلاپر که مدیریت پژوهش اجتماعی در شبکه تلویزیونی سی بی اس را عهده‌دار بود چنین استدلال می‌کرد که مردم برنامه‌های مورد علاقه خود را با توجه به منافع و دیدگاه‌هایشان از میان انواع برنامه رسانه‌های جمعی انتخاب می‌کنند و اغلب آنچه را که دوست ندارند کنار می‌گذارند. کلاپر در عین حال معتقد بود در مواقعی که مردم با پیام‌های ضد و نقیض رو به رو می‌شوند اغلب آن‌ها را طوری تعبیر می‌کنند که با پیش‌داوری‌هایشان تطبیق کند.

کتاب لازارسفلد زمینه را برای نظریه‌های کلاپر مهیا ساخت. در جریان مبارزات انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۹۴۰ لازارسفلد به همراه دو پژوهشگر دیگر به نام‌های برنارد برلسون (Bernard Berelson) و هیزل گودت (Hazel Gaudet) در تلاش برای یافتن تأثیر نفوذ رسانه‌ها بر سیاست، چگونگی رای دادن سه هزار نفر را در یک منطقه روستایی در منطقه اوهایو مورد بررسی قرار دادند. نتیجه مطالعات این سه پژوهشگر نشان داد که تنها هشت درصد از رای دهندگان مورد مطالعه تحت تأثیر رسانه‌ها تغییر عقیده دادند. اکثریت رای دهندگان یعنی پنجاه و سه درصد تحت تأثیر تبلیغات رسانه‌ها قرار نگرفته و براساس دیدگاه‌های قبلی خود به نامزد مورد نظر رای دادند.

بررسی انجام شده از سوی لازارسفلد که شرلی بیگی (۱۹۸۸ ص ۳۰۱) از دانشگاه ایالتی کالیفرنیا در ساکرامنتو خلاصه‌ای از آن را ارائه داده است این نتایج را به دنبال داشت: اول، بررسی نشان داد که رسانه‌ها به جای آنکه دیدگاه رای دهندگان را تغییر دهند آن‌ها را به شرکت در انتخابات تشویق کردند. دوم، اقوام، دوستان و اندیشمندان بیش از رسانه‌ها بر دیدگاه مردم تأثیر گذاشته‌اند. سوم، رسانه‌ها تأثیر متفاوتی بر افراد مختلف داشته‌اند.

یک بررسی عمده دیگر نظریه لازارسفلد را تأیید کرد. دو پژوهشگر به نام‌های توماس پاترسون (Thomas Patterson) و رابرت مک کلور (Rabret Mc Clure) با بودجه‌ای که دولت در اختیارشان قرار داده بود پیش از انتخابات ریاست جمهوری در سال ۱۹۷۲ با ۲۷۰۷ نفر مصاحبه انجام دادند. بررسی آنان که به ارزیابی اثرات تبلیغات سیاسی اختصاص داشت نشان داد که تنها هفده درصد از مصاحبه شونده‌گان اهمیتی اندک برای این گونه تبلیغات قائل شده و هفت درصد گفتند تبلیغات سیاسی بر انتخاب آن‌ها تأثیر خواهد گذاشت

باید توجه داشت که دیدگاه‌های کلاپر/لازارسفلد با استقبال تمامی پژوهشگران روبه‌رو نشده است. اس. جی. بال - روکیچ (S.J. Ball Rokeach) (۱۹۸۸ ص ۳۱۹) یکی از جامعه‌شناسان دانشگاه کالیفرنیا جنوبی می‌گوید: نظریه رسانه ضعیف - مخاطب قوی نه تنها نادرست است بلکه پژوهش‌های مربوط به اثرات رسانه‌ها را عقیم گذاشته است: از جمله ویژگی‌های جامعه‌شناسی آمریکا که احتمالاً عامل اصلی الگوی افول توجه در ربع آخر قرن بیستم محسوب می‌شود (بال - راکچ ۱۹۸۶) نتیجه‌گیری ناپخته درباره قدرت رسانه‌هاست. دانشجویان رشته جامعه‌شناسی در دانشگاه‌ها با گذشت بیست و پنج سال از زمان ارائه نظریه رسانه‌های ضعیف - مخاطب قوی از سوی کلاپر (۱۹۶۰) هنوز هم این نظریه منسوخ را که چیزی جز کلی‌گویی بیش از اندازه نیست فرا می‌گیرند و اغلب از این نکته غافلند که پژوهش‌های منتج به این نظریه (تحقیقاتی که لازارسفلد را رأس آن قرار داشت) عمدتاً در سطح روانشناسی اجتماعی صورت گرفته و توجه چندانی به اثرات رسانه‌ها بر افراد نداشته است. این موضع‌گیری هنوز با کاهلی تمام ادامه دارد.

با توجه به آنچه که گفته شد حال باید دید آیا رسانه‌ها ضعیف هستند یا قوی؟ از آنجا که هنوز در این مورد حکم قطعی صادر نگردیده، بهترین داوری تحت هر شرایطی حکم می‌کند که پاسخ این سؤال را نقطه در بینابین تصور کنیم. در عین حال این نکته نیز محرز است که رسانه‌ها از جنبه‌های مختلف قدرتمند هستند اما میزان قدرت آن‌ها برای ما مشخص نیست.

نظریه‌های نوین ارتباطات بر قدرتمند بودن رسانه‌ها اعتراف دارند. ویلیام ریورز (William Rivers) و ویلیام شرام (Wilbur Schram) (۱۹۸۶) بر عدم درک تأثیر تشکیلات رسانه‌ها بر رفتارهای فردی و بیشتر از آن بر فرهنگ

آمریکایی در مقطع کنونی اعتراف کرده‌اند. به گفته این دو محقق «رسانه‌ها را نمی‌توان تنها به عنوان ابزاری که تصاویر را بر ذهن خالی انسان‌ها نقش می‌زند قلمداد کرد چون چنین برداشتی از فرایند ارتباطات، بسیار ساختگی خواهد بود.»

امیدوارم بحث جاری این دو نکته را روشن کند:

الف. قصد طفره رفتن از سؤال مربوط به میزان قدرت رسانه‌ها را ندارم.

ب. در بررسی این سؤال حسن نیت دارم.

با در نظر گرفتن این واقعیت که همگی بر قدرتمند بودن رسانه‌ها واقفیم اما میزان قدرت آن‌ها را نمی‌دانیم، سؤال دیگری را در این زمینه مطرح می‌کنیم: آیا همان گونه که افلاطون گفته است در اختیار داشتن قدرت و احساس مسئولیت در قبال مردمی که تحت تأثیر آن قدرت قرار دارند، لازم و ملزوم یکدیگرند؟

گروهی که در متهاالیه طیف مختلف قرار دارند خواهند گفت خیر، قدرت و مسئولیت لازم و ملزوم یکدیگر نیستند. در برخی از موارد، ناشران و صاحبان رسانه‌های خبری بدون تأمل لازم، تنها مسئولیت و وظیفه خود را کسب درآمد ذکر کرده‌اند. بدون شک کسب درآمد عمده‌ترین انگیزه‌ای بود که ویلیام راندولف هرست (William Randolph Hearst) را در اوایل قرن حاضر برای رویارویی با جوزف پولیتزر (Joseph Pulitzer) از غرب آمریکا به شهر نیویورک کشاند. هیچ کس نمی‌تواند برای آنچه که تئودور پیترسون (۱۹۶۶ ص ۴۱) از آن به عنوان «روزنامه‌نگاری ترس‌های وحشت زده، اخبار ساختگی، تصاویر سرقت شده و قهرمانان افشار مفلوک یاد کرده است یا روزنامه‌نگاری متکی بر میهن‌پرستی افراطی که احتمالاً جنگ اسپانیا - آمریکا را شعله‌ور ساخت و تنها با آغاز جنگ اول جهانی موقتاً رنگ باخت احساس مسئولیتی متصور شود».

روزنامه‌نگاری زرد (Yellow Journalism) بار دیگر در پی جنگ دوم جهانی پا به عرصه وجود نهاد و این بار نیز همانند دوران پیش از جنگ اول جهانی خوانندگان به سختی می‌توانستند احساس مسئولیت دیگری جز کسب درآمد از طریق انتشار تصاویر (Graphic) (واژه مستعار برای تصویر مستهجن) که تا قلب روزنامه‌نگاری رخنه کرده بود به دست‌اندرکاران این حرفه نسبت دهند. پیترسون از این دوره به عنوان دوران تصاویر (ص ۴۱) یاد کرده است:

اوج این گونه روزنامه‌نگاری، بردن پنهانی دوربین به اطاق اعدام روث اشنایدر (Ruth Snyder)، یک محکوم به مرگ و گرفتن عکس از او در هنگام جریان برق به صندلی الکتریکی و اختصاص دادن صفحه اول روزنامه به این عکس بود. عصری که برنار مکفیدن (Bernarr Macfadden) بهترین مضمون برای صفحه اول روزنامه راه، عکس یک زندانی محکوم به مرگ می‌داند که بر اثر جریان برق زنده زنده کباب شده است، دورانی که تنها نگرانی امیل گوورو (Emil Gauvereau) سردبیر یکی از روزنامه‌ها این بود که روزنامه بدهی دوازده میلیون دلاری وی را بپردازد و بتدریج این مبلغ را از حقوق او کسر کند یا دوره‌ای که یکی از سردبیران روزنامه نیویورک تایمز خبرنگاران خود می‌گوید به یاد داشته باشید از این تاریخ به بعد تهیه اخباری که عنوان جنجال‌انگیز نداشته باشد تلف کردن وقت خواهد بود.

اما روزنامه‌نگاری زرد در فعالیت روزنامه‌ها نقش انحصاری نداشت. روزنامه‌نگاران طرفدار هوریس گرلیلی (Horace Greeley) احساس می‌کردند که نسبت به حفظ منافع عموم متعهد می‌باشند. روزنامه نیویورک تایمز با اعلام این مطلب که تنها اخبار با ارزش و مناسب را چاپ و منتشر خواهد کرد برای خود در قبال مردم مسئولیتی تعیین کرد و دست‌اندرکاران این روزنامه از جمله هنری ریموند (Henry Raymond) اعلام کردند روزنامه تایمز باید در جهت رفاه همگانی نقش فعالی ایفا کند.

به نوشته سی برت (Seibert)، پیترسون و شرام در کتاب معروف خود با عنوان *چهار نظریه مربوط به مطبوعات* (در فصل ۲ مورد بحث قرار گرفته است)، گریلی و ریموند، مسئولیت مطبوعات را از مرحله لیبرالیسم مطلق به مرحله مسئولیت اجتماعی سوق داده‌اند.

باید توجه داشت مسئولیت اجتماعی به شرحی که عموماً در روزنامه‌نگاری مطرح است نه تنها نوعی تعهد را به همراه دارد بلکه نوعی کنترل را نیز شامل می‌شود. این گونه کنترل‌ها می‌تواند به کنترل داخلی (اصول اخلاقی، دستورالعمل‌های مدیریت، وجدان صالح) یا خارجی (تدابیر بازدارنده حکومتی، قوانین مربوط به تهمت و افتراء، فشارهای ناشی از مصرف‌کنندگان، شورای مطبوعات و غیره) تقسیم کرد. کنترل و شیوه‌های بازبینی گرچه ابزارهایی برای تحقق مسئولیت محسوب می‌شوند ولی در عین حال مباحث جداگانه‌ای به‌شمار می‌روند که در فصول ۱۱ و ۱۲ با جزئیات بیشتر مورد بررسی قرار خواهند گرفت.

در اینجا بار دیگر موضوع بحث را بر کاربردهای نظری تحمیل و مطالبه مسئولیت متمرکز ساخته و در صفحات بعد مکانیزم‌های خاص تحقق این هدف را بررسی خواهیم کرد.

نظریه مسئولیت اجتماعی در شکل بنیادی آن، واکنشی منطقی علیه خطر زیاده‌روی از سوی مطبوعات تلقی می‌شود و با تعمیم دادن این نظریه می‌توان با نظریه‌های لیبرالیسم سنتی که بر جامعه آمریکا حاکم است همزیستی مسالمت‌آمیز برقرار کرد. فلسفه «قرار داد اجتماعی (Social Contract)» نیز که اغلب از آن به عنوان شالوده اصلی مسئولیت اجتماعی یاد می‌شود یکی از اصول مهم لیبرالیسم است.

با وجود این برای حفظ دقت و امانت‌داری باید یادآور شویم که در تمامی هواداران نظریه قرار داد اجتماعی را نباید پیرو نظریه لیبرالیسم به حساب آورد. برای مثال هابس درست در نقطه مقابل این طرز تفکر قرار داشت. وی معتقد بود، قرارداد اجتماعی در واقع سپردن عنان آزادی به دست یک فرمانروای مطلق است. جان لاک معتقد بود آزادی عمل یک فرمانروا به وسیله تعهدات خاص وی در پاسداری از حقوق مردم محدود می‌شود. با توجه به دیدگاه‌های لاک نمی‌توان وی را با لیبرالیسم سنتی جمهوری خواهان در تضاد دانست چون نوشته‌های وی تأثیر خاصی بر پایه‌گذاران حکومت آمریکا بر جای گذاشته و در واقع راه خود را برای تجلی در اعلامیه استقلال این کشور باز کرد. ژان ژاک روسو نیز بی‌تردید یکی از هواداران عمده نظریه قرارداد اجتماعی محسوب می‌شود. روسو از جمله لیبرالیست‌هایی است که عقیده داشت قرارداد اجتماعی می‌تواند با لیبرالیسم همزیستی داشته باشد چون قرارداد اجتماعی به حمایت اراده کلی مردم نیاز دارد.

مفهوم قرارداد اجتماعی، در دیدگاه‌های صاحب‌نظران دوران معاصر که تلاش می‌کنند این مفهوم را با مسئولیت مطبوعات پیوند دهند، جایگاه خود را حفظ کرده است. پروفیسور هاجس (صفحه ۳) این مقوله را کلمه به کلمه بازگو کرده است:

در ایالت متحده، مطبوعات نوعی مسئولیت خاص در قبال جامعه دارند. این مسئولیت شکل مکتوب و مدون ندارد اما این امر از میزان واقعی بودن چنین مسئولیت به هیچ وجه نمی‌کاهد. چنین به نظر می‌رسد که جامعه، آزادی عمل مطبوعات را فراهم می‌سازد مشروط بر آنکه مطبوعات نیازهای جامعه به اطلاعات را برآورده سازند.

البته در بطن هر قرارداد و تفاهم نامه‌ای، تبصره‌های «در غیر این صورت» وجود دارد. تبصره‌های «در غیر این صورت» در واقع موارد مجازات‌های پیش‌بینی شده در قالب قرارداد و تفاهم‌نامه را علیه طرفی که تعهدات خود را زیر پا می‌گذارد مشخص می‌کند. گرچه در اینجا قصد بررسی تبصره «در غیر این صورت» را نداریم اما باید این نکته را خاطر نشان ساخت که در صورت فقدان تدابیر تنبیهی و تشویقی، هیچ قرارداد یا میثاقی به‌طور کامل رعایت نخواهد شد.

همین تدابیر تنبیهی است که برخی از گردانندگان مطبوعات و بسیاری از ناظران رسانه‌ها را نگران می‌سازد. گرچه تقریباً هیچ گروهی از دست‌اندرکاران رسانه‌های خبری بدون مقدمه یک‌سره مشروعیت کنترل حکومت بر رسانه‌ها (به‌ویژه رسانه‌های صوتی و تصویری) را که در جهت حفظ منافع همگانی، برای فعالیت نیاز به پروانه دارند) یا مشروعیت قوانین مبارزه با افترا را به عنوان ابزاری در دست شهروندان برای دادخواهی، یا مشروعیت گروه‌های ذی‌نفع را که از طریق گروه‌های فشار سازمان یافته، یا فرایند قانونگذاری، اعمال کنترل می‌کنند، مردود نمی‌داند اما تدابیر بازدارنده و تنبیهی در هر شکل آن خطر مجازات به بهانه بیان مطالب فتنه‌انگیز، وحشت از لطمه‌های شدید اقتصادی ناشی از مجازات پیش‌بینی شده برای تهمت علیه دیگران و روزهای زمانداری نیکسون (Nixon) - اکنیو (Agnew) معاون نیکسون در اذهان زنده نگه می‌دارد که طی آن کسانی که محتوای پیام رسانه‌ها را ناخوشایند می‌دانستند منتقل‌کنندگان پیام‌ها را مورد سرزنش قرار می‌دادند،

لوئیس د. بوکاردی (Louis D. Boccardi) و مدیر عامل خبرگزاری آسوشیتد پرس، با هر گونه تدابیر تنبیهی ضمنی علیه مطبوعات به شدت مخالف است. و می‌گوید:

مسئولیت مطبوعات؟ البته، ما مسئولیت سنگینی بر عهده داریم. اما باید توجه داشت که مطبوعات آزاد، برای نظام حکومتی آمریکا نقش محوری دارد. اینکه در جریان کودتاها در گوشه و کنار جهان تانک‌ها همزمان با حمله به مقر ریاست جمهوری، دفتر روزنامه‌ها و ایستگاه‌های تلویزیونی را نیز با همان شدت مورد حمله قرار می‌دهند یک امر تصادفی نیست.

مسئولیت ما ایجاب می‌کند تا بین آزادی عمل خود از مداخله حکومت و نگرانی مشروع حکومت در زمینه حفظ اسرار و امنیت کشور تفاهم ایجاد کنیم. اما دولت باید یک شریک صادق باشد چون همگی می‌دانیم که استفاده و سوء استفاده از حربه امنیت ملی سابقه‌ای طولانی دارد.

آنچه گفته شد، دیدگاه بوکارد در قبال تدابیر بازدارنده و تنبیهی است که از نظریه مسئولیت اجتماعی نشئت گرفته و در مجموع دیدگاهی معتدل است. برخی از منتقدان، این نظریه و دیدگاه، موضع خصمانه و انعطاف ناپذیری دارند. پروفیسور جان مویل (Jhon Merril) (که اظهاراتش توسط ریورزو ششرام ۱۹۶۹ نقل شده است) از دانشگاه لوئیزیانا که از تحلیلگران برجسته مسائل روزنامه‌نگاری و فلسفه محسوب می‌شود (یکی از دو مؤلف کتاب ارزشمند فلسفه و روزنامه‌نگاری) نسبت به تدابیر تنبیهی علیه مطبوعات نظر کاملاً مخالف دارد:

نظریه موسوم به مسئولیت اجتماعی همانند واژه عشق و مادر طنین زیبایی دارد و بسیاری را شیفته خود می‌سازد. ... اساس این نظریه بر این اصل استوار است که گروه‌هایی و در نهایت، دولت به عنوان یک گروه حق دارند و باید در مورد آنچه مسئولیت اجتماعی نامیده می‌شود تصمیم‌گیری یا آن را تعریف کنند. در عین حال چنین مستفاد می‌شود که ناشران و روزنامه‌نگاران یا گروه‌های بی‌طرف خارجی نمی‌توانند آزادانه در این مورد که مسئولیت اجتماعی چیست تصمیم‌گیری کنند. اگر این گروه برگزیده قدرتمند، به این نتیجه برسد که مطبوعات مسئولانه عمل نکرده است در آن صورت حتی اصلاحیه اول قانون اساسی نیز نمی‌تواند از آزادی مطبوعات در برابر دخالت‌های حکومت پاسداری کند.

حال باید دید که آیا تدابیر تنبیهی که از مسئولیت اجتماعی مستفاد می‌شود ضرورتاً به معنی اعمال کنترل از سوی حکومت است؟ مریل در بحث خود می‌گوید، مسئولیت اجتماعی سرانجام به کنترل دولت بر مطبوعات منجر می‌شود. از آنجا که هیچ گروه مطبوعاتی یا دولتی این واژه را تشریح نکرده‌اند و به دلیل تازه بودن نسبی این اصطلاح، کاملاً روشن است که در قاموس لیبرالیسم سنتی آمریکا هیچ گروه غیردولتی یا افراد نمی‌توانند برای مسئله مسئولیت اجتماعی راه‌حلی پیدا کرده و در مورد چگونگی اجرای آن اتفاق نظر حاصل کنند.

از سوی دیگر برای مشکلات کلاسیک راه حل‌های کلاسیک ارائه می‌شود: هواداران نظریه مسئولیت اجتماعی می‌گویند به توجه به آزاد منشی نمی‌توانند کنترل فعالیت خود را بپذیرند و تردیدی وجود ندارد که نظریه مسئولیت اجتماعی که ظاهری فریبنده دارد در نهایت به کنترل مطبوعات از سوی حکومت منجر می‌شود.

تا این مرحله از بحث، تنها به تدابیر تنبیهی پرداخته و از تدابیر تشویقی غافل مانده‌ایم. حال ببینیم بدون اعمال تدابیر بازدارنده از سوی حکومت چه عامل می‌تواند رسانه‌های خبری را به سمت مسئولیت بیشتر اجتماعی سوق دهد؟ برخی بر این عقیده‌اند که این گونه مسئولیت در نهایت به تشکیلات رسانه‌های خبری و افراد فعال در این گونه تشکیلات و دستگاه‌های حکومتی بستگی داشته و عموم مردم در این مورد نقشی ندارند.

بوکاردی رئیس خبرگزاری آسوشیتدپرس (ص ۱۳) در انتقاد ملایم از دست‌اندازی به حریم آزادی مطبوعات بدون آنکه تعمدی داشته باشد سخنی به میان آورد که می‌تواند مشکل بزرگی تلقی شود:

جامعه باید این حقیقت را بپذیرد که به رغم پیوند داشتن رسانه‌ها با هر آنچه در جامعه می‌گذرد هیچ گونه آموزشی در هیچ سطحی درباره رسانه‌ها ارائه نمی‌شود.

گرچه این اظهار نظر تا حدودی اغراق آمیز به نظر می‌رسد (چون در بسیاری از مراکز آموزش عالی رشته‌های آموزش رسانه‌ای دایر است. اما باید توجه داشت که این دروس‌های آموزشی به تربیت کادرهای شاغل در رسانه‌ها اختصاص داشته و مصرف کنندگان یا مخاطبین رسانه‌ها را در بر نمی‌گیرد) اما روزنامه‌نگاران دیگری نیز موضوع فقدان آموزش رسانه‌ها را مطرح ساخته‌اند. نمونه بارز این مسئله داستانی است که بیل مویرز در مورد ارائه ارقام متفاوت از سوی خبرنگاران مختلف در مورد تعداد جمعیت شرکت‌کننده در یک گردهم‌آیی ارائه داده است - با آنکه می‌دانیم تخمین زدن تعداد جمعیت گرد آمده در یک نقطه کار بسیار دشواری است. اما منتقدانی که حاضر نیستند روزنامه‌ها را به خاطر عدم توانایی خبرنگارانشان در شمارش دقیق تعداد جمعیت مورد عفو قرار دهند، خود هرگز به این کار مبادرت نکرده به خاطر اشتباه در برآورد تعداد جمعیت مورد سرزنش قرار نگرفته‌اند.

عنوان‌های درشت خبری نیز از جمله مواردی است که نشان می‌دهد چگونه درک نادرست مردم از مکانیزم پوشش خبری به اعتراض‌های بی‌مورد منجر می‌شود. گزارشگران روزنامه‌ها اغلب به خاطر عناوین خبرهای خود، مورد سرزنش قرار می‌گیرند. اما عناوین درشت خبری توسط خبرنگاران تهیه نمی‌شود.

سردبیران و دبیرانی که مسئولیت ویرایش دستوری، املائی و نظم منطقی گزارش‌ها را برعهده دارند با توجه به محدودیت‌های فنی شدید و تقریباً باور نکردنی، عناوین خبری را تهیه می‌کنند. (فضای کاملاً مشخصی در اختیار این گونه افراد قرار می‌گیرد و آن‌ها ناگزیرند تا با عناوین برجسته، این فضاها را پر کنند).

البته این محدودیت‌ها نمی‌تواند، ترکیب گمراه‌کننده و نامفهوم عناوین برجسته خبری را توجیه کند بلکه صرفاً پاسخی است به سردرگمی شخصی گروهی از خوانندگان روزنامه‌ها که برخی از آن‌ها از ابتدای دوران جوانی، بطور مستمر یک روزنامه خاص را مطالعه می‌کنند و از این واقعیت روزنامه‌نگاری بی‌اطلاع می‌باشند. آیا این کوتاهی از جانب مدارس است که نحوه شکل‌گیری یک روزنامه را به دانش‌آموزان آموزش نمی‌دهند؟ کوتاهی از جانب روزنامه‌هاست که چگونگی گردآوری و ارائه اخبار را از خوانندگان خود پنهان می‌دارند؟ یا این نقیصه از فقدان ذهن جست‌وجوگر خوانندگان سرچشمه می‌گیرد؟

هر سه عامل ممکن است در این قضیه دخیل باشند. چنین به نظر می‌رسد که ناآگاهی کلی از روند گردآوری و ارائه اخبار، بدون توجه به منشأ این قصور، عامل اصلی متهم شدن مطبوعات به بی‌مسئولیتی است. شاید یک مثال شخصی به درک بیشتر این موضوع کمک کند.

اخبار رادیو اغلب با بازنویسی و تغییر گسترده کلمات و عبارات همراه است تا این احساس به شنونده دست ندهد که خبرها حالت تکراری دارد. در روزهای کم خبری، این شیوه دقیقاً به کار گرفته می‌شود. اما بازنویسی ماهرانه اخبار و گنجاندن خبرهایی که در بخش‌های پیشین خبری ارائه نشده و حذف عناوین تکراری، سبب می‌شود تا بخش‌های خبری تازگی پیدا کند.

در یک بعد از ظهر خاص، که تعداد کارکنان خبری ما بسیار اندک بود و من برای انجام مصاحبه‌هایی که وقت آن از قبل تعیین شده بود ناگزیر بودم تا محل کار خود را ترک کنم ناچار شدم تا اخبار محلی ساعت ۱:۳۰، ۲:۳۰ و ۳:۳۰ را قبلاً بر روی نوار ضبط کنم.

به استثنای حوادثی چون آتش‌سوزی، سرقت از بانک و برخی رویدادهای غیرمنتظره در این بعد از ظهر کم خبر (که در صورت وقوع چنین حوادثی مرا مطلع می‌کردند و من مصاحبه‌ها را نیمه تمام گذاشته و به محل کارم بازمی‌گشتم) اخباری که از قبل روی نوار ضبط شده بود پخش می‌شد. اخباری که برای این سه بخش خبری تدارک دیده بودم با اندکی تغییر تقریباً تکرار خبرهای ساعات پیش بود.

اما در مورد میزان توجه و دقت شنوندگان خود سخت در اشتباه بودم. یک مقام رسمی یا دقیق‌تر بگویم مسئول اداره خدمات اجتماعی منطقه که نقش مهمی در آن منطقه شهری فخرزده که من مسئولیت تهیه و ارائه اخبار مربوط به آن را بر عهده داشتم در جریان تصادف اتومبیل همراه با راننده طرف مقابل، جراحات بسیار مختصری برداشته بود. در این حادثه هیچ یک از سرنشینان دو اتومبیل جراحات جدی برداشته و کسی مقصر شناخته نشده بود. مسئول ادامه تأمین اجتماعی متأسفانه چنین تصور می‌کرد که این حادثه عمدی بود و راننده طرف مقابل با قصد قبلی چنین تصادفی را در برابر چشمان بسیاری از مردمی که در لحظه تصادف در محل حضور داشتند به وجود آورده است (هیچ کس نمی‌توانست بگوید که چه کسی به اتومبیل دیگری زده است).

فکر کردم و هنوز هم فکر می‌کنم که این حادثه یک رویداد جزئی بود. این حادثه آن قدر بی‌اهمیت بود که به سختی می‌شد آن را در لابلای خبرهای روز قرار داد اما از آنجا که آن روز خاص، روز کم خبری بود و برای آنکه تنوعی به خبرها داده باشم تصمیم گرفتم تا این خبر را پخش کنم. خبر این تصادف را (احتمالاً در ردیف نهم تا دهم اخبار محلی که تعداد آن به ده عنوان می‌رسید) برای پخش در ساعت ۱:۳۰ بر روی نوار ضبط کردم. سپس موضوعات خبری را کمی پس و پیش کرده و با حذف خبر این تصادف، اخبار ساعت ۲:۳۰ را ضبط کردم. خبر این تصادف را در بخش خبری ۳:۳۰ مجدداً تکرار کردم.

به هر حال آنچه روی داده بود یک تصادف خفیف رانندگی بود که در جریان آن انگشت شست یک مقام محلی رگ به رگ شده بود. حادثه‌ای که به هیچ‌وجه ارزش خبری نداشت. در روزهای پرخبر، چنین خبری، هرگز پخش نمی‌شد. اما در آن روز کم خبری، ابتدا خبر را در ساعت ۱:۳۰ دقیقه و سپس در ساعت ۳:۳۰ دقیقه پخش کردیم و از تکرار آن در بخش خبری ۲:۳۰ خودداری شده بود.

پس از مراجعت به ایستگاه رادیو با انبوهی از پیام‌ها که به مراتب بیش از روزهای معمولی بود مواجه شدم که در خلال غیبت من از روی تلفن‌های شنوندگان تهیه شده بود. در این گونه یادداشت‌ها که مخصوص زمان غیبت از محل کار است یک خط به درج زمان دریافت پیام رادیویی و چند خط نیز برای انتقال پیام توسط گیرنده تلفن وجود دارد. این یادداشت‌ها به طور منظم تهیه و مرتب شده بودند و با مراجعه به آن‌ها می‌توانستم دقیقاً از واکنش شنوندگان نسبت به اخبار پخش شده در آن روز بخصوص، به ویژه حادثه رانندگی جزئی که برای مسئول اداره تأمین اجتماعی پیش آمده بود مطلع شوم.

تمامی پیام‌هایی که بین ساعت ۱:۳۰ تا ۲:۳۰ دریافت شده بودند، مرا به کینه‌توزی شخصی علیه مسئول اداره تأمین اجتماعی متهم می‌کردند و پخش خبر تصادف جزئی وی را تلاشی از جانب من برای ایجاد گرفتاری برای او قلمداد کرده بودند.

تمامی پیام‌هایی که از ساعت ۳:۳۰ دقیقه تا زمان بازگشت من به دفتر کارم، دریافت شده بودند همان اتهام تکرار شده و به دسیسه‌چینی در قبال این حادثه متهم شده بودم.

اعتراض‌ها و شکایت‌ها به خودی خود شگفت‌آور نبودند اما متهم ساختن من به دسیسه‌چینی در این حادثه مایه شگفتی بود. واقعیت امر این است که استدلال من در مورد پخش خبر تصادف مسئول اداره تأمین اجتماعی این بود که گرچه تصادف جزئی بوده اما به دلیل سرشناس بودن این شخص در منطقه بهتر است خبر، تنها در دو نوبت و آن هم در بخش انتهایی اخبار ساعت ۱:۳۰ و ۳:۳۰ و بعد از ظهر پخش شود.

برداشت شنوندگان از خبر مربوط به حادثه رانندگی مسئول اداره تأمین اجتماعی و متهم ساختن من به دسیسه‌چینی درباره این رویداد، تصویری کاملاً بی‌اساس بود. با چند تن از شنوندگانی که شماره تلفن‌های خود را ذکر کرده بودند تماس گرفتم تا آن‌ها را از اشتباه در آورم اما آنان چنان حرف می‌زدند که گویی تمامی کارکنان قسمت خبر و مدیریت رادیو گردهم جمع شده و علیه مسئول اداره تأمین اجتماعی توطئه کرده‌اند. تلاش کردم تا به آن‌ها بگویم که تصمیم‌گیری در مورد چگونگی تنظیم و پخش خبر مربوط به این حادثه با توجه به کمبود وقت تنها توسط یک نفر اتخاذ شده است و هیچ کس فکر نمی‌کرد که پخش چنین خبری این گونه مسئله‌ساز شود. شک دارم که حتی یکی از کسانی که با آن‌ها صحبت کردم گفته‌های مرا باور کرده باشد.

امروزه رسانه‌های خبری بدون هیچ گونه شک و شبهه‌ای اشتباهاتی مرتکب می‌شوند که در این کتاب این گونه اشتباهات با دقت تمام مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

اما وقتی بوکاردی رئیس خبرگزاری آسوشیتدپرس از فقدان آموزش در زمینه رسانه‌های خبری سخن به میان می‌آورد یا فرد فرندلی از شبکه تلویزیونی کلمبیا از نیاز مردم به زدودن هاله‌های ابهام از روند گردآوری، تنظیم و ارائه اخبار صحبت می‌کند آن‌ها به یقین این سخنان را از روی نوعی سرخوردگی، مشابه آنچه من در آن روز بخصوص احساس می‌کردم، به زبان آورده‌اند یعنی همان روزی که من به خاطر پخش یک خبر در دو برنامه خبری و حذف آن از یک برنامه خبری، مورد لعن و نفرین قرار گرفتم.

واکنش خصمانه شنودگان در آن روز بخصوص، در واقع تأییدی است بر نظریه اعضای دو مکتب فکری درباره حد و مرز مسئولیت رسانه‌ها. یک شاخه خاص از مکتب مسئولیت اجتماعی، این وظیفه را متوجه مردم تحصیل کرده می‌داند. ویلبر شرام (۱۹۶۶، ص ۳۴۹) شکل‌های متفاوت کنترل‌های خارجی را منتفی نمی‌داند اما معتقد است نظریه مسئولیت اجتماعی نقش اصلی در پویایی ارتباطات را به مردم واگذار می‌کند. شرام می‌نویسد: «قویاً معتقدم که مردم می‌توانند به سیستم ارتباط جمعی مورد علاقه خود دست یابند. البته، برای تحقق این هدف مردم باید بدانند که چه می‌خواهند.»

شرام می‌افزاید (ص ۳۵۲) اگر مردم بخواهند حالت معترض خود را حفظ کنند (یعنی تبدیل شدن به اهرم تنبیه در نظریه مسئولیت اجتماعی) باید هوشیاری خود را حفظ کرده و مخاطب بی‌تفاوت نباشند.

برای تحقق این هدف، به افرادی که با افکار و اندیشه‌هایی متفاوت از کسانی که اغلب به مناسب موقعیت یا تحصیلات خود به عنوان سخنگویان مردم در بیان انتظارات و خواسته‌هایشان از رسانه‌ها، عمل می‌کنند نیاز داریم. این دیدگاه عامیانه که «من هیچ وقت تلویزیون نگاه نمی‌کنم مگر آن که یک موضوع سیاسی مطرح باشد چون برنامه‌های دیگر ارزش دیدن ندارد» دیدگاهی غیر مسئولانه است. این دیدگاه غافل از آن است که تمامی برنامه‌های تلویزیونی مبتذل و بی‌ارزش نیستند.

تلویزیون در واقع یکی از پنجره‌های بزرگی است که ما از طریق آن می‌توانیم دنیا را ببینیم. تلویزیون از جمله مناسب‌ترین رسانه‌هایی است که ما می‌توانیم با استفاده از آن چشم‌انداز خود را وسعت بخشیده و نگاه نزدیک‌تری به رویدادهای دور دست بیندازیم و علاوه بر آن با آگاهی بیشتری به داوری درباره شخصیت‌های سیاسی پرداخته، از سخنرانی‌ها و تظاهراتی که در دانشگاه بر پا می‌شود آگاهی یافته و به تماشای اوپراها، باله‌ها، موزه‌ها و کنسرت‌ها که در گذشته تنها مقدار اندکی از افراد ثروتمند آن هم در شهرهای بزرگ فرصت و امکان تماشای آن‌ها را داشتند، پردازیم. اگر تلویزیون در جهت فراهم آوردن چنین امکاناتی فعالیت نمی‌کند باید گفت فرصت اجتماعی مهمی را تباہ می‌کند. چه خسارتی که ما از این بابت متحمل نمی‌شویم! باید دید مقصر کیست؟ در اصل، مقصر مردم هستند که تلویزیون نگاه نمی‌کنند و برای بهبود کیفیت آن هیچ اقدامی به عمل نمی‌آورند.

با توجه به آنچه که گفته شد چنین به نظر می‌رسد که استدلال شرام را می‌توان تعمیم داد و گفت: در صورت عدم رضایت مردم از اخلاق و نحوه ارائه خبرها باید از آن گله و شکایت کنند اما در عین حال برای آنکه اعتراض‌شان وارد و سازنده باشد باید از فرایند گردآوری، تنظیم و ارائه اخبار تا حدودی مطلع باشند.

در چنین شرایطی مسئولیت جنبه متقابل خواهد داشت: مردم موظفند چگونگی گردآوری و ارائه اخبار را بیاموزند و رسانه‌ها نیز وظیفه دارند تا این فرایند را برای مخاطبان خود تشریح کنند. در این شرایط دلخواه، نظریه مسئولیت اجتماعی متکی بر مخاطبان می‌تواند رسانه‌ها را بدون تحمیل کنترل خارجی که آزاداندیشان از آن وحشت دارند به برخوردی مسئولانه‌تر وادار نماید.

در بحث، درباره آزادی خواهان، باید گفت واکنش‌های متفاوت نسبت به ماجرای تصادف رانندگی مسئول اداره تأمین اجتماعی، یکی از موارد وحشت آزادی خواهان را تقویت می‌کند: وحشتی که مریل با مشاهده برداشت‌های متفاوت مردم با آن روبه‌رو شد. مریل می‌گوید دست یافتن به اتفاق نظر در میان مردم در مورد مسئولانه یا غیرمسئولانه بودن، اقدامی ناممکن است.

مفهوم «تصویر در ذهن» (In the head) که از سوی معنا شناسایی چون هایاکاوا عنوان گردیده نقش مهمی در دنیای اخبار بر عهده دارد و صرفاً یک مقوله مجرد آکادمیک محسوب نمی‌شود.

برای مثال والتر لپمن (Walter Lipman) در کتاب ارزشمند خود به نام افکار عمومی (Public Opinion) عبارت «جهان خارج و تصاویر آن در ذهن انسان» (Outside World and the Pictures in our Head) را عیناً برای یکی از فصل‌های کتابش انتخاب کرده است. لپمن می‌گوید «هر فردی در ذهن خود یک فضای کاذب (Pseudo environment) می‌سازد که در واقع نوعی صافی (Filter) بین دنیای واقعی و دنیایی که مشاهده می‌کنیم محسوب می‌شود. گرچه انسان به عمد برای تغییر واقعیت تلاش نمی‌کند اما نمی‌تواند در برابر چنین تغییری مقاومت کند چون تصاویری که به ذهن انسان می‌رسد از این فیلتر عبور می‌کند.»

در دنیایی که هر شخص مسئولی، مسئولیت‌ها را از صافی تصاویر ذهنی خود عبور می‌دهد مشخص ساختن خطوط و حد و مرز مسئولیت‌ها کاری بس دشوار است. با توجه به این نقص بزرگ، چنین به نظر می‌رسد که مسئولیت تا حد زیادی بر عهده افراد یا مجموعه‌ای از افراد که مخاطبین نامیده می‌شوند و کسانی است که مسئول اداره و گرداندن رسانه‌های خبری هستند.

افراد و مخاطبین قدرت دارند و می‌توانند هر آنچه را که می‌خوانند، یا می‌شنوند یا می‌بینند، تأثیر بگذارند. اما همان‌گونه که شرام می‌گوید و من هم با او موافقم، هر یک از مخاطبین موظفند تا احساسات خود را بروز داده و این احساسات را به افکار عمومی مبدل سازند.

چنین به نظر می‌رسد که این شیوه، بهترین راه حل برای مقابله با خطری است که مریل از آن به عنوان تحمیل بی‌رویه اراده دولت بر مطبوعات یاد می‌کند و چنین تحمیلی زمانی صورت می‌گیرد که ضرورت‌های نامشخص مسئولیت اجتماعی، نه تنها قابل پیاده کردن نبوده بلکه نتوان تعریف دقیقی از آن ارائه داد.

نکته دوم اینکه دست‌اندرکاران رسانه‌های خبری موظفند تا فرایند فعالیت خود را از هاله‌های ابهام بیرون آورند و نحوه فعالیت خود و رسانه‌های خبری را کاملاً برای مردم تشریح کنند. این موضوع برای خود مبحث جداگانه‌ای است که در فصل بعدی مورد بررسی قرار گرفته است.

سومین مسئله در سناریویی که ترسیم کرده‌ایم نظریه‌ای است که به خاطر فقدان عبارت بهتر، از آن به عنوان نظریه مسئولیت «مردم آگاه - مطبوعات قابل دسترس» (Informed-Public-Accessible-Press) یاد کرده‌ایم. این نظریه بر تعهد شدید هر یک از گزارشگران رسانه‌های خبری استوار می‌باشد.

این نظریه خبرنگاران را از پنهان شدن در پشت پرده دیوان‌سالاری و تشریفات اداری بر حذر می‌دارد. دانیل ایوت (ص ۴۲) در این مورد چنین می‌گوید:

... روزنامه‌نگاران تنها نماینده رسانه‌ها یا سازمان‌های خبری خاص محسوب نمی‌شوند. بیش از هر چیز، هر یک از آنها کارگزارانی مستقل و پایبند اخلاق هستند و از این روی مسئول رفتار خود می‌باشند. شواهد و مصادیق فراوانی وجود دارد که نشان می‌دهد فرد نمی‌تواند اعمال خود را به دستورات افراد مافوق نسبت داده مسئولیت شخصی خود را کتمان کند. افراد، حتی اگر از دستورات دیگران پیروی کرده و اعمال خلاف انجام داده باشند باز هم در قبال اعمال خود اخلاقاً مسئولند. اینکه گفته شود «سردبیرم از من خواست تا چنین کنم» یا «این کاری است که روزنامه‌نگاران می‌کنند» نمی‌تواند اعمال افراد را توجیه کند.

استقلال فرد، برای سلامت اخلاقی هر شغل و حرفه‌ای، یک ضرورت انکار ناپذیر است. وجود نظام‌های ارزشی متعدد در میان اعضای یک حرفه، قابل قبول و حتی بر وحدت عقیده و نظر برتری دارد. موازین متعارف، که رفتار گروهی را مشخص می‌سازد، تنها از طریق برخورد عقاید و افکار متحول می‌شوند. اگر تمامی اعضای یک گروه حرفه‌ای به ارزش‌های کاملاً یکسانی باور داشته باشند به هیچ وجه امیدی به پیشرفت و ارتقاء نخواهد بود و هیچ گاه ایستارها و کنش‌های متعارف مورد سؤال و تردید قرار نخواهد گرفت.

آخرین جمله عبارت فوق، در واقع نقطه ثقل نظریه مسئولیت اجتماعی مردم آگاه - مطبوعات قابل دسترس را تشکیل می‌دهد. همان‌گونه که پیش از این گفته شد و باز هم در فصل‌های بعدی به آن خواهیم پرداخت ارزش‌ها در طول زمان دگرگون می‌شوند و این دگرگونی حاصل کار افرادی است که می‌گویند: «این اشتباه است.» آنچه که در یک مقطع زمانی به عنوان یک عمل پذیرفته شده در میان یک گروه قلمداد می‌شود ضرورتاً با دگرگون شدن معیارها تغییر می‌یابد.

مطبوعات مسئول و قابل دسترس، مطبوعاتی است که در آن افراد بتوانند بگویند «این کار اشتباه است» و با همین گفته زمینه را برای تغییر فراهم آورند. چنین اظهاراتی سبب شده است تا دیدگاه رسانه‌های خبری نسبت به بی‌طرفی و رفتارهای حرفه‌ای تغییر کند. این موضوع در فصل‌های بعدی با جزئیات بیشتر تشریح شده است.

فصل ۵

انصاف (Fairness)

«انصاف را فراموش کن»

جان ال. پری (Jahn L. Perry) سردبیر روزنامه نیوز تریبون (News Tribune) چاپ رم، جورجیا، به هم‌قطاران خود توصیه می‌کند که تلاش در راه رعایت انصاف، چیزی جز لفاظی بیهوده به بار نخواهد آورد.

غیرمنطقی نخواهد بود اگر فرض کنیم که هیچ روزنامه‌نگاری نمی‌خواهد به بی‌انصافی متهم شود، اما در عین حال تشریح یا رعایت انصاف نیز کار ساده‌ای نیست، مشکل‌تر از آن، مجموعه تلاش‌های مکانیکی است که برای رعایت انصاف صورت می‌گیرد، و اغلب نتایج معکوس به بار می‌آورد. دو نمونه از این پیامدهای منفی در این فصل تشریح شده‌اند.

یکی از مشکلات اساسی در راه رعایت انصاف دخیل بودن عوامل گوناگون در برداشت ما از این مقوله است. عواملی چون انتخاب واژه‌ها، گزینش عناصری که محتوای یک گزارش را تشکیل می‌دهند، برداشت ذهنی روزنامه‌نگار و از میان رفتن گاه‌به‌گاه این برداشت در مواقعی که روزنامه‌نگار تلاش می‌کند تا پیش‌داوری ذهنی خود را پنهان دارد و مکانیزم گردآوری و ارائه اخبار را می‌توان از جمله این عوامل دانست. موارد فوق، زمینه مربوط به انصاف را تشکیل می‌دهند و با درهم آمیختن این مسائل با یکدیگر تصویر روشن‌تری از مشکلات موجود بر سر راه تعریف و تبیین انصاف به دست می‌آید.

برای آغاز بحث، ببینیم چه عاملی سبب شده است تا جان ال. پرس سردبیر روزنامه نیوز تریبون به هم‌قطاران خود توصیه کند تا انصاف را فراموش کنند؟

همان گونه که توماس گریفیث (Thomas Griffith) منتقد هفته‌نامه خبری تایمز (۱۹۸۶، ص ۶۱) می‌گوید، مشکل زمانی آغاز شد که دو نفر در شهر رم در ایالت جورجیا با توسل به زور وارد یک فروشگاه شبانه روزی شده و ضمن مجبور کردن صندوقدار به تحویل موجودی صندوق، وی را مورد تجاوز قرار دادند. روزنامه نیوز تریبون نام فروشگاه را در خبر خود فاش کرد لکن از افشای نام صندوقداری که مورد تجاوز قرار گرفته بود خودداری نمود.

نماینده این فروشگاه، گزارش روزنامه نیوز تریبون را غیرمنصفانه توصیف کرد و همین امر سبب شد تا جان پری به این فکر بیفتد که تحت چنان شرایطی چگونه می‌تواند گزارش منصفانه‌ای تهیه کند. گریفیث می‌نویسد:

نماینده فروشگاه از آن شکایت داشت که افشای نام فروشگاه غیرمنصفانه است چون ذکر هویت فروشگاه به افشای نام قربانی منجر خواهد شد (جان پری تا حدودی این استدلال را می‌پذیرد) اما بیشتر از آن ناراحت بود

که چرا نام فروشگاه زنجیره‌ای ذکر شده است. پری می‌گوید تنها راه رعایت عدل و انصاف به شکلی که نماینده این فروشگاه از آن دفاع می‌کرد، این است که در گزارش خود اعلام کنیم «شب گذشته یک زن در یکی از محله‌های شهر مورد تجاوز قرار گرفت». جان پری می‌گوید کسانی که نامشان در خبرها می‌آید خواهان رعایت انصاف از سوی رسانه‌های خبری نیستند بلکه از رسانه‌ها می‌خواهند تا آن‌ها را مورد لطف و محبت قرار داده و ضمن حمایت از آن‌ها در قبال جامعه برایشان استثناء قائل شوند. مردم از رسانه‌ها انتظار دارند تا تنها خبرهای خوشایند، نظیر اعطای بورس تحصیلی به فرزندانشان و موفقیت حرفه‌ای آن‌ها را منتشر کنند.

پری عقیده داشت روزنامه‌ها موظفند تا در ارائه اخبار و گزارش‌های خود «صحت و قاطعیت را مورد توجه قرار داده و به موقع و به جا گزارش دهند و کاری به انصاف نداشته باشند».

گریفیث در بررسی‌های خود به این نتیجه رسید که روزنامه‌ها به گونه‌ای فزاینده برای اعتبار و حیثیت خود اهمیت قائل می‌شوند و تلاش می‌کنند تا خود را بی‌غرض و بی‌طرف نشان دهند.

گریفیث می‌گوید، بگذارید تا این و آن، فلانی را به هتک حرمت یک بیوه زن متهم کنند و روزنامه نیویورک تایمز با وسواس خاصی بنویسد که فلانی به تلفن‌های شنوگان پاسخ نداد. [یادداشت مؤلف: در صفحات بعدی واژه‌ها و لحن مقاله تایمز که موجب شد گریفیث از خود واکنش نشان دهد مورد ارزیابی قرار گرفته است]. شخصی به گناهی متهم است، نمی‌تواند دست روی دست گذاشته و منتظر تحولات باشد چون در آن صورت، اتهام عدم پاسخگویی به تلفن شنوندگان، همچنان به قوت خود باقی خواهد ماند.

انتقاد از روش مرسوم در ایجاد بی‌طرفی و بی‌غرضی ساختگی در اخبار، از طریق افزودن مطالب تسکین دهنده تنها به گریفیث محدود نمی‌شود. ادوارد آر. مورو (Edward R. Murrow) در اظهار نظری در این زمینه می‌گوید، روش ایجاد تعادل در ارائه اخبار، گزارشگران را ناگزیر می‌سازد تا فضای خاصی از گزارش خود را به نقل اظهارات کسانی اختصاص دهند که در بیان مطالب خود حسن نیت ندارند.

بسیاری از رسانه‌های خبری برای خود موازین و اصولی دارند که گزارشگران را ناگزیر می‌سازد تا نظرات کسانی را که در معرض اتهامات غیررسمی قرار دارند جویا شوند. حتی اگر رعایت این اصل از سوی گردانندگان رسانه‌های خبری به گزارشگران توصیه نشده باشد، همه روزنامه‌نگاران از وجود این اصل که در کلیه کتاب‌های مرجع مربوط به روزنامه‌نگاری بر آن تأکید شده آگاه هستند (اتهامات غیررسمی به اتهاماتی اطلاق می‌شوند که از سوی محاکم و تشکیلات قضایی عنوان نشده باشد. ناگفته پیداست که گزارشگران موظف نیستند نظرات و اظهارات کسانی را که بطور رسمی به ارتکاب جرمی متهم و بازداشت شده‌اند در گزارش‌های خود منعکس کنند).

اما آیا شخصی که به تلفن‌های پی‌درپی شنوگان پاسخ نداد، گناه دیگری نیز مرتکب شده است؟ ظاهراً چنین به نظر می‌رسد که پاسخ این سؤال مثبت است حتی اگر مکالمه تلفنی شنوندگان بر روی دستگاه ضبط تماس‌های تلفنی ضبط شده باشد و مخاطب این تلفن‌های مکرر، در آن زمان سوار بر یک هواپیمای بین قاره‌ای عازم سفر خارجی باشد. در مواقعی که افراد از اظهار نظر درباره حوادث و رویدادها خودداری می‌کنند چه باید کرد؟ افراد به دلایل مختلف ممکن است از پاسخ‌گویی به سؤالات خبرنگاران خودداری کنند.

در مواردی نیز ممکن است دست‌کاری در خبر از سر حسن نیت و به خاطر اجتناب از جنجال و رسوایی در مورد یک موضوع حساس باشد. این موضوع کاملاً درباره ماجرای گزارش دیان کورسیو (Diane Curcio) خبرنگار روزنامه نیوارک استار-لجر (Newark star-ledger) درباره جریان دادرسی سوء استفاده جنسی در یک مدرسه آمادگی کاملاً صدق می‌کند. کورسیو (مصاحبه ۱۹۸۸) متوجه شد که سردبیران روزنامه نسبت به جزئیات بیش از حد گزارش‌های

وی در زمینه این محاکمه ده ماهه در مپلوود (Maplewood) در ایالت نیوجرسی که به محاکمه معلمی که با بیست نفر از دانش‌آموزان خردسال خود تماس جنسی نامشروع داشته است حساسیت نشان می‌دهند. سردبیران این روزنامه با استفاده از عبارات و واژه‌های علمی و تخصصی گزارش‌های این خبرنگار را آن‌چنان ویرایش می‌کردند برای خوانندگان حالت زننده نداشته باشد.

گزارش این ماجرا که تحت عنوان بازجویی از کارآگاه در محاکمه رسوایی جنسی در یک مهد کودک نقل شده است نمونه بارزی از ویرایش گزارش توسط سردبیران برای از میان بردن صراحت کلام و صحنه‌های زننده محسوب می‌شود.

شدت ویرایش مطالب، به سلیقه ویراستار و سردبیران بستگی دارد. در برخی از روزها گزارش‌های کورسیو با همان جزئیات و صراحت چاپ می‌شد.

کورسیو در تشریح موضوع بی‌غرضی در گزارش‌های خود به دو شکل اشاره کرده است. اول، وی متوجه شد که تمامی کسانی که درگیر این ماجرا بودند تلاش می‌کردند تا بی‌طرفی خود را حفظ کنند: سردبیرانی که صراحت بیان خبرنگار خود را در تشریح دادرسی از میان می‌بردند به گفته کورسیو با حسن نیت تمام قصد داشتند تا آنچه را که به اعتقاد آن‌ها لحن زننده داشت حذف کنند. اما کورسیو خود را متعهد می‌دانست تا خواننده را در جریان کامل دادرسی قرار دهد نه به این خاطر که جنجالی بر پا کند بلکه خوانندگان روزنامه را از سوء استفاده‌هایی که صورت می‌گیرد و اتهاماتی که علیه افراد عنوان شده بود آگاه کند... (مکاتبات انجام شده بین کورسیو و مؤلف کتاب، ۱۹۸۸).

در برخی از مواقع، تلاش در راه بی‌غرضی و خودداری از صراحت لهجه، نتایج منفی به بار می‌آورد و سبب می‌شود تا ناظران و کسانی که در دو سوی یک ماجرا قرار دارند خود واکنش نشان دهند.

کسانی که گزارش‌ها و اظهارات ویرایش نشده شاهدان پرونده را می‌خوانند از پوشش خبری گسترده رویداد این چنین کوچک و ضعف دادستان در تهیه کیفرخواست علیه متهمان شکایت داشتند. از سوی دیگر کسانی که وظیفه دفاع از متهمان را برعهده داشتند از این که می‌دیدند گزارش جریان دادرسی این گونه دست‌کاری می‌شود راضی نبودند.

چرا چنین بود؟ چون وکلای مدافع متهمان بر این عقیده بودند اعمالی که متهمان به ارتکاب آن متهم شده بودند در آن‌چنان غیرعادی عجیب، تکراری و آشکار است که نمی‌توانسته از دید کسانی که پیوسته بر فعالیت این کودکان کوچک نظارت داشتند پنهان بماند.

این ماجرا، مشکلات مربوط به رعایت عدالت و بی‌طرفی را در پوشش خبری، آشکار می‌سازد: در مواقعی که تلاش می‌شود اصل بی‌غرضی و عدالت به عنوان یک وظیفه رعایت شود برداشت اشخاص دارای حسن نیت و معقول با یکدیگر تفاوت پیدا می‌کند. جان آر. سیرل (John R. Searle) (۱۹۸۰ ص ۲۴۳) فیلسوفی که منحصراً درباره ماهیت تعهدات، مطب نوشته چنین اظهار نظر کرده است:

... بیشتر کشمکش‌های اخلاقی در زندگی واقعی، در برگیرنده مواردی است که برای انجام کاری دلایل کاملاً منطقی وجود دارد و در همان حال دلایلی وجود دارد که انجام چنین کاری را غیرمنطقی و انجام کاری مغایر آن را منطقی جلوه می‌دهد.

کورسیو احساس می‌کرد که موظف است، ماجرای دادرسی جنجالی را با دقت تمام و با جزئیات کامل منعکس کند. برخی از سردبیران روزنامه نیز خود را موظف می‌دیدند که اطلاعات موجود در گزارش کورسیو را طوری تنظیم کنند که توهین‌آمیز و جنجال برانگیز نباشد. هم خبرنگار و هم سردبیران برای خود دلایل قانع‌کننده‌ای داشتند اما مؤلف

معتقد است که تغییر بیش از حد متن گزارش‌های کورسیو و زیرورو کردن اظهارات شاهدان پرونده تلاش‌های به عمل آمده در جهت حفظ رعایت انصاف و عدالت را مخدوش ساخته است.

البته تا این مرحله از بحث، سؤال اصلی بی‌جواب مانده است: بی‌غرضی و انصاف یعنی چه؟ اگر بی‌غرضی را نوعی مصالحه درونی معنا کنیم یعنی انتخاب راه میان‌های که به دور از احساسات باشد و مانع از آزرده‌گی دیگران شود، ماجرای کورسیو صحت چنین تعریفی را متزلزل خواهد ساخت. شاید بهترین تعریف از بی‌غرضی و رعایت انصاف تشریح رویدادها به دقیق‌ترین و صحیح‌ترین شکل و مناسب‌ترین بافت ممکن باشد.

بافت، همان‌گونه که در فصل پیش گفته شد نقش مهمی در برداشت انسان‌ها ایفا می‌کند. کسانی که مدعی‌اند انتخاب واژه‌ها نقشی مهم‌تر از آنچه ما تصور می‌کنیم در صداقت پوشش خبری بر عهده دارد بر اهمیت نقش بافت در برداشت انسان‌ها تأکید دارند. بافت و گزینش واژه‌ها در اصل کلمات کاملاً مغرضانه‌ای هستند که معانی مخدوش و حقارت‌آمیز از آن‌ها اراده می‌شود، واژه‌هایی که انواع سازمان‌های خبری از فرهنگ رسمی لغات خود کنار می‌گذارند. برای مثال واژه «قبراق» (Spry) کلمه‌ای است که بسیاری از سازمان‌های خبری به خاطر معنی اولیه آن از به کار گرفتن آن اکراه دارند چون این واژه به افراد سالخورده‌ای اطلاق می‌شود که هنوز فعال و سرحال هستند. استفاده از این واژه بدین معنی است که افراد سالخورده در مجموع از کار افتاده‌اند و سالخورده قبراق، در واقع استثنا است.

کاربرد کلمات در برخی از موارد عاملی است که به گفته برخی از پژوهشگران در دگرگونی شرایط اجتماعی معنی پیدا می‌کند. برای مثال، ریچارد کمپل (Richard Campble) و جومی ریوز (Jummie Reeves) استادان ارتباطات دانشگاه میشیگان در مقاله‌ای که در نشریه *مطالعات انتقادی در ارتباط جمعی (Critical Studies in Mass Communication)* (۱۹۸۸ ص ۲۱) منتشر شد خاطر نشان ساختند که روزنامه‌نگاران آمریکا در اوایل دهه ۱۹۸۰ «بی‌خانمان» (Homeless) را که به یکی از مسائل اصلی و اساسی جامعه تبدیل شده بود کشف کردند. در نتیجه کشف این پدیده در برداشت رسانه‌ها یک دگرگونی معنانشناختی روی داد. به گفته مؤلفان این مقاله، در خلال دهه ۱۹۷۰ در فهرست مندرجات روزنامه نیویورک تایمز اشاره‌ای به مقوله افراد بی‌خانمان به چشم نمی‌خورد و تنها مقالات پراکنده‌ای تحت عنوان خانه به دوشی یا مسکن به چاپ می‌رسید. اما در سال ۱۹۸۵ در فهرست مندرجات روزنامه نیویورک تایمز، ۲۳۵ مورد افراد بی‌خانمان به ثبت رسید. علت این دگرگونی چه بود؟ مؤلفان چنین پاسخ داده‌اند:

این دگرگونی تا حدودی بیانگر تغییر ساختار اجتماعی/اقتصادی جامعه و در عین حال تغییر تعداد و نوع افراد بی‌خانمان است. خانه به‌دوشی بیانگر تصورات گذشته از ولگردان و دوره‌گردانی است که سرگردانی و زندگی در حاشیه جامعه را انتخاب کرده‌اند. اما بی‌خانمانی نشان‌دهنده شکاف مهمی در تار و پود طبقه متوسط جامعه آمریکا محسوب می‌شود: فرد بدون آنکه خواسته باشد ... به خاطر نداشتن سرپناه به ناچار و اغلب با خشونت از متن (Mainstream) جامعه به حاشیه رانده می‌شود.

به بیان دیگر، بی‌غرضی در برخی از موارد نه تنها به انتخاب واژه، بلکه به معنی یک واژه در یک مقطع خاص زمانی بستگی دارد. مثال بالا نشان می‌دهد که تصور ذهنی از واژه‌های خانه به‌دوش و بی‌خانمان چگونه ظرف یک دهه معانی متفاوتی پیدا کردند. به گفته والس متسون (Wallace Metson) که در کتاب خود به نام *ادراک (Sentience)* (۱۹۷۰ ص ۲۲) که به بررسی مفهوم معنی واژه‌ها اختصاص دارد، معنی واژه‌ای چون ندیمه (Mistress) ممکن است در طول زمان تغییر کند یعنی بارمعنایی خود را از دست بدهد و معنی تازه‌ای پیدا کند.

علاوه بر این می‌توان گفت بسیاری از غرض‌ورزی‌ها از انتخاب واژه سرچشمه می‌گیرد. بی‌تردید واژه قبراق زمانی ابداع شد که تعداد سالخوردگان فعال بسیار اندک بودند و برای نشان دادن استثنا بودن این افراد، عمداً از واژه قبراق استفاده می‌شد. «بی‌خانمان» برای نشان دادن تفاوت‌های این پدیده با ولگردی در مقطع کوتاهی از زمان که برداشت‌ها

و درک همگانی از این موضوع دستخوش تغییر شده بود ابداع شد. در هر دو این موارد، بافت و زمینه اجتماعی مربوط به این دو واژه دگرگون شده است.

علاوه بر تأثیر انتخاب واژه بر بی‌غرضی، عواملی چون چشم‌انداز، عناصر، انتخاب و چگونگی گردآوری خبر نیز بر بی‌غرضی تأثیر می‌گذارند.

این مطلب یک طبقه‌بندی ابداعی و خودسرانه نیست، بلکه در کتاب مرجعی که در روزنامه نیویورک تایمز به خبرنگاران داده می‌شود (۱۹۷۶ ص ۷۵) در مبحث مربوط به بی‌غرضی و عینیت، به صراحت به این چهار واژه اشاره شده است. در اینجا عباراتی از این کتاب مرجع با اظهارات شخصی خود که در داخل گروه مشخص گردیده نقل می‌کنم:

بی‌غرضی و بی‌طرفی باید در تمامی اخبار و تحلیل‌های خبری مندرج در نیویورک تایمز رعایت شود [تعریف چشم‌انداز]. بی‌تردید، صحت، عنصر اصلی بی‌غرضی و بی‌طرفی محسوب می‌شود. اما صحت به‌سادگی می‌تواند مخدوش شود. برای مثال، یک رشته از حقایق که هر یک به تنهایی از صحت لازم برخوردارند می‌توانند به گونه‌ای مغرضانه و بدخواهانه در کنار یکدیگر چیده شوند [انتخاب عناصر]. حتی واژه‌های به ظاهر ساده و بی‌زمان می‌توانند به گونه‌ای مورد استفاده قرار گیرند که به جانبداری منجر شود. حتی اطلاعات مربوط به پس زمینه نیز می‌تواند بی‌غرضی را مخدوش کند (ساده‌ترین شکل آن ارائه یا خودداری از ارائه پس زمینه است) [انتخاب عناصر و روند گردآوری خبر]. اما اجتناب از این خطاها به تنهایی کافی نیست. اینکه مردم یا سازمان‌هایی که در مظان اتهام یا انتقاد قرار گرفته‌اند یا تصویر ناخوشایندی از آنان ارائه شده بتوانند به دفاع از خود برخیزند، فوق‌العاده مهم است. از این روی خبرنگاران موظفند تا به هر وسیله ممکن با فرد یا افراد و سازمان‌هایی که مورد انتقاد قرار گرفته یا اتهاماتی علیه آنها وارد شده تماس برقرار ساخته و فرصت لازم را برای پاسخگویی آنان فراهم کنند. در صورت عدم امکان انجام چنین کاری، باید در مقاله ذکر شود که تلاش برای انعکاس نظرات و پاسخ افراد و سازمان‌های طرف انتقاد و اتهام، صورت گرفته اما به دلایلی که در مقاله عنوان شده این تلاش بی‌نتیجه مانده است [مکانیزم روند گردآوری اخبار].

برخی از تدابیر لازم در ابتدای این فصل مورد بررسی و ارزیابی قرار گرفت و مباحث دیگر از جمله جدال بی‌انتها بین نیازهای یک رسانه خاص خبری و چگونگی تحریف پیام از سوی این نیازها با جزئیات کامل در فصول بعدی تشریح شده‌اند. در تلاش برای تشریح دقیق دیدگاه‌های خود، رویه‌ای را که در بحث درباره انتخاب واژه‌ها اتخاذ کرده بودیم ادامه خواهیم داد و نگاهی گذرا به عواملی چون چشم‌انداز، انتخاب عناصر و شیوه‌های گردآوری اخبار خواهیم داشت.

چشم‌انداز (Prespective)، بازتابی از دیدگاه (Viewpoint) و بیانگر دقیق واقعیت است. اما مشکل اینجاست که این عبارت تکراری که هر ماجرای دو طرف دارد، همیشه صادق نیست راسل بیکر (Russel Baker) از روزنامه نیویورک تایمز می‌گوید یک خبرنگار ممکن است نظرات مختلف را در گزارش خود منعکس کند اما بازهم مغرض باقی بماند. بیکر در مصاحبه با دیوید گیتس (David Gates) از نویسندگان هفته‌نامه تایمز گفت رعایت کامل بی‌طرفی و عدالت تقریباً غیرممکن است (۱۹۸۹ ص ۶۵). وی می‌گوید «عناوین خبری می‌باید به سرعت تهیه شود و فرصت چندانی برای پرداختن به پس زمینه وجود ندارد. می‌توان گفت که نوعی راشومون (Rashomon) وجود دارد: با چهار نفر مختلف مصاحبه می‌کنی و هر یک پاسخ متفاوتی می‌دهند». تأثیر راشومون، مقوله‌ای است که از یک فیلم ژاپنی تحت همین نام که در سال ۱۹۵۱ به نمایش گذاشته شد گرفته شده است.

فیلم راشومون (که عنوان کامل «راشومون در جنگل» است) به بررسی دیدگاه‌های چهار شخص مختلف اختصاص دارد که همگی شاهد یک صحنه خشونت‌آمیز بوده‌اند. اظهار نظر این چهار نفر درباره این رویداد خشونت‌آمیز آن چنان تحت تأثیر دیدگاه‌های شخصی آنها قرار دارد که ارائه گزارش بی‌طرفانه و عاری از غرض‌ورزی از این حادثه را

غیرممکن می‌سازد. («شاید نتوان برای از میان بردن تأثیر راشومون یک مقوله ضد آن پیدا کرد اما برای تحقق عینیت شاید بتوان گفت یک روزنامه‌نگار در صورت پرس و جو از تعداد بیشتری از افراد می‌تواند به حقیقت ماجرا دسترسی پیدا کند»).

چشم‌انداز، در نهایت با مقوله عینیت ارتباط پیدا می‌کند که خود یک مقوله فریبده است. رسانه‌هایی که از بی‌غرضی و عینیت دم می‌زنند ممکن است ادعا کنند که از جانبداری سیاسی چپ یا راست مبرا هستند. اما حتی دور بودن یک رسانه خبری از گرایش‌های سیاسی راست یا چپ آیا ضرورتاً به بی‌غرضی و عینیت دیدگاه‌های آن منجر می‌شود؟ شاید چنین نباشد. برخی از منتقدان از جمله جف کوهن (Jeff Cohen) طی مقالات در نشریه انتقادی *اکسترا (Extra)* (۱۹۸۹) که گرایش‌های علنی چپ‌گرایانه دارد می‌نویسد روزنامه نیویورک تایمز و نشریات دیگر یک ایدئولوژی مرکزگرا (Centrist Ideology) را تبلیغ می‌کنند که خود نوعی چشم‌انداز مغرضانه تلقی می‌شود. یکی از نمونه‌های آنچه کوهن از آن به عنوان تبلیغ مرکزگرا یاد می‌کند تعداد بی‌شمار (و اغلب ناشناس) منابع دولیت است... «برخی از گزارشگران به جای آنکه روزنامه‌نگار باشند بیشتر آنچه را صاحبان قدرت دیکته می‌کنند رقم می‌زنند» (ص ۱۴). بدون آنکه بخواهیم نسبت به اظهارات کوهن قضاوت کنیم، باید اذعان نمود که اظهار نظر وی بیانگر وضعیتی است که می‌توان از آن به عنوان، «دیدگاه در دیدگاه (Perspective on Perspective)» یاد کرد: پیدا کردن مکانی که بتوان از آنجا تمامی مسائل و پی‌آمدها را مشاهده و مشاهدات را به‌طور عادلانه و عاری از هر گونه حُب و بغض منتقل نمود بسیار دشوار است. حتی تلاش در جهت حفظ بی‌طرفی کامل نیز همان گونه که کوهن می‌گوید می‌تواند واقعیت را مخدوش کند یعنی همان وضعیتی پیش آید که رعایت اعتدال و میانه‌روی بر سر گزارش‌های دایان کورسیو آورد.

انتخاب عناصر (Selection of Elements)، انتخاب عناصر و اجزای یک گزارش خبری، نقش مهمی در بی‌غرضی و رعایت انصاف ایفا می‌کند. یکی از شیوه‌های انتخاب عناصر و اجزاء گزارش خبری، انتخاب دلخواه عناصر و تنظیم آن‌ها به شکل مورد نظر است. آزادی عمل روزنامه‌نگار در انتخاب عناصر و چیدن آن‌ها در کنار یکدیگر برای برآوردن منظور و هدف مورد نظر، غیرمنصفانه بودن این شیوه را به خوبی نشان می‌دهد. در مواردی، اعمال نظر خبرنگار در تحریف یک گزارش خبری حتی از انتخاب یک جانبه عناصر خبر نیز فراتر می‌رود و عناصری که به خودی خود واقعیت به شمار می‌روند می‌تواند به زمینه‌چینی غیرعادلانه منجر شود.

نمونه کلاسیک این وضعیت تدوین یک گزارش خبری در تلویزیون است. بیشتر کارکنان سرویس‌های خبری که آشنایی مختصری با دستگاه ویرایش ویدئویی دارند به خوبی می‌دانند که چگونه می‌توان با انتخاب صحنه‌های مورد نظر، تصویر مغرضانه‌ای ارائه داد. یکی از مصادیق بارز این روش، حذف صحنه‌ها یا به عقب برگرداندن فیلم است که با استفاده از آن با پایان گرفتن مصاحبه، سؤالات خبرنگار یک بار دیگر عنوان می‌شود. توضیح اینکه اکثر مصاحبه‌های تلویزیونی با استفاده از یک دوربین در محل انجام مصاحبه تهیه می‌شود و سپس فیلم تهیه شده را در استودیو تدوین می‌کنند. در چنین مواقعی برای آنکه تصویر خبرنگار نیز به متن فیلم اضافه شود سؤالات مطرح شده باید یک بار دیگر تکرار شود.

اما اگر به هنگام تکرار پرسش‌ها، خبرنگار لحن افتراآمیزی اختیار کند، گرچه در مصاحبه اصلی اطلاعات از روی میل ارائه شده‌اند، چه وضعی پیش خواهد آمد؟ نتیجه ممکن است به ارائه تصویری خوشایند از گزارشگر و معرفی وی به عنوان یک خبرنگار بسیار ورزیده منجر شود.^۱

موضوع تکرار سؤالات (Reversal) گزارشگر به هنگام تدوین فیلم در استودیو و حذف (Cutaway) صحنه‌هایی از فیلم، از جمله مسائل بحث‌انگیز در دنیای روزنامه‌نگاری محسوب می‌شوند. برخی از رسانه‌های خبری از این روش استفاده نمی‌کنند و بسیاری از دست‌اندرکاران مسائل خبری به‌کارگیری این روش را عاملی برای ارائه تصویری

نادرست و مغرضانه از رویدادها تلقی می‌کند. سنفورد سوکولو (Sanford Socolow) که سالیان دراز به همراه کرونکایت (Walter Cronkite) مسئولیت تهیه خبر شام‌گاهی سی بی اس را برعهده داشت به جای تکرار سؤالات، روش تدوین فیلم را توصیه می‌کند (حذف صحنه‌های زاید در مصاحبه و پریدن از یک صحنه به صحنه دیگر). وی معتقد است که روش حذف برخی از صحنه‌ها با صداقت بیشتری همراه است چون بیننده متوجه شود که بخشی از مصاحبه حذف شده است (نقل شده توسط وایت، ۱۹۸۴ ص ۱۹۳).

آیا می‌خواهیم مصاحبه شونده را عصبی نشان دهیم؟ ارائه تصویر درشت از دست‌های به هم گره خورده مصاحبه شونده به راحتی می‌تواند خواسته ما را برآورده نماید. گرچه مردم اغلب به هنگام نشستن دست‌های خود را در یکدیگر گره می‌کنند. اما در یک وضعیت خاص، هر شخصی که ناظر اتاقی باشد که سی نفر در آن نشسته‌اند با توجه به وضعیت قرار گرفتن دست‌های آنان، می‌تواند ده دست گناهکار را تشخیص دهد.

آیا می‌خواهیم مصاحبه شونده را ناراحت نشان دهیم؟ مایک والیس (Mike Wallace) در دهه ۱۹۵۰ این روش را ابداع کرد و گرچه نمی‌پذیرفت که استفاده از این روش به تحریف عمده واقعیت می‌انجامد اما به‌طور قطع بر این نکته واقف بوده که انتخاب اجزاء تصویری می‌تواند برداشت بیننده را تغییر دهد. مایک والیس در شرح حال خود تحت عنوان «برخوردهای نزدیک» (Close Encounters) (۱۹۸۴ صفحات ۱۴ و ۱۵) تجربیاتش را از مصاحبه‌هایی که تحت عنوان «نایت بیت» (Night Beat) انجام می‌گرفت این گونه تشریح کرده است:

در استودیوی تلویزیون ما، از مبلمان راحتی و نوار ملایم که بطور سنتی در اتاق‌های نشیمن وجود دارند خبری نبود. برعکس استودیویی که ما در آن مصاحبه‌های خود را انجام می‌دادیم، فضایی بی‌روح و کاملاً سیاه داشت که نورافکن‌های خیره‌کننده پرتو خود را بر روی شانه‌های من و چشمان و روح مصاحبه شونده نشانه رفته بود. موضوع به همین جا ختم نمی‌شود. در آن روزها دوربین‌های فیلمبرداری در فاصله دوری از مصاحبه شونده قرار داشتند و تصویرهای نزدیک گرفته نمی‌شد. در آن زمان دوربین‌ها در فاصله قابل ملاحظه‌ای از مصاحبه شونده‌گان مستقر می‌شدند و برای آنکه به مصاحبه شونده اطمینان داده شود تصویر جذابی از وی ارائه خواهد شد تصاویر نیمه نزدیکی از آن‌ها گرفته می‌شد. در مصاحبه‌های انجام شده تحت عنوان نایت بیت ما تلاش می‌کردیم تا برای نشان دادن حرکات عصبی، قطرات عرق و خال‌ها و زگیل‌ها از تصاویری که از نزدیک گرفته شده بودند استفاده کنیم. قصد تعریف و تمجید از کار خود را ندارم اما باید بگویم که در آن زمان یعنی اواسط دهه پنجاه این روش در آمریکا برای خود نوعی انقلاب محسوب می‌شد.

بدون آنکه بخواهیم به این موضوع بیش از حد بها دهیم ذکر این نکته را لازم می‌دانم که نشان دادن حرکات عصبی و قطرات عرق بدن مصاحبه شونده‌گان همیشه بیانگر خصوصیتی که ما قصد نشان دادن آن‌ها را داریم نمی‌باشند. شاید کسی که در حال مصاحبه است همیشه این گونه حرکات عصبی را از خود بروز می‌دهد و عرق کردن وی نیز حالت همیشگی و عادی دارد. این گونه ویژگی‌ها به خودی خود چیزی را در مورد مصاحبه شونده ثابت نمی‌کند.

چگونگی فرایند گردآوری خبر نیز جزئی از مقوله بی‌غرضی به شمار می‌رود و ارتباط نزدیکی با انتخاب اجزاء خبر دارد. در واقع، تکنیک مورد استفاده والیس در گرفتن تصاویر درشت و نزدیک از حرکات عصبی و قطرات عرقی که بر چهره مصاحبه شونده می‌نشست هنوز هم در بین برخی از رسانه‌های خبری متداول است. (این گونه دست‌اندازی رسانه‌های خبری در مخدوش ساختن واقعیت‌ها و ارائه تصویر مغرضانه در فصلی تحت عنوان «رسانه در مقابل پیام» تشریح شده است). توازن مکانیکی، که در کتاب‌های مرجع مربوط به سازمان‌ها و رسانه‌های خبری مشخص گردیده‌اند امروزه در بین این گونه سازمان‌ها رواج دارد.

به بیان ساده، چگونگی گردآوری اخبار و شرایطی که هر خبرنگاری به هنگام تهیه گزارش در آن احاطه شده تأثیر فراوانی بر ارائه تصویر دقیق و صحیح از وقایع و بافت آن بر جای می‌گذارد.

این مطلب را می‌توان با توجه به یافته‌های یک گروه ویژه مطالعاتی که به ریاست دکتر لورنس باندر (Dr. Lawrence Budner) استاد کرسی ارتباطات در کالج رودآیلند و شخص من تشکیل شده و هزینه آن را کمیته علوم انسانی رودآیلند تأمین نموده بود تا حدودی بازگو نمود. مأموریت این گروه مطالعه چگونگی برخورد رسانه‌های خبری با ماجرای یک اعتصاب طولانی و تلخ کارگری بود. اعضای این گروه که دوبار تشکیل جلسه داد خبرنگار یک شبکه تلویزیونی که پوشش خبری اعتصاب مورد بحث را برعهده داشت، یک خبرنگار از یک هفته‌نامه مهم محلی، یک روزنامه‌نگار که گرچه نقشی در پوشش خبری اعتصاب در کارخانه براون اند شارپ (Brown and Sharpe) نداشت اما مسئولیت تهیه خبرهای کارگری در نقاط دیگر را عهده‌دار بود (یعنی من)، یک کارشناس مسائل کارگری و یک استاد فلسفه تشکیل می‌داند.

پس زمینه ماجرا چنین بود: در نوزدهم اکتبر ۱۹۸۱ بیش از ۱۶۰۰ نفر از کارکنان و کارگران کارخانه براون اند شارپ در شهر نورث کینگزتون (North Kingston) در ایالت رودآیلند دست به اعتصاب زدند. گرچه در سال ۱۹۸۵ عناصری که در مقابل کارخانه حضور یافته و مانع از بازگشت کارگران بر سر کارهای خود می‌شدند پراکنده شدند اما این اعتصاب از نظر تکنیکی در واقع تا امروز همچنان ادامه دارد. بیشتر اعتصابیون بر سر کارهای خود در براون اند شارپ بازگشته یا در جای دیگر مشغول کار شده‌اند.

اعتصاب در کارخانه براون اند شارپ، رویدادی تلخ بود که پیامدهای اجتماعی مهمی به همراه داشت، چون همانند دیگر رویدادهای مربوط به مسائل کارگری از سوی رسانه‌ها به آن دامن زده شد. اتهامات اعتصابیون و کارفرمایان علیه یکدیگر و برخورد نیروهای پلیس با اعتصابیون و استفاده از گازهای اشک‌آور جهت پایان دادن به تظاهرات آنان در خیابان‌ها، از سوی مطبوعات و رسانه‌های صوتی و تصویری انعکاسی وسیع یافت. گرچه نمی‌توان یافته‌های این گروه مطالعاتی را قطعی و بی‌چون‌وچرا توصیف کرد، اما اعضای گروه با مطالعه و مشاهده انبوه خبرها و فیلم‌هایی که از این اعتصاب تهیه شده بود، به نتایج زیر دست یافتند:

۱. پوشش خبری اعتصاب، روزنامه‌نگاران را کاملاً با یک موضوع حساس درگیر ساخت. خبرنگاران عضو این گروه به این نتیجه رسیدند که در این‌گونه مواقع احساسات به شدت تحریک می‌شود و آن‌ها منتهای تلاش خود را به عمل آورده‌اند تا گزارش‌هایشان حاکی از بی‌طرفی باشد. یکی از روزنامه‌نگاران عضو گروه در کمال صداقت اعتراف کرد که به هنگام تهیه گزارش از رویدادهای کارگری از آن بیم دارد که به هواداری از یک گروه در مقابل گروه دیگر متهم شود و بیشتر از آن نگران است که مبدا بطور ناخواسته و برحسب تصادف با ارائه تصویر نادرست و غیرواقعی از رویداد، اوضاع را از آنچه که هست وخیم‌تر نماید. از این روی این خبرنگار در ارائه گزارش‌های خود از گنجاندن اطلاعات تازه تا زمانی که صحت و بی‌طرفی آن‌ها برایش ثابت نشده بود خودداری می‌کرد. صحت و بی‌طرفی اطلاعات ما را به نکته دوّم کشاند.

۲. اعتصاب‌ها مسائلی بسیار پیچیده‌اند و به همین علت پوشش خبری آن‌ها دشوار است برای مثال، اعتصاب در کارخانه براون اند شارپ با مسائلی چون اقدامات قضایی، ادعاهای ضد و نقیض در زمینه مسائل اقتصادی قوانین پیچیده کار و ادعاهای گوناگون از سوی ارگان‌های مختلف همراه بود. این عوامل دو پیامد عمده به دنبال دارند. اول، به علت پیچیدگی موضوع، عمق پوشش خبری این گونه رویدادها محدود است. همان گونه که یکی از اعضای گروه یادآور شد به ندرت طرفین درگیر در یک ماجرا به دو طرف محدود می‌شود بلکه در اغلب موارد ده‌ها طرف وجود دارد و بیان دقیق و کامل دیدگاه‌های متفاوت در یک برنامه خبری ۹۰ ثانیه‌ای یا ستون ۳۰ سانتی روزنامه ناممکن است.

دوم، خبرنگارانی که تجربه خاصی در زمینه مسائل مرتبط با یک رویداد ندارند ممکن است از پرداختن به عمق مسائل خودداری کند. یکی از اعضای گروه که در بخش خبری یکی از شبکه‌های تلویزیونی به کار اشتغال دارد خاطر نشان ساخت که محتوای گزارش‌های تصویری از یک خبرنگار به خبرنگار دیگر فرق می‌کند و به مأموریت روزانه و عوامل دیگر بستگی دارد. خبرنگاران مطبوعات حتی آن‌هایی که در روزنامه‌های بزرگ به کار اشتغال دارند ضرورتاً در تمام موارد مهارت و تخصص نداشته و ممکن است به مأموریت‌هایی اعزام شوند که اطلاع و آشنایی اندکی با آن دارند.

این موضوع در سطح ملی و به ویژه در رویدادهای مربوط به مسائل کارگری مصداق پیدا می‌کند. جو آن مورت (Jo-Ann Murt) یکی از گزارشگران سرشناس رسانه‌های خبری و نویسنده روزنامه دنیشن (*The Nation*) می‌گوید خبرنگارانی که به انعکاس رویدادهای کارگری در صحنه ملی اشتغال دارند نسل در حال انقراضی هستند (۱۹۸۷ ص ۵۸۸) مورت که زمانی به عنوان مسئول ارتباطات یکی از اتحادیه‌های کارگری انجام وظیفه کرده است می‌گوید پوشش خبری مسائل کارگری امروزه در رسانه‌های خبری به عهده بخش‌های متعددی از جمله قسمت مشاغل و دواير مشابه محول شده و در شهرهای کوچک وظیفه پوشش خبری مسائل کارگری به قسمت رویدادهای شهری واگذار شده است.

آیا این دو عامل یعنی اکراه از دامن زدن به اوضاع و به همراه آن فقدان آگاهی کافی از موضوع، بر چگونگی تصمیم‌گیری‌ها از جمله آنچه ما از آن به عنوان تصمیم‌های اخلاقی یاد کردیم تأثیر می‌گذارد؟ می‌توان گفت که پاسخ این سؤال مثبت است. برای مثال، بررسی خبرها و گزارش‌های ۴۱ روزنامه محلی نشان داد که این نشریات در درج خبرهای مربوط به اعتصاب در کارخانه براون اند شارپ، تنها ۱۳ بار به برپایی اعتصاب اشاره کرده‌اند. ذکر این نکته ضروری است که علت بروز این اعتصاب رشته‌ای از اتهامات پیچیده‌ای بود که در زمینه ارشدیت در کارخانه به صورت متقابل عنوان می‌شد.

در شکل بسیار ساده آن، مقام‌های اتحادیه کارگری مدعی بودند که تغییر در مقررات مربوط به سلسله مراتب و ارشدیت به مدیران این امکان را خواهد داد تا با لغو حقوق ارشدیت کارگرانی که سابقه خدمت طولانی داشته و بالطبع دستمزد بالایی دریافت می‌کنند این کارگران را به کارهای دیگری گمارده یا آن‌ها را به عنوان نیروی مازاد بازخرید کرده و به جایشان کارگرانی که دستمزد کمتری مطالبه می‌کند استخدام نمایند. در مقابل این ادعا، مدیریت تأکید داشت که برای ادامه رقابت با صنایع خارجی، انعطاف‌پذیری در نقل و انتقالات شغلی جنبه حیاتی دارد.

بررسی و تجزیه و تحلیل چنین مسائل پیچیده‌ای در واقع کار بسیار دشواری است و با توجه به آنچه درباره اعتصاب در کارخانه براون اند شارپ و دیگر مشاهدات تجربی از عملکرد رسانه‌های خبری در قبال اعتصاب‌های کارگری به دست آمده است می‌توان گفت مسئولیت پوشش خبری این رویداد با جدیت و دقت لازم همراه نبوده است. گرچه اعتصاب در این کارخانه جنبه اقتصادی نداشته یعنی برای افزایش حقوق و دستمزد برپا نشده بود اما این واقعیت در اغلب گزارش‌های خبر مسکوت مانده و تنها در چند مورد با جزئیات لازم تشریح گردیده بود. علت اصلی چنین غفلتی صرفاً نحوه پوشش خبری بوده است.

بی‌غرضی مقوله‌ای چند بعدی است و همان گونه که با مفاهیم پیش گفته ارتباط پیدا می‌کند با بسیاری از مفاهیم دیگری که در فصول بعدی مورد بحث قرار گرفته‌اند پیوند دارد. در بحث‌های آتی نشان خواهیم داد که بی‌غرضی چگونه با مسائلی چون سلوک حرفه‌ای و حریم خصوصی ارتباط پیدا می‌کند و خواهیم دید که تلقی بی‌غرضی به عنوان یک مقوله الزام‌آور و رعایت آن تا چه حدی امکان‌پذیر است.

نکته‌ای که در پایان این بحث توجه به آن را ضروری می‌دانیم رابطه بی‌غرضی با نظریه موسوم به عامه مطلع - مطبوعات قابل دسترس (Informed Public- Accessible Press) است که در فصل پیشین مورد ارزیابی قرار گرفت. تلاش‌هایی در زمینه قانونی ساختن بی‌غرضی صورت گرفته که تازه‌ترین آن‌ها مطرح شدن دکترین بی‌غرضی (Fairness Doctrine) است. در قالب این دکترین، ضوابط دولتی از گردانندگان رسانه‌های صوتی و تصویری می‌خواهد تا حق پاسخ‌گویی به حملات شخصی یا مسائل بحث‌انگیزی را که به صورت یک جانبه عنوان می‌شود تضمین نمایند. کمیسیون ارتباطات فدرال، این دکترین را مغایر قانون اساسی و محدود کننده حق آزادی بیان و مطبوعات قلمداد کرده و مردود شناخته است اما کنگره بر آن است تا این دکترین را احیاء کند.

گرچه این دکترین تنها برای رسانه‌های صوتی و تصویری دارای پروانه فعالیت، طراحی شده است اما مطبوعات از آن بیم دارد که الزام‌آور بودن رعایت بی‌طرفی و بی‌غرضی درباره آن‌ها نیز اعمال شود. جان زیگنتالتر (John Seigenthaler) رئیس پیشین انجمن سردبیران (Society of Editors & Publishers) روزنامه‌های آمریکا در سال ۱۹۸۹ طی نطقی در اولین مجمع ملی آزادی اطلاعات (National Freedom of Information Assembly) چنین موضوعی را مطرح ساخت. به شرحی که در نشریه سردبیران و ناشران (۱۹۸۹ ص ۱۴) آمده است زیگنتالتر در سخنرانی خود با متهم کردن مطبوعات به عدم بی‌طرفی و گفتن این مطلب که کنگره از این بابت خشمگین است دست‌اندرکاران مطبوعات را به وحشت انداخت. وی گفت کنگره علاقه شایانی به دکترین بی‌غرضی دارد و می‌خواهد آن را به صورت قانون درآورد ... برخی از اعضای کنگره بر این عقیده‌اند که دکترین بی‌غرضی در مورد مطبوعات نیز باید اعمال شود.

بخشی که زیگنتالتر پیش کشیده است بحثی منطقی است که سابقه آن به اثرات ناشی از راشومون و ارتباط آن با بی‌غرضی برمی‌گردد. «از زاویه دید افراد مختلف، بسیاری از مسائل، مغرضانه جلوه می‌کند. هر روز ما مطلبی منتشر می‌کنیم که از دید دولت و خوانندگان مغرضانه می‌باشد.»

زیگنتالتر در پایان سخنان خود مطلبی را عنوان کرد که بسیاری از کسانی که خواهان زدودن هاله ابهام از مطبوعات در برابر دیدگان مردم هستند و مسئولیت‌پذیری بیشتر را از جانب مطبوعات مطالبه می‌کند، از صمیم قلب با آن موافقت می‌کنند. وی پیشنهاد کرد که روزنامه‌ها به همراه رسانه‌های صوتی و تصویری، خوانندگان، شنوندگان، بینندگان و مردم به معنی عام کلمه را، متقاعد کنند که آن‌ها رسانه‌هایی متکی بر اخلاق، مسئولیت‌پذیری، بی‌طرفی، منطقی و انتقاد پذیر هستند. «باید راه‌های لازم را برای تشریح موقعیت خود در قبال اخلاق روزنامه‌نگاری، منابع موثق و اینکه چرا کارها را به گونه‌ای که جریان دارد انجام می‌دهیم پیدا کنیم.»

پی‌نوشت

۱. این موضوع در کتاب «روند تصمیم‌گیری در روزنامه‌نگاری» نوشته هوسمن به تفصیل تشریح شده است.

فصل ۶

سلوک حرفه‌ای (Professional Conduct)

آیا قول می‌دهید که شما و همقطارانان همچنان بر عدم افزایش حقوق تمامی سیاستمداران پافشاری کنید، درآمدهای آنان را افشا و از دادن پیشکش از سوی آنان جلوگیری کنید و در عین حال خودتان با قاطعیت تمام و از روی خلوص عقیده از انجام چنین کارهایی خودداری کنید.

سناتور جان گلن (John Glenn) به هنگام ادای سوگند رئیس جدید باشگاه ملی مطبوعات (National Press Club)

در یک بررسی اخیر، در ایالت سن دیه‌گو (San Diego)، ک. تیم ولفهمیر (K. Tim Wulfemeyer) (۱۹۸۹ ص ۱۲)، از سردبیران رسانه‌های خبری پرسید چه رفتاری را قابل قبول و چه رفتاری را غیرقابل قبول می‌دانند. نتیجه به دست آمده از این بررسی نشان داد کارهایی چون اختیار کردن شغل دوم، پیوستن به یک سازمان محلی، شرکت در رقابت‌های مطبوعاتی و قبول مأموریت‌های محرمانه برای جمع‌آوری اخبار از جمله رفتارهای قابل قبول محسوب می‌شود. در فهرست کارهای غیرقابل قبول، رفتارهایی چون گرفتن پیشکش (Freebies)، تهیه آگهی‌های تجاری، پرداخت پول بابت دریافت خبر و افشای نام قربانیان حوادث قبل از اطلاع بستگان‌شان، گنجانده شده است. از جمله کارهایی که حالت بینابین دارند مواردی چون انجام مصاحبه‌های غیرمنتظره و استفاده از دوربین مخفی را شامل می‌شود.

در این فصل، مسائلی است که بطور اخص با سلوک حرفه‌ای سر و کار پیدا می‌کند یعنی ارتباط حرفه روزنامه‌نگاری با مشاغل دیگر و تعهدات حرفه‌ای که جزء جدایی‌ناپذیر این ارتباط محسوب می‌شود (مسائل دیگر از جمله موضوعاتی که از سوی ولفهمیر عنوان گردیده در جای دیگر از کتاب مورد بررسی قرار گرفته‌اند).

قبل از پرداختن به این سؤال که آیا یک روزنامه‌نگار باید رفتاری حرفه‌ای دارند یا اینکه برای تضمین رفتار حرفه‌ای وضع مقررات و تعیین مجازات ضرورت دارد، لازم می‌دانم وضعیت یک فرضیه پنهان را روشن کنم.

آیا روزنامه‌نگاری یک حرفه است؟ این سؤال ساده و پیش پا افتاده نیست. استفاده از واژه حرفه برای شغل روزنامه‌نگاری مورد تردید است و اختلاف نظر در این باره اثرات مهمی بر چگونگی ارزیابی اخلاق روزنامه‌نگاری بر جای گذاشته است. البته، تعاریف متعددی از واژه حرفه شده است ولی تعریفی که در فرهنگ لغت از این واژه ارائه شده نمی‌تواند بازگوی مطلب باشد. به هر حال کسانی که درباره معنی واژه حرفه نظرات متفاوتی دارند در اینکه حرفه، زیر گروه خاصی از «شغل» (Occupation) است اتفاق نظر دارند. با توجه به این تعریف، می‌توانیم برخی از نکات ظریف از جمله دیدگاه لوئیس هاجز (Louis Hodges) (۱۹۸۶) مدیر برنامه اخلاق کاربردی (Applied Ethics Program) دانشگاه واشنگتن ولی (Lee University) را تشریح و ارزیابی کنیم. لوئیس هاجز می‌نویسد «واژه حرفه در

یک تعریف کاملاً محدود، به گروه کوچک و خاصی از مشاغل اطلاق می‌شود که به دلیل ویژگی‌های خاص خود از صرف داد و ستد یا تجارت مجزا است. این گونه مشاغل حرفه‌ای برای خود از امتیاز و موقعیت خاصی برخوردارند» (ص ۳۲).

هاجر در ادامه تعریف واژه حرفه می‌گوید حرفه‌ها گروه‌های شغلی خاصی هستند که به‌طور مستقل مقررات و موازین حاکم بر خود را تعیین می‌کنند. آن‌ها معیارهای اخلاقی و درست و نادرست را خود تعیین می‌کنند و برای وادار ساختن اعضای حرفه به رعایت این معیارها شیوه‌های خاص خود را دارند.

با استناد به آخرین عبارت از تعریفی که هاجر برای حرفه ارائه داده است می‌توان این تعریف را به تمامی گروه‌های شغلی که به عنوان حرفه شناخته شده‌اند تعمیم داد. مثلاً پزشکان به عنوان یک گروه حرفه‌ای برای خود تشکیلات خاصی با قدرت اجرایی دارند که همان اتحادیه پزشکان آمریکایی است. همین مطلب در مورد وکلای دعاوی، حسابداران قسم خورده، دندان پزشکان و گروه‌های شغلی دیگر صدق می‌کند. اما آیا روزنامه‌نگاران نیز برای اعضای حرفه خود معیارهای خاصی تدوین و رعایت آن را الزام‌آور می‌دانند؟ می‌توان گفت بله و خیر. این موضوع با جزئیات بیشتری در فصول ۱۱ و ۱۳ مورد بحث قرار گرفته است.

در این مرحله از بحث، موضوع تنها این نیست که آیا روزنامه‌نگاری یک حرفه محسوب می‌شود یا خیر (و اگر پاسخ مثبت است تا چه میزان) بلکه می‌خواهیم بدانیم آیا با توجه به معیارها و رهنمودهایی که هاجر ارائه داده است می‌توان روزنامه‌نگاری را به عنوان یک حرفه تلقی کرد یا خیر. هاجر معتقد است که روزنامه‌نگاری به یک حرفه تبدیل می‌شود و باید در این جهت سوق یابد.

باید به این نکته اعتراف کرد که روزنامه‌نگاری تمامی ویژگی‌هایی را که حرف‌های کلاسیک دارند دارا نیست، اما برای تبدیل شدن به یک حرفه از ویژگی‌های لازم برخوردار است.... چنانچه فرد روزنامه‌نگار و مجموعه روزنامه‌نگاران به عنوان اعضای یک حرفه راه‌هایی را برای ارتقا این ویژگی‌ها پیدا کنند (ویژگی‌هایی که نیاز و خواست مخاطبین را همانند دیگر حرفه‌ها که از قرار نیاز مراجعین و مشتریان خود را در اولویت قرار می‌دهند در اولویت قرار دهند) بطور قطع یکی از نتایج رعایت چنین هنجارهایی ارائه خدمات بهتر به مخاطبین خواهد بود.... بدین ترتیب در هر موردی، کیفیت خدمات ارائه شده بهبود خواهد یافت. تمامی تصمیم‌های مربوط به گزارش‌های خبری با در نظر گرفتن منافع اخلاقی مخاطبین اتخاذ خواهد شد نه منافع روزنامه‌نگار و سازمان خبری.

با توجه به این تعبیر منطقی، روزنامه‌نگاری به عنوان یک حرفه به صورت یک مفهوم فراگیر در خواهد آمد، این طور نیست؟ متأسفانه، پاسخ منفی است. گرچه نظرات متعددی علیه تبدیل روزنامه‌نگاری به یک حرفه ابراز گردیده سه دیدگاه از شهرت و اعتبار بیشتری برخوردار است:

۱. اینکه ما در یک جامعه کثرت‌گرا زندگی می‌کنیم و روزنامه‌نگاری بازتابی از تنوع محسوب می‌شود. تحمیل یک رشته معیار و استاندارد که از ویژگی‌های یک حرفه محسوب می‌شود این تنوع و کثرت‌گرایی را مخدوش خواهد ساخت.

۲. در جامعه ما، حرفه به عنوان یک شغل محسوب می‌شود که برای اشتغال در آن مجوز خاصی لازم است همچون مدرک دانشگاهی یا پیوستن به یک انجمن. منتقدان تبدیل روزنامه‌نگاری به یک حرفه می‌گویند، در صورت پافشاری بر حرفه‌ای ساختن روزنامه‌نگاری، ممکن است داشتن مدرک رسمی برای اشتغال در این حرفه الزام‌آور شود و این نکته‌ای است که با اصلاحیه اول قانون اساسی آمریکا چندان سازگار نیست.

۳. وقتی یک رشته از فعالیت‌های بشری به حرفه تبدیل می‌شود بسیاری از ویژگی‌های آن فعالیت، تغییر می‌کند. ممکن است حالت نخبه‌گرا پیدا کند یا رخنه ایده‌های تازه به آن دشوار شود و راه ورود اعضای جوان‌تر به دلیل تحمیل یک رشته مقررات و موازین مسدود شود.

در اینجا نمونه‌هایی از این گونه دیدگاه‌ها را بیان می‌کنیم. پروفیسور مریل (Merrill) (۱۹۸۶ ص ۵۷) اعتراض خود علیه تبدیل روزنامه‌نگاری به یک حرفه را بیان کرده است:

... در سال ۱۹۷۴ در کتاب خود تحت عنوان *گریزناپذیری آزادی*، (*Imperative of Freedom*) یک فصل تمام را به خطرات ناشی از تبدیل روزنامه‌نگاری به یک حرفه اختصاص دارم. در آن زمان تعداد کسانی که سخنانم را بسیار جدی گرفتند اندک بودند و اکنون نیز تعداد اندکی گفته‌های مرا جدی می‌گیرند. مخالفت با روند حرفه‌ای شدن شغل روزنامه‌نگاری بطور جسته و گریخته ادامه داشته است اما این روند بدون هیچ گونه مانع و رادعی همچنان پیش می‌رود....

مریل به دلایل متعدد از جمله وحشت از اختناق و سرکوب آزادی عقیده، با تبدیل شدن روزنامه‌نگاری به یک حرفه مخالفت می‌ورزد. وی در عین حال راه حلی نیز برای این مشکل ارائه می‌دهد:

تبدیل شدن روزنامه‌نگاری به یک حرفه تنها راه حل ممکن نیست روزنامه‌نگاری در آمریکا بدون آنکه به یک حرفه تبدیل شده باشد به خوبی مسیر خود را طی می‌کند. راه حل دیگر، باز نگهداشتن درهای این پیشه (*Craft*) بر روی تمامی کسانی است که می‌خواهند روزنامه‌نگار شوند یعنی جرگه‌ای که در آن معیارها و استانداردهای اصلی توسط روزنامه‌نگاران، سردبیران، ناشران و مدیران رسانه‌ها براساس اندیشه کثرت‌گرایی تعیین می‌شود. خلاصه صحبت من این است: چرا باید نظام اخلاقی مبتنی بر کثرت‌گرایی کنونی را که با نظام کثرت‌گرایی روزنامه‌نگاری سازگار و هماهنگ می‌باشد و نمونه بارز آن تنوع رسانه‌ها و پیام آن‌هاست تغییر دهیم؟

مریل معتقد است که علت اصلی اشتیاق تبدیل روزنامه‌نگاری به یک حرفه (که با توجه به آنچه گفته شد به معنی عضویت در سازمانی است که دارای یک رشته استاندارد و مقررات خاص بوده و مکانیزم خاصی برای وادار ساختن اعضا به رعایت این استانداردها بر آن حاکم می‌باشد) در واقع از تمایل ریشه‌دار کارکنان مطبوعات به برقراری نوعی سلسله مراتب در میان اعضای این حرفه سرچشمه می‌گیرد. مریل در میان نقطه نظر خود از لوئیس لپهم (Lewis Lapham) سردبیر نشریه هارپرز (Harper's) نقل قول می‌کند. لپهم در مقاله‌ای با عنوان «سوسه گاو مقدس» (*Temptation of Sacred Cow*)، نگرانی خود را از بحث‌های فزاینده‌ای که تحت عنوان «روزنامه‌نگاران مجاز» (*Legitimate Journalists*) مطرح می‌شود و در واقع بیانگر تمایل به برقراری نوعی پروانه یا گواهی روزنامه‌نگاری جهت مجزا نمودن روزنامه‌نگاران حرفه‌ای از روزنامه‌نگاران آماتور می‌باشد ابراز داشت. لپهم می‌گوید حرفه‌ای ساختن روزنامه‌نگاری به جای آنکه این حرفه را به سطح نخبگان ارتقا دهد موجب تهی شدن جرگه روزنامه‌نگاران از افراد با استعداد و افول خلاقیت خواهد شد و در مقابل با برقراری نوعی سلسله مراتب سبب خواهد شد تا افراد کم مایه نردبان ترقی را بیمایند.

آنچه را مریل و لپهم از آن به عنوان اشتیاق برای کسب اعتبار از طریق تعلق به یک حرفه یاد کرده‌اند می‌توان در زبان جامعه‌شناسی، ایدئولوژی شغلی (*Occupational ideology*) تعبیر کرد. الیوت ا. کروس (Elliott A. Krause) در کتاب خود تحت عنوان *جامعه‌شناسی مشاغل* (*Sociology of Occupations*) (۱۹۷۱ ص ۸۹) چنین نوشته است:

ایدئولوژی‌های شغلی از سوی گروه‌های خاص شغلی برای جلب حمایت و اقدام گروه‌های مخاطب (*Target group*) از جمله مشتریان مستقیم گروه شغلی (در صورت وجود مشتری) دیگر گروه‌های شغلی، که با آن در ارتباط هستند، دولت و عموم مردم مورد استفاده قرار می‌گیرد.

کروس دو مشکل ذاتی را که از حرفه‌ای ساختن یک شغل ناشی می‌شود بر شمرده است.

اول: موازین و اهداف آتی گروهی که به تازگی حالت حرفه‌ای پیدا کرده است ممکن است به صورت حربه‌ای برای ضربه زدن به نسل‌های جوان‌تر که می‌خواهند خود را با معیارهای حاکم بر آن حرفه منطبق کنند مورد استفاده قرار

گیرد. در چنین مواردی در پیشه‌هایی که مایلند حالت حرفه‌ای پیدا کنند نمونه‌های بسیار بارزی از به کارگیری ایدئولوژی شغلی علیه همان شغل به بهانه ایجاد وحدت بیشتر در آینده به چشم می‌خورد. دوّم، سازمان‌های حرفه‌ای اغلب تلاش می‌کنند تا در مورد میزان تخصص خود و تأثیر آن بر مردم اغراق کنند. آنچه او از آن به عنوان ایدئولوژی «تخصص تام» (total expertise) یاد می‌کند برای کسانی مفید است که می‌خواهند در درون شغل خود، نوعی نخبه‌گرایی ایجاد کنند و در مورد اهمیت شغل خود برای عموم مردم تبلیغ می‌کنند.

این سؤال که آیا روزنامه‌نگاری یک حرفه محسوب می‌شود یا خیر پیامدهای کابردی فراوانی به دنبال دارد: سانسور از سوی یک سازمان دولتی فرضی [که در حال حاضر توسط دولت اعمال نمی‌شود]، محدود ساختن ورود افراد تازه به این حرفه و تأثیر آن بر محدود شدن آزادی مطبوعات، برقراری نوعی جواز و پروانه که راه بر ورود دیگران به صنف روزنامه‌نگاران مجاز مسدود می‌کند و مسائلی از این قبیل. البته چنین استدلال‌هایی بر این فرض استوار است که مبلغین روزنامه‌نگاری به عنوان یک حرفه، کسانی هستند که خواهان چنین تحولی بوده یا دست‌کم اجازه می‌دهند این تحول تحقق یابد.

از سوی دیگر، واژه «حرفه‌ای» در تعریف ساده آن به معنی عضو مسئول یک گروه شغلی است، تعریفی که از قرار اعتراض کسی را بر نخواهد انگیخت. اما پیامدهای ضمنی حرفه‌گرایی به شرطی تحقق خواهد یافت که روزنامه‌نگاران نیز، همانند پزشکان، وکلا، روان‌شناسان و صاحبان حرفه‌های دیگر در برخورد حرفه‌ای با مسائل برای تقویت موقعیت خود و کنار گذاشتن کسانی که فاقد صلاحیت قلمداد می‌شوند تلاش کنند. (البته این توصیف موهن در تمامی موارد صادق نیست چون به‌طور قطع هیچ جراح مغز و اعصابی نمی‌خواهد همقطارانش عضو حرفه‌ای باشند، که هر کسی بتواند با خرید ابزار مناسب جراحی به جرگه آن‌ها ملحق شود).

چنین به نظر می‌رسد که هیچ پاسخ روشن و آماده‌ای برای حرفه‌گرایی وجود ندارد (گرچه تلاش کرده‌ام تا در پایان این مبحث پاسخی ارائه دهم) اما همگان بر اهمیت فوق‌العاده این مسئله اذعان دارند. دست کم می‌توانیم از «سلوک حرفه‌ای» سخن به میان آوریم و در عین حال می‌دانیم که این عبارت، معنی مطلق و قطعی ندارد و هر روزنامه‌نگاری در مورد تعهدات شغلی خود و اینکه در قبال چه کسی متعهد می‌باشد نظر و دیدگاه متفاوتی دارد.

در اینجا به بررسی مختصر مناقشه‌ای مهم بر سر موضوع تعهد و دین افراد نسبت به یکدیگر که از مسائل همیشگی شغلی/ حرفه‌ای محسوب می‌شود یعنی چگونگی کنش متقابل روزنامه‌نگاران با مردم می‌پردازیم.

بسیاری از مردم تلاش می‌کنند تا روزنامه‌نگاران را به ارائه گزارشی مساعد نسبت به یک شخص، سازمان یا آرمان خاص ترغیب کنند. این موضوع به خودی خود به عنوان نادیده گرفتن اصول اخلاقی از سوی این افراد تلقی نمی‌شود. به هر حال هر کسی تا حدودی حق دارد به مطبوعات دسترسی داشته باشد و اینکه مدیر روابط عمومی مؤسسه‌ای تلاش کند تا روزنامه‌نگاری را به نوشتن مطلب درباره کارکنان اداره روابط عمومی ترغیب کند به خودی خود کار خلافی محسوب نمی‌شود. (این فرایند می‌تواند موضوع جالب توجهی برای تهیه گزارش در اختیار گزارشگر قرار دهد و به همین دلیل ارتباط میان آن‌ها اغلب با نیاز متقابل همراه است).

باید توجه داشت که در این پیوستار، حلقه ارتباط حرفه‌ای می‌تواند بسیار سست شود. نقطه‌ای که روابط حرفه‌ای سست و ضعیف می‌شود، اغلب به روشنی مشخص نیست. برای مثال کمتر خبرنگاری با تعریف یک فنجان قهوه از سوی مصاحبه‌شونده حاضر به سازش می‌شود. حال اگر مصاحبه‌شونده به جای یک فنجان چای، شام مفصل و گران قیمتی را تدارک دیده باشد چه وضعی پیش خواهد آمد؟ آیا خبرنگاری که شام ۵۰ دلاری یک مصاحبه‌شونده را خورده است آیا باز هم می‌تواند با آسودگی کامل بی‌طرفی و عینیت خود را حفظ کند؟ نکته مهم‌تر اینکه اگر موضوع

صرف شام ۵۰ دلاری فاش شود آیا شنوندگان، بینندگان و خوانندگان در مورد بی‌طرفی و عینیت گزارشگر تردید نشان نخواهند داد؟

همان‌گونه که ولف‌میر در بررسی‌های خود نشان داده است (بررسی انجام شده از سوی مدیران خبر که در ابتدای این فصل مورد بحث قرار گرفت) دریافت انعام پیشکش از سوی روزنامه‌نگاران را از جمله زشت‌ترین و محکوم‌ترین رفتارها تلقی می‌شود برای ادامه بحث، لازم است قسمتی از استدلال پروفیسور هاجز را که می‌گوید یک روزنامه‌نگار حرفه‌ای در اصل در قبال مردم مسئول است بپذیریم. این دیدگاه و استدلال در اصل منطقی به نظر می‌رسد. علاوه بر این احساس وظیفه و تعهد در قبال مصرف‌کننده خبر، با نظریه‌های مربوط مسئولیت اجتماعی و آزادی‌خواهی مطبوعات سازگار می‌باشد. اگر این استدلال را بپذیریم در آن صورت قبول انعام و مفت‌خوری به روشنی با اصول بده بستان مغایرت دارد.

در صورتی که منتقل‌کننده یک دیدگاه تحت تأثیر رشوه یا اشکال دیگری از پرداخت‌های غیرمجاز قرار گرفته باشد و مردم آن دیدگاه را به عنوان یک دیدگاه عینی قلمداد کنند در این صورت مغبون شده‌اند. علاوه بر این در صورتی که دیدگاهی بر اثر مفت‌خوری پرداخت‌های غیرمجاز دیگر تحریف شده باشد، منافع عموم به خوبی تأمین نخواهد شد. حتی در صورت ادعای شدید گزارشگر مبنی بر بی‌گناهی خود، مردم فاقد ابزاری هستند که بتوانند مخدوش یا واقعی بودن گزارش را ثابت کنند.

حتی روابطی که با مبادله پول و دیگر اقلام ارزشمند همراه نیست باز هم می‌تواند با نوعی تفاهم و مصالحه توأم باشد. برای مثال، افراد مهم از جمله سیاستمداران عادت دارند تا در برخورد با خبرنگاران از آنان رهنمود بخواهند. این گونه برخورد و تقاضای رهنمود سبب می‌شود تا روزنامه‌نگاران به خود ببالند، ولی همین امر به زیر پا گذاشتن اصل بی‌طرفی از سوی خبرنگاران منجر می‌شود. اول اینکه، در صورت پذیرفتن رهنمودها و توصیه‌های خبرنگار از سوی شخص مصاحبه‌شونده، خبرنگار با دید مساعد و مثبتی نظرات سیاستمدار را در گزارش خود منعکس می‌کند. علاوه بر این، آنچه بر زبان مصاحبه‌شونده جاری شده همان توصیه‌های خبرنگار است و چنین خبرنگاری چگونه می‌تواند از نظرات خود انتقاد کند. دوم اینکه به محض تبدیل شدن خبرنگار به یک مشاور و ارائه توصیه و رهنمود به سیاستمدار مصاحبه‌شونده، ناخواسته در اردوی وی جای می‌گیرد. سوم اینکه خبرنگار برای جبران محبت سیاستمداری که به وی اطمینان کرده و نظرات و رهنمودهای او را جویا شده است بالطبع با دید مثبت نگاه خواهد کرد.

برخی از اعضای جامعه روزنامه‌نگاری حتی به روابط اجتماعی ظاهراً محبت‌آمیز، با دیده تردید نگاه می‌کند. آیا روزنامه‌نگاری که اغلب به تهیه گزارش در مورد یک شخصیت خاص اشتغال دارد می‌تواند مرتباً با چنین شخصیتی گلف بازی کند؟ شرکت در مجالس و میهمانی‌های سیاستمداران چگونه؟

برخی از روزنامه‌نگاران با کسانی که با آن‌ها خبر و گزارش تهیه می‌کنند روابط گرم و صمیمانه برقرار می‌سازند. در مقابل کسان دیگری چون لیل دنیستون (Lyle Denniston) از روزنامه *بالتیمور سان* (Baltimore sun) در میهمانی‌ها و اجتماعاتی که احتمال حضور شخصیت‌های خبرساز وجود دارد شرکت نمی‌کند و دنیستون می‌گوید (۱۹۸۸) به عنوان یک روزنامه‌نگار حرفه‌ای وظیفه خود می‌داند که برای جلوگیری از مخدوش جلوه نمودن گزارش‌هایش، از کسانی که درباره آن‌ها مطلب می‌نویسد فاصله بگیرد.

روابط شخصی و حرفه‌ای می‌تواند در مواقعی که این گونه روابط کاملاً به هم آمیخته‌اند، نظیر برقراری روابط دوستانه یا تجاری بین گزارشگر و شخصی که این گزارشگر پوشش خبری او را بر عهده دارد بسیار زیان‌آور باشد. این وضعیت در یک مورد خاص پیش‌آمد و سبب شد تا برخی از اعضای جامعه روزنامه‌نگاری، به شدت از این بابت خشمگین شوند. مؤلفی به نام جو مک‌گینس (Joe Mc Ginnis) با شخصی به نام جفری مک‌دونالد (Jeffrey Mac

Donald) که در رابطه با قتل همسر و فرزندش محکوم شناخته شده بود رابطه‌ای تجاری برقرار کرد. مک گینس موافقت کرد تا در زمینه انتشار کتابی تحت عنوان تصویر مرگبار (*Fatal Vision*) با مک دونالد همکاری کند. بر خلاف انتظار مک دونالد، کتاب تصویر مرگبار به ادعای شدیدالحنی علیه وی تبدیل شد و به همین دلیل از مک گینس ۱۵ میلیون دلار خسارت مطالبه کرد. مناقشه این گونه آغاز شد که ظاهراً مک دونالد فکر می‌کرد نویسنده‌ای را به استخدام خود در آورده است و تصور وی این بود که نویسنده بیش از آنکه یک پرس‌وجوگر مستقل باشد تنها در زمینه چاپ و انتشار کتاب، کمک‌های لازم را ارائه می‌دهد. اما مک گینس که در روزنامه نیویورک تایمز مطلب می‌نوشت (۱۹۸۹ ص ۳۸) به این نحوه استدلال اعتراض کرد و گفت وی یک روزنامه‌نگار است و وظیفه دارد تا حقیقت را بنویسد.

در انتقادی که به گونه‌ای غیرقابل اعتراض، واکنش شدید جامعه روزنامه‌نگاران را به دنبال داشت نویسنده‌ای به نام ژانت ملکولم (*Janet Malcolm*) با نوشتن دو مقاله در نیویورک تایمز مک گینس را مورد سرزنش قرار داد. در مقاله اوّل (۱۹۸۹ ص ۳۸) آمده است هر روزنامه‌نگاری اگر ساده‌لوح و خودخواه نباشد متوجه خواهد شد که آنچه او [مک‌گینس] انجام داد از نظر اخلاقی قابل دفاع نیست. مک گینس از آن گونه افرادی است که با تملق و چابلوسی و سوء استفاده از ناآگاهی و تنهایی افراد، اعتماد آن‌ها را جلب کرده و سپس بدون هیچ گونه احساس گناهی به آن‌ها خیانت می‌کند.

در مورد اتهامات این نویسنده علیه مک گینس، بین روزنامه‌نگاران اتفاق نظر وجود نداشت اما بسیاری از روزنامه‌نویسان ضمن مردود شمردن نقش روزنامه نگار به عنوان محرم اسرار بر این عقیده بودند که مک گینس با امضاء قرارداد مربوط به انتشار کتاب مک دونالد، حق خود را به عنوان یک روزنامه‌نگار بی‌طرف و متکی بر عینیت، مخدوش کرده است.

نویسندگان دیگری چون نورا افرون (*Nora Ephron*) تا حدودی دیدگاه انتقادی ملکولم را می‌پذیرد. خانم نورا افرون در این مورد نوشت (۱۹۸۹ ص ۲۲) دنیا پر از آدم‌هایی است که جداً نمی‌دانند که روزنامه‌نگاران دوستان آن‌ها نیستند. اما نویسندگان دیگر از جمله کیتل کلی (*Kitty Kelley*) (۱۹۸۹ ص ۲۲) معتقد است که موضوع اعتماد خبرنگار و فردی که خبرنگار در مورد او گزارش تهیه می‌کند مسئله‌ای است که نمی‌توان پاسخ روشن و قطعی برای آن ارائه داد. اگر خیانت را با معیار عدم خشنودی فرد مصاحبه شونده اندازه‌گیری کنیم آن صورت کار بیهوده‌ای را پیش گرفته‌ایم.

با توجه به این اظهار نظرها بغرنج‌تر می‌شود و همراه آن مسائل دیگری مطرح می‌شود. چنین به نظر می‌رسد که ملکولم به رغم اینکه سوء استفاده روزنامه‌نگاران از اعتماد مردم، را قاطعانه محکوم می‌کند، خود از سوی روانکاو به نام جفری میسون (*Jeffrey M. Aossou*) از شهر برکلی در کالیفرنیا که از مدیریت طرح‌های مؤسسه زیگموند فروید بر کنار شده بود تحت تعقیب قرار گرفت. ملکولم در اصل در دو مقاله که در روزنامه نیویورک تایمز به چاپ رسید و سپس در کتابی از سوی ناپف (*Knopf*) منتشر شد، تصویر کاملاً ناخوشایندی از میسون ارائه داد. میسون در شکوائیه خود علیه ملکولم ادعات کرد که نقل قول‌هایی که از وی شده حالت ساختگی داشته و سبب شده است تا او غیر متخصص، خودخواه و شیاد جلوه کند (وارنر، ۱۹۸۹ ص ۱۰).

دادگاهی که رسیدگی به شکایت میسون را بر عهده داشت تحریف و ساختگی بودن بسیاری از نقل قول‌ها را تأیید کرد (ص ۱۸). بیشتر دادگاه‌های بخش در آمریکا بر این عقیده‌اند که دستکاری نقل قول‌ها به شرط آنکه محتوای اصلی اظهارات یک مقام رسمی را مخدوش نسازد مجاز است. (میسون به عنوان یک مقام رسمی تلقی می‌شد و براساس قوانین مربوط به تهمت و افترا تا حدودی تحت حمایت این قانون قرار داشت).

بدین ترتیب اصل «سلوک حرفه‌ای» که بر روابط میان خبرنگاران و کسانی که درباره‌شان خبر و گزارش تهیه می‌کنند حاکم است، شکل پیچیده‌ای به خود گرفت. نویسنده یک مجله معتبر و سرشناس با استفاده از ادعای نام‌های در یک پاراگراف که به خاطر شهرت بیش از اندازه‌اش موضوع یک مقاله مهم در نشریه *سردبیران و ناشران* تبدیل شد، مقاله‌ای که در آن روزنامه‌نگاران صاحب نام با حرارت تمام به بحث درباره موضوع پرداخته و گردهم‌آیی‌های نفس‌گیری در رابطه با تازه‌ترین بحران در وجدان روزنامه‌نگاری برپا شد، حرفه روزنامه‌نگاری را در کل محکوم کرد. دادگاه تأیید می‌کند که وارد کننده اتهام، خود به تحریف و دستکاری اظهارات، متهم است لکن چنین شیوه‌ای را قابل قبول می‌داند و همین امر سبب می‌شود تا جیمز وارن (James Warren) از نویسندگان روزنامه *شیکاگو تریبون (Chicago Tribune)* چنین نتیجه‌گیری کند که دادگاه به مطبوعات اجازه می‌دهد تا دروغ بگویند.

پیش آمدن چنین وضعیت خارق‌العاده‌ای، نتیجه شرایطی است که در آن اصول در مقابل یکدیگر قرار می‌گیرند و این موضوعی است که در فصل بعد به آن خواهیم پرداخت. در مسئله نقل و قول‌های بی‌اساس، موضوع نیازهای رسانه‌ها، و واقعیت اوضاع در مقابل یکدیگر قرار می‌گیرند. در برخی از موارد این جدال تا حدودی با حسن نیت همراه است بدین معنی که روزنامه‌نگار برای بر طرف ساختن اشتباهات دستوری، روشن‌تر ساختن معنی عبارت، یا جلوگیری از مضحک جلوه‌دادن اظهارات، در صورت نقل عین گفته‌های افراد، به ویرایش گفته‌های آنان می‌پردازد. مناقشات دیگر از برخورد روزانه میان اصول صحت و امانتداری در نقل مطالب و عینیت مسئولیت اجتماعی، بی‌طرفی، و سلوک حرفه‌ای سرچشمه می‌گیرند. در مواقعی که زور و فشار مطرح است [مسئله‌ای که اغلب در دنیای روزنامه‌نگاری پیش می‌آید] دیگر نمی‌توان به سادگی بین نیاز به کسب سود و مسئولیت مطبوعات در قبال مردم توازن برقرار نمود. در مواقعی که به ارزیابی هدف در مقابل وسیله می‌پردازیم تا چه اندازه به اصل استدلال نتیجه‌گرا پایبند می‌مانیم؟

در فصل بعد یکی دیگر از مناقشات را که احتمالاً از اساسی‌ترین مباحث روزنامه‌نگاری محسوب می‌شود - چگونگی تعیین حد و مرز بین حقوق افراد در مورد مصون ماندن حریم خصوصی آنان و حق مردم برای دانستن و آگاهی - مورد بحث قرار گرفته است.

بخش سوم: تضاد اصول

فصل ۷

حق مصونیت اسرار خصوصی (Privacy)

در مقابل حق مردم به آگاهی مسائل

در این شهر نشریات به اصطلاح معتبری وجود دارند که به چاپ مطالبی غیرواقعی مشغولند، مطالبی که غیر واقعی هستند و می‌توان غیر واقعی بودن آنها را ثابت کرد و آنها در توجیه کار خود می‌گویند که عین شایعات واقعی را منتشر می‌کنند.

جرج ویل

توازن حساس و ظریف بین آنچه به عنوان حق مردم آگاهی از مسائل شهرت یافته و در مقابل حق مصونیت اسرار خصوصی افراد از لحاظ تاریخی، حالتی تقریباً ناپایدار دارد. با وجود این، رویدادهای اخیر سبب شده است تا برخی از افراد جامعه و دست‌اندرکاران مطبوعات چنین تصور کنند که این تعادل کاملاً بر هم خورده است.

موضوع مصونیت اسرار خصوصی افراد و نارضایت فزاینده از قدرت مطبوعات از درهم نوردیدن طومار حریم امن افراد از طریق انتشار مطالب شایعه‌گونه، در جدال مربوط به نامزدی جان تاور (John tower) برای تصدی پست وزارت دفاع به وضوح مشخص شد. در نتیجه این کشمکش، برخی از روزنامه‌نگاران در جریان برنامه‌های خبری پُر بیننده، آشکارا انگیزه‌ها و شیوه‌های خود را در نوشتن بسیاری از مطالب به شرحی که در صفحات بعدی آمده است مورد سؤال قرار دادند.

یکی از منتقدان، که تحت نام مستعار ویلیام بوت (William Boot) (۱۹۸۹ ص ۱۸) مطلب می‌نویسد، طی مقاله‌ای در نشریه کلمبیا جورنالیزم ریویو (Columbia Journalism Review)، نوشت که تلاش تاور برای تصدی به پست وزارت دفاع بر اثر گزارش اف بی آی (اداره آگاهی فدرال (F B I (Federal Bureau of Investigation) که حاوی اتهامات موهوم و غیرموتق درباره مشروب‌خواری و زن‌بارگی وی بود عقیم ماند. دریدن پرده حریم خصوصی زندگی افراد از طریق انتشار شایعات مستهجن سبب شد تا برخی از اعضای برجسته جامعه مطبوعات از خود واکنش نشان دهند. بوت در این مورد چنین نوشت:

... خبرنگاران با ادعاهای زهرآگین و جنون‌آمیز خود به اجرای حکم اعدام از طریق آمپول مرگبار، کمک کردند و معلوم شد که تعداد دوستان تاور در رسانه‌های خبری بیشتر از دوستان وی در سنا نیست. اف بی آی در گزارش خود به شرحی که در صفحه اول شماره چهارم فوریه روزنامه واشنگتن پست آمده است، تصریح می‌کند که رابطه طولانی تاور

با بالترین روسی می‌توانست امنیت ملی آمریکا را به خطر اندازد... اداره آگاهی فدرال هنوز جزئیات ادعاهای خود را فاش نساخته است. واژه «هنوز» حکایت از آن داشت به زودی جزئیات منتشر خواهد شد ولی هرگز به این کار مبادرت نشد.

همزمان با تلخ‌ترین مرحله نامزدی تاور برای تصدی پست وزارت دفاع، بینندگان تلویزیون صحنه عجیبی را بر روی صفحه تلویزیون‌های خود تماشا کردند: منادیان اصلی اعتماد به نفس، از قبیل جرج ویل (George Will) و سام دونالدسون (Sam Donaldson) اقرار کردند آن‌ها نیز به اندازه دیگران در مورد معمای مصونیت اسرار خصوصی افراد سر درگم شده‌اند. با توجه به حقایق و مسائل مربوط به کناره‌گیری هارت از انتخابات ریاست جمهوری، برکناری جیم رایت و ماجرای تاور، حتی نخبگان جامعه مطبوعات از نبود معیار و موازین روشن و مشخصی در رابطه با زندگی خصوصی افراد، حتی زندگی خصوصی افراد عادی جامعه ابراز نگرانی کردند.

برای مثال گوشه‌هایی از بحث درباره نامزدی تاور که در پایان برنامه برینکلی (Brinkley) (۱۲ مارس ۱۹۸۹) مطرح شد در اینجا نقل می‌کنیم. جرج ویل در این برنامه تلویزیونی چنین گفت:

اگر بخواهیم موجی از فضائل در این شهر حاکم باشد و قانونگذاران ما، به زودی علاوه بر نمایندگی کنگره عضو کابینه نیز خواهند شد، به عنوان افراد نمونه و الگو درآیند، در آن صورت روزنامه‌نگاری در رابطه با حق مردم به آگاهی از مسائل، ظاهری فریبنده پیدا خواهد کرد... به اعتقاد من روزنامه‌نگاری حالت درنده‌خویی پیدا خواهد کرد.

آقای بیل در ادامه سخنان خود گفت یکی از مظاهر این روزنامه‌نگاری را می‌توان چنین توصیف کرد: در حال حاضر، نشریات به اصطلاح معتبری در این شهر وجود دارد که به انتشار مطالب غیر واقعی مشغولند، مطالبی که می‌توان غیر واقعی بودن آن‌ها را ثابت کرد، و در توجیه کار خود می‌گویند که عین شایعات واقعی را منتشر می‌کنند.

سام دونالدسون در پاسخ به این اظهارت گفت:

زمانی چنین تصور می‌کردم که شایعات را منتشر نمی‌کنیم. فکر می‌کردم خبرنگاران وظیفه دارند تا در مورد صحت و سقم مطالب خود تحقیق کنند و اگر تأیید نشد، گزارش خود را منتشر نکنند.

کوکی رابرتز با عصبانیت وارد بحث شد و چنین گفت:

آنچه دونالدسون گفت کاملاً با واقعیت انطباق ندارد. ما شایعات را صرفاً به عنوان شایعه منتشر نمی‌کنیم. گرچه در پایان مبارزه برای انتصاب تاور به عنوان وزیر دفاع، هر آنچه درباره نامزدها به‌ویژه نامزدهای جمهوری خواهان به دفتر روزنامه می‌رسید شایعه بود و ما هیچ یک از گزارش‌ها را منتشر نکردیم.

آقای دونالدسون در پاسخ گفت:

بیخسید آن‌ها منتشر شدند، بله منتشر شدند.

تام ویکر (Tom Wicker) از روزنامه نیویورک تایمز تأکید کرد که موازین، در واقع تغییر یافته‌اند و برخی از مسائل که در زمان کندهی و جانسون منتشر نمی‌شدند امروزه منتشر می‌شوند. وی در ادامه گفت:

در درازمدت چه بر سر روزنامه‌نگاری خواهد آمد من نمی‌دانم... اینکه آیا سرانجام به دیدگاه کورکورانه باز خواهیم گشت یا به این گونه گزارشگری ادامه خواهیم داد معلوم نیست، اما اخلاق روزنامه‌نگاری ادامه کار گزارشگری را ایجاب می‌کند.

سرانجام آقای ویل چکیده مطالب بحث شده را در عبارتی گویا این چنین بیان می‌کند:

تام، وقتی شما می‌گوئید قوانین و مقررات دستخوش تغییرند، باید گفت، مقرراتی که دائماً تغییر می‌کنند دیگر نمی‌توان نام مقررات و موازین بر آن‌ها گذاشت.

از جمله واکنش‌ها در قبال تغییر مقررات، این بوده است که موضوع خلوت خصوصی افراد، اکنون در موازین اخلاقی و غیررسمی و آنچه که در مواردی از آن تحت عنوان «اصول یادداشت و ملاقات» (Memo and Meeting) یاد می‌شود مورد توجه قرار می‌گیرد. اما این گونه موازین آن چنان گسترده‌اند که نمی‌توانند در فعالیت روزمره روزنامه‌نگاری به عنوان یک رشته رهنمودهای واقع‌بینانه به آن‌ها استناد کرد.

بنابراین، کسانی که این اصول و موازین را تدوین می‌کنند و کسانی که این اصول را تغییر یا آن‌ها را زیر پا می‌گذارند در واقع با یک مشکل مشترک روبه‌رو هستند و آن عدم آگاهی از موقعیت و جایگاهشان است. بدین ترتیب، بدون آنکه مقررات و اصول خاصی حاکم باشد در یک بازی جدی و خطیر گرفتار آمده‌ایم.

شاید تنها راه موجود برای بازکردن کلاف سردرگم حق مصونیت زندگی خصوصی افراد و حق مردم برای آگاهی یافتن از مسائل، بررسی برخی از دیدگاه‌ها از زاویه حرفه روزنامه‌نگاری و دیگر رشته‌ها از جمله تاریخ، قانون، انسان‌شناسی، جامعه‌شناسی و فلسفه باشد.

این فصل، موضوع حق مصونیت زندگی خصوصی افراد و حق مردم برای آگاهی از مسائل را، از سه دیدگاه متفاوت تحت بررسی دارد.

۱. سابقه تاریخی مصونیت زندگی خصوصی افراد: چنین به نظر می‌رسد که فقدان سابقه تاریخی و فلسفی مشخص در این زمینه از جمله علل سردرگمی کنونی درباره حق مصونیت زندگی خصوصی افراد محسوب می‌شود.

۲. علل پدید آورنده مناقشه و رویارویی: بین حق مصونیت زندگی خصوصی افراد و حق مردم به آگاهی یافتن از مسائل در این فصل ریشه‌های این رویارویی و مشکلات ناشی از آن را بررسی خواهیم کرد.

۳. مرزهای اخلاقی جاری: و مسائل مرتبط با حق مصونیت زندگی خصوصی افراد و بحث‌هایی که از این موضوع سرچشمه می‌گیرد.

مشهورترین عبارت در زمینه مصونیت زندگی خصوصی افراد عبارت «حق مصونیت خلوت فردی (The Right to Be Left Alone)» است. که اغلب به لوئیس براندیس (Louis Brandeis) قاضی پیشین دادگاه عالی آمریکا نسبت داده می‌شود. این جمله در اصل از قاضی دیگری به نام کولی (Cooley) است که لوئیس براندیس آن را اقتباس کرده و بعدها توسط قاضی ویلیام او. داگلاس (William O. Douglas) مورد استفاده قرار گرفت و هم او بود که حق راه شدن به حال خود را سرآغاز انواع آزادی قلمداد کرد.

با آنکه مقصود این جمله کاملاً روشن است، منشأ آن از دو جنبه حائز اهمیت می‌باشد. اول، مقاله مشهوری که در آن برای اولین بار حق مصونیت خلوت فردی مطرح شد، از کنجکاوی ادیبانه سرچشمه نگرفت. این مقاله که در سال ۱۹۸۰ توسط ساموئل دی. وارن و لوئیس براندیس تحت عنوان حق مصونیت حریم خصوصی چاپ و منتشر شد در واقع همان گونه که حدس زده می‌شود علیه خبرنگارانی که در مورد زندگی خصوصی افراد کنجکاوی نشان می‌دادند تهیه شده بود. آقای وارن مؤلف مشترک این مقاله از گزارش مربوط به ضیافتی که در منزل وی برپا شده بود به شدت خشمگین بود.

آقای وارن و همکار حقوقی پیشین وی، آقای براندیس بر این عقیده بودند که مطبوعات در تمامی زمینه‌ها امنیت حریم املام و حیثیت افراد را نقض کرده‌اند. بدگویی و شایعه پراکنی تنها به افراد بیکار و بدخواه محدود نبوده بلکه به

یک تجارت تبدیل شده است و با بی‌شرمی تمام از سوی صنعت مطبوعات مورد استفاده قرار می‌گیرد. (واری و براندیس، ۱۹۸۰ ب ۱۹۳). آنچه این دو مؤلف گفته‌اند به هیچ وجه کهنه نشده و امروزه نیز وضع بر همین منوال است. این طور نیست؟

این مقاله مهم از یک جنبه دیگر نیز جالب توجه می‌باشد؛ مقاله مذکور حدود صد سال پیش نوشته شده است و از قرار در تاریخ بشر، اولین باری بود که موضوع امنیت حریم خصوصی افراد به عنوان یک مسئله حقوقی به طور دقیق در آن مطرح شده است. صاحب‌نظران مسائل حقوقی (پراسور (Prosser) ۱۹۶۰) و فلاسفه (شومن (Shoeman) ۱۹۸۴) معتقدند که مقاله مشترک وارن - براندیس اولین بحث جدی و صریح حقوقی است (شومن ۱۹۸۴ ص ۱۰) که موضوع حریم خصوصی افراد را در چارچوب قانون مطرح ساخته است. مقاله وارن براندیس از جمله موارد نادری است که در زمینه حریم خصوصی افراد به رشته تحریر در آمده است.

ذکر این نکته ضروری است که اصلی‌ترین سند حقوقی آمریکا یعنی قانون اساسی این کشور مستقیماً موضوع حریم خصوصی افراد را مطرح نساخته است. گرچه ماده یک این قانون موضوع حریم خصوصی افکار و اندیشه‌های فردی، ماده چهار به گونه‌ای گذرا امنیت درونی فرد را تضمین و ماده پنج تا حدودی ما را به عدم افشای برخی از مسائل محرمانه تشویق می‌کند. اما در مجموع حریم خصوصی افراد در این قانون چندان مورد توجه قرار نگرفته است. حال که موضوع حریم خصوصی افراد فاقد سابقه طولانی است ببینیم سابقه فلسفی آن به کجا می‌رسد. باید گفت از هر نظر که بررسی کنیم متوجه می‌شویم که چنین سابقه‌ای در واقع وجود خارجی ندارد. پروفیسور لیسای نیوتن (Lisa Newton) (۱۹۸۹ صفحات ۲۴۴ و ۲۴۵) استاد کرسی اخلاق عملی (Applied Ethics) در دانشگاه فیرفیلد (Farifield University) می‌گوید: «مفهوم حریم خصوصی هیچ سابقه‌ای در رشته فلسفه ندارد... برای پی‌بردن به بنیان‌های فلسفی این مقوله، باید به شرافت بشری و منابع و ماخذ مربوط مالکیت شخصی مراجعه کرد و گرچه عجیب به نظر می‌رسد اما مالکیت افراد بر شرافت و حیثیت خود بهترین معرف حریم خصوصی محسوب می‌شود».

جان لاک در بحث پیرامون این موضوع می‌گوید: «هر انسانی در درون خود یک قلمرو (Property) شخصی دارد و تأکید کرد هیچ کس غیر از خود شخص هیچ حقی برای ورود به این قلمرو را ندارد.»

تجزیه و تحلیل جان لاک به رغم کوتاه بودن آن نشان می‌دهد که حریم شخصی، که تعبیر مناسب‌تری برای آن یافت نمی‌شود، میزان احساس امنیتی است که ما از کنترل و مالکیت خود بر آن فضای خصوصی داریم انسان‌شناسان و دانشمندان علوم اجتماعی به ما می‌گویند که نیاز به حریم شخصی، امری بسیار ریشه‌دار و یک نیاز فطری است و مسئله‌ای است که تنها به انسان محدود نمی‌شود. فریاد جانوران، شیوه‌ای برای مشخص کردن قلمرو است. اگر تردیدی در زمینه نیاز جانوران به قلمرو خصوصی دارید کافی است که به نحوه جای گرفتن پرندگان بر روی سیم‌های تلگراف دقیق شوند.

با آنکه پرندگان و جانوران توانسته‌اند موضوع حریم خصوصی را به خوبی در میان خود حل کنند، ما تنها در آغاز راه این مشکل اساسی قرار داریم. من به عنوان یک فرد، تا چه اندازه بر حریم خصوصی خود کنترل دارم و تا چه اندازه می‌توانم بر میزان آگاهی دیگران از من و آنچه درباره من می‌گویند کنترل اعمال کنم؟ برای آن عده از ما که به انتشار اطلاعات اشتغال داریم موضوع کاملاً برعکس است: در جمع‌آوری اطلاعات خصوصی درباره افراد تا چه حد می‌توانیم پیش رویم و این اطلاعات را تا چه حد و مرزی می‌توانیم منتشر کنیم؟

پاسخ به این سؤال، با توجه به آنچه در مورد تصمیم‌گیری در خلأ ناشی از فقدان سابقه تاریخی موضوع حریم خصوصی گفته شد، کار چندان ساده‌ای به شمار نمی‌رود. اگر در مورد تغییر سریع معیارها و ضوابط دچار تردید هستید کافی است که به تغییر مهمی که در خلال ۵۰ سال گذشته روی داده است نگاه کنید: عکس‌های منتشره از فرانکلین روزلت به ندرت وی را بر روی صندلی چرخدار نشان می‌دهد. این ضابطه صرفاً از سوی مطبوعات ابداع

شد. روزولت شخصاً به ناتوانی جسمی خود اهمیتی نمی‌داد و آن را مخفی نمی‌ساخت. وی به عکاسان اجازه می‌داد تا آزادانه از وی در لباس شنا که پاهای لرزانش به خوبی مشخص بودند عکس تهیه کنند. اما پایبندی مطبوعات به این اصل که روزولت نباید بر روی صندلی چرخدار نشان داده شود به حدی قوی بود که یک بار هنگامی که یکی از عکاسان تلاش کرد تا چنین عکسی از روزولت بگیرد عکاسان دیگر دوربینش را گرفته و درهم شکستند (دیویس، مصاحبه ۱۹۸۹).

بی‌تردید زمانه تغییر کرده است. تنها چهل سال بعد از زمان روزولت، امروزه شاهد فیلم‌های کارتونی از توالی رفتن رونالد ریگان از شبکه‌های تلویزیونی هستیم.

چنین به نظر می‌رسد که برداشت‌های اساسی از حریم زندگی خصوصی افراد تغییر یافته است. این حقیقت دارد که «روزنامه‌نگاری زرد» (Yellow Journalism) دوران وارن براندیس شاهد برخی گزارش‌های جنجال برانگیز بود اما به دلایل گوناگونی که اندکی بعد تشریح خواهیم کرد رسانه‌های نوین، قدرت بی‌سابقه‌ای برای درهم نوردیدن حریم خصوصی افراد کسب کرده‌اند. ذکر این نکته نیز ضروری است که از اوایل قرن حاضر کسانی چون آقای وارن حتی با دیدن نام خود در مطبوعات احساس می‌کردند که حریم خصوصی آن‌ها نادیده گرفته شده است.

امروزه به نقطه‌ای رسیده‌ایم که در یک رویداد کاملاً غیرعادی سردبیر یک روزنامه از گزارشگر خود که خبر خفه کردن یک کودک توسط والدینش را هنگام آذین بندی مربوط به سال نو مسیحی تهیه کرده است می‌خواهد تا به والدین این کودک مراجعه کرده و از آن‌ها در مورد رنگ تزئینات پرس‌وجو کند (گودوی، ۱۹۸۳ ص ۲۳۲).

علاوه بر خلأ فلسفی در قبال موضوع مورد بحث، کوشش برای پی بردن به سابقه این موضوع در زمینه‌های دیگر از جمله مذهب نیز راه به جایی نمی‌برد. در اخلاق مسیحی/یهودی تنها توصیه روشن در این زمینه این عبارت است که می‌گوید «هیچ کس نباید به زن همسایه خود طمع کند.» اما اگر فلان عضو کنگره به چنین کاری مبادرت نماید آیا مطبوعات خبر مربوط به آن را منتشر خواهند کرد؟ میراث مذهبی/فلسفی ما در این زمینه کمک چندانی نمی‌کند.

میراث سیاسی ما نیز در این زمینه چندان غنی نیست. آمریکا کشوری دموکراتیک است و ما بدون آنکه معنی روشنی از اصل حق مردم به آگاهی یافتن از مسائل ارائه دهیم برای این اصل ارزش و اعتبار خاصی قائلیم. این حق بعد از جنگ دوم جهانی وارد فرهنگ مردم شد و توسط کنت کوپر (Kent Cooper) مدیر عامل پیشین خبرگزاری آسوشیتدپرس عمومیت یافت. کوپر آن گونه که کنراد فینک (Konrad Fink) (ص ۱۱) از وی نقل قول کرده است عقیده داشت اصلاحیه اول قانون اساسی به مطبوعات اجازه می‌دهد که آزادانه نسبت به انتشار اخبار اقدام کنند و حق مردم به آگاهی یافتن از مسائل، مطبوعات را موظف می‌سازد تا اخبار را منتشر نمایند. بدین ترتیب ایده نیابت مطبوعات از جانب مردم شکل گرفت و مردم از مطبوعات می‌خواهند تا به نیابت از جانب آن‌ها به اخبار دسترسی یافته و آزادانه نسبت به انتشار آن‌ها مبادرت کنند.

بحث‌های مربوط به حق آگاهی از مسائل در مواردی که مسائل همگانی و دلارهای مالیاتی مطرح است از اهمیت خاصی برخوردارند. اما زمانی که مسائل همگانی در میان نیست (با توجه به بافت موضوع مورد بحث شاید انتخاب این واژه‌ها چندان مناسب نباشد) موضوع لاینحل «حق آگاهی از مسائل» اهمیت خود را از دست می‌دهد. سیسلا بُک (Sissela Bok) استاد رشته اخلاق در دانشکده پزشکی دانشگاه هاروارد در کتاب خود تحت عنوان *اسرار (Secrets)* (۱۹۸۲ ص ۲۵۴) می‌گوید حق آگاهی از مسائل بسیار مبهم است.

موضوع حق مردم به آگاهی یافتن از مسائل به خودی خود از دیدگاه معرفت‌شناسی و اخلاقی نوعی خیال‌پردازی است و حق مردم به دانستن حقیقت از آن هم خیال‌پردازانه‌تر است. در بحث از حق مردم به دانستن حقایق، شاید نتوان واژه گویاتری از لفاظی بی‌معنی و استدلال بی‌پایه برای آنچه جرمی بنتهام (Jermmy Bentham) از آن به عنوان حق طبیعی و انکار ناپذیر یاد کرده است پیدا کرد. در حالی که حتی آگاهی نسبی از بیشتر مسائل بشری غیرممکن است و عصری که

غرض ورزی، دلیل تراشی (Rationalization) و انکار دامنه آگاهی انسان را محدود می‌سازد چگونه می‌توان ادعای حق آگاهی یافتن مردم از حقایق را عنوان کرد؟

منطق و استدلال ارائه شده برای عقلانی جلوه دادن حق مردم به آگاهی یافتن از مسائل و توجیه نقض حریم خصوصی افراد و افشاگری از سوی گزارشگران آن چنان سست و بی‌پایه است که هر چند هنوز عده‌ای آن را شعارگونه زیر لب نجوا می‌کنند، اکثر مردم از این حق با تمسخر یاد می‌کنند.

علاوه بر ابهامات و بی‌اطمینانی‌های اخلاقی و معرفت‌شناسی، موضوع حق مردم برای آگاهی یافتن از نظر حقوقی نیز قابل دفاع نیست. گرچه نظام حقوقی آمریکا به بهانه حق مردم برای آگاهی یافتن، اهمیت و اعتبار خاصی برای اخبار و گزارش‌های افشاگرانه مطبوعات قایل است اما این حق اساس و پایه چندان محکم و پابرجایی ندارد. برای مثال، در ماجرای که هیبرت (Heibert)، آنگوریت (Unguriat) و بان (Bohn) (۱۹۸۵ ص ۶۲۵) نقل کرده‌اند و براساس آن روزنامه میسولین (Missoulian) چاپ میسولا (Missoula) در ایالت مونتانا که مدعی بود حق دارد متن مصاحبه‌های مربوط به تصدی پست ریاست دانشگاه مونتانا را چاپ کند در دادگاه محکوم شناخته شد، گردانندگان این نشریه معتقد بودند که بخش‌های پایانی این مصاحبه‌ها که با مطبوعات و با مردم صورت گرفته بود قانون گردهم‌آبی علنی را نقض کرده است.

یکی از دادگاه‌های بدوی، با رأی صادره علیه روزنامه میسولین به مخالفت برخاست و اعلام کرد حق مصونیت حریم خصوصی کسانی که برای تصدی مقام‌های رسمی نامزد می‌شوند، اهمیت بیشتری نسبت به حق مردم برای آگاهی یافتن از مسائل دارد. این حکم از سوی دادگاه عالی ایالت مانتانا تنفیذ شد و دادگاه اعلام کرد، مقداری رازداری در جریان مصاحبه ضروری بوده است چون گفت‌وگوهای صادقانه و خصوصی، جزئی از مدیریت صحیح و چگونگی استخدام افراد محسوب می‌شود.

صاحب‌نظران در مخالفت کامل با افشای اسرار خصوصی افراد، معتقدند حتی اگر موضوع حق مردم به آگاهی یافتن از مسائل جنبه کاملاً قانونی داشته باشد که البته این طور نیست، نص صریح قانون ضرورتاً بیانگر توجیه اخلاقی و معنوی آن نیست. کریستینز (Christians)، روتزول (Rotzoll) و فالکلر (Fackler) (۱۹۸۳ صفحات ۱۱۰ و ۱۱۱) در این مورد چنین گفته‌اند:

مباحث حقوقی، مسائل بحث‌انگیز متعددی را در زمینه ارتباط میان فرد و جامعه مطرح می‌سازد... پاسخ‌های ساده و میانبر [از عدم شناسایی قسمتی از زندگی خصوصی افراد که کاملاً جنبه شخصی داشته و جزئی از زندگی اجتماعی محسوب نمی‌شود] سر چشمه می‌گیرد... استناد گلیب (Glib) به حق مردم به آگاهی یافتن از مسائل، روشی متداول در جهت بی‌اعتبار ساختن رابطه زندگی خصوصی و اجتماعی محسوب می‌شود.

بنابراین، روزنامه‌نگاران حساسی که شخصاً با این موضوع سروکار دارند در مقایسه با افراد عادی، پرس‌وجوهای بیشتری می‌کنند و دامنه خواسته‌های آنان از حد و مرز مشروع فراتر می‌رود. آن‌ها بر این عقیده‌اند که تنها از طریق بررسی همه جانبه مسائل پیچیده خصوصی می‌توان به نتایج اخلاقی صحیح دست یافت.

به هر حال مقوله حق آگاهی یافتن، موضوع دور از ذهن و فراموش شده‌ای نیست. بحث‌های متعددی در زمینه پیوند دادن اصلاحیه اول قانون اساسی با حق آگاهی صورت گرفته است و هر یک از این بحث‌ها با درجات متفاوتی از موفقیت همراه بوده‌اند. تعیین میزان ارتباط میان اصلاحیه اول قانون اساسی و حق آگاهی کار ساده‌ای نیست چون در قانون اساسی صراحتاً به این حق اشاره نشده بلکه تلویحاً چنین استنباطی از قانون می‌شود. از سوی دیگر نباید فراموش کنیم که آمریکا توسط کسانی پایه‌گذاری شد که بسیاری از آن‌ها برای فرار از گذشته خود به مناطق شرقی آمریکا مهاجرت کرده و سپس برای فرار از آنچه در شرق مرتکب شده بودند به غرب این کشور نقل مکان کردند.

چنین به نظر می‌رسد در زمینه مسائل مربوط به حریم خصوصی با اختلاف نظر جدی رو به رو باشیم و در این میان تنها خبرنگاران نیستند که از این بازی فاقد قانون و مقررات به تنگ آمده‌اند.

قضاوت و حقوق‌دانان نیز در این مجادله گرفتار آمده‌اند. آن‌ها از پرده استتار حریم خصوصی و قوانین مربوط به افترا و تهمت گلایه دارند. هر یک از پنجاه ایالت آمریکا برای خود قوانین متفاوتی دارد و امروزه شاهد پدیده تازه‌ای در این کشور هستیم و آن اینکه مجرمین تلاش می‌کنند تا در ایالتی جرایم آن‌ها رسیدگی شود که مجازات سبکتری در قبال جرایم آن‌ها وجود دارد.

حریم خصوصی و قوانین مربوط به تهمت و افترا می‌تواند شکل بسیار پیچیده‌ای پیدا کند. لوئیس جی. فورر (Lois G. Forer) (۱۹۸۸) قاضی پیشین دادگاه فیلادلفیا می‌گوید در رسیدگی به یک پرونده قتل، وی می‌تواند ظرف ۲۰ دقیقه تمامی مسائل مربوط به جنایت، ادله اثبات جرم و حتی جنبه‌های روانی قضیه را برای هیئت منصفه تشریح کند و آن‌ها تمامی نکات گفته شده را درک می‌کنند. اما در پرونده‌های مربوط به تهمت و افترا تشریح مسائل برای هیئت منصفه بیش از یک ساعت طول می‌کشد و مقررات و قوانین نیز پیچیده و گمراه کننده هستند.

خانم لوئیس فورر می‌گوید بدتر از همه این موضوع است که سردرگمی در مورد این نکته که چه مطالبی را می‌توان منتشر ساخت و چه مطالبی نباید منتشر شود تأثیر ناخوشایندی بر فعالیت رسانه‌ها بر جای می‌گذارد و خبرنگاران به دلیل عدم اطمینان از پیامد اقدامات خود، از انتشار مطالب خودداری می‌کنند.

در مورد قوانین مربوط به حریم خصوصی و افترا به اندازه کافی بحث شد اما یکی از بارزترین موارد نقض حریم خصوصی که با عبارت «نور کاذب» (False Light) از آن یاد می‌شود با افترا ارتباط بسیار نزدیک پیدا می‌کند. در هر دو این موارد شاکای یا خواهان احساس می‌کند که یک رسانه به انتشار مطالب نادرست، گمراه کننده و در بسیاری از موارد افتراآمیز درباره وی مبادرت کرده است و از دادگاه می‌خواهد تا رسانه را به جبران خسارت وادار نماید.

یکی دیگر از موارد نقض حریم خصوصی، اتهام سوءاستفاده (Misappropriation) است که اغلب در رابطه با آگهی‌های بازرگانی و تبلیغات و با استفاده از نام شخص یا مشابهت با وی در این گونه پیام‌ها بدون جلب رضایت او مطرح می‌شود. (دیل - ۱۹۸۶ ص ۱۳۵). اتهامات مربوط به نقض حریم خصوصی افراد اغلب با ورود غیرمجاز به املاک و مستغلات و استراق‌سمع همراه است. این گونه موارد چندان متداول نبوده و اغلب به صورت کاملاً آشکار صورت نمی‌گیرد (البته بحث‌ها و جدال‌های متعددی در این زمینه که منظور دقیق از اماکن عمومی چیست و چه کسانی حق حضور در این اماکن را دارند مطرح است).

شاید آنچه اصطلاحاً «آبروریزی» (Embarrassment) نامیده می‌شود پیچیده‌ترین و دشوارترین موارد اتهامی است که در زمینه مشروعیت حریم خصوصی مطرح می‌باشد چون این گونه اتهامات ارتباط نزدیکی با عوامل ذهنی پیدا می‌کنند. منظور از آبروریزی چیست، چه لطمه‌ای به فرد وارد می‌کند، آیا موضوع افشا شده توجه دیگران را برمی‌انگیزد؟

در اینجا، مسئله روانی است که موجب سردرگمی در قبال قانون حریم خصوصی می‌شود. خود را به جای یک سردبیر یا ناشر بگذارید. آیا از قوانین مربوط به حریم خصوصی، قوانینی که می‌تواند به ورشکستگی شما منجر شود آگاهید؟ برای مثال، آیا می‌توانید با آسودگی خاطر مصاحبه پسر جوانی را که به راحتی درباره پدر بودن خود بدون آنکه ازدواج کرده باشد سخن می‌گوید، چاپ کنید؟ اگر پاسخ شما به این پرسش مثبت باشد احتمالاً سر و کارتان با دادگاه خواهد بود.

دیوان عالی آمریکا اخیراً حکم صادره از سوی یکی از محاکم این کشور مبنی بر پرداخت ۲۶۵۰۰ دلار غرامت به یک پدر جوان ازدواج نکرده را به دلیل نقض حریم خصوصی وی توسط روزنامه گرنیویل نیوز چاپ کارولینای جنوبی که در گزارشی پیرامون بارداری دختران جوان مطلبی را از وی نقل کرده بود تنفیذ کرد. دیوان عالی آمریکا در

تأیید حکم صادره اعالم کرد نشریه مزبور محکوم به پرداخت غرامت است چون آگاهانه یا از روی سهل‌انگاری اطلاعاتی را منتشر ساخته است که اهمیت اجتماعی ندارد (رسانه‌های خبری و قوانین، ۱۹۸۷ ص ۲۵). به رغم آنکه این جوان شانزده ساله به اختیار خود در این مصاحبه شرکت و مطالب خود را بازگو کرده بود، دادگاه، روزنامه را محکوم شناخت.

علاوه بر مطبوعات و مسئولان قضایی، مقام‌های دولتی نیز از مسائل مربوط به حریم خصوصی نگران هستند. آن‌ها می‌خواهند مرز بین اطلاعات همگانی (Public information) و اطلاعات خصوصی، کاملاً مشخص شود. البته این مطلب تازگی ندارد. موضوع استفاده و سوءاستفاده از مسئله امنیت ملی و اختیارات اجرایی برای پنهان نگهداشتن مسائل آن چنان گستره است که حتی نمی‌توانیم جزء کوچکی از این مشکل را در اینجا عنوان کنیم. ذکر این نکته ضروری است که این مشکل در تمامی سطوح دولت از بالاترین سطح گرفته تا کلاتری محل خودنمایی می‌کند. خبرنگارانی که در زمینه فعالیت نیروهای پلیس گزارش تهیه کرده باشند می‌دانند که نیروهای انتظامی در مواقعی که اهدافشان ایجاب کند از افشای اطلاعات خودداری می‌کنند. البته در مواردی این اقدام قابل توجیه است چون برخی از جنبه‌های جنایت باید پنهان نگه‌داشته شود. پلیس از آن جهت برخی از حقایق مربوط به یک رویداد جنایی را از مردم پنهان می‌کند تا بتواند افراد دیوان‌های را که با خواندن اخبار جنایی در روزنامه به ارتکاب آن اعتراف می‌کنند از مجرمان واقعی تشخیص دهد. پلیس در عین حال برای پی بردن به صحت و سقم اطلاعات ارائه شده از سوی زندانیان که در مواردی از اعترافات هم سلولی‌های خود داستان‌هایی سرهم می‌کنند یا زندانیانی که به امید تخفیف مدت محکومیت خود، علیه هم‌بندان خود شهادت می‌دهند - که یکی از نکات مهم مربوط به حوادث جنایی است - به عنوان اطلاعات محرمانه تلقی کرده و از افشای آن خودداری می‌کنند.

به هر حال، مردم آمریکا نسبت به ارتباط دو واژه پلیس و محرمانه با یکدیگر بسیار حساس بوده و به شدت از آن بیزارند. خبرنگاران تلاش می‌کنند تا افراد پلیس را به بازگو کردن حقایق وادار کنند. پلیس نیز در مقابل تلاش می‌کنند تا خبرنگاران احساس کنند که با مطرح کردن هر سؤال امنیت عمومی را به خطر می‌اندازند.

موضوع تمایل دولت به متمایز ساختن دقیق اطلاعات خصوصی و همگانی همان گونه که پیش از این نیز یادآور شدیم مطلب تازه‌ای نیست، اما اخیراً تحول تازه‌ای در این زمینه روی داده است. به موازات تغییرات عجیب و غریبی که در قوانین و مقررات در حال شکل‌گیری است، اداره آگاهی فدرال (اف بی آی) نیز امروزه برای مصون ماندن حریم خصوصی جنایتکاران تلاش می‌کند. در بهار سال ۱۹۸۹ دیوان عالی آمریکا اعلام کرد سازمان‌های خبری حق ندارند به پرونده‌های اف بی آی در زمینه تجاوزهای جنسی دسترسی پیدا کنند. اف بی آی برای کوتاه کردن دست مطبوعات از این نوع پرونده‌ها به دیوان فدرال متوسل شد و اعلام کرد گرچه این پرونده‌ها با استناد به اسناد علنی گزارش‌های مربوط به دستگیری‌ها و رسیدگی‌های قضائی تهیه شده‌اند اما کامپیوتری کردن این اطلاعات، حریم خصوصی افراد را به خطر خواهد انداخت.

با آنکه روزنامه‌نگاران، وکلای دعاوی و مقام‌های دولتی، به کشمکش در این زمینه ادامه می‌دهند، برخی از اقدشار جامعه دیگر از ادامه این گونه مباحث به ستوه آمده‌اند. براساس نتایج نظرخواهی مؤسسه گالوپ ۷۳ درصد از مردم آمریکا معتقدند مطبوعات حریم خصوصی افراد را نادیده می‌گیرند (این نظرخواهی سه سال پیش انجام شد و بعید به نظر می‌رسد در این فاصله برداشت مردم آمریکا در قبال رسانه‌ها بهبود یافته باشد).

به تازگی پرس‌وجو درباره انگیزه انتقال‌دهندگان اطلاعات، یعنی کارکنان رسانه‌های خبری، شدت یافته است. بسیاری از دست‌اندرکاران مطبوعات امروزه در تشریح روند رو به رشد واکنش منفی مردم نسبت به کارکنان رسانه‌های خبری به کرات از واژه «پاپولیسم (Populism)» استفاده می‌کنند یعنی اینکه نخبگان رسانه‌های خبری باید کاملاً مواظب رفتار خود باشند.

مسئله پاپولیسیم در مواردی اهمیت خاص پیدا کرده و برخی از دست‌اندرکاران مطبوعات درباره آن به اظهار نظر پرداخته‌اند. نات هنتاف (Nat Hentaff) (۱۹۷۹ ص ۲۳) یکی از نویسندگان نشریه *صدای روستا (The Village Voices)* که به تدریس روزنامه‌نگاری تفحصی (Investigative reporting) اشتغال داشته است می‌گوید مطبوعات به یکی از دهشتناک‌ترین دشمنان حریم خصوصی تبدیل می‌شوند. وی معتقد است مطبوعات دیگر نمی‌توانند جنبه‌های انسانی خود را حفظ کنند و به ابزاری برای کسب درآمد تبدیل شده‌اند و از این هم فراتر رفته و می‌گویند چنانچه در شهری یکی از روزنامه‌ها خبرنگاران و سردبیران یک روزنامه دیگر را به نادیده گرفتن حریم خصوصی متهم کند چنین اقدامی می‌تواند مؤثر واقع شود. هنتاف در توضیح گفته خود می‌افزاید: تیتز کردن مسائل پیش پا افتاده و گزارش‌های قدیمی درباره دستگیری‌ها که این‌گونه خبرنگاران تهیه کرده‌اند از جمله مواردی است که می‌تواند خبرنگاران را به هنگام مأموریت در قبال مسئله حریم خصوصی به شدت تحت تأثیر قرار دهد.

چرا این اصول متضاد ظرف چند سال گذشته با چنین شدتی مطرح شده‌اند؟ گرچه ممکن است دلایل متعددی در بین باشد اما در اینجا تنها چهار عامل مهم را به اختصار تشریح می‌کنیم.

اول، تکنولوژی گردآوری خبر روز به روز پیشرفته‌تر و پیچیده‌تر می‌شود. می‌توان اخبار را تقریباً با سرعت نور از نقطه‌ای به نقطه دیگر کشور یا به اقصی نقاط جهان مخابره کرد.

نکته دوم، که ارتباط نزدیکی با مسئله اول دارد امکاناتی است که تکنولوژی‌های نوین از جمله ماهواره‌ها فراهم آورده‌اند و سازمان‌های خبری محلی با بهره‌گیری از این امکانات رویدادهای ملی و بین‌المللی را منعکس می‌سازند. با تبدیل شدن رسانه‌های محلی به رسانه‌های فراگیر ملی، تعداد این گونه رسانه‌ها به شدت افزایش یافته است. خلاصه اینکه بهره‌گیری از تکنولوژی‌های نوین، افزایش تعداد سازمان‌های خبری را به دنبال داشته است.

ارتباطات جهانی و انتقال اطلاعات از طریق ماهواره در عین حال، امکان و توان یک طرف را برای جمع‌آوری اطلاعات زیانبار علیه طرف دیگر افزایش داده است. این مطلب در ماجرای ردیابی علایم ماهواره‌ای که به انتقال مصاحبه‌های ناراضیان چینی توسط یکی از شبکه‌های خبری آمریکا اختصاص داشت به خوبی مشخص شد. این مصاحبه‌ها قرار بود تنها در قاره آمریکا پخش شود لکن دولت چین این امواج ماهواره‌ای را از طریق رهگیری ضبط کرد و ماهواره به ابزاری جهت گردآوری اطلاعات درباره ناراضیان چینی تبدیل شد. به تازگی، همین مسئله در مورد فعالیت رسانه‌های خبری که به پوشش تحولات مربوط به جنگ در خلیج فارس پرداخته بودند مصداق پیدا کرد و ارتباطات بین‌المللی به ابزاری برای دسترسی طرف مقابل به اطلاعات آماده، منجر شد و نگرانی‌هایی را پدید آورد.

عامل سومی که سبب بروز اشکالاتی در زمینه مقررات موجود و فقدان قوانین و مقررات مناسب شکلی در حال تغییر رسانه‌ها می‌شود، افزایش تعداد رسانه‌های خبری است که قادرند در سطح ملی فعالیت کنند. همان گونه که پیش از این گفته شد تعداد رسانه‌های خبری ملی به میزانی است که دیگر همچون گذشته نمی‌توان آن‌ها را در یک باشگاه اختصاصی مرکب از سازمان‌های بزرگ خبری محدود نمود. خبرنگاران شاغل در رسانه‌های محلی میامی یا شارلوت (Charlotte) همانند همقطاران‌شان در روزنامه نیویورک تایمز گزارش‌های مهم خبری را منتشر می‌کنند.



تکنولوژی، پیامدهای خاص خود را دارد و مسائل اخلاقی خاصی را مطرح می‌سازد در روزهای تظاهرات هواداران دموکراسی در میدان صلح آسمانی (Tienanmen square) پکن و قتل و عام تظاهر کنندگان، شهروندان چینی از گفت‌وگو با رسانه‌های خبری امتناع می‌کردند. چون تصاویر ماهواره‌ای که یکی از شبکه‌های خبری آمریکا از تظاهرات هواداران دموکراسی ارسال کرده بود از سوی مقام‌های چینی برای شناسایی ناراضیان مورد استفاده قرار گرفت.

برخی بر این عقیده‌اند که وضع از این هم وخیم‌تر خواهد شد. برای مثال کوکی رابرتز (Cokie Roberts) (۱۹۸۹) از شبکه خبری ای بی سی معتقد است که افزایش حضور زنان در جمع روزنامه‌نگاران تغییر مقررات و موازین را به دنبال داشته است، چون پیش از این روزنامه‌نگاران مرد همراه هم از اتوبوس پیاده می‌شدند و با هم سری به رستوران می‌زدند و تحت چنان شرایطی، احتمال پنهان ماندن مسائل محرمانه بیشتر بود. با تخریب دژ مخصوص مردان، از طریق پیوستن زنان به جمع خبرنگاران، موازین و معیارهای حریم خصوصی نیز تغییر یافت.

نکته دیگر اینکه نباید فراموش کنیم که جامعه آمریکا از لحاظ رسانه‌های خبری اشباع شده است. آن عده از مخاطبانی که به مطالب بی‌ارزش و مبتذل علاقه‌مند می‌باشند امروزه به علت انبوه رسانه‌های خبری محدودیتی در این زمینه احساس نمی‌کنند. چنین به نظر می‌رسد که تلاش فزاینده رسانه‌ها برای ایجاد هیجان بیشتر بازم مخاطبان را ارضا نمی‌کند. از قرار، هر چه مقدار مطالب هیجان‌آور بیشتر می‌شود اشتیاق مردم به این گونه مطالب نیز افزایش می‌یابد و همانند جمهوری وایمار هر قدر مقدار پول افزایش می‌یابد، تورم نیز به همان اندازه بالا می‌رود. امروزه برای راضی کردن خواننده نشریات مبتذل یا بینندگان فیلم‌های تلویزیونی بی‌محتوا یا شنوندگان ایستگاه‌های رادیویی که به پخش برنامه‌های پوچ و بی‌معنی اشتغال دارند باید انبانی پر از ابتذال داشت.

چنانچه تعدادی از رسانه‌ها تلاش خود را به افشاگری درباره شخصیت‌های سرشناس یا مردم عادی متمرکز نمایند، و بخشی از مخاطبین نیز به گونه‌ای فزاینده به مصرف این گونه مسائل جنجالی علاقه‌مند باشند، بالطبع محصول جانبی چنین تحولی چیزی جز زیر پا گذاشتن حریم خصوصی افراد نخواهد بود.

با توجه به انعطاف‌پذیری قوانین و مقررات مربوط به حریم خصوصی و فقدان چنین مقرراتی، بهتر است به سؤالاتی که در بحث پیشین مطرح شدند بپردازیم. در صفحات بعدی دیدگاه‌ها و موضع رسانه‌ها در قبال مسئله حریم خصوصی را با سؤالاتی که در این زمینه عنوان خواهد شد ارزیابی خواهیم کرد.

بارزترین سؤال این است: چه کسی یک شخصیت معروف و شناخته شده (Public Person) محسوب می‌شود؟ با تعمیم این سؤال آیا می‌توان گفت یک فرد عادی که در یک وضعیت استثنایی توجه همگان به سمت او جلب شده، حق مصونیت حریم خصوصی خود را از دست داده است؟ برای آنکه مثالی در این زمینه زده باشیم حادثه‌ای را که به خود کشی یک نوجوان مربوط می‌شود بررسی می‌کنیم.

در آوریل سال ۱۹۸۶ یک دانش‌آموز ورزشکار دبیرستان که از محبوبیت خاصی برخوردار بود در ساختمان مدرسه خود را حلق آویز کرد (این ماجرا مربوط به رویدادی است که در فصل ۲ به آن اشاره کردیم). آیا باید با ذکر نام این جوان جزئیات مربوط به این خودکشی را گزارش کرد؟ روزنامه سن پل پایونیر پرس اند دیسپچ (*St. Paul Pioneer Press and Dispatch*) خبر مربوط به این خودکشی را بدون ذکر نام قربانی منتشر کرد. جان آر. فینگان (John R. Finegan) سردبیر این روزنامه اعلام کرد خودکشی این نوجوان یک اقدام شخصی است و ذکر نام او در مطبوعات، خدمت شایانی به جامعه نخواهد بود.

در مقابل، روزنامه مینوپولیس استار اند تریبیون (*Minneapolis Star and Tribune*) گزارش کامل این خودکشی را منتشر ساخت. تیم جی. مک گوایر (Tim J. McGuire) سردبیر این نشریه اعلام کرد ظرف چند ماه گذشته این دومین مورد خودکشی یک دانش‌آموز سرشناس ورزشکار است و به همین دلیل روزنامه وی تصمیم گرفت تا خبر کامل این حادثه را منتشر کند چون ماهیت اقدام این نوجوان کاملاً اجتماعی است و محل خودکشی نیز از جمله اماکن عمومی محسوب می‌شود (این گزارش توسط خبرنگاری به نام استپ تهیه شده بود ۱۹۸۶ ص ۴۸).

سؤال دیگری که به همین موضوع مربوط می‌شود، این سوال است که روزنامه‌نگار چگونه بین اثرات مثبت ناشی از انتشار یک گزارش و پیامدهای ناگواری که گزارش وی بر افراد ذی‌نفع دارد توازن ایجاد می‌کند؟ ماجرای خودکشی، نمونه مناسب است. بسیاری از خبرنگاران - از جمله مؤلف کتاب - در موارد مختلف با خانواده‌هایی برخورد کرده‌اند که از ما می‌خواستند از انتشار گزارش مربوط به خودکشی فرزند نوجوانشان خودداری کنیم. در یک مورد من از اجابت این درخواست امتناع کردم و مطمئن هستم که با رد درخواست خانواده قربانی، بر مصائب و اندوه آنان به شدت افزودم. اما استدلال من در مورد انتشار خبر خودکشی این بود که در آن زمان (حدود پانزده سال پیش) خودداری از افشای علت خودکشی جوانان که تقریباً از سوی اکثر رسانه‌ها رعایت می‌شد این تفکر نادرست را به وجود آورده بود که خودکشی نوجوانان یک مسئله جدی نیست چون مردم مطلبی در این باره نمی‌شنیدند، اما واقعیت این بود که رسانه‌ها چنین خبرهایی را فاش نمی‌کردند. باید دید سکوت مطبوعات در این زمینه چه اثراتی را به همراه داشته است چون در مواردی که نوجوانان از خودکشی سخن به میان آورده‌اند هیچ‌کس حرف آن‌ها را جدی نگرفته است.

باید توجه داشت که این نوع بازدارندگی مورد قبول همگان نیست. رسانه‌های خبری سال‌هاست که تصویر اتومبیل‌هایی را که دچار حادثه شده‌اند چاپ می‌کنند با این امید که دیدن این گونه تصاویر به رانندگان خاطر نشان خواهد ساخت که در صورت سهل‌انگاری در هنگام رانندگی چه سرنوشتی در انتظارشان نشسته است. اما حوادث رانندگی همچنان ادامه دارد و از قرار تصویر منتشره در رسانه‌ها هیچ گونه اثر باز دارنده ندارند.

این مقوله بحث‌های زیادی را پدید آورده است. انتشار یکی از دهشتناک‌ترین تصاویری که تاکنون در صفحه اول یک روزنامه چاپ شده است، خشم عده‌ای را برانگیخت این تصویر که در نمودار ۲-۷ نشان داده شده در شماره ۹ مارس ۱۹۸۹ روزنامه پرووینس ایونینگ بولتن (*Providence Evening Bulletin*) چاپ شد. این تصویر مأموران آتش‌نشانی را در حال انتقال کودکی نشان می‌دهد که به شدت دچار سوختگی شده و حالت دست‌ان‌خیز از مرگ وی می‌دهد. تصویر دیگری در همان صفحه اول، مادر نگران این کودک را که مأموران آتش‌نشانی وی را نگاه‌داشته بودند نشان می‌داد.

عده‌ای بر این عقیده بودند که تنها از طریق این گونه تصاویر گویا می‌توان به مردم یادآوری کرد که آتش همه را تهدید می‌کند. از جمله هواداران این طرز فکر، جیمز وی. وایمن (James V. Wyman) سردبیر روزنامه پرووینس ایونینگ بولتن بود. وی گفت هیئت سردبیری روزنامه در مورد انتشار یا عدم انتشار این تصاویر شدیداً اختلاف نظر

داشتند، اما او سرانجام تصمیم گرفت تا این تصاویر را در صفحه اول روزنامه خود چاپ کند چون حاوی پیام‌های مهم و ارزشمندی بودند (وایمن، ۱۹۸۹ ص ۱۱). پیامی که وایمن از آن سخن می‌گفت بسیار کوتاه است:

- نشان دادن واقعیت شعله‌های سرکش
- نشان دادن خطرات موجود به ساکنان منازل، مأموران آتش‌نشانی و افراد پلیس
- نشان دادن واقعیت تلخی که در مواردی فراموش شده یا نادیده گرفته می‌شود یعنی واقعیت تلخ مرگبار بودن آتش.



انتشار تصویر کودکی که بر اثر آتش‌سوزی در نزدیکی پراویدنس در رود ایلند جان خود را از دست داده بود در صفحه اول روزنامه پراویدنس/یونینینگ بولتن موجی از بحث و جنجال را به دنبال داشت.

وایمن به این نکته اعتراف کرد که هیئت سردبیری کاملاً واقف بود که چاپ این تصاویر ممکن است خوانندگان را به خاطر نقض حریم خصوصی خانواده این قربانی و در واقع خود این قربانی کوچک آزرده خاطر نماید. در عمل نیز چنین شد، یعنی نامه اعتراض‌آمیزی با امضای والدین این کودک و بستگان و دوستانشان به دفتر روزنامه ارسال شد. به گفته وایمن، در مقابل این نامه اعتراض‌آمیز، تعداد بسیاری از خوانندگان روزنامه نیز در تماس‌های تلفنی خود با دفتر روزنامه گفتند چاپ این دو تصویر سبب شده است تا آن‌ها سیستم اعلان خطر آتش‌سوزی محل سکونت خود را امتحان کنند. آنچه وایمن در توجیه انتشار عکس قربانی آتش‌سوزی عنوان کرده است نمونه بارزی از استدلال‌های پیامدگراست که می‌باید در کتاب‌های مرجع به عنوان نمونه روشن این گونه استدلال گنجانده شود.

موضوع سبک و سنگین کردن مضار و منافع و ایجاد توازن بین این دو مقوله، در پی خودکشی گری لیتل، قاضی دادگاه استیناف شهرستان کینگ، با شدت و جدیت بیشتری در واشنگتن مطرح شد. قاضی لیتل گری پس از انتشار مقاله‌ای در روزنامه سیاتل پست - اینتلیجنسر (Seattle post-intelligencer) که در آن وی به همجنس بازی متهم شده بود به زندگی خود خاتمه داد. البته، ناگفته پیداست که ادعای این روزنامه چندان هم بی‌اساس نبود (البته هر پرونده و ماجرای با کمبود و اسناد و شواهد همراه است). اظهارات کسانی که از سوی قاضی لیتل مورد تجاوز قرار گرفته

بودند کاملاً با واقعیات انطباق داشت اما این اظهارات با ادای سوگند یا بازجویی از مدعیان و دادرسی در دادگاه همراه نبود.

فقدان این گونه عوامل و عناصر سبب شد تا برخی از منتقدان، روزنامه سیاتل پست/ایتلیجنسر را به سوق دادن قاضی گری لیتل به سمت مرگ متهم کنند. در پی این خودکشی، بحث مهمی درباره حریم خصوصی درگرفت و این مباحثه نشان داد که مسائل به آن سادگی که یکی از دانشجویان تازه کار من در رشته روزنامه‌نگاری عنوان می‌کند نیست؛ وی می‌گوید موضوع واقعیت داشته است و آن‌ها هم ماجرا را منتشر کرده‌اند، چه بهتر از این.

در مقابل این اظهار نظر برخی از افراد جدی و دارای حسن نیت، اعتراضاتی از این قبیل داشتند:

● لیتل رسماً اعلام کرده بود که برای تصدی پست قضاوت، خود را برای انتخابات آینده نامزد نخواهد کرد و قصد داشت تا به کالیفرنیا نقل مکان کند که اسرارش فاش شد. با توجه به آنچه گفته شد آیا چاپ مقاله افشاگرانه درباره وی توسط روزنامه پست - ایتلیجنسر ضرورت داشت.

● مقاله طوری تهیه شده بود که چهار صفحه کامل را پُر کند، آیا دادن چنین پوششی به یک ماجرا، نوعی جنجال آفرینی تلقی نمی‌شود؟ آیا واقعاً لازم بود تا چهار صفحه به این ماجرا اختصاص یابد؟ آیا روزنامه، به این دلیل که یک ماجرای جنجال برانگیز پیدا کرده بود به بزرگ جلوه دادن ماجرا نپرداخته است؟

● آیا روزنامه پست - ایتلیجنسر به دلیل رقابت با روزنامه سیاتل تایمز، و اینکه مبدا این روزنامه به چاپ ماجرا مبادرت کند و در این مورد از رقیب خود عقب بماند، به چاپ این ماجرا و دست‌کاری کردن محتوای آن مبادرت نکرده است؟ برخی از منتقدان چنین اتهاماتی را وارد ساخته‌اند و واقعیت امر اینکه تمامی روزنامه می‌دانستند که رقبایشان درصدد انتشار این ماجرا هستند. براساس مقاله‌ای که در نشریه گزارش اخلاق روزنامه‌نگاری (*Journalism Ethics Report*) (۸۹ - ۱۹۸۸) از سوی انجمن روزنامه‌نگاران حرفه‌ای (*Society of professional Journalists*) منتشر شد هیئت سردبیری روزنامه سیاتل پست - ایتلیجنسر می‌دانست که باید مطلب را کوتاه‌تر و لحن آن را تعدیل کنند اما از این کار خودداری و نسبت به چاپ مقاله مبادرت نمود. داف ویلسون (Duff Wilson) خبرنگار این روزنامه گفته است تلاش برای جمع‌آوری شواهد و مدارک می‌توانست مدتها به طول انجامد و ما با توجه به مدارک اساسی که در اختیار داشتیم مقاله را منتشر نمودیم (ژوئنه ۱۹۸۹ ص ۸).

یک سؤال اصلی دیگر در زمینه حریم خصوصی، چگونگی تأثیر و ارتباط زندگی خصوصی مقام‌های رسمی و مسئولیت‌هایی است که آن‌ها بر عهده دارند. مبارزات انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۹۸۸ را می‌توان با توجه به نوع دیدگاه ما از سیاست آمریکا، نقطه اوج یا حضيض مسئله مورد بحث تلقی کرد. گری هارت پس از افشای ماجرای بی‌بند و باری اخلاقی و خیانت به همسرش، از مبارزات انتخابی کناره‌گیری کرد. مبارزه انتخاباتی جو بیدن (Joe Biden) در پی افشای ماجرای اقتباس وی از سخنان یک مقام انگلیسی و مقاله‌ای که توسط یک مؤسسه حقوقی منتشر شده بود با شکست رو به رو شد.

فرد فرنلدی رئیس پیشین بخش خبر شبکه تلویزیونی سی بی اس در سخنان مقدماتی خود در میز گردی که برای بررسی موضوع حریم خصوصی تشکیل شده بود گفت «با توجه به نوسانات و تغییر مداوم قوانین و مقررات، نامزد یک پست رسمی اصولاً چه نوع حریم خصوصی را می‌تواند انتظار داشته باشد؟ منتقدان رسانه‌ها می‌گویند روزنامه‌نگاران نباید در زمینه زندگی خصوصی افراد تفحص کنند و آنچه یک نفر ۲۰ سال پیش مرتکب شده نباید امروز به تیتیر صفحه اول روزنامه‌ها تبدیل شود. در مقابل این گونه نظرات، سازمان‌های معتبر خبری می‌گویند مردم حق دارند تا از تمامی جزئیات زندگی کسانی که برای تصدی پست‌های دولتی و رسمی نامزد می‌شوند آگاه شوند... در این میان سؤال اصلی این است آیا مطبوعات پا را از حد لازم فراتر نگذاشته‌اند؟» (فرنلدی ۱۹۸۷).

در جریان مبارزات انتخاباتی پیش گفته، سؤال دیگری نیز مطرح شد تا چه حد می‌توان اتهامات اثبات نشده را از طریق مطبوعات یا رادیو تلویزیون منتشر ساخت؟ آیا باید همانند جورج ویل با استناد به اصلاحیه اول قانون اساسی اعلام کرد «در منتهای امانتداری عین شایعات واقعی را منتشر می‌کنیم؟» در این نکته جای تردیدی وجود ندارد که

رسانه‌های خبری آمریکا در گزارش‌های خود درباره افسردگی روحی مایکل دوکاکیس (Micheal Dukakis) یا اتهام مربوط به عدم وفاداری جرج بوش به همسرش یا رابطه نامشروع جان تاور با یک بالرین روسی، تنها شایعات واقعی را منتشر کرده‌اند.

حربه اتهام می‌تواند ضربه مهلکی بر حریم خصوصی افراد وارد آورد. آلن درشوویتز (Alan Dershowitz) استاد حقوق دانشگاه هاروارد می‌گوید دادستان‌ها اغلب با برپایی کنفرانس‌های خبری تلاش می‌کنند تا کیفرخواست تنظیم شده علیه متهمان را به عنوان حکم محکومیت آن‌ها قلمداد کنند. پروفیسور درشوویتز می‌افزاید دادستان‌ها با چنین اقدامی، زمینه را برای محکومیت متهم فراهم می‌کنند و اغلب از همین طریق نظرات مساعد شاهدان را به سوی خود جلب می‌کنند و بیشتر موارد از روی عمد به چنین شیوه‌ای متوسل می‌شوند (مصاحبه ۱۹۸۹).

گرچه دلایل و دیدگاه‌های مجاب‌کننده‌ای در مخالفت با افشای هویت قربانیان تجاوزهای جنسی وجود دارد، اما صاحب‌نظران مسائل حقوقی از جمله در مورد درشوویتز، خودداری از افشای نام وارد کننده اتهام را در حالی که رسانه‌های خبری نام متهم را در گزارش‌های خود منعکس می‌کنند کاملاً مغرضانه می‌دانند (همان مصاحبه تحت عنوان متهم نه محکوم).

آیا رویه خودداری از افشای نام وارد کننده اتهام موجب ایراد اتهامات ساختگی نمی‌شود؟ اتهامات عنوان شده از سوی یک دانش‌آموز ۱۵ ساله علیه مدیر مدرسه خود در فلوریدا مبنی بر داشتن روابط نامشروع سبب شد تا این مرد ۴۵ ساله به زندگی خود خاتمه دهد. این دانش‌آموز بعدها اعتراف کرد که اتهاماتش کاملاً ساختگی و بی‌اساس و ساختگی بوده است.

این مسئله به خودی خود موضوع دشواری است و پیچیدگی‌های زندگی نوین و مطرح شدن مشکلات تازه، بر دشواری‌های آن افزوده است. در واقع مقوله «پوشش رسانه‌ای (Media Coverage)» آن چنان تغییراتی را پدید آورده است که هر یک از افراد جامعه هر قدر هم که از سیاست و مشاغل رسمی دور باشد، ممکن است به طور ناگهانی و در رابطه با مسائل پیش پا افتاده‌ای چون صورت‌حساب بانکی یا تقاضانامه کار در یک اداره، در معرض تحقیق و تفحص شدید قرار گیرند.

ما در عصر اطلاعات زندگی می‌کنیم اما باید دید چگونه می‌توانیم نحوه گردآوری، پردازش، ادغام و سرهم‌بندی اطلاعات را تحت کنترل خود در آوریم: در اینجاست که اکثر قوانین و مقررات قسمت اعظم معنی خود را از دست می‌دهند چون در عصر بانک‌های اطلاعات کامپیوتری و دستگاه‌های کوچک چاپ، دیگر حتی نمی‌توان به سادگی «رسانه خبری» را تعریف کرد.

در برخی از ایالات آمریکا، مراکزی وجود دارد که اسامی مستأجرانی را که علیه صاحب‌خانه‌های خود شکایت کرده‌اند در اختیار متقاضیان قرار می‌دهند. این گونه فهرست‌ها به صاحبان املاک و مستغلات که می‌خواهند از سابقه مستأجر آینده خود مطلع شوند فروخته می‌شود چون اگر مستأجری علیه موجر شکایت کرده باشد به عنوان شخصی ناراحت و دردسرافرین تلقی می‌شود. البته فهرست مورد نظر تنها نشان می‌دهد که مستأجر شکوائیه‌ای علیه موجر تنظیم کرده است یا خیر و هیچ نوع اطلاعات دیگری در زمینه موجه بودن شکایت یا نتیجه رسیدگی، در آن منعکس نیست. آیا این شکل‌گیری از نقض حریم خصوصی افراد محسوب نمی‌شود؟ شواهد و قراین نشان می‌دهد که پاسخ این پرسش مثبت است.^۱

آیا نام شما در بانک اطلاعات ثبت شده است؟ اگر پاسخ مثبت باشد، در این صورت احتمالاً زندگی خصوصی شما به یک کالای عمومی تبدیل شده است و اطلاعات مربوط به وضعیت جسمانی، درآمد و اعتبار مالی شما همانند یک کالا داد و ستد می‌شود. چنانچه شما از یک شرکت بیمه عمر بابت نارحتی‌های جسمانی خود پولی دریافت کرده باشید شرکتی به نام اداره اطلاعات پزشکی (Medical Information Bureau) که منطقی‌اً یک رسانه خبری تخصصی

تلقی می‌شود اطلاعات مربوط به شما را به شرکت‌های بیمه می‌فروشد. سوابق پزشکی شما ممکن است حاوی اطلاعات یا برداشت‌های نادرست باشد. اما اثبات نادرستی این اطلاعات از جانب شما کار ساده‌ای نخواهد بود چون به اطلاعات مربوط به خود دسترسی ندارید. آنچه شما به آن دسترسی دارید تنها خلاصه‌ای از اطلاعات پزشکی مربوط به شماست که توسط پزشک معالجتان تهیه شده است.

یکی از شرکت‌های مستقر در آتلانتا، قیمت فروش خانه‌ها را جمع‌آوری می‌کند، مسئله‌ای که گردآوری اطلاعات همگانی تلقی می‌شود، و این اطلاعات را با شماره‌های تلفن انطباق داده و فهرست‌های تهیه شده را به بنگاه‌های کوچک معاملات املاک می‌فروشد.

مؤسسات اعطا کننده تسهیلات اعتباری در استفاده از اطلاعات مربوط به متقاضیان، دقت لازم را به خرج می‌دهند اما وجود میلیون‌ها پرونده مربوط به افراد مختلف این خطر را به همراه دارد که فرد، قربانی گزارش شایعات بی‌اساس شود یا اینکه بر اثر سهل‌انگاری تهیه کنندگان اطلاعات، با مشکلاتی مواجه شود. برای مثال، سردبیر هفته‌نامه چنجینگ‌تایمز (*Changing Times*)، یک بار گزارش کارت اعتباری خود را مطالعه کرد و متوجه شد که شغل وی کارگر پنچرگیری ذکر شده است (هزارد ۱۹۵۸ ص ۹۳).

حتی نویسنده‌ای چون فرانز کافکا (Franz Kafka)، نیز نمی‌توانست سناریوهای نوینی را در زمینه دگرگونی رسانه‌ها و رخنه آن‌ها در حریم خصوصی افراد ابداع کند. برای مثال، یکی از دانشجویان رشته معدن یک بار از دریافت کارت اعتباری محروم شد. این دانشجو فردی مصمم و قاطع بود و برای پی‌بردن به علت خودداری مؤسسه اعتباری از دادن کارت اعتباری به وی، شخصاً به دفتر مؤسسه مراجعه کرد. در دفتر این مؤسسه یکی از کارکنان در حالی که این دانشجو در برابرش ایستاده بود گفت مؤسسه نمی‌تواند کارت اعتباری در اختیار وی قرار دهد چون در پرداخت وام مربوط به خرید یک قایق در سال ۱۹۷۸ تأخیر داشته است. حال آنکه این دانشجو در سال ۱۹۷۸ بیش از نه سال نداشت.

پس از آن آنکه این دانشجو توضیح داد که در سن ۹ سالگی وامی جهت خرید قایق تندرو دریافت نکرده است کارمند مؤسسه اعتباری گفت که درخواست تازه‌ای برای دریافت کارت اعتباری ارسال کند. این دانشجو بار دیگر درخواست تازه‌ای ارسال کرد لکن به علت وام مربوط به قایق بازهم درخواست وی رد شد.

نکته قابل ذکر اینکه، معمای حریم خصوصی که هیچ قانون و ضابطه‌ای بر آن حاکم نیست یک موضوع تجربیدی و آکادمیک نیست. این مقوله به زندگی خصوصی و اجتماعی افراد مربوط می‌شود. در مواردی نقض حریم خصوصی افراد، به هلاکت آن‌ها منجر می‌شود. و گاهی هم بر اعطای کارت‌های اعتباری و نتایج امتحانات ملی تأثیری می‌گذارد. در رأس تمامی مسائل، معمای حریم خصوصی همه ما اعم از خبرنگار، استاد دانشگاه، فیلسوف و مصرف کننده اخبار را بر آن می‌دارد تا به چاره‌جویی بپردازیم.

بسیاری از صاحب‌نظران معتقدند برای ارزیابی و سامان دادن به مسائل اخلاقی و معنوی و همچنین برداشت‌های ما از افراد عادی و مقام‌های دولتی و رسمی باید وقت و اندیشه لازم را صرف کرد. شاید توجه و حساسیت بیش از حد ما در قبال اخلاقیات، بازتاب دقیق انتظارات منطقی و نگرانی‌های ما نسبت به ارزش‌های رهبران جامعه و انتقال دهندگان اطلاعات باشد. از سوی دیگر، ممکن است اظهار نظر اسکاروایدل در مورد اخلاقیات، انگیزه ما را تشکیل دهد. وی می‌گوید: اخلاقیات، در واقع دیدگاهی است که ما در قبال کسانی که آن‌ها را دوست نداریم اتخاذ می‌کنیم.

پی‌نوشت

۱. مشکل انطباق اطلاعات در اوایل دهه ۱۹۷۰ بروز کرد و قانون حریم خصوصی که در سال ۱۹۷۴ به تصویب رسید، بر محدودیت‌هایی در زمینه استفاده از اطلاعات تأکید دارد. این قانون، مؤسسات گردآورنده اطلاعات را ملزم می‌کند تا قبل از استفاده از اطلاعات در مواردی غیر از آنچه در اصل برای منظور تهیه شده‌اند رضایت افراد را کسب کنند. اما این قانون نواقص و کاستی‌هایی دارد که به مؤسسات گردآورنده اطلاعات امکان می‌دهد تا به میل خود از اطلاعات استفاده کنند. در برخی از موارد تنها در مورد انتشار اطلاعات موجود در اداره ثبت فدرال کسب اجازه می‌شود.

فصل ۸

هدف در برابر وسیله (Ends Versus Means)

خطر فاش شدن سخنان ما توسط فردی که به استراق سمع علیه ما می‌پردازد یا افشای مقاصد و موقعیت ما توسط یک خبرچین یا اغفال شدن در مورد هویت فردی که با او سرو کار پیدا کرده‌ایم احتمالاً جزء ذاتی شرایط حاکم بر جوامع بشری است. این خطری است که ما در هر جا که سخنی بر زبان می‌آوریم ضرورتاً آن را می‌پذیریم.

ویلیام برنان (William Brennan)، قاضی دیوان عالی آمریکا

دان هوایت (Don Hewitt) سازنده و مدیر اجرایی برنامه «۶۰ دقیقه» از جمله کسانی است که با عبور از فراز و نشیب دنیای روزنامه‌نگاری خود را در زمره افراد تراز اول این حرفه قرار داده است. دان هوایت کسی است که کار خود را به عنوان کارگر ساده در روزنامه نیویورک هرالد (New York Herald) آغاز کرد و پس از خدمت در ارتش در خلال جنگ دوم جهانی و بازگشت به آمریکا شغل تقریباً پیش پا افتاده‌ای در مؤسسه تصاویر خبری آکم (Acme News Pictures Agency) اختیار کرد.

سرانجام لحظه موعود فرارسید، یکی از دوستان هوایت به وی اطلاع داد که سی بی اس برای راه‌اندازی رسانه نوظهور تلویزیون، به شخصی که در زمینه تصاویر تجربه داشته باشد نیاز دارد. پاسخ هوایت به این پیشنهاد (۱۹۸۵ ص ۱۷) چندان دلگرم کننده نبود، چون وی تجربه خاصی در زمینه این رسانه نوظهور نداشت و در پاسخ به دوستش که واژه تلویزیون را به کار برده بود گفت: چی ویزیون؟

با تمام این تفصیلات، تجربه و فعالیت او در چی ویزیون بیش از چهل سال ادامه یافت و در خلال این دوره طولانی وی تولید یا مدیریت برنامه‌هایی چون اخبار از زمان داگلاس/دواردز، خبر شام‌گاهی سی بی اس به گویندگی والتر کروئکایت و اولین مناظره تلویزیونی ریاست جمهوری (کندی - نیکسون ۱۹۶۰) و البته برنامه «۶۰ دقیقه» را برعهده داشته است.

دنیای اخبار همیشه با رقابت همراه بوده است و هیچ کس نمی‌تواند بدون داشتن روحیه مبارزه‌طلبی به نقطه‌ای که هوایت رسیده است دست یابد.

در اینجا مطالبی را از شرح حال هوایت نقل می‌کنیم.

هنگامی که هوایت با برنامه خبری کروئکایت همکاری داشت، تهیه گزارش مربوط به سقوط یک هواپیما در رودخانه شرقی (East River) به وی محول شد. در آن زمان به علت اعتصاب، تنها یک قایق یدک‌کش در این رودخانه فعالیت داشت و از این قایق برای انتقال اجساد استفاده می‌شد. وقتی که هوایت خود را به این قایق رساند امدادگران و خبرنگاران دیگر رسانه‌های خبری آنجا حاضر و مشغول مصاحبه با ناخدای این قایق بودند. سؤالات کاملاً عادی و در

مورد مسائلی چون اجساد سوخته شده و آه و ناله مجروحان این حادثه بود. در میان سؤالات متداول خبرنگاران رسانه‌های دیگر، هوایت ظاهراً سؤال بی‌ربطی را مطرح ساخت: مالک قایق کیست؟ خبرنگاران دیگر با خود گفتند این دیوانه دیگر کیست، دانستن اینکه مالک قایق کیست چه اهمیتی دارد؟ این تصور آن‌ها از هوایت، تا زمانی که پی بردند او با شرکت کشتیرانی تماس گرفته و قایق را اجاره کرده است ادامه داشت.

کار بعدی هوایت بیرون راندن خبرنگاران دیگر از قایق بود، هوایت خطاب به ناخدای این قایق یدک‌کش گفت این افراد را از قایق من پیاده کنید (ص ۱۵)

یک ساعت بعد خبرنگار شبکه ان بی سی که توسط هوایت از قایق یدک‌کش اخراج شده بود یک قایق پارویی پیدا کرد و با نصب آنتن فرستنده بر روی آن تلاش کرد تا برای برنامه «امروز (Today)» این شبکه تصاویری ارسال کند. هوایت به ناخدای قایق یدک‌کش دستور داد تا بین قایق حامل خبرنگار ان بی سی آنتن فرستنده قرار گیرد تا مانع از ارسال تصویر شود. در جریان این مانور، قایق یدک‌کش به قایق پارویی برخورد کرد. در این برخورد غیرعمدی به کسی آسیب نرسید و قایق پارویی اندکی خراش برداشت. شبکه تلویزیونی ان بی اس نسبت به این حادثه اعتراض کرد و هوایت را به تلاش جهت غرق قایق متعلق به این شبکه در رودخانه شرقی متهم نمود.

هوایت از شکایت خبرنگاران ان بی سی با عنوان شکایت «بچه ننه‌ها (Cry babies)» یاد کرده است (ص ۱۵۲). در سال ۱۹۵۹ در جریان بازدید نکیته خروشچف از مزرعه‌ای در ایالت آیووا، هوایت در ابتدای ورود خود به این مزرعه برای تهیه گزارش جهت سی بی اس، ابتدا کار کوچکی را که می‌بایست انجام دهد و آن ربودن فرستنده سیار شبکه ان بی سی بود سر و سامان داد آن را در نقطه‌ای پنهان نمود. پس از آن به یک کار جلدی دیگر که جاسوسی و تحت نظر قراردادن فعالیت خبرنگاران ان بی سی بود پرداخت. هوایت برای آنکه بتواند به هر نقطه‌ای که می‌خواهد برود رئیس پلیس سابق منطقه را به عنوان راننده استخدام کرد. برای آنکه در مواقع غیبت رئیس سابق پلیس نیز بتواند خود و همکارانش به هر کجا می‌خواهند بروند هوایت دست به یک اقدام ابتکاری زده و خود را به عنوان کلاتر افتخاری منصوب نموده در حالی که مدال کلاتری خود را بر روی سینه داشت، سراغ کامیون فرستنده سیار شبکه ان بی سی رفت (آن‌ها توانسته بودند روز بعد کامیون را پیدا کنند).

هوایت خطاب به خبرنگاران شبکه ان بی سی گفت صبح به خیر بچه‌ها چه کار دارید می‌کنید. و آن‌ها نیز به کلاتر هوایت صبح به خیر گفته و ضمن تشریح دقیق فعالیت خود محل استقرار دوربین‌های مخفی خود را نیز به وی نشان دادند.

این بار نیز ان بی سی از این‌که هوایت خود را به عنوان کلاتر جا زده است اعتراض کرد و هوایت در پاسخ گفت من خود را به جای هیچ کس جا نزده‌ام بلکه من یک کلاتر افتخاری هستم و کلاه و نشان کلاتری نیز گواه ادعای من است.

این چنین است که افسانه‌های عامیانه شکل می‌گیرد اما آنچه گفته شد خود حکایت از آن دارد که هدف والا، وسیله را توجیه می‌کند، یعنی دیدگاه پیامدگرا، که امروزه به دنیای روزنامه‌نگاری رخنه کرده است. ممکن است جامعه‌شناسان این ماجرا را نوعی اسطوره‌سازی قلمداد کند. پیتر تومروپ (Peter Tommerup) استاد جامعه‌شناسی در دانشگاه کالیفرنیا (۱۹۸۸ صفحات ۳۱۹ تا ۳۲۰) می‌نویسد اسطوره‌سازی مستلزم وجود داستان‌هایی است که حالت نمادین پیدا کرده‌اند و نقش مهمی در کنترل سازمان‌ها ایفا می‌کنند. تومروپ در عین حال می‌گوید در مطالعات مربوط به سازمان‌ها، مشخص شده است که نقل قول‌ها شفاهی تا حدود زیادی از داستان‌های افواهی ترکیب یافته‌اند و همین داستان‌ها تأثیر قابل ملاحظه‌ای بر ارزش و اعتبار سازمان‌ها بر جای می‌گذارند.

.... کارکنان قدیمی، که به عنوان حاملان این میراث [تاریخ مربوط به سازمان که بخش اعظم آن تاریخ شفاهی است] محسوب می‌شوند، در صحبت از افراد و رویدادهایی که به اعتقاد آن‌ها گذشته سازمان یا شرکت محل خدمت آن‌ها را شکل داده‌اند بیش از هر زمان دیگر به وجد می‌آیند. تاریخ سازمان‌ها در عین حال تاریخ بشری نیز محسوب می‌شود.

گذشته سازمان‌ها از طریق داستان‌ها به نسل‌های دیگر منتقل می‌شود. داستان‌ها در عین حال بازتاب و خالق واقعیت‌های اجتماعی مردم نیز به شمار می‌روند.

مطلب فوق را می‌توان چنین خلاصه کرد که افسانه‌های عامیان مربوط به دنیای اخبار نقش مهمی در نحوه تلقی کارکنان بخش خبری رسانه‌ها از حرفه خود ایفا می‌کند. گُلر اشتاین (Goldstein) (۱۹۸۵ ص ۱۰) که در رسیدگی به پرونده روزنامه نیویورک دیلی نیوز در سال ۱۹۷۹ به عنوان کارشناس مسائل روزنامه‌نگاری در جلسات دادرسی شهادت داده است در این زمینه می‌گوید:

در جریان ادای شهادت در دادگاه تأکید کردم که فوت و فن روزنامه‌نگاری از طریق مکتوب به دیگران منتقل نمی‌شوند بلکه شگردهای این حرفه سینه به سینه از یک نسل به نسل بعدی منتقل می‌گردد.

گُلر اشتاین خبرنگار سابق آسوشیتدپرس، وال استریت جورنال و نیویورک تایمز به صراحت می‌گوید که کسب تجربه از همکاران قدیم به وی در نوشتن کتابش تحت عنوان خبر به هر قیمت چگونه خبرنگاران برای شکل دادن خبر اخلاق روزنامه‌نگاری را زیر پا می‌گذارند، (*News at any cost: How journalist Compromise Their ethics to shape the news*) کمک کرده است. اما می‌توان گفت که یکی از شیوه‌های انتقال مهارت‌های حرفه‌ای از نسلی به نسل دیگر، نیرنگ، تقلب و تحریف اهداف گردآوری خبر، به هر قیمت بوده است که امروزه دیگر رواج چندانی ندارد گرچه در گذشته نیز این شیوه‌ها مقبولیت چندانی نداشت.

این گفته بدین معنی نیست که امروزه در دنیای خبر کمتر از گذشته هدف وسیله را توجیه می‌کند (احتمالاً این موضوع صحت دارد اما نمی‌توان آن را ثابت کرد) بلکه تأکید است بر این نکته که جامعه مطبوعات، دست کم با توجه بیشتری به معمای موجود نگاه می‌کنند.

در برخی از مواقع، کارکنان قدیمی رسانه‌های خبری با نگاهی به گذشته و مقایسه آن با زمان حاضر دچار تعجب می‌شوند. اد رونی (Ed Rooney)، خبرنگار پیشین روزنامه شیکاگو دیلی نیوز و برنده جایزه پولیتزر می‌گوید: در اواسط دهه ۱۹۶۰ یک بار توانست از یک صحنه جنایی عکس بگیرد، رویدادی که برای روزنامه یک سوژه بی‌مانند محسوب می‌شد اما سردبیر روزنامه حتی زحمت قدردانی از این کار را به خود نداد. رونی بعدها (۱۹۸۹ ص ۹) گفت این گونه کارها جزئی از حرفه روزنامه‌نگاری محسوب می‌شود. رونی در مقاله‌ای تحت‌عنوان روزی روزگاری (Once upon a time)، نوشت خبرنگاران، برای گردآوری خبر باید به خدعه و نیرنگ متوسل شوند اما اکنون از اینکه برای عکس‌برداری از آن صحنه جنایی به نیرنگ متوسل شده بود، احساس ندامت می‌کند. وی در حال حاضر معتقد است، هیچ سوژه خبری ارزش سرقت خبری یا توسل به اقدامات غیرقانونی را ندارد.

دیدگاه رونی را نمی‌توان به عنوان بازتابی از تغییر فراگیر در وجدان جمعی روزنامه‌نگاران تلقی کرد. با وجود این ربودن فرستنده سیار یک شبکه خبری رقیب یا جاسوسی درباره فعالیت گروه رقیب با پوشیدن لباس کلانتر افتخاری، امروزه عمل شایسته‌ای محسوب نمی‌شود و ممکن است به اخراج فردی که به چنین تدابیری متوسل شده منجر شود. امروزه روزنامه‌نگاران به خاطر خطاهایی به مراتب کوچک‌تر از موارد فوق، بازخواست می‌شوند (این موضوع در فصل ۱۲ کتاب با تفصیل بیشتری مورد بررسی قرار گرفته است).

اما هنوز هم گروه‌های رقیب روزنامه‌نگار با افتخار از ماجرای کلانتر افتخاری و جاسوسی درباره محل استقرار دوربین‌های مخفی سخن به میان می‌آورند و می‌پرسند آیا این گونه اقدامات جداً برخلاف اخلاق روزنامه‌نگاری است؟ یا اینکه مایه افتخار جامعه مطبوعاتی است؟ پاسخ من به این سؤال از دیدگاه کاملاً شخصی و نه اینکه بخواهم دیدگاه جامعه مطبوعاتی را در زمینه شیوه گردآوری خبر منعکس کرده باشم، این است که آنچه هویت انجام داد قابل دفاع نیست. با وجود این، قلب من می‌گوید «هویت یک نابغه است»

چنین احساس دوگانه‌ای، اغلب در مواقع تجزیه و تحلیل موضوع نادرست‌نمایی (Misrepresentatish) عبارت هدف وسیله را توجیه می‌کند، به انسان دست می‌دهد، مواقعی که روزنامه‌نگاران به‌طور پنهانی برای تهیه خبر وارد عمل می‌شوند یا خود را به جای دیگران معرفی کرده یا هویت و انگیزه خود را پنهان می‌دارند، ابتدا باید دید چرا اصولاً خبرنگاری هویت خود را پنهان نگه‌داشته و خود را به عنوان شخص دیگری معرفی می‌کند؟

روزنامه‌نگاران، اغلب به مشکلاتی مشابه مأموران پلیس روبه‌رو هستند. مردم اغلب از دادن اطلاعاتی که ممکن است از سوی افراد صاحب‌مقام علیه آن‌ها مورد استفاده قرار گیرد خودداری می‌کنند. پلیس برای حل این مشکل و گردآوری اطلاعات از مأموران مخفی خود استفاده می‌کند که این اقدام خود از لحاظ اخلاقی، مشکلاتی ایجاد می‌کند. اما عملیات پنهانی خبرنگاران بدون شک برای کسی که به این شیوه متوسل شده از لحاظ اخلاقی مسئله‌دار است. روزنامه‌نگار به هر حال یک مقام رسمی نیست که در چارچوب مشخص قانونی فعالیت کند. فقدان این گونه چارچوب قانونی سبب می‌شود تا تحریف واقعیات به عنوان یک مسئله اخلاقی و نه قانونی مطرح شود گرچه تحت شرایطی خاص پای مسائل قانونی نیز می‌تواند به میان کشیده شود. برای مثال غیرقانونی خواهد بود اگر خبرنگاری با پوشیدن لباس پلیس بخواهد از منبعی که از ارائه اطلاعات اکراه دارد کسب خبر کند. اختیارات ناشی از نشان و کلاه پلیس، امتیازی است که تنها یک پلیس واقعی و تحت شرایط خاصی یک کلانتر افتخاری از آن می‌تواند بهره‌مند شود. پوشیدن لباس پلیس در عین حال می‌تواند برای کسانی که نقشی در ماجرا ندارند خطراتی ایجاد کند. فرض کنید که جنایتی اتفاق افتاده و کسی که جانش در معرض خطر است به حضور یک پلیس ساختگی در صحنه اعتماد کند. هرگونه تظاهر دروغین دیگر مانند پزشک‌نمایی نیز اقدامی خلاف قانون و غیراخلاقی است. اما در زمینه فعالیت نیروهای انتظامی شکل دیگری از وانمود کردن خود به عنوان پلیس، بدون آنکه مستقیماً دروغ گفته باشی وجود دارد. خبرنگاری که با زبان مخصوص افراد پلیس آشناست به سادگی می‌تواند با یک پاسگاه پلیس از طریق تلفن تماس گرفته و اطلاعات لازم را درباره پرونده مربوط به سرقت از جواهرفروشی را به دست آورد. در چنین مواردی خبرنگار بدون آنکه خود را به عنوان پلیس معرفی نماید می‌تواند اطلاعاتی درباره یک رویداد خاص به دست آورد. من شخصاً از این شیوه استفاده کرده‌ام بدون آنکه خود را به معنی دقیق کلمه مأمور پلیس معرفی کرده باشم من در عین حال بدون آنکه کاملاً مجاز باشم خود را به صحنه برخی از جنایات رسانده و اطلاعاتی درباره آن جمع‌آوری کرده‌ام. اما باید اذعان کرد که در مواردی انسان بدون آنکه از کم و کیف اعمال خود مطلع باشد وارد صحنه می‌شود.

به هر حال در هیچ یک از موارد، خود را به معنی دقیق کلمه، پلیس معرفی نکردم. آنچه به من جرئت می‌داد تا در صحنه‌های وقوع جنایات حاضر شوم، اتکا به این واقعیت بود که در چنین صحنه‌هایی اغلب تعداد کثیری از مأموران پلیس از دواير مختلف در لباس شخصی جمع می‌شوند و حضور فردی که موهای اصلاح کرده و کوتاه و لباسی ارزان قیمت برتن دارد توجه کسی را به خود جلب نخواهد کرد.

آیا کاری که من انجام داده‌ام غیراخلاقی است؟ شاید چنین باشد. اما توجیه من این بود که پلیس در مجموع می‌تواند بطور یک جانبه از دسترسی من به صحنه وقوع جنایت جلوگیری کند.

هیچ قاعده و قانون خاصی در این زمینه وجود ندارد و روزنامه‌نگاران حتی در مواقعی که جنایت در یک محل عمومی اتفاق افتاده است بنا به صلاحدید مأمور ارشدهی که در صحنه حضور دارد ممکن است از راه یافتن به محل وقوع جنایت محروم شوند. تصمیم در این مورد که خبرنگاران مجاز به حضور در صحنه جنایت هستند یا خیر در اکثر موارد به میزان علاقه مأمور ارشد پلیس به خبرنگاران و در تصمیم‌گیری در مورد افشا یا مسکوت ماندن جنایت بستگی دارد.

برای آنکه از گردآوری اطلاعات محروم نشوم موضوع خبرنگار بودن خود را پنهان نگاه می‌داشتم و در این مورد به صورت یک پیامدگرا استدلال می‌کردم. من به اندازه کافی از مسائل و مسئولیت‌های خود آگاه بودم و بدون آنکه

مشکلی بر سر راه تحقیقات پلیس ایجاد کنم یا شواهد را از میان ببرم و با این برداشت که نباید موجبات ناراحتی کسی را فراهم کنم، حق خود می‌دانستم که در مورد آنچه به وقوع پیوسته است خبر تهیه کنم.

به هر حال، ذکر این نکته لازم است که خبرنگاران همیشه در مورد موجه بودن استدلال‌های پیامدگرا و غیرپیامدگرای خود، سخت‌گیری نشان نمی‌دهند. برخی از رسانه‌های خبری دست‌کم به‌طور غیررسمی پایبندی خبرنگاران به دیدگاه پیامدگرا یا غیرپیامدگرا را الزام‌آور می‌دانند چون در برخی از مواقع ضرورتی ندارد که عکس‌ها و نوارهای موجود را حتماً به پلیس تحویل داد مگر آنکه منتشر شده باشند. دلیل ظاهری این امر آن است که تحویل عکس‌ها و نوارها به پلیس سبب می‌شود تا خبرنگاران به بازوی گردآوری شواهد و مدارک برای نیروهای انتظامی تبدیل شوند و تحویل اسناد و مدارک به پلیس در تمامی موارد به پلیس امکان خواهد داد تا هر لحظه که اراده کند در میان پرونده‌ها و اسناد و مدارک موجود در دفتر روزنامه، به جست‌وجو بپردازد.

واقعیت این است که برخی از اعضای جامعه مطبوعات این مسئله را چندان جدی نمی‌گیرند و از درگیر شدن در این قضیه اجتناب می‌کنند و به همین دلیل و با پنهان شدن در پشت دستورالعمل‌ها و خط‌مشی‌ها، وقت زیادی برای تصمیم‌گیری‌های بی‌انتهای در هر مورد خاص، صرف می‌شود.

من حتی در مواردی که تحویل یا عدم تحویل عکس‌ها و نوارها به پلیس صرفاً به تصمیم‌گیری شخصی من مربوط می‌شد به دستورات و خط‌مشی‌ها پایبند مانده‌ام. خط‌مشی‌ها در برخی از موارد به گونه آشکار و مجاب‌کننده از رده‌های ناشناس بالا، سرچشمه می‌گیرد. خط‌مشی‌های بسیاری وجود دارد که هیچ‌کس نمی‌داند از کجا صادر شده‌اند و به همین دلیل هیچ‌کس نمی‌توانست مرا مورد بازخواست قرار دهد. بهانه وجود مقررات و ضوابط به سادگی از سوی برخی از افراد پلیس که من از قبول درخواست‌های آنان خودداری کرده بودم پذیرفته می‌شد و جالب اینکه خودداری من از تحویل عکس‌ها و نوارها موجب رنجش آن‌ها نمی‌شد. در واقع در یکی از موارد یکی از مأموران پلیس به من گفت مقررات، مقررات است و او این مطلب را درک می‌کند.

بنابراین در مواقع برخورد از موضع ضعف و برای آنکه منابع اطلاعات خود را آزرده‌خاطر نسازم و برای آنکه آرم خبرنگاری را که بر روی اتومبیل من نصب شده است نادیده گرفته و برای من مجوز پارکینگ صادر کنند، اقدام خود را با بهره‌گیری از استدلال غیرپیامدگرا توجیه می‌کردم. اما در مواقع برخورد از موضع قوت با این باور که کاملاً حق دارم تا در صحنه وقوع جنایت حاضر باشم و علم به این موضوع که اگر شناخته شوم اتفاق مهمی روی نخواهد داد به استدلال پیامدگرا یعنی توجیه وسیله به خاطر هدف روی می‌آورم. (این موضوع می‌تواند نمونه‌گویی برای نظریه دکتر گوستافسون رد زمینه استدلال پیامدگرا و غیرپیامدگرا که در فصل ۲ تشریح شد محسوب شود).

به هر تقدیر، ارزش‌های اخلاقی در طول یک پیوستار که از دو قطب کاملاً متضاد تشکیل شده، قرار می‌گیرند. در بین این دو قطب نقطه‌ای وجود دارد که در آن نقطه، محق بودن یا نبودن قابل بحث است. در میان این دو قطب کاملاً مخالف، پیوستاری از نقاط مبهم و تاریک وجود دارد که در آن وانمودسازی در مواقعی مقبول و در مواردی نیز نامقبول است.

برای مثال، فرض می‌کنیم یک گروه از خبرنگاران بخواهند در مورد فساد و رشوه‌خواری مقام‌های محلی به افشاگری بپردازند و برای این منظور یک رستوران دایر کنند و جریان ملاقات مقام‌های محلی و کسانی را که در زمینه پرداخت رشوه فعالیت می‌کنند به تصویر بکشند. تهیه فیلم و گزارش مستند از ماجرای رشوه‌خواری می‌تواند جنجال ایجاد کند و ایجاد نیز کرده است. در سال ۱۹۷۸ روزنامه شیکاگو سان تایمز (*Chicago sun-times*) رستورانی به نام سراب دایر کرد و توانست گزارش‌های جالبی درباره فساد و رشوه‌خواری تهیه کند. اما ابتکار روزنامه شیکاگو سان تایمز به دلایل اخلاقی، در حرفه گزارشگری، چندان مورد استقبال قرار نگرفت.

برای مثال گزارش‌های منتشره در این روزنامه به دریافت جایزه پولیتزر نایل شد و دو تن از اعضای هیئت مشورتی پولیتزر (یکی از آنها بنجامین برادلی سردبیر روزنامه واشنگتن پست بود که در آینده مطالب بیشتری درباره وی عنوان خواهیم کرد) به ارائه نادرست مسائل اعتراض کردند. برادلی در تقبیح اقدام این روزنامه گفت روزنامه‌ها چگونه می‌توانند صداقت و جوانمردی را در حالی که برای گردآوری خبر خلاف آن عمل می‌کنند تبلیغ نمایند.

برخورد تحقیرآمیز هیئت اعطا کننده جایزه پولیتزر به گزارش‌های تهیه شده در رستوران سراب، امری غیرعادی بود، چون پیش از آن دست کم به چهار خبرنگار دیگر که گزارش‌های مشابهی تهیه کرده بودند جایزه اعطا کرده بود. در سال ۱۹۶۱ خبرنگار روزنامه بوفالو/یونینگ نیوز (*Buffalo Evening News*) که برای افشای سوء استفاده مالی در بودجه خدمات همگانی خود را به عنوان یک پیشخدمت جا زده بود به دریافت جایزه پولیتزر نائل شد. در سال ۱۹۷۱ نیز خبرنگار روزنامه شیکاگو گوتربیبون (*Chicago Tribune*) که برای افشای تفاوت برخورد با بیماران فقیر و ثروتمند در مراکز درمانی، خود را به شکل راننده آمبولانس در آورده بود، جایزه پولیتزر را به خود اختصاص داد. در سال ۱۹۷۱ گزارشگر روزنامه نیویورک دیلی نیوز که خود را به بیماری زده و کمک‌های درمانی دریافت، می‌کرد، به دریافت این جایزه نائل شد. خبرنگار دیگری به نام باب گرین و خبرنگاران یک برنامه خبری که به افشاکاری در زمینه قاچاق مواد مخدر پرداخته و طی آن باب گرین، خود را وکیل مدافع معرفی کرده بود به دریافت جایزه پولیتزر نایل شدند (گلد اشتاین ص ۱۳۲).

گزارش‌های فوق در نوع خود شاهکار محسوب می‌شوند و نمونه‌های برجسته‌ای از روزنامه‌نگاری تفحصی به شمار می‌روند. باید توجه داشت که موارد مذکور نمونه‌های تقریباً تازه‌ای از جعل هویت در تاریخ روزنامه‌نگاری محسوب می‌شود. گلد اشتاین می‌گوید: «گرچه جعل هویت برای گردآوری خبر، دیگر برای هیئت اعطاکننده جایزه پولیتزر جذابیتی ندارد، اما هنوز هستند روزنامه‌نگارانی که از این سنت یک صد ساله پیروی می‌کنند».

تمامی روزنامه‌نگاران، از شاهکار خبری نلی بلی (*Nellie Bly*) که با وانمود کردن خود به عنوان بیمار روانی شرایط رقت‌انگیز آسایشگاه روانی بلاک ولز ایسلند (*Black wells Island*) را افشا نمود کسب فیض کرده‌اند. خانم دوروتی کیلگالین (*Dorothy Kilgallen*) برای آنکه ببیند سرنوشت دختری که از غرب میانه به هالیوود راه یافته است چه خواهد بود در یکی از فیلم‌ها، نقش دختری از پئوریا (*Peoria*) معرفی کرد. (توصیه وی به دختران این بود که بهتر است هوس بازیگری فیلم را از سر بیرون کنند). روزنامه‌نگاران زیادی از جمله بگدیکیان (*Bagdikian*) برای تهیه گزارش از پشت میله‌های زندان خود را به عنوان مجرم جا زده‌اند.

با توجه به آنچه که گفته شد و با این فرض که اکثریت جامعه روزنامه‌نگاری تا حدی جعل هویت را می‌پذیرد باید دید که حد و مرز آن را چگونه می‌توان ترسیم کرد. چنین به نظر می‌رسد که تعیین حدود و ثغور جعل هویت به میزان بهره‌گیری از این روش، برای رخنه در مجامع و محافل خاص و ضرورت جعل هویت، بستگی دارد. برای مثال، کمتر منتقدی اقدام یک خبرنگار را که برای کسب خبر درباره حادثه‌ای، اتومبیل خود را عمداً خراب کرده و به یک تعمیرگاه مراجعه می‌کند - اتفاقی که بسیار متداول است - جعل هویت جدی قلمداد می‌کند. به هر حال خبرنگاران نیز همانند دیگر افراد جامعه رانندگی می‌کنند و هیچ دلیلی وجود ندارد که یک شهروند عادی در صورت تمایل نتواند اتومبیل خود را برای ارزیابی مهارت و صداقت تعمیرکاران اتومبیل به تعمیرگاه ببرد. بدین ترتیب در مواردی که میزان وانمودسازی پائین باشد میزان پذیرش بالا خواهد بود. جعل هویت جدی، نظیر وانمود کردن خود به عنوان مأمور پلیس یا پزشک، تقریباً با محکومیت همگانی رو به رو می‌شود.

در مواردی که چاره دیگری برای گردآوری اطلاعات نباشد اقدام خبرنگاران در جعل هویت شغلی از سوی مردم و مسئولیت رسانه‌های خبری راحت‌تر پذیرفته می‌شود. در یک مورد، خبرنگاری که خود را کارگر ساختمانی معرفی کرده بود توانست گزارش جالبی درباره سرقت از کارگاه ساختمانی، تهیه کند. این خبرنگار می‌گوید بهترین راه تهیه

گزارش مستند از این کارگاه ساختمانی معرفی خود به عنوان یک کارگر ساختمانی بوده است چون در غیر این صورت و با به تن داشتن لباس آراسته و دفترچه یادداشت هرگز نمی‌توانسته است گزارش جالبی تهیه کند. حال باید دید آیا می‌توان کار خبرنگاری را که برای کسب خبر، خود را به عنوان شخص دیگری معرفی می‌کند در حالی که بدون توسل به این شیوه نیز می‌تواند اطلاعات لازم را جمع‌آوری نماید، مشروعیت دارد؟ بعید به نظر می‌رسد که کسی از مواردی این چنین دفاع کند.

باید توجه داشت که اختلاف نظر و بحث و جدل از موارد ساده سرچشمه نمی‌گیرد و تمامی موارد نیز شکل ساده و روشن ندارند. باید چندین عامل را مورد ارزیابی شوند. سیسلا بوک (۱۹۸۲ صفحات ۲۳۴ و ۲۳۶) موضوع هدف در مقابل وسیله پنهانی را مورد ارزیابی قرار داده است:

چنانچه گروهی از سردبیران و خبرنگاران به این نتیجه برسند که راه و شیوه دیگری جز توسل به فریب‌کاری و نیرنگ جهت گردآوری اطلاعات درباره یک موضوع خاص در پیش ندارند باز هم باید جنبه‌های اخلاقی اقدام خود را مورد ارزیابی قرار دهند. آن‌ها با آگاهی از این واقعیت که روش انتخاب شده از لحاظ اخلاقی جای بحث دارد باید از خود بپرسند آیا هدف آن‌ها، شیوه‌ای را که اختیار کرده‌اند توجیه می‌کند یا خیر؟

خانم سیسلا بوک ضمن اعتراف به مقبول بودن نسبی جعل هویت شغلی، مطالبی را در این زمینه عنوان می‌کند که دیدگاه‌های برادلی که مخالف کاربرد شیوه‌های فریب‌کارانه است مطابقت پیدا می‌کند.

موضوع دیگری که سردبیران رسانه‌های خبری می‌باید قبل از تحقیق پنهانی درباره مسئله‌ای که برایشان حائز اهمیت است به خاطر داشته باشند تأثیر این گونه روش‌ها بر اعتبار و حیثیت شخصی آن‌ها به‌طور اخص و رسانه‌های خبری به صورت عام چه تأثیری برجای خواهد گذاشت. آن‌ها باید به این نکته توجه داشته باشند که اعتماد مردم به اعتبار رسانه‌ها در سطح پائین قرار دارد و به همین دلیل باید از چاپ اخبار و گزارش‌های شتاب‌زده، ناقص، اغراق‌آمیز و تحریف شده خودداری کنند. اگر مردم از عملیات پنهانی رسانه‌های خبری نظیر ماجرای رستوران سراب مطلع شوند بسیاری از آن‌ها از خود خواهند پرسید که آیا می‌توانند به صحت گزارشی که با چنان روش فریب‌کارانه‌ای تهیه شده است اطمینان کنند.

جامعه روزنامه‌نگاری در خلال یک ماجرای تازه عوامل فوق‌الذکر یعنی نیاز به صحنه‌سازی جهت گردآوری حقایق و میزان صحنه‌سازی و اثرات این گونه تدابیر بر اعتبار حرفه روزنامه‌نگاری و رسانه خبری را مورد تجزیه و تحلیل و ارزیابی قرار داد.

در سال ۱۹۸۷ شبکه تلویزیونی دبلوی ای بی سی (نیویورک) یکی از خبرنگاران خود را با پوشاندن لباس ژنده و نقاشی کردن آماس‌هایی بر روی صورتش به شکل زنان خانه به دوش درآورد. گرچه بسیاری از منتقدان دنیای مطبوعات و رسانه‌های خبری به شدت از این شیوه استقبال کردند، اما این ابتکار به مذاق بسیاری نیز خوش نیامد. برخی از منتقدان گفتند که این خبرنگار برای ارتقا شغلی خود از مصائب خانه به دوشان سوء استفاده کرده است.

ارزیابی واکنش‌ها (که بهترین آن‌ها را نشریه *واشنگتن جورنالیزم ریویو* ارائه داده است) اختلاف نظر در زمینه فعالیت پنهانی خبرنگاران برای گردآوری اخبار را نشان داد و این واقعیت مسلم شد که سازمان‌های خبری سیاست کسانی را که اعمال نکرده بلکه به صورت موردی عمل می‌کنند. در حالی که برخی از سازمان‌های خبری رسماً (در خط مشی مکتوب خود) جعل هویت شغلی را برای کسب خبر ناشایست قلمداد می‌کنند دیگر از رسانه‌ها در مواردی که چاره‌ای جز توسل به این گونه تدابیر وجود ندارد آن را مجاز می‌شمارند. آنچه گفته شد رایج‌ترین استدلال در زمینه شیوه پنهان‌کاری در گردآوری خبر محسوب می‌شود.

این اختلاف نظر و واکنش متفاوت نسبت به جعل هویت شغلی، به بهترین شکل ممکن توسط دون هوایت مفسر شبکه تلویزیون سی بی اس جمع‌بندی شده است. وی در این زمینه (پالمر ۱۹۸۷ صفحات ۲۰ و ۲۱) با اشاره به ماجرای هارپر می‌گوید، جعل هویت شغلی احتمالاً شیوه پسندیده‌ای محسوب نمی‌شود، اما در برخی از موارد شیوه‌ای مؤثر هیجان‌انگیز است. در مقابل این دیدگاه، بنجامین برادلی سردبیر روزنامه *واشنگتن پست* از مخالفان جدی جعل هویت شخصی به‌شمار می‌رود (پالمر ۱۹۸۷ ص ۲۱) اقدام هارپر و شبکه تلویزیونی ان بی سی را محکوم کرده است. وی می‌گوید نمی‌توان قانون را نقض و به مردم دروغ گفت و خود را به جای شخص دیگری معرفی کرد.

به رغم مخالفت برادلی، نیرنگ و خدعه در گردآوری اطلاعات و اخبار همچنان ادامه دارد. گرچه مدیران و گردانندگان رسانه‌های خبری کاملاً این شیوه را تأیید نمی‌کنند اما حرفه روزنامه‌نگاری و دست‌اندرکاران مسائل خبری پیوسته شیوه توسل به نیرنگ را در آستین خود آماده دارند تا در صورت نیاز از آن استفاده کنند و این گونه جعل هویت شغلی با درجات و اشکال مختلف به کار گرفته می‌شود.

برای مثال، شکل دیگری از شیوه‌های تحریف و واژگون جلوه دادن حقایق از طریق جعل هویت شغلی، تحریف عمدی یا به بیان دیگر گمراه نمودن و فریب دادن مخاطبین نسبت به موضوع و اینکه ماجرا از چه قرار است و به کجا ختم می‌شود. مثلاً، برنامه «۶۰ دقیقه» با پخش برنامه‌ای تحت عنوان «جراحی اشباح» (Ghost Surgery) با انتقاد شدید یک مرکز مهم آموزش پزشکی مواجه شد. در این برنامه ادعا شده بود که در اعمال جراحی بر روی بیماران و بر خلاف تصور آنان به جای استفاده از جراحان با تجربه در تمام یا قسمتی از اعمال جراحی از پزشکانی که دوران کارآموزی خود را می‌گذرانند استفاده می‌شود، مسئولین دانشگاه ادعا کردند که گردانندگان برنامه «۶۰ دقیقه» آن‌ها را فریب داده‌اند چون قرار بر این بود. تا یک گزارش عادی درباره جراحی تهیه کنند و با این بهانه توانسته‌اند به بیمارستان راه یابند.

مسئله قصد و نیت در شکوایه حقوقی علیه روزنامه *هرالد - لیدر* (Herald-Leader) چاپ لزینگتون (Lexinghton)، کنتاکی، که مقاله‌هایش درباره شیوه جذب بازیکنان بسکتبال در کالج‌ها به دریافت جایزه نوبل نایل آمده بود نقش مهمی ایفا نمود. مقاله‌های منتشره در روزنامه *هرالد - لیدر* پی از یک‌سال تحقیق و بررسی و مصاحبه با دهها بازیکن و مربی تهیه و چاپ شده بود اما دادخواست حقوقی (که به دلیل فقدان نیت سوء از سوی دادگاه مردود اعلام شد) براساس این نکته تنظیم شده بود که مایکل یورک (Micheal York) خبرنگار روزنامه *هرالد - لیدر* یک بازیکن ۱۹ ساله دبیرستانی را با این ادعا که گزارش مثبتی درباره وی تهیه می‌کند فریب داده است. مایکل یورک در جریان دادرسی اعتراف کرد که تصویر نادرستی از خود به این بازیکن ارائه داده و موجبات گمراهی او را فراهم آورده است لکن این گمراهی از روی عمد نبوده است.

ماریا برادن (Maria Braden) استاد روزنامه‌نگاری در دانشگاه کنتاکی (۱۹۸۹ ص ۶۸) در مقاله‌ای پیرامون این مسئله که در نشریه *سردبیران و ناشران* (Editors & Publishers) به چاپ رسید، نشان داد که چگونه روش‌های سنتی روزنامه‌نگاری، خبرنگاران را در معرض مسائل اخلاقی قرار می‌دهد و چگونه در مواردی روزنامه‌نگاران برای پیشبرد اهداف خود به شیوه‌های غیراخلاقی متوسل می‌شوند:

من از مشخص نبودن حد و مرز ترغیب و گمراه‌سازی و اینکه آیا بسیاری از ما، شاید به‌طور غیرعمدی منابع خود را گمراه می‌کنیم نگران هستیم.

ما با مطرح کردن سؤالات ساده در ابتدای مصاحبه‌های خود با منافع خبری، از نیت خود به خبریم. چنانچه منبع خبری ما در مورد نیت و هدفی که ما دنبال می‌کنیم دچار اشتباه شود ممکن است به خودمان بگوییم که تهیه گزارش ضرورت دارد. اما باید دید که آیا این گونه فریب‌کاری مجاز است؟

حال بیاید به آن سوی قضیه نگاه کنیم. کسی که اطلاعات را در اختیار ما قرار داده پس از چاپ گزارش متوجه خواهد شد که فریب خورده است. همین احساس سبب می‌شود تا اعتبار و حیثیت حرفه روزنامه‌نگاری لکه‌دار شود.

خانم ماریا برادن می‌گوید خبرنگاران اغلب سؤالات اصلی و کلیدی خود را برای پایان مصاحبه نگه می‌دارند و به اعتقاد وی از آنجا که مصاحبه شونده می‌داند آنچه بر زبان می‌آورد در حضور یک خبرنگار است واقعاً چاپ و منتشر خواهد شد، این شیوه به خودی خود اشکالی ندارد. اما وی شیوه‌ای را که یورک در پیش گرفته محکوم می‌کند چون یورک به بازیکن جوان بسکتبال چنین وانمود کرده است که گزارش وی جنبه انتقادی نخواهد داشت.

حد و مرز ترسیم شده توسط براون کاملاً مجاب‌کننده است و استدلال براساس غیرپیامدگرایی وی (نباید از مطالبی استفاده کرد که با فریب گرد آمده‌اند یعنی به منبع خود چنین القا کنیم که قصد ما از تهیه گزارش ارائه نکات مثبت است در حالی که عکس آن را اراده کرده باشیم) در اصل منطقی به نظر می‌رسد. موضوع قصد و نیت در ماجرای مربوط به مک دونالد - مک گینس (Mac Donald-Mc Ginnis) دقیقاً نقش شاهین ترازو را ایفا کرد. مک دونالد ادعا کرد که مک گینس به وی قول داده بود تا گزارش مثبتی تهیه کند ولی با استفاده از اطلاعاتی که وی در اختیارش قرار داده بود گزارشی منفی تهیه کرد.

ژانت ملکوم (Janet Malcolm) از این ماجرا برای ترسیم چهره‌ای رازدار از مک گینس استفاده کرد و در حمایت از وی تأکید کرد که تمامی روزنامه‌نگاران، منابع اطلاعاتی خود را فریب می‌دهند و در پایان به آن‌ها خیانت می‌کنند. اما مسئله قصد و نیت و فریب دادن منبع سبب شد تا خانم ژانت ملکوم خود به اتهام نقل قول‌های ساختگی در دادگاه به محاکمه کشیده شود.

وی در جلسات دادرسی در واقع چنین استدلال کرد که هدف، وسیله را توجیه می‌کند و افزود همان گونه که روزنامه بوستون گلوب (*Boston Globe*) (۱۹۹۰ ۲ ۴۵ ب) گزارش کرده است هیچ یک از نقل قول‌هایی که من در گزارش‌های خود آورده‌ام دقیقاً با متن سخنرانی مطابقت نمی‌کند. به نوشته روزنامه بوستون گلوب خانم ژانت ملکوم به شغل نسبتاً ساده پیاده کردن متن سخنرانی از روی نوار اشتغال داشته است.

جیمز وارن (*James Warren*) در مقاله‌ای که در ۳۰ اوت ۱۹۸۹ در روزنامه *شیکاگو تریبیون* و بعد در نشریه *سیگما دلتا شی* (*Sigma Delta chi*) (سازمانی که امروزه انجمن روزنامه‌نگاران حرفه‌ای نامیده می‌شود) به چاپ رسید (۱۹۸۹ صفحات ۱۰ و ۱۸) دو مورد از اظهار نظرهایی را که به میسون (*Masson*) نسبت داده شده بود و در نوار سخنرانی وی اثری از آن‌ها نبود فاش ساخت. در یک مورد دیگر وی نقل قول‌های کتبی ملکوم را با آنچه به میسون نسبت داده شده بود مقایسه کرد:

کل نظریه فروید، پس از کنار گذاشتن فریب‌کاری، دست‌آورد ترس اخلاقی بود...

این نقل قول از نوار پیاده شده بود که اصل آن چنین است:

به اعتقاد من فروید متفکری بزرگ و برجسته بود اما با وجود این ... و ... کسی بود که شهامت خود را از دست داده بود. وی اندیشمندی بزرگ بود اما به علت بی‌شهامتی به آنچه که می‌دانست حقیقت دارد، پایبند نماند.

همان گونه که پیش از این نیز یادآور شدیم گزارشگران برای روشن شدن مطالب اغلب در نقل گفته‌ها تغییراتی ایجاد می‌کنند و باید به ژانت ملکوم که می‌گوید پیاده کردن مطالب ضبط شده بر روی نوار نوعی ترجمه محسوب می‌شود حق داد. برای مثال، پیاده کردن دقیق متن سخنرانی از روی نوار، آنجا که سخنران می‌گوید «... و ... کسی بود» در سخنرانی حالت عادی دارد اما اگر اظهارات سخنران عیناً نقل شود احتمالاً به عنوان گزارشی ضعیف قلمداد خواهد شد. منعکس ساختن دقیق متن سخنرانی سبب خواهد شد تا سخنران به عنوان فرد فاقد قدرت بیان، مردد و کند در

بیان مطالب جلوه کند در حالی که هر کسی ممکن است در گفتار خود چنین خصوصیتی را بروز دهد (برای مثال ویلیام اف. باکلی (William F. Buckley) دارای لکنت زبان است. نقل دقیق سخنان وی بالطبع بسیار توهین‌آمیز خواهد بود).

به خبرنگارانی که دوره کارآموزی خود را می‌گذرانند اغلب توصیه می‌شود که از نقل قول از کسانی که لهجه دارند خودداری کنند. در یکی از کتاب‌های اصلی روزنامه‌نگاری به دانشجویان این رشته در مورد لهجه که در اغلب موارد موجب لوث شدن تحقیرآمیز موضوع می‌شود هشدار داده شده است (اندرس و ایتول (Anderson & Itule)، ۱۹۸۸ ص ۷۹). در کتاب‌های مرجع خبرگزاری آسوشیتدپرس و روزنامه نیویورک تایمز نیز چنین هشدارهایی به چشم می‌خورد و تأکید شده است که تنها در صورت متناسب بودن لهجه با گزارش، از آن استفاده شود. در کتابچه راهنمای هفته‌نامه تایمز به خبرنگاران توصیه شده تا از انعکاس لهجه خودداری کنند مگر آنکه گوش بسیار تیزی داشته باشند (ص ۶۱).

آنچه که گفته شد، بحث مربوط به هدف در برابر وسیله را به موضوع نیت اولیه البته نه در معنی قانون اساسی آن، بلکه قصد و نیت اصلی خبرنگاری که با چهره‌ای مبدل به گمراه ساختن منبع خبری خود مبادرت کرده یا در نقل قول مطلب، دست‌کاری می‌کند باز می‌گرداند.

چنین به نظر می‌رسد که اکثریت منتقدین به استدلال مبتنی بر انگیزه و پیامد که در واقع نوعی حد وسط بین دیدگاه فیلسوفان پیامدگرا و غیرپیامدگراست تأکید دارند و شاید بهترین شیوه در این زمینه یافتن میانه طلایی (Golden Mean) در بین این دو قطب متضاد باشد. در مجموع، در مواقعی که چاره‌ای جز توسل به شیوه‌های فریب‌کارانه برای پی بردن به واقعیات وجود ندارند و موضوع مورد رسیدگی نیز حائز اهمیت است (هدف وسیله را توجیه می‌کند) خبرنگاران، اعمال این گونه شیوه‌ها را جایز می‌دانند اما در مواردی که توسل به این گونه شیوه‌ها با اقدامات خلاف قانون همراه باشد و برای کسب امتیاز و دسترسی به منابعی که خطرناک یا نامشروع است، نظیر پوشیدن لباس مأموران پلیس یا معرفی خود به عنوان یک پزشک، آن‌ها را محکوم می‌کنند (درواقع برخی از رفتارها و شیوه‌ها غیرمجاز تلقی می‌شوند).

همان گونه که یادآور شدیم کسانی که موازین و مقررات را نادیده گرفته و آن‌ها را زیر پا می‌گذارند باید بدانند که شیوه‌های غیراخلاقی اغلب گزارش‌های خبری را مخدوش ساخته و باور و اعتماد مردم را سلب می‌کند چون خوانندگان و بینندگان ممکن است به جای توجه به گزارش، چگونگی تهیه آن را زیر ذره‌بین قرار دهند. در چنین مواردی نتایج کوتاه مدت ناشی از انتشار گزارش اغلب ارزش توسل به شیوه‌های ماجراجویانه را ندارد.

به هر حال در بحث کلی در این زمینه باید اذعان کرد که روزنامه‌نگاران در مواردی که هدف ایجاب می‌کند. شیوه‌های زیرکانه در دستکاری نقل قول‌ها، در نقل مطالب به هیچ وجه عین گفته را منعکس نمی‌کنند. جاناتا آلتز از هفته‌نامه نیویورک (۱۹۹۰ ص ۵۴) در اظهار نظری پیرامون پرونده دادرسی ژانت ملکوم، شیوه دست‌کاری نقل قول‌ها را با درایت خاصی این گونه بیان کرده است:

واقعیت این است که هیچ گونه مقررات و موازین قطعی در مورد هیچ یک از این مسائل وجود ندارد. برای مثال مجله نیویورکر (*The New Yorker*) مدعی است که اداره تحقیقات این روزنامه، صحت مطالب و گزارش‌ها را کنترل می‌کند، اما به رغم این ادعا جملات و پاراگراف‌های مقالات منتشره در این نشریه به نحو زیبایی ویرایش شده‌اند.

با وجود این جاناتا آلتز اجتناب‌ناپذیر بودن نقض کلام مسیح را که می‌گوید انسان نباید دروغ بگوید مورد تأکید قرار داده است چون عدم توجه به این مطلب بود که برداشت بسیاری از منتقدان را از ژانت ملکوم که به بازگو کردن

حقیقت شهرت داشت مخدوش نمود، و همان گونه که بسیاری از ناظران به یاد دارند از جمله مواردی بود که خشم مطبوعات را در قبال خبرنگاری که در دادگاه تبرئه شده بود برانگیخت:

.... در جریان دادرسی، ژانت ملکوم توانست با موفقیت دادگاه را مجاب کند که برای دست یافتن به حقیقت بزرگتر، نقل قول‌ها را ابداع می‌کند.

جاناتان آلتز می‌گوید وقتی مقاله‌نویسان مطبوعات به بهره‌گیری از معیارهای ژانت ملکوم قلم می‌زنند نمی‌توان آن‌ها را روزنامه‌نگاران اصیل خطاب کرد.

فصل ۹

سود در برابر مسئولیت

در روزنامه‌های زنجیره‌ای (Chain)، آنچه برای صاحبان روزنامه‌ها اهمیت دارد، گزارش‌های مالی است نه محتوای روزنامه‌ها.

اظهارنظر ریچارد بهار (Richard Behar) در مصاحبه‌ای با فوربس درباره گروه رسانه‌ای دونری (Donrey Media) که ۵۴ روزنامه را در مالکیت خود دارد^۱

برای لحظه‌ای به اعداد و ارقام زیر توجه کنید:

- ده گروه بزرگ زنجیره‌ای آمریکا، یک سوّم روزنامه‌های این کشور را در مالکیت خود دارند.
- بیش از نیمی از درآمد ایستگاه‌های رادیویی به ده شرکت بزرگ اختصاص دارد.
- هفتاد درصد ایستگاه‌های تلویزیونی آمریکا، به شبکه‌های بزرگ تلویزیونی تعلق دارد.

این گونه اعداد و ارقام (بیایگی ۱۹۸۸ ص ۲۷۶) به خودی خود خیره کننده‌اند، اما تنها بخشی از واقعیت به شمار می‌روند. نکته دیگری نیز که توجه علاقه‌مندان به این گونه مسائل را جلب می‌کند، افزایش فوق‌العاده قیمت رسانه‌های خبری است، به حدی که تنها شرکت‌های بسیار بزرگ می‌توانند از عهده خرید آن‌ها برآیند و همین مسئله از جمله عواملی است که به تمرکز فوق‌العاده مالکیت رسانه‌های جمعی منجر شده است.

برای مثال، ایستگاه‌های رادیویی زمانی به عنوان یک رسانه صوتی کاملاً قابل دسترس و خودمانی در شهرهای مختلف تلقی می‌شد و در اغلب موارد اداره ایستگاه‌های رادیویی، همانند فروشگاه‌های خانوادگی بسیار ساده و تنها توسط چند نفر صورت می‌گرفت. اما در اواسط دهه ۱۹۸۰ داد و ستد در بازار رادیو به میلیاردها دلار رسید چون ایستگاه‌های رادیویی به کالای سرمایه‌ای تبدیل شدند. دست به دست گشتن یک کالا، عامل مؤثری در افزایش ساختگی قیمت آن محسوب می‌شود و همین امر سبب شده است تا پول پرداخت شده بابت یک ایستگاه رادیویی از اواسط دهه ۱۹۷۰ تا اواسط ۱۹۸۰ هفت برابر شود. (او، دائل، هوسمن و بنویت (O, Donnell, Hausman & Benoit) (۱۹۸۹ ص ۳۳۲). ایستگاه‌های رادیویی به سرمایه‌گذاری‌های سودآوری تبدیل شده‌اند. و بیش از کالاهای تجاری بازدهی دارند. به عنوان نمونه ایستگاه رادیویی دبلیو ال آی اف (WLIF) در بالتیمور در سال ۱۹۸۴ توسط امریکن میدیا (American Media) به ۵/۵ میلیون دلار خریداری شده و تنها دو سال بعد به ۳۰/۵ میلیون دلار به یک شرکت دیگر فروخته شد (او، دائل، هوسمن و بنویت، (۱۹۸۹ ص ۳۳۸).

وسایل ارتباط جمعی حتی در بازارهای نسبتاً کوچک نیز به کالاهای سودآور تبدیل شده‌اند. همان گونه که جان داس پاسوس (Jhon Dos Passos) گفته است، صاحبان پول‌های هنگفت به گونه‌ای فزاینده کنترل روزنامه‌ها، شبکه‌های تلویزیونی و رادیویی را به دست می‌گیرند. اینکه آیا این پدیده روندی مثبت یا منفی است اندکی بعد درباره آن بحث خواهیم کرد اما در این زمینه یک سؤال اساسی‌تر مطرح است: چرا رسانه‌ها به یک تجارت بزرگ تبدیل شده‌اند؟

یکی از علل تبدیل رسانه‌ها به تجارت بزرگ، اصل اقتصاد مقیاس (Economies of scale) است. در جو اقتصادی متأثر از اقتصاد کلاسیک تولید در مقیاس بزرگ، هر رشته‌ای از تولید که تعداد بیشتری کالا تولید کند هزینه هر واحد از کالا کمتر خواهد بود و بالطبع سود بیشتری کسب خواهد کرد. همان گونه که ویلیام لاشر (William Lasher) استاد علم اقتصاد (مصاحبه ۱۹۹۰) می‌گوید، نمونه کلاسیک بیرون راندن رقبای کوچک در اقتصاد حرفه تولید، صنعت خودروسازی است صنعت تولید خودرو زمانی بین تعداد کثیری از تولید کنندگان تقسیم شده بود اما امروزه این صنعت تحت سیطره چند شرکت بسیار بزرگ که بازماندگان جنگ اقتصاد حرفه هستند قرار دارد.

اقتصاد حرفه [تولید در مقیاس انبوه] تقریباً همیشه موفق است (البته اگر منظور از موفق بودن سودآوری باشد). با وجود این دو استثناء وجود دارد:

۱. ماهیت برخی از صنایع به گونه‌ای است که چاره‌ای جز فعالیت در سطح محلی ندارند. کارخانه‌های سیمان بارزترین نمونه‌ای است که اقتصاددانان در این زمینه ارائه می‌دهند. سیمان کالایی بسیار سنگین و حمل و نقل آن بسیار پر هزینه است و به همین دلیل احداث کارخانه‌های گول‌آسا و متمرکز سیمان مقرون به صرفه نیست.

این عامل تا حدودی در مورد انتقال تولیدات رسانه‌ها نیز مصداق پیدا می‌کرد. برای مثال ایستگاه‌های رادیویی در شهرهای کوچک در صورت خرید بخش اعظم برنامه‌های خود از نقاط دیگر، می‌باید هزینه بیشتری را در مقایسه با تولید محلی برنامه‌ها تقبل کنند. گرچه شبکه‌ها بخشی از برنامه‌های خود را (اخبار، و در اوایل آغاز رادیو برنامه‌های تفریحی) منتقل می‌کردند، فرستنده‌های نوین رادیویی با پخش برنامه‌های خود به صورت محلی بخشی از بازار محلی را به خود اختصاص داده و از این طریق سود کسب می‌کنند. تا چند سال قبل، امکان خرید و پخش برنامه‌های محلی وجود نداشت. امروزه به دلیل وجود سیستم‌های وسیع انتقال و دریافت برنامه‌ها از طریق ماهواره و کاهش چشمگیر هزینه این گونه تسهیلات، بسیاری از صاحبان ایستگاه‌های محلی را به مقرون به صرفه بودن دریافت برنامه‌های ماهواره‌ای در مقایسه با استخدام یک گروه کامل جهت تولید برنامه‌های روزانه متقاعد ساخته است. برنامه‌های دریافتی از بهشت (یا بهتر بگوییم اغلب از دالاس از طریق یک ماهواره فضایی) می‌تواند همان رنگ و بو و ظاهر برنامه‌های تولید شده در محل را داشته باشد.

تدابیر و تسهیلات فنی به ایستگاه‌های رادیویی محلی این امکان را می‌دهد تا در لابه‌لای برنامه‌های دریافتی از ماهواره، موضوعات و مطالب محلی همچون اعلام وضعیت هوا، بیانیه‌ها و اعلام هویت ایستگاه را بگنجانند (او، دانل، بنویت و هوسمن، ۱۹۹۰ ص ۱۵۶).

شبکه‌های رادیو - تلویزیونی پدیده تازه‌ای نیستند اما تکنولوژی ارسال و دریافت امواج رادیو - تلویزیونی از طریق ماهواره تازگی دارد. رسانه‌های نوشتاری نیز می‌توانند تا حدودی به صورت شبکه فعالیت کنند و با مشارکت در یک بازار خاص میزان هزینه‌ها را کاهش دهند، نکته‌ای که در گروه مطبوعاتی گانت (Gannett Company) پیوسته بر آن تأکید می‌شود.

۲. یک مفهوم نظری وجود دارد که عدم حرفه اقتصادی (Diseconomies of Scale) شهرت دارد و آن مرحله‌ای است که در آن یک شرکت یا سازمانی بیش از اندازه گسترش می‌یابد و همین گستردگی بیش از حد به علت انعطاف ناپذیری و مشکلات موجود در ارتباطات درونی به تولید آسیب می‌رساند. دکتر لاشر کارشناس مسائل مالی سازمان‌ها می‌گوید گرچه پژوهش‌های اخیر نشان می‌دهد که جنرال موتورز از پدیده گستردگی بیش از حد رنج می‌برد اما این مفهوم همچنان حالت تجربیدی دارد.

به هر حال کاربرد غیررسمی نظریه عدم حرفه اقتصادی (گستردگی بیش از اندازه) بر فعالیت رسانه‌ها، بیانگر این واقعیت است که دست کم کیفیت تولیدات رسانه‌های بسیار گسترده، از این پدیده تأثیر سوء می‌پذیرد. بسیاری از منتقدان و تحلیل‌گران مسائل رسانه‌ها بر این نکته اذعان دارند.

قبل از بررسی این گونه مسائل، تعریف اصطلاحات و مفاهیم را ضروری می‌دانم. پیش از این گفتیم که ساختار بازار صنعت رسانه‌ها، حالت شبه انحصاری (Oligopoly) دارد یعنی این صنعت در تملک چند شرکت بزرگ است (بسیاری از صاحب‌نظران در تشریح بازار صنعت رسانه‌ها از واژه انحصار سخن به میان می‌آورند که در همین فصل از آن‌ها نقل قول خواهیم کرد اما کاربرد واژه انحصار از سوی آن‌ها حالت غیررسمی دارد چون واژه انحصار در معنی دقیق آن کنترل بازار توسط یک تولیدکننده است در حالی که هیچ فرد یا گروهی تمامی رسانه‌ها را تحت مالکیت خود ندارد). برخی از تحلیل‌گران اقتصاد رسانه‌ها از جمله داگلاس گومری (Douglas Gomery) استاد دانشگاه میریلند تعبیر گسترده‌تری از شبه انحصارهای رسانه‌ها ارائه می‌دهد. وی در مقاله‌ای که به تعاریف و اصطلاحات تحلیل‌ها در اقتصاد رسانه‌ها اختصاص داشت (۱۹۸۹ ص ۵۰) چنین نوشت:

فعالیت رسانه‌ها در واقع تحت سیطره چند شرکت بزرگ قرار دارد و هر یک از این شرکت‌های بزرگ بخشی از بازار رسانه‌ها را تحت کنترل خود دارند. از ویژگی‌های حالت شبه انحصاری، تعداد اندک شرکت‌هاست، به گونه‌ای که هر یک از شرکت‌ها از فعالیت رقبای خود آگاه بوده و متناسب با آن واکنش نشان می‌دهند. برای روشن شدن این موضوع سه شبکه بزرگ صاحب رسانه در آمریکا را مورد توجه قرار می‌دهیم: وقتی شبکه ان بی سی در ساعت خاص از روزهای خاص هفته یک برنامه کم‌مدی پخش می‌کند، رقبای این شبکه، یعنی ای بی سی و سی بی اس نیز به پخش برنامه متقابل مبادرت می‌کنند.

گومری می‌گوید در حالت شبه انحصار، در اصول، وضعیتی است که در آن شرکت‌های بزرگ می‌توانند یکدیگر را ردیابی کنند. برای نشان دادن تفاوت میان انحصار به این نکته توجه کنید که در انحصار هیچ نوع رقابتی وجود ندارد و بالطبع ردیابی و نظارت و کنترل رقیب نیز در میان نیست، در حالی که در بازار آزاد رقابت، تعداد رقبای و تعداد کالاهای عرضه شده بسیار زیاد می‌باشد و امکان ردیابی و نظارت وجود ندارد. در حالت شبه انحصار شرکت‌های بزرگ که تعدادشان اندک است قادرند تا بازار را کنترل کنند اما برای دست یافتن به سهم بیشتری از بازار در چارچوب معیارهای خاصی با یکدیگر رقابت می‌کنند. گومری در تشریح این نکته چنین می‌گوید (ص ۵۱):

در بیشتر موارد هر یک از اعضای شبه انحصار تلاش می‌کنند تا سهم بیشتری از بازار را به خود اختصاص دهند و همین امر به بروز رقابت در میان آن‌ها منجر می‌شود. این شرکت‌ها تلاش می‌کنند تا با عرضه کالاهایی متفاوت از تولیدات رقبای خود، سهم بیشتری از بازار را به دست آورند. سه شبکه تلویزیونی فوق‌الذکر پیوسته برنامه‌های تازه‌ای تهیه می‌کنند. اما در پایان، برنامه‌های آن‌ها شباهت بسیاری به یکدیگر پیدا می‌کند... در اصل این سه شرکت در مورد چگونگی رقابت و مقررات حاکم بر آن اتفاق نظر دارند و برای آن‌که درآمد بیشتری کسب کنند با علم به این نکته که رقبایشان درصدد نوآوری در برنامه‌های خود می‌باشند تلاش می‌کنند تا برنامه‌های متفاوتی عرضه کنند. هدف، کسب درآمد بیشتر است اما درآمد در قالب مقررات حاکم بر رقابت.

شبه انحصارهای بزرگ که در چارچوب مقررات حاکم بر شبه انحصار فعالیت می‌کنند تأثیری به مراتب فراتر از آنچه تصور می‌شود برجای می‌گذارند. برای مثال اکثر تولیدات خبری شبکه‌های خبری بزرگ در اصل مشابه یکدیگرند. برای مثال به استثنای تفاوت‌های اندک در تصاویر و افرادی که وظیفه گویندگی خبر را بر عهده دارند برنامه‌های خبری شبکه‌های خبری از لحاظ شکل و از آن مهم‌تر محتوا تقریباً شبیه یکدیگرند.

یک بررسی در مورد برنامه خبری یک شبکه تلویزیونی در یک دوره شش ماهه (رایف ۱۹۸۶) نشان داد که تفاوت چندانی در انتخاب موضوعات خبری وجود نداشته است. یک بررسی دیگر نشان داد که شبکه‌های خبری شبه انحصاری که در چارچوب مقررات حاکم بر شبه انحصار فعالیت می‌کنند در بازارهای محلی نیز از کارآیی لازم برخوردارند. مقایسه موضوعات خبری ایستگاه‌های محلی دیترویت، توله دو (Toledo) و لانسینگ (Lansing) (اتواتر،

۱۹۸۶) نیز نشان داد که محتوای برنامه‌های آن‌ها کاملاً شبیه یکدیگر بوده است. تقریباً نیمی از موضوعات خبری این شبکه‌های محلی از یکدیگر نسخه‌برداری شده بودند.

حساسیت بیش از حد نسبت به این مسئله، غیرمنطقی خواهد بود چون خبر به هر حال خبر است و بالطبع در صورت وقوع آتش‌سوزی در تالار شهر توله‌دو، تمامی کانال‌های تلویزیونی خبر این آتش‌سوزی را پخش خواهند کرد. اما بررسی‌های انجام شده یک نکته را محرز می‌کند و آن اینکه با تغییر دادن کانال تلویزیون متوجه خواهیم شد که محتوای برنامه خبری شبکه‌های سراسری و ایستگاه‌های محلی تا حدود زیادی شبیه یکدیگر است. گرچه شبکه‌ها و فرستنده‌های محلی رقیب، تا حدودی تولیدات خود را رنگ و لعاب می‌دهند تا نسبت به تولیدات دیگران متفاوت جلوه کند اما این تفاوت چندان عمیق و جدی نیست.

مقایسه روزنامه‌های محلی نیز شباهت سبک و محتوای آن‌ها را نشان خواهد داد، البته مشروط بر آنکه در یکی از سی شهر آمریکایی اقامت داشته باشید که بیش از یک روزنامه یومیه (رقیب) دارند.

با بیان این مطلب، بار دیگر به اثرات منفی عدم صرفه اقتصادی (گسترده‌گی بیش از حد) باز می‌گردیم اما در اینجا مسئله را از زاویه روشنفکری بررسی می‌کنیم. آیا بزرگی بیش از حد رسانه‌ها به افول کیفیت تولیدات آن‌ها منجر می‌شود؟ بن بگدیکیان که در گذشته با *واشنگتن پست* همکاری می‌کرد و امروزه یکی از صاحب‌نظران سرشناس مسائل رسانه‌ها به شمار می‌رود و رابرت پیکارد (Robert Picard) از کالج امرسون، هر دو بر این عقیده‌اند که گسترده‌گی بیش از حد رسانه‌ها با افول کیفیت محتوای برنامه‌های آن‌ها همراه است. بگدیکیان موضوع مالکیت رسانه‌ها را با علاقه خاصی دنبال می‌کند و تاکنون چندین کتاب در این زمینه نوشته است که مهم‌ترین آن‌ها *انحصار رسانه‌هاست*^۲ (بوستون: بیکن (The Media Monopoly)). پیکارد نیز در کتاب خود تحت عنوان *مطبوعات و افول دموکراسی (The press and the Decline of Democracy)* (وس پورت، کانکتیکات: گرین وود، ۱۹۸۵) همین نکته را مورد تأکید قرار داده است.

گرچه تمرکز در هر صنعتی مسئله‌ساز است اما در صنعت مطبوعات تمرکز مشکلات بیشتری ایجاد می‌کند چون روزنامه‌ها تنها در بازارهای کالا و خدمات فعالیت نداشته بلکه در بازار افکار و اندیشه نیز فعالیت می‌کنند. در صورت وقوع تمرکز در بازار روزنامه‌ها، قدرت انحصاری قابل ملاحظه‌ای پدید می‌آید که نه تنها از لحاظ اقتصادی برای مصرف کننده زیان‌آور است بلکه مصرف کننده را از تنوع دیدگاه‌ها و دسترسی به کانال‌های مختلف رسانه‌ها محروم می‌کند.

باید اذعان کرد که گرچه تمامی مردم حتی کسانی که اطلاعات ناقصی از چگونگی فعالیت رسانه‌ها دارند از وجود تمرکز در این صنعت آگاه می‌باشند اما همه آن‌ها به اندازه منتقدانی چون بگدیکیان و پیکارد از این بابت احساس نگرانی نمی‌کنند. بنجامین کامپین (Benjamin Compaigne) در کتاب خود تحت عنوان *چه کسانی مالک رسانه‌ها هستند؟ (Who owns the Media)* (۱۹۷۹ صفحات ۲۴ و ۲۵) شواهد متعددی را ارائه می‌دهد که در آن‌ها سردبیران ناشران روزنامه‌هایی که تحت مالکیت مطبوعات زنجیره‌ای در آمده‌اند از ارتقا کیفی محصول خود سخن به میان آورده‌اند. یکی از سردبیران این گونه روزنامه‌ها مدعی است که گروه مطبوعاتی گانت مشکلات اتحادیه‌های روزنامه‌نگاری را برطرف ساخته، تحولاتی در اتاق خبر ایجاد کرده، حقوق و دستمزدها را افزایش داده و روزنامه‌نگاری جسارت‌آمیز تفحصی را تقویت کرده است. گفته می‌شود گروه مطبوعاتی نایت - ریدر (Knight-Reader)، کیفیت روزنامه *فیلادلفیا اینکوییرر (Philadelphia Inquirer)* را بهبود بخشیده است.

رؤسای شرکت‌های بزرگ رسانه‌های بارها این ادعا را که تمرکز مالکیت رسانه‌ها به مخدوش شدن اخبار منجر می‌شود محکوم کرده‌اند. لورنس تیش (Laurence Tisch) رئیس شبکه تلویزیونی سی بی اس، طی سخنانی در یک کنفرانس ملی که در سال ۱۹۸۷ تحت عنوان «تحول اقتصاد اخبار (The Changing Economics of News)» در

دانشگاه کلمبیا برگزار شد، قویاً این ادعا را رد کرد. لورنس تیش در سخنان خود که ماری آن رامر (Mary Anne Ramer) (۱۹۸۷ ص ۲۴) آن را نقل کرده است به شدت از کسانی که وی را به عدم تعهد در قبال اخبار متهم می‌کردند انتقاد کرد.

این ادعا که استقلال اخبار به استقلال اقتصاد آن بستگی دارد کاملاً بی‌اساس است. همه می‌دانند که پوشش خبری ذاتاً با نواقصی همراه است. مسئله، نوع هزینه نیست بلکه نوع و شکل هزینه و تأمین بودجه برای گردآوری خبر حائز اهمیت است.

در واقع مدافعان و مخالفان تمرکز مالکیت رسانه‌ها، هر یک برای خود دلایل قانع کننده‌ای دارند. مخالفان تمرکز مالکیت رسانه‌ها می‌گویند ورود سرمایه‌های کلان به عرضه فعالیت رسانه‌ها (تمرکز اقتصادی و منافع سودجویانه) سبب می‌شود تا مسئولیت سازمان‌های خبری به فراموشی سپرده شود.

هواداران تمرکز مالکیت رسانه‌های خبری این گونه ادعاها را تکذیب می‌کنند. در واقع برخی از مدافعان تمرکز رسانه‌ها معتقدند اقتصاد قوی‌تر سبب می‌شود تا سازمان‌های خبری در مقابل فشارهای آگهی‌دهندگان و گروه‌های فشار، استقلال و آزادی بیشتری داشته باشند و چنین به نظر می‌رسد که این گفته تا حدودی درست باشد چون رسانه‌های خبری کوچک که درآمد اندکی دارند فشارهای قابل ملاحظه‌ای را برای گردن نهادن به انتظارات آگهی‌دهندگان متحمل می‌شوند. مدیر یکی از ایستگاه‌های کوچک تلویزیونی که برای ادامه حیات ایستگاه خود در یک بازار بزرگ به شدت تلاش می‌کرد می‌گوید: باید صادقانه اعتراف کنم که یکی از عوامل مؤثر در ادامه حیات ایستگاه تلویزیونی، دادن پوشش خبری مناسب به رویدادهایی است که به حامیان مالی ایستگاه مربوط می‌شود، رویدادهایی نظیر گشایش فروشگاه‌های جدید.

بدین ترتیب باید دید که آیا تمرکز خوب است یا بد یا اینکه هیچ‌گونه تأثیری به همراه ندارد. آیا دیدگاه‌های هر دو طرف می‌تواند درست باشد؟

تاکنون هیچ کس نتوانسته است مشکل ناشی از قرار گرفتن بازار افکار و اندیشه در مقابل تمرکز ناشی از سرازیر شدن سرمایه هنگفت را حل کند، اما این نکته را نیز نمی‌توان کتمان کرد که بازار افکار و اندیشه و بازار کالاهای دیگر تحت نظریه‌های متفاوتی فعالیت می‌کنند. بگدیکیان در کتاب خود تحت عنوان توطئه عقیم (Effete Conspiracy) (۱۹۷۲ صفحات ۱۱ و ۱۲) در مورد این مناقشه شدیداً هشدار داده است:

مالکیت زنجیره‌ای به افزایش مالکیت غیبی منجر شود. مالکیت زنجیره‌ای گرایش به سمت سیاست‌های یک‌پارچه در مؤسساتی را که در حال حاضر نیز از مسائل عقیدتی رنج می‌برند، شدت می‌بخشد. بزرگ‌ترین مطبوعات زنجیره‌ای عبارتند از: شیکاگو تریبیون، اسکریپس - هوارد (Scrips-Howard)، هرست (Hearst)، نیوهاوس (Newhouse)، نایت (Knight)، گانت (Gannett)، و ریدر (Reader). از لحاظ رهبری و دیدگاه‌هایی که در سر مقاله‌های این گروه‌های مطبوعاتی منعکس می‌شود آن‌ها در واقع بیانگر و نماینده طیف افکار و اندیشه‌های آمریکایی محسوب می‌شوند. این نشریات نه تنها به ارائه دیدگاه‌های مشابه در تمامی مسائل ملی مبادرت می‌کنند بلکه از طریق گسترش دامنه فعالیت خود تلاش می‌کنند تا نفوذ سیاسی بیشتری کسب کنند (سازمان‌های خبری را خریداری می‌کنند که دیدگاه‌های آن‌ها را منعکس می‌کنند).

آیا تمرکز مالکیت به ارائه دیدگاه‌های متمرکز منتهی می‌شود؟ کمپین کارشناس مسائل تمرکز مالکیت رسانه‌ها (ص ۲۶) می‌گوید بررسی‌های انجام شده نشان می‌دهد که در مبارزات انتخابات ریاست جمهوری، ۸۵ درصد از روزنامه‌های زنجیره‌ای به گونه‌ای مشخص از یک نامزد خاص حمایت می‌کنند.

گزارشگری به نام فیلیپ ویس (Philip Weiss) در مقاله‌ای در نشریه نیو ریپابلیک (New Republic) که بی‌اکی آن را در کتاب خود نقل کرده است (ص ۲۸۲) موضوع شباهت دیدگاه مطبوعات زنجیره‌ای را با وضوح بیشتری تشریح نموده است. ویس در مقاله خود تحت عنوان «رخنه در میان سران گانت (Invasion of The Gannethheads)» می‌گوید:

مسئله گانت صرفاً از برنامه یا رئیس آن سرچشمه نمی‌گیرد بلکه مشکل اصلی فرهنگ حاکم بر این شرکت بزرگ است. محصول چنین فرهنگی شرکتی است شاداب، سطحی‌نگر، پویا، مشکوک نسبت به اندیشه‌ها و افکار، هوادار وضع موجود و تلویحاً خودکامه. این گونه ویژگی‌ها که جزیی از فرهنگ شرکت‌های بزرگ محسوب می‌شود در مورد گانت از شدت بیشتری برخوردارند. گانت که هیچ‌گونه بهره‌ای از آرمان‌های مستقل و کمال نبرده است به عنوان مفسر اصلی و مطلع از اوضاع جامعه، روزنامه به شش میلیون خواننده روزنامه که اکثراً در شهرهایی زندگی می‌کنند که تنها یک روزنامه در آن منتشر می‌شود، رهنمود می‌دهد.

تأثیر منفی سرمایه‌های هنگفت را دیدیم و باید گفت که این عامل در سایر رسانه‌ها نیز نقش مشابه‌ای ایفا می‌کند. از آن جمله است محدود شدن افکار و اندیشه‌های تازه در بازار نشر کتاب که می‌توان از آن به عنوان پیامد منفی اقتصاد مقیاس (تولید انبوه توسط شرکت‌های بزرگ) بر فعالیت‌های روشنفکری یاد کرد (این تعبیر برای صنعتی که یکی از بازیگران طراز اوّل آن یعنی انتشارات رندم هاوس (Random House) که از کتاب، با واژه «واحد (Unit)» تعبیر نامناسبی نیست).

انتشار کتاب همانند بسیاری از رسانه‌ها در گذشته‌های نه چندان دور، صنعتی بود که مخاطبین محدود آن و افکار و اندیشه‌های فردی، به سهولت نسبی مالی از آن بهره می‌بردند. ناشران کوچک اغلب با مشکلات مالی رو به رو بودند و کتاب‌هایی را منتشر می‌کردند که امیدی به برگشت سرمایه آن‌ها نبود. اما آنان به دلیل محدود بودن تعهدات مالی به هر حال می‌توانستند به طریقی به حیات خود ادامه دهند. اما در خلال چند دهه گذشته انتشار کتاب به تجارت چند میلیون دلاری تبدیل شده و بنگاه‌های چاپ و انتشار کتاب، چاره‌ای جز گسترش بیش از حد دامنه فعالیت خود نداشته‌اند. در نتیجه این تحول، بنگاه‌های نشر کتاب امروزه تنها عناوین معدودی را که درآمد چند میلیون دلاری آن تضمین شده است برای چاپ و انتشار انتخاب می‌کنند (نظیر نوشته‌های استفن کینگ که به سرمایه هنگفتی نیاز دارد اما سود سرشاری نیز نصیب ناشر می‌کند).

لوئیس ا. کوزر (Lewis A. Coser)، چارلز کادوشین (Charles Kadushin) و والتر پاول (Walter Powell) که هر سه از جامعه‌شناسان مسائل مرتبط با سازمان‌ها به‌شمار می‌روند این پدیده را در کتاب خود تحت عنوان «فرهنگ و تجارت انتشارات» (*Culture and commerce of publishing*) به خوبی تشریح کرده‌اند (این سه نویسنده را باید، پیشگامان بررسی این تحول در صنعت نشر کتاب به‌شمار آورد چون برای اولین بار چند جامعه‌شناس، اسرار حاکم بر فعالیت ناشران کتاب را با جزئیات کامل برای توده خوانندگان تشریح کرده‌اند). کوزر، کادوشین و پاول به این نتیجه رسیدند که فراز و نشیب‌های بازار نشر کتاب همراه با افزایش فوق‌العاده هزینه‌های چاپ و انتشار کتاب، عامل اصلی محدود شدن افکار و اندیشه‌های تازه در بازار نشر کتاب محسوب می‌شوند (صفحات ۷ و ۸):

به علت نامطمئن بودن بازار بسیاری از انواع کتاب‌ها، تجارت کتاب نیز همانند رشته مُد و صنعت سینما در فعالیت خود بر اصل احتمالات تکیه دارد و از چند تیر رها شده تنها یک تیر ممکن است به هدف اصابت کند. گفته می‌شود یکی از فیلمسازان سرشناس هالیوود در مصاحبه‌ای با یک خبرنگار گفته است تنها یکی از ده فیلمی که در این فهرست آمده است با موفقیت بزرگی روبه‌رو خواهد شد. این شخص در پاسخ به سؤال خبرنگار که اصرار داشت بداند کدام یک از ده فیلم مورد نظر با استقبال فوق‌العاده‌ای روبه‌رو خواهد شد گفت به وجه نمی‌دانم. ناشران تلاش می‌کنند تا از طریق چاپ

و انتشار آثار نویسندگان سرشناس، تبلیغات وسیع یا کنترل توزیع، میزان عدم اطمینان نسبت به آینده کتاب را کاهش دهند.

حتی تا حدود پانزده یا بیست سال پیش نیز انتشار کتاب نوعی صنعت خانگی محسوب می‌شد. در طول دو دهه گذشته این صنعت با سرعت زیاد، مرحله صنعت خانگی را پشت سر گذاشته است و بسیاری از بنگاه‌های کوچک نشر کتاب تحت مالکیت شرکت‌های بزرگ قرار گرفته و بسیاری از آن‌ها به صورت شرکت سهامی عام در آمده‌اند و سهام آن‌ها در بازار بورس معامله می‌شود. در نتیجه چنین تحولی، در حال حاضر مدیران بنگاه‌های انتشاراتی تلاش می‌کنند تا با افزایش سوددهی بنگاه خود، موقعیت آن را در بازار داد و ستد سهام در وال استریت مستحکم کنند. بیشتر بنگاه‌های بزرگ انتشاراتی در تحقق این هدف از روش‌های نوین مدیریت که از دیگر رشته‌های صنعتی به عاریت گرفته شده استفاده می‌کنند. از جمله این تدابیر و شیوه‌های نوین مدیریت، می‌توان به کنترل موجودی با بهره‌گیری از تجهیزات الکترونیکی، ایجاد دوایر بازاریابی با استفاده از کامپیوتر، تعیین دقیق حد و مرز مسئولیت‌ها و اختیارات و از همه مهم‌تر توجه دقیق به بیلان مالی بنگاه را نام برد.

ساده لوحی محض خواهد بود اگر بگوییم یک پیشه یا حرفه می‌تواند و باید حساب سود و زیان و بیلان مالی را نادیده بگیرد، اما امروزه بسیاری از صاحبان بنگاه‌های انتشاراتی و رسانه‌های دیگر، بیش از اندازه نسبت به ایجاد تعادل صحیح بین سود و مسئولیت در قبال خوانندگان تماشاگران و شنوندگان توجه نشان می‌دهند. مناقشه اخیر در قبال پانتئون (Pantheon) که یکی از شاخه‌های معتبر اما کم درآمد بنگاه انتشاراتی رندم هاس به شمار می‌رود، نمونه جالب و مفیدی است. برخی از مؤلفانی که آثار خود را برای چاپ در اختیار پانتئون قرار می‌دهند (و مؤلفان دیگری که هرگز کار خود را به این بنگاه عرضه نکرده‌اند از جمله کورت ونه‌گوت (Kurt Vonnegut)) به رفتارها و مانورهای بنگاه رندم هاس اعتراض کردند. رفتارهای این بنگاه سبب شده بود تا بنگاه زنجیره‌ای نیوهاوس (Newhouse) که بنگاه انتشاراتی رندم هاس را در مالکیت خود دارد شخصی را که به داشتن گرایش‌های شدید منفعت‌طلبانه شهرت دارد در رأس بنگاه انتشاراتی پانتئون قرار دهد، و این شخص تلاش می‌کرد تا جلوی هرگونه ریخت و پاش مالی را در این بنگاه سد کند.

البته باید توجه داشت که موضوع، رویارویی دو گروه حق و باطل نیست و ممکن است کارکنان و دست‌اندرکاران بنگاه پانتئون نیز به خاطر خودداری از سازش، قابل سرزنش باشند اما در مجموع کارنامه بنگاه‌های انتشاراتی در زمینه تلاش برای کسب هر چه بیشتر سود چندان درخشان نیست. همان گونه که یکی از دست‌اندرکاران دنیای نشر کتاب خاطر نشان ساخته، به گفته فرانس کافکا زمانی کتاب همچون تبری بود که یخ روح خواننده را می‌شکافت اما سودجویی ناشران سبب شده است تا بسیاری از خوانندگان امروزه چندان احساس سرما نکنند.

به هر تقدیر سرمایه‌های هنگفت همچنان به کار خود ادامه می‌دهند و بی‌تردید رسانه‌ها را نیز به دنبال خود خواهند کشید و کسانی که دارای مدرک دانشگاهی در رشته بازاریابی هستند به‌طور قطع بازار افکار و اندیشه را تحت تأثیر قرار خواهند داد. من به عنوان مؤلف کتاب، کسی که به خوبی با ابتذال ناشی از پرداختن بیش از حد به مسائل مالی چه از لحاظ شخصی و چه حرفه‌ای آشناست، به این نتیجه رسیده‌ام که بزرگ شدن بیش از حد بنگاه‌های انتشاراتی به محدود شدن افکار و اندیشه در بازار افکار منجر شده است و همین امر سبب می‌شود تا بنگاه‌های بزرگ انتشاراتی که به فروشگاه‌های زنجیره‌ای شباهت دارند صنعت چاپ و نشر کتاب را تا حدود زیادی تحت کنترل خود درآورند. (دست کم کوزر، کادوشین و پاول [ص ۳۷۲] معتقدند که این گونه بنگاه‌های بزرگ، حداقل نیمی از بازار کتاب را تحت کنترل دارند).

کوزر، کادوشین و پاول علاوه بر این، به نکته جالبی اشاره کرده‌اند که ممکن است برخی از مؤلفان آن را اغراق‌آمیز بدانند (ص ۳۷۲):

انقلابی که در فروش کتاب پدید آمده [فروشگاه‌های زنجیره‌ای] و به حق می‌توان از آن به عنوان انقلاب یاد کرد، بی‌تردید اثرات مهمی بر تصمیم‌گیری‌های ناشران و میزان کنترل آن‌ها بر بازار بر جای خواهد گذاشت. کتاب‌فروشی‌های زنجیره‌ای بر خلاف کتاب‌فروشی‌های منفرد، به خرید کتاب در مقادیر بسیار زیاد مبادرت می‌کنند. هر چه تعداد خرید کتاب بیشتر باشد، ناشران تخفیف بیشتری قائل می‌شوند. در بیشتر موارد کتاب‌فروشی‌های زنجیره‌ای حدود ۱۷ درصد بیشتر از کتاب‌فروشی‌های منفرد از ناشران تخفیف می‌گیرند. برای فروشگاه‌های زنجیره‌ای مقرون به صرفه نیست که قفسه‌های خود را با کتاب‌هایی که خریداران اندکی دارند پر کنند. از این روی، با تقویت همکاری و همزیستی هر چه بیشتر ناشران و کتاب‌فروشی‌های زنجیره‌ای، ناشران به انتشار کتاب‌های توده‌پسند اکتفا کرده و کتاب‌هایی را که خریداران چندانی ندارد نادیده می‌گیرند.

آیا آنچه که گفته شد نشان دهنده پیامدهای منفی اقتصاد مقیاس (بزرگ شدن بیش از اندازه بنگاه‌ها و سیطره بر بازار) و تحلیل رفتن بازار افکار و اندیشه‌هاست؟ نمی‌توان از آنچه که در بالا تشریح شد تعبیر دیگری ارائه داد. به عنوان مؤلف، تنها نکته‌ای که می‌توانم به برداشت فوق‌الذکر اضافه کنم این است که موفقیت یا ناکامی من بیش از آنکه به نقدها و اظهار نظرها درباره این کتاب بستگی داشته باشد، به توزیع یا عدم توزیع آن توسط یک کتاب‌فروشی زنجیره‌ای بستگی دارد. بارها و در موارد مختلف، ناشران به من گفته‌اند که در صورت عدم عرضه کتابم در یک یا چند کتاب‌فروشی زنجیره‌ای، باید فاتحه آن را بخوانم. باید اعتراف کنم که آنچه ناشران گفته‌اند عین واقعیت است. صاحب یک فروشگاه زنجیره‌ای، که ممکن است در مورد انتشار کتاب سابقه‌ای داشته یا نداشته باشد (کسی چه می‌داند شاید کسی باشد که کار خود را از قسمت فروش پوست در فروشگاه مکای (Macu's) شروع کرده باشد) اکنون نقش و تأثیر قابل ملاحظه‌ای در ارائه افکار و اندیشه‌هایی که قرار است در اختیار مردم قرار گیرد ایفا می‌کند.

بدین ترتیب می‌بینیم که برای یک مشکل کاملاً جدی و مشخص، هیچ پاسخ روشن و قطعی وجود ندارد. کشمکش میان سود و مسئولیت جدالی است که در تمامی رسانه‌ها جریان دارد. به عنوان یک نمونه دیگر از این گونه کشمکش، به نشریه یومیه‌ای که می‌خوانید فکر کنید. گرچه ناشران نمی‌خواهند به این نکته اعتراف کنند اما به استثنای روزنامه‌های بسیار تراز اول، حجم اخبار مندرج در روزنامه‌ها به میزان آگهی‌های تبلیغاتی موجود در آن‌ها بستگی دارد. در صفحه‌بندی روزنامه‌ها، ابتدا محل درج آگهی‌ها مشخص می‌شود و سپس فضای باقی‌مانده صفحات، که به تحقیر از آن با عنوان «چاله‌های خبر» (Newshole) یاد می‌شود، به اخبار اختصاص می‌یابد.

در واقع فضای اختصاص یافته برای چاله‌های خبری به میزان آگهی‌های تبلیغاتی بستگی دارد. گرچه دست‌اندرکاران چاپ الکترونیک مدعی هستند که در صورت افزایش مقدار آگهی‌ها، مسئولیت روزنامه برای درج اخبار می‌تواند تعداد صفحات روزنامه را اضافه کنند، اما واقعیت چیز دیگری است. چاپ صفحات اضافی بسیار گران تمام می‌شود و تنها در مواردی که آگهی تبلیغاتی کافی وجود داشته و ایجاد حفره‌های خبری بیشتر را توجیه کند نسبت به افزودن صفحات روزنامه مبادرت می‌شود. به گفته کنراد فینک (Conrad Fink) (ص ۲۰۶) تنها مدیرانی که به کیفیت روزنامه‌نگاری پایبند هستند برای چاپ یک خبر مهم حاضرند تا بدون وجود آگهی لازم نیز به تعداد صفحات روزنامه بیفزایند. تکرار این صفحات آن به میزان سوددهی روزنامه لطمه وارد خواهد ساخت و نارضایتی سهامداران و مدیران دست‌نشانده آن‌ها را به همراه خواهد داشت.

فینک در تشریح سود در مقابل مسئولیت در مقایسه با نظراتی که در فصل ارائه شد، دیدگاه اقتصادی بهتری را بیان داشته است. وی در تجزیه و تحلیل عملکرد روزنامه، قانون گرشام (Gresham Law of Journalism) را به روزنامه‌نگاری نیز تعمیم داد:

کیفیت ضعیف، نمایش‌های کم هزینه، نمایش‌های دارای کیفیت را از میدان بیرون می‌کنند، برنامه خبری پرهزینه گزارش‌های خبری درجه اول بر اثر پخش برنامه‌های سرگرم‌کننده همچون گردونه آینده (Wheel of Future) هم‌زمان

در یک شبکه تلویزیونی دیگر، بینندگان خود را از دست می‌دهند. برنامه‌های خبری فوق‌العاده دیدنی نظیر برنامه‌های تهیه شده از سوی ادوارد آر. مورو (Edward R. Murrow)، برنامه‌های معتبر و دارای رسالت روزنامه‌نگاری را در برابر نمایش‌ها و فیلم‌های پلیس و راهزن، میدان خالی می‌کنند.

فینک به روزنامه‌نگارانی که به رسالت اخلاقی پایبندند، توصیه می‌کند با مدیران ارشد رسانه‌ها به مقابله برخاسته و به آنان تفهیم کنند که در درازمدت، روزنامه‌نگاری مسئول می‌تواند با حفظ مسئولیت، انتظارات مادی رسانه را تأمین کند.

باب بنسون (۱۹۸۹ ص ۱۴) مدیر اخبار رادیویی ای بی سی در نیویورک، در مقاله‌ای که در یک نشریه تجاری و خطاب به مدیران اخبار نوشت، موضوع را با نوعی پیچیدگی به شکل دیگری تشریح کرده است. وی می‌گوید «گرچه مدیران رسانه‌ها ناگزیرند تا حدودی مسائل مادی رسانه را مورد توجه قرار دهند اما باید به این نکته توجه داشته باشند، فردی که از صبح تا شام در اصطبل از اسب‌های مسابقه مراقبت می‌کند حق دارد که بگوید وی نیز یکی از اعضای انجمن سوارکاری است.»

باب بنسون به این ترتیب می‌خواهد مسئولیت حرفه‌ای را که مدیران رسانه‌ها بر عهده دارند، به آن‌ها یادآور شود.

پی‌نوشت

۱. این اظهار نظر ابتدار در فوربس (FoRbes) ۱۹ مه ۱۹۸۶ ص ۱۴۴ چاپ شد و سپس در کتاب کونراد سی. فرانک (Conrad C.

Frank) به نام اخلاق در رسانه‌ها: اتاق خبر و ورای آن. (*Media Ethieece: Newsroom and Beyond*).

۲. این کتاب ترجمه و توسط مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها در سال ۱۳۷۴ چاپ و منتشر شده است.

فصل ۱۰

رسانه در مقابل پیام

واقعیت چیزی جز یک انگاره جمعی نیست.

لیلی تاملین (Lily Tomlin)

گرچه این عبارت ادوارد آر مورو «اینجا لندن است...» و والتر کرونکایت «این است که هست» (That's the way it is) همیشه در خاطر و ذهن ما طنین خود را حفظ خواهند کرد اما شاید به یادماندنی‌ترین عبارات در دنیای روزنامه‌نگاری از این دو نفر به یادگار نمانده باشد. بی‌تردید تمامی روزنامه‌نگاران این کلمات را می‌شناسند: جیمی پسر هشت ساله‌ای است که همچون دو نسل پیش از خود، به هروئین معتاد است. پسر بچه‌ای باهوش با موهای خرمایی و چشمان قهوه‌ای که جای سوزن‌های تزریق شده بر پوست لطیف کودکانه و قهوه‌ای رنگ بازویش به خوبی مشخص است.

این کلمات در روز ۲۸ سپتامبر ۱۹۸۰ که روز نحسی در تاریخ روزنامه‌نگاری و *واشنگتن پست* محسوب می‌شود در این روزنامه چاپ شد. عنوان این مقاله «دنیای جیمی» نام داشت که در صفحه اول روزنامه با حروف درشت به چاپ رسیده بود. این مقاله توسط روزنامه‌نگار بلندپروازی بنام ژانت کوک (Janet Cooke) نوشته شده بود که به دریافت جایزه پولیتزر نایل آمد اما ناگزیر شد آن را پس دهد، چون بالأخره معترف شد که مقاله را خود ساخته و پرداخته است.

در قاموس روزنامه‌نگاری به کسی که به جعل گفته‌ها و اخبار مبادرت می‌کند خبرپرداز (Pipe Artist) گفته می‌شود. در مراحل اولیه، افشای ساختگی بودن گزارش دنیای جیمی، خانم ژانت کوک ادعا کرد که جیمی ترکیبی از شخصیت‌های مختلف است و او با شنیدن مطالب جسته و گریخته از چندین نفر چنین داستانی را سر هم کرده و یک شخصیت خیالی خلق کرده است کاری که چندان پسندیده نیست اما در محافل روزنامه‌نگاری گناهی نابخشودنی

محسوب نمی‌شود. اما بعدها، بر اثر پرس و جوهای بیشتر اعضای هیئت امنای بنیاد پولیتزر و سردبیران نشریه *واشنگتن پست*، ژانت کوک اعتراف کرد که تمامی داستان ساختگی است.

ماجرای گزارش ساختگی کوک، بزرگ‌ترین ضربه را بر اعتبار و حیثیت جمعی روزنامه‌نگاری وارد آمد. نظریه‌های بسیاری در این زمینه عنوان شد که از آن جمله است فرضیه اعمال فشار بیش از حد بر گزارشگرانی که برای نوشتن مقاله‌های خوب و افشاگرانه با یکدیگر رقابت می‌کنند. شاید رگه‌هایی از واقعیت در این فرضیه وجود داشته باشد، اما واقعیت امر این است که از خانم ژانت کوک همواره به عنوان پیشگام هنر شعبده بازی در دنیای مطبوعات یاد خواهد شد.

آنچه موجب تشدید وخامت اوضاع شد، پافشاری برخی از منتقدان و روزنامه‌نگاران بر این امر بود که در دنیای گزارشگری، هنر شعبده‌بازی جای چندانی ندارد. زمانی که تام گلد اشتاین به عنوان کارشناس، در جریان دادرسی روزنامه نیویورک *دیپلی نیوز* به اتهام افترا، در دادگاه سخن می‌گفت (موضوعی که چند فصل قبل به آن اشاره شد) یکی از وکلای مدافع از وی پرسید (صفحه ۱۱) آیا از لحاظ حرفه روزنامه‌نگاری درست است خبرنگاری که شاهد رویدادی نبوده خود را به عنوان شاهد عینی آن حادثه معرفی کند؟

گلد اشتاین در پاسخ به این سؤال گفت، صد البته.

این وضع به کرات پیش می‌آید.

پس از این اظهار نظر، وکیل مدافع بخشی از مقاله مورد نظر را با صدای بلند برای حاضرین در دادگاه قرائت کرد: «باد سردی در خیابان ۱۲۵ می‌وزید. مردی که کت چرمی تمام تنه‌ای به تن داشت به هنگام خروج از اتومبیل بی‌ام و سیاه رنگ خود، دستهایش را در جیب‌هایش فرو برد.

در همین هنگام نوجوانی که در مقابل ساندویچ‌فروشی *اواسیس (Oasis)* در خیابان پارک ایستاده بود به محض مشاهده این مرد که از پیاده‌رو عبور می‌کرد، فریاد برآورد. با صدای این نوجوان، همقطاران وی همچون دسته‌ای از کیبوتران به آن سوی خیابان پرواز کردند.»

گلد اشتاین می‌گوید وکیل مدافع باور نمی‌کرد که گزارشی این چنین دقیق و ذکر جزئیات، بدون آنکه خبرنگاری در صحنه باشد تهیه شده است. گلد اشتاین در دادگاه شهادت داد که این گونه بازسازی صحنه در میان گزارشگران امری عادی است (ص ۱۱). وی گفت چون خبرنگاران نمی‌توانند در تمامی مواقع در محل وقوع حوادث حضور داشته باشند لازم است تا پس از پایان حادثه آن را بازسازی کنند.

آیا صحنه‌ای که در خیابان هارلم پیش آمده بود بیش از حد مفصل و دقیق بازسازی شده بود؟ با گذشت زمان، گلد اشتاین، اکنون به این نکته اعتراف می‌کند که در مورد این حادثه خاص بازسازی مجدد صحنه تا حدود زیادی گمراه کننده بوده است اما واقعیت این است که بازسازی رویدادها، روش پذیرفته شده‌ای است.

باید دید که این روش با چه شدت و وسعتی دنبال می‌شود؟

قبل از نوشتن این پاراگراف، صحنه‌ای از بریده‌های روزنامه‌ها را بدون آنکه انتخابی در بین باشد از پرونده خود بیرون آوردم اولین بریده روزنامه مقاله‌ای بود تحت عنوان تربیت پزشک، که گزارشی است از چگونگی تحصیل چند دانشجوی رشته پزشکی در طول یک هفته در یکی از مراکز آموزشی. از جمله نکات جالب در این گزارش تشریح خستگی یکی از دانشجویان است که به خاطر آماده شدن برای امتحانات پایان سال ناگزیر بوده است شب‌ها بیدار مانده و درس‌های خود را مرور کند و به همین دلیل چشمانش سرخ شده است.

خستگی این دانشجو به عنوان یک واقعیت در گزارش ذکر شده است اما من نه در آن زمان و نه حالا نمی‌دانم که چشمان ملتهب این دانشجو به خاطر مطالعه بیش از حد و بیداری کشیدن برای گذراندن امتحانات آخر سال بوده

است یا رقص و پاکوبی شبانه. این دانشجو گفت و گو با من از شب دشواری که گذارنده و خوردن چندین فنجان قهوه و سوزش چشم و مسائلی از این قبیل سخن به میان آورد. من حرف‌های او را باور کردم اما آن شب مورد نظر من در کنار او نبودم

فکر می‌کنم آنچه که من انجام دادم، نسبتاً بی‌ضرر بود. اما، در مقابل، آنچه خانم ژانت کوک مرتکب شد، بسیار زیان‌آور بود. به گفته قاضی دادگاه، آنچه که گزارشگران در ماجرای روزنامه نیویورک دیلی نیوز مرتکب شدند و گلد اشتاین در مورد آن در دادگاه شهادت داد، قانونی بود (افترا محسوب نمی‌شد) اما به هر حال کار خوشایندی نبود.

در اینجا، مشکل اصلی، تعیین حد و مرز بین واقعیت و بازسازی آن است. یک گزارشگر در ارائه تصویری از واقعیت تا چه میزان باید به واقعیت پایبند باشد؟ در این زمینه اختلاف نظر وجود دارد. برخی معتقدند هیچ گزارشگری نمی‌تواند عین واقعیت را در گزارش خود منعکس کند و تنها تندنویس‌ها هستند که می‌توانند از عهده این کار برآیند و حتی تندنویس‌ها نیز نمی‌توانند جزئیات و زیر و بم یک واقعیت را به‌طور دقیق تشریح کنند. حتی دوربین «بی‌طرف» تلویزیون نیز در واقع بیش از یک ناظر است. به گفته مایک والیس که در یکی از فصل‌های پیشین این کتاب به او اشاره شد، تصویری که از فاصله تقریباً دور گرفته شده باشد رفتاری متین و با وقار از یک شخص مصاحبه شونده ارائه می‌دهد درحالی‌که در یک تصویر نزدیک، حرکات عصبی و دانه‌های عرقی که بر چهره میهمان برنامه نشسته است مشخص می‌شوند. دوربینی که می‌تواند چنین تصاویر متفاوتی را ارائه دهد، نمی‌توان بی‌طرف توصیف کرد.

در این فصل، بحث مربوط به اینکه آیا هدف وسیله را توجیه می‌کند با ارزیابی یک معمای اخلاقی که ویژه رسانه‌های جمعی است دنبال می‌شود. این معمای اخلاقی، از ایجاد نوعی واقعیت خاص از سوی رسانه‌ها سرچشمه می‌گیرد. در چنین شرایطی رسانه و پیام یا به بیان دیگر داستان هیجان‌انگیز و واقعیت رو در روی یکدیگر قرار می‌گیرند.

این واقعیت که دوربین، میکروفن و دفتر یادداشت همیشه به عنوان ابزار بی‌طرف مشاهده محسوب نمی‌شوند، این سؤال را مطرح می‌کند که چه کسی را می‌توان گزارشگر خبرپرداز، توصیف کرد و تا چه اندازه می‌توان از این هنر استفاده کرد. اگر بخواهیم پرسش مهم‌تر و جامع‌تری را مطرح کنیم باید سؤال کنیم که دقیقاً منظور از واقعیت چیست؟ مسئله واقعیت پرسشی است که ما نمی‌توانیم پاسخی برای آن پیدا کنیم یا لااقل در اینجا قادر به یافتن پاسخ آن نیستیم. نسل‌های متعدد صاحب‌نظران، فلاسفه، دانشمندان، جامعه‌شناسان، ادبا و غیره این سؤال را مطرح کرده و تاکنون پاسخ دقیقی برای آن نیافته‌اند.

در قلمرو دنیای روزنامه‌نگاری ما می‌توانیم دست کم با نگرشی سطحی مسئله واقعیت ساخته و پرداخته رسانه‌ها را مورد ارزیابی قرار داده و ببینیم که آیا تصویر ارائه شده از سوی رسانه‌ها واقعیت را مخدوش نمی‌کند؟ برای نمونه، جودی وانسلایک ترک (Judy Vansiyke Turk) در مقاله‌ای که در شماره دسامبر ۱۹۸۶ *جورنالیزم مونوگرافس* (ص ۳) به چاپ رسید، در مورد دستور کار روزنامه‌نگاری چنین نوشت:

رسانه‌ها، یک فضای ساختگی ارائه می‌دهند، برداشتی ذهنی از جهان که ضرورتاً با واقعیت جهان منطبق نیست. اما این دنیای ذهنی و ساختگی صرفاً ساخته و پرداخته خود رسانه نیست. گرچه افرادی که برای رسانه‌ها کار می‌کنند در مورد ترتیب اهمیت برنامه‌ها و اخبار تصمیم‌گیری می‌کنند اما منبع اطلاعاتی که روزنامه‌نگاران در میان آن‌ها دست به انتخاب می‌زنند فرایندی است که روزنامه‌نگاران نقشی در آن ندارند. خبر ضرورتاً همان چیزی نیست که اتفاق افتاده است بلکه چیزی است که منبع خبر آن را ارائه می‌دهد چون تا زمانی که بین تهیه‌کنندگان خبر و منافع خبری، مبادله اطلاعات صورت نگرفته باشد خبر به وجود نمی‌آید.

به بیان دیگر، ما در بیان واقعیت به ترکیبی از واژه‌ها، افکار و تصاویری که دیگران تهیه کرده‌اند استناد کنیم (درست همانند تکیه من به چشمان ملتهب دانشجوی دانشکده پزشکی در گزارشی که از این دانشجویان تهیه کردم). بعضی اوقات، افراد با توجه به منافع و علائق ذهنی خود این واژه‌ها، ایده‌ها و تصاویر را با یکدیگر ترکیب می‌کنند و بدین ترتیب لایه دیگری از تحریف واقعیت وارد عمل می‌شود. به بیان دیگر، اطلاعات در همان وهله اول تحریف می‌شود. برای مثال توسط نامزدی یک پست سیاسی که جماعتی از هواداران خود برپا می‌کند - و سپس خبرنگاران با تلاش خود برای منعکس کردن این رویداد را از طریق رسانه‌ها، آن را اندکی بیشتر تحریف می‌کنند. لانس بنت (Lance Bennett) تحلیل‌گر مسائل رسانه‌ها در کتاب خود به نام اخبار: سیاست‌های توهم (News: Politics of Illusion) (ص ۱۲۸) این وضعیت را شبیه به دام واقعیت (Reality Trap) می‌داند:

هدف از گزارش‌های مستند [منظور از مستند گزارش‌هایی است که بر مشاهدات عینی یا گفته‌های منابع موثق متکی می‌باشند] گزارش‌هایی است که از اشتباه مبرا باشد. تهیه گزارش‌های مستند برای خبرنگارانی که با صحنه‌های ساختگی سیاسی رو به رو هستند، مشکلاتی ایجاد می‌کند. تنها در مواقعی که ساختگی بودن یک رویداد مشخص است و مواردی که ساخت و پاخت‌های پشت صحنه برای گزارشگران روشن است آن‌ها می‌توانند با آگاهی از ساختگی بودن صحنه‌ها، گزارش مستند موثقی تهیه کنند. رویدادهای خبری مورد بحث، برای مقاصد حرفه‌ای با صحنه‌سازی همراه بودند. همان گونه که مورخی به نام دانیل جی. بروستین (Deniel Boorstin) گفته است رویدادهای ساختگی نیز هدف و منظور خاص خود را دارند. استفاده از گزارش‌های مستند در واقع روشی است که از طریق آن جنبه‌هایی از اخبار و رویدادها که ما نیاز به مشروع جلوه دادن آن‌ها داریم، مورد تأکید قرار می‌گیرند و واقعیت اوضاع را پنهان نگه‌داشته می‌شود.

با توجه به مشکلاتی که در فصل‌های ۳ و ۵ کتاب در مورد ارائه گزارش منصفانه به آن‌ها اشاره شد، پی بردن به کنه واقعیت در اغلب موارد دشوار است. ترفندهای رسانه‌ای، در ابتدایی‌ترین شکل آن، نظیر نشان دادن حرکات عصبی و دانه‌های عرق بر روی پیشانی مایک والیس، می‌تواند واقعیت را تحریف کند، حال واقعیت هر چه که می‌خواهد باشد. در اینجا مواردی از مخدوش جلوه دادن واقعیت توسط رسانه‌ها را ذکر می‌کنیم:

- گزارشگر یک شبکه تلویزیونی که تهیه گزارش جلسه پریه‌های شورای شهر را برعهده دارد، بیشتر فیلم خود را به نشان دادن تصویر اعضای شورای شهر که در حال پرخاش به یکدیگر هستند اختصاص می‌دهد. درگیری و برخوردهای لفظی شرکت‌کنندگان در این جلسه، درون مایه اصلی فیلم خبری را تشکیل می‌دهد و دیگر مسائل بحث شده در این جلسه به صورت گذرا به تصویر کشیده می‌شوند.
- ارائه چنین تصاویری از سوی رسانه‌ها بسیار متداول است و بیشتر شکایت‌ها علیه ایستگاه‌های تلویزیونی به همین مقوله مربوط می‌شود (ما هزاران بار از یکدیگر تشکر و قدردانی کردیم اما آنچه شما نشان دادید تنها فریاد و جنجال بود).
- گزارشگر یک روزنامه، مصاحبه‌ای با دو سخنگو انجام می‌دهد که در یک مورد یک موضوع خاص دیدگاه‌های متفاوتی دارند. سخنگوی الف فردی است بشاش و پاسخ‌های وی سؤالات خبرنگار بسیار دقیق، روشن و به راحتی قابل نقل قول‌اند. در مقابل سخنگوی ب فردی است که به آرامی سخن می‌گوید و تجربه چندانی در تماس با رسانه‌ها ندارد و با آنکه پاسخ‌های کاملاً روشنی ارائه می‌دهد، اظهارات وی چندان قابل بازگو کردن نیست. خبرنگاری که مصاحبه را انجام داده در ابتدا و انتهای گزارش اظهارات سخنگوی الف را نقل می‌کند و گفته‌های سخنگوی دوم را در لابلای گزارش خود می‌گنجاند و با آنکه ممکن است فضای اختصاص یافته به هر دو سخنگو یک اندازه باشد اما برداشتی که از گفته‌های آن‌ها به دست می‌دهد یکسان نخواهد بود. در این رقابت، سخنگوی الف با نقل قول‌های دقیق و موجزی که از وی در گزارش منعکس شده بی‌تردید بیرون بیرون خواهد آمد. روزنامه‌نگاران در مورد اخلاقی بودن و منصفانه بودن این شیوه اختلاف‌نظر دارند. بسیاری از گزارشگران معتقدند که باید در مقابل این گونه سخنگویان با تجربه و خوش سر و زبان و صحنه‌های ساختگی احتیاط کرد چون اخبار و اطلاعاتی که به خوبی ساخته و پرداخته شده‌اند ممکن است با واقعیت فاصله داشته باشند.

جان کلام اینکه، ایجاد توازن در ارائه منصفانه واقعیت، همیشه به معنی بازگو کردن حقایق نیست. محدودیت‌های تلویزیون از جمله مشکلات موجود بر سر راه ارائه گزارش منصفانه، از یک ماجرای پیچیده در یک زمان کوتاه و

فضای محدود، مشکلات ناشی از استفاده از اجباری از تصاویر ویدئویی به جای پرداختن به فعالیت‌های نسبتاً متداول با رویداد خبری و جلوگیری از القائات و صحنه‌سازی‌های طرف‌های ذی‌نفع که در آسان کردن کار روزنامه‌نگاران از مهارت خاصی برخوردارند، در چگونگی انتقال پیام تأثیری می‌گذارند و گفته مارشال مک لوهان (Marshall McLuhan) را که رسانه را پیام توصیف کرده است اعتبار تازه‌ای می‌بخشد.

از قرار، بشر ذاتاً به هیجان نیاز دارد واقعیتی که در مورد یونان باستان، عصر ملکه الیزابت و هر گروه دیگری از انسان‌ها که تلاش می‌کنند تا وضعیت بشر را درک کنند یا دست کم با دیدن مبارزه انسان‌های دیگر شرایطی که بشر با آن دست به گریبان است احساس رضایت کنند صدق می‌کند. این واقعیت یعنی نیاز بشر به هیجان، در بسیاری از جنبه‌های زندگی روزمره نمود پیدا می‌کند. کلیفورد گریتر استاد علوم اجتماعی در مؤسسه مطالعات عالی پرینستون می‌گوید (۱۹۸۰ ص ۱۷۳) یک مکتب نوظهور فکری، هیجان را در تمامی سطوح سازمان‌های اجتماعی ردیابی می‌کند. وی می‌گوید:

این گونه نمایشنامه‌ها از مناقشات سرچشمه می‌گیرد - مناقشاتی نظیر بروز دو دستگی در یک روستا، کتک خوردن زن از شوهر، قیام یک منطقه علیه حکومت - و به محکوم کردن این گونه حوادث از طریق رفتار متعارف عمومی ختم می‌شود. با تشدید دامنه مناقشه و بحرانی شدن اوضاع و اوج‌گیری احساسات، مردم از لحاظ روحی احساس همبستگی می‌کنند و قید و بندهای اجتماعی سست می‌شود و در این مرحله، قدرت در شکل تشریفاتی آن، داوری، خصومت، فداکاری و نیایش برای مهار اوضاع و فرونشاندن آن وارد عمل شوند.

بازگو کردن مکرر تجربه‌های بشری همانند هر نمایش دیگری درون مایه اصلی اخبار و گزارش‌ها را تشکیل می‌دهد. برای پی بردن به صحت این گفته کافی است که گزارش‌های خبری را مطالعه کنید. با مطالعه اخبار و گزارش‌ها خواهید دید که درون مایه اصلی آن‌ها را رویدادهای هیجان‌انگیز و مناقشه تشکیل می‌دهد و کمتر خبری است که عنصر اصلی آن از این عوامل تهی باشد.



تصویر ۲-۱۰ گرچه جولینو کاستیلو بر اثر افتادن بر روی نرده جراحات چندان جدی برنداشت اما چاپ این تصویر در روزنامه‌ها جنجال بزرگی بر پا کرد. این تصویر توسط خبرگزاری آسوشیتدپرس در اختیار مطبوعات قرار گرفت و بسیاری از روزنامه‌ها آن را چاپ کردند اما برخی از روزنامه‌ها به خاطر دلخراش بودن بیش از حد این تصویر از چاپ آن خودداری کردند. تردیدی نیست که چنین حادثه‌ای در طول زندگی انسان تنها یک بار اتفاق می‌افتد اما باید دید چاپ چنین تصویری که علاوه بر جنجالی بودن احساسات را نیز جریحه‌دار می‌کند تا چه حد مناسب است.

کشمکش، بحران و محکوم کردن [عناصر تشکیل دهنده نمایش که ما به خوبی با آنها آشنا هستیم] به درک ما از واقعیت، یعنی ادراک جمعی، از مسائل جاری، کمک می‌کند. آرتور شلزینگر (پدر) می‌گوید، ما باید این نمایش را به عنوان یک آینه و جزو جدایی‌ناپذیر واقعیت قلمداد کنیم. وی در شرح حال خود چنین نوشته است (۱۹۶۳ ص ۱۰۶):

[در مقاله‌ای] ضرورت مطالعه ادبیات را به عنوان بازتاب مستقیم یا غیرمستقیم شرایط اجتماعی و اقتصادی و نه به عنوان پدیده‌ای که در خلأ رشد یافته و به هیچ چیز جز خود تکیه ندارد یادآور شدم. در همان مقاله یادآور شدم که تحقیقات از ادبیات فراتر رفته و به منابع مطالعه توده‌ها تبدیل شده است و همین امر در یک کشور دموکراتیک تنها تصویر واقعی را از سلیقه و منافع ملی منافع ارائه می‌دهد.

آیا گفته شلزینگر مبنی بر اینکه آنچه توده‌ها می‌خوانند تنها تصویر واقعی از منافع و سلیقه ملی است تلویحاً به این معنی نیست که رسانه همان پیام است؟

این گفته که رسانه همان پیام است و رسانه در مواردی با پیام می‌ستیزد در واقع دو روی سکه است: از آنجا که راه مناسب دیگری برای انتقال واقعیت وجود ندارد به رسانه‌ها متوسل می‌شویم و رسانه‌ها نیز در جهت تحقق اهداف و خواسته‌های خود با ترفندهای خاصی پیام را تحریف می‌کنند و همین پیام‌های تحریف شده خود به واقعیت تبدیل می‌شوند.

در بسیاری از موارد ناگزیریم تا واقعیت را از خلاف واقع مشخص کنیم. برای مثال، همان‌گونه که پیش از این، از بنت نقل کردیم، اجتماع سیاسی، اغلب رویدادی است که بطور اخص برای رسانه‌ها ساخته و پرداخته می‌شود. در واقع رسانه‌ها رویداد را پدید می‌آورند و سپس آنچه را که خلق کرده‌اند گزارش می‌کنند. مسئولین مجرب روابط عمومی‌ها به خوبی می‌دانند که چه نکاتی مورد توجه رسانه‌ها قرار دارد و برای جلب توجه رسانه‌ها به صحنه‌آرایی می‌پردازند و مطالبی را عنوان می‌کنند که خبرنگاران بتوانند به عنوان مشاهدات عینی خود به شخصیت‌های موثق رسمی استناد دهند.

برای مثال، یک بار زمانی که گزارشگر تلویزیون بوم گزارش می‌کرد از یک اجتماع سیاسی تهیه کردم که در آن هیچ کس، به معنی واقعی کلمه هیچ کس اجتماع نکرده بود. این اجتماع خلاصه می‌شد در پخش موسیقی ضبط شده، بادکنک، سیاستمداری که پشت میز خطابه قرار داشت و سالنی پر از خبرنگاران. وقتی از فیلمبردار خواستم تا از سالن خالی تصویر بگیرد مدیر مبارزات تبلیغاتی این سیاستمدار مرا به گرفتن تصویر تحقیق‌آمیز از نامزد انتخاباتی متهم کرد. آیا کار من نادرست بود؟ شاید. تا آنجا که من می‌دانم ایستگاه‌های تلویزیونی هیچ وقت در این گونه موارد تعداد اجتماع کنندگان را به تصویر نمی‌کشند و در نتیجه اقدام من در گرفتن تصویر از سالن تقریباً خالی، برخلاف شیوه متداول شبکه‌های تلویزیونی بود. علاوه بر این خبرنگارانی که مسئولیت تهیه گزارش‌های سیاسی را بر عهده دارند می‌دانند که ایراد اجباری نطق‌های متعدد و طولانی در مبارزات انتخاباتی مانع از آن می‌شود تا در هر یک از اجتماعات تعداد کثیری از مردم حضور یابند. اما در مقابل، باید دید که آیا نشان دادن سیاستمداری در حال سخنرانی برای مخاطبین در حالی که مخاطبان در مخاطبی در بین نیست، تصویر منصفانه‌ای از واقعیت محسوب می‌شود؟ مواردی این چنین از جمله مسائل است که بروستین در مورد رویداد کاذب (Pseudo event) می‌کند.

دیوان‌سالاری موجود در تهیه اخبار و گزارش‌های منتشره در مطبوعات یکی دیگر از عوامل مؤثر در کشمکش و زورآزمایی بین رسانه و پیام محسوب می‌شود. همان‌گونه که نمایشنامه‌های هیجان‌انگیز شلزینگر از خلأ سر بر نمی‌آورند، گزارش‌های خبری نیز در خلأ شکل نمی‌گیرند. اخبار در درون یک سازمان خبری تولید می‌شود و گزارشگران در سازمان‌هایی کار می‌کنند که باید تولیدات خود را به مخاطبان و سردبیران بفروشند. (نکته قابل توجه اینکه گزارشگران برای به دست آوردن فضا و زمان بیشتر با یکدیگر رقابت می‌کنند. گزارشگران در عین حال می‌باید

گزارش‌های مورد علاقه سردبیران رضایت خاطر آنان را جلب کنند و تمایل طبیعی گزارشگران به خشنود ساختن اربابان جراید، به مخدوش شدن واقعیت منجر می‌شود).

علاوه بر این، روند گردآوری اخبار و اطلاعات، شیوه‌های گوناگونی دارد. مارک فیشمن (Mark Fishman) تحت عنوان «تولید خبر (Manufacturing the News)» یکی از جنبه‌های ویژه گردآوری خبر که تدوین (Accounting) می‌نامد، چنین تشریح کرده است:

روند تهیه خبر در مجموع چندین سطح مختلف را طی می‌کند و این مراحل از اولین تدوین یک رویداد آغاز و با گزارش مکتوب خبرنگار تکمیل می‌شود. برای مثال، روند تهیه یک گزارش جنایی خود می‌تواند سطوح متفاوتی داشته باشد. گزارش‌های پلیس در زمینه کشف جرم، تجزیه و تحلیل جنایت و تحقیق درباره جنایت تنها لایه فوقانی تولید خبر را تشکیل می‌دهد. در ورای گزارش‌های پلیس و در درون سازمان خبری که خبرنگار برای اولین بار از وقوع جنایتی آگاه می‌شود، عوامل بوروکراتیک متعددی وجود دارد که اخبار براساس آن شکل می‌گیرند.

بسیاری از کسانی که سابقه خبرنگاری دارند به مشکلات بوروکراتیک موجود در بازپروری اخبار واقفند. برای نمونه، خبرنگاری که حوزه فعالیتش دوایر پلیس است چاره‌ای جز قبول گزارش‌های پلیس به عنوان حقیقت ندارد. به هر حال گزارشگران در اغلب موارد شاهد بازداشت‌ها و بازجویی‌ها نبوده و به هیچ وجه به کسی که به ارتکاب جرم متهم است، دسترسی ندارند.

تدوین خبر که فیشمن به آن اشاره می‌کند در درون سازمان خبری نیز جریان دارد. بیشتر سازمان‌های خبری برای خود کتابخانه و آرشیو خاصی دارند که در آنجا مطالب و نکات مورد نیاز برای تهیه گزارش‌های آن‌ها نگهداری می‌شود (هنس، وارد اند مک‌لئود (Hansen, Ward & McLeod) ۱۹۸۷). اطلاعات و مطالب خبری برای استفاده‌های آتی بایگانی می‌شود و ممکن است اطلاعات اولیه مربوط به یک خبر، در گزارش‌های آتی مربوط به یک رویداد خاص بارها تکرار شود. یکی از موارد استفاده بیش از اندازه از اطلاعات بایگانی شده گزارش‌هایی است که درباره اعتصاب در کارخانه براون اند شارپ تهیه شده است که در فصل ۵ با جزئیات کامل به آن‌ها پرداختیم.

یکی از دلایل استفاده بیش از اندازه از اطلاعات بایگانی شده در تهیه اخبار و گزارش‌ها، تعداد زیاد مأموریت‌هایی است که خبرنگاران به آن گمارده می‌شوند و نمی‌توانند در تمامی زمینه‌ها تخصص داشته باشند. به همین دلیل اطلاعات و مطالب بایگانی شده از جمله اقدامات مهمی است که گزارشگران در تهیه گزارش‌های خود به آن‌ها مراجعه می‌کنند.

شگفت‌آور اینکه، بوروکراسی تهیه گزارش، در مواقعی نیز که روزنامه‌نگار ارتباط بسیار نزدیکی با موضوع گزارش دارد نقش مشابهی در تهیه گزارش بازی می‌کند. وقتی چندین و چند روز یک رویداد خاص را دنبال می‌کنیم دیگر نیازی به ذکر جزئیات قبلی نمی‌بینیم. تصور ما این است که خوانندگان، شنوندگان و بینندگان، حقایقی را که برای ما بسیار آشناست، می‌دانند.

ما (به عنوان خبرنگار) در مواردی پاره‌ای از اطلاعات را به علت عدم درک آن کنار می‌گذاریم. بسیاری از خبرنگاران بر این نکته اعتراف دارند که از بسیاری از مسائل سر در نمی‌آورند و چاره‌ای جز تهیه گزارش‌های ناقص ندارند. برای مثال، اولین مأموریتی که به عنوان خبرنگار به من محول شد تهیه گزارش درباره یک محاکمه جنایی بود. با آنکه دادرسی‌های جنائی در نمایشنامه‌های تلویزیونی کاملاً قابل درک می‌باشند، درک تمامی جنبه‌های یک محاکمه واقعی برای افراد عادی تقریباً غیرممکن است.

واژه‌ها و اصطلاحات قضایی کاملاً رمزی و پیچیده و زمان و روند دادرسی اسرارآمیز است و بعضی اوقات افراد حاضر در دادگاه حتی سخنانی را که رد و بدل می‌شود به وضوح نمی‌شنوند. اطمینان دارم که گزارش من تا حدود زیادی درست بود و رأی صادره را درست فهمیده بودم اما در مورد بقیه مطالب چندان مطمئن نیستم.

بسیاری از اثرات بوروکراسی خبری از دید مردم پنهان می‌ماند. مصرف‌کنندگان خبر (مخاطبان) ناگزیرند تا به اطلاعات ناقص اکتفا کنند و در مواردی چاره‌ای جز تن در دادن به اطلاعات ناقص ندارند. برای مثال هر خبری که به مناقشه خاورمیانه اختصاص داشته باشد بالطبع نمی‌تواند تمامی تاریخ این مناقشه را بازگو کند و در موارد نادری که اطلاعات بیشتری در مورد سابقه این مناقشه در اخبار و گزارش‌ها منعکس می‌شود مخاطبان خبر، به خوبی از آن استقبال می‌کنند.

بدین ترتیب می‌بینیم که در جدال میان رسانه و خبر، هر گزارشگری تا حدودی به خبربافی می‌پردازد. این گفته قطعاً به این معنی نیست که خبرنگاران در ارائه گزارش‌های خود صداقت، عینیت و دقت لازم را به خرج نمی‌دهند. باید توجه داشت که این ویژگی‌ها توهمی هستند چون واقعیت را هر چه که می‌خواهد باشد نمی‌توان بدون دخل و تصرف منتقل نمود.

در این زمینه نظریه‌های متفاوتی از سوی مکاتب مختلف با جزئیات دقیق ارائه شده است. شاید شیواترین عبارت در بیان این موضوع از رندی باشد که گفته است: دشمن را پیدا کردیم، و او کس دیگری جز خود ما نیست.

بخش چهارم: به سوی راه حل

فصل ۱۱

ضوابط اخلاقی

در مواقعی که مردم پاک‌اند نیازی به قانون نیست؛ در مواقعی که مردم فاسدند قوانین نقض می‌شوند.

بنجامین دیزرائیلی (Benjamin Disraeli)

چارلز سیب (Charles Seib) نماینده پیشین خوانندگان در روزنامه *واشنگتن پست* در یکی از مقاله‌های خود (با کنایه یا حداقل کنایه نسبی) نوشت هر بار که سه نفر یا تعداد بیشتری از سردبیران روزنامه‌ها دورهم جمع می‌شوند این احتمال وجود دارد که درباره موازین اخلاقی قلم‌فرسایی کنند مگر آنکه کسی آن‌ها را از این کار باز دارد (۱۹۸۱ صفحات ۴ و ۵).

با آنکه دست‌اندرکاران دنیای مطبوعات بطور سنتی در برابر هر نوع مقررات و محدودیتی مقاومت می‌کنند، موج تازه مقالات درباره موازین اخلاقی که سیب به آن اشاره کرده است، پدیده چندان نوینی به شمار نمی‌رود. «انجمن سردبیران روزنامه‌های آمریکا» در سال ۱۹۲۳ موازین اخلاقی این حرفه را تصویب کرد و سه سال بعد «سیگما دلتاچی» (Sigma Delta Chi) یا «انجمن روزنامه‌نگاران حرفه‌ای» نیز به نوبه خود موازین اخلاقی دیگری را به تصویب رساند. این احکام و موازین و نام یکی از سازمان‌ها (سیگما دلتاچی اکنون انجمن روزنامه‌نگاران حرفه‌ای نامیده می‌شود) تغییر یافته، اما بیشتر مفاد آن همچنان حفظ شده است: این موازین مجموعه‌ای از اصول و مقررات داوطلبانه است که یک رشته از رفتارها و اعمالی را که غیراخلاقی قلمداد می‌شوند نفی می‌کند و بدین ترتیب منزلت شغل یا حرفه روزنامه‌نگاری را (هر عنوانی که می‌خواهد داشته باشد) ارتقا می‌بخشد و علاوه بر این، موازین ملی دیگری نیز وجود دارد که از جمله می‌توان به موازین اخلاقی «اتحادیه مدیران اخبار ایستگاه‌های رادیو و تلویزیون» (Radio – Television News Directors Association) و موازین اخلاقی «اتحادیه سردبیران مسئول آسوشیتدپرس» (Associated Press Managing Editors Association) علاوه بر این، در سطح روزنامه‌ها و رادیو – تلویزیون‌ها نیز موازین جداگانه متعددی وجود دارد. گرچه تاکنون هیچ کس تعداد دقیق این گونه موازین اخلاقی ملی و محلی را بطور دقیق مشخص نساخته است اما پژوهشگران قابل اعتمادی چون فیلیپ مهیر (Philip Meyer) تحت نظارت «انجمن سردبیران روزنامه‌های آمریکا» (۱۹۸۳) به این نتیجه رسیده است که تقریباً دو سوم روزنامه‌های آمریکا برای خود نوعی موازین مکتوب دارند. بررسی دیگری که به صورت نمونه‌گیری در میان کارکنان خبری مطبوعات و رسانه‌های صوتی و تصویری انجام شد (دونپورت و ایزارد (Bavenport & Lzard) ۱۹۸۵ ص ۵) به نتایج تقریباً مشابهی انجامید در این بررسی، بسیاری از کسانی که در رسانه‌های محل خدمت آن‌ها احکام و موازین

مکتوب وجود ندارد گفتند، یک رشته دستورالعمل‌های شفاهی و کتبی در زمینه احکام و موازین حاکم بر رسانه وجود دارد (ص ۵) که یا به صورت یادداشت (Memo) یا در جلسات حضوری به کارکنان ابلاغ می‌شود.

بررسی انجام شده از سوی دونپورت و ایزارد نشان می‌دهد که در سازمان‌های خبری کوچک، احکام و موازین غیررسمی اغلب به صورت شفاهی به کارکنان ابلاغ می‌شود، چون در این گونه سازمان‌ها خطوط ارتباطی، روشن‌تر و مستقیم‌تر از سازمان‌های بزرگ خبری است (ص ۶).

به نظر می‌رسد تعیین موازین و احکام اخلاقی از طریق تهیه یادداشت و برپایی گردهم‌آیی، بسیار متداول است. بررسی انجام شده از سوی داگلاس اندرسن (Douglas Anderson) از دانشگاه ایالتی آریزونا (Arizona State University) (۱۹۸۷ صفحات ۳۴۱ تا ۳۴۵) نشان می‌دهد که سه‌چهارم از سردبیران مسئول روزنامه‌ها گفته‌اند که از طریق صدور یادداشت، موازین و احکام اخلاقی حاکم بر روزنامه‌های خود را برای زیردستان تشریح کرده‌اند و دوسوم آن‌ها نیز در این زمینه همایش‌هایی داشته‌اند. در مواردی که موازین و احکام رسمی وجود داشته، یک چهارم از سردبیران مسئول روزنامه‌هایی که در این بررسی مشارکت داشتند گفته‌اند که یادداشت‌ها را در محلی از روزنامه نصب کرده‌اند و حدود نیمی از آن‌ها نیز گفتند که یادداشت‌ها را در بین کارکنان خود توزیع کرده‌اند.

برخی از یادداشت‌ها بسیار کوتاه است و از چند بند تجاوز نمی‌کنند. برخی دیگر، همانند موازین و احکام تعیین شده برای شبکه خبری سی بی سی به صورت کتابچه تهیه شده و حاوی رهنمودهایی دقیق در زمینه استخدام و استفاده از افراد خارج از سازمان خبری (در برخی از موارد از مقالات خبری یا کتاب‌های نوشته شده توسط افراد خارج از سازمان استفاده می‌شود اما تهیه گزارش و خبر برای دیگر سازمان‌های خبری ممنوع است)، چگونگی پوشش خبری ناآرامی‌های مدنی، محاکمات و حتی گزارش نتایج نظرخواهی‌هاست.

برخی از موازین و احکام اخلاقی تعیین شده معقول‌تر از بقیه به نظر می‌رسند. برای مثال خط مشی نشریه *لوئیویول کوریر - جورنال* در مورد استفاده از منابع ناشناس حاوی دیدگاهی متوازن و منطقی است و دیگر سازمان‌های خبری از خط مشی این روزنامه به عنوان الگو استفاده می‌کنند. (جان کلام در خط مشی تعیین شده از سوی این نشریه برای استفاده از منابع ناشناس این نکته است که در مواقعی، استفاده از منابع ناشناس اجتناب ناپذیر است، اما در چنین مواردی باید منتهای احتیاط را به عمل آورد).

چنین به نظر می‌رسد که مطالعه موازین و احکام اخلاقی نیز همانند اخلاق روزنامه‌نگاری رو به رشد گذاشته است. اما نتایج به دست آمده از بررسی‌ها نشان می‌دهد که تمامی سازمان‌های خبری برای خود موازین و رهنمودهای اخلاقی خاصی تدوین نمی‌کنند. در واقع برخی از ژورنالیست‌ها بر این عقیده‌اند که تدوین موازین اخلاقی کار پسندیده‌ای نیست و حتی خطرناک می‌باشد.

قبل از بررسی دیدگاه هواداران و مخالفان احکام و موازین اخلاقی بهتر است ببینیم این موازین چه می‌گویند. به جای نقل بی‌چون چرای محتوای موازین مختلف، در اینجا چکیده‌ای از چهار دستورالعمل و رهنمود اخلاقی عمده را به همراه تحلیلی بر نقاط مشترک آن‌ها ارائه داده‌ام.

«اصول و موازین اخلاقی انجمن روزنامه‌نگاران حرفه‌ای» در سال ۱۹۲۶ تدوین و در سال‌های ۱۹۷۳، ۱۹۸۴ و ۱۹۸۷ در آن تجدید نظر شد. اصلاحات انجام شده در سال ۱۹۸۷ بسیار بحث‌انگیز بود و هنوز هم نشریه وابسته به این انجمن آکنده از اظهار نظر و نقد و بررسی است، چون در این سال تبصره مربوط به انتقاد از خود از محتوای آن حذف شد. در نسخه سال ۱۹۸۴ که بعداً در سال ۱۹۸۷ اصلاح شد این چنین مقرر شده بود که روزنامه‌نگاران باید مجدانه از خود انتقاد کرده و از نقض این اصول و موازین جلوگیری و تمامی دست‌اندرکاران مسائل خبری را به رعایت این موازین تشویق کنند. در سال ۱۹۸۷ این تبصره بدین صورت اصلاح شد: انجمن روزنامه‌نگاران حرفه‌ای از طریق برنامه‌های آموزشی و شیوه‌های دیگر، روزنامه‌نگاران را به رعایت این موازین و احکام و بنگاه‌های مطبوعاتی و

سخن پراکنی را به شناخت مسئولیت خود برای تدوین موازین و احکام اخلاقی از طریق هماهنگی با کارکنان خود جهت ارائه رهنمودهای لازم برای پیشبرد این اهداف تشویق خواهد کرد.

تأکید بر تشویق به جای انتقاد در واقع تغییر کلامی مهمی محسوب می‌شود و مسئله‌ای است که به بحث و بررسی بیشتری نیاز دارد. این موضوع نقطه ثقل فصل پایانی این کتاب را تشکیل می‌دهد که در آن تلاش کرده‌ام تا بدانم یک گروه روزنامه‌نگاران شاغل در مورد ایده انتقاد از خود چه احساسی دارند.

دیگر بخش‌های موازین تعیین شده از سوی انجمن روزنامه‌نگاران حرفه‌ای تحت پنج عنوان طبقه‌بندی شده‌اند: مسئولیت، آزادی مطبوعات، اخلاقیات (Ethics) صحت و عینیت (Accuracy and Objectivity) و برخورد منصفانه (Fair Play). مباحث مورد بحث در دو عنوان مسئولیت و آزادی مطبوعات، به حق مردم از آگاهی یافتن از رویدادها و مسائل مهم اجتماعی و حق انکار ناپذیر آزادی مطبوعات مربوط می‌شود. مبحث اخلاقیات شامل شش عنوان مختلف است که در بسیاری از آن‌ها سرقت مقالات و نوشته‌های دیگران مذبوم و غیراخلاقی توصیف شده است ولی سایر مباحث کاملاً فنی و دقیق می‌باشند. برای مثال در بند ۲ بخش مربوط به اخلاقیات گفته شده که در صورت داشتن شغل دوّم، درگیر شدن در مسائل سیاسی، قبول مشاغل رسمی و فعالیت در سازمان‌ها و مؤسسات محلی موجب مخدوش شدن تعهدات روزنامه‌نگاران و رسانه‌های خبری متبوع آنان می‌شود و باید از آن‌ها دوری کرد. در بخش مربوط به اخلاقیات در عین حال به خبرنگاران در مورد قبول انعام و پیشکش هشدار داده شده است. در بخش موازین اخلاقی به صراحت گفته شده که خبرنگاران نباید هیچ هدیه گران قیمتی را بپذیرند.

در بخش مربوط به صحت و عینیت، مسئولیت روزنامه‌نگاران در گفتن حقیقت، گردآوری اطلاعات از منابع موثق و حصول اطمینان از انطباق عناوین روزنامه‌ها با محتوای اخبار و مطالب مربوطه مورد تأکید قرار گرفته است. عکس‌ها و فیلم‌های ارائه شده باید تصویر دقیقی از رویدادها ارائه دهد و واقعیت را آن چنان که هست منعکس نماید. در موازین و احکام مندرج در بخش مربوط به صحت و عینیت گفته شده که اخبار و تفسیرها باید کاملاً از یکدیگر مجزا شوند و اگر مطلبی جنبه تفسیری دارد این موضوع قید شود.

در بخشی که تحت عنوان برخورد منصفانه مشخص شده است به اعضای انجمن روزنامه‌نگاران حرفه‌ای توصیه شده در فرایند گردآوری اخبار همواره شرافت، اسرار خصوصی، حقوق و منافع افرادی را که با آن‌ها سر و کار پیدا می‌کنند محترم بشمارند. در این مبحث به دست‌اندرکاران مسائل خبری توصیه شده است تا بدون فراهم آوردن فرصت پاسخ‌گویی برای افراد، از افشای اتهامات رسمی که به حیثیت و معنویت آن‌ها لطمه وارد می‌کند خودداری کنند. در یکی از بندهای مبحث برخورد منصفانه گفته شده، روزنامه‌نگاران باید در برابر مردم پاسخگو باشند و مردم نیز به ابراز نارضایتی و شکوایه‌های خود علیه رسانه‌ها تشویق شوند.

«معیارها و موازین اخلاقی اتحادیه سردبیران اخبار و شبکه‌های رادیو - تلویزیونی» (The code of Broadcast News Ethics of the Radio-Television Association) در مقایسه با موازین و احکام اخلاقی تعیین شده، از سوی انجمن روزنامه‌نگاران حرفه‌ای کوتاه‌تر است و در آن هفت توصیه مهم شده است که آخرین آن‌ها تشویق تمامی روزنامه‌نگاران به رعایت مفاد و محتوای این دستورالعمل است.

موازین و معیارهای تعیین شده از سوی این اتحادیه شباهت بسیاری به احکام و رهنمودهای انجمن روزنامه‌نگاران حرفه‌ای دارد و در آن خودداری از قبول هدایا، محترم شمردن حیثیت، زندگی خصوصی و رفاه حال کسانی که دست‌اندرکاران سازمان‌های خبری صوتی و تصویری با آن‌ها سر و کار دارند مورد تأکید قرار گرفته است. اولین نکته در این دستورالعمل (عنوان‌بندی وجود ندارد) رعایت صحت و مجزا ساختن اخبار از تفسیرهای خبری و خودداری از گمراه ساختن مردم از طریق طبیعی و خودجوش جلوه دادن رویدادهایی است که از قبل صحنه‌سازی شده‌اند (در قسمت پایانی همین فصل نکات بیشتری در این زمینه ارائه شده است).

در موازین و معیارهای اخلاقی تعیین شده از سوی اتحادیه سردبیران اخبار شبکه‌های رادیو - تلویزیونی، از اعضای این اتحادیه خواسته شده تا محرمانه بودن هویت منبع خبری خود را محترم شمارند. علاوه بر این، از اعضا خواسته شده تا ضمن اعتراف سریع به اشتباهات خود نسبت به اصلاح آن‌ها اقدام کنند.

«بیانیه اصول انجمن سردبیران روزنامه‌های آمریکا» (The American Society of Newspapers Editors (ASNE) Statement Principles) در سال ۱۹۷۵ تدوین و جایگزین موازین اخلاقی سال ۱۹۲۲ شد که در ابتدا، احکام روزنامه‌نگاری (Canons of Journalism) نام داشت. رهنمود این اتحادیه شامل شش ماده است که به ترتیب عبارتند از مسئولیت، آزادی مطبوعات، استقلال، حقیقت و صحت، بی‌طرفی و بالاخره برخورد منصفانه.

موازین و اصول تعیین شده از سوی این اتحادیه در واقع شکل خلاصه شده اصول انجمن روزنامه‌نگاران حرفه‌ای است و در آن بر مجزا نمودن اخبار از تفسیر و آزادی مطبوعات (هشدار به مطبوعات در برابر کسانی که قصد دارند از مطبوعات در جهت اهداف شخصی خود استفاده کنند) تأکید شده است. بیانیه اصول، علاوه بر این، به روزنامه‌نگاران نسبت به مخدوش جلوه دادن اخبار و گزارش‌های خود هشدار داده و از آن‌ها می‌خواهد تا به کسانی که رسماً متهم شده‌اند فرصت دهند تا در اولین فرصت ممکن به اتهامات وارده پاسخ دهند. در این بیانیه از دست‌اندرکاران مسائل خبری خواسته شده تا به هر قیمت که شده اصل رازداری را رعایت کنند.

«اصول اخلاقی اتحادیه سردبیران ارشد خبرگزاری آسوشیتدپرس» (The Associated Press Managing Editors Association code of Ethics) از لحاظ محتوا و گستردگی مطالب، تا حدود زیادی به دستورالعمل صادره از سوی انجمن سردبیران مطبوعات آمریکا شباهت دارد. در این دستورالعمل چهار عنوان عمده وجود دارد که عبارتند از مسئولیت، صحت، تقوا، برخورد منافع. موازین تعیین شده از سوی اتحادیه سردبیران ارشد خبرگزاری آسوشیتدپرس تقریباً شبیه احکام و موازینی است که پیش از این به آن‌ها اشاره شد، اما در این احکام نکته‌ای وجود دارد که تنها در موازین اخلاقی تعیین شده از سوی انجمن سردبیران روزنامه‌های آمریکا بر آن تصریح شده و در احکام تعیین شده از سوی دو اتحادیه دیگر مورد توجه قرار نگرفته است و آن تأکید بر ضرورت افشای منبع خبر است مگر آنکه دلیل قانع کننده‌ای برای پنهان نگهداشتن هویت منبع خبر وجود داشته باشد (به بیان دیگر در صورت امکان، از منابع ناشناس نباید استفاده کرد). در احکام تعیین شده از سوی این اتحادیه تصریح شده است که در صورت نیاز به پنهان نگهداشتن منبع خبر، علت آن باید بازگو شود.

موازین اعلام شده از سوی خبرگزاری آسوشیتدپرس حاوی نکته‌ای است که در موازین تعیین شده از سوی سه اتحادیه فوق‌الذکر مسکوت مانده است: هیچ نوع حکم و اصل اخلاقی نمی‌تواند تمامی شرایط و اوضاع و احوال احتمالی را از پیش مورد ارزیابی قرار دهد.

تأکید شده است که داشتن عقل سلیم و قضاوت منطقی در تعمیم موازین اخلاقی به واقعیت دنیای روزنامه‌نگاری، امری ضروری و اجتناب ناپذیر است. به هر یک از روزنامه‌ها توصیه شده است تا این موازین و احکام کلی را با موازین محلی که با شرایط خاص آن‌ها منطبق می‌باشد ادغام کنند.

با مطالعه موازینی که تشریح شدند به این نتیجه می‌رسیم که در تمامی این اسناد و دستورالعمل‌ها یا در اکثر آن‌ها اصول مشترک خاصی مورد تأکید قرار گرفته‌اند که عبارتند از:

۱. برخورد منافع: در هر یک از چهار دستورالعمل عمده اخلاقی که تشریح شد به خبرنگاران توصیه شده است. تا از قرار گرفتن در موقعیتی که حیثیت و اعتبار آن‌ها را مخدوش می‌کند یا انجام کاری که نشان از زیر پا گذاشتن فضیلت و تقوا دارد خودداری کنند. در دستورالعمل‌های اخلاقی انجمن روزنامه‌نگاران حرفه‌ای، اتحادیه سردبیران ارشد شبکه‌های رادیو - تلویزیونی و معیارهای اخلاقی خبرگزاری آسوشیتدپرس، کارکنان رسانه‌های خبری با صراحت از دریافت هدایا منع شده‌اند و در موازین اخلاقی تعیین شده از سوی انجمن سردبیران روزنامه‌های آمریکا، دریافت هر چیز قیمتی منع شده است. در این دستورالعمل‌ها به موارد دیگری از پشت پا زدن به اصول و معیارهای اخلاقی اشاره شده است.

۲. **صحت:** واژه‌های صحت و حقیقت در هر چهار دستورالعمل اخلاقی عمده ملی ذکر شده‌اند. واژه عینیت و مفاهیم مشابه نیز در سراسر این دستورالعمل‌ها خودنمایی می‌کنند.

۳. **امتیاز پیش‌بینی شده در قانون اساسی:** (در قانون اساسی حق جست‌وجوی حقیقت تضمین شده است) در احکام اخلاقی انجمن روزنامه‌نگاران حرفه‌ای و اتحادیه سردبیران روزنامه‌های آمریکا به صراحت قید شده است. یک حق دیگر که حق مردم به دانستن حقایق است با صراحت در احکام تعیین شده از سوی انجمن روزنامه‌نگاران حرفه‌ای و احکام توصیه شده از جانب آسوشیتدپرس قید گردیده و به‌طور غیر مستقیم (حقوقی که در قانون اساسی از طریق مطبوعات برای مردم تضمین شده است) در احکام اتحادیه سردبیران روزنامه‌های آمریکا بر آن تصریح شده است.

۴. **عدم افشای منابع محرمانه:** با صراحت تمام در هر چهار حکم عمده اخلاقی مورد تأکید قرار گرفته است. در احکام توصیه شده از سوی آسوشیتدپرس و اتحادیه سردبیران روزنامه‌های آمریکا گفته شده در صورت امکان باید از افشای منابع محرمانه خودداری شود. در احکام تعیین شده از سوی انجمن روزنامه‌نگاران حرفه‌ای و سردبیران ارشد شبکه‌های رادیو - تلویزیونی این موضوع مسکوت مانده است.

۵. **پی بردن به اشتباهات و تلاش در جهت برطرف ساختن آن‌ها:** در هر چهار دستورالعمل اخلاقی مورد توجه قرار گرفته است.

۶. **مسائل مربوط به زمینه و بافت اخبار و گزارش‌ها:** در هر چهار مجموعه احکام اخلاقی تأکید شده است. در احکام اخلاقی سفارش شده از سوی اتحادیه سردبیران اخبار و شبکه‌های رادیو - تلویزیونی و انجمن روزنامه‌نگاران حرفه‌ای، جزئیات استفاده از ویدئو (برای اعضای این دو اتحادیه)، عناوین و عکس‌ها (برای اعضای انجمن روزنامه‌نگاران حرفه‌ای) تشریح شده است و از دست‌اندرکاران رسانه‌های خبری خواسته شده تا از این عوامل به گونه‌ای استفاده کنند که موجب گمراهی مخاطبان نشود.

۷. **مجزا کردن اخبار از تفسیرها:** در هر چهار دستورالعمل اخلاقی تأکید شده است. جالب توجه اینکه در برخی از دستورالعمل‌ها ارائه تفسیر یا نوعی از تجزیه و تحلیل رویدادها به عنوان یک وظیفه قلمداد شده است. احکام اخلاقی تعیین شده از سوی آسوشیتدپرس تا آنجا پیش رفته است که مدعی است روزنامه‌ها باید به عنوان یک منتقد سازنده در خدمت تمامی اقشار جامعه در آیند. روزنامه‌ها باید در سرمقاله‌هایی خود نیاز به انجام اصلاحات و نوآوری‌ها را برای خدمت به منافع همگانی تبلیغ کنند. روزنامه‌ها باید هرگونه سوء استفاده از قدرت را چه از جانب مقام‌های رسمی و چه غیررسمی افشا کنند.

۸. **در تمامی احکام و موازین اخلاقی مورد بحث:** اصول کلی همچون محترم شمردن حقیقت و احترام به مردم که خواننده، بیننده و تماشاگر رسانه‌های جمعی هستند مورد تأکید قرار گرفته و واژه مسئولیت در تمامی آن‌ها قید شده است. در تمامی این احکام، محترم شمردن حریم خصوصی افراد با صراحت یا تلویحاً مورد تأکید قرار گرفته است.

به اعتقاد من در این بررسی، نکته ششم یعنی زمینه و بافت اخبار و گزارش‌ها از اهمیت خاصی برخوردار است. در احکام اخلاقی توصیه شده از سوی آسوشیتدپرس، بر نقش زمینه کامل در ارائه تصویر منصفانه‌ای از رویدادها تأکید و در تشریح این موضوع و اهمیت آن واژه خاصی را ابداع شده است. در این دستورالعمل، روزنامه‌ها موظف شده‌اند تا در صورت برخورد با اظهارات مقام‌های رسمی چنانچه این اظهارات را گمراه کننده و مبهم تشخیص دادند، و پس زمینه (Background) لازم را در اختیار مخاطبین قرار دهند (به بیان دیگر از دست‌اندرکاران رسانه‌های خبری خواسته شده تا از انتشار اظهارات مقام‌های رسمی در خارج از زمینه و بافت مورد نظر خودداری کنند و از انتشار مطالب گمراه کننده بدون ارائه پس زمینه لازم و ارائه تصویر ناقص از موضوع اجتناب ورزند).

اتحادیه سردبیران اخبار شبکه‌های رادیو - تلویزیونی به اعضای خود توصیه می‌کند که نباید با استفاده از ویدئو موجبات گمراهی بینندگان خود را فراهم کنند. این نکته با توجه به صحنه‌سازی‌های جاری در ارائه اخبار که یکی از مسائل بحث‌انگیز روز تلقی می‌شود و تاکنون ارزیابی دقیق و روشنی درباره آن صورت نگرفته از اهمیت خاصی برخوردار است. برخی از دست‌اندرکاران رسانه‌های خبری و منتقدان این گونه رسانه‌ها معتقدند که بازسازی رویدادهای خبری با استفاده از هنرپیشگان در قالب یک گزارش از پیش ضبط شده زیان‌آور تلقی نمی‌شود. در مقابل عده‌ای بر این عقیده‌اند که استفاده از این روش با اصول و موازین پوشش خبری مغایرت دارد.

نکته جالب توجه دیگر اینکه نشریات صنفی منتشره از سوی اتحادیه سردبیران اخبار شبکه‌های رادیو - تلویزیونی و انجمن روزنامه‌نگاران حرفه‌ای اخیراً آکنده از مباحثی است که صرفاً به صحنه‌سازی و بازسازی گزارش‌های خبری

محدود نبوده بلکه تکنولوژی‌های خبری تازه‌ای را مطرح ساخته‌اند که از صحنه‌سازی و پردازش تصویر در سطوحی کاملاً غیرمنتظره خبر می‌دهد. برای مثال اخیراً یک ابزار ویدئویی اختراع شده است که با استفاده از آن می‌توان فردی را که از محل وقوع یک رویداد هزاران کیلومتر فاصله دارد در محل وقوع حادثه قرار داد. مثلاً می‌توان خبرنگاری را که در آیوا مستقر است با بهره‌گیری از این تکنولوژی تازه در خیابان‌های مسکو به تصویر کشید.

تجهیزات و تکنولوژی دیگر به خبرنگاران عکاس، امکان می‌دهد تا تصویر افراد و صحنه‌های ناخواسته را بدون آنکه خواننده روزنامه متوجه دست‌کاری عکس شده باشد حذف کنند.

چنین به نظر می‌رسد که از بحث ارزیابی احکام اخلاقی دور افتاده‌ایم. اما آنچه گفته شد نمونه خوبی است که نشان می‌دهد چگونه تمامی مقررات مکتوب، احکام، قوانین و میثاق‌ها در حفظ هماهنگی خود با تکنولوژی، با مشکل رو به رو می‌شوند. همان گونه که در بحث پیرامون این موضوع در فصل پیشین اشاره شد، قانونگذاران بدون موفقیت قابل ملاحظه‌ای تلاش می‌کنند تا بین تکنولوژی فوق‌العاده مهاجم کامپیوتر (به عنوان یک ابزار تازه برای گردآوری اطلاعات) و فرد انسانی، یک حصار قانونی ایجاد کنند. در بررسی آن دسته از احکام اخلاقی نیز که از دست‌اندرکاران رسانه‌های خبری می‌خواهد تا از گمراه ساختن مردم خودداری کنند، مشکل ناشی از نوآوری‌های تکنولوژیک لاینحل رها شده است.

برای درک بهتر این موضوع لازم است، پس زمینه کوتاهی ارائه دهیم. کسانی که بالای سی سال سن دارند قطعاً به خاطر می‌آورند که در ابتدای کار تلویزیون، مرتباً این جمله تکرار می‌شد که بخشی از برنامه‌ای که شاهد آن هستید از قبل ضبط شده است. بیان مکرر این مطلب که قسمتی از برنامه از پیش ضبط شده است واکنشی در مقابل ابداع نوار ویدئویی و پیشرفت عمومی تکنولوژی بود که به سادگی امکان افزودن قسمت‌های از پیش ضبط شده را در لابه‌لای یک برنامه و فیلم فراهم آورده بود و مدیران شبکه‌های تلویزیونی از آن بیم داشتند که مبادا تماشاگران چنین تصور کنند که برنامه به صورت زنده پخش می‌شود؛ به همین دلیل برای بازگو کردن واقعیت پی در پی اعلام می‌شد که هر چه از صفحه تلویزیون پخش می‌شود ضرورتاً در همان لحظه اتفاق نمی‌افتد. مدیران ایستگاه‌های رادیویی نیز، چند دهه قبل از ابداع تلویزیون، با مشکل مشابهی دست به گریبان بودند و روش پخش موسیقی از پیش ضبط شده از سوی برخی از شنوندگان که خواهان شنیدن موسیقی زنده از رادیو بودن نوعی فریب به حساب آمده و مورد پسند همگان واقع نمی‌شد.

امروزه این گونه نگرانی‌ها، بی‌مورد به نظر می‌رسد. (حال بی‌درنگ بگوئید آیا ابداع نوار ویدئو واقعاً مایه سردرگمی شما شده است)؟ شاید نگرانی کنونی درباره بازپروری و پردازش خبر نیز روزی بی‌مورد جلوه کند. اما ممکن است چنین وضعی پیش نیاید. گرچه صحنه‌سازی و صحنه‌پردازی در ماجرای کانی چونگ (Cannie Chung) در فیلم داستانی دونالد ترامپ (Donald Trump) بی‌ضرر به نظر می‌رسد، اما همین شیوه می‌تواند برای سرهم کردن استادانه اخبار و گزارش‌ها، مورد استفاده قرار گیرد.

این وحشت زمانی جدی‌تر می‌شود که بدانیم برخی از بینندگان به سادگی نمی‌توانند بین واقعیت و حقیقت تفاوت قائل شوند. آلک گینس (Alec Guinness) هنرپیشه سرشناس سینما می‌گوید نامه‌های صادقانه‌ای از مردم دریافت کرده است که در آن‌ها مردم واقعاً چنین پنداشته‌اند که شخصیت وی همان است که در جنگ ستارگان (Star Wars) به تصویر کشیده شده است. در سطحی بسیار جدی‌تر، بسیاری از مدرسین وسایل ارتباط جمعی از اینکه می‌بینند تعداد قابل ملاحظه‌ای از دانشجویان برداشت خود از کارهای خبری را از فیلم خبر صوتی - تصویری (Broadcast News) کسب کرده بودند به حیرت افتادند. فیلم خبر صوتی - تصویری کاملاً تخیلی بود و به هیچ وجه رنگ و بوی درام مستند را نداشت. اما برداشت بسیاری از مردم، که از هوش و فراست لازم نیز برخوردارند، بر

اخباری متکی است که کاملاً پردازش و صحنه‌سازی شده است و هیچ گونه ادعایی در مورد تکیه داشتن این گونه اخبار بر حقیقت وجود ندارد.

بدین ترتیب، بازسازی صحنه مربوط به یک ماجرای جاسوسی، برخلاف آنچه که در اولین نگاه به نظر می‌رسد، ممکن است چندان پرضرر نباشد. در ضمن این احتمال نیز وجود دارد که تدوین کنندگان احکام اخلاقی به شکاف موجود بین اصول مورد نظر خود و واقعیت‌های تکنولوژیک پی برده باشند.

شبیه‌سازی و صحنه‌پردازی در ارائه اخبار، تنها یک نمونه از رویدادهایی است که ظاهراً با احکام و موازین اخلاقی تضاد پیدا می‌کند. گفتم ظاهراً، چون بخش‌هایی از احکام اخلاقی آن چنان کلی و قابل انعطاف هستند که تعبیر متفاوتی می‌توان از آن‌ها به دست داد و همین امر مشکل معنایی پدید می‌آورد. (خُب .. حالا ببینیم منظور ما از واژه «فریب» دقیقاً چیست؟)

آنچه گفته شد از جمله دلایلی است که مخالفان احکام اخلاقی به آن استناد می‌کنند. مدیران خبر از تن در دادن به اصول و مقرراتی که جنبه فراگیر نداشته و در تمامی شرایط نتوان از آن‌ها استفاده کرد اکره دارند. برخی دیگر، پا را از این هم فراتر گذاشته و معتقدند، احکام اخلاقی اصولاً کاربردی ندارند. زمانی که مایکل گارتنر (Michael Garther) سردبیری روزنامه تریبیون (Tribune) چاپ آمس (Ames) در ایالت آیووا را بر عهد داشت، در سخنانی - که کنراد فینک (Conrad Fink) (ص ۸۹) آن را نقل کرده است - در محکومیت احکام اخلاقی چنین می‌گوید:

چنین به نظر می‌رسد که طی یکی دو دهه گذشته هر کسی برای خود احکام و رهنمودهای اخلاقی صادر کرده است و این احکام در مواردی همچون ده فرمان ساده، و در مواردی نیز همانند کتابچه‌های راهنمای شرکت‌های بزرگ، پیچیده و بفرنج هستند. تمامی احکام اخلاقی یک وجه مشترک دارند: هیچ‌کدام را نمی‌توان پیاده کرد.

یک فرد ناباب، صرفاً به این دلیل که روزنامه‌اش دارای احکام اخلاقی است، به انسان شریف تبدیل نمی‌شود ... اگر خوانندگان آنچه را که ما می‌نویسیم نپسندند از خرید روزنامه ما منصرف خواهند کرد. میدان رقابت بهترین تنظیم کننده مطبوعات محسوب می‌شود.

از اظهارات گارتنر چنین برمی‌آید که در صورت عدم دخالت مردم در هدایت و راهنمایی روزنامه‌ها، دیگران خود را وارد صحنه کرده و این خلأ را پر خواهند کرد. فینک در تشریح استدلال گارتنر می‌نویسد (ص ۸۹):

مخالفان تدوین تعیین احکام اخلاقی برای مطبوعات از جمله برخی از سردبیران سرشناس دلایل متعددی برای مخالفت خود ابراز می‌دارند:

در صورت تدوین احکام قطعی و فراگیر، به ویژه در صورت تأیید این احکام از سوی مطبوعات و شبکه‌های عمده تلویزیونی، این خطر وجود دارد که این احکام از دیدگاه قضات، قانونگذاران و مردم به صورت الگوی همگانی رفتار در تمامی رسانه‌ها تلقی شود. مخالفان تدوین و اعمال احکام اخلاقی، معتقدند احکام مکتوب، اولین گام بازدارندگی خودخواسته در جهت قرار دادن رسانه‌ها تحت معیار رفتاری فراگیر است.

اندیشه موظف ساختن رسانه‌ها به رعایت احکام اخلاقی خاص، برای برخی از مقام‌های دولتی که نحوه برخورد رسانه‌ها با خود را چندان نمی‌پسندند از جذابیت خاصی برخوردار است. گرچه استدلال هواداران اعمال یک رشته احکام و موازین اخلاقی خاص به رسانه‌های خبری، ظاهری منطقی دارد، اما به هر حال نباید از پیامدهای جدی آن غافل ماند.

برای پی بردن به اهمیت این مسئله، به یک رویداد اخیراً اشاره می‌کنیم: شهردار پوتاکت (Pawtucket) در رود آیلند از روزنامه *ژورنال* - *بولتن* چاپ پراویدنس خواست تا احکام اخلاقی تعیین شده از سوی انجمن روزنامه‌نگاران حرفه‌ای را بپذیرد. برایان سارولت (Brian Sarault) شهردار پوتاکت که از منتقدان سرسخت نحوه

برخورد روزنامه‌ها با تشکیلات شهرداری است در یک مصاحبه خبر که در نشریه ژورنال - بولتن به چاپ رسید چنین گفت (۱۹۹۰ ص الف ۴):

برای حصول اطمینان از گزارش منصفانه و بی‌طرفانه از سوی مطبوعات در مورد رویدادها، باید معیار خاصی از اعمال کرد. من به عنوان یک مقام رسمی برای تصدی این شغل سوگند یاد می‌کنم و در برابر رأی دهندگان و اصول اخلاقی حاکم بر ایالت خود را مسئول حس می‌کنم. بدون شک، باید نوعی احکام و موازین روشن اخلاقی نیز برای رسانه‌ها تعیین شود.

پیامد و نتیجه چنین اظهار نظری کاملاً روشن است: شهردار خود را مسئول می‌داند (یعنی در صورت نادیده گرفتن تعهدات و مسئولیت‌های خود، به نوعی مجازات خواهد شد) پس مطبوعات نیز باید در وضعیت مشابهی قرار گیرند. روزنامه ژورنال - بوستن از پذیرفتن احکام اخلاقی تعیین شده از سوی انجمن روزنامه‌نگاران حرفه‌ای که ۱۸ هزار عضو دارد خودداری کرد. سخنگوی این روزنامه گفت، ما برای خود خط مشی خاصی داریم که به اعتقاد ما نه تنها با رهنمودها و احکام تعیین شده از سوی انجمن‌های مختلف روزنامه‌نگاری برابری می‌کند بلکه در مواردی از آنها نیز پیشرفته‌تر است.

آنچه گفته شد نمونه کاملاً روشنی از دیدگاهی است که فینک ابراز داشته است. ژورنال - بولتن در پاسخ به اظهارات شهردار پوتاکت بی‌درنگ اعلام کرد که برای خود معیار و احکام خاصی دارد و اجازه نمی‌دهد که این گونه احکام از خارج به روزنامه تحمیل شود و با پذیرفتن این گونه احکام خود را نسبت به رعایت آنها متعهد نماید.

موضوع معیار و موازین اخلاقی و پذیرفتن مسئولیت و پاسخگویی، برای سازمان‌های خبری که بسیاری از آنها همانند ژورنال - بولتن شدیداً نسبت به حفظ استقلال خود حساسیت نشان داده و به تضمین‌های مندرج در اصلاحیه اول قانون اساسی در قبال آزادی مطبوعات تکیه می‌کنند، مشکل‌آفرین است. همان گونه که در فصل بعدی تشریح شده است اعمال مجازات علیه سازمان‌های خبری در قبال رفتارهای غیراصولی آنها تا حدود زیادی بی‌نتیجه بوده است. برای مثال انجمن روزنامه‌نگاران حرفه‌ای در سال ۱۹۸۳ تلاش کرد تا شیوه‌ای را برای وادار ساختن اعضای خود به رعایت احکام اخلاقی تدوین کند و برای این منظور یک گروه ویژه مأموریت یافتند تا به شکایت علیه مطبوعات رسیدگی کنند. در سال ۱۹۸۴ در پی یک بررسی سراسری، هیئت ملی انجمن روزنامه‌نگاران حرفه‌ای اعلام کرد که سیستم رسیدگی به شکایات علیه مطبوعات کارآیی چندانی نداشته است. هیئت ملی انجمن روزنامه‌نگاران حرفه‌ای در مخالفت با نحوه رسیدگی به شکایات علیه مطبوعات اعلام کرد برخی از شکوائیه‌ها به پیگرد قانونی منجر می‌شود و چون مکانیزم رسیدگی به شکایات تنها به اعضای این انجمن محدود شده و تمامی روزنامه‌نگاران را در بر نمی‌گیرد در نتیجه نوعی بی‌عدالتی پدید می‌آید.

علاوه بر آنچه که گفته شد مسائل و نکات دیگر نیز وجود دارد که در فصل بعد در بحث پیرامون کنترل‌های داخلی و خارجی رسانه‌ها به آنها اشاره خواهیم کرد. مطرح ساختن شیوه‌های دیگری برای مهار رسانه‌های خبری بدین معنی نیست که احکام و موازین اخلاقی اعتبار و ارزشی ندارند. در واقع احکام اخلاقی جایگاه خاص خود را دارند و بسیاری از دست‌اندرکاران رسانه‌های خبری بر نقش مثبت این گونه احکام اعتراف کرده‌اند.

اما باید توجه داشت که مشکل موجود تنها از چگونگی اجرای احکام اخلاقی ناشی نمی‌شود بلکه جنبه‌های فلسفی مربوط به این گونه احکام مشکلات جدی‌تری را ایجاد می‌کنند. آنچه که سردبیر روزنامه تریبیون چاپ آمس در آیووا عنوان کرده است - صرف داشتن احکام و موازین اخلاقی از جانب یک روزنامه برای تبدیل افراد ناباب آن روزنامه به افراد صالح کافی نیست - نشان می‌دهد که فضایل و سجایا را نمی‌توان تحمیل کرد.

در عرصه روزنامه‌نگاری که دست‌اندرکاران این حرفه از خود مختاری قابل ملاحظه‌ای برخوردارند ایجاد فضیلت و تقوا از طریق دستورالعمل دو چندان مشکل‌تر است. چگونه می‌توان یک روزنامه‌نگار را به ارائه دیدگاه عینی یا منصفانه وادار نمود. به بیان دیگر چگونه می‌توان مردم را به پرهیزکاری وادار نمود؟ اسپینوزا (چاپ ۱۹۶۴ ص ۲۷۴) در تشریح این موضوع می‌گوید: «شخصی که صرفاً به خاطر وحشت از مجازات از ارتکاب جنایت دوری می‌کند به هیچ وجه از عشق الهام نگرفته و نمی‌توان او را پرهیزکار توصیف کرد». والتر لپن (۱۹۲۹ ص ۱۷۰) به دشواری تلاش، در جهت تحمیل مقررات ایستا به شرایط سیال و ناپایدار پی برده و گفته است: تلاش در جهت خلق موازین اخلاقی براساس یک فهرست از پیش تعیین شده درست همانند تلاش برای درک یک پدیده متحول با فرض ثابت بودن و بی‌جان بودن آن و گرفتن عکس‌های ثابت از آن است. تلاش اخلاقیون تقریباً همیشه این گونه بوده است. آن‌ها تلاش کرده‌اند تا جوهر و ماهیت یک پدیده در حال تغییر را با یک رشته مفاهیم ثابت مهار کنند. این کار، شدنی نیست.

فصل ۱۲

شیوه‌های بازنگری

نااهل با موعظه اصلاح نمی‌شود.

ارسطو

از ابتدای کتاب تا به اینجا، بسیاری از مباحث حول محور «جوابگو بودن» و این موضوع چرخیده است که اگر رسانه‌های خبری در قبال شخص یا نهادی مسئول باشد، آن شخص یا نهاد می‌تواند به حساب‌ها رسیدگی کرده و مجازات اعمال کند.

این فصل به بررسی مقوله جوابگو بودن اختصاص دارد و در ابتدا، این مطلب که باید در برابر چه کسی حساب پس داد و سپس شیوه‌های بازنگری که جوابگو بودن را تقویت و قابل اجرا می‌کند مورد بررسی قرار گرفته است. در این فصل شیوه‌های کنترل درونی از قبیل موازین و احکام صادره از سوی نهادها و ارگان‌های داخلی و کسانی که مسئولیت صدور دستورالعمل‌ها و رهنمودهای درون سازمانی را به‌عهده دارند و شیوه‌های کنترل از خارج را که شامل شوراها، مطبوعات و نظام حقوقی آمریکا می‌شود ارزیابی خواهیم کرد.

بدین ترتیب بحث را این گونه آغاز می‌کنیم: مطبوعات باید به چه کسی حساب پس دهند؟ کلایدمن (Claidman) و بوچامپ (Beauchamp) (۱۹۸۷ صفحات ۲۱۱ تا ۲۲۱) بر این عقیده‌اند که مقوله جوابگویی در اساس مفهوم روشنی نیست و تعابیر متعددی از این مقوله مستفاد می‌شود. در یکی از تعاریفی که آن‌ها ارائه می‌دهند (صفحات ۲۱۱ و ۲۱۲)، حساب پس دادن و پاسخگو بودن موضوعی عمدتاً اخلاقی در نظر گرفته می‌شود:

در زبان رایج انگلیسی، واژه حساب پس دادن یعنی جوابگو بودن و کسی که می‌باید حساب پس دهد ممکن است برای ادای توضیحات فراخوانده شود. واژه پاسخگو بودن و حساب پس دادن در اصل، مترادف یکدیگرند و در نتیجه کمکی به درک موضوع نمی‌کنند. واژه جوابگویی در معین متداول آن یعنی نوعی مسئولیت که آن را می‌توان در قالب عبارت «مسئولیت به من ختم می‌شود» بیان داشت. شخص می‌تواند از طریق روشنگری، ادای توضیحات و ارائه دلایل موجهه در قبال اعمال و رفتار خود پاسخگو باشد. هر گونه پاسخگویی منطقی، معمولاً با ارائه دلایل منطقی و موجهه در برابر کسی که به‌طور قانونی مسئولیت رسیدگی به حساب‌ها را برعهده دارد همراه است.

کلایدمن و بوچامپ معتقدند جوابگو بودن تنها به مردم به عنوان یک مجموعه، محدود نمی‌شود بلکه کار فرمایان، کسانی که با خبر و گزارش ارتباط پیدا می‌کنند و منابع خبری را نیز دربرمی‌گیرد

جوابگو بودن در قبال کارفرمایان اغلب مشکل ایجاد می‌کند چون ملاحظات حرفه روزنامه‌نگاری و مسائل و منافع مالی سازمان محل اشتغال، اغلب با یکدیگر تضاد پیدا می‌کنند. کلایدمن و بوچامپ می‌گویند (ص ۲۱۷) رایج‌ترین نمونه از تضاد میان ملاحظات ژورنالیستی و منافع مالی کارفرما، موردی است که سردبیر یک نشریه از چاپ یک خبر مشروع به علت ضربه سهمگینی که بر اثر انتشار آن به یکی از آگهی دهندگان عمده روزنامه وارد می‌شود خودداری می‌کند چون صاحب آگهی به صراحت گفته است که در صورت چاپ چنین خبری، آگهی‌های خود را قطع خواهد کرد.

چنین وضعیتی بدون شک حد و مرز جوابگو بودن را مخدوش می‌کند. یک ژورنالیست باید در برابر چه کسی پاسخگو باشد ارباب یا مردم؟ این مسئله جداً انسان را بر سر دو راهی قرار می‌دهد. زمانی به عنوان خبرنگار رادیو و تلویزیون، اغلب برای تهیه گزارش از مراسم گشایش فروشگاه‌های بزرگ اعزام می‌شدم. رویدادی که جز برای اداره آگهی ایستگاه رادیو - تلویزیون، اهمیت و ارزشی ندارد. گرچه من در تهیه گزارش‌های بی‌ارزش تجاری تا حدودی اکراه نشان می‌دادم اما به هر حال درباره گشایش فروشگاه‌ها گزارش‌هایی تهیه کرده‌ام. تهیه این گونه گزارش‌ها نشان می‌دهد که از دیدگاه فلسفی، احتمالاً خود را در برابر کارفرمایان، بیش از مردم جوابگو احساس می‌کردم (مردمی که می‌توانستم با تهیه گزارش‌های مفیدتری در مقایسه با مراسم با شکوه گشایش سوپرمارکت‌های جدید، خدمت بهتری به آنان ارائه دهم). از دیدگاه عملی، این مسئله نشان می‌دهد که من می‌خواستم شغل خود را حفظ کنم.

به رغم انکارهای مسئولان رسانه‌ها، فشار صاحبان آگهی‌های تجاری، محتوای سرمقاله روزنامه‌ها را تا حدودی تحت تأثیر قرار می‌دهد. برای مثال، نتیجه بررسی تازه‌ای در این زمینه که در نشریه *اخلاق رسانه‌های گروهی* (هسترن ۱۹۸۷ صفحات ۹۳ تا ۱۰۱) به چاپ رسیده نشان می‌دهد که دقیقاً نیمی از سردبیران یک صد مجله عامه پسند آمریکایی، اعتراف کرده‌اند که تا حدی تحت فشار دایره آگهی‌ها قرار دارند. گرچه اکثر (۷۸/۳ درصد) سردبیران این نوع مجلات می‌گویند که دادن پوشش خبری مورد پسند صاحبان آگهی در مقابل دریافت آگهی از آن‌ها غیر مجاز می‌باشد، بیش از نیمی از آن‌ها اعتراف کردند که قبل از انتشار گزارش کاملاً مستندی درباره خطرات یک کالای خاص که آگهی مربوط به آن در مجله آن‌ها چاپ می‌شود با اداره آگهی‌ها مشورت می‌کنند.

این گفته ضرورتاً به این معنی نیست که بین سردبیران نشریات و سرمقاله‌هایی که نوشته می‌شود با اداره آگهی‌ها همیشه نوعی بده بستان وجود دارد، چون در بسیاری از رسانه‌های خبری چنین مبادلاتی صورت نمی‌گیرد اما جوابگو بودن گزارشگران در مقابل کارفرمایان در برخی از موارد متضمن این گونه بده بستان است. مسئولیت و جوابگو بودن کارفرما/کارگزار به شکل عمومی در تمامی ساختار سازمان خبری جریان دارد و به همین دلیل گرچه همیشه قاعده و مقررات خاصی برای در نظر داشتن منافع صاحبان سازمان خبری در سرمقاله‌ها وجود ندارد اما این نکته را هم نمی‌توان انکار کرد که خبر، به نوعی یک مرکز انتفاعی است و اخباری که انتظار می‌رود توجه مخاطبان را به خود جلب کند، بی‌تردید بر محتوا تأثیر می‌گذارد^۱

سازمان‌های خبری بالطبع در قبال کسانی که اخبار و گزارش‌های مربوط به آن‌ها را چاپ می‌کند پاسخگو هستند. بی‌تردید انتشار اخبار و گزارش‌های بی‌اساس و مغرضانه درباره افراد، اقدامی غیراخلاقی (و از لحاظ قانونی قابل پیگرد) محسوب می‌شود. علاوه بر این، ژورنالیست‌ها تا حد زیادی وظیفه خود می‌دانند تا از انگشت‌نما شدن و تحقیر کسانی که ناخواسته پایشان به ماجرا کشیده شده است، اجتناب ورزند. برای مثال، مسئولان خبر چندین نشریه که در دومین کنفرانس تلویزیون و اخلاقیات در دانشگاه امرسون شرکت داشتند به عنوان یک تدبیر کاملاً غیرعملی اما احتمالاً قابل توجیه به اتفاق آرا تصویب کردند تا از افشای هویت شخصی که شاهد سرقت از بانک بوده و سارق موفق به فرار گردیده خودداری کنند. اجتماع کنندگان در این گردهم‌آیی به این نتیجه رسیدند که افشای نام شاهد هیچ جذابیتی به خبر نخواهد داد و تنها جان وی را به خطر خواهد انداخت.

مشاهدات من در مجموع نشان می‌دهد که روزنامه‌نگاران متعهد، نسبت به سرنوشت کسانی که به تهیه گزارش درباره آن‌ها اشتغال دارند احساس مسئولیت نموده و از افشای هویت افرادی که از افشای هویتشان اکراه دارند خودداری می‌کنند. همان گونه که هنری شاتل (Henry Shuttle) (مصاحبه ۱۹۸۷) استاد روزنامه‌نگاری در دانشگاه سیراکوس (Syracuse) و رئیس پیشین دفتر خبرگزاری آسوشیتدپرس در اسپانیا گفته است در زندگی هر خبرنگاری لحظاتی وجود دارد که می‌باید عمداً به کسی آسیب برساند اما باید دقت کند که به هیچ کس بر حسب تصادف و قصد قبلی لطمه‌ای وارد نسازد.

احساس مسئولیت در قبال منابع، همچنین ایجاب می‌کند که گزارشگران از افشای هویت منابع خود در صورتی که چنین قولی داده باشند خودداری کنند. البته وعده خودداری از افشای هویت منابع خبری و اطلاعاتی به همین جا ختم نمی‌شود. گزارشگر باید اطمینان حاصل کند که از قدرت و اختیارات لازم برای پنهان نگهداشتن هویت منبع خبری برخوردار است چون بارها اتفاق افتاده که سردبیران به این نتیجه رسیده‌اند که خبرنگار با دادن وعده پنهان نگهداشتن هویت منبع خبری پا را از حیطه اختیارات خبرنگاری فراتر گذاشته و از وی خواسته‌اند تا هویت منبع خبر را فاش کند.

اما در مجموع چنانچه خبرنگاری پنهان نگهداشتن هویت منبع خبری را وعده داده باشد به تعهد خود در قبال منبع خبر عمل می‌کند. این موضوع، در واقع همان گونه که جان هالتنگ (Jhon Hulteng) (۱۹۸۵ صفحات ۸۹ تا ۹۵) بیان داشته، نوعی اعتماد مقدس است که در فرهنگ و قاموس ژورنالیسم ریشه‌ای عمیق دارد. البته در شرایط غیرمعمول و مواقعی که افشای هویت منبع خبری به حفظ جان افراد و جلوگیری از وقوع جنایات هولناک منجر می‌شود خبرنگاران با استدلال پیامدگرا، تعهد خود را در قبال عدم افشای هویت منبع خبر نادیده می‌گیرند.

در مواقعی، ژورنالیست‌ها ناگزیر می‌شوند تا بنا به دلایل و مقتضیات قانونی، تعهد خود را در قبال منابع خبری زیر پا بگذارند. حادثه نمونه در این زمینه، ماجرای ویل لوئیس مدیر ایستگاه تلویزیونی لوس‌آنجلس است که به خاطر خودداری از تحویل یک نامه و نوار ارسالی از سوی گروهی که مسئولیت ربودن پتی هرست بر عهده گرفته بود، از سوی دادگاه به زندان محکوم شد. لوئیس در ابتدا به دلیل خودداری از تحویل نامه و نواری که در اختیار داشت زندانی شد و سپس دادگاه وی را تا رسیدگی به درخواست استیناف آزاد کرد اما با رد تقاضای فرجام از سوی دادگاه مجدداً زندانی شد. در این مرحله بود که لوئیس تسلیم شد و مدارکی را که در اختیار داشت به دادگاه ارائه داد. اما هستند روزنامه‌نگارانی که تسلیم نمی‌شوند. ویلیام فار (William Far) (ماجراجویی که گیل مور، بارون، سیمون و تری (Gillmor, Barron, Simon & Terry) ۱۹۹۰ ص ۳۵۹ آن را نقل کرده‌اند) گزارشگر روزنامه لوس‌آنجلس هرالد/اگزامینر (Los Angeles Herald Examiner) به علت خودداری از افشای هویت یکی از منابع خبری خود دو ماه زندانی شد.

این‌گونه تعهد و مسئولیت در قبال منابع، ذهن بسیاری از ژورنالیست‌ها را حتی در ایالت‌هایی که قوانین مرسوم به قانون مصونیت (Shield Law)، وجود دارد به شدت به خود مشغول می‌کند. قانون مصونیت از جمله قوانین ایالتی است (تلاش‌های نافرjami برای تصویب قانون مصونیت در سطح ملی صورت گرفته است) که گزارشگران را در برابر اجابر قانونی برای افشای اطلاعات خود، حفظ می‌کند. در هنگام نوشتن این کتاب، در بیش از نیمی از ایالت‌های آمریکا قانون مصونیت وجود داشت و در بسیاری از ایالت‌ها نیز ترکیبی از قوانین مختلف وجود دارد که به همین منظور وضع شده‌اند.

باید توجه داشت که قانون مصونیت را می‌توان نادیده گرفت. قاضی یکی از دادگاههای کالیفرنیا که قانون مصونیت در آنجا جاری است مدیر مسئول، سردبیر و دو گزارشگر روزنامه ساکرامنتو بی (Sacramento Bee) را به اتهام خودداری از افشای منبع نامی که دست نویسی که متن آن در صفحات این روزنامه به چاپ رسید، روانه زندان کرد.

قاضی این دادگاه با استدلال پیچیده‌ای اعلام کرد که قانون مصونیت در این مورد خاص کارآیی ندارد (گیلومور، بارون، سیمون و تری، ۱۹۹۰ ص ۳۵۹).

مسائل و مشکلات مربوط به پنهان نگهداشتن منبع اطلاعات نشان می‌دهد که ژورنالیست‌ها چگونه ممکن است در رابطه با تعهد و پس دادن حساب بر سر دو راهی قرار گیرند. بنا به دلایل گوناگون که مستقیماً با موضوع مسئولیت و تعهد در قبال منبع خبر ارتباط پیدا می‌کند، وعده عدم افشای هویت منبع اطلاعات می‌تواند بسیار مفید باشد:

۱. منبع اطلاعات، از مزاحمت‌ها و مجازات احتمالی مصون می‌ماند. برای مثال فردی که در مورد سوء مدیریت در اداره محل خدمت خود اطلاعاتی در اختیار خبرنگاران قرار می‌دهد در صورت افشای هویتش دچار درد سر خواهد شد.
۲. اصل بر این است که مردم و کسانی که اطلاعاتی در اختیار دارند می‌توانند با رسانه‌ها ارتباط برقرار کنند. اگر قرار باشد هویت کسانی که اطلاعاتی در اختیار دارند فاش شود در آن صورت هیچ کس حاضر نخواهد بود اطلاعات خود را در اختیار رسانه‌ها قرار دهد. ناشناس ماندن آن‌ها این امکان را فراهم می‌کند تا اطلاعات خود را برای آگاهی مردم در اختیار رسانه‌ها قرار دهند.

اما اگر روزنامه‌نگاران را در قبال مردم مسئول فرض کنیم در آن صورت استفاده از منابع ناشناس بنا به دلایل زیر به مقوله تعهد و مسئولیت ژورنالیست تضاد پیدا می‌کند.

۱. هیچ تضمینی وجود ندارد که یک منبع ناشناس، حقیقت را گفته باشد. اگر بخواهیم دقیق‌تر باشیم، حتی کسانی که در خبرها و گزارش‌ها از آن‌ها نقل قول شده تضمینی وجود ندارد که حقیقت را گفته باشند اما دست کم آن‌ها ناگزیرند تا در مورد اظهارات خود پاسخگو باشند. گزارشگری که در گزارش‌های خود بیش از اندازه به منابع ناشناس تکیه می‌کند با ایجاد شکاف در تعهد و مسئولیت خود، این گونه تعهد و پاسخگو بودن را مخدوش می‌سازد.
۲. منابع ناشناس ممکن است به خاطر منافع شخصی، مطبوعات را بازیچه دست خود قرار دهند. نمونه کلاسیک این‌گونه سوء استفاده از مطبوعات «بالون آزمایشی (Trial Ballon)» نامیده می‌شود. در این شیوه، اطلاعات خاصی به صورت ناشناس و برای سنجیدن واکنش مردم در قبال آن منتشر می‌شود (برای مثال سیاستمداری برای اطلاع از برخورد مثبت یا منفی مردم در قبال طرح احداث یک بزرگراه اطلاعات مربوط به این طرح را به طور ناشناس منتشر می‌کند تا در صورت واکنش منفی مردم بدون آنکه مورد سؤال قرار گیرد، از اظهار نظر درباره این طرح خودداری کند).

موضوع ناشناسی منبع خبری، نشان می‌دهد که تعهد و پاسخگو بودن چگونه همانند شمشیری دولبه عمل می‌کند و در ضمن، واقعیت‌های عملی در روند تصمیم‌گیری ژورنالیستی را به خوبی بیان می‌دارد. بسیاری از رویدادها و گزارش‌ها از جمله افشارگری‌های مربوط به واترگیت در صورت عدم استفاده از منابع ناشناس احتمالاً تحقق نمی‌یافت. اما در این زمینه نمی‌توان کاملاً مطمئن بود. برخی از ژورنالیست‌ها معتقدند که می‌توانند با صرف وقت لازم، هر موضوعی را که می‌خواهند بطور مستند دنبال کنند و استفاده از منابع ناشناس را از عوارض کاهلی یا فریب‌کاری در فرایند تهیه خبر و گزارش قلمداد می‌کنند.

ممکن است نشانه‌هایی از حقیقت در این طرز تلقی وجود داشته باشد. حتی گزارش‌های بسیار حساس و بحث‌انگیز نیز کاملاً براساس اظهارات ضبط شده تهیه شده‌اند. برای مثال نشریه پیتزبورگ پرس (*Pittsburgh Press*) یک رشته گزارش‌های مستند و جنجال برانگیز در زمینه داد و ستد کلیه انسان منتشر ساخت که تماماً حالت مستند و ضبط شده داشت. اندرو اشنایدر (*Andrew Schneider*) یکی از نویسندگان این مقالات در مصاحبه‌ای با نشریه *واشنگتن ژورنالیسم ریویو* (*Washington Journalism Review*) (لزلی (Leslie) ۱۹۸۶ ص ۳۳) گفت «تصمیم گرفتم تا بدون استفاده از منابع ناشناس گزارشی موثق در این زمینه تهیه کنم». «در حالی که صدها پزشک، پرستار، مأموران تدارکات و خانواده اهداء کننده کلیه در دسترس قرار دارند و می‌توانند درباره موضوع مورد بحث اطلاعاتی موثق در اختیار خبرنگار قرار می‌دهند، نباید از روی حدس و گمان و خیالبافی و پرداختن به مسائل حاشیه‌ای گزارش تهیه کرد».

شاید بتوان گفت افشای جزئیات دقیق مربوط به خرید و فروش کلیه انسان، داستان چندان خوشایندی نیست. این احتمال نیز وجود دارد که ذکر چنین جزئیاتی مغایر تعهد و مسئولیت گزارشگر در قبال منابع خبری تلقی شود. اما نباید انکار کرد که با انتشار این گزارش‌ها مردم کاملاً به موضوع داد و ستد کلیه انسان پی بردند. با انتشار این گزارش‌ها که عاری از هر گونه خیربافی و اطلاعات ساختگی بود، مردم از یک مسئله بسیار مهم آگاه شوند.

حال که تا حدودی با مفهوم و ابعاد جوابگو بودن و حساب پس دادن آشنا شدیم بهتر است ببینیم چگونه می‌توان ژورنالیست‌ها را به پس دادن حساب وادار نمود. در اینجا موضوع بحث را از کنترل و مهار داخلی به ابزار کنترل خارجی برای وادار ساختن دست‌اندرکاران مسائل خبری به پاسخگو بودن در برابر اعمال خود سوق می‌دهیم.

انضباط داخلی: انضباط داخلی به عنوان شدیدترین شکل جوابگو بودن در مقابل کارفرما (گرچه ممکن است پایبندی به مقررات و موازین داخلی به تعهد مسئولیت در قبال مردم لطمه وارد کند) به علت اجرای این موازین و احکام در پشت درهای بسته، به سختی قابل تعریف و ارزیابی است.

اما در این زمینه نیز اطلاعات و سوابقی وجود دارد. بررسی انجام شده از سوی انجمن سردبیران روزنامه‌های آمریکا که در نشریه *اخلاقیات در رسانه‌های گروهی* (۱۹۸۷ - ۱۹۸۶ صفحات ۷ تا ۱۶) به چاپ رسید نشان داد که دست کم ۷۸ درصد روزنامه‌نگاران در فاصله زمانی سه سال پیش از انتشار نتایج این بررسی، از کار برکنار یا منتظر خدمت شده‌اند. این بررسی که چندان هم جنبه علمی نداشت نشان داد که برخلاف ادعای منتقدانی که می‌گویند نقض کنندگان مقررات و موازین داخلی بی‌مجازات رها می‌شوند، باید گفت که سردبیران، کارکنان زیردست خود را تحت کنترل دارند و انضباط لازم را در اتاق خبر پیاده می‌کنند (ص ۸).

این بررسی در عین حال نشان داد که مردم به ندرت از تدابیر انضباطی سردبیران علیه زیردستان خود مطلع می‌شوند. درباره این موضوع بازهم مطالبی را بیان خواهیم کرد. یکی دیگر از یافته‌های این بررسی نشان می‌دهد که سردبیران در تصمیم‌گیری پیرامون اخلاقی یا غیراخلاقی بودن رفتار و اعمال زیردستان خود، با مشکل بزرگی رو به رو هستند. در این بررسی که به ارزیابی سردبیران روزنامه‌ها اختصاص داشت، بالطبع به نحوه کار خبرنگاران آزادی که برای شبکه‌های رادیو - تلویزیونی و سازمان‌های غیرانتفاعی کار می‌کنند اشاره‌ای نشده است. در مورد اخلاقی بودن یا نبودن کار خبرنگاری که خارج از حیطه مأموریت خود به تبلیغ درباره یک نامزد انتخاباتی پرداخته است، تعداد مخالف و موافق تقریباً ۵۰-۵۰ بوده است.

با وجود اختلاف نظر درباره اینکه چه رفتار و اعمالی اخلاقی است و چه رفتاری غیراخلاقی تلقی می‌شود و در مورد مجازات خبرنگاران خاطی تقریباً اتفاق نظر وجود دارد. مسائلی چون سرقت نوشته و گزارش دیگران، سوء استفاده از اطلاعات محرمانه و دریافت تخفیف از شرکت‌هایی که روزنامه با آن‌ها ارتباط دارد از جمله اعمالی است که همگان بر محکومیت آن‌ها تأکید دارند (ص ۹).

برخی از نکات برجسته این بررسی جنبه‌هایی از اقدامات انضباطی در درون روزنامه را مشخص می‌سازد. در اینجا عیناً مطالبی را از بررسی فوق نقل می‌کنیم (ص ۹):

- از هر سه نفر سردبیری که مورد مصاحبه قرار گرفتند بیش از یک نفر از ارتکاب اعمال خلاف توسط زیردستان خود در خلال سه سال پیش از انجام این بررسی سخن به میان آوردند. از ۱۲۲ سردبیری که به پرسشنامه مربوط به این بررسی پاسخ دادند در مجموع به ۲۴۰ مورد نقض موازین اخلاقی اشاره کردند. یازده روزنامه نیز هر یک به شش مورد یا بیشتر، از این‌گونه تخلفات اشاره کردند.

- از هر شش سردبیر، یک نفر گفت که طی سه سال گذشته دست کم یک نفر را به خاطر نادیده گرفتن مسائل انضباطی از کار برکنار کرده است. حدود یازده درصد بقیه نیز گفتند که در طول همین مدت دست کم یک نفر را به علل مشابه منتظر خدمت کرده‌اند.

● حدود سی و هفت درصد از سردبیران اعلام کرده‌اند که در روزنامه‌های آن‌ها موازین اخلاقی مکتوب وجود دارد. حدود پنجاه و چهار درصد اعلام کردند که چنین موازینی در روزنامه‌های آن‌ها وجود ندارد. چهار درصد گفتند در حال تهیه این گونه موازین هستند و شش درصد از پاسخگویی امتناع کردند.

این بررسی نکات برجسته و قابل ملاحظه دیگری نیز دارد: حدود ۳۰ درصد از سردبیرانی که موازین و احکام مکتوب دارند گفتند تدابیر تنبیهی مستقیماً در نظام‌نامه روزنامه تصریح شده و در اغلب موارد نقض موازین اخلاقی دربرگیرنده مسائل چون تماس‌های اجتماعی نامطلوب بین گزارشگران و کسانی است که به تهیه خبر و گزارش در مورد آنان اشتغال دارند یا خبرنگارانی که بدون ذکر منبع خبر خود، صرفاً به بازنویسی اخبار و گزارش‌های تهیه شده توسط دیگران مبادرت می‌کنند.

پیش از این یادآور شدیم که بررسی مورد نظر نشان می‌دهد که مردم در اغلب موارد از تدابیر تنبیهی که علیه خبرنگار مختلف اتخاذ می‌شود بی‌خبرند. این مطلب در بیشتر موارد درست است اما در مواردی نیز روزنامه‌ها یک نفر را که نماینده خوانندگان روزنامه محسوب می‌شود به خدمت می‌گمارند و این شخص موارد نقض موازین از سوی خبرنگاران را گزارش می‌کند. نماینده خوانندگان^۲ وظیفه دارند تا به شکایت مردم علیه رسانه‌های خبری به عنوان یک فرد بی‌طرف رسیدگی کند.

استفاده از نمایندگان مردم در رسانه‌های خبری چندان عمومیت ندارد. برآوردها در مورد تعداد این گونه نمایندگان متفاوت است اما بررسی تازه‌ای توسط کلایدمن و بوچامپ (۱۹۸۷ ص ۲۲۷) نشان می‌دهد که تعداد آن‌ها در سراسر آمریکا از سی و چهار نفر تجاوز نمی‌کند. برآوردهای دیگر نیز از همین تعداد نماینده در روزنامه‌های آمریکا خبر می‌دهد. این برآوردها نشان می‌دهد که تعداد نمایندگان مردم در رسانه‌های صوتی و تصویری به مراتب کمتر از روزنامه‌هاست.

شیوه‌های بررسی و ارزیابی خارجی در برخی از موارد نمایندگان مردم تنها در درون سازمان به فعالیت اشتغال داشته و صرفاً به نوشتن و صدور دستورالعمل‌ها اکتفا می‌کنند. این مطلب عیناً در مورد روزنامه *لوتیز ویل کوریر ژورنال* صدق می‌کند. در مواردی نیز فعالیت این گونه نمایندگان کاملاً مشهود است، نظیر نماینده مردم در روزنامه *واشنگتن پست*. بسیاری از نمایندگانی که در *واشنگتن پست* انجام وظیفه کرده‌اند از جمله ریچارد هاروود (Richard Harwood) به منتقدان سرشناس مطبوعات تبدیل شده‌اند. هاروود که بیست سال پیش به عنوان نماینده مردم در روزنامه *واشنگتن پست* خدمت می‌کرد بار دیگر این مسئولیت را برعهده گرفته و دستورکار تازه‌ای را برای جنبش استقرار نماینده مردم در مطبوعات پیشنهاد کرده است.

هاروود در دوره دوم مأموریت خود در *واشنگتن پست* به عنوان نماینده خوانندگان به شرحی که در نشریه *کوئیل* (The Quill) ارگان انجمن روزنامه‌نگاران حرفه‌ای (کانینگهام، ۱۹۸۸ ص ۱۲) به چاپ رسیده چنین گفته است:

تلاش می‌کنم تا رویه و الگویی در انتقاد و تجزیه و تحلیل به وجود آوردم که دامنه آن را بازخواست از روزنامه‌نگاران به خاطر حذف حرف «ر» در کلمه گُهر، گزارش ناقص یا عدم گزارش تظاهرات ده‌ها نفر از دوستداران گریه علیه سگ، فراتر رود.

به مسائل خبری باید به همان دیدی که به مسائل سیاسی و حکومتی نگاه می‌کنیم، بنگریم. کدام یک از استانداردها و معیارها حرفه‌ای مورد قبول ماست و هر چند وقت یک‌بار این معیارها را زیر پا می‌گذاریم؟

این ایده‌ها و اندیشه‌ها، بکر و جالب به نظر می‌رسند اما باید دید آیا می‌توان آن‌ها را پیاده کرد. هیچ شیوه قابل اطمینان برای ارزیابی عملکرد نماینده خوانندگان در مطبوعات وجود ندارد و به راحتی نمی‌توان میزان استقلال رأی آن‌ها را

اندازه گرفت. اما موارد بسیاری از عدم تمکین نمایندگان خوانندگان مطبوعات در برابر انتظارات و خواسته‌های صاحبان رسانه‌های خبری وجود دارد و در چنین مواردی سردبیران این گونه رسانه‌ها در مجامع عمومی مورد انتقاد قرار گرفته‌اند.

ریچارد کانینگهام که خود زمانی به عنوان نماینده خوانندگان در مطبوعات انجام وظیفه کرده است می‌نویسد (۱۹۹۸ ص ۱۲) نماینده خوانندگان در نشریه *کالگاری هرالد* (Calgary Herald) رسماً از سردبیر این نشریه خواست تا در جمع گروهی از خوانندگان به خاطر دادن اجازه افشای نام یک نوجوان که آزادانه از سوابق جنسی خود سخن گفته بود توضیح دهد. این ماجرا به نشان دادن واکنش شدید از سوی خوانندگان منجر شد و گروهی از دانش‌آموزان در برابر دفتر این نشریه دست به اعتراض زدند. اعتراض‌کنندگان می‌گفتند روزنامه نمی‌بایست هویت دانش‌آموزان را افشا می‌کرد (در یکی از گزارش‌ها جزئیات اعمال جنسی تشریح شده بود) و سردبیر روزنامه باید می‌دانست که نباید چنین گزارشی را منتشر کند و بهتر بود تا از نادانی دانش‌آموزان که بی‌پروا همه مطالب را بیان داشته سوء استفاده نمی‌شد.

مارک ترمبلی (Mark Tremblay) سردبیر نشریه «لایف تودی» (Life Today) خطاب به جیم استات (Jim Stott) نماینده خوانندگان در نشریه هرالد گفت تصمیم درباره چاپ این گزارش پس از سبک و سنگین کردن لطمه‌ای که این گزارش به حیثیت یک زن جوان وارد می‌کند و مقایسه آن با منافع بالقوه آن برای نجات نوجوانان شهر آلبرتا (Alberta) که با مصائبی چون بارداری و انتقال بیماری‌های مقاربتی رو به رو هستند، اتخاذ شد. سردبیر نشریه «لایف تودی» در سخنان خود ادعا کرد (کانینگهام ۱۹۸۸ ص ۱۲) که تصمیم‌گیری درباره چاپ این گزارش با هدف ارائه بزرگ‌ترین خدمت به بیشترین تعداد افراد جامعه صورت گرفته است (تأکید بر این نکته که چنین استدلالی از منظر هواداران نظریه پیام‌درا سرچشمه می‌گیرد جداً بی‌مورد است، این طور نیست؟).

استات، با این استدلال به مخالفت برخاست و گفت مسئولیت چنین تصمیم‌هایی برعهده سردبیر است و مسئولین نشریه لایف تودی پیامدهای خطر نقل قول‌های دقیق از دانش‌آموزان یک مدرسه کوچک به ویژه نقل اظهارات دانش‌آموز موردنظر را کاملاً نادیده گرفته‌اند.

استات، نظر خود در مورد این موضوع را در یک گزارش کتبی عیناً بیان داشت.

بدین ترتیب می‌بینیم که حداقل در این مورد خاص یکی از نمایندگان خوانندگان مطبوعات از اقتدار و صلابت لازم برخوردار بوده و از آن استفاده کرده است (ذکر این نکته ضروری است که گماردن نماینده خوانندگان در مطبوعات در کانادا بیش از آمریکا متداول است). اینکه استفاده از این گونه نمایندگان موجب اصلاح حرفه روزنامه‌نگاری خواهد شد یا نه مشخص نیست، اما وجود آن‌ها حداقل این فایده را دارد که یک نفر به شکایات مردم علیه رسانه‌های خبری رسیدگی می‌کند و بدین ترتیب نحوه رسیدگی به شکایت با وجود نماینده خوانندگان در این رسانه‌ها مشکل تمرکز یافته‌ای پیدا می‌کند. این روش به نماینده خوانندگان در روزنامه، این امکان را می‌دهد که پیوسته در جریان مشکلاتی که پیش می‌آید قرار گیرد و آن‌ها را ثبت کند و این کاری است که آرت نومان (Art Nauman) نماینده خوانندگان در نشریه «ساکرا متیوی» انجام داده است. براساس مقاله‌ای در یکی از شماره‌های اخیر نشریه سردبیران و ناشران (Editor & Publisher) (استین ۱۹۸۹ صفحات ۲۰ و ۲۱) به چاپ رسیده و به تحلیل اعداد و ارقام ثبت شده توسط نومان اختصاص دارد، در خلال سال ۱۹۸۸ سیصد و پنجاه و پنج اصلاحیه چاپ شده است. بررسی اشتباهات به عمل آمده نشان می‌دهد که یک چهارم آن‌ها به اعداد و ارقام، آمار، سن، زمان و تاریخ مربوط می‌شود. حدود هفده درصد اصلاحیه‌ها به اسامی افراد مربوط می‌شوند که یا اشتباه نوشته شده‌اند یا اینکه حذف یا اشتباه معرفی شده‌اند. هفده درصد اصلاحیه‌ها نیز به شماره‌های تلفن و آدرس مربوط می‌شود. ده درصد هم به عکس‌ها و نمودارها مربوط می‌شوند.

بیست و یک درصد شکایات، مسائل مهمی چون اظهارات، برداشتها و نقل قول‌های نادرست را دربر می‌گیرد. نومان، در اظهار نظر صریحی که مستقیماً به دیوان سالاری حاکم بر رسانه‌های خبری مربوط می‌شود (موضوعی که در فصل ۱۰ و دیگر قسمت‌های این کتاب به آن پرداختیم) می‌گوید (استین ۱۹۸۹ ص ۲۰) تمامی خطاها را نباید به روزنامه **ساکرانتوبی** نسبت داد چون بیشتر مطالب از دواير روابط عمومی ارگان‌ها و نهادی مختلف به روزنامه ارسال می‌شوند و همیشه برای تأیید صحت و سقم آن‌ها فرصت کافی وجود ندارد.

تلاش‌هایی در جهت رسمیت بخشیدن بیشتر به روند اصلاح اخبار و خارج ساختن آن از حالت نیمه داخلی، نیمه خارجی و همراه با گزارش نماینده خوانندگان در صفحات مطبوعات، به عمل آمده است. در راستای این هدف شوراهای مطبوعات پیشنهاد و تأسیس شده است اما این گونه شوراهای شکوفایی چندانی نداشته‌اند.

فکر تشکیل شوراهای مطبوعات ابتدا در انگلیس مطرح شد و تا حدودی نیز با موفقیت همراه بوده است. یکی از علل اصلی تشکیل شوراهای مطبوعات در انگلیس استفاده از این نهاد به جای ارگان‌های قضایی و دخالت‌های دولت بود. دخالت اندک قوه قضائیه و دخالت گسترده دولت برای ژورنالیست‌های انگلیس، بیش از همقطاران آن‌ها در آمریکا مزاحمت ایجاد می‌کند.

در خلال دهه‌های ۱۹۶۰، ۱۹۷۰، ۱۹۸۰، تشکیل شوراهای محلی مطبوعات در آمریکا رواج داشت. در حال حاضر بیشتر این شوراهای منحل شده‌اند. در سال ۱۹۷۳ شورای ملی خبر (National News Council) در آمریکا تأسیس شد. به نوشته رابرت آ. لوگان (Robert A. Logan) استاد دانشگاه فلوریدای جنوبی (۱۹۸۵ صفحات ۶۸ تا ۷۷) اعضای این شورا را قضات دادگستری، رؤسای دانشکده‌های حقوق و اساتید روزنامه‌نگاری، سردبیران و ناشران روزنامه‌ها و مجلات، مدیران تولید شبکه‌های تلویزیونی، نمایندگان پیشین کنگره، مدیران شرکت‌ها، مدیران خبر شبکه‌های تلویزیونی، رهبران مذهبی و فعالان حقوق مدنی تشکیل می‌دادند. به نوشته لوگان (ص ۶۹) برای آنکه این شورا طیف وسیع‌تری از اقشار و اصناف، دیدگاه‌های سیاسی و مناطق جغرافیایی مختلف را منعکس کند، تعدادی مشاور نیز در شورای ملی خبر، فعالیت می‌کردند.

فکر تشکیل چنین شورایی بسیار قابل ستایش است، اما این شورا چندان دوام نیاورد. عدم حمایت جدی رسانه‌های خبری و محافل دیگر سبب شد تا این شورا در سال ۱۹۸۴ تعطیل شود. شورای ملی خبر در خلال فعالیت کوتاه خود، خدمات شایانی ارائه داد و دیدگاه‌های آن تا حدود زیادی با اصول و موازینی که در طول این کتاب مورد بحث قرار گرفته است هماهنگ بود. اعضای این شورا در مواردی رسانه‌های خبری را به خاطر تهیه گزارش‌های خبری ساختگی و تحریف وقایع و رویدادها و همچنین دخالت دادن منافع مادی خود در تهیه و انتشار اخبار و گزارش‌ها مورد انتقاد قرار دادند.

با آنکه شورای ملی خبر و شعبه‌های محلی آن به عنوان جانشینی برای رسیدگی قانونی به تخلفات رسانه‌های خبری تلقی می‌شدند، هیچ گونه اختیار و صلاحیت حقوقی نداشتند.

دادخواهی از طریق اقامه دعوی، رایج‌ترین شکل دخالت و نظارت دولت به فعالیت مطبوعات محسوب می‌شود. گرچه توهین و افترا امروزه به عنوان یک خلاف جزائی محسوب می‌شود، (به جز در موارد بسیار استثنایی و نادر، افترا یک اقدام جنایی محسوب می‌شود) و طرفین دعوی ناگزیرند تا در برابر نماینده دولت که قاضی یا هیئت منصفه است حضور یافته و مجازات‌های تعیین شده از سوی دولت را تحمل کنند.

برای خوانندگان این کتاب که مستقیماً با مطالعات مربوط به رسانه‌های جمعی درگیر نیستند از واژه توهین یا افترا (Libel) یک معنی ابتدایی ارائه شده است. افترا، در معنی کاملاً عام این واژه عبارت است از انتشار مطلب نادرستی که به اعتبار افراد، موقعیت اجتماعی آنان یا منافع مالی آن‌ها لطمه وارد کند. واژه انتشار، مطالب بیان شده در رسانه‌های صوتی و تصویری را نیز دربر می‌گیرد.

در تعریف فوق، واژه نادرست (Untrue) نقش کلیدی دارد. در اغلب موارد شخصی که مدعی است در مظان اتهام قرار گرفته باید ثابت کند که گزارشگر اشتباه کرده است. (مورد دیگری از دفاعیه که چندان به این بحث مربوط نمی‌شود مصونیت اظهاراتی است که در بحث درباره ارگان‌های دولتی یا در جریان دادرسی بیان می‌شود). باید توجه داشت که اثبات اشتباه خبرنگار، در تمامی موارد برای محکومیت خبرنگار کافی نیست.

علت این امر وجود اصل خاصی در قانون افترا در آمریکاست که احکام متفاوتی را برای مقام‌های رسمی و غیررسمی پیش‌بینی کرده است. افراد و مقام‌های رسمی که احساس می‌کنند در مظان تهمت و افترا قرار گرفته‌اند بر اثبات بی‌اساس بودن اتهام باید ثابت کنند که خبرنگار بر بی‌اساس بودن افترا آگاهی داشته است. مقام‌های رسمی که در مظان اتهام قرار گرفته‌اند باید ثابت کنند که مطالب توهین‌آمیزی که علیه آن‌ها عنوان شده دقیقاً با سوء نیت همراه بوده است یعنی خبرنگار، به بی‌اساس بودن آن‌ها آگاهی داشته یا نسبت به صحت و سقم آن‌ها کاملاً بی‌توجه بوده است.

واژه‌هایی چون سوءنیت واقعی و بی‌توجهی غیرقابل اغماض در قاموس روزنامه‌نگاری به واژه‌های کلیدی تبدیل شده و محور اصلی رأی صادره از سوی دادگاه در سال ۱۹۶۴ در قبال مناقشه روزنامه نیویورک تایمز و سولیوان را تشکیل می‌دهد. رأی صادره مورد این پرونده به یک رویه قضایی مهم در زمینه قانون افترا تبدیل شده است. خلاصه ماجرا از این قرار است: ال. بی سولیوان رئیس پلیس شهر مونتگومری در ایالت آلاباما، روزنامه نیویورک تایمز را به خاطر چاپ یک آگهی حاوی مطالب انتقادی از نحوه برخورد پلیس با سیاه‌پوستان به دادگاه کشانده بود. در آگهی مزبور، چندین اشتباه وجود داشت اما این اشتباهات چندان جدی نبودند.

دیوان عالی آمریکا در اظهارنظر در قبال این پرونده اعلام کرد، مقام‌های رسمی در معرض انتقاد مردم قرار دارند و برای دریافت غرامت باید ثابت کنند که اشتباه از نوع فاحش بوده است یعنی اینکه سوءنیت واقعی و بی‌توجهی شدید در مورد تعیین صحت و سقم اظهارات از جانب رسانه‌ها، در کار بوده است.

نحوه اظهارنظر و رأی صادره از سوی دادگاه در دهه بعد از ماجرای پرونده نیویورک تایمز - سولیوان، دامنه رسیدگی به شکایت مقام‌ها و شخصیت‌های رسمی و اجتماعی را که در معرض انتقاد و ارزیابی مردم قرار دارند، گسترش داد و از آن به بعد این گونه مقام‌ها برای تبرئه خود و اثبات جرم مفتری، باید ثابت کنند که سوء نیت عمدی یا اشتباه فاحش، انگیزه اصلی تهمت و افترای وارده را تشکیل می‌دهد. در دهه ۱۹۷۰ آرای صادره از سوی محاکم، تعریف ارائه شده در مورد مقام‌ها و شخصیت‌های رسمی را تا حدودی محدودتر ساخت. (برای مثال زنی که درگیر ماجرای جنجالی طلاق بوده گرچه در این زمینه چندین کنفرانس مطبوعاتی تشکیل داده است اما به عنوان یک شخصیت سرشناس اجتماعی تلقی نمی‌شود).

به رغم بحث‌های بی‌نتیجه درباره چگونگی تعیین مقام‌ها و شخصیت‌های رسمی و اجتماعی و افراد عادی و پرونده‌هایی که بعداً در زمینه تهمت و افترا در دادگاه‌های مورد رسیدگی قرار گرفته و موجب تعدیل حکم صادره در قبال پرونده تایمز - سولیوان شد، هنوز هم رأی صادره در قبال این دعوی سنگ بنای اصلی قانون افترا را تشکیل می‌دهد. رأی صادره در قبال پرونده تایمز - سولیوان نشان داد که قوه قضایی، از تأثیر منفی آرا صادره علیه رسانه‌ها در پرونده‌های افترا، نگران است. به بیان دیگر تهدید به استفاده از حربه پیگرد قانونی از سوی مقام‌ها و شخصیت‌های رسمی و اجتماعی که تعریف دقیقی نیز برای آن‌ها وجود ندارد سبب می‌شد تا رسانه‌ها از پرداختن به مباحث و مسائل اجتماعی دلسرد شوند.

آیا تهدید به استفاده از چنین حربه‌ای تأثیر دل‌سردکننده دارد؟ نگاهی گذرا به نشریات مربوط به رسانه‌ها، اثرات دل‌سرد کننده این حربه را به خوبی نشان خواهد داد. یک بررسی رسمی در این زمینه، وجود چنین تأثیری را تا حد زیادی تأیید می‌کند. بررسی انجام شده در گردهم‌آئی گروهی از روزنامه‌نگاران حرفه‌ای که گزارشگران و سردبیران

تفحصی (Investigative Reporters and Editors) لقب گرفته‌اند، نشان داد که بیش از نیمی از کسانی که در این بررسی طرف سؤال قرار گرفته بودند گفتند که قانون افترا، موجب نگرانی آن‌ها بوده و تا حدودی بر تصمیم‌های آن‌ها در قبال موضوعات و چگونگی پوشش دادن آن‌ها تأثیر می‌گذارد (لوبونسکی و پاولیک ۱۹۸۶، صفحات ۴۳ تا ۴۵).

با توجه به تأثیر بازدارنده این قانون، چنین به نظر می‌رسد که کارکنان رسانه‌های خبری با تمامی وجود از اصل مندرج را رأی صادره در قبال پرونده نیویورک تایمز - سولیوان حمایت می‌کنند، و در بیشتر مواقع نیز چنین است. اما رأی صادره در قبال پرونده تایمز - سولیوان منتقدانی نیز دارد که از آن جمله است کلارک آر. مولنهورف، که خود گزارشگر کهنه کاری است. به این بررسی توجه کنید (۱۹۸۹ ص ۲۷):

... آنچه که برخی از آثار ژورنالیستی در نشریات معتبر و سرشناس به عنوان یک سپر ارزشمند مورد استفاده قرار می‌گیرد، در عین حال دژ مستحکمی است که امروزه بدترین نوع روزنامه‌نگاری را که آفتی برای این حرفه محسوب می‌شود و در درون خود جای داده است.

مولنهورف که در حال حاضر در دانشگاه‌های واشنگتن ولی به تدریس روزنامه‌نگاری اشتغال دارد در ادامه این بحث می‌گوید (ص ۲۸):

من بیش از بیست سال بدون توسل به رأی صادره در قبال پرونده تایمز - سولیوان به عنوان گزارشگر تفحصی انجام وظیفه کرده و برای مستند ساختن گزارش‌هایم که در روزنامه‌های دموآر رجیستر، میناپولیس تریبیون و هفته‌نامه لوک به چاپ رسید و رضایت خاطر سردبیران و وکلا را فراهم ساخت، به شدت تلاش کردم.

چنانچه بازهم نسبت به دیدگاه مولنهورف تردید دارید به این نکته که وی خاطر نشان ساخته است توجه کنید. وی می‌گوید ماجرای تایمز - سولیوان چگونه طرز تلقی گزارشگران تفحصی را از «وقتی تردید داری صرف نظر کن» به «آنچه را که نمی‌دانی لطمه‌ای به شما نخواهد زد» تغییر داد (ص ۲۸):

امروزه دیگر بازگو کردن حقیقت یک رویداد در اتاق‌های خبر، امتیاز فوق‌العاده‌ای محسوب نمی‌شود. بلکه سؤال کلیدی این است که مقاله و گزارش با توجه به شرحی که در حکم صادره در قبال پرونده نیویورک تایمز - سولیوان آمده، یک مقام رسمی را هدف قرار داده است یا یک مقام اجتماعی را و اینکه گزارشگران و سردبیران بر این عقیده‌اند (به جای آنکه بدانند) که اتهامات و واقعیت‌های عنوان شده در گزارش، حقیقت دارد یا خیر.

به بیان دیگر، چشم‌پوشی بهترین وسیله دفاعی است و چنانچه دیدگاه مولنهورف را بپذیریم در آن صورت باید قبول کنیم که (ص ۲۷):

گفته می‌شود که میهن‌پرستی آخرین حربه‌ای است که اوباشان به آن متوسل می‌شوند. ماجرای نیویورک تایمز - سولیوان نیز چنین حربه مهمی را در اختیار مثنی اوباش دروغ‌باف قرار داده و تعداد بی‌شماری از افراد تهی مغز بی‌کفایت و بسیاری از گزارشگران و سردبیرانی که هنری جز کاهلی ندارند در پناه آن سنگر گرفته‌اند.

با توجه به نکاتی که در بحث‌های پیشین این کتاب به آن‌ها اشاره شد ماجرای کشمکش نیویورک تایمز - سولیوان (در صورتی که دیدگاه مولنهورف را بپذیریم) نظریه غیرپيامدگرا را به دست می‌دهد که در پشت آن افراد تنبل و نالایق می‌توانند در مواقع گرفتاری خود را در پشت آن پنهان کنند. (این نکته با نظریه گوستاوسون که معتقد است افراد در مواقعی که در موضع ضعف قرار دارند از استدلال غیرپيامدگرا استفاده می‌کنند، مطابقت دارد چون در مواقعی که مجبور به دفاع از خود هستیم در موضع ضعف قرار داریم.)

در ادامه این بحث باید گفت استدلال مبتنی بر نظریه پیامدگرا اغلب در مواقعی که فرد در موضع قدرت قرار دارد به کار گرفته می‌شود. این گفته تعمیم منطقی نکته‌ای است که مولنهورف می‌گوید، مبنی بر اینکه هدف زمانی وسیله را توجیه می‌کند و در مواقعی، از اطلاعات افتراآمیز استفاده می‌شود که سردبیران و گزارشگران باور داشته باشند

اطلاعات آن‌ها حقیقت دارد، و ضرورتی ندارد که برای اثبات آن خود را به زحمت اندازند. به خاطر بهره‌گیری از حکم صادره در قبال پرونده تایمز - سولیوان که آن‌ها را در موضع قدرت قرار داد.

زنجیره رسیدگی به تخلفات مطبوعات و مهار آن‌ها به کنترل دولتی و سانسور ختم می‌شود. مسئله سانسور در پی بروز جنگ خلیج فارس بار دیگر به موضوع روز تبدیل شد. بیش از آن، مسئله سانسور به عنوان پدیده‌ای مرتبط با جنگ اول جهانی محسوب می‌شد. گرچه تلاش برای محدود کردن فعالیت مطبوعات در خلال جنگ خلیج فارس در ابتدا مخالفت‌هایی را برانگیخت، اما نتیجه جنگ که با پیروزی سریع و آسان نیروهای متحد آمریکا علیه عراق همراه بود سبب شد تا انتقادهای فروکش کند. گرچه در زمان نوشتن این کتاب هنوز دعاوی حقوقی چندین سازمان خبری علیه ارتش به خاطر اعمال سانسور شدید همچنان بدون رسیدگی و صدور رأی باقی مانده اما چنین به نظر می‌رسد که هیاهوی اولیه فرو نشسته باشد.

برخی می‌گویند انسان‌ها فراموش کارند، برخی نیز بر این عقیده‌اند که دولت در پی تبلیغات گسترده در قبال لشکرکشی به خلیج فارس (که بی‌تردید در ابتدای کار بسیار شدید بود) محدودیت چندانی بر سر راه انتشار اطلاعات به وجود نیاورد. به هر تقدیر، به رغم انتقاد برخی از روزنامه‌نگران آمریکایی از عملکرد دولت آمریکا در زمینه انتشار اخبار و اطلاعات مربوط به جنگ خلیج فارس، پاناما و گرانادا، چنین به نظر می‌رسد که مسئله سانسور برای جامعه مطبوعات آمریکا چندان نگران کننده نبوده است.

علت جدی نبودن پیامدهای ناشی از سانسور شاید عملی نبودن آن در آمریکای نوین باشد و این احتمال نیز وجود دارد که دولت نیاز چندانی به اعمال سانسور نمی‌بیند. البته در خلال جنگ دوّم جهانی برخی از اخبار و اطلاعات مربوط به جبهه، سانسور می‌شد و مطبوعات و رادیو نیز، به نوبه خود از افشای اسرار مهم دولتی خودداری می‌کردند (هوهنبرگ (Hohenburg) ۱۹۸۷ ص ۱۴۹). پنهان نگهداشتن اخبار و اطلاعات مربوط به جبهه در جریان جنگ کره چندان موفقیت‌آمیز نبود و در هرج و مرج جنگ ویتنام، اعمال سانسور به صورت سازمان یافته عملاً وجود نداشت و قابل اجرا نبود.

گرچه نوعی کلی‌گویی است، اما باید اذعان کرد که رسانه‌های خبری در برابر فشارهای دولت برای سانسور اخبار و اطلاعاتی که جنبه سری نداشته‌اند به هیچ وجه سر تسلیم فرود نیاورده‌اند، اما در مجموع از افشای اطلاعاتی که امنیت ملی کشور را به خطر می‌اندازد خودداری کرده‌اند. پس از ایجاد تفاهم توأم با اکراه، بین ارتش و رسانه‌های خبری در مورد پوشش اخبار مربوط به جنگ خلیج فارس (پس از محرز شدن شدت عمل ارتش در پنهان نگهداشتن اطلاعات مربوط به این جنگ و جلوگیری از انجام مصاحبه‌های کاملاً بی‌ضرر) برخی از گزارشگران حتی از برقراری سانسور استقبال کردند چون از آن بیم داشتند که ناخواسته مطالبی را منتشر کنند که به سود دشمن تمام شود. خبرنگارانی که از نقشه حمله گازانبری که به پیروزی سریع متحدان در جنگ خلیج فارس منجر شد اطلاع داشتند برای جلوگیری از عقیم ماندن این حمله و زیر پا تدابیر امنیتی که در آن زمان اتخاذ شده بود، از افشای اطلاعات خود اجتناب کردند.

تقریباً نیم قرن پیش، یک محرمانه که افشای آن پیامدهای بسیار مخربی به همراه داشت، آشکارا در اختیار رسانه‌ها قرار می‌گرفت و رسانه‌ها نیز از افشای آن خودداری می‌کردند. با بررسی تحول مربوط به ارائه اطلاعات از سوی دولت به رسانه‌های خبری تغییر چشم‌گیری را که در این زمینه پدید آمده مشاهده خواهد کرد.

به گفته فرد فرانسیس (Fred Francis) خبرنگار سی بی اس (۱۹۹۰ ص ۱۴) در جریان جنگ دوّم جهانی، از ۵۸ خبرنگار دعوت شد تا نیروهای متفقین را در اولین موج از آغاز تهاجم در سواحل نرماندی، همراهی کنند (باید توجه داشت که در این لشکرکشی هیچ گونه شعاری مبنی بر اینکه سرنوشت جهان آزاد به نتیجه این حمله بستگی دارد عنوان نشد) و از خبرنگاران خواسته شد تا خود را به سرهنگ بارنی اولدفیلد (Barney old Field) معرفی کنند.

سرهنگ اولدفیلد در مقابل دفتر خود در ساختمان شماره ۳۸ در اجرتون گاردنز با هر یک از خبرنگاران بطور جداگانه صحبت کرد و اطلاعات اولیه‌ای چون آدرس محلی زندگی و شماره‌تلفن‌های آن‌ها را یادداشت نمود. وی سپس محلی را که برای استقرار هر یک از خبرنگاران تعیین شده بود به آن‌ها ابلاغ کرد و از آن‌ها خواست تا شرح حال مختصر خود را نیز بنویسند.

آنتونی استوت رئیس کمیته آمریکایی موزه نبرد نرماندی می‌گوید همین گفت‌وگوی کوتاه سبب شد تا حفظ اطلاعات سری یک وظیفه و تعهد فردی تلقی شود.

استوارت می‌افزاید به خبرنگاران تفهیم شد که هر گونه بی‌احتیاطی از جانب آن‌ها در حفظ اسرار نظامی، علاوه بر مرگ سربازان به قیمت از دست رفتن جان خود آن‌ها تمام خواهد شد.

پی‌نوشت

۱. ریچارد کلرمن (Richard Cluman) در کتاب خود تحت عنوان *ورای بدخواهی: سال‌های سرنوشت‌ساز رسانه‌ها* (Lice: The Media; Beyond Mayears of Reckoning) (نیویورکزویک، نیوجرسی: کتاب‌های داد و ستد، ۱۹۸۹) بررسی جامعی در زمینه نقش منافع شرکت‌های بزرگ در نحوه ارائه اخبار به عمل آورده است.
۲. مدعی العموم (Omeudsman) به کسی اطلاق می‌شود که به عنوان یک مقام رسمی در ادارات و سازمان‌های دولتی به شکایت مردم علیه سازمان محل خدمت خود رسیدگی می‌کند.

فصل ۱۳

خودآزمایی انتقادی

پوست مطبوعات نازک نیست، اصلاً پوست ندارد

ادوارد آر. مورو (Edward. R. Murrow)

نکته: روزنامه نیویورک تایمز در سال ۱۹۸۵ پس از توقف انتشار ستونی در صفحه ۱۸ خود، به قلم سیدنی شانبرگ (Sydney Schanberg) نویسنده جنجال برانگیز برنده جایزه پولیتزر، تنها به چاپ این جمله اکتفا کرد که وی شغل دیگری اختیار کرده است. روزنامه نیویورک تایمز به رغم دریافت صدها نامه اعتراض آمیز هرگز توضیحی درباره توقف انتشار این ستون ارائه نداد. علاوه بر این، روزنامه نیویورک تایمز با خودداری از اظهار نظر درباره این تصمیم، دیگر رسانه‌هایی را که به دانستن مطالب بیشتری در این زمینه علاقه‌مند بودند به تعجب واداشت (کلایدمن و بوچامپ، ۱۹۸۷ ص ۲۱۳). در همان سال ۱۹۸۵ روزنامه نیویورک تایمز واقعیت را کتمان نکرد که این روزنامه با شیوع محدود بیماری لژیونرها دست به گریبان است (کلرمن، ۱۹۸۸ ص ۳۱).

نکته: بن بگدیکیان منتقد رسانه‌ها در سال ۱۹۸۷ اعلام کرد ۲۹ شرکت بزرگ، نیم یا بیش از نیمی از فعالیت رسانه‌های آمریکا را تحت کنترل خود دارند. بگدیکیان پیش‌بینی کرد که در دهه ۱۹۹۰ تعداد شرکت‌هایی که فعالیت رسانه‌های آمریکا را در کنترل خود خواهند داشت به کمتر ده شرکت غول‌آسا تقلیل خواهند یافت. البته شرکت‌های غول‌آسا این گونه مسائل را در رسانه‌های تحت مالکیت خود بازگو نمی‌کنند. مسئله تمرکز مالکیت رسانه‌ها در پژوهشی تحت عنوان «موضوع سانسور شده» از سوی دانشگاه سونوما (کالیفرنیا) مشخص گردید. این بررسی نشان داد که تمرکز مالکیت رسانه‌ها در سال ۱۹۸۷ از جمله مسائلی بود که رسانه‌ها کمتر از موضوعات دیگر از آن سخن به میان آوردند (نشریه سردبیران و ناشران، ۱۹۸۸ ص ۱۱).

نکته: سردبیر روزنامه ریترز/دیجست احتمالاً به دلایل سیاسی از مقام خود برکنار شد. می‌گوییم احتمالاً چون شایع شده بود که وی به خاطر انتشار مقالات مغایر خط مشی شرکت صاحب ریترز/دیجست، از کار برکنار شده است. خبر برکناری سردبیر این روزنامه، تنها در قسمت پائین آخرین صفحه اخبار اقتصادی روزنامه نیویورک تایمز درج شد. گرچه روزنامه ریترز/دیجست ۲۷ میلیون نسخه تیراژ دارد یعنی تقریباً به اندازه کل جمعیت اسرائیل و آلمان شرقی سابق، اما رسانه‌ها خبر برکناری سردبیر آن را نادیده گرفتند (کلرمن ۱۹۸۸ ص ۳۰).

نکته: زمانی که جرال لسنون (Gerald Lanson) و میچل استفنس (Metchell Stephens) از دانشگاه نیویورک و ا. ام. روزنتال (A.M. Rosenthal) از نشریه واشنگتن ژورنالیزم ریویو (Washington Journalism Review) به تهیه گزارشی درباره روزنامه نیویورک تایمز مشغول بودند، با مشکل غیرمنتظره‌ای روبه‌رو شدند: بسیاری از مسئولین این روزنامه حاضر به صحبت نبودند. بیست و چهار تن از کارکنان ارشد این روزنامه از مصاحبه خودداری یا از پاسخگویی به تلفن اجتناب کردند. از چهل و چهار نفری که با انجام مصاحبه موافقت کرده بودند. بیش از بیست نفر خواستند که هویتشان محفوظ بماند (گلد اشتاین ۱۹۸۵ ص ۲۵۴).

ریچارد ام. کلرمن مسئول برگزاری سمینارها در مورد رسانه‌ها و جامعه در دانشگاه کلمبیا و خبرنگار و سردبیر پیشین هفته‌نامه تایمز از جمله کسانی است که معتقد است رسانه‌ها به سادگی از دیگران انتقاد می‌کنند اما هیچ وقت حاضر نیستند به انتقاد دیگران گوش دهند. کلرمن در مقاله‌ای در نشریه کوئیل (۱۹۸۸ ص ۳۰) می‌گوید مشکل اصلی رسانه‌های خبری این است که تنها به انتقاد از دیگران مشغولند و هرگز به‌طور جدی از کار خود و رسانه‌های دیگر انتقاد نمی‌کنند. وی زمانی که کار بررسی مطبوعات در روزنامه تایمز را برعهده داشت، علاوه بر دو نکته‌ای که در ابتدای این فصل ذکر شد، چنین اشاره کرده است (ص ۳۲):

سردبیرانم از من می‌خواستند تا با جدیت تمام و با دیدی انتقادی کار دیگران را ارزیابی کنم. اما در مواقعی که قرار بود درباره برخی از مسائل مربوط به شرکت تایمز مطلب بنویسم به‌طور حتم می‌بایست مصالح شرکت را در نظر بگیرم.

کارمن معتقد است که خودداری رسانه‌ها از بررسی انتقادی از خود و روحیه انعطاف ناپذیر آن‌ها، ایجاب می‌کند تا عملکرد رسانه‌ها به‌طور جدی از سوی خود رسانه است، مورد ارزیابی قرار گیرد. با وجود این، دعوت به انتقاد از خود با موافقت همگانی رسانه‌ها رویه‌رو شده است. برای نمونه، باید گفت انجمن روزنامه‌نگاران حرفه‌ای، اخیراً تبصره مربوط به انتقاد از خود را از نظام‌نامه اخلاقی انجمن حذف کرده است.

کیسی بوکرو (Casey Bukro) از روزنامه شیکاگو تریبیون و تهیه‌کننده نظام‌نامه اخلاقی این نشریه که در آن انتقاد از خود و خودداری از نقض احکام اخلاقی، فعالانه به روزنامه‌نگاران توصیه شده است، به بی‌تأثیر بودن چنین توصیه‌هایی اعتراف کرده است چون به اعتقاد وی روزنامه‌نگاران تمایل چندانی به افشای گناهان همقطاران خود ندارند (بوکرو ۱۹۸۶ - ۱۹۸۵، ص ۱۰). کیسی بوکرو می‌گوید روزنامه‌نگاران به سادگی دیگران را به رعایت موازین اخلاقی دعوت می‌کنند اما از تحمیل اصول اخلاقی به روزنامه‌نگاران بیم دارند.

آیا در این مورد، اتفاق نظر وجود دارد؟ آیا ژورنالیست‌ها هنوز به آنچه که جیمز بویلان (James Boylan) سردبیر پیشین نشریه کلمبیا ژورنالیزم ریویو (۱۹۸۶ ص ۳۰) گفته است باور دارند؟ وی می‌گوید انتقاد کارکنان رسانه‌های خبری از عملکرد خود در واقع نوعی تیشه بر ریشه خود زدن خواهد بود.

چنین به نظر می‌رسد که اطلاعات قابل اعتمادی در تأیید یا رد این موضوع وجود ندارد و به همین دلیل تصمیم گرفتم تا مصاحبه‌هایی ترتیب دهم و موضوع را به‌طور جامع بررسی کنم. هدف از انجام این بررسی اولیه (Pilot Study)، تهیه پرسش‌نامه‌ای درباره مسائل چون سرزنش و انتقاد از خود و پی بردن به این سؤال بود که آیا روزنامه‌نگاران جداً از افشای خطاها و گناهان همقطاران‌شان آکراه دارند؟

مفاهیم اساسی پرسش‌نامه مورد نظر در خلال بررسی مسائل اخلاقی رسانه‌ها تدوین شد. اعضای این هیئت تحقیقاتی عبارت بودند از مؤلف این کتاب (روزنامه‌نگار و استاد روزنامه‌نگاری) یک مدرس دیگر رشته روزنامه‌نگاری، یک گزارشگر تلویزیونی، نویسنده یک نشریه هفتگی و یک استاد رشته اخلاق.

با مراجعه حضوری به سردبیر خبر یک شبکه تلویزیونی، یک سردبیر خبر رادیو، سردبیر یک هفته‌نامه و ناشر و سردبیر پیشین یک روزنامه و ارائه پیش‌نویس پرسش‌نامه به آن‌ها، سؤالات اصلی بیشتر ارزیابی شد.

پرسش‌نامه‌ای که سرانجام با پست برای مخاطبین ارسال شد در نمودار ۱-۱۳ نشان داده شده است. افرادی که این پرسش‌نامه برایشان ارسال شد نمونه‌ای از سردبیرانی بودند که نامشان در کتاب سال رسانه‌های کابلی و شبکه‌های رادیو - تلویزیونی درج شده بود. علت انتخاب سردبیران اخبار رادیو برای پاسخ‌گویی به این پرسش‌نامه، همگونی نسبی این گروه بود تا به سادگی بتوان ناهمگنی موجود در پاسخ‌های آنان را تشخیص داد.

روش به کار رفته در تهیه و تدوین این پرسش‌نامه برای علاقه‌مندان به بررسی شیوه و روش کارهای آماری در پیوست «ج» تشریح شده است. نتایج به دست آمده از این پرسش‌نامه که در نمودار ۲-۱۳ (صفحات ۱۵۰ و ۱۵۱)

بازگو شده است نشان می‌دهد که بسیاری از مخاطبان انتقادهای کلرمن و بوکرو (اینکه مطبوعات باید انتقاد از خود را یاد بگیرند و اینکه ژورنالیست‌ها دوست ندارند به خطاهای خود اعتراف کنند) را می‌پذیرند. علاوه بر این، اکثریت پاسخ دهندگان به پرسش‌نامه با این نکته موافق بوده‌اند که انتقاد از خود از جانب رسانه‌ها عامل مؤثری در جلوگیری از انجام رفتاری‌ها غیراخلاقی ژورنالیست‌ها است. پاسخ‌دهندگان به این پرسش‌نامه تقریباً به‌طور مساوی به مخالف و موافق این نظریه که پافشاری مردم در مورد رعایت اخلاق روزنامه‌نگاری در اصل از ضدیت با رسانه‌ها سرچشمه می‌گیرد تقسیم شده‌اند و اکثریت ضعیفی وجود چنین گرایشی را رد کرده‌اند.

همان‌گونه که انتظار می‌رفت سردبیرانی که به این پرسش‌نامه پاسخ دادند علاقه و توجه بیشتری برای دنبال کردن ماجرای یک مقام رسمی (مقام دولتی) که پایش در نوعی سوء استفاده مالی به میان آمده نشان می‌دهند تا حوادث مشابهی که برای مدیر یک شرکت بیمه یا یک گزارشگر یا یک همکار که علاوه بر رسانه محل کار خود، برای رسانه رقیب نیز کار می‌کند. اظهارنظرهای بسیاری از پاسخ دهندگان در حاشیه پرسش‌نامه نشان می‌دهد که مقام‌های منتخب برای مشاغل رسمی به دلیل ماهیت شغل خود بیش از شخصیت‌های خصوصی و غیررسمی در معرض کنجکاوی رسانه‌های خبری قرار دارند. تمایل به انتشار گزارش منفی درباره گزارشگر یک رسانه رقیب و یک همکار، از لحاظ اولویت در پیگیری فعالانه ماجرا، در پائین‌ترین رده قرار داد.

اکثر پاسخ‌دهندگان یعنی حدود ۶۰ درصد از آن‌ها با این مطلب که بارها شاهد سرپوش گذاشتن بر روی ماجراهایی بوده‌اند که تهیه گزارش‌های منفی در قبال گزارشگران دیگر را ایجاب می‌کرده مخالفت یا شدیداً مخالفت ورزیده‌اند.

با وجود این، بین سردبیرانی که احساس می‌کنند بارها شاهد خودداری از انتشار گزارش‌های منفی درباره ژورنالیست‌های دیگر بوده‌اند و کسانی که معتقدند رسانه‌ها باید انتقاد از خود را یاد بگیرند و این نکته که ژورنالیست‌ها دوست ندارند به خطاها و گناهان خود اعتراف کنند، همبستگی زیادی وجود دارد. علاوه بر این، بین کسانی که معتقدند ژورنالیست‌ها از انتشار گزارش‌های منفی درباره یکدیگر خودداری می‌کنند و کسانی که فکر می‌کنند انتقاد از خود رسانه‌ها، عامل مؤثری برای بازداشتن ارتکاب از اعمال غیراخلاقی محسوب می‌شود نوعی رابطه نسبی وجود دارد.

انواع رابطه ریاضی و تفاوت‌های موجود در پاسخ‌ها و تشریح رابطه‌هایی که از طریق اعداد و ارقام ریاضی نمی‌توان آن‌ها را بیان داشت در پیوست «ج» قید شده‌اند.

پرسش نامه

دستورالعمل: لطفاً پاسخ‌های مناسب خود را در جاهای خالی مقابل هر سؤال علامت بزنید و سپس پرسش‌نامه را در پاکت پیوست که دارای آدرس و تمبر می‌باشد قرار داده و پست نمایید.

توجه داشته باشید که لحن سؤالات بیانگر پیش‌داوری تهیه‌کننده پرسش‌نامه نیست بلکه سؤالات به گونه‌ای تنظیم شده که پاسخ کارکنان شاغل مطبوعات به برخی از جنبه‌های انتقاد از رسانه‌ها مشخص شود. البته شما می‌توانید با سؤالاتی که مطرح شده مخالف یا شدیداً مخالفت کنید.

۱. ریچارد کلرمن خبرنگار و سردبیر پیشین هفته‌نامه تایمز در یکی از مقاله‌های اخیر خود با عنوان «مطبوعات به راحتی انتقاد می‌کنند؛ اکنون نوبت آن است که انتقاد از خود را یاد بگیریم»، معتقد است که رسانه‌ها بطور جدی و قاطع از خود و از یکدیگر انتقاد نمی‌کنند. نظر شما در این مورد چیست؟

شدیداً موافق — موافق — مخالف — شدیداً مخالف

۲. پیشنهادهای متعددی در زمینه توییح جدی ژورنالیست‌های خلاف‌کار توسط مطبوعات از طریق افشای وضعیت اخلاقی، یا تأکید بر صلاحیت ژورنالیست‌های دیگر ارائه شده است. با وجود این، پیشنهادها مطرح شده با اقبال همگانی رو به رو نبوده است. در واقع، انجمن روزنامه‌نگاران حرفه‌ای اخیراً تبصره مربوط به درخواست از ژورنالیست‌ها برای انتقاد جدی از آن دسته از همقطاران‌شان که احکام اخلاقی را نادیده می‌گیرند، حذف کرد. برخی از ناظران از جمله کیسی بوکر از روزنامه شیکاگو تریبیون و مؤلف نظام‌نامه اخلاقی این نشریه که توییح روزنامه‌نگاران خاطی را پیش‌بینی کرده، معتقد است روزنامه‌نگاران به رغم اعتقاد به اصول اخلاقی، از تحمیل این اصول به روزنامه‌نگاران بیم دارند. بوکر معتقد است ژورنالیست‌ها نیز همانند پزشکان و وکلا ترجیح می‌دهند که گناهانشان پنهان بماند.

نظر شما در قبال گفته‌های بوکر چیست؟

شدیداً موافق — موافق — مخالف — شدیداً مخالف

۳. انتقاد از خود رسانه‌ها، ابزار مؤثری برای بازداشتن اعضای جامعه مطبوعات از رفتارهای غیراخلاقی محسوب می‌شود.

شدیداً موافق — موافق — مخالف — شدیداً مخالف

۴. بیشتر نگرانی‌های مردم درباره اخلاق روزنامه‌نگاری از کینه‌ای که مردم نسبت به مطبوعات دارند سرچشمه می‌گیرد، در حالی که حقایق مؤید این مسئله نیست.

شدیداً موافق — موافق — مخالف — شدیداً مخالف

سؤال‌های زیر با توجه به یک مورد فرضی تهیه شده است. مدارکی در اختیار دارید که نشان می‌دهد آقای اسمیت که یکی از مقام‌های سرشناس جامعه محسوب می‌شود به علت اشتراک منافع نمی‌تواند وظایف و مسئولیت‌های محوله را با حفظ بی‌طرفی انجام دهد.

۵. آقای اسمیت از مقام‌های منتخب ایالتی است. ممکن است من با شدت تمام ماجرای تضاد منافع آقای اسمیت را افشا کنم (در پرسش‌نامه پاسخ خود را در مورد میزان موافقت یا مخالفت شما با پیگیری جدی ماجرای آقای اسمیت مشخص نمایید).

شدیداً موافق — موافق — مخالف — شدیداً مخالف

۶. آقای اسمیت معاون یک شرکت بزرگ بیمه است ممکن است من با شدت تمام اشتراک منافع وی را افشا کنم.

شدیداً موافق — موافق — مخالف — شدیداً مخالف

۷. آقای اسمیت خبرنگار یک رسانه رقیب است. ممکن است من ماجرای اشتراک منافع وی را با شدت تمام در گزارش خود دنبال کنم.

شدیداً موافق — موافق — مخالف — شدیداً مخالف

۸. آقای اسمیت یکی از خبرنگاران رسانه‌ای است که من در آنجا به کار اشتغال دارم. ممکن است من ماجرای اشتراک منافع وی را با شدت تمام در گزارش خود دنبال کنم.

شدیداً موافق — موافق — مخالف — شدیداً مخالف

۹. در طول خدمتم به عنوان یک روزنامه‌نگار، بارها دیده‌ام که ژورنالیست‌ها از تهیه گزارش‌های منفی درباره روزنامه‌نگاران دیگر خودداری کرده‌اند.

شدیداً موافق — موافق — مخالف — شدیداً مخالف

نمودار ۱-۱۳ پرسش‌نامه مربوط به بررسی همه جانبه درباره میزان تمایل ژورنالیست‌ها برای انتقاد آشکار از خود و همقطاران‌شان

پاسخ به پرسش‌نامه

رقم سمت چپ نشان دهنده تعداد پاسخ‌دهندگان و رقم دوم سمت راست درصد پاسخ‌دهندگان است.

انواع پاسخ‌ها به سؤال شماره ۱: نظر شما درباره گفته کلرمن چیست؟ (مطبوعات باید انتقاد از خود را یاد بگیرند)

شدیداً موافق	موافق	مخالف	شدیداً مخالف
۱۶/۱۳/۲٪	۷۵/۶۲/۵٪	۲۶/۲۱/۷٪	۳/۲/۵٪

انواع پاسخ‌ها به سؤال ۲: نظر شما در مورد گفته بوکرو چیست؟ (روزنامه‌نگاران ترجیح می‌دهند خطاها و گناهانشان پنهان بماند)

شدیداً موافق	موافق	مخالف	شدیداً مخالف
۱۷/۱۴/۳٪	۷۷/۶۴/۷٪	۲۰/۱۶/۸٪	۵/۴/۲٪

انواع پاسخ‌ها به سؤال ۳: انتقاد از خود رسانه‌ها شیوه مؤثری برای بازداشتن از رفتارهای غیراخلاقی در جامعه مطبوعات محسوب می‌شود.

شدیداً موافق	موافق	مخالف	شدیداً مخالف
۱۲/۱۰٪	۶۸/۵۶/۷٪	۳۲/۲۶/۷٪	۸/۶/۷٪

انواع پاسخ‌ها به سؤال ۴: بیشتر نگرانی‌های مردم در قبال اخلاق روزنامه‌نگاری از کینه علیه رسانه‌ها سرچشمه می‌گیرد. حقایق مؤید این موضوع نیست.

شدیداً موافق	موافق	مخالف	شدیداً مخالف
۵/۴/۳٪	۴۹/۴۱/۹٪	۵۶/۴۷/۹٪	۷/۶٪

انواع پاسخ‌ها به سؤال ۵: ... نماینده منتخب ایالتی. ممکن است ماجرا را با شدت تمام پیگیری کنم.

شدیداً موافق	موافق	مخالف	شدیداً مخالف
۶ / ۴۳ / ۵۱٪	۳ / ۵۱ / ۶۰٪	۱ / ۶۵ / ۶٪	۰ / ۰ / ۰٪

انواع پاسخ‌های به سؤال ۶: ... معاون یک شرکت بزرگ بیمه. ممکن است با شدت تمام ماجرا را پیگیری کنم.

شدیداً موافق	موافق	مخالف	شدیداً مخالف
۶ / ۲۵ / ۳۰٪	۰ / ۵۳ / ۶۲٪	۴ / ۲۱ / ۲۵٪	۰ / ۰ / ۰٪

انواع پاسخ‌ها به سؤال ۷: ... رسانه رقیب. ممکن است ماجرا را با شدت تمام دنبال کنم.

شدیداً موافق	موافق	مخالف	شدیداً مخالف
۶ / ۱۸ / ۲۲٪	۹ / ۴۷ / ۵۶٪	۸ / ۳۰ / ۳۶٪	۶ / ۲ / ۳٪

انواع پاسخ‌ها به سؤال ۸: ... خبرنگار یا همکار رسانه‌ای که در آن کار می‌کنم. ممکن است با شدت تمام ماجرا را دنبال کنم.

شدیداً موافق	موافق	مخالف	شدیداً مخالف
۸ / ۱۴ / ۱۷٪	۹ / ۳۳ / ۳۹٪	۷ / ۴۲ / ۴۸٪	۶ / ۹ / ۱۱٪

انواع پاسخ‌ها به سؤال ۹: ... من بارها دیده‌ام که روزنامه‌نگاران از تهیه گزارش‌های منفی درباره روزنامه‌نگاران دیگر خودداری کرده‌اند.

شدیداً موافق	موافق	مخالف	شدیداً مخالف
۲ / ۵ / ۶٪	۳ / ۳۵ / ۴۱٪	۷ / ۴۵ / ۵۳٪	۸ / ۱۳ / ۱۶٪

نمودار ۲-۱۳ جدول پاسخ‌های ارائه شده به پرسش‌نامه نمودار ۱-۱۳

نتایج این بررسی نشان می‌دهد که بسیاری از سردبیران خبر بر این عقیده‌اند که رسانه‌های خبری می‌توانند و باید در مورد خود سخت‌گیری بیشتری نشان دهند و اکثر آن‌ها فکر می‌کنند که انتقاد از خود و منعکس کردن شیوه‌ها و رفتار غیراخلاقی ژورنالیست‌ها، وسیله مؤثری برای بازداشتن آن‌ها از اعمال خلاف است.

واقعیت که از هر ده نفری که به پرسش‌نامه پاسخ داده‌اند چهار نفر می‌پذیرند یا با قاطعیت اعلام می‌کنند که بارها شاهد پرده‌پوشی ژورنالیست‌ها و خودداری آن‌ها از تهیه گزارش‌های منفی در قبال همقطاران‌شان بوده‌اند نشان می‌دهد که چنین رویه‌ای در جامعه مطبوعات رواج دارد. علاوه بر این، می‌توان گفت کسانی که شاهد مسامحه رسانه‌های خبری در قبال رسانه‌های دیگر بوده‌اند - دست کم با اهدافی که این پرسش‌نامه دنبال می‌کند - در مجموع دید انتقادی‌تری نسبت به رسانه‌های خبری ابراز می‌کنند. کوتاه سخن اینکه، اعداد و ارقام به دست آمده از این نمونه کوچک تأییدی است بر دیدگاه‌های منتقدانی چون بوکرو و کلرمن و در عین حال صحت مسائل کیفی را که در طول این کتاب مورد بحث قرار گرفتند تا حدودی با داده‌های آماری و کمی تأیید می‌کند. گام بعدی این است که ببینیم آیا عوامل و داده‌های این بررسی مبتنی بر نمونه کوچک، را می‌توان به کل جامعه ژورنالیستی تعمیم داد.

امیدوارم من و دیگر پژوهش‌گران بتوانیم این مسائل را با وسعت و ابعاد گسترده‌تری مورد بررسی قرار دهیم، و بسیاری از عواملی که پیش از این برشمردیم مورد مطالعه قرار گیرد و این مسئله که رسانه‌ها تا چه حد می‌خواهند خود را در معرض شناخت و قضاوت قرار دهند روشن‌تر و مشخص شود که آیا واقعاً رسانه‌ها می‌خواهند آن گونه که یکی از سردبیران گفته است همانند افراد زودرنج بسیار با ملاحظت با آن‌ها برخورد شود.

نتیجه گیری

گرچه به نظر می‌رسد که در فصل قبل در بیان مطالب لحن منفی داشته‌ام، باید اذعان کنم که رسانه‌ها تلاش فزاینده‌ای در جهت ارزیابی انتقادی از خود نشان داده‌اند. حصار صخره‌ای رسانه‌ها نیز ممکن است روزی همانند دیوار برلین کاملاً فرو ریزد. به عنوان ناظری غیررسمی، اخیراً مطالب زیر را خوانده یا مشاهده کرده‌ام:

- گزارشی در شبکه تلویزیونی ای بی سی که در آن قدرت و توانایی‌های تجهیزات نوین ویدیویی در گمراه کردن تماشاگران به نمایش گذاشته شده بود و به بینندگان هشدار می‌داد که چگونه تلویزیون می‌تواند به یک ابزار تبلیغاتی تبدیل شود و این هشدار ضمنی که رسانه‌های خبری همیشه نمی‌توانند جنبه‌های تبلیغی را خنثی کنند.
- همایشی که در خلال آن دلیو سی وی بی (WCVB)، ایستگاه تلویزیونی وابسته به ای بی سی در بوستون، یک برنامه بی‌وقفه یک ساعته را بدون آنکه در لابه‌لای آن آگهی تجاری پخش کند به بحث آزاد درباره پوشش خبری رسانه‌ها از ماجرای قتل استوارت اختصاص داد.
- یک رشته از مقاله‌ها در روزنامه‌ها و مجلات معتبر که به اتهامات و اتهامات متقابل اخلاقی بین دوستانمان آقای مک دونالد، آقای مک گینس و خانم ملکوم اختصاص داشت.

بله، من یقین دارم که رسانه‌ها به تدریج دروازه حصارهای خود را می‌گشایند و خود را بیش از پیش در معرض دید و قضاوت مردم قرار می‌دهند. در پرتو چنین اقدامی، بسیاری از معماهای مربوط به اخلاقیات ممکن است گشوده شوند.

اما پیش از ارزیابی بیشتر این موضوع اجازه می‌خواهم تا لحن گفته‌هایم را کمی غیررسمی‌تر کرده و دیدگاه‌های خود را درباره ماهیت ژورنالیسم و اخلاقیات بیان کنم.

قبل از هر چیز باید بگویم که قصد ندارم خود را فیلسوف و در زمره اخلاقیون معرفی کنم. من روزنامه‌نگار و نویسنده‌ای هستم که در شانزده سالگی در قسمت خبر یک شبکه تلویزیونی برای خود شغلی پیدا کردم و تا زمان نوشتن این کتاب تقریباً بیست سال در رسانه‌های مختلف به کار و اشتغال داشته‌ام. گرچه در این فاصله به اخذ مدارک دانشگاهی نائل آمده و به عنوان استاد ارتباطات به تدریس اشتغال دارم اما هنوز هم فعالانه به حرفه روزنامه‌نگاری مشغول بوده و خود را یک ژورنالیست می‌دانم.

گرچه هیچ نوع ادعایی مبنی بر فیلسوف بودن خود ندارم اما بر این باورم که بیشتر اندیشه‌های فلسفی آن چنان پیچیده نیستند که تقریباً هیچ کس نتواند آن‌ها را درک کند. (من خود را یکی از پائین‌ترین افراد عادی جامعه می‌دانم. اگر من می‌توانم مطالب فلسفی را درک و تشریح کنم هر کس دیگری نیز از عهده این کار برخواهد آمد. راه من در زندگی بر این اصل استوار است). به هر تقدیر، به گونه‌ای کاملاً گذرا و سطحی و بدون آنکه نام شاخه‌های فلسفی را ذکر کنیم با برخی از شاخه‌های آن از جمله متافیزیک که به مطالعه مسائل مربوط به واقعیت اختصاص دارد سر و کار داشته‌ام. در چندین فصل از این کتاب به‌طور بسیار فشرده به مشکلات مربوط به تشخیص واقعیت از غیرواقع اشاره کردیم.

در طول کتاب، در زمینه معرفت‌شناسی، یعنی شناخت واقعیت و چگونگی رسیدن به این شناخت مطالبی عنوان شد و در ارزیابی اعتبار بحث‌های مربوط به بسیاری از نکات این کتاب تا حدودی به یکی دیگر از رشته‌های فلسفه یعنی منطق متوسل شدم، و سرانجام اینکه در بحث‌های خود، یکی دیگر از رشته‌های فلسفه یعنی اخلاقیات را با گستردگی تمام مورد بحث قرار دادم.

در بحث‌های خود بطور خلاصه و گذرا به برخی از شعبات و رشته‌هایی که بطور نسبی از اخلاقیات جدا شده‌اند اشاره کردم. از جمله این رشته‌ها، روش‌شناسی اخلاق (Metaethics) است که به ارزیابی معنی واژه‌های اخلاقی اختصاص دارد و به گونه‌ای نه چندان علمی در تشریح واژه‌هایی چون عینیت، انصاف و صداقت کاربرد پیدا می‌کند.

بحث اصلی ما در این کتاب به آنچه که اصطلاحاً اخلاق هنجاری یا دستوری (Normative ethics) نامیده می‌شود و مراد از آن ارزیابی اصول اخلاقی تثبیت شده و چگونگی ارتباط این اصول با مسائل جهان می‌باشد اختصاص داشت.

برخی از فلاسفه از جمله کریستینا هوف سومرز (Christina Hoff Sommers) (۱۹۸۵ صفحات VIII تا VII) اخلاق هنجاری را به دو نیم تقسیم می‌کند: اخلاق اجتماعی (به معنی اخلاق کاربردی [عملی]) اخلاق خصوصی (Private ethics) که به تقوای شخصی افراد مربوط می‌شود.

اخیراً در یکی از مراکز دانشگاهی، رشته اخلاق کاربردی رسانه‌ها را تدریس می‌کردم و در سایر کلاس‌هایی که در دانشگاه و مراکز آموزش عالی داشته‌ام نیز این مبحث را در کنار مباحث دیگر به دانشجویان تدریس کرده‌ام. برای اولین بار در طول زندگی حرفه‌ای خود، مبحثی را تدریس کرده‌ام که خریداران زیادی دارد چون امروزه مباحث اخلاقیات در دانشگاه‌ها به عنوان بحث روز تلقی می‌شود. براساس تحقیقی که مرکز هاستینگر انجام داده است، امروزه در دانشگاه‌ها و مدارس عالی آمریکا حدود یازده هزار واحد درسی به موضوع اخلاق عملی اختصاص دارد.

باید اعتراف کنم که همیشه نسبت به ارزش واقعی مربوط به چگونگی تدریس بسیاری از درس‌های اخلاق عملی از جمله آنچه را که خود تدریس می‌کنم تردید داشته‌ام. البته هرگز جرئت نکرده‌ام که تردیدهای خود را بیان کنم، اما خوشبختانه پروفیسور سورمز در مقاله‌ای که به این بحث اختصاص دارد آنچه را که من از بیان آن عاجز بوده‌ام به زبان آورده است. وی درباره این موج تازه گرایش به مبحث اخلاق عملی چنین نوشته است:

... چنین موج جدیدی چندان مسرت‌بخش نیست. دانشجویان رشته اخلاق عملی در مطالعه کتاب‌های درسی خود به مطالبی بر می‌خورند که در آن‌ها فلاسفه موضع شدیدی در قبال مسائل مهم اجتماعی از قبیل سقط جنین، جان ستانی از روی ترحم، مجازات اعدام و سانسور اتخاذ کرده‌اند. در مقابل، در این کتاب‌ها مطالب چندانی درباره تقوای شخصی و حس مسئولیت وجود ندارد. بسیاری از درس‌های مربوط به اخلاق کاربردی در مدارس عالی مسائلی چون چگونگی اداره و خط مشی اعمال شده در مدارس، دادگاه‌ها، شرکت‌های بزرگ و نهادها و سازمان‌های دولتی مورد بحث قرار گرفته و مسئولیت‌های اخلاقی دانشجویان به ندرت مطرح می‌شوند. ... هدف اصلی از تدریس اخلاق عملی به دانشجویان، چگونگی شکل‌گیری دیدگاه مسئولانه آن‌ها در قبال سیاست‌های اجتماعی است هدفی که بیشتر جنبه مدنی دارد تا اخلاق شخصی. به کارگیری اخلاق در زندگی نوین به چیزی فراتر از یادگیری چگونگی هواداری یا مخالفت با سیاست‌های اجتماعی و خط مشی حاکم بر نهادهای اصلی جامعه نیاز دارد. بررسی این گونه مسائل به خودی خود مهم هستند، اما کافی نمی‌باشند.

همیشه بر این باور بوده‌ام که تقوای شخصی و مسئولیت فردی بیش از دستورالعمل‌ها و رهنمودهای پیچیده اخلاقی در حرفه روزنامه‌نگاری کاربرد دارد.

این باور که ما از طریق دادن آگاهی‌های لازم به مردم و فراهم ساختن زمینه دسترسی مردم به رسانه‌ها - مباحثی که درون مایه اصلی این کتاب را تشکیل می‌دهند - می‌توانیم برخی از مسائل و معماهای اخلاقی را حل کنیم، در گرو تلاش و تقوای افراد قرار دارد. اگر مردم از وجود اصلاحیه اوّل قانون اساسی و متمم‌های آن بی‌اطلاع باشند نمی‌توانیم جامعه‌ای آگاه داشته باشیم و به همین ترتیب اگر خبرنگاران و سردبیران رسانه‌ها خود را در پشت حصار سازمان‌های خبری پنهان کنند انتظار داشتن رسانه‌های مسئول و متعهد آرزویی عبث خواهد بود. به اعتقاد من هم برای داشتن مردمی آگاه و هم رسانه‌های مسئول، آگاهی، کلید شگل‌گیری دیدگاه شخصی در قبال اخلاق رسانه‌ها محسوب می‌شود. این آگاهی صرفاً به شناختن نحوه فعالیت رسانه‌ها که خود از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است محدود نمی‌شود بلکه باید نسبت به تمامی عوامل فرهنگی که در تصمیم‌گیری‌های اخلاقی دخیل می‌باشند آگاهی پیدا کرد. تصمیم‌های اخلاقی در خلأ گرفته نمی‌شوند، این گونه تصمیمات را نمی‌توان در شرایط تهی از شناخت اتخاذ

کرد. در ضمن چنین تصمیم‌هایی را نمی‌توان در نبود تقوای شخصی اتخاذ نمود. و اسرانجام اینکه تقوی و فضیلت شخصی زمانی تحقق پیدا می‌کند که افراد خود را به خطر انداخته و به تنهایی بپاخاسته و بگویند «این اشتباه است.» همان گونه که نمی‌توانم ادعای فیلسوف بودن داشته باشم باید اعتراف کنم که مورخ، دانشمند علوم سیاسی، حقوقدان یا جامعه‌شناس نیز نیستم اما تلاش کرده‌ام تا برخی از دیدگاه‌های مربوط به این علوم را در مطالعه اخلاقیات بیان کنم دیدگاه‌هایی که به رشد آگاهی من در زمینه ژورنالیزم و ارتباطات جمعی کمک می‌کنند.

با توجه به کتاب‌هایی که در زمینه تاریخ نوشته‌ام و تلاشی که در جهت آگاهی از رویدادهای گذشته داشته‌ام شاید بتوانم خود را یک شبه مورخ بخوانم. با عنایت به این نکته مایلم تا این کتاب را با یادآوری درس‌هایی از تاریخ ژورنالیزم به پایان ببرم

زمانی که سناتور مک کارتی سرگرم نشان دادن رابطه میان تفکر گروهی (Group Think) و جنون جمعی (Mass Hysteria) بود، رسانه‌های خبری آمریکا - که به هیچ وجه نمی‌خواستند خود را هوادار وی نشان دهند و خدا آن‌ها را ببخشاید - تقریباً دست روی دست گذاشته و سکوت اختیار کردند. دو روزنامه‌نگار به نام‌های ادوارد آر. مورو و فرد فرنلدی تقریباً با سرمایه شخصی خود ترس و بزدلی حاکم بر سی‌بی‌سی را کنار گذاشته و در یک گزارش مستند ماهیت واقعی مک کارتی را افشا کردند.

این دو روزنامه‌نگار با تهیه این گزارش، موقعیت حرفه‌ای و سرمایه خود را به خطر انداختند اما برای آن‌ها زمان آن فرا رسیده بود تا به عنوان دو فرد، آشکارا اعلام کنند که «این اشتباه است.»

حدود یک دهه بعد، زمانی که لیندن جانسون با گشاده‌دستی فوق‌العاده پول و سربازان آمریکایی را روانه جنگی کرد که ظاهراً قادر به پیروزی یا شکست در آن نبود (جنگ ویتنام) باز هم جامعه مطبوعات آمریکا در مجموع سکوت اختیار کرد. اما این بی‌تفاوتی نمی‌توانست تا ابد ادامه پیدا کند.

باربارا توچمن (Barbara Tuchman) (۱۹۸۴ ص ۳۴۲) از مخالفت‌های فزاینده علیه فعالیت‌های ضد جنگ والتر لیپمن (Walter Lippman) با عبارت «اختلاف عقیده کشور را فراگرفته است» یاد کرده است. با پوزش از توچمن فقید، باید بگویم که واژه «فراگرفته» به اعتقاد من واژه درستی نیست چون این واژه چنین القا می‌کند که مخالفت با فعالیت‌های ضد جنگ والتر لیپمن به تدریج کشور را فراگرفته است و این نوعی اعتبار بخشیدن به این واژه است. واقعیت این است که والتر لیپمن هدف خشم و تحقیر رئیس جمهوری قلدر قرار گرفته بود و بسیاری از اعضای جامعه مطبوعات نیز که هنوز ترجیح می‌دادند در خط حزب حرکت کنند وی را سرزنش کردند. گرچه موضع‌گیری والتر لیپمن علیه جنگ ویتنام و جانسون بعدها در موقعی که چنین جبهه‌گیری‌هایی خطری به همراه نداشت هواداران بسیاری پیدا کرد اما در ابتدا، وی تنها بوده و لطمه‌هایی را نیز متحمل شد. این موضوع در مورد هریسون سالیزبوری نیز که به خاطر گزارش‌های ناخوشایندش از سیاست‌های آمریکا در قبال ویتنام مورد سرزنش بسیاری از همقطاران خود قرار گرفت صدق می‌کند.

اما این دو روزنامه‌نگار، هم از مزایا و امتیازات هم‌رنگ شدن با خبر بودند و هم نتایج و خطرات مخالفت را می‌دانستند، با این حال تصمیم گرفتند تا بگویند «این اشتباه است.»

بدین گونه است که دگرگونی‌های اخلاقی شکل می‌گیرد، این افراد هستند که دگرگونی‌ها را پدید می‌آورند، نه گروه‌ها و حرفه‌های مختلف. به همین دلیل نسبت به رخنه فزاینده شرکت‌های بزرگ به قلمرو رسانه‌ها و خطر از میان رفتن تنوع آن‌ها شخصاً نگران هستم. یکی از بدترین پیش‌بینی‌های من درباره آینده رسانه‌های خبری تبدیل آن‌ها به نهادهایی سر به راه، بی‌جنب و جوش و یکنواخت است که در آن‌ها هیچ مرد یا زنی جرئت عرض اندام در مقابل شرکت بزرگ صاحب رسانه را نداشته و نمی‌تواند بگوید که «این اشتباه است.»

در یک ارزیابی بلند پروازانه از وضعیت ژورنالیزم آمریکا باید گفت که با کمال مطلوب فاصله دارد. اما در مجموع چندان هم ناامید کننده نیست. با بهره‌گیری از سیاست و اخلاقیات کثرت‌گرا توانسته‌ایم کشور و مطبوعاتی آزاد داشته باشیم گرچه شکست‌ها و دشواری‌هایی نیز در میان بوده است. گرچه در صفحات این کتاب و در موارد دیگر نسبت به پیامدهای زیانبار افراط در آزادی مطبوعات و بیان، هشدارهای لازم داده شد، اما به هر حال پی‌آمد نقض آزادی بیان و مطبوعات، به مراتب مخرب‌تر است. به همین دلیل بخش دوم سناریو بدبینانه من به اثرات زیانبار و پیامدهای ناخوشانید محدودیت آزادی مطبوعات اختصاص دارد.

من اظهارنظر جان مریل را می‌پذیرم که می‌گوید تنوع رسانه‌ها و پیام آن‌ها ممکن است با حرفه‌ای شدن رسانه‌ها، که با نیت خیر اما روش نادرست دنبال می‌شود، به خطر افتد چون تشکلهای حرفه‌ای و صنفی به سمت ایجاد مانع برای پیوستن اعضای جدید گرایش دارند. موجب تأسف خواهد بود اگر بخش سوم سناریوی من که از شکل‌گیری آن وحشت دارم به واقعیت پیوسته و شیوه خاصی برای تأیید صلاحیت ژورنالیست‌ها ابداع شود و در پی آن ژورنالیست‌ها به دو گروه دارای صلاحیت و فاقد صلاحیت تقسیم شوند. مایه بسی مسرت خواهد بود اگر از طریق انتقاد جدی از خود و مردود شمردن ضوابط و ویژگی‌های از پیش تعیین شده، از تقسیم ژورنالیست‌ها به ژورنالیست‌های واجد شرایط و فاقد شرایط جلوگیری شود.

گرچه این رند (Ayn Rand) بحث‌های سیاسی خاصی را پیش کشیده که من با آن‌ها مخالفم اما - براساس محترم شمردن اصل کثرت‌گرایی - نقل آن را مفید می‌دانم چون لازمه مطبوعات آزاد و فارغ از محدودیت را که در صورت تمایل می‌توانید آن را یک «حرفه آزاد (Open Craft)» بنامید، به خوبی تشریح کرده است.

خانم این رند می‌نویسد (۱۹۷۱ ص ۴۶) اگر کسی بخواهد به متوسط بودن خود اعتراف کند بهترین راه آن است تا نوشته و اثر خود را در معرض داوری مطلق یک گروه به ویژه هم‌قطاران حرفه‌ای خود قرار دهد. این گونه داوری بدتری شکل ستمگری است چون این داوری علیه بهترین توانایی انسان، یعنی اندیشه و علیه تنها دشمن، که انسان نوآور است نشانه رفته است.

پیوست «الف»

نکاتی درباره مطالعات بیشتر در مورد فلسفه و اخلاق

بیشتر مفاهیمی که در این کتاب مورد بحث قرار گرفت از آنچه که به علت فقدان عبارت بهتر آن را «فلسفه کلاسیک» نامیده‌ایم نشئت گرفته است. گرچه این کتاب یک اثر فلسفی به معنی اخص آن نیست اما همان گونه که متوجه شدید (یا من امیدوارم که چنین باشد) بسیاری از مسائل و معماهایی که ذهن فلاسفه کلاسیک، را به خود مشغول کرده بودند امروزه نیز مطرح هستند.

در برخی از موارد، تجلی دوباره افکار کلاسیک به شکل همان عبارت و کلمات اولیه است که نمونه آن را در فصل ۳ در قسمتی که خبرنگار خود را در تهیه گزارش مربوط به خودکشی محق دانسته و می‌گوید انتشار گزارش وی «بیشترین فایده را برای بیشترین تعداد» به همراه دارد مشاهده می‌کنیم. در موارد دیگر، بحث‌ها ترکیبی از افکار و اندیشه‌هایی است که گرچه نمی‌توان آن‌ها را به سادگی ریشه‌یابی کرد اما مسائلی هستند که زندگی امروزه ما را تحت تأثیر خود دارند. برای مثال برخی از فلاسفه که به «اشراقیون» (Intuitionist) شهرت دارند چنین می‌پندارند که برخی از مقوله‌های درست و نادرست به دلیل بدیهی بودنشان نیازی به اثبات ندارند. به خاطر داشته باشید که گروهی از افراد بسیار «عمل‌گرا» (Pragmatist) این فلسفه را در رابطه با حقوق بشر به کار بردند. آن‌ها این گونه نوشته‌اند: ما بر این باوریم که این حقایق بدیهی می‌باشند... این سند مورخه ۴ ژوئیه ۱۷۷۶ (قانون اساسی آمریکا) است، اما هنوز هم در مورد اندیشه‌های سیاسی نوین مصداق دارد.

به هر تقدیر، حتی خوانندگان غیر جدی به زودی متوجه می‌شوند که خواندن کتاب‌های فلسفی - گرچه کاملاً با زندگی روزمره ما ارتباط دارد اما اغلب برای کسانی که اهل فن نیستند قابل درک نمی‌باشند.

در این بخش فهرستی از کتاب‌ها برای مطالعه توصیه شده‌اند که به غیرفیلسوف‌ها کمک می‌کند تا واژه‌های نامأنوس و در مواردی روش‌های پر رمز و راز بیان مطالب در کتاب‌های مربوط به علم اخلاق را بهتر درک کنند. ابتدا سه نکته مهم:

۱. برخی از علاقه‌مندان کتاب‌ها و نوشته‌های فلسفی از اینکه می‌بینند بیشتر بحث‌های فلسفی در واقع چیزی جز مجادله درباره نکاتی که فلاسفه دیگر عنوان کرده‌اند نیست احساس سرخوردگی و دلزدگی می‌کنند. اگر شما هم چنین احساسی دارید باید به شما حق داد چون ماهیت آثار فلسفی این گونه است. حتی فیلسوف بزرگی چون جورج سانتایانا (George Santayana)، برتراند راسل جوان را به خاطر این گونه تمایلات مورد سرزنش قرار داده و او را به زندگی در جو جدال برانگیز دانشگاهی که سبب می‌شود تا پس از تأثیرپذیری از افکار دیگران، خود نکته تازه‌ای را عنوان کند متهم نمود. البته باید به خاطر داشت که این مسئله مانع از آن نشد که آقای سانتایانا یا آقای راسل بقیه عمر خود را در راه مجادله منطقی آکادمیک صرف کنند.
۲. برخی دیگر از علاقه‌مندان به آثار فلسفی که می‌خواهند به عمق مسائل فلسفی پی ببرند از نامأنوس بودن ظاهری واژه‌ها و عبارت‌های فلسفی گله دارند. اگر چنین احساسی دارید چندان نگران نباشید چون تنها شما نیستید که از دشواری واژه‌های فلسفی رنج می‌برید. فلاسفه نیز یکدیگر را به خاطر بیان مطالب غیرقابل درک سرزنش می‌کنند و در نتیجه نباید از اعتراف به عدم درک برخی از واژه‌ها و عبارات فلسفی اکراه نشان دهید چون این اعتراض تا حدودی وارد می‌باشد.

بخشی از این مشکل از ضعف ترجمه سرچشمه می‌گیرد. برخی از واژه‌ها و عبارات به هنگام ترجمه از زبانی به زبان دیگر به شدت، معنا و مفهوم خود را از دست می‌دهند. برای مثال نویسندگانی که آثارشان در سطح بین‌المللی خوانده می‌شود برای حصول اطمینان از صحت ترجمه آثار خود شیوه خاصی ابداع کرده‌اند که ترجمه متقابل نامیده می‌شود. در این روش اگر قرار باشد کتابی از زبان انگلیسی به زبان ژاپنی ترجمه شود، پس از ترجمه آن، از مترجم دیگری خواسته می‌شود تا ترجمه ژاپنی را بار دیگر به انگلیسی ترجمه کند و از این طریق اشتباهات احتمالی در برگرداندن واژه‌ها و مفاهیم، کنترل و اصلاح می‌شود. در برخی از موارد، متن اصلی انگلیسی و متن ترجمه شده از ژاپنی به گونه‌ای حیرت‌انگیز تفاوت دارد. برای مثال جمله «پایانه شماره یک را به خطوط شبکه وصل کنید» ممکن است به صورت «جفت کردن نتیجه اولین عدد با شبکه‌ای از نوارها» ترجمه شود.

دشواری‌های موجود در ترجمه اندیشه‌ها و افکار مربوط به معنی زندگی، از آلمانی یا لاتین به انگلیسی نه تنها در حفظ معنی دقیق واژه‌ها بلکه شیوایی و رسایی متن اصلی بر هیچ کس پوشیده نیست.

برخی از مترجمان در برگرداندن اثری از یک زبان به زبان دیگر موفق‌اند و برخی نیستند. بنابراین اگر در فهم آثار کانت با مشکل بزرگی رو به رو شدید سعی کنید تا ترجمه دیگری از نوشته‌های کانت را بخوانید.

۳. به عنوان آخرین رهنمود، فهرستی از برخی از آثار فلسفی و آثار اصلی فلاسفه را در پایان این کتاب برای مطالعه پیشنهاد کرده‌ام. بسیاری از این آثار (تنها فهرست خلاصه‌ای از آن‌ها ارائه داده‌ام) می‌تواند نه تنها به درک بهتر آثار فلسفی، بلکه درک افکار و نظریه‌هایی که مؤلف کتاب به آن‌ها اشاره کرده است کمک کند و در عین حال چگونگی تأثیر جو اقتصادی و اجتماعی حاکم بر دوران زندگی یک فیلسوف بر نحوه تفکر وی را روشن نماید.

یک هشدار کوچک: برخی از نویسندگان که به بررسی و نقد آثار فلاسفه دیگری می‌پردازند، عمیق بودن مطالب را با غیرقابل درک بودن افکار و اندیشه‌ها مترادف می‌دانند. به بیان دیگر، اگر دیدید که یک نقد فلسفی، از اصل اثر دشوارتر و پیچیده‌تر است تعجب نکنید. توجه داشته باشید که وقتی فلان استاد دانشگاه ارزیابی آشفته و غیرقابل درکی از نوشته‌های روان افلاطون ارائه می‌دهد اشکال احتمالاً از استاد است نه از افلاطون. کتاب‌های فلسفی را بخوانید اما هوشیاری خود را نیز حفظ کنید.

نام کتاب‌هایی که در زیر به آن‌ها اشاره شد می‌توانند برای صاحب‌نظران اخلاق ژورنالیستی به‌طور اخص و علاقه‌مندان اخلاقیات به‌طور اعم مفید واقع شوند. به استثنای اولین گروه از کتاب‌های فهرست شده (کتاب‌های مرجع ... کتاب‌های دیگر براساس نام مؤلفان فهرست‌بندی شده و توضیحات مختصری در هر مورد ارائه شده است.

تنها موردی که در ارائه این فهرست ملاک قرار گرفته (علاوه بر متناسب بودن) در دسترس بودن آن‌ها است. اگر در مواردی که از ذکر ناشر کتاب خودداری شده به علت آن است که کتاب از چنان شهرتی برخوردار است که ناشران متعددی به چاپ آن مبادرت کرده‌اند. به استثنای موارد کاملاً مقتضی (به‌ویژه وجود ترجمه خوب) تنها به ارائه عنوان کتاب اکتفا شده است.

کتاب‌های مرجع در زمینه فلسفه و اخلاق

تاریخ فلسفه (*The Story of Philosophy*) ویل دورانت بعدها مورد تجدیدنظر قرار گرفت. این کتاب در نوع خود یکی از ارزشمندترین آثار فلسفی محسوب می‌شود. گرچه لحن روایت گونه ویل دورانت در مواردی تا اندازه‌ای پرحرارت به نظر می‌رسد اما هیجان و لذت کشف افکار و اندیشه‌های بزرگ را در خواننده ایجاد می‌کند. وی در تشریح این اندیشه‌ها شناخت و آگاهی وسیع خود را به نمایش گذاشته است.

تاریخ فلسفه (*A History of Philosophy*) اثر فردریک کاپلستون در سه جلد از ویژگی‌های بارز اثر کاپلستون برقراری ارتباط و مقایسه بین افکار و اندیشه‌هایی است که وی آن‌ها را مورد ارزیابی قرار داده است. تاریخ فلسفه کاپل استون، احتمالاً قابل درک‌ترین کتاب مرجعی است که تاکنون نوشته شده و در مقایسه با اثر ویل دورانت از عمق بیشتری برخوردار است.

«مقدمه‌ای بر مطالعه اخلاقیات» (Introductory Reading in Ethics) تألیف ویلیام ک. فرانکنا (William K. Frankena) و جان گرندوز (John Grandose) (چاپ پرنیس - هال (Prantice-Hall) ۱۹۷۴) کتاب مرجعی است که برگزیده وسیعی از کتاب‌ها را طبقه‌بندی موضوعی همراه با پاره‌ای یادداشت‌های آگاهانه به خواننده ارائه می‌دهد. از جمله کتاب‌های مشابه در این زمینه که به سادگی در دسترس قرار دارند می‌توان به اخلاقیات: نظریه و عمل (Ethics: Theory and Practice) چاپ سوم اثر ژاک پ. تیررو (Jaques P. Thiroux) (مک میلان ۱۹۸۶) و اخلاق و اخلاقیات (Morals and Ethice) چاپ دوم نوشته کارل ولمن (Carl Wellman) (پرنیس - هال ۱۹۸۸) اشاره کرد. در میان آثاری که اخلاقیات کلاسیک را به موضوعات روز پیوند می‌دهد کتابی است تحت عنوان اخلاقیات برای زندگی نوین (Ethics For Modern Life) اثر مشترک رازیل ابلسون (Raziel Abelson) و ماری - لویی فریکنیون (Marie-Louise Friquignon) (انتشاراتی سن مارتی، ۱۹۸۲).

کتاب‌های بسیاری درباره جنبه‌های مسائل نوین اخلاقی نوشته شده است. خواننده علاقه‌مند به مطالعه اخلاق تجارت می‌تواند مطالب مورد نظر خود را در کتاب *اخلاقیات و سود با بحران وجدان در اخلاقیات تجارت (Ethics and Profits: the Crisis of Conscience in American Business)* نوشته لئونارد سیلک (Leonard Silk) و دیوید و گل (David Vogel) (انتشارات سیمون و شاستر ۱۹۷۹) که اثری است جذاب و آگاهی بخش پیدا کند. این کتاب در اصل نقل گفته‌های دست‌اندرکاران مسائل تجاری است و در برگیرنده سخنانی است که در یک کنفرانس بزرگ در دهه ۱۹۷۰ ایراد شد و در کنار این نقل قول‌ها نکات و مطالب ارزشمندی ارائه شده است. سیمون خود اقتصاددان و نویسنده و گل نیز به عنوان یک اقتصاددان ضمن ارائه ساده و روان افکار اقتصاد فلسفی کلاسیک معماهای نوین را چاره‌جویی می‌کنند.

اخلاقیات و سیاست در اغلب موارد به عنوان دو مقوله متضاد تلقی می‌شوند اما در کتابی تحت عنوان *اخلاقیات و سیاست نوشته امی گاتمن (Amy Gutmann)* و دنیس تامپسون (Wdennis Thompson) (نلسون - هال، ۱۹۸۶) مسائلی چون خشونت، فریب‌کاری، نافرمانی و عدالت به گونه‌ای جذاب مورد بررسی قرار گرفته‌اند. این کتاب حاوی مباحث تاریخی و معاصر است که با درایت خاصی ارزیابی شده‌اند (برای مثال یک بخش از این کتاب که به بازدارندگی هسته‌ای اختصاص دارد علاوه بر تحلیل‌های نوین، حاوی مقاله‌ای است که هنری استیمسون (Henry Stimson) وزیر جنگ وقت آمریکا درباره تصمیم مربوط به انفجار اولین بمب اتمی برفراز هیروشیما و ناکازاکی نوشته است).

بسیاری از مؤلفین که به رغم خود فیلسوف هستند مقاله‌های متعددی درباره اخلاقیات به رشته تحریر درآورده‌اند. جی. ئی مور (G.E. Moore) در کتاب خود تحت عنوان *اصول اخلاقی (Principi Ethica)* به ارائه دیدگاه‌های متفاوت در زمینه تلاش برای تشریح معنی واژه «خیر» (Good) که یکی از اساسی‌ترین مفاهیم در اخلاقیات محسوب می‌شود پرداخته است. جان دیوئی (John Dewey) کتابی به نام *نظریه اخلاقیات (A Theory of Ethics)* دارد که می‌توان آن را نوعی تحلیل قلمداد کرد نوشته دیوئی یکی از روان‌ترین و صادقانه‌ترین کتاب‌ها در زمینه اندیشه‌های اخلاقی محسوب می‌شود.

آنچه در زیر آمده است فهرستی از کتاب‌های پیشنهادی است که براساس نام مؤلفان آن‌ها طبقه‌بندی شده‌اند.

افلاطون

افلاطون (۴۲۷ تا ۳۴۷ پیش از میلاد) به ثبت و تبیین اندیشه‌های آموزگار خود سقراط پرداخته و اثر مشهور خود یعنی مکالمات (*Dialogues*) را خلق کرد. مکالمات در اصل به بررسی مسائل اخلاقی اختصاص ندارد بلکه در واقع تجربه‌ای در زمینه افشای افکار پوچ و بی‌معنی است که در آن خطرات ناشی از توسل به اندیشه‌های بسیار کلی برای

تبیین ایده‌های خاص را یادآور شده و اندیشه‌های رایج را زیر سؤال می‌برد. مکالمات در یک برداشت وسیع، بیانگر این نکته است که هر پدیده‌ای در جهان هستی برای خود هدفی را دنبال می‌کند و با مجموعه نظام هستی هماهنگ است.

افلاطون می‌گوید که این اندیشه‌هایی غایی یا مثل اعلا پیش از تجربه، شکل گرفته‌اند و مستقل از تجربه می‌باشند. برای مثال، گرچه ما نمی‌توانیم یک دایره تمام عیار را به طور ملموس ترسیم کنیم اما در چارچوب نظام کلی امور، می‌دانیم که دایره تمام عیار یعنی چه.

گرچه چاپ‌های متعددی از مکالمات منتشر شده است در میان آن‌ها مجموعه گفتارهای افلاطون (*The Collected Dialogues of Plato*) تألیف ادیت همیلتون (Edith Hamilton) و هانتینگتون کایرنز (Huntington Cairns) از اعتبار بیشتری برخوردار است. اظهارنظرهای خانم همیلتون در مقدمه هر مبحث در نوع خود کم نظیر است. خوانندگانی که مایلند به درک جامع‌تری از اندیشه‌های سقراط و افلاطون دست یابند بهتر است مطالعه را ابتدا با مکالمات مؤخر به‌ویژه رساله *عذرخواهی (Apology)* که به دفاعیه سقراط (*Socrates' Defense*) نیز شهرت دارد آغاز کنند. (منظور از مکالمات مؤخر مکالماتی است که در روزهای پایانی عمر افلاطون صورت گرفته است. تا آنجا که من می‌دانم هیچ کس ترتیب دقیق نگارش این مکالمات را نمی‌داند).

ارسطو (Aristotle)

ارسطو شاگرد افلاطون بود اما به اندازه‌ای که افلاطون به استاد خود سقراط عشق سقراط عشق می‌ورزید، او افلاطون را دوست نداشت و برای دیدگاه‌های وی اهمیت چندانی قائل نبود. در حقیقت برخی از شرح حال نویسان می‌گویند ارسطو و آموزگار وی افلاطون علاقه چندانی به یکدیگر نداشتند.

ویل دورانت این موضوع را با شیوایی خاصی خاطرنشان ساخته و می‌گوید نوابغ نیز همانند دینامیت و آتش در هم می‌آمیزند.

به هر حال باید گفت که فلسفه ارسطو بیش از افلاطون بر مشاهده استوار است. ارسطو به وجود خیر مستقل یا شکل خاصی از تقوای تجربیدی اعتقاد نداشت. وی معتقد بود که اخلاق بنیادی را می‌توان و باید از طریق ارزیابی عملکرد زندگی روزمره افراد مطالعه نمود.

یکی از کتاب‌هایی که به عنوان نقطه آغاز مطالعه در آثار ارسطو پیشنهاد می‌شود کتاب *اخلاق نیکوماخس (Nicomachean)* است که در آن جنبه‌های زندگی روزمره را مورد ارزیابی قرار داده و راه درست برای رسیدن به تقوا را توصیه کرده است. اخلاق نیکوماخس تا آنجا که می‌دانیم اولین نظام اخلاقی غرب است که «میانه طلایی» را تبلیغ می‌کند. میانه طلایی نقطه‌ای است که در حدفاصل دو رفتار افراطی قرار دارد.

ارسطو معتقد است که خیر با خوشبختی (Happiness) ارتباط نزدیک دارد اما اعتراف می‌کند که نمی‌تواند خوشبختی را به طور روشن تعریف کند ارسطو در عین حال خوشبختی را با فعالیت قدرتمند روح در ارتباط می‌داند. گرچه کاملاً ساده‌نگری است، اما می‌توان گفت که خوانندگان در مقایسه افکار و اندیشه‌های افلاطون و ارسطو متوجه خواهند شد که افلاطون بیشتر ایده‌های تجربیدی و غیرقابل مشاهده را مطرح ساخته است در حالی که ارسطو اندیشه‌های ملموس‌تر را بیان داشته است و دیدگاه‌هایش بر مشاهده و نکات قابل ارزیابی و اندازه‌گیری تکیه دارد. این تفاوت در سیر تحول افکار فلسفی از اهمیت خاصی برخوردار است.

اپیکور (Epicurus)

از نوشته‌های اپیکور تنها بخش اندکی بر جای مانده است اما نظریه‌های وی از طریق منابع ثانوی از جمله کتاب «درباره ماهیت امور» (On the Nature of Things) اثر لوکرتیوس بازگو شده است. اپیکور (۲۸۰ تا ۳۴۱ پیش از میلاد) به بررسی مسئله خیر و خوشبختی پرداخته است اما وی از جمله اولین شخصیت‌های سرشناس تاریخ است که می‌تواند ادعا کند که سخنانش تحریف شده است. اپیکور معتقد است که خوشبختی و به تبع آن خیرمطلق (Ultimate Good)، آسایشی است که از لذت‌های ساده سرچشمه می‌گیرد. دکتترین اپیکور که در شکل تحقیرآمیز اپیکوری (Epicurean) گفته می‌شود در واقع اعتدال (Moderation) را توصیه می‌کند. به بیان دیگر، اپیکور نیز همانند ارسطو نسبت به زیاده‌روی در امور خیر هشدار داده و اعلام می‌کند که کام‌جویی صرف به سرخوردگی پوچ منجر خواهد شد.

اپیکتوس (Epictetus)

اپیکتوس متفکری یونانی‌الاصل است که اندیشه‌های یکی از فلاسفه آتن، به نام زنو را به خود با رم منتقل کرد (همان گونه که می‌دانید رومی‌ها در ضبط اموال، شهروندان، اندیشه‌ها و حتی خدایان یونانی یدی طولانی داشتند). اپیکتوس که احتمالاً در فاصله سال‌های ۵۰ تا ۱۳۰ پیش از میلاد می‌زیسته، مطالب اندکی نوشته است یا اینکه تمامی نوشته‌هایش ناپدید شده است. با وجود این اپیکتوس سخنانی در باب اخلاق ایراد کرده است که شاگردش آرین (Arrian) به تدوین و تألیف آن‌ها پرداخته است. یکی از آثار به جای مانده از سخنان اپیکتوس موعظه‌های گفتارهایی درباره اپیکتوس (Discourses on Epictetus) نام دارد.

گفتارهایی درباره گفتارهایی اپیکتوس، اساس مکتب رواقیون را که از مفاهیم آشنای عصر حاضر است، تشکیل می‌دهد. رواقیون (Stoicism) (این واژه از دو کلمه یونانی که معنی رواق منقوش (Stoa Poikeile) را می‌دهد اقتباس شده است و یکی از مکاتب فلسفی یونان است که توسط زنو که از قرار در آن رواق جلساتی برپا کرده پایه‌گذاری شده است) به انضباط شدید فردی شهرت دارند. اخلاق رواقی، انسان را خودکفا قلمداد می‌کند و معتقد است که انسان باید خود را از بوالهوسی و مشقات زندگی دور نگه دارد. اپیکتوس می‌گوید نحوه برخورد شما با دندان درد است که خوشبختی شما را رقم می‌زند نه خود درد دندان. (اگر بتوان این افسانه را باور کرد باید قبول کرد که اپیکتوس انسان لاف‌زنی نبوده است چون یک‌بار به یکی از معلمان اجازه داد تا پای وی را بشکند و سپس از درد فریاد برآورد و گفت «گفته بودم که پایم خواهد شکست».

فلسفه رواقی به شرحی که اپیکتوس بیان داشته بیش از همه از این نظر حائز اهمیت است که معتقد است انسان فرزانه و خوشبخت واقعی کسی است که تقوا را به خاطر خود تقوا ارج می‌نهد. این مقوله در بحث‌های اخلاقی پیوسته مطرح می‌شود.

سنت اگوستین (St. Augustine)

سنت اگوستین (۳۵۴ تا ۴۳۰) از پیروان افلاطون و در نتیجه بر این باور بود که هستی یک هدف غائی را دنبال می‌کند و فعالیت‌های بشر با نظام از پیش رقم خورده سازگار است یعنی مفاهیم جدا از تجربیات وجود دارند. اگوستین در عین حال عقیده داشت که نظام هستی دارای چارچوبی کاملاً الهی (Biblical) است یعنی زنجیره‌ای از رویدادها که بر الهیت (Theology) تکیه دارند.

سرشناس‌ترین آثار او اعترافات (Confessions) و شهر خداوند (The City of God) نام دارند. اعترافات در مقایسه با اثر دیگر وی از جذابیت و اعتبار بیشتری برخوردار است. در این کتاب جزئیات دیدگاه‌های اخلاقی اگوستین تشریح و چگونگی نشئت گرفتن این اصول اخلاقی از سرکشی‌های گذشته وی بازگو شده است.

در مطالعه آگوستین نکته‌ای را که باید پیوسته به خاطر داشت این واقعیت است که وی از بدو تولد مسیحی نبوده بلکه بعدها به این مذهب گردیده است. آگوستین کسی است که قبل از گرویدن به مسیحیت در بسیاری از مکاتب فلسفی برای یافتن معنی، غور و بررسی کرده و در این جستجو ناکام بوده است. وی در سن ۳۲ سالگی به مذهب مسیح گروید. روی آوردن وی به مسیحیت از اشتیاق بیش از اندازه وی به این آئین تازه سرچشمه می‌گیرد چون در آن زمان با هر گونه انحراف از آئین رسمی به شدت برخورد می‌شد (شورای نیسیا (Council of Nicea) دکترین رسمی مسیحیت را در سال ۳۲۵ م تدوین کرد و اعلام نمود هر گونه انحراف از آن کفر تلقی خواهد شد).

سنت توماس اکویناس (St. Thomas Aquinas)

نزدیک به هزار سال پس از آنکه سنت آگوستین در قالب شریعت (Doctrine) مسیحی دیدگاه‌های افلاطون را تبیین کرد توماس اکویناس (۱۲۲۵ تا ۱۲۷۴ م) اندیشه‌های ارسطو را در قالب مسیحیت احیا کرد. در حالی که آگوستین هوادار افلاطون و منادی ایده‌های نادیدنی جهان هستی بود (البته جهان مسیحیت)، توماس اکویناس پیرو ارسطو بود و به ارزیابی دقیق و صریح دکترین مسیحیت پرداخت و از منطق مستدل ارسطو برای اثبات قطعی وجود خداوند استفاده کرد.

کتاب رساله‌های الهیات (*Summa Theologica*) برجسته‌ترین اثر اکویناس محسوب می‌شود. جالب توجه اینکه دامنه نفوذ توماس اکویناس در قلمرو و اخلاق از محدوده اخلاق صرف مسیحی فراتر رفت. وی مطالب فراوانی درباره قانون نوشت و از جمله اولین اخلاقیون است که با قاطعیت تمام می‌گوید هدف قانون باید «خیر همگانی» (Common Good) باشد. از دیدگاه وی، خیر و صلاح عمومی با آنچه در عصر نوین از این مقوله برداشت می‌شود اندکی تفاوت دارد. به نظر توماس اکویناس خیر همگانی به مقوله‌ای اطلاق می‌شود که برای مردم یک جامعه خاص بیشترین منافع را به همراه دارد - نه اینکه تنها اعضای صاحب امتیاز جامعه یا کسانی در خارج از قلمرو جامعه از آن بهره‌مند شوند.¹

نیکولو ماکیاولی (Niccolo Machiavelli)

نام ماکیاولی (۱۴۶۹ تا ۱۵۲۷ م) با مقوله اخلاقی «هدف وسیله را توجیه می‌کند» نظریه‌ای که در آثار فیلسوفان مکتب سودمندگرایی (Utilitarian) (البته با نوعی تفاوت در نگرش کلی) شاهد آن هستیم مترادف شده است. کتاب شاهزاده (The Prince) اثر ماکیاولی به صریح‌ترین شکل ممکن اخلاق فرمانروا یا فقدان موازین اخلاقی در فرمانروایان را ارزیابی می‌کند. این اثر گرچه از الهام معنوی محروم است اما به‌طور قطع از شیوایی خاصی برخوردار است.

سرفرانسیس بیکن

بیکن (۱۶۲۶-۱۵۶۱) از پیشگامان فلسفه رنسانس است که سیاست، علوم مادی و روای شناسی را درهم آمیخته است. بیکن به عنوان سیاستمداری زیرک از هواداران صدیق ماکیاولی است (گرچه پایبندی خود را به مسیحیت ابراز داشته است). بیکن در حین حال از ستایشگران اپیکور محسوب می‌شود.

از جمله آثار جالب بیکن، رساله‌ها را می‌توان نام برد که در فاصله سال‌های ۱۵۹۷ تا ۱۶۲۳ نوشته شده‌اند. این رساله‌ها قلمرو اندیشه‌های اخلاقی را به زمینه‌های مرتبط با آن از جمله روان‌شناسی گسترش می‌دهد (یعنی همان تحولی که رنسانس نامیده می‌شد). ویل دورانت برای بیکن که پایه‌گذار روان‌شناسی اجتماعی است ارزش خاصی قائل است.

چنین به نظر می‌رسد که بیکن از جمله اولین فیلسوفانی است که ضرورت تلاش جدی فلاسفه برای شناخت قدرت و توان آداب و رسوم، سلوک، عادت، آموزش، نمونه، تقلید، رقابت، مصاحبت، دوستی، تجلیل، اثبات دوباره، ستایش، شهرت، قوانین، کتاب‌ها، و غیره را مطالعه و درک کرده است. به اعتقاد بیکن، این امور، اخلاق انسان را مهار می‌کنند و وجود همین مقوله‌ها ذهن انسان را شکل داده و آن را مطیع می‌سازد.

توماس هابس (Thomas Hobbes)

هابس متفکر انگلیسی با دکارت فیلسوف فرانسوی هم عصر بوده و همانند او شیفته قطعیت (Certainty) ریاضیات بود. هابس و دکارت تلاش کردند تا روش علمی قرن هفدهم را برای حل مشکلات اخلاقی و حکومتی آن عصر مورد استفاده قرار دهند. هابس (۱۶۷۹-۱۵۸۸) با مطالعه دقیق آثار کپرنیک (Copernicus) و گالیله (Galileo) تلاش کرد تا استدلال ریاضی را به فلسفه تعمیم دهد. وی برای فرمانروایی بر مردم فرمول خاصی مبتنی بر تدابیر دقیق ارائه داده است که آکنده از نکات تشویقی و تنبیهی است.

هابس از مدافعان سلطنت مطلقه بود و عقیده داشت تنها یک فرمانروای مقتدر می‌تواند مقادیر مناسب تحبیب و تنبیه را تجویز کند. هابس در کتاب‌های خود به نام‌های دوسو (De Cive) و لولیتان (Leviathan) به بیان نظریه خود که اخلاق را در نهایت ناشی از قدرت اجتماعی می‌داند و قدرت را مستقیماً منبعت از فرمانروا قلمداد می‌کند پرداخته است.

توماس هابس در عین حال با بیان این مطلب که اعضای موفق جامعه براساس نفع شخصی خود و نه از روی دیگرخواهی (Altruism) عمل می‌کنند، بذر تفکر سودمندگرایی را پاشیده است.

رنه دکارت (Rene Descartes)

همان گونه که فرانسیس بیکن فلسفه و اخلاق را به سمت روان‌شناسی سوق داده است، دکارت (۱۶۵۰-۱۵۹۶) به عنوان یک ریاضی‌دان فطری و تعلیم دیده، فلسفه را به سوی روش علمی پیش برده است. برای آگاهی از دیدگاه‌های دکارت به کتاب «گفتاری در باب روش» (Discourse on Method) مراجعه کنید. دکارت در زمینه علم اخلاق جایگاه چندان رفیعی ندارد، اما در شکل‌گیری مفاهیمی که امروزه نقش مهمی در تحلیل‌های اخلاقی ایفا می‌کنند از جمله معرفت‌شناسی تأثیر فوق‌العاده‌ای داشته است (معرفت‌شناسی شاخه‌ای از فلسفه است که چگونگی آگاهی ما از امور را ارزیابی می‌کند). عبارت «من فکر می‌کنم پس هستم» (I Think, Therefore I am (Cogito Ergo Sum)) جمله معروفی است از دکارت که کلید ورود وی به بحث معرفت‌شناسی محسوب می‌شود.

آنچه ممکن است دانستن آن برای دانشجویان فلسفه اهمیت بیشتری داشته باشد تأثیر افکار دکارت بر اسپینوزا است.

بندیکت اسپینوزا (Benedict De Spinoza)

نام اصلی اسپینوزا باروخ است (۱۶۷۷-۱۶۳۲) که پس از اخراجش از جامعه یهودیان به دلیل افکار افراطی، نام بندیکت را که معادل لاتین باروخ است برای خود اختیار کرد.²

نوشته‌های اسپینوزا در زمینه اخلاق به رغم دشواری درک محتوای آن‌ها از اهمیت خاصی برخوردارند. برخی از صاحب‌نظران علت دشواری فهم دیدگاه‌های اسپینوزا را نوشتن آثارش به زبان لاتین ذکر کرده‌اند، چون لاتین به عنوان یک زبان منسوخ از رسائی لازم برای تبیین اندیشه‌های رنسانس برخوردار نبود.

به هر تقدیر، اخلاق اسپینوزا حد و مرز خاصی را تجویز نمی‌کند چون آنچه اسپینوزا بیان داشته تنها مجموعه‌ای از فرضیه‌های به هم پیوسته است که تلاش می‌کند به شیوه دکارت، دنیای آشفته اخلاقی را از طریق یک نظم فراگیر مکانیکی سامان دهد.

کتاب *روان‌شناسی و اخلاق اسپینوزا (The Psychology and Ethics of Spinoza)*، تألیف دیوید بیدنی (David Bidney) از جمله کتاب‌هایی است که مطالعه آن به دانشجویان علم اخلاق توصیه می‌شود (نیویورک: راسل ۱۹۶۲). چندین دهه از عمر خود را صرف مطالعه نوشته‌های اسپینوزا در زمینه اخلاق کرده است و کتاب وی تا حدودی دیدگاه‌های اسپینوزا را قابل درک ساخته است.

دیوید هیوم (David Hume)

هیوم (۱۷۷۶-۱۷۱۱) شاید شکاک‌ترین متفکر در زمینه علم اخلاق باشد اما به رغم لحن حاکی از سوءظن روشنفکرانه وی نسبت به تفکر متعارف، نوشته‌هایش خیرخواهانه است. (شک و تردید دیوید هیوم صرفاً از بلغمی مزاجی وی ناشی نمی‌شود چون بسیاری از صاحب‌نظران فرهیخته آن عصر مطالبی را بیان داشته‌اند که به بیان امروزی می‌توان از آن‌ها به اصطلاح «اندیشه‌های عجیب و غریب» (Crackpot ideas) یاد کرد. از این روی شک و تردید هیوم ممکن است کاملاً موجه باشد).

از جمله آثار خواندنی در زمینه اخلاق کتابی از دیوید هیوم تحت عنوان «بعضی درباره اصول اخلاقی» (An Inquiry Concerning the Principles of Morals) که در آن هیوم با شهادت خاصی به ارائه تعاریف دقیق از مباحث و موضوعات روان‌شناسی که وی احساس می‌کرد به دقت بیان نشده‌اند پرداخته است. هیوم قبل از نوشتن «بعضی درباره اصول اخلاقی» کتاب دیگری تحت عنوان «درباره اخلاقیات» (On Morals) نوشت که آن نیز تلاش مشابهی در جهت ارائه تعاریف دقیق از «داوری‌های اخلاقی» (Value Judgements) بود (این کتاب با استقبال مردم روبه‌رو شد). از جمله آثار مفیدی که به تشریح دیدگاه‌های دیوید هیوم اختصاص دارد کتابی است از جان بی. استوارت (John B. Stewart) به نام *فلسفه اخلاقی و سیاسی دیوید هیوم (The Moral and Political Philosophy of David Hume)* (انتشارات دانشگاه کلمبیا ۱۹۶۳). این کتاب به ارزیابی مجموعه آثار دیوید هیوم که بسیار گسترده نیز می‌باشد اختصاص دارد.

بیشتر نوشته‌های هیوم جنبه معرفت‌شناسی دارد چون وی تنها به بررسی جوهر اصول اخلاقی اکتفا نکرده بلکه مسائلی چون علت احساس ما نسبت به درست بودن اعمال و چگونگی آگاهی ما از درست بودن اعمال را مورد بررسی قرار داده و در اوج شک و تردید می‌پرسد چگونه می‌توانیم اطمینان داشته باشیم که اصولاً چیزی را می‌دانیم. کتاب مفیدی که به این موضوع اختصاص دارد اثری است از جانانان هریسون (Jonathan Harrison) به نام *معرفت‌شناسی اخلاقی هیوم (Hume's Moral Epistemology)* (انتشارات کلارندون (Clarendon Press)، ۱۹۷۶). این اثر بسیار دقیق و جدی نوشته شده اما درک آن دشوار است.

گرچه دیوید هیوم بیشتر به خاطر بررسی منشأ روانی داوری‌های اخلاقی بشر شهرت دارد اما در زمینه نظریه اقتصادی نیز بررسی‌های ارزشمندی انجام داده است. کتاب *دیوید هیوم: نوشته‌های اقتصادی (David Hume: Writings on Economics)*، به ویرایش و مقدمه‌ای از روتوین (چاپ ۱۹۷۰)، انتشارات دانشگاه ویسکانسین ترکیب ارزنده‌ای از متن اصلی نوشته‌های هیوم و دیدگاه‌های ویراستار به شمار می‌رود. در این کتاب سخن اصلی از هیوم است اما روتوین با اظهار نظرها و تحلیل‌های خود نکات دشوار به‌ویژه اشاره‌های نامأنوس به افراد و رویدادهای آن عصر را برای خواننده روشن و قابل درک ساخته است.

امانوئل کانت (Immanuel Kant)

کانت (۱۷۲۴-۱۸۰۴) پیشتاز اخلاق متقدم بر تجربه (Apriori Ethics) به شمار می‌رود. وی عقیده داشت اخلاق از اصول کلی (Universal Principles) سرچشمه می‌گیرد و بر تجربه تکیه ندارد. براساس یک حکم اجتناب ناپذیر مشهور، خیر تنه از نیت خیر سرچشمه می‌گیرد و در نتیجه، در ارزیابی‌های اخلاقی، آنچه اهمیت دارد انگیزه است نه پیامد. براساس این حکم قطعی و اجتناب‌ناپذیر (Categorical Imperative)، انسان باید همیشه براساس نیت خیر عمل کند و به گونه‌ای عمل کند که گویا قاعده اعمال از طریق اراده وی به قانون کلی طبیعت تبدیل خواهد شد. دو اثر با اهمیت در میان آثار کانت برای دانشجویان رشته اخلاق عبارتند از قانون اخلاق و گفتارهایی در باب اخلاق.

بدون شک کانت متفکری است که ارزش کشف شدن را دارد. کانت و ارسطو اغلب در زمینه اخلاق از شخصیت‌های بلند آوازه تاریخ فلسفه محسوب می‌شوند. نوشته‌های کانت نه چندان تجریدی است و نه درک آن‌ها دشوار است، گرچه در مواردی یکنواخت و خسته‌کننده می‌شوند. کانت، بدون دلیل به نوشتن مطالب دور از ذهن و نامأنوس شهرت یافته است.

علت این امر می‌تواند ضعف ترجمه باشد. در هر کتابخانه‌های انواع ترجمه از آثار کانت موجود است که باید در انتخاب آن‌ها دقت شود. یکی از خواندنی‌ترین ترجمه‌های آثار کانت، از تی. ام ناکس (T.M. Konx) است.

جی. دبلیو. اف. هگل (G.W. Hegel)

اغلب در آثار و نوشته‌های مربوط به اخلاق، توجه چندانی به هگل (۱۷۷۰-۱۸۳۱) نمی‌شود شاید به این دلیل که به دشواری می‌توان نثر ثقیل وی را به موضوعات خاص مرتبط دانست. در حالی که کانت به سادگی درباره مسائل پیش پا افتاده و روزمره‌ای چون ازدواج، پول و روابط جنسی به بحث پرداخته، هگل از آفاق و انفس (Stratosphere) سخن به میان آورده است.

دیالکتیک هگل (روش پیچیده ترکیب [هم‌نهادی (Synthesis)] اندیشه‌های متضاد) در بعد بسیار وسیع خود بیانگر این معنی است که یک عقل مطلق (Absolute Mind) تلاش می‌کند، نظم کامل را در جهان برقرار سازد و فارغ از اعمال ما به این کار نایل خواهد آمد.

ما حاصل کلام جبری هگل، اعتقاد به وجود رابطه (موضوعی که به مذاق فرمانروایان آن عصر خوش می‌آمد) جبری بین عقل مطلق و قدرت مطلقه کشور پروس بود.

جبرگرایی همچنان یکی از مباحث مهم فلسفه به شمار می‌رود و در نتیجه نمی‌توان اندیشه‌های هگل را بی‌اهمیت تلقی کرد. مارکس از پیروان هگل بود و مقوله جبر را از وی به عاریت گرفت (نوعی جبر تاریخی (Historical Determinism)) و خود آنچه را که می‌توان جبر اقتصاد مارکسیستی (Marxian Economic Determinism) نامید پایه‌گذاری کرد. برخی از اندیشمندان معتقدند فروید تحت تأثیر هگل قرار داشته و در تدوین نظریه جبر روان‌شناختی (Psychological Determinism) از وی الهام گرفته است.

با توجه به مقدمه و هشدار که داده شد ممکن است بخواهید کتاب «فلسفه حق» (Philosophy of Right) را مطالعه کنید. ترجمه‌ای که تی. ام. فاکس از این کتاب ارائه داده به علاقه‌مندان توصیه می‌شود.

جان استوارت میل (John Stuart Mill) و جرمی بنتام (Jeremy Bentham)

استوارت میل (۱۸۷۳-۱۸۰۶) اندیشمند سودمندگرای انگلیسی پایه‌گذار فرمول «لذت و رنج» برای تأمین بیشترین خیر ممکن است. برجسته‌ترین اثر جان استوارت میل کتاب *سودمندگرایی* است. میل و جرمنی بتنام (۱۷۴۸-۱۸۳۲) یکی دیگر از اندیشمندان سرشناس مکتب سودمندگرایی، در برخی از مسائل جزئی با یکدیگر اختلاف نظر دارند اما دیدگاه‌های آن‌ها در اصل مشابه یکدیگر است. یکی از تفاوت‌های قابل ذکر در اندیشه‌های میل و بتنام (که با مطالعه اثر بتنام تحت عنوان *مقدمه‌ای بر اصول اخلاقی (An Introduction to the Principles of Morals)* متوجه آن می‌شویم) پرداختن اندک وی به مسائل فلسفی و تمرکز اندیشه‌هایش بر اجرای عملی سیاست اجتماعی است. نکته: گمراه کننده خواهد بود اگر تنها به اشتراک دیدگاه میل و بتنام و تفاوت دیدگاه‌های آن‌ها را تنها در زمینه کاربرد نظریه و مسائل جزئی بسنده کنیم. بنابراین در اینجا به گونه‌ای بسیط و احتمالاً ساده‌نگرانه به این تفاوت‌ها اشاره می‌کنیم: اغلب چنین گفته می‌شود که بتنام در تشریح دیدگاه سودمندگرایی خود از امور، بیشتر بر کمیت لذت تأکید داشته است تا کیفیت آن در حالی که میل بیشتر به تعریف کیفیت لذت پرداخته است. بتنام در واقع یک سودمندگرایی بالفعل) است و می‌گوید ارزش اخلاقی هر عملی باید با توجه به پیامدهای خیر آن ارزیابی شود. در مقابل، از استوارت میل اغلب به عنوان سودمندگرایی اصول‌گرا یاد می‌شود به این معنی که داوری درباره اعمال باید بر چگونگی انطباق اعمال با برخی از اصول آیین سودمندگرایی متکی باشد.

فردریش نیچه (Friedrich Nietzsche)

نیچه (۱۸۴۴-۱۹۰۰) ضمن انتقاد شدید از اخلاق، به ارائه دیدگاه افراطی خود در این زمینه پرداخته است. نیچه در واقع با انکار تمامی امور، تقریباً چنین می‌گوید که ابر انسان‌ها، خود موازین اخلاقی‌شان را ابداع می‌کنند. نیچه می‌گوید، تفوق ابر مرد، به ایجاد کشور تمام و کمالی منجر خواهد شد که در آن خلاقیت افراد براساس یک نظام داوری عادلانه ارزیابی خواهد شد. نیچه این بحث را در قالب افسانه‌های یونانی مربوط به دیونیوس (Dionysus) و آپولو (Apollo) بیان کرده است. در صورت تمایل، خواندن کتاب *تولد تراژدی (The Birth of Tragedy)* توصیه می‌شود.

جان دیویی (John Dewey)

دیویی (۱۸۹۵-۱۹۵۲) اندیشمند کاملاً آمریکایی که در ورمونت به دنیا آمد و سپس به غرب میانه مهاجرت نمود. وی توجه خود را به چگونگی کاربرد اندیشه‌ها و اخلاق در زندگی روزمره معطوف نمود. دیویی از جمله کسانی است که می‌گوید فلسفه و اخلاق تنها نوعی ورزش فکری نبوده بلکه ابزار و شیوه‌ای برای درک و اداره زندگی محسوب می‌شوند. نوشته‌های دیویی بسیار جذاب و خواندنی است. وی علاوه بر بیان دیدگاه‌های فلسفی خود آثار فلاسفه دیگران را نیز با تجزیه و تحلیل اندیشمندان به مراتب قابل فهم‌تر ساخته است. برای دانشجویان علاقه‌مند به آثار اخلاقی، خواندن کتاب *نظریه زندگی اخلاقی اثر مشترک دیویی و جیمز اچ تافتس (James H. Tufts)* پیشنهاد می‌شود.

جی. ای. مور (G.E. Moore)

کتاب «اصول اخلاقی» (*Principia Ethica*) مور همان‌گونه که پیش از این نیز اشاره شد تنها به تشریح نظریه اخلاقی منحصر نبوده بلکه نظریه‌های دیگر را نیز با روانی و شیوایی خاص بیان می‌کند. مور (۱۸۷۳-۱۹۵۸) در سیر تحلیل اندیشه‌های اخلاقی که در آن فرضیه‌های بنیادی مورد ارزیابی دوباره قرار می‌گیرد، از اعتبار خاصی برخوردار است. مور در مقدمه کتاب خود توصیه‌های عملی چندی به دانشجویان اخلاق ارائه می‌دهد. وی می‌گوید: در اخلاق نیز

همانند دیگر بررسی‌های فلسفی، دشواری‌ها و اختلاف نظرها که تاریخ آکنده از آنهاست، تنها از یک عامل ساده سرچشمه می‌گیرد: تلاش برای پاسخ گفتن به پرسش‌ها، بدون آگاهی دقیق از سؤالی که انسان قصد پاسخ‌گویی به آن را دارد. اگر بخواهید فهرستی از کتاب‌های مربوط به اخلاق کلاسیک برای مطالعه شخصی خود تهیه کنید کتاب *اصول اخلاقی مور* و کتاب مشترک دیوئی و تافتس می‌تواند در صدر فهرست شما قرار گیرد.

لودویک ویتگنشتاین (Ludwig Wittgenstein)

ویتگنشتاین (۱۸۸۹-۱۹۵۱) در زمینه‌های زبان‌شناسی، معرفت‌شناسی و منطق شهرت دارد اما نوشته‌های وی در بحث اخلاق نوین نیز از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

وی در اصل معتقد است بسیاری از جدال‌ها صرفاً از سوء‌کاربرد و سوء‌برداشت ما از زبان سرچشمه می‌گیرد نکته‌ای که در عصر گستردگی وسایل ارتباط جمعی منطقی و معتبر به نظر می‌رسد.

گرچه خواندن نوشته‌ها و بررسی‌های دقیق ویتگنشتاین در مورد ساختارهای زبانی به حوصله و دقت خاصی نیاز دارد اما این گونه نوشته‌ها و موضوعات دیگری که در کتاب «تجربه و تحلیل فلسفی» (*Pihilosophical Investigation*) تشریح شده‌اند کاملاً قابل درک‌اند. یکی دیگر از کتاب‌های ویتگنشتاین به نام *رساله‌های منطق فلسفی* چندان ساده نیست و خواننده برای درک آن به کتاب راهنما نیاز دارد. کتاب *مقدمه‌ای بر رساله‌های منطق فلسفی* (*Tractatus Logico philosophicus*) ویتگنشتاین اثر اچ.او. مونس (چاپ انتشارات دانشگاه شیکاگو) در بسیاری از کتابخانه‌ها موجود است و به درک رموز این کتاب کمک می‌کند.

فهرست ارائه شده از کتاب‌ها و فیلسوفان، به هیچ‌وجه جامع و قطعی نیست، همان‌طور که اخلاق نیز یک عنوان روشن و قطعی تلقی نمی‌شود. فلسفه تعیین و تشخیص درست از نادرست و تمایز بین خیر و شر پیوندی جدایی‌ناپذیر با فلسفه در معنی عام آن از جمله زبان‌شناسی، منطق، زیبایی‌شناسی، معرفت‌شناسی و ماوراءالطبیعه دارد. با توجه به دشوار بودن درک مفاهیم اخلاقی در خارج از بطن خاص خود، به ناچار به این نتیجه‌گیرناپذیر و کاملاً روشن می‌رسیم که مطالعه وسیع در زمینه رشته‌های وابسته، تنها راه و ابزار لازم برای درک روشن بررسی مسائل اخلاقی و حل معماهای موجود در این رشته از اندیشه‌های بشری است.

پی نوشت

۱. این مطلب در واقع یک نکته فنی است که سی ولمن (۱۹۸۸) در کتاب خود تحت عنوان اخلاق و اخلاقیات (Morals Ethics) به خوبی آن را تشریح کرده است. چاپ دوم، انتشارات انگلوودلکیفس، نیوجرسی: پرنتون - هالی (صفحات ۸۳ تا ۱۸۵).
۲. درباره تکفیر اسپینوزا مطالب بسیاری عنوان شده است بدون آنکه اشاره‌ای به شرایط آن عصر شده باشد. ویل دورانت با بازگو کردن این واقعیت که یهودیان هم عصر اسپینوزا کاملاً به تبعید از قاره‌ای به قاره دیگر و تحمل مشقات فوق‌العاده عادت کرده بودند تا حدود زیادی به روشن شدن موضوع کمک کرده است. اشتباه یهودیان به داشتن ثروت‌های کلان حتی در مواردی نیز که چنین ثروتی، افسانه‌ای بیش نبود، دشمنی علیه آنان را به همراه داشت و در مواردی شکم یهودیان مهاجری که حتی دیناری نیز نداشتند در جستجوی جواهراتی که گفته می‌شد بلیعه‌اند از هم دریده می‌شد. ویل دورانت می‌گوید با توجه به شرایط آن زمان می‌توان دریافت که چرا اجداد اسپینوزا (که از اسپانیا به هلند مهاجرت کرده بودند) بر اثر غریزه بقاء دور یکدیگر حلقه زده و در حفظ اعتقادات خود پافشاری می‌کردند.

پیوست «ب»

فهرست کتاب‌های پیشنهادی در زمینه اخلاق روزنامه‌نگاری و موضوعات وابسته:

کتابنامه‌ها همراه با یادداشت‌های انتقادی

آنچه مطالعه می‌کنید به بررسی آثاری، اختصاص دارد که در این کتاب به آن‌ها اشاره شده یا در نوشتن این کتاب به طریقی مورد استفاده قرار گرفته‌اند. این فهرست تمامی آثار مورد استناد در این کتاب را شامل نمی‌شود (اسامی کامل کتاب‌ها در فهرست پایانی ارائه شده است). این فهرست در عین حال تمامی کتاب‌های مربوط به اخلاق روزنامه‌نگاری را در بر نمی‌گیرد بلکه شامل آثاری است که در نوشتن این کتاب مفید واقع شده و به اعتقاد من برای ژورنالیست‌هایی که سرگرم مطالعه موضوعات گوناگون مرتبط با ژورنالیزم، تاریخ و اخلاق هستند می‌تواند سودمند باشد. در این فهرست کتاب‌ها به دو دسته تقسیم شده‌اند: آثاری که مستقیماً به ژورنالیزم اختصاص دارند، و کتاب‌هایی که به موضوعات دیگر مربوط بوده اما در عین حال بسیاری از مسائل اخلاقی، فلسفی، تاریخی و فرهنگی نیز پرداخته‌اند.

نکته‌ای درباره چگونگی این بررسی: بررسی انجام شده در زمینه این کتاب‌ها تا حدود زیادی جنبه شخصی داشته و باید شخصی تلقی شود. مؤلف هیچ‌گونه ادعایی در زمینه ارائه یک دیدگاه برجسته انتقادی که تا از زاویه آن آثار دیگران را مورد ارزیابی قرار داده باشد ندارد. به اعتقاد من کسانی که ادعا می‌کنند راز نوشتن کتاب‌های خوب را می‌دانند بهتر است وقت خود را در همین راه صرف کنند.

رسانه‌های جمعی در یک جامعه آزاد (Mass Media in a Free Society): تألیف وارن ک. اگی. (Warren K. Agee) انتشارات دانشگاه کانزاس (۱۹۶۹). مجموعه‌ای از مقالات، که از نوشته‌ها و سخنرانی‌های صاحب‌نظران برجسته‌ای که بیشتر آن‌ها دو دهه پس از انتشار این کتاب شهرت و اعتبار فوق‌العاده‌ای کسب کردند. مقاله‌های این کتاب به اخلاق، رسانه‌ها به‌طور اخص و مسئولیت اجتماعی رسانه به‌طور اعم اختصاص دارند.

برای مثال، بن بگدیکیان در مقاله‌ای که در این مجموعه به چاپ رسیده است (بگدیکیان به هنگام نوشتن این مقاله تازه جایزه خبرنگاری و سردبیری پولیتز را دریافت کرده و به نقد مطبوعات روی آورده بود) صداقت مطبوعات آمریکا را مورد حمله قرار داد و باب تازه‌ای در این زمینه باز کرد. وی معتقد بود که مطبوعات به عنوان یک نهاد، نقش سنتی خود را که نظارت بر جامعه است به خوبی ایفا نمی‌کند. وی تأکید داشت که مطبوعات باید نقش اصلی خود را که وجدان ملی است باز یابد.

(لازم به یادآوری است که آقای بگدیکیان در ژوئن ۱۹۸۹ در یک سخنرانی که مؤلف نیز در آن حضور داشت دقیقاً همان موضوع را تکرار کرد. بگدیکیان در نطق خود هیچ اشاره‌ای به شرایط حاضر و اینکه آیا وضعیت مطبوعات آمریکا در مقایسه با سال ۱۹۶۹ بهبود یافته، افول داشته یا بی‌تغییر مانده است نکرد.)

از دیگر مقالات مندرج در این کتاب می‌توان به انتقادی درباره نقش رسانه‌ها در برخورد با بحران‌های اجتماعی (نوشته کارل رووان (Carl Rowan)، نقش نوپای اخبار تلویزیون (تئودور اف. کوپ از سی بی اس)، نگاهی طنزآلود

به رسانه‌ها از استان فربرگ (Stan Freberg) و نقش سازندگان فیلم در آگاهی اجتماعی، نوشته بوسلی کرودر (Bosley Growther) اشاره کرد.

گرچه مقاله‌ها و دیگر مطالب کتاب مزبور در حد معقول و قابل انتظار قرار دارند، یکی از مقاله‌های آن تحت عنوان «*مطبوعات و حکومت! چه کسی حقیقت را می‌گوید*» نوشته بیل مویرز (Press and Government: Whos Telling the Truth) است تحریک‌آمیز که نویسنده آن می‌داند درباره چه سخن می‌گوید. مویرز ضمن تشبیه دوران خدمت خود به عنوان مشاور مطبوعاتی جانسون به دوره پیوستن به اردوی دشمن، در یک بررسی عمیق و متفکرانه بیزاری خود را از مطبوعات و حکومت ابراز داشته و نشان می‌دهد که چگونه این دو اردوگاه به تحریف و دستکاری اخبار می‌پردازند. مقاله مویرز به خوبی تحریف واقعیت و چگونه رخنه عمدی یا غیرعمدی در فرایند کار رسانه و تأثیر آن بر برداشت مخاطبان را نشان می‌دهد.

بن بگدیکیان (۱۹۷۲). *توطئه نافرجام و دیگر جنایات* (The Effete Conspiracy: and Other Crimes by Press) دیگر جنایات مطبوعات (نیویورک: هارپر اند رو (Harper & Row)). وقتی بگدیکیان سخن می‌گوید مطبوعات گوش می‌دهند یا دست‌کم اظهارات وی را بی‌مقدمه و از همان ابتدا مردود نمی‌شمارند. علت این امر آن است که بگدیکیان قبل از آنکه به ولی نعمت‌های خود پشت کند یا اصطلاح نمک خورده و نمکدان آن‌ها را بشکند موقعیت و اعتبار لازم را کسب کرده بود. بگدیکیان علاوه بر جایزه پولیتز که به اشتراک برده است. جوایز پیبادی (Peabody) و سیگها دلناچی را نیز نصیب خود ساخته و سابقه درخشانی در *واشنگتن پست* دارد.

توطئه نافرجام، از جمله بحث‌هایی است که در چارچوب کنترل انحصاری فزاینده رسانه‌ها از ابتدای کار بگدیکیان به عنوان منتقد مطبوعات تا تازه‌ترین کارهای انتقادی وی همیشه مورد تأکید قرار گرفته است. یکی از فصل‌های کتاب مزبور با عنوان «*شرکت‌های بزرگ روزنامه‌ها را کشف می‌کنند*» (The Conglomerate Discovers Newspapers) بسیار جالب و قاطعانه است. اگر شما نیز همچون بگدیکیان سیطره انحصارها بر رسانه را مخرب می‌دانید حتماً موضوع رشد فزاینده این نقش تخریبی در شرایط کنونی مورد توجه شما قرار خواهد گرفت.

بگدیکیان هنوز هم نسبت به رشد فزاینده انحصار رسانه‌ها هشدار می‌دهد. در واقع به ندرت می‌توان در میان نشریات مربوط به دنیای روزنامه‌نگاری نسخه‌ای یافت که در آن اشاره‌ای به مسئله انحصار رسانه‌ها که در سطح ملی کمتر از دیگر مسائل به آن پرداخته می‌شود، اشاره‌ای نشده باشد. کتاب *توطئه نافرجام* گرچه تازگی خود را از دست داده است اما هنوز هم در زمینه انحصار فزاینده رسانه‌ها حاوی اطلاعات و اعداد و ارقامی است که ارزش تاریخی خاصی دارند.

بخش دیگر کتاب *توطئه نافرجام*، به خلافاکاری‌های مطبوعات از جمله نقش دست‌اندرکاران روابط عمومی و آگهی‌ها در شکل دادن اخبار اختصاص دارد. در این کتاب موضوع تقریباً فراموش شده (که نباید چنین باشد) انتقاد و حملات اسپرو آگنیو (Spiro Agnew)، که زمانی معاون رئیس جمهوری آمریکا بود و امروز از وی به عنوان جنایتکار سابق یاد می‌شود، علیه مطبوعات به تفصیل بیان شده است.

نکته پایانی: کتاب *توطئه نافرجام* به رغم ارزش انکارناپذیر خود، در واقع گزیده‌ای از مقالات، محسوب می‌شود که فاقد موضوع و زمینه محوری است. مجموعه‌ای ارزشمند به شمار می‌رود اما نمی‌توان آن را یک اثر منسجم توصیف کرد.

بی. کمپین (B.Campaign)، (۱۹۷۹) کتاب *چه کسی مالکیت رسانه‌ها را در دست دارد* (Who Owns the Media?) وایت پلینز (White Plains)، نیویورک: انتشارات نالج اینداستری. این کتاب به بررسی میزان تمرکز و الگوی مالکیت رسانه‌ها اختصاص دارد. کتاب مزبور از دقت و بی‌طرفی فوق‌العاده‌ای در بررسی مالکیت رسانه‌ها برخوردار است.

نویسنده، موضوع مالکیت چندجانبه (Cross-Ownership) رسانه‌ها و تمرکز مالکیت آن‌ها را به‌طور تلویحی در چارچوب نظریه توطئه تشریح می‌کند. کتاب چه کسی مالکیت رسانه‌ها را در دست دارد به دلیل مطرح ساختن یک رشته پرسش‌های اساسی، بدون توجه به پاسخ آن‌ها از جذابیت و نوآوری خاصی برخوردار است. برای مثال این سؤال که منظور از خیلی بزرگ در اشاره به وسعت و میدان عمل شرکت‌های صاحب رسانه چیست، با دقت تحلیل شده است. یکی از فرضیه‌هایی که در این کتاب از آن انتقاد می‌شود، موضوع عدم تمرکز رسانه‌ها است. صحت و سقم این ادعا همراه با تعریف تمرکز بررسی شده است.

کمپین در کتاب خود بسیاری از فرضیه‌هایی را نیز که در اغلب کلاس‌های درس و سائل ارتباط جمعی عنوان می‌شوند به نقد کشیده است. کمپین می‌گوید در عصر حاضر تعداد روزنامه‌های رقیب کاهش یافته است اما این پدیده را نمی‌توان صرفاً به بلعیدن روزنامه‌های کوچک توسط گروه‌های مطبوعاتی نسبت داد. این امر می‌تواند از افزایش تعداد رسانه‌ها (تلویزیون، رادیو و غیره) و رقابت آن‌ها در بازار ناشی شده باشد، چون رقابت میان رسانه‌های گوناگون به کمبود مخاطبین (و دلارهای آگهی) منجر می‌شود.

این کتاب حاوی پرسش‌های بسیار ارزنده، گرچه بدون پاسخ است و با آنکه مطالب کتاب پاسخی به سؤالات مطرح شده نمی‌دهد اما همین سؤالات گنجینه‌ای از اطلاعات و اعداد و ارقام را در اختیار خواننده قرار می‌دهد و خواننده می‌تواند با بهره‌گیری از آن‌ها دیدگاه خود را شکل دهد.

۱. کازبیر وجی. جی کازبیر (A. Casebier & J.J. Casenier) (۱۹۷۸) مؤلفین کتاب *مسئولیت‌های اجتماعی رسانه‌های جمعی (Social Responsibilities of Mass Media)*. واشنگتن دسی: انتشارات دانشگاه آمریکا. این کتاب به صورت گسترده توزیع نشده و تنها در چند کتابخانه یافت می‌شود اما در زمینه ارزیابی اخلاق در مطبوعات و رسانه‌های دیگر از ارزش و اعتباری ویژه‌ای برخوردار است. این کتاب در برگیرنده مقاله‌هایی است که در کنفرانس مسئولیت رسانه‌ها در دانشگاه کالیفرنیا جنوبی ارائه شدند.

یکی از فصل‌های قابل توجه این کتاب مقاله‌ای است در فصل دوم به قلم آنیتا سیلورز (Anita Silvers) تحت عنوان *اخلاق مطبوعات حرفه‌ای - بررسی مفاهیم متضاد (Professional Press Ethics-Acase of Conflicting Concepts)*. وی در این مقاله دیدگاه‌هایی را ابراز داشته که با نظرات بسیاری از منتقدان مغایرت دارد: تمامی روزنامه‌نگاران در بازگو کردن اختلاف میان رویه جاری خود و ایدئال‌های حرفه روزنامه‌نگاری تردید نشان نمی‌دهند. وی در ادامه می‌افزاید، به نظر می‌رسد پزشکان و وکلا در مقایسه با روزنامه‌نگاران کمتر نسبت به عدم موفقیت خود در ارائه خدمات و تعهدات حرفه‌ای تشویق نشان می‌دهند.

خانم آنیتا سیلورز نویسنده مقاله مزبور، معتقد است مسئله عینیت که به زعم وی ژونالیست‌ها اهمیت خاصی برای رعایت آن قایلند مقوله‌ای مبهم و نامشخص است. به هر حال وی معتقد است که روزنامه‌نگاران نسبت به ناتوانی خود در رعایت عینیت در مقایسه با نگرانی پزشکان و وکلا نسبت به انجام تعهدات محوله نگرانی بیشتری احساس می‌کنند.

تعریف عینیت، قسمت اعظم بقیه مقاله وی را تشکیل می‌دهد و احساس نگرانی روزنامه‌نگاران در رعایت عینیت نکته‌ای است که به ندرت در نوشته‌ها به آن برمی‌خوریم و به همین دلیل نیاز به بررسی بیشتر دارد.

سی. کریستینز (C. Christians)، ک. روتزول (K. Rotzill) و ام. فالکر (M. Fackler) (۱۹۸۷). *اخلاق رسانه‌ها: موارد و استدلال اخلاقی (Media Ethics: Cases and Moral Reasoning)*. نیویورک: لانگمن. کتاب مزبور از شهرت و اعتبار خاصی برخوردار است و کریستینز به یکی از منتقدان صاحب نام در بررسی اخلاق رسانه‌ها تبدیل شده است.

با توجه به شهرت و اعتبار این کتاب و نویسندگان آن‌ها هرگونه انتقاد از آن، نوعی کفر تلقی خواهد شد. با وجود این، کتاب *اخلاق رسانه‌ها: موارد و استدلالات اخلاقی* همانند دیگر کتاب‌هایی که در این زمینه نوشته شده‌اند به موارد متعارف تاریخی اختصاص داشته و تلاشی چشمگیر (و با توجه به مشکل بودن مسائل مطروحه، تلاش تقریباً موفق است) در معرفی مفاهیم تحلیل‌های اخلاقی به شمار می‌رود. برای مثال، مؤلفان این کتاب مفهوم پاتر باکس (Potter Box) را ابداع کرده‌اند که یک مقوله فلسفی برای ارزیابی تعاریف، شناسایی ارزش‌ها، درک اصول مرتبط با اخلاق و شناسایی وفاداری و صداقت محسوب می‌شود.

به هر حال، من شخصاً معتقدم که این کتاب ضعف‌هایی دارد. اول آنکه، با آب و تاب فراوان مطالبی را عنوان می‌کند که در واقع چیزی جز انتقاد و حمله به چند روزنامه‌نگار شاغل است که من با آن‌ها درباره این کتاب گفت‌وگو کرده‌ام. عبارت و جمله‌هایی چون «بدون شک فلان روزنامه مسئولیت‌های خود را در قبال مردم نادیده گرفته است ... یا اینکه یک روزنامه دیگر، اصول اولیه اخلاقی را که خودداری از آسیب رساندن به دیگران و جلوگیری از آسیب رساندن به دیگران در مواردی که زیانی از این کار به ما نمی‌رسد، زیر پا گذاشته است، شاید برای دانشجویان مبتدی دانشگاه‌ها جملات عمیق و پرطمطراقی محسوب شوند اما برای روزنامه‌نگاران حرفه‌ای و صاحب‌نظرانی که از پیچیدگی مسائل - و عذاب واقعی درون‌کاوی که در این گونه موارد وجود دارد - آگاهند چنین عباراتی چیزی جز قضاوت یک‌جانبه تلقی نمی‌شوند.

از جمله ضعف‌های دیگر این اثر، نقل بیش از حد مثال‌ها و شواهد غیر مستند و مجهول است. آیا مثال‌هایی که در این کتاب به آن‌ها اشاره شده فرض شرایط واقعی است که از ذکر مشخصات آن‌ها خودداری شده یا اینکه واقعیت چیز دیگری است؟ برای مثال، نویسنده‌ای که در کتاب گفته شده به هنگام تماشای تلویزیون به نوشتن کتاب می‌پردازد و برای آنکه کتابی بنویسد باید ابتدا یک کتاب خوب بخواند کیست؟ با توجه به ضرورت ارائه مثال‌ها و شواهد عینی و واقعی استفاده بیش از حد از مثال‌ها و شواهد نامعلوم و نامشخص ضعیفی است که نمی‌توان آن را نادیده گرفت.

ان. ا. کرافورد (N.A. Crawford) (۱۹۷۰) *اخلاق روزنامه‌نگاری (The Ethics of Journalism)* نیویورک: نايف (Knopf). گرچه این کتاب در سال ۱۹۷۰ توسط بنگاه انتشاراتی نايف تجدید چاپ شد، اما در اصل در سال ۱۹۲۴ منتشر شده است. این کتاب به رغم قدمت خود، هنوز هم از بیشتر کتاب‌هایی که به تازگی به بازار کتاب عرضه شده معتبرتر قابل استنادتر است.

کرافورد از جمله اولین نویسندگانی است که معتقدند فرایند انتشار اخبار (Publishing News) مسئولیتی سنگین‌تر از چاپ اخبار (Printer of News) را به همراه دارد. برای خواننده امروزی این تمایز به خوبی آشکار است اما در دهه ۱۹۲۰ بیان این مطلب تازگی داشت.

کرافورد در کتاب خود تصویر دقیق و مستندی از سوءاستفاده‌های گزارشگران روزنامه‌ها و صاحبان روزنامه ارائه داده و روابط پرفراز و نشیب روزنامه‌نگاران و دست‌اندرکاران مسائل آگهی و تبلیغات را با دقت تمام تشریح کرده است. علاوه بر این، کرافورد گزارش تکان‌دهنده‌ای از آنچه می‌توان آن را تحلیل جامعه‌شناختی، روان‌شناختی و سیاسی درباره نقش وحشت در ژورنالیزم عنوان کرد ارائه داده است. گزارشگران از سردبیران بیم دارند، سردبیران از ناشران می‌ترسند، و ناشران از مردم که می‌توانند منافع مالی آن‌ها را به خطر اندازند در هراس هستند. به اعتقاد کرافورد دست‌اندرکاران سازمان‌های خبری از برداشت دیگران نسبت به خود که می‌تواند درست یا نادرست باشد وحشت دارند.

وی هیچ نکته‌ای را ناگفته نگذاشته و می‌گوید یک خبرنگار جوان اغلب احساس می‌کند که تلاش در جهت عدول از خط مشی روزنامه بی‌فایده است چون مشاهده سردبیران و دبیرانی که عمری را در روزنامه سپری کرده و به

افرادی بدبین تبدیل شده‌اند و دیگر قادر نیستند به‌سادگی در خارج از روزنامه برای خود کاری دست و پا کنند به رشد چنین احساسی در بین روزنامه‌نگاران جوان کمک می‌کند.

کتاب *اخلاق روزنامه‌نگاری* اثر کرافورد از جمله کتاب‌هایی است که حتماً باید خوانده شود چون این کتاب به خوبی این گفته را تأیید می‌کند که هر چه مسائل و امور تغییر می‌کند به همان اندازه ثابت می‌ماند.

اچ. گودوین (H. Goodwin) (۱۹۸۳) *جست‌وجو برای اخلاق در روزنامه‌نگاری (Groping for Ethics in Journalism)*. امس، انتشارات دانشگاه ایالتی ایووا. گودوین خبرنگاری چیره‌دست است که کتاب خود را از دید یک ژورنالیست نوشته است.

از فهرست منابع کتاب *جست‌وجو برای اخلاق در روزنامه‌نگاری* چنین برمی‌آید که این کتاب چکیده چند صد مصاحبه است که نویسنده در گوشه و کنار کشور با سردبیران و گزارشگران انجام داده است. هر یک از مصاحبه‌ها و موارد تاریخی که در کتاب به آن‌ها اشاره شده با دقت تمام و ارائه شواهد و مدارک همراه است. و موارد فرضی در آن بسیار نادر است. گودوین در کتاب خود اسامی دقیق افراد، تاریخ و محل مصاحبه‌ها را قید کرده است و همین دقت ثابت می‌کند که ژورنالیست‌ها در صورت اشتیاق می‌توانند بحث‌انگیزترین مسائل را به خوبی ثبت و منعکس کنند.

مؤلف این کتاب دیدگاه‌های متعددی را در زمینه‌هایی که به اعتقاد وی عمده‌ترین مسائل دنیای روزنامه‌نگاری محسوب می‌شوند منعکس ساخته است: منافع مالی در مقابل حرفه‌ای، اصطکاک منافع، دریافت رشوه و هدیه، رابطه میان گزارشگر و منابع خبری، گزارش‌های نادرست، و گمراه‌کننده، احساس‌گرایی، حفظ حریم خصوصی افراد، تعهدات ژورنالیست به عنوان یک شهروند، سرانجام صلاحیت و مسئولیت‌پذیری اعضای جامعه مطبوعات.

گودوین در این کتاب توجه چندانی به مسائل فلسفی و تاریخی نشان نداده است. این گونه مسائل محور بررسی وی را تشکیل نداده و نباید هم تشکیل می‌داد. کتاب *جست‌وجو برای اخلاق در روزنامه‌نگاری* گزارشی است صریح و بی‌نظیر که می‌توان با بهره‌گیری از آن نحوه نگرش و عمل به اخلاق روزنامه‌نگاری را ارزیابی کرد.

جی. گراس (G. Gross) (۱۹۶۶) مؤلف کتاب *مسئولیت مطبوعات نیویورک (The Responsibility of the press)*: فلیت (Fleet). گرابس گزیده گسترده‌ای از مقالات مربوط به نظریه و مسائل ارتباط جمعی به‌طور اعم و مسائل اخلاقی به‌طور اخص را در کتاب خود گرد آورده است و به همین دلیل این مطالب کتاب به هیچ‌وجه کهنه به نظر نمی‌رسد. در مورد این کتاب ذکر چند نکته لازم به نظر می‌رسد: اول، برخی از موضوعات که اغلب نادیده گرفته می‌شوند در این کتاب به تفصیل تشریح شده‌اند. برای مثال، اخلاق مربوط بر نقد کتاب مورد بررسی قرار گرفته است. ادوارد بنت ویلیام (Edward Bennett William) دادستان کل وقت آمریکا در یک بحث بی‌سابقه درباره اخلاق رسانه‌ها، به اظهار نظر درباره وکیل مدافع شبکه‌های تلویزیونی و چگونگی انطباق برداشت وی با واقعیت پرداخته است.

دوم، دو صاحب‌نظر سرشناس در زمینه نظریه ارتباطات و اخلاق، دیدگاه‌های خود را در این کتاب بیان کرده‌اند. ویلبر شرام (Wilbur Schram) بحثی را مطرح کرده است که هنوز هم تازگی خود را حفظ کرده و هنوز هم در بیان مردم عادی به اندازه زمان مطرح شدن آن در سال ۱۹۶۶ ناخوشایند است. (در آن سال شرام در مقاله‌ای نظریه خود را ابراز داشت. نظریه وی قبل از انتشار کتابی که در دست مطالعه دارید بارها به شکل‌های مختلف بیان شده است). به‌طور خلاصه، شرام معتقد است مسئولیت رعایت اخلاق در مطبوعات صرفاً بر رسانه‌ها و دولت محدود نمی‌شود بلکه وظیفه‌ای است که انجام آن بر عهده حکومت، رسانه‌ها و مردم محول است و تا آنجا که من به خاطر دارم مطرح شدن این دیدگاه در دهه ۱۹۶۰ که مردم در اساس حالت انفعالی نسبت به مسائل داشتند نوعی کفر تلقی می‌شد و احتمالاً هنوز هم مردم احساس مشابهی دارند. نکته عنوان شده از سوی شرام به عقیده من هنوز هم با

اهمیت و قابل تأمل است. این نکته ارزش مو شکافی بیشتر را دارد چون در واقع عصاره نظریه شرام را درباره طرف مسئول در قبال کیفیت کار رسانه‌ها را تشکیل می‌دهد (این نکته عنوان دقیق یکی از بخش‌های کتاب گراس است). گراس در کتاب خود یک فصل را به تئودور پیترسون (Theodore Peterson) اختصاص داده که بیانگر دیدگاه وی درباره بریدن روزنامه‌ها از نظریه سنتی آزادی و گرایش به معیارهای اخلاقی را - نوعی نظریه مسئولیت اجتماعی - است.

دیدگاه پیترسون درباره تغییر جهت مطبوعات از تکیه بر نظریه سنتی آزادی به نظریه مسئولیت اجتماعی در واقع از شرام که مردم را نیز در قبال عملکرد رسانه‌ها مسئول می‌داند الهام گرفته است. این مبحث در کتاب تی. پیترسون و دلبلیو. شرام (۱۹۷۳) *چهار نظریه درباره مطبوعات (Four Theories of the Press)* تألیف اف. اس. زیبرت (F.S. Siebert)، اوربانا (Urbana): انتشارات دانشگاه ایلینویز و کتاب دلبلیو. شرام (۱۹۷۵) تحت عنوان *مسئولیت در وسایل ارتباط جمعی (Responsibility in Mass Communication)* (فصل آخر این کتاب تحت عنوان «مسئولیت»، به کار گراس اختصاص دارد) با تفصیل بیشتری تشریح شده است اما کتاب گراس دیدگاه‌های شرام و پیترسون را در بافت جذاب‌تر مطرح کرده است.

جی. هوهنبرگ (J. Hohenberg) (۱۹۷۸) *بحرانی در مطبوعات آمریکا (Acrisis for the American Press)*. نیویورک: انتشارات دانشگاه کلمبیا. کتاب هوهنبرگ در واقع به تشریح چگونگی سرکوب رسانه‌های آمریکا توسط دولت این کشور اختصاص دارد که در این مورد توضیح بیشتری خواهیم داد اما آنچه از اهمیت بیشتری برخوردار است موضوع ثانوی کتاب هوهنبرگ است.

هوهنبرگ در کتاب خود به گونه‌ای مستند و منطقی از موضع‌گیری مطبوعات علیه دولت دفاع کرده است. هوهنبرگ معتقد است که مطبوعات آمریکا و دولت این کشور نمی‌توانند با یکدیگر تفاهم داشته باشند و اصولاً آب آن‌ها در یک جوی نمی‌رود. وی در کتاب خود به موارد موفقی از موضع‌گیری جامعه مطبوعات آمریکا علیه ساختارهای ریشه‌دار قدرت اشاره کرده است.

موضوع اصلی کتاب *بحرانی برای مطبوعات آمریکا* نظریه جامعی است از نقش بازدارنده امنیت ملی (از جمله امتیازها و اختیارات اجرایی) در کارایی مطبوعات. گرچه مطالبی را که هوهنبرگ در سال ۱۹۸۷ تدوین کرده، امروزه دیگر عناوین صفحات اول مطبوعات را تشکیل نمی‌دهند (ضبط یادداشت‌های اتاق خبر، زندانی شدن گزارشگران به خاطر خودداری از افشای منابع خبری خود و مسائلی از این قبیل)، این گونه مسائل هنوز ذهن اعضای جامعه مطبوعات آمریکا را به خود مشغول می‌کند. از این روی کتاب هوهنبرگ به عنوان یک زمینه تاریخی، ارزشمند به حساب می‌آید. عجیب اینکه هوهنبرگ در کتاب خود توجهی به مسائل چون قانون مربوط به زندگی خصوصی افراد و افترا که به نظر من بر عملکرد رسانه‌های خبری تأثیر منفی دارد، نشان نداده است. شاید در زمانی که هوهنبرگ به نوشتن کتاب خود سرگرم بود، این موضوع به اندازه امروز مسئله ساز نبوده است.

۱. ا. جاسکا (A.A. Jaska) ام. اس. پریتچارد (M.S. Pritchard) (۱۹۸۸)، *اخلاق ارتباطات روش‌های تحلیل (Communication Ethics: Methodological Analysis)* بلمونت (Belmont)، کالیفرنیا. وادسورث (Wadsworth) کتاب کوچک (۱۷۲ صفحه‌ای) *اخلاق ارتباطات* با مقدمه‌ای بر اخلاق ارتباطات آغاز می‌شود و سپس با نقل مطالبی از نشریه *یواس نیوز اندورد ریپورت* به تجزیه و تحلیل دیدگاه بنام می‌پردازد.

نویسنده این کتاب بدون آنکه صراحتاً اعلام کند (یا حداقل به تصور من) ملغمه‌ای از استدلال‌های فلسفی را به بحث‌هایی که امروز درباره رسانه‌ها جریان دارد تعمیم داده است. گرچه کتاب *اخلاق ارتباطات* فاقد جامعیت کتاب مریل و اوئل است، اما به‌خوبی از تشریح فلسفه کلاسیک برآمده آن را قابل فهم‌تر ساخته است. در این کتاب در بررسی سیر تحول اخلاق یک دیدگاه روان‌شناسی نیز ارائه شده است. در کتاب‌های مربوط به اخلاق کمتر به نام

کسانی چون فروید (Freud)، کوهلبرگ (Kohlberg) پیازه (Piageh) برمی‌خوریم. اما با خواندن کتاب اخلاق ارتباطات متوجه می‌شویم که نباید چنین باشد.

نکته جالب این که، کتاب مزبور یک کتاب مرجع به شمار می‌رود چون برای تدریس تدوین شده و حاوی پرسش‌هایی برای بحث در کلاس و فهرست منابع برای مطالعه جنبی است و در آن به جریان‌های مهم روز اشاره شده است (فاجعه مربوط به سفینه چلنجر (Challenger) و جنبه‌های اخلاقی یا سازمانی تصمیم‌گیری‌های ناسا (National Aeronautics and space Administration) تشریح شده است).

کتاب *اخلاق ارتباطات* در واقع یک کتاب مرجع جامع نبوده بلکه حالت مقدمه را دارد، اما مؤلفین این کتاب هیچ گونه ادعایی و رای آنچه تألیف کرده‌اند ندارند. به هر حال این کتاب هر چه که باشد ارزش خواندن را دارد و چارچوب منسجمی از مفاهیمی چون خیر و شر و درست و نادرست در اختیار علاقه‌مندان قرار می‌دهد.

اس. آر. لیچتر (S.R.Lichter)، اس. روتمن (S.Rothman) و ال. اس. لیچتر (L.S. Lichter) (۱۹۸۶). *نخبگان رسانه‌ها: دلالات جدید قدرت در آمریکا (The Media Elite: America's New Power Brokers)*. نیویورک: آلدرا اند الدر. این کتاب با شعاری در خودستایی با مضمون «اولین پژوهش جامع درباره کسانی که بیشترین اطلاعات را درباره مسائل پیرامون ما دارند»، آغاز می‌شود. گرچه این ادعا تا حدودی اغراق‌آمیز به نظر می‌رسد اما کتاب به هر حال از جامعیت خاصی برخوردار است و به بازگو کردن مطالبی پرداخته است که به اعتقاد من نقد ژورنالیستی به‌طور قطع به آن نیاز دارد یعنی دیدگاه‌های دیگر رشته‌های علوم.

مؤلفان این کتاب دانشمند علمی سیاسی‌اند و از فنون پژوهشی خود برای بررسی رسانه‌ها به عنوان یک بلوک قدرت استفاده کرده‌اند. (چنانچه خواننده‌ای که به این گونه ارزیابی چند جانبه علاقه‌مند باشد می‌تواند کتاب *فرهنگ و تجارت نشر (The Culture and Commerce of Publishing)* اثر سه جامعه‌شناس به نام‌های کوزر (Coser)، کادوشین (Kadushin) و پاول (Powell) را که توسط بنگاه انتشاراتی بیسیک بوکس در سال ۱۹۸۲ چاپ و منتشر گردیده مطالعه کند.

آنچه مؤلفان کتاب *نخبگان رسانه‌ها* در این کتاب مطرح کرده‌اند تا حدودی کهنه و منسوخ شده است. برای مثال آن‌ها تأکید دارند که خبرنگاران اغلب لیبرال و مالکان رسانه‌ها در بیشتر موارد محافظه‌کار هستند. این گفته چندان تعجب‌آور نیست چون در بسیاری از بررسی‌ها این موضوع به اثبات رسیده و هر کس که در سازمان‌های خبری کار کرده باشد البته به استثنای *نشنال ریویو، واشنگتن تایمز* و احتمالاً *منچستر پونین* - *لیدر* این نکته را تأیید می‌کند.

دیگر یافته‌های این کتاب تازه است، اما نتیجه‌گیری‌ها جنبه قطعی ندارد (در مورد بی‌طرفی، مؤلفان به قطعی بودن نتایج بررسی خود اذعان دارند). برای مثال مؤلفان این کتاب تصاویری از رویدادهای متفاوت را به برخی نخبگان رسانه‌ها نشان داده و این گونه نتیجه گرفته‌اند که ژورنالیست‌ها تلاش می‌کنند تا در گزارش‌های خود مسئله اختناق و مبارزه طبقاتی را مطرح کنند و ترجیح می‌دهند که خود را مظلوم جلوه دهند. ناگفته پیداست که چنین نتیجه‌گیری در واقع صادر کردن حکمی کاملاً کلی است.

خوانندگانی که برای یافتن حقایق ملموس تلاش می‌کنند، در این کتاب به بررسی‌های دقیق از نحوه انعکاس برخی از رویدادهای مهم در رسانه برخورد خواهند خورد.

مؤلفان این کتاب تلاش کرده‌اند تا چگونگی تحریف اخبار بر اثر یک‌جانبه‌نگری و عدم بی‌طرفی را نشان دهند. تقریباً تمامی ژورنالیست‌هایی که امروزه در قلمرو رسانه‌ها فعالیت می‌کنند بر این نکته واقفند که عینیت یک مقوله کاملاً مشخص و دقیق نیست اما لچر، روتمن و لچر نکات تازه‌ای را به آنچه که ژورنالیست‌ها و منتقدان رسانه‌ها مدت‌ها قبل در این زمینه گفته‌اند اضافه کرده‌اند.

جی. ال. هالتنگ (J.L. Hultng) (۱۹۸۱). بازگویی حقایق: بحث عینی درباره اصول اخلاقی انجمن سردبیران روزنامه‌های آمریکا (Playing it straight: A. Practical Discussion of Ethical Principle of The American Societies). چستر، سی تی: انجمن سردبیران روزنامه‌های آمریکا. احکام اخلاقی اصلی که «اصول روزنامه‌نگاری» (Canons of Journalism) نامیده می‌شد از زمان تدوین آن توسط انجمن سردبیران روزنامه‌های آمریکا در دهه ۱۹۲۰ تا سال ۱۹۷۴ دست نخورده باقی مانده و در این سال به «بیانیه اصول» (Statement of Principles) تغییر نام یافت. هاتنگ در کتاب خود تلاش کرده است تا این اصول را تشریح و آن‌ها را مستقیماً به فعالیت ژورنالیست‌ها ارتباط دهد.

این کتاب برای کسانی که به مطالعه اخلاق رسانه‌ها علاقه‌مندند از ارزش خاصی برخوردار است. اول اینکه این کتاب کم و بیش بیانگر موضع رسمی کسانی است که پاسدار حریم اخلاق روزنامه‌نگاری محسوب می‌شوند. دوم اینکه حاوی مثال‌های است که زندگی واقعی را (متأسفانه اغلب به صورت کاملاً فرضی) به برداشت‌هایی از احکام اخلاقی مرتبط می‌سازد.

دوم/اینکه، کتاب بازگویی حقایق، فاقد هر گونه نتیجه‌گیری آمرانه است. مؤلف به موارد مبهم صریحاً اعتراف کرده است. برای مثال، بررسی دقیقی از موضوع مصاحبه شونده‌ای که یک فنجان چای به گزارشگر تعارف می‌کند ارائه شده است. گرچه تعارف یک فنجان چای فاجعه بزرگی محسوب نمی‌شود اما همین تعارف کوچک مقدمه برای ابراز لطف متقابل از جانب خبرنگار خواهد بود و این تعارف و ابراز لطف کوچک اغلب مشکلات بزرگ‌تری را سبب می‌شود. آیا ژورنالیست‌ها دقیقاً به احکام اخلاقی که آن‌ها را از پذیرفتن هر هدیه‌ای حتی در شکل کوچک آن منع می‌کند پایبند بوده و با این کار خود را فردی بی‌نزاکت و انعطاف‌ناپذیر معرفی می‌کنند؟ یا اینکه تعارف یک فنجان چای و احتمالاً فنجان دوم و بالأخره یک نوشیدنی ... را می‌پذیرد؟

این نکات در واقع اصل مشکل و معمایی را که دنیای رسانه‌ها با آن روبه‌رو است تشکیل می‌دهد و کتاب مزبور به خوبی از تجزیه و تحلیل واقع‌بینانه آن بر آمده است. گرچه کتاب بازگویی حقایق پاسخ دقیقی به پرسش‌هایی چون مسئولیت، آزادی مطبوعات، استقلال، حقیقت و صحت، بی‌طرفی و بی‌غرضی نمی‌دهد اما با نگرشی واقع‌بینانه به بررسی و تحلیل این مسائل پرداخته است.

اس. کلایدمن (S.Klaidman) و تی. ال. بیوچامپ (T.L. Beauchamp) (۱۹۸۷). ژورنالیست با تقوی (The Virtuous Journalist)، نیویورک، انتشارات دانشگاه آکسفورد. در این کتاب نام ژورنالیست با تقوا مشخص نشده اما تصویر روشنی از چنین ژورنالیستی ارائه شده است.

کتاب ژورنالیست با تقوا حاوی دیدگاهی واقع‌بینانه در قبال مفهوم تحلیل ژورنالیستی است. مؤلفین این کتاب با آگاهی به ماهیت گذرا و ناپایدار ژورنالیزم روزمره، بر بی‌ثمر بودن ارزیابی تمامی لحظه‌ها و اجزا اخبار و قلمداد کردن آن به عنوان نماد کل صنعت خبر، تأکید کرده‌اند.

مؤلفین این کتاب چارچوبی فراگیر به‌ویژه معیارهایی چون آزادی، اخلاق، موازین و مقررات مربوط به وظایف، تقوا، توانایی و بی‌طرفی را برای تحلیل اخلاق روزنامه‌نگاری ارائه داده‌اند و به نظر می‌رسد طرح پیشنهادی آن‌ها قابل اجرا باشد. بررسی‌های آن‌ها منطقی جلوه می‌کند و ارتباط آن‌ها با چارچوب تعیین شده طبیعی به نظر می‌رسد.

یکی از خواندنی‌ترین فصل‌های این کتاب فصل مربوط به مفهوم مسئولیت و پس دادن حساب است. در این فصل سؤال خوبی مطرح شده است: دقیقاً به چه کسی باید حساب پس داد؟ آیا رسانه‌ها وظیفه دارند موجبات انتقاد را فراهم سازند؟ آیا گزارشگران در مقابل منابع خبری خود، یا کسانی که درباره‌شان خبر تهیه می‌کنند و دولت پاسخگو هستند؟ چنین به نظر می‌رسد که این گونه پرسش‌های اساسی از زمان پیترسون و شرام به این طرف نادیده گرفته شده‌اند اما این سؤالات به سادگی به دست فراموشی سپرده نخواهند شد.

سی. جی. مریل (C.J.Merrill) و اس. جی اودل (S.J.Odell) (۱۹۸۳). *فلسفه و ژورنالیزم*، نیویورک: لانگمن. این کتاب در گسترش دامنه فلسفه کلاسیک از جمله اخلاق به فعالیت‌های ژورنالیستی در نوع خود منحصر به فرد است. علاوه بر این، کتاب مزبور به زبانی ساده و قابل درک نوشته شده است. اودل که استاد فلسفه است ذخیره لغوی و فکری خود را به دنیای ژورنالیزم تعمیم داده است و در این کتاب به تشریح مفاهیمی چون استنتاج مبتنی بر قیاس و استقراء، اخلاق و معرفت‌شناسی پرداخته و این مفاهیم را به ژورنالیزم تعمیم داده است. مریل به عنوان استاد ژورنالیزم درست عکس اودل عمل کرده و مفاهیم ژورنالیستی را به ارزش‌شناسی، علم معانی (و نظریه‌های ترغیب)، نظریه سیاسی و ماوراءالطبیعه مرتبط کرده است. به اعتقاد من دو عامل مهم سبب شده است تا کتاب فلسفه و ژورنالیزم از دید انتقادی به یک اثر موفق تبدیل شود:

۱. مؤلفان این کتاب از پرداختن به مسائل جنبی و حاشیه‌ای خودداری کرد. و مهم‌تر اینکه زیر بنای فکری خود را مورد تجدیدنظر قرار داده‌اند. این دو مؤلف در کتاب فلسفه و ژورنالیزم اغلب از کتاب‌های قبلی خود نقل قول کرده و دیدگاه‌های یکدیگر را به نقد کشیده‌اند.
۲. کتاب مزبور در منتهای سادگی و روانی نوشته شده و هیچ نکته‌ای، مبهم و تاریک و در عین حال برای جلب خوانندگان عامی به ساده‌نگری متوسل رها نشده است این کتاب در عین حال برای جلب خوانندگان عامی به ساده‌نگری متوسل نشده و در منتهای دقت و انسجام تألیف شده است.

یکی از فصل‌های جالب این کتاب، مطلبی است که اودل در معناشناسی نوشته است. از دیدگاه ژورنالیستی، که برخی از آن به عنوان اسطوره یاد می‌کنند، عینیت، در معانی اولیه و معانی ثانوی واژه‌ها نهفته است. توضیحاتی که اودل در این زمینه ارائه داده همراه با نوشته‌های هایاکاوا سبب شده است تا این مقوله که فهم آن برای افراد عادی مشکل است قابل درک شود.

دی. ا. پالتر (D.A.Paletz) و آر. انتمن (R.Entman) (۱۹۸۱) *رسانه‌ها (Media Power Politics)*. نیویورک. فری پرس. این کتاب به رغم محتوای متفکرانه آن تا حدودی لحن تند دارد و مخاطبان رسانه‌ها را افرادی ضعیف و بی‌پناه (که تنها سواد خواندن و نوشتن دارند) ترسیم کرده که در معرض اطلاعات از پیش پردازش شده رسانه‌هایی که فاقد حسن نیت‌اند قرار دارند.

اگر خوانندگان با لحن اغراق‌آمیز و لفاظی کتاب عادت کنند، متوجه خواهند شد که مؤلفان آن از بینش عمیقی برخوردارند و در این کتاب چگونگی یکنواختی و روزمرگی پوشش خبری را به شیوه‌ای چشمگیر به تصویر کشیده‌اند. برای مثال مؤلفان این کتاب (که خود دانشمندان علوم سیاسی هستند) چگونگی بزرگ جلوه دادن اهمیت حوزه‌های انتخابیه آیووا و نیوهامپشایر و تأثیر بیش از حد نتایج به دست آمده از این حوزه‌ها در انتخابات ریاست جمهوری توسط رسانه‌ها را به خوبی تجزیه و تحلیل کرده‌اند.

اما برخی از اطلاعات و اعداد و ارقام ارائه شده از سوی مؤلفان کتاب، دست کم به اعتقاد من حقیقت ندارند. در این کتاب بر همکاری پلیس و مطبوعات در جهت دست‌کاری اخبار تأکید شده است، در حالی که من تاکنون از وجود چنین تبانی بی‌اطلاع هستم و طی سالیان متمادی هیچ گونه گزارشی در مورد علاقه‌مندی پلیس به تبانی با مطبوعات برای تحریف اخبار مشاهده نکرده‌ام. برعکس تجربیات من نشان می‌دهد که افراد پلیس اکثراً از مطبوعات گریزان و در برخی از موارد از آن‌ها بیزارند. از این روی تبانی مطبوعات/پلیس تا حدی اغراق‌آمیز جلوه می‌کند. به هر حال این یک نظر شخصی است و ممکن است نادرست باشد. به هر تقدیر کتاب از ارزش و اعتبار خاصی برخوردار است.

دبلیو. ال. ریورز (W.L. Rivers) و سی. میتوز (C.M. Atchews) (۱۹۸۸). *اخلاق برای رسانه‌ها (Ethics for Media)* انگلوود کلیفس، نیوجرسی: پرنیس هال. در بازار کتاب، که از عناوین اخلاق رسانه‌ها اشباع شده، ارائه رهیافت تازه در این زمینه، جداً کار بس دشواری است. ریورز و میتوز از عهده این مهم برآمده‌اند. گرچه بخش اعظم کتاب به بررسی‌های متعارف اختصاص دارد (البته قصد تحقیر در میان نیست) اما مؤلفان در یکی از فصول این کتاب در زمینه رهبری اخلاقی، مطالبی را بیان داشته‌اند که فوق‌العاده ضروری و با اهمیت تلقی می‌شود.

این کتاب از لحاظ ماهیت و زمینه تا حدودی شبیه کتابی است که سواين (Swain) (صفحات آتی به آن اشاره شده) نوشته اما محتوای آن گسترده‌تر می‌باشد.

کتاب *اخلاق در رسانه‌ها* در نقدی که در نشریه *اخلاق رسانه‌های جمعی* منتشر شد به شدت مورد حمله قرار گرفت و کتابی فاقد مهارت‌های نویسندگی توصیف شد صنعتی که در قاموس نقد کتاب به نوشته‌هایی داده می‌شود که که فهم آن‌ها دشوار است. علاوه بر این، ضعف اصلی کتاب، فقدان ارائه رهنمود برای تفکر در زمینه مسائل اخلاقی عنوان شد.

گرچه کتاب اخلاق برای رسانه‌ها شیوه خاصی را برای تفکر ارائه نداده است اما در این مورد ادعایی نیز ندارد. به هر حال این کتاب حاوی مطالب آموزنده و مبتنی بر حقایق است.

دبلیو. ال. ریورز، دبلیو شرام و سی. کریستینز (C. Christians) (۱۹۸۰) مسئولیت در ارتباط جمعی (*Responsibility in Mass Communication*)، چاپ سوم، نیویورک هارپروو این کتاب اثری است ارزنده که به تشریح چهار نظریه مربوط به رسانه‌ها اختصاص دارد و در عین حال موضوعات دیگر را نیز در بر می‌گیرد. از جمله بخش‌های جالب این کتاب فصلی است که به هنر عامه‌پسند اختصاص دارد. به‌ندرت پیش می‌آید که یک منتقد جدی رسانه‌ها به نقد خود منتقدان، یعنی کسانی که فتوا می‌دهند هنر سودمند چه هست و چه نیست بپردازد.

به هر حال کتاب *مسئولیت در ارتباط جمعی* چکیده‌ای خواندنی از تاریخ و تحولات مربوط به نظریه ارتباطات ارائه می‌دهد. اما خواندنی‌ترین و مفیدترین فصل این کتاب، بخشی است که به تشریح چهارنظریه درباره رسانه‌ها اختصاص دارد و خلاصه نسبتاً گویایی از این نظریه‌ها به دست می‌دهد. این کتاب همچنین برای آگاهی از موضوعات و مسائل مرتبط با رسانه‌ها از اهمیت خاصی برخوردار است.

بی. رابین (B. Rubin)، چاپ (۱۹۷۶). *ارزیابی اخلاق رسانه‌ها (Questioning Media Ethics)* نیویورک: انتشارات پریگر (Praeger). رابین در این کتاب عناوین نامتعارفی را برای بررسی انتخاب کرده است که در آن میان می‌توان به بررسی بحران گزارشگری، بررسی عملکرد شوراها، مطبوعات و مسائلی چون چگونگی برخورد رسانه‌ها با گروه‌های مختلف از جمله زنان (از طریق آگهی‌ها) و کودکان اشاره کرد.

تمامی مطالب این کتاب به استثنای یک فصل آن تحت عنوان «ژورنالیزم شهر کوچک، برخی از ددرس‌های بزرگ اخلاقی را به همراه دارد» در حد متعارف و استاندارد می‌باشد. لورن گیگلیون (Loren Ghigliione) نویسنده این مقاله معتقد است روزنامه‌هایی که در شهرهای کوچک منتشر می‌شوند با مشکلات خاصی رو به رو هستند که در اغلب موارد روزنامه‌های بزرگ در مقابل آن‌ها مصونیت دارند. در این مقاله موضوع حمایت و جانبداری روزنامه‌های کوچک از شخصیت‌ها و مقام‌های محلی و فشارهایی که صاحبان آگهی‌های بازرگانی برای وادار ساختن روزنامه‌ها به تمکین در برابر آن‌ها اعمال می‌کنند ارزیابی قرار شده است. در مقاله مزبور در تأیید مطلب فوق چنین آمده است:

اداره یک روزنامه کوچک محلی بدون برآورده ساختن چنین انتظاراتی، خطر اقدام تلافی‌جویانه را به همراه دارد. چندی پیش روزنامه ۲۶۰۰ نسخه‌ای ما، در صفحه اول خود گزارشی درباره نادیده گرفتن اصول و موازین ایمنی در بخش ساختمان‌سازی منتشر کرد. در پی انتشار این مقاله، صاحب یکی از پروژه‌های ساختمانی که در عین حال صاحب یک رستوران نیز بود نامه‌ای برای سردبیر روزنامه ارسال کرد. در پایان این نامه جمله بسیار زیرکانه‌ای به چشم می‌خورد: مقاله‌ای که شما منتشر کرده‌اید بسیار غیرحرفه‌ای تهیه شده است. اگر من هم رستوران خود را به اندازه شما غیرحرفه‌ای اداره کنم قطعاً کار آن به تعطیلی خواهد کشید.

چه کسی روزنامه محلی را تعطیل می‌کند؟ به عقیده من هیچ کس ... مگر آگهی دهندگان. یک هفته بعد، وقتی اخبار و گزارش مربوط به عدم رعایت موازین ایمنی در صنعت ساختمان‌سازی ادامه یافت، صاحب رستوران مزبور انتشار آگهی‌های خود را در این روزنامه متوقف کرد.

این گفته بدین معنا نیست که رسانه‌ها در بازارهای بزرگ از فشار صاحبان آگهی در امان هستند اما اعمال نفوذ صاحبان آگهی در شهرهای کوچک علیه رسانه‌ها از شدت بیشتری برخوردار است و می‌تواند فلج کننده باشد. گیگلیون در مقاله خود تأکید می‌کند که خودداری از تهیه گزارش‌های افشاگرانه به خاطر وحشت از فشار آگهی دهندگان و مقام‌های محلی بیش از آنکه سوء استفاده از اصلاحیه اول قانون اساسی در مورد تضمین آزادی‌ها باشد زیر پا گذاشتن شدید مسئولیت‌های حرفه‌ای محسوب می‌شود.

گرچه تردیدی وجود ندارد که رسانه‌های بزرگ در زمینه انتشار اخبار نقش اصلی را ایفا می‌کنند اما نباید فراموش کرد که رسانه‌های کوچک و متوسط نیز به انتشار اخبار اشتغال دارند و چاپ یک خبر در یک روزنامه کوچک محلی می‌تواند به اندازه تأثیر خبر چاپ شده در روزنامه نیویورک تایمز بر زندگی یک شهروند نیویورکی، بر زندگی ساکنان شهرهای کوچک، تأثیر برجای گذارد.

در اینجا ذکر دو نکته درباره این مقاله و یک افشاگری کوچک را لازم می‌دانم. لورن گیگلیون از زمان نگارش این مقاله به بعد شهرت و اعتبار خاصی پیدا کرد. و به یکی از اعضای با نفوذ جامعه مطبوعات آمریکا تبدیل شده است. گیگلیون در عین حال در مقایسه با گذشته بازار بزرگ‌تری را برای نشریه خود دست و پا کرده است. نکته افشاگرانه اینکه، من تاکنون چندین مقاله براین انتشارات گیگلیون نوشته‌ام.

دبلیو. شرآم (W. Schram) (۱۹۵۴). *فرایند و تأثیرهای وسایل ارتباط جمعی* (The Process and Effects of Mass Communication اوربانا: انتشارات دانشگاه ایلینویز. شرآم در این کتاب به زبانی ساده عناصر اساسی ارتباط جمعی را تشریح و مطالبی را بیان داشته است که امروز نیز همانند سال ۱۹۵۴ تازگی خود را حفظ کرده‌اند. والتر لیمن در مقاله‌ای تحت عنوان «دنیای خارج و تصاویر ذهنی ما» (The World outside and the pictures in our Head) که در کتاب *افکار عمومی (Public Opinion)* به چاپ رسید می‌گوید گرچه مردم در یک دنیای واحد زندگی می‌کنند اما فکر و احساس آن‌ها با ایجاد یک محیط کاذب بین خود و محیط واقعی، به دنیاهای متفاوت تعلق دارد.

مطلب فوق می‌تواند مقدمه‌ای برای کتاب *فرایند و تأثیرها* اثر شرآم باشد و به همین دلیل نیز آن را از لیمن نقل کردیم. شرآم در کتاب خود شیوه‌های ایجاد معانی از پندارها و نمادها را که به شکل‌گیری تصاویر در ذهن انسان منجر می‌شود ارزیابی کرده است.

کتاب شرآم در زمینه ارتباط جمعی از بعضی جنبه‌ها پیش‌تاز است و خوشبختانه پیش از رواج مفاهیم نظریه‌های غیرقابل درک و لفاظی بی‌معنی در زمینه رسانه‌ها رسانه‌ها نوشته شده است. کتاب *فرایند و تأثیرها* به زبانی ساده و روان و حتی با ارائه نکاتی جذاب و خواندنی مسائل چون چگونگی شایعه پراکنی، اثرگذاری بر افکار و چگونگی تغییر برداشت انسان از یک پیام بر اثر تغییر برداشت فرد را تشریح کرده است. در این کتاب ارتباطات بین‌المللی نیز به بحث کشیده شده است.

از نکات قابل توجه این کتاب برای اخلاقیون، پرداختن آن به اثرات ارتباطات است (البته این نکته به سادگی از عنوان کتاب مشخص می‌شود). این گونه تأثیرها بسیار پیچیده هستند و تنها از راه مطالعه دقیق کتاب می‌توان به وجود ماهیت آن‌ها پی برد اما نکته مهم که در این کتاب و دیگر نوشته‌های شرآم بر آن تأکید شده قائل شدن قدرت بی‌چون چرا برای رسانه‌ها در شکل دادن افکار مردم است.

دبلیو. شرام، چاپ ۱۹۶۳، *علم ارتباط بشری (The Science of Human Communication)* نیویورک: بیسیک بوکس. شرام در این کتاب رشته‌های گوناگون ارتباطات بشری از جمله روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، علوم سیاسی و علم نوین بازی با کلمات را درهم آمیخته است. مجموعه مقالات مندرج در این کتاب، مسائلی چون دگرگونی ایستارها (که حتی امروزه نیز در کتاب‌ها و نشریه‌های مربوط به تبلیغات بازرگانی و سیاست به آن اشاره می‌شود) و چگونگی ایجاد دگرگونی از طریق ارتباطات را شامل می‌شود. آنچه در این کتاب عمدتاً مسکوت گذاشته شده (شاید علت آن وضوح بیش از حد این مسئله در سال ۱۹۶۳ باشد) نظریه ارتباطات است. بیشتر مطالب این کتاب ناشی از بررسی‌هایی است که در جریان جنگ دوم جهانی در مورد تبلیغات صورت گرفت.

این کتاب به رغم قدیمی بودن دقیقاً با تحلیل‌های نوین ارتباطات تطبیق می‌کند. برای مثال، یکی از بحث‌های جنجالی آن زمان که از بررسی‌های دوران جنگ سرچشمه می‌گرفت (و بعدها بررسی‌ها انجام شده نیز آن را تأیید کرد) این نکته بود که مردم را به دشواری می‌توان از طریق رسانه‌ها تغییر داد و احتمال بسیج آن‌ها از طریق رسانه‌ها آسان‌تر است. نکته جالب اینکه، هر تحلیل‌گر تازه‌کار رسانه‌ها که به بررسی مبارزات سیاسی و تبلیغات اشتغال دارد، به نتیجه‌ای که در بالا به آن اشاره شد می‌رسد که گویی این نظریه همین دیروز ابداع شده است.

اف. اس. زیبرت (F.S. Siebert)، تی. پیترسون و دبلیو شرام (۱۹۷۳) *چهار نظریه مطبوعات (Four Theories of the press)*. اوربانا: انتشارات دانشگاه ایلینویز. چهارنظریه مطرح شده از سوی این سه مؤلف که عبارتند از خودکامگی، آزادمندی، مسئولیت اجتماعی و الگوهای کمونیستی از جمله مباحثی هستند که در بیشتر کتاب‌های مرجع مربوط به ارتباطات به آن‌ها اشاره شده است. اما باید توجه داشت که این نظریه‌ها از نظر محتوا به اندازه منشاء تاریخی و فلسفی خود که در این چهار نظریه ردیابی شده‌اند، حائز اهمیت نمی‌باشند.

برای مثال، نظریه خودکامگی، ریشه در افکار افلاطون دارد. این کتاب قطعاً یک کتاب متعارف در زمینه منابع رسانه‌های جمعی نیست و ممکن است تأکید من بر این نکته تردیدهایی را ایجاد کند. اما با اندکی دقت متوجه خواهیم شد که مگر این افلاطون نبود که از نقش فیلسوفان سلطان حمایت می‌کرد؟ آیا این افلاطون نبود که از طرد کسانی که برخلاف دیدگاه وی سخن می‌گفتند حمایت می‌کرد؟ آری. سانسور خودکامانه جزئی از نقطه نظر افلاطون و ماکیاولی و برخی از متفکران سودگرا، از جمله هابس را تشکیل می‌داد.

نکات عنوان شده در این چهار نظریه از مطالبی که میلتون، میل و لاک درباره نظریه اختیارگرایی (Libertarianism) نوشته‌اند الهام گرفته است و مؤلفان این کتاب به شکل جذابی بین اختیارگرایی و حقوق طبیعی پیوند برقرار کرده‌اند. مؤلفان کتاب *چهار نظریه درباره مطبوعات* در عین حال در بررسی تکامل نظریه تقریباً نوین مسئولیت اجتماعی نوعی رابطه دشوار (برحسب ضرورت) بین این نظریه و آراء و میلتون برقرار کرده‌اند. نویسندگان کتاب مزبور در ضمن دیدگاه‌های فلسفی مربوط به جریان اطلاعات را آن گونه که مارکس تبیین کرده و سرانجام توسط استالین پایمال شد به یکدیگر پیوند داده‌اند.

چهار نظریه مربوط به مطبوعات را نمی‌توان دقیقاً به مثابه مجموعه‌ای از نظریه‌ها قلمداد کرد بلکه این نظریه‌ها بررسی تکامل اندیشه‌های مهم مرتبط با مطبوعات به شمار می‌روند. این چهارنظریه به درک هر چه بیشتر نظریه اختیارگرایی و مسئولیت اجتماعی و نحوه عملکرد این دو نظریه البته به گفته مؤلفان در مطبوعات انگلیس و آمریکا کمک می‌کند. گرچه برخی معتقدند که مطبوعات انگلیس و آمریکا تفاوت‌های فراوانی دارند - به‌ویژه در زمینه کنترل دولت انگلیس بر چاه بی‌انتهای اسرار حکومتی با یکدیگر دارند.

ام. استفنز (M. Stephens) (۱۹۸۸)، *تاریخ اخبار: از طبل تا ماهواره (A History of News: From Drum to Satellite)* نیویورک. واپکینگ. عنوان این کتاب بسیار زیرکانه انتخاب شده و در آن شرح وقایع مربوط به جنگ پلوپونز (Peloponnesian) با چگونگی پوشش خبری نوین از قتل‌هایی که در شهر نیویورک روی می‌دهد مقایسه

شده است. در این کتاب در عین حال تکامل و سیر تحول مربوط به نقاشی‌های درون غارها با صفحه‌آرایی روزنامه‌ها در عصر حاضر مقایسه و ارزیابی شده است.

گرچه برخی ممکن است بگویند که این کتاب با انتخاب مضامین بسیار گسترده و گنجاندن آن در یک مجلد، هدف غیرممکنی را برگزیده است، باید اذعان کرد که برقراری ارتباط بین شعبات مختلف علوم در این کتاب به خوبی تحقق یافته و با شرح جزئیات کامل و ارائه اسناد و مدارک روشن، اثری پدید آمده که می‌توان آن را با کتاب باربارا توچمن مقایسه کرد. بسیاری از مطالب این کتاب کاملاً تازگی داشته و پیش از این به چنین شیوه‌ای گردآوری نشده‌اند. برای مثال مقایسه‌ای که از استفنز بین احساس‌گرایی ژورنالیستی در جامعه رُم باستان با رسانه‌های نوین می‌نماید کاملاً مجاب‌کننده است.

برقراری ارتباط و مقایسه بین گذشته و حال، با شیوایی خاصی صورت گرفته و همان‌گونه که یکی از منتقدان کتاب گفته است با مطالعه کتاب *تاریخ اخبار: از طبل تا ماهواره* متوجه می‌شویم که اخبار همین دیروز پا به عرصه وجود نگذاشته است.

ب. ام. سوئین (B.M. Swain) *اخلاق گزارشگران (Reporter's Ethics)*. امس: انتشارات دانشگاه آیووا. بسیاری از تصمیم‌های ژورنالیستی در اصل جنبه خصوصی دارند و این یکی از موضوعات اخلاقی است که در این کتاب بطور منسجم تشریح شده است. گرچه مسائلی چون دریافت رشوه و هدیه، نگاه دقیق به مسائل، برقراری روابط بحث‌انگیز با منابع خبری یا اصطکاک منافع در تصمیم‌گیری‌های فردی، جنبه کاملاً شخصی دارند، در این کتاب با ارائه اسناد و مدارک به روشنی تشریح شده‌اند.

این ویژگی سبب شده است تا کتاب *اخلاق گزارشگران* اثر سوئین برای پژوهشگران رشته‌های دیگر که قصد مطالعه در اخلاق ژورنالیستی را دارند اثر ارزشمندی محسوب شود. در برخی از کتاب‌ها (کتاب‌هایی که در این رشته، یک‌باره و بدون مقدمه به عنوان اثر کلاسیک محسوب می‌شوند) خواننده نمی‌داند که حوادث حالت جعلی دارند یا ترکیبی از حقایق و ساخته‌های ذهنی محسوب می‌شوند یا صرفاً برای اینکه موضوعی برای بحث پیدا شود ابداع شده‌اند.

(سوئین در کتاب خود یک چارچوب فراگیر و گسترده برای نظریه اخلاق ژورنالیستی ارائه نمی‌دهد و این امر احتمالاً از ویژگی‌های مثبت کتاب وی محسوب می‌شود چون چنین رهیافتی با منظور و هدف کتاب مغایرت دارد. این کتاب هیچ ادعایی جز تشریح مسائل و موضوعات مرتبط با گزارشگری ندارد و گرچه تا حدودی تازگی خود را از دست داده است اما هنوز هم اثر ارزشمندی به شمار می‌رود.

برای مثال، معیارهایی که امروزه برای هدیه و تطمیع گزارشگران اعمال می‌شود به مراتب از معیارهای سال ۱۹۷۲ شدیدتر است. دریافت هدیه از کسانی که مستقیماً یا به‌طور غیر مستقیم با خبر ارتباط پیدا می‌کنند امروزه عملی کاملاً مذموم و ناپسند محسوب می‌شود در حالی که در سال ۱۹۷۲ چندان زننده و ناشایست نبود).

ال. تایر (L. Thayer)، چلپ (۱۹۸۰)، *اخلاق عملی، اخلاق نظری رسانه‌ها (Ethics, Morality and the Media)* نیویورک: هیستینگزهاوس ادوین دینو یکی از کسانی که در این کتاب مقاله دارد در برنامه‌ای به مناسبت شصتمین سالگرد تولد تتودور روزولت (نام مستعار تتودور روزولت تدی بر (Tedy Bear) بود و به همین نام، خرسی به صورت اسباب‌بازی ساخته شده است) خاطرنشان ساخت که یکی از ویژگی‌های جالب تدی بر آن است که کاملاً حالت انسانی ندارد. پس از پخش این برنامه یکی از بینندگان خشمگین در تماس با شبکه تلویزیونی ادوین نیومن را به غیر متمدن معرفی کردن تدی بر متهم کرد.

این‌گونه مشکلات برای ژورنالیست‌هایی که به انتقال اطلاعات به مردم مشغول هستند پیش می‌آید که به سادگی آزرده خاطر می‌شوند، در حالی که ژورنالیست به هیچ وجه تصور و قصد آزرده مخاطبین را نداشته است. این گونه

مسائل و موضوعات مشابه، در کتاب *اخلاق عملی، اخلاق نظری و رسانه‌ها* که در برگیرنده بیست و هفت مقاله از کسانی چون نیومن، سندرونوکر (Sander Vanocur) ریموند روبیکام (Raymond Rubicam) (یا گاند روبیکام)، بن بگدیکیان و پالستر گالوب (Pollster Gallup) می‌باشد بازگو شده‌اند.

کتاب فوق از شهرت و اعتبار خاصی برخوردار است. مؤلف و گردآورنده این کتاب برای آنکه حق مطلب را ادا کند تلاش فراوانی به عمل آورده است. برای مثال، نیومن در مقاله خود ضمن تأکید بر مسئولیت انکارناپذیر مطبوعات در چارچوب کلی امور، مردم را نیز تا حدودی در این زمینه مسئول می‌داند. نیومن می‌گوید مردم موظفند تا درک بهتری نسبت به رسانه‌ها کسب کرده و از حالت مخاطبین خام بیرون آیند (همانند مخاطبی که از اظهارنظر به تدریج به خشم آمده بود با دید منفی به مسائل نگاه نکنند).

بگدیکیان نیز در مقاله خود موضوع بسیار جالبی را عنوان کرده است. وی می‌گوید حجم وسیع اطلاعات (زمان انتشار مقاله به ۱۸ سال پیش برمی‌گردد) نمادها را از معنا تهی ساخته است. تازید در مقدمه کتاب، مجموع رسانه‌ها و فرهنگ در شکل کلی آن را با یکدیگر مرتبط می‌داند، و این نکته‌ای است که اغلب منتقدان که کارشان به آمارگیری کشیده است از آن غافل بوده و رسانه‌ها را در خارج از بافت فرهنگی آن‌ها مورد ارزیابی قرار می‌دهند.

کتاب‌های جنبی

ئی. اف. بورگاتا (E.F. Borgatla) و ک. کروک (K.Crook)، چاپ (۱۹۸۸). *آینده جامعه‌شناسی (The Future of Socialology)*، نیوبری پارک: کالیفرنیا: سیج. همان‌گونه که مؤلفان خود اعتراف کرده‌اند کتاب آینده جامعه‌شناسی اثری بلند پروازانه است، البته برای غیرجامعه‌شناسان، خواندن و درک مطالب آن نیز به بلندپروازی نیاز دارد.

به هر حال، محققانی که از جامعه‌شناسی اطلاعات کافی دارند چندین بخش از این کتاب را قابل مطالعه و مفید خواهند یافت. یکی از خواندنی‌ترین فصل‌های این کتاب مقاله‌ای است تحت عنوان «بررسی رسانه‌های آمریکا در ربع آخر قرن بیستم: الگوی افول» (American Media Inquiry of the Last quarter-century: A Pattern of Decline) به قلم اس. جی. بال روکیچ (S.J.Ball-Rokeach). بال روکیچ معتقد است نظریه رسانه ضعیف - مخاطب مقتدر که در دهه ۱۹۶۰ باب روز بود، بیش از حد کلی و دیدگاهی است که اعتبار خود را از دست داده است.

نویسنده این مقاله همچنین معتقد است که تحقیق در زمینه تأثیر رسانه‌ها به علت فقدان منابع مالی و بی‌علاقگی جامعه‌شناسان رو به افول گذاشته است. این دیدگاه چندان با واقعیت وفق نمی‌کند اما، به هر حال چگونگی برخورد جامعه‌شناسان به رسانه‌ها و نقش رسانه‌ها در فرایند اجتماعی را تشریح کرده است.

ام. کریک (M.Crick) (۱۹۷۶)، *بررسی‌هایی در زمینه زبان و معنا (Explorations in Language and Meaning)*، نیویورک: وایلی (Wiley). مؤلف این کتاب تلاش کرده است شکاف میان مردم‌شناسی که وی از آن به عنوان «بازتاب انسان در خود» یاد کرده است و معناشناسی را تا اندازه‌ای پُر کند. وی بخش قابل ملاحظه‌ای از کتاب را به انتقاد از آثار مردم‌شناسان انگلیسی که به زعم وی رابطه میان زبان و مردم‌شناسی را نادیده گرفته‌اند اختصاص داده است.

کتاب کریک را می‌توان در یک عبارت خلاصه کرد: برای درک فرهنگ باید معنا را درک کرد و مطالعه معنا، نقطه آغاز برای ارزیابی پیوندهای زبان و مردم‌شناسی محسوب می‌شود.

از جمله نکات جالب توجه این کتاب برای ژورنالیست‌ها، تعریف زبان به عنوان یک مایملک مشترک است. نکته‌ای که ابتدا ویتگنشتاین آن را عنوان نمود (نگاه کنید به پیوست الف). براساس این دیدگاه، مطالعه زبان به درک بهتری از مردم که از آن بهره می‌گیرند، منجر خواهد شد. متأسفانه کریک دیدگاه‌های خود را در قالب نثر سنگین و پیچیده‌ای بیان داشته و خواننده را در درک مطالب با مشکل رو به رو ساخته است.

جی. ک. گالبرایت (J.K. Galbraith) (۱۹۷۵). پول. کی آمد، کجا رفت (*Money: Whence It Came, Where it Went*). بوستون: هوگتون میفین (Houghton Mifflin). آگاهی از پول بدون شک برای ژورنالیست‌ها مفید است چون به ما گفته شد. در دنبال کردن اخبار و رویدادها، پول را دنبال کنید.

کتاب گالبرایت در ظاهر رهنمودی برای دنبال کردن پول از دیدگاه تاریخی محسوب می‌شود. اما در سطحی عمیق‌تر چشم‌اندازی مفید برای مطالعه پول در اختیار دانش‌پژوهان اخلاق ژورنالیستی از جمله درک مسائلی چون تورم، تعرفه‌ها و معیارهای مختلف در زمینه تثبیت منابع پولی ارائه می‌دهد.

تاریخ پول، به طریقی عین تاریخ است و تا حدودی تاریخ اخلاق محسوب می‌شود. گالبرایت معتقد است مطالعه و دنبال کردن سیر تکامل پول به روشن شدن رفتار بشر و حماقت‌های بشری کمک می‌کند. گرچه در این ادعا که ریشه تمامی بدی‌ها در پول‌پرستی نهفته است جای تردید وجود دارد اما بدون شک پول‌پرستی و هر آنچه با پول ارتباط پیدا می‌کند می‌تواند عامل رفتارهای ناشایست و فاسد قلمداد شود.

این نکته برای کسانی که به اخلاق نظری و عملی در بین مردم و در تجارت علاقه‌مند می‌باشند، مطلب جالبی است.

اس. آر. گروبارد (S.R. Graubard) (۱۹۷۳)، کیسینجر: تصویر یک ذهن (*Kissinger: Portrait of a Mind*). نیویورک: نورتون. به زبان کسانی که به نقد کتاب اشتغال دارند کتاب تصویر یک ذهن به چندین دلیل از جمله کتاب‌هایی است که ژورنالیست‌ها حتماً باید آن را مطالعه کنند:

اول اینکه، کتاب مزبور چگونگی تحقیق و نگارش کتاب *دنیای بازیافته* (*A World Restored*) نوشته هنری کیسینجر را به تفصیل بیان داشته است. کمتر اتفاق می‌افتد که نویسنده‌ای با چنین دقتی به تشریح دیدگاه‌های خود پرداخت باشد.

دوم، گروبارد با بررسی‌های طاقت‌فرسا به این نتیجه می‌رسد که درست در همان زمانی که ژورنالیست‌ها برای پی‌بردن به فلسفه سیاسی کیسینجر خود را به هر دری می‌زدند کتاب *دنیای بازیافته* نوشته کیسینجر در تمامی کتابخانه‌های معتبر آمریکا در دسترس خوانندگان قرار داشت. گروبارد استاد دانشگاه براون می‌گوید کمتر کسی به اندازه کیسینجر دیدگاه‌های خود را این چنین گسترده و روشن بیان کرده است و جای بسی تعجب است که مطبوعات آمریکا این چنین نسبت به این کتاب بی‌توجهی نشان داده و از آن غافل ماندند.

گروبارد از دوستان و ستایش‌کنندگان کیسینجر است و نباید انتظار داشت که ارزیابی وی از سیاست‌های وزیر خارجه اسبق آمریکا با بی‌طرفی همراه باشد. خود گروبارد نیز هیچ ادعایی در این زمینه ندارد. به هر حال کتاب نشان می‌دهد که چگونه بسیاری از ژورنالیست‌ها از کتابخانه بیزارند.

ژورنالیست‌ها و برخی از ناظران کیسینجر را از پیروان سیاست مترنخ قلمداد کرده و تلویحاً بر این عقیده‌اند که کیسینجر، مترنخ را قهرمان خود محسوب می‌کرد. به رغم این گونه اظهار نظرها با مطالعه کتاب *جهان بازیافته* متوجه می‌شویم که کیسینجر از ستایش‌کنندگان مترنخ نبوده است (نه حتی هوادار رابرت استوارت مرسوم به کسلری (*Castlereagh*) وزیر خارجه انگلیس در فاصله سال‌های ۱۸۱۲-۱۸۱۳). بر عکس، کیسینجر به مطالعه دوران ناپلئون که با عصر وی شباهت داشت پرداخت: (مشکلات مربوط به اتریش، بریتانیای کبیر، روسیه، پروس و فرانسه زمینه لازم را برای مطالعه بی‌ثباتی‌های قرن بیستم در میان آمریکا، انگلیس، شوروی، فرانسه و آلمان فراهم ساخته است).

این کتاب دو جلدی چشم‌انداز ارزشمندی را در زمینه روش گردآوری اطلاعات و تعمیم آن به شرایط دیگر ارائه می‌دهد. در زمینه دیگری که ممکن است به این بحث مربوط بوده یا جنبه فرعی داشته باشد، آموزش غیررسمی دانشگاه هاروارد بود که این امکان را فراهم ساخت تا کیسینجر چنان رساله کاملاً غیررسمی تدوین کند. به اعتقاد

گروبارد، دانشگاه هاروارد دست اساتید و پژوهشگران خود را در حمله به دیدگاه‌ها و اندیشه‌ها باز می‌گذارد و مانع از رهیافت خلاق آنان نمی‌شود.

اس. ای. هایاکاوا (S.I. Hayakawa). (۱۹۴۱)، زبان در تکاپو (*Language in Action*). نیویورک، هارکورت، بریس اند کمپانی. ژورنالیست‌ها با پدیده تحریف معانی واژه‌ها و مفاهیم که گاهی به عمد و زمانی جنبه تصادف دارد به خوبی آشنا هستند. هایاکاوا می‌گوید زبان همان گونه که به برقراری ارتباط کمک می‌کند. در اغلب موارد مانعی بر سر راه ارتباط محسوب می‌شود و کمتر کسی که از طریق زبان امرار معاش می‌کند، با این نکته مخالفت خواهد کرد. به خوبی می‌دانیم که واژه‌ها می‌توانند تحریف، گزارش‌های گمراه‌کننده و طبقه‌بندی‌ها مغشوش شوند. کسانی که با واژه‌ها سر و کار دارند معنی کلمات را می‌دانند اما در مورد چگونگی آگاهی خود چندان اطلاعی ندارند.

افرادی که برای سؤال مربوط به چگونگی آگاهی ما پاسخ دارند معناشناسان هستند، اما علم‌معناشناسی و رشته‌های مربوط به آن برای کسانی که در این رشته آموزش ندیده‌اند کار دشواری است. هایاکاوا برای افراد عادی از طریق دنیای واژه، چارچوب قابل درکی جهت مطالعه زبان‌شناسی ارائه می‌دهد. وی برخی از فرضیه‌ها را که ما به صحت آن‌ها اطمینان داریم مورد سؤال قرار داده و راه‌هایی را که ساختار روش زبان از طریق آن‌ها به روشن شدن افکار و اندیشه‌ها کمک می‌کند در پیش روی ما قرار می‌دهد.

جولیس هنری (Jules Henry). (۱۹۶۳). فرهنگ در برابر انسان (*Culture Against Man*). نیویورک: رندم هاوس. هنری، که استاد مردم‌شناسی است، ارزش‌های بشری را مورد ارزیابی قرار داده و آن‌ها را به علت رخنه نهادها به روابط شخصی و گستردگی آزمندی و ماده‌گرایی بی‌اعتبار تشخیص داده است. یکی از فصل‌های جالب این کتاب برای صاحب‌نظران ارتباط جمعی فصلی است تحت عنوان «آگاهی به عنوان یک نظام فلسفی (Advertizing as a Philosophical System)» هنری برای تشریح زبان آگاهی، واژه‌های خاصی ابداع کرده است: وی گروه کاملی از واژه‌های گمراه‌کننده را معرفی کرده و از این طریق نگرش انتقادی به رسانه‌ها را ضرورت بخشیده است.

کتاب در مجموع اثری خواندنی و جذاب است اما دورنمای ارائه شده در آن تیره است چون به اعتقاد وی نهادها و سازمان‌ها (البته نه صرفاً رسانه‌ها) به تحریف فرهنگ مشغولند. از زمان انتشار کتاب فرهنگ در برابر انسان، بیش از سی سال می‌گذرد و فرهنگ تقریباً بلا تغییر مانده است. اما اگر از دید هنری به مسائل نگاه کنیم متوجه خواهیم شد که فرهنگ در همان مسیری که وی پیش‌بینی کرده رو به افول گذاشته است.

ام. او. جونز (M.O. Jones). (۱۹۸۸)، درون سازمان‌ها: درک ساحت بشری (*Inside Organizations: Understanding the Human Dimension*). نیوبری پارک، کالیفرنیا، سیج. این کتاب یک اثر غیرعادی و در واقع مجموعه‌ای از مقاله‌های مربوط به مطالعات سازمانی است که توسط کارشناسان مختلف در زمینه‌های گوناگون از جمله تاریخ، نظریه ارتباطات، فرهنگ عامیانه و البته نظریه متعارف سازمانی نوشته شده‌اند.

خوانندگانی که در جست‌وجوی یک کتاب جامع درباره نظریه سازمانی هستند با خواندن این کتاب دلسرد خواهند شد (اما باید دید که واقعاً چند نفر طالب چنین موضوعی هستند). این کتاب رهیافتی بین رشته‌ای دارد که ممکن است مورد استفاده عاجل ژورنالیست‌ها نباشد، اما بازگوکننده شرایطی است که با ژورنالیزم هم‌سویی خاصی دارند. برای مثال، کتب درون سازمان‌ها موضوع رفتار نمادین و این نکته را که براساس آن اعضای سازمان براساس ساختار موجود به ایفای نقش می‌پردازند تشریح می‌کند. مقاله‌های مندرج در این کتاب زمینه‌هایی چون بهداشت همگانی، دانشگاه‌ها و مراکز صنعتی و تولیدی را دربرمی‌گیرند اما در عین حال دیدگاه‌های مفیدی نیز در آن‌ها به چشم می‌خورد. یکی دیگر از مباحث جالب این کتاب فرهنگ عامیانه سازمانی (*Organizational Folklore*) است که مجموعه‌ای از داستان‌های احتمالاً ساختگی است که به حیات خود ادامه داه و تا حدودی برکارکرد جاری اعضای سازمان اثر می‌گذارد.

گرچه در این کتاب حتی نامی از ژورنالیزم نیز به میان نیامده اما برخی از مقالات آن، دیدگاه‌ها و مسائل جالبی را مطرح کرده‌اند. برای آگاهی از این مطالب، به مقاله مربوط به کار با سرعت ماشین که تشریح شرایطی است که در آن تجهیزات و ماشین‌آلات برای کار مهلت تعیین می‌کنند مراجعه شود. کار تحت چنین شرایطی سرعت عمل و هماهنگی خاصی را می‌طلبد، این طور نیست؟

جی. جی. کرک پاتریک (J.J. Kirkpatrick) (۱۹۷۲)، *زن سیاسی (Political Woman)*، نیویورک: بیسیک بوکس. گرچه این کتاب که به بررسی علت ناکامی زنان در تصدی پست‌های سیاسی اختصاص دارد، از لحاظ موضوع و محتوا چندان برای ژورنالیست‌ها قابل استفاده نیست اما نمونه بسیار موفقی از چگونگی شناسایی، برخورد و بررسی یک مشکل گسترده توسط یک صاحب‌نظر محسوب می‌شود.

پروفسور کرک پاتریک برای تألیف این کتاب ده‌ها زن قانونگذار را گرد آورده و با آن‌ها مصاحبه و گفت‌وگو کرده است. خانم کرک پاتریک در کتاب خود محدودیت‌های فرهنگی را (که از سال ۱۹۷۲ به این طرف دستخوش دگرگونی گسترده شده‌اند) مورد بررسی قرار داده و به‌ویژه مشکلاتی را که بانوان نامزد انتخابات با آن‌ها دست به گریبان می‌باشند ارزیابی کرده است.

روش خانم کرک پاتریک در انجام پژوهش به خوبی در لابه‌لای کتاب تشریح شده است و می‌تواند برای ژورنالیست‌هایی که به بررسی شرایط اجتماعی گسترده و تا حدود زیادی نامتجانس اشتغال دارند مفید واقع شود. یکی از نقاط قوت کتاب *زن سیاسی*، دادن فرصت مناسب به مصاحبه‌شوندگان جهت بازگو نمودن مطالب به زبان خود آن‌هاست. این روش می‌تواند در ژورنالیزم کارآیی فوق‌العاده‌ای داشته باشد.

ا.ج. کیسینجر (۱۹۷۳). (H.Kissinger) *جهان بازیافته: مترنخ، کسلری و مشکلات صلح (A World Restored: Meternich, casllereagh and problems of peace)* (نگاه کنید به گروبارد: تصویر یک ذهن).

ئی. کروز (E.Crause) (۱۹۷۱) *جامعه‌شناسی مشاغل بوستون: لیتل، براون*. کرزو می‌گوید تاریخ، گورستان گروه‌های شغلی و حرفه‌ای است. آنچه وی نگفته اما هر ژورنالیستی بی‌درنگ متوجه آن می‌شود این است که تاریخ معاصر (یعنی گزارشگری) نیز در واقع همان گورستان است که نشانه‌های اندکی از حیات در آن به چشم می‌خورد.

کتاب *جامعه‌شناسی مشاغل* برای علاقه‌مندان به رشته ژورنالیزم و اخلاق ژورنالیزم کتاب مرجع مفیدی محسوب می‌شود چون چگونگی کارکرد مشاغل را تشریح می‌کند و به‌ویژه یکی از فصل‌های آن چگونگی تأثیر احکام اخلاقی بر مشاغل را بازگو می‌کند (گرچه به ژورنالیزم اشاره‌ای ندارد).

این کتاب در عین حال ابزاری است برای ژورنالیست‌ها که می‌باید پرده شرکت‌های بزرگ و حرفه‌ای را کنار زده و نحوه کار مشاغل مختلف را درک کنند. البته چنین کاری، ریشه بسیاری از اتهامات مربوط به عدم بی‌طرفی است. برای مثال، دست‌اندرکاران مسائل تجاری و کسانی که به داد و ستد اشتغال دارند همیشه ژورنالیست‌ها را به عدم درک دنیای تجارت یا بزرگ جلوه‌دادن مسائل جزئی برای با اهمیت نشان دادن آن‌ها متهم می‌کنند (البته این اتهامی است که چاره‌ای جز پذیرفتن آن نداریم). گرچه این کتاب در زمینه حرف و مشاغل چندان اثر چشمگیری محسوب نمی‌شود اما دیدگاه‌هایی مطرح می‌کند که مؤلف از آن‌ها با عبارت ایدئولوژی‌های شغلی (Occupational Ideology) و کنش‌های گروه (Socialology of Occupations) یاد کرده است.

آر.سی. لوانتین (R.C.Levantin) (۱۹۸۴). *در خارج از ژن‌های ما: زیست‌شناسی، ایدئولوژی و ارزش‌های انسانی (Not in our Genes: Biology, Ideology, and Human Values)*، نیویورک: پنتون. این کتاب اهمیتی گذرا دارد چون در اصل بازتاب مناقشه‌ای است بین دانشمندان که با انتشار کتاب بحث‌انگیزی. تحت عنوان *جامعه‌شناسی آغاز شد*. این کتاب در واقع حمله به کسانی است که معتقدند طبیعت انسان منشأ ژنتیک دارد و مؤلف کتاب از آن‌ها با عنوان پیروان استدلال کاهش‌گرایی (Reductionists) یاد می‌کند.

دیلو. لیپمن (۱۹۲۹). *مقدمه‌ای بر اخلاق*، نیویورک، هارکورت بریس. لیپمن به عنوان مؤلف، مقاله‌نویس و تحلیل‌گر سیاسی نوشته‌های بسیاری در زمینه‌های مختلف از خود به یادگار گذاشته است. اما کتاب فوق‌الذکر در زمینه اخلاق احتمالاً از جمله آثار ناشناخته وی محسوب می‌شود. این کتاب در واقع بیانگر وضعیت اخلاق و مذهب در دوره‌ای است که مؤلف از آن به عنوان «عصر ماشین» یاد کرده است. دوران فعالیت لیپمن آن چنان طولانی است که انسان از یادآوری این نکته یکه می‌خورد که لیپمن یعنی کسی که درباره جنگ دوّم جهانی و دوران کندی مطلب می‌نوشت کتاب مقدمه‌ای بر اخلاق را پس از «محاکمه اسکوپس» به رشته تحریر در آورده است.

به هر حال، لیپمن در این کتاب چند صفحه‌ای را به بحث درباره احکام اخلاقی - آنچه را که اخلاق بشری یا مشکلات ذاتی احکام مبتنی بر دیدگاه اکثریت یا پیروی از انسان‌های فرزانه یا برآوردی از آنچه از لحاظ اجتماعی مفید می‌باشد - اختصاص داده است. مطالبی را که لیپمن درباره موازین و احکام اخلاقی بیان داشته، البته در دورانی که وی آن را آغاز فعالیت اسیدهای نوگرایی (Acids of Modernity) می‌نامد و طی آن احکام و فرامین الهی از میان می‌روند و احکام بشری شکل می‌گیرند، برداشت بسیار جالبی از احکام و موازین به شمار می‌رود.

آر. دی. ماسترز (R.D. Masters) (۱۹۶۸)، *فلسفه سیاسی روسو (Political Philosophy of Rousseau)*، پرینستون. نیوجرسی. انتشارات دانشگاه پرینستون. گرچه این کتاب در زمینه ژورنالیسم و اخلاق یک اثر فرعی محسوب می‌شود اما پس زمینه‌ای از افکار و اندیشه‌های فیلسوفی ارائه می‌دهد که پیوسته به هنگام بحث از طبیعت بشر و قرارداد اجتماعی نامش به میان می‌آید. تفسیر و تجزیه تحلیلی که ماسترز در خارج از متن اصلی کتاب ارائه داده با ارزش و خواندنی است.

آ. ام. شلزینگر پسر (A.M. Schlesinger Jr) (۱۹۴۵) *عصر جکسون (The Age of Jackson)*، بوستون. هاگتون میفلین. صاحب‌نظران ژورنالیسم می‌توانند با بررسی دوران جکسون درک بهتری از تکامل ژورنالیسم به دست آورند. گرچه در مطالعه تاریخ آمریکا به ما یاد می‌دهند که جکسون پایه‌گذار کابینه پشت پرده (Kitchen cabinet) بوده است، اما به ندرت این نکته را خاطرنشان می‌سازند که در دوران جکسون در جمع کسانی که قدرت غیررسمی را در اختیار داشتند تعداد کثیری روزنامه‌نگار به چشم می‌خورد (این موضوع سبب شد تا چنین ادعا شود که با وارد کردن روزنامه‌نگاران به جرگه قدرت، آن‌ها را به همکاری با حکومت واداشتند، مشکلی که هنوز هم از میان نرفته است).

همان گونه که شلزینگر اشاره کرده است تا قبل از دوران جکسون، روزنامه‌نگاران به عنوان مستخدمین طبقه حاکم قلمداد می‌شدند اما هرگز برابری بین آن‌ها مطرح نبود. با انتخاب جکسون به ریاست جمهوری آمریکا، اشرافیت فروریخت. روزنامه‌نگارانی چون اموس کندال (Amos Kendal) و فرانسیس پیترسون بلیر (Francis Peterson Blair) پست‌هایی در کابینه پشت پرده به دست آوردند.

شلزینگر با مهارت خاصی این گونه رویدادها را بدون رعایت تقدم و تأخر تاریخی بازگو کرده است. کتاب *عصر جکسون* که در سال ۱۹۴۷ به اخذ جایزه پولیتزر نایل آمد از لحاظ بافت و محتوا به بازگو کردن وقایع و رویدادهای پی در پی و زنجیره‌ای ناهمزمانی اختصاص دارد که یکی پس از دیگری دنبال می‌شوند. نوشتن مطالب در چنین و شکل و قالبی از پیچیدگی خاصی برخوردار بوده و مطالب تاریخی بسیاری را دربر می‌گیرد.

نوشتن کتابی با چنین چشم‌انداز وسیع و نامحدودی تنها در سایه آگاهی و دسترسی مؤلف به اطلاعات و اسناد بی‌شمار امکان‌پذیر است. برای اثبات این نکته تنها یک پارگراف از کتاب را (البته این مطلب به جفرسون مربوط می‌شود نه جکسون) که در آن وقایع در قالب دقیق تاریخی خود جای گرفته‌اند عیناً نقل می‌کنیم.

جفرسون، که در بیشتر مواقع حساسیت نسبت به نیازهای ملی در وی قوی‌تر از وفاداری به تجرید بود، به تدریج در طول ریاست جمهوری در دیدگاهش نسبت به صنعت‌گرایی تجدیدنظر نمود. وی در سال ۱۸۰۵ ظاهراً با شگفتی اعلام کرد در حال حاضر صنعتگران آمریکا به اندازه کشاورزان ساکن این کشور از استقلال و اخلاق برخوردارند. چهار سال

بعد وی اعلام کرد ایجاد توازن بین کشاورزی، صنعت و تجارت برای استقلال آمریکا ضرورت یافته است. در سال ۱۸۱۳ وی با صراحت اعلام کرد: رویدادها، بسیاری از تردیدهای او را برطرف ساخته است در سال ۱۸۱۶، جفرسون در اولین تلاش جدی برای تصویب گزارش میلتون درباره صنعت، ضمن ابراز پشیمانی گفت تجربه به ما آموخته است که امروزه صنعت همان گونه که برای آسایش ما ضروری است برای استقلال کشور نیز ضرورت دارد. هشت سال زمامداری سبب شد که تا جفرسون فیلسوف، به یک سیاستمدار تبدیل شود.

دانشجویان ژورنالیزم با مطالعه کتاب *عصر جکسون* علاوه بر آگاهی از تأثیر رویدادهای تاریخی بر مطبوعات به چیره دستی وی در بازگو نمودن رویدادهای گوناگون تاریخی پی خواهند برد.

۱. ام. شلیزینگر پسر (A.M. Schlesinger) (۱۹۵۷). *عصر روزولت (The Age of Roosevelt)*، بوستون: هاگتون. میفلین. این کتاب چند جلدی چگونگی ارتباط و تأثیر متقابل تاریخ و ژورنالیزم را بر یکدیگر به روشنی ترسیم کرده است. مطالعه کتاب *عصر روزولت* برای من یک سرگرمی شخصی بود چون خود در نوشتن یک کتاب دیگری در مورد شرح حال روزولت مشارکت داشتم و می‌خواستم تفاوت‌های موجود میان کتاب خود و شلیزینگر (و دیگر کتاب‌هایی که درباره روزولت نوشته شده) را پیدا کنم.

بسیاری از کتاب‌های تاریخی از منابع ژورنالیستی به عنوان منابع و مأخذ تحقیقاتی استفاده می‌کند (برای مثال روزنامه نیویورک تایمز به صورت میکرو فیلم در تمامی کتابخانه‌های بزرگ در دسترس علاقمندان قرار دارد). کتاب شلیزینگر به خاطر نگرش انتقادی به مطالب و نوشته‌های مطبوعات از اهمیت خاصی برخوردار است، چون بسیاری از کتاب‌های تاریخی که بیش از اندازه بر نوشته‌های مطبوعات متکی هستند، فاقد این خصلت می‌باشند.

روزنامه‌نگاران در مقصر دانستن کینز در افزایش هزینه‌ها در تابستان ۱۹۳۴ شتاب‌زده و غلط عمل کردند. تردیدی نیست که کینز آنچه را که رئیس جمهور علاقه‌مند به انجام آن بود تسریع کرد و شکی نیست که او به جوانانی که در دولت بودند آموخت که چگونه یک مأموریت را به یک خط مشی تبدیل کنند. اما نمی‌توان گفت که افزایش هزینه‌ها بدون دخالت او باز هم رخ می‌داد یا او بانی آن بوده است. در سال‌های ۱۹۳۴ و ۱۹۳۵ سیاست نیوریل هزینه‌ها را افزایش می‌داد، بدون آنکه موجد آن باشد.

بسیاری از مورخین نمی‌توانند یا نمی‌خواهند از آنچه در رسانه‌های خبری انعکاس یافته عدول کنند. برای آگاهی بیشتر در این زمینه به زندگی‌نامه شلیزینگر به قلم خود وی در کتاب *نگاهی به گذشته (In Retrospect)* مراجعه شود. ام. شلیزینگر پدر (۱۹۶۳). *نگاهی به گذشته: سرگذشت یک مورخ (In Retrospect: the History of an Historian)* نیویورک: هارکورت، بریس اند ورلد، شلیزینگر. در این کتاب تصویر جالبی از فرایند گردآوری مطالب تاریخی ارائه می‌دهد و شایعات جالبی را درباره شخصیت‌های تاریخی نقل می‌کند.

اگر رابطه میان ژورنالیزم و تاریخ را بپذیریم (که به اعتقاد من بسیاری آن را می‌پذیرند)، کتاب *نگاهی به گذشته* را باید یک کتاب درسی مهم در زمینه گردآوری خبر به شمار آوریم. شلیزینگر در تشریح جزئیات و زوایای نگارش یک اثر تاریخی چیزی را ناگفته نگذاشته است.

در کتاب *نگاهی به گذشته* برای اخلاقیون دو نکته مهم وجود دارد: شرح تلاش گسترده شلیزینگر برای آگاهی از مسائلی که در کتاب‌های مرجع سانسور شده‌اند و بیان این نکته که تنها در صورت دقیق و کامل بودن مطلب می‌توان آن‌ها را درک کرد. بیان نکته اخیر از سوی شلیزینگر نشان می‌دهد که مفاهیم و معماها در خلأ به وجود نیامده و شکل‌گیری آن‌ها خود به خودی نبوده است. این نکته برای دانشجویان اخلاق ژورنالیستی که با نظریه‌های کتاب‌های آشپزی که برای معماهای اخلاقی هم راه حل ارائه می‌دهند، سر و کار دارند می‌تواند آموزنده باشد.

ال. سیلک (L.Silk) و دی. ووگل (D.Vogel). (۱۹۸۷). *اخلاق و منافع (Ethics and profits)*، نیویورک: سیمون اند شولستر. سیلک اقتصاددان و عضو هیئت سردبیر روزنامه نیویورک تایمز و ووگل عضو هیئت علمی دانشگاه کالیفرنیا (برکلی) کتابی تألیف کرده‌اند که تقریباً مشابه کتاب *زن سیاسی* اثر خانم کرک پاتریک است (پیش از این به آن اشاره شد). این دو مؤلف نیز گروهی را گردآورده و پاسخ آنان به پرسش‌های خود را مورد ارزیابی قرار داده‌اند. در این مورد، کسانی که برای مصاحبه انتخاب شده‌اند شخصیت‌های سرشناس تجاری و مالی آمریکا هستند و با آنکه بسیاری از مطالب عنوان شده تازگی خود را از دست داده‌اند اما گفت و شنود جذابیت خود را حفظ کرده و بسیاری از شرایط نیز تغییری نکرده است. (یکی از قدیمی‌ترین لطیفه‌ها درباره خبر تعریف آن به پیش آمدن رویدادهای یکسان برای افراد مختلف است. واژه‌های بحران نفتی را از گزارشی که در سال ۱۹۷۸ تهیه شده بردارید و به جای آن بحران اندوخته‌ها و وام‌ها را بگذارید خواهید دید که اصل مطلب یکی است).

مطالعه این کتاب برای ژورنالیست‌هایی که به اخلاقیات خود - و اخلاقیات کسانی که درباره‌شان گزارش تهیه می‌کنند - علاقه‌مند هستند کاملاً ضروری است. این کتاب بر پایه هشت جلسه مصاحبه سه روزه که در اواسط دهه ۱۹۷۰ صورت گرفته تألیف شده است. شرکت کنندگان در این مصاحبه‌ها اعتراف کرده‌اند که از ناتوانی خود در برقراری تماس با مردم عذاب می‌برند.

بسیاری از مصاحبه‌شوندگان در اظهارات خود تأکید کرده‌اند که از نظر آن‌ها ژورنالیست‌ها در واقع پس از سه قوه مقننه، مجریه و قضائیه به عنوان رکن چهارم حکومت محسوب می‌شوند، گروهی که از قدرتی فوق‌العاده برخوردارند و برای ضربه زدن به پیکر جامعه تجار و بازرگانان، عملکرد سوء تعداد اندکی از آنان را به تمامی اعضای این جامعه تعمیم می‌دهند.

بررسی‌های سیلک و ووگل نشان می‌دهد که برداشت مخاطبان از رسانه‌ها چگونه است. این کتاب عذرخواهی از جامعه بازرگانان نیست بلکه به تشریح انگیزه‌های این جامعه اختصاص دارد. گرچه بسیاری از ژورنالیست‌ها ممکن است بگویند که از برداشت منفی اعضای جامعه بازرگانان نسبت به خود آگاهند اما این کتاب علت چنین برداشتی را برای خواننده تشریح می‌کند.

بی. توچمن (۱۹۸۴). *دامه بیخردی (The Masrh of Foly)*، نیویورک. ناپف. شخص پایبند به اخلاقیات، همیشه از خود می‌پرسد که چرا افراد این گونه عمل می‌کنند. نظریه ارائه شده از سوی توچمن به بررسی و حل این معما کمک می‌کند. خانم توچمن معتقد است حکومت‌ها و به تبع آن گروه‌های انسانی در برخی از موارد از روی اشتباه اهداف و سیاست‌هایی را دنبال می‌کند که با منافع آن‌ها مغایرت دارد.

این نکته برای صاحب‌نظرانی که به بررسی سیاست‌های زیان‌آور حکومت‌ها مبادرت می‌کنند از اهمیت خاصی برخوردار است. گرچه جنگ ترووا و پاپ‌های دوران رنسانس در این کتاب تا حدودی از قلم افتاده‌اند اما جنگ ویتنام در فصل مربوط به دگرگونی دیدگاه‌های مطبوعات به روشنی تمام تشریح شده است.

نویسنده فقید خانم توچمن پژوهشگری سخت کوش بود و در نتیجه نقش مهمی در گردآوری اطلاعات ویژه، درباره تاریخ نفاق و دوری مطبوعات داشته است. آنچه به «جنگ مطبوعات» (Press War) شهرت یافته در اغلب کتاب‌ها به صورت کلی بیان شده است.

در همین راستا وی از اشاره‌های کلی به ماجرای دل‌سردی تدریجی والتر کروونکایت نسبت به سیاست‌های دولت خودداری کرده و به جای کلی‌گویی در این زمینه از کروونکایت خواست تا متن گزارش‌های خود را که اکنون شهرت خاصی یافته‌اند در اختیار وی قرار دهد و متن دقیق این گزارش‌ها را چاپ نموده است.

روش‌شناسی مطالعه مقدماتی (Pilot Study)

همان‌گونه که پیش از این گفته شد سردبیران خبر رادیوها به دلیل همگونی نسبی این گروه برای این مطالعه مقدماتی برگزیده شدند. باید بگوییم تعداد سردبیران خبر رادیوها به حدی زیاد است که بدون نگرانی از اینکه از یک نفر دو یا چند بار پرسش‌نامه پر کنند، می‌توان مطالعه تکمیلی بسیار گسترده‌تری انجام داد.

به عنوان نقطه آغاز این مطالعه و با استفاده از روش انتخاب تصادفی اعداد، یک نمونه‌برداری دقیق صورت گرفت. انتخاب شرکت‌کنندگان در این مطالعه در فواصل زمانی منظم صورت گرفت تا نمونه تعیین شده اعتباری مشابه نمونه‌گیری تصادفی داشته باشد (وایمر و دومینیک، ۱۹۸۷ ص ۷۵).

در ابتدا، پرسش‌نامه از طریق پست به ۲۴۹ سردبیر خبر رادیو ارسال شد. علاوه بر ارسال پاکت دارای تمبر برای سردبیران جهت پست کردن پاسخ‌نامه‌ها، کارت پستال تمبرداری نیز برای سردبیران ارسال شد تا با پست کردن آن دریافت پرسش‌نامه را تأیید کنند. از سردبیران خبر رادیوها خواسته شد تا پرسش‌نامه و کارت پستال را به‌طور جداگانه پست کنند. این روش سبب شد تا ناشناس ماندن آن‌ها تضمین شود ولی در عین حال به من کمک کرد تا بدانم چه ایستگاه رادیویی پرسش‌نامه را بازپس فرستاده است. برای کسانی که کارت‌پستال را ارسال نکرده بودند پرسش‌نامه ارسال شد.

یازده پاکت بدون آنکه به دست افراد مورد نظر برسند بازگردانده شد. از ۲۳۸ سردبیری که پرسش‌نامه را دریافت کرده بودند ۱۲۰ سردبیر آن را تکمیل و بازپس فرستادند. نتیجه حاصل از این همه‌پرسی در نمودار ۲-۱۳ در فصل ۱۳ به صورت خلاصه ارائه شده است. علاوه بر اطلاعات و ارقام عددی، مطالب و عباراتی که در حاشیه پرسش‌نامه‌ها نوشته شده بودند بیانگر نکات جالبی است. (از پاسخ‌دهندگان خواسته شده بود تا برای اهدافی که این بررسی آن را دنبال می‌کرد نظر خود را درباره پرسش‌نامه اعلام کنند. سه نفر از پاسخ‌دهندگان اعلام کردند که پرسش‌نامه را کلی‌تر از آن یافتند که بتوانند با روش مرسوم برای پرکردن پرسش‌نامه آن را تکمیل کنند و در دو مورد پاسخ‌های خود را روایت گونه و با ذکر جزئیات ارسال کردند. دو نفر از پاسخ‌دهندگان نوشتند که پرسش‌نامه برایشان جالب و کاملاً روشن بوده است. برخی دیگر از سردبیران اخبار رادیوها در حاشیه اظهار نظرهای به عمل آمده در پرسش‌نامه اظهار نظرهای خود را اضافه کردند و یکی از آن‌ها اعتراف کرد که به علت منافع شخصی، از برملا ساختن گناهان و خطاهای دیگران احتمالاً اجتناب خواهد کرد.

در بحثی که در یکی از آزمایش‌های حضوری با یکی از ارزیاب‌های اولیه پرسش‌نامه داشتم نکته جالبی عنوان شد. وی صرفاً به این خاطر که من یک دانشگاهی هستم نسبت به انگیزه من از این بررسی عمیقاً ابراز تردید می‌کرد و می‌گفت شک دارد که کسی به این پرسش‌نامه پاسخ دهد. اما پس از اینکه به او گفتم مدت پانزده سال به حرفه روزنامه‌نگاری اشتغال داشته (و حتی در یک مورد، هر دو ما در یک شهر همکار یکدیگر بوده‌ایم) نه تنها همکاری نشان داد بلکه برای من داستان‌های هولناکی تعریف نمود. این گونه اظهارنظرها و اظهارات مشابهی که در مصاحبه‌های اولیه با آن رو به رو شدم مرا به آن داشت تا در نامه پوششی پرسش‌نامه اطلاعاتی را درباره گذشته

حرفه‌ای خود بازگو کنم شاید همین نامه سبب شد تا تعداد قابل ملاحظه‌ای از افرادی که برایشان پرسش‌نامه ارسال کرده بودم به سؤالات نسبتاً بحث‌انگیز آن پاسخ دهند.

تبیین همبستگی‌ها

رابطه ۲ (که چند سطر پایین‌تر تشریح شده است) بین سؤال ۱ (باید یاد بگیرند که بپذیرند) و سؤال ۹ (بارها شاهد نادیده گرفتن این موضوع از سوی ژورنالیست‌ها بوده‌اند) برابر $(P < 0/001)$ $0/48$ است. مقایسه سؤال ۲ (ترجیح می‌دهند تا خطاهای دیگران را نادیده بگیرند) و سؤال ۹ رابطه $(P < 0/001)$ $0/46$ را به وجود می‌آورد.

برای آگاهی خوانندگانی که با اصطلاحات مطالعات علوم اجتماعی آشنایی ندارند یادآور می‌شود که r شدت همبستگی میان دو پاسخ را نشان می‌دهد. بالاترین رقم r برابر یک است و به ندرت در پژوهش‌های علوم اجتماعی مشاهده می‌شود مگر در مواردی که رابطه کاملاً مشهود باشد، از جمله کسانی که از تکمیل و ارسال پرسش‌نامه خودداری می‌کنند یا کسانی که قبل از ارسال پرسش‌نامه در گذشته باشند برای مثال همبستگی (r) میان پرسش‌های ۱ و ۹ که $0/48$ می‌باشد برای این گونه پژوهش‌ها همبستگی تقریباً بالایی محسوب می‌شود. برای تعیین شدت همبستگی تا حدودی از احتمالات که می‌تواند بطور تصادفی حاصل شده باشد استفاده می‌کنیم. رابطه $0/48$ بین پرسش ۱ و ۹ براساس $p < 0/001$ محاسبه شده است، بدین معنی که احتمال وقوع تصادفی آن کمتر از $0/001$ درصد است یعنی احتمالی کمتر از یک در هزار. (به بیان دیگر، اگر همبستگی هزار بار تکرار شود احتمال وقوع آن تنها یک‌بار خواهد بود).

ضریب همبستگی r اغلب در پژوهش‌هایی با این ماهیت مورد استفاده قرار می‌گیرد. (برین بریج (Brainbridge) ۱۹۸۹ ص ۱۶۷).

حال به نتایج به دست آمده باز می‌گردیم: بین سردبیران جدیدی که بر این عقیده بودند که مکانیزم انتقاد از خود رسانه‌ها بازدارنده مؤثری است و کسانی که اعتراف کرده‌اند که شاهد خودداری ژورنالیست‌ها از افشای خطاهای همقطاران خود بوده‌اند رابطه موزونی وجود دارد.

مقایسه پرسش‌های ۱ و ۳ برابر است با $(P < 0/01)$ $0/3$ r . علاوه بر این بین پاسخ‌دهندگان که عقیده دارند اخلاق ژورنالیستی، سرکوب رسانه‌هاست (سؤال ۴) و کسانی که همگام با کلرمن که می‌گوید مطبوعات باید تاب تحمل انتقاد را داشته باشند (سؤال ۱) همبستگی منفی $(P < 0/01)$ $0/25$ r وجود دارد. همبستگی منفی قابل ملاحظه‌ای در سؤال ۳ مشاهده نشد.

تفسیرهای احتمالی و ضرورت مطالعه بیشتر

گرایش به انتقاد از خود و گزارش جدی درباره مسائل مطبوعات، احتمالاً در مشاهده پنهان‌کاری‌ها، ریشه دارد، اما از آنجا که این گفتار، بیان شخصی است و خودداری از افشای دیگران تعبیر مبهمی محسوب می‌شود رابطه میان آن‌ها جنبه اتفاقی دارد.

گرچه پاسخ‌دهندگان به پرسش‌نامه از تهیه گزارش‌های منفی در قبال همقطاران و رقبای خبری خود به شدت اکراه نشان داده‌اند اما اینکه چنین احساسی فراتر از هنجارهای خاص بشری دارد یا خیر، نکته‌ای است که به بررسی و مطالعه بیشتر نیاز دارد. در واقع اینکه چهارده درصد از پاسخ‌دهندگان به پرسش‌نامه، گفته‌اند قویاً گزارش‌های منفی در قبال همقطاران و همکاران خود را دنبال خواهند کرد و سی و نه درصد با دنبال کردن چنین گزارش‌هایی موافقت کرده‌اند، خود بیانگر این واقعیت است که اعضای جامعه مطبوعات تا حدود زیادی آماده‌اند تا قایقی را که خود در آن نشسته‌اند به خاطر تعهدات حرفه‌ای به گرداب بکشانند.

اما این نکته تنها جنبه فرضی دارد و رسیدن به نتیجه قطعی در این زمینه به گردآوری اطلاعات از دیگر گروه‌های شغلی و بررسی‌های بیشتر نیاز دارد. علاوه بر آنچه که گفته شد زمینه‌های زیر نیز به بررسی‌های بیشتر نیازمند است:

۱. نقطه‌نظر مدیران خبر رسانه‌های دیگر، از جمله تلویزیون و روزنامه‌ها
۲. اطلاعات و مقایسه دیدگاه‌های دست‌اندرکاران خبر و مدیران خبر.
۳. اطلاعات دقیق و مشخص از مواردی که ژورنالیست‌ها از تهیه گزارش‌های منفی در قبال همقطاران و همکاران خود اجتناب کرده‌اند.