



International Principles of Journalistic Ethics in the Light of Hermeneutics

Abdul Basir Mesbah

Assistant Professor of Journalism & Editor in Chief of Pol-e Sorkh Media
Mesbah.abdulbasir@gmail.com
ORCID 0000-0003-1406-6046

Abstract

Article type:

Research Article

Article history:

Received:

November 22, 2025

Accepted:

January 20, 2026

Published Online:

February 18, 2026

Keyword:

Fusion of horizons,
impartiality,
professional ethics,
public participation,
social responsibility

The International Principles of Professional Ethics in Journalism constitutes a seminal framework comprising ten fundamental tenets that govern the synthesis, production, and dissemination of news within the global media landscape. This research interrogates these ten principles through the prism of philosophical hermeneutics, with a particular emphasis on Hans-Georg Gadamer's theoretical paradigm, evaluating the charter across four analytical dimensions. By adopting a hermeneutic-philosophical approach, the study underscores the established significance of universal journalistic ethical codes, positing them as mechanisms for the "fusion of horizons" (Horizontverschmelzung) across three primary vectors: geographical, cultural, and the human agent. The findings elucidate that the geographical horizon necessitates the convergence of diverse national perspectives around shared values such as global peace, international security, and justice. The cultural horizon facilitates the integration of universal values including privacy, equality, and pluralism. Furthermore, the human agent horizon focuses on the imperatives of objectivity, precision, veracity, and balance, wherein the fusion of horizons between the audience, the journalist, and the socio-cultural context of the event is paramount. This dimension further emphasizes the journalist's commitment to truth and the transcendence of individual interests in favor of the collective good to safeguard the free flow of information and promote public participation in the news-gathering process.



نبراس
فصلنامه علمی - پژوهشی
شماره ۱۲، زمستان ۱۴۰۴
ویژه سپهر هرمنوتیک معاصر



اصول بین‌المللی اخلاق روزنامه‌نگاری در آینده هرمنوتیک

سید عبدالبصیر مصباح

استاد روزنامه‌نگاری و مدیر مسئول رسانه پل سرخ

Email: Mesbah.abdulbasir@gmail.com

ORCID: 0000-0003-1406-6046

چکیده

منشور بین‌المللی اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری، سند مشهور و حاوی ده اصل مهم برای روزنامه‌نگاران در سطح جهان است که سرلوحه کار جریان تهیه، تولید و توزیع اخبار در همه رسانه‌ها در سراسر دنیا را شکل می‌دهد. این پژوهش با خوانش هرمنوتیکال با تأکید بر دیدگاه‌های گادامر، اصول ده‌گانه منشور فوق را در چهار سطح مورد تحلیل و ارزیابی قرار داده است. پژوهش که با رویکرد هرمنوتیک فلسفی انجام شده است، بر اهمیت و جایگاه تثبیت شده‌ای کدهای جهانی اخلاق روزنامه‌نگاری مبتنی بر حفظ توازن و امتزاج افق‌ها از سه منظر عمده (جغرافیایی)، (فرهنگی) و (عامل انسانی) تأکید می‌کند. براساس نتایج، افق جغرافیایی به ضرورت امتزاج و هم‌پیوندی دیدگاه‌های ملت‌های جهان از نظر جغرافیا در محور ارزش‌های مشترک مانند صلح جهانی، امنیت بین‌الملل و عدالت؛ افق فرهنگی به امتزاج ارزش‌های فرهنگی جهان مانند حفظ حریم خصوصی، برابری و تنوع؛ افق عامل انسانی بر عناصری چون عینیت‌گرایی، دقت، صحت و توازن در خبرها می‌پردازد که امتزاج افق‌های مخاطبان، روزنامه‌نگار و زمینه اجتماعی و فرهنگی رویداد در آن از اهمیت بلندی برخوردار است. این عنصر همچنین به حمایت روزنامه‌نگار از حقیقت و گذر از منافع فردی در مقابل منافع جمعی، جهت حفظ جریان اطلاعات تأکید دارد و از مشارکت عموم در دریافت خبرها پشتیبانی می‌کند.

تاریخچه مقاله

دریافت: ۱ قوس (آذر)

۱۴۰۴

پذیرش: ۳۰ جدی (دی)

۱۴۰۴

انتشار آنلاین: ۲۸ دلو (بهمن)

۱۴۰۴

واژگان کلیدی:

اخلاق حرفه‌ای، مسئولیت

اجتماعی، مشارکت عمومی،

بی‌طرفی و امتزاج افق‌ها.

مقدمه

اخلاق روزنامه‌نگاری^۱ که یکی از زیرشاخه‌های «اخلاق رسانه» است (دهقان و مهدی مولایی، ۱۳۹۵: ۲۰۹)، به معنای نگرش‌ها و هنجارهای غالب در روزنامه‌نگاری است که باعث عبور این حرفه از روزنامه‌نگاری «جانبدارانه» به نوعی روزنامه‌نگاری بی‌طرف و مستقل شده است. هرچند در همه عرصه‌ها و مشاغل، اخلاق جزء ارکان و قلمروهای اصلی فعالیت‌های حرفه‌ای است، اما این مهم در عرصه روزنامه‌نگاری دوچندان می‌شود؛ چرا که یک روزنامه‌نگار متعلق به خودش نیست و وظیفه اطلاع‌رسانی را در یک جامعه برعهده دارد. فعالیت حرفه‌ای او با افکار عمومی ارتباط مستقیم دارد؛ کم‌ترین بداخلاقی در فعالیت رسانه‌ای و یا عدم پاسداشت اخلاق از سوی او یا عدم پایبندی به اخلاق عمومی موجب خدشه‌دار شدن افکار عمومی خواهد شد (بروجردی علوی و مهدیه شکری، ۱۳۹۶: ۶). و منظور از اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری این است که روزنامه‌ها در جست‌وجو، کسب و انتشار اخبار و اطلاعات باید طوری عمل کنند که شرافت، اعتبار و حیثیت حرفه‌ای آنها مورد انتقاد و سوال قرار نگیرد (فرقانی، ۱۳۸۳: ۱۵۷). اخلاق روزنامه‌نگاری، حیثه بسیار وسیعی را دربر می‌گیرد. این حیثه می‌تواند مواردی چون عدم دریافت کارت هدیه، تلاش برای رساندن اطلاعات صحیح به مخاطبان، افشا نکردن و مباحثی این چنینی» باشد (بروجردی علوی و مهدیه شکری، ۱۳۹۶: ۷).

اما اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری، باید توسط خود روزنامه‌نگاران (عملدنا انجمن‌های صنفی و شوراهای مطبوعاتی) در قالب منشورها و میثاق‌های اخلاقی باید ایجاد شوند. منشور اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری، میثاقی است که با ایجاد چارچوب اخلاقی برای خبرنگاران، از سوی روزنامه‌نگاران باتجربه، باسواد و مسئول و متفکران ارتباطات در یک کشور و یا منطقه و جهان، شکل می‌گیرد. برای اصطلاح «منشور اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری» عبارت‌های اصولنامه‌ی اخلاقی روزنامه‌نگاری، میثاق اخلاقی روزنامه‌نگاری، مرامنامه اخلاقی روزنامه‌نگار و... نیز به کار برده می‌شوند.

اصول اخلاق حرفه‌ای، رفتار رسانه‌ای و قابل قبول در برابر مردم را تا حدودی مشخص می‌کند و اگر تجاوزی به حریم خصوصی شان صورت گیرد، آنرا قابل تشخیص می‌سازد (بروجردی علوی و مهدیه شکری، ۱۳۹۶: ۸). اما با توجه به اصول و ارزش‌های مشترک انسانی، سازمان‌های بین‌المللی روزنامه‌نگاری در سطح جهان سازوکارهای برای خودتنظیمی روزنامه‌نگاری نیز در نظر گرفته اند که به آن عموماً «اصولنامه‌های بین‌المللی روزنامه‌نگاری» یاد می‌شود. البته شاه بیت آن، تعهد عملی به این اصول، پذیرش کثرت‌گرایی و نیاز به تساهل، مباحثه دموکراتیک و حل مناقشات، (فرقانی، ۱۳۸۱: ۳۴) گفته شده است تا با اجرای این نکات مطبوعات بتوانند «جهاد مقدسی را برای تفکیک راست از دروغ، در دنیای که پر از فساد و دروغ و اشتباه است، آغاز و دنبال

^۱ Journalistic Ethics

کنند» (دفلور، ۱۳۸۳: ۶۸۲). سازمان‌های بین‌المللی و منطقه‌ای حرفه‌ای روزنامه‌نگاران، که در مجموع نمایندگی ۴۰۰'۰۰۰ روزنامه‌نگار شاغل در سراسر جهان را بر عهده دارند، از سال ۱۹۷۸ تاکنون نشست‌های مشورتی را تحت نظارت یونسکو برگزار کرده‌اند (University of Tampere, n.d). دومین نشست مشورتی (مکزیکوسیتی^۱، ۱۹۸۰) حمایت خود را از «اعلامیه یونسکو درباره اصول بنیادین مربوط به نقش رسانه‌های جمعی در تقویت صلح و تفاهم بین‌المللی، ترویج حقوق بشر و مقابله با نژادپرستی، آپارتاید و تحریک به جنگ» اعلام کرد. افزون بر این، این نشست «اعلامیه مکزیک» را با مجموعه‌ای از اصولی به تصویب رساند که بیانگر نقاط مشترک کدهای اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری ملی و منطقه‌ای موجود، و نیز مقررات مرتبط مندرج در اسناد گوناگون بین‌المللی دارای ماهیت حقوقی است. چهارمین نشست مشورتی (پراگ^۲ و پاریس^۳، ۱۹۸۳) به ارزش پایدار اعلامیه یونسکو اشاره کرد که در آن از جمله تصریح شده است: «اعمال آزادی عقیده، بیان و اطلاع‌رسانی، که به‌عنوان بخشی جدایی‌ناپذیر از حقوق بشر و آزادی‌های بنیادین به رسمیت شناخته شده است، عامل حیاتی در تقویت صلح و تفاهم بین‌المللی است». افزون بر این، این نشست نقش مهم اطلاعات و ارتباطات را در جهان معاصر، هم در عرصه‌های ملی و هم بین‌المللی، به رسمیت شناخت؛ نقشی که با مسئولیت اجتماعی فزاینده‌ای برای رسانه‌های جمعی و روزنامه‌نگاران همراه است.

سرانجام در پایان نشست پاریس (۲۰ نوامبر ۱۹۸۳) با حضور سازمان بین‌المللی روزنامه‌نگاران^۴، فدراسیون بین‌المللی روزنامه‌نگاران^۵، اتحادیه بین‌المللی کاتولیک مطبوعات^۶، فدراسیون روزنامه‌نگاران آمریکای لاتین^۷، فدراسیون کارگران مطبوعات آمریکای لاتین^۸، فدراسیون روزنامه‌نگاران عرب^۹، اتحادیه روزنامه‌نگاران آفریقا^{۱۰} و کنفدراسیون روزنامه‌نگاران آسه‌آن^{۱۱} سندی را تصویب کردند که به «اصولنامه بین‌المللی اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری^{۱۲} مشهور است. این سند حاوی ده اصل مهم برای روزنامه‌نگاران در سطح جهان و بدون شک سرلوحه کار جریان تهیه، تولید و توزیع اخبار در همه رسانه‌ها در سراسر جهان است. اما این سند از یک‌طرف یکی از عناصر اصلی معیاری‌سازی ارتباطات در سطح جهان است و از سوی دیگر، خودش پیامی است زمینه‌مند و معنامند که در زمینه خاص فرهنگی و جهانی شکل گرفته است. این جاست که اهمیت

1. Mexico City

2. Prague

3. Paris

4. IOJ

5. IFJ

6. UCIP

7. FELAP

8. FELATRAP

9. FAJ

10. UAJ

11. CAJ

12. International Principles of Professional Ethics in Journalism

تحلیل این کدهای اخلاقی به‌عنوان یک پیام یا یکی از عناصر مهم روزنامه‌نگاری برجسته می‌شود.

شیوه‌های متفاوت و گوناگونی برای تحلیل و تفسیر پیام در دنیای امروز از سوی نویسندگان و پژوهشگران مطرح شده است که یکی از آن‌ها هرمنوتیک است. هرمنوتیک برخلاف رویکرد متعارف، ارتباط را امری متفاوت از صرف انتقال پیام می‌داند و بر نقش محوری تفسیر موقعیتی و فرهنگ تأکید می‌کند (Bitrus, 2025). در هرمنوتیک، درک به‌عنوان هدف و نتیجه فعالیت روزنامه‌نگاری، مستلزم گنجاندن توضیح و تفسیر در مجموعه عملکردهای روزنامه‌نگاری است.

ساختار، فرم و کارآمدی روزنامه‌نگاری هم به عوامل محیط اجتماعی-سیاسی فعالیت رسانه‌ها و هم به انتخاب ذهن نویسنده بستگی دارد (Blokhin & Ilchenko, 2015). از سوی دیگر، ارتباطات نمی‌تواند از نظر اخلاقی خنثا باشد اما برخی عناصر هرمنوتیکی نه تنها ارتباط را ممکن می‌سازند بلکه آن را از نظر اخلاقی پاسخگو می‌کنند (Michel, 2009). این در حالی است که تحت تاثیر فشارهای سیاسی و اقتصادی جهانی، حرفه‌ای‌گرایی در روزنامه‌نگاری نیز در حال تحول است و با حضور شبکه‌های اجتماعی و موجودیت منابع و منافع قدرت، اعتماد به رسانه‌ها خصوصا از نظر بیطرفی، نسبتا کمتر شده است. و اکنون زمان آن رسیده است که برای هدایت اخلاقی، به رویکرد هرمنوتیکی که از جستجوی معنای مشترک سرچشمه می‌گیرد، رجوع شود و چون «اخلاق هرمنوتیکی قوی» می‌تواند به افزایش خودبازاندیشی کمک کند (Fawkes, 2012).

با توصیف که صورت گرفت، جای خالی تحلیل و تفسیر هرمنوتیکی کدهای اخلاقی جهانی روزنامه‌نگاری به‌عنوان دستورکار بین‌المللی این حرفه همچنان خالی است و این مقاله می‌کوشد سند مذکور را از زاویه‌ی تازه‌ای مورد تحلیل و تفسیر قرار دهد و آن به‌کارگیری روش هرمنوتیک فلسفی گادامر است.

اهداف تحقیق

هدف اصلی پژوهش، شناسایی افق‌های تاریخی، زبانی و زمینه‌ای کدهای بین‌المللی اخلاق روزنامه‌نگاری براساس هرمنوتیک گادامر است.

پرسش‌های پژوهش

پرسش اصلی تحقیق این است که کدهای بین‌المللی اخلاق روزنامه‌نگاری از منظر افق تاریخی، زبانی و زمینه‌ای چه جایگاه در مدل هرمنوتیک گادامر دارد؟.

پرسش دیگر پژوهش این است که امتزاج افق‌ها در کدهای فوق در کدام عناصر و زمینه‌ها بیشتر امکان‌پذیر است؟.

ادبیات و مبانی نظری

اخلاق

اخلاق مجموعه عادت‌ها و رفتارهای فرهنگی پذیرفته شده میان مردم یک جامعه؛ وضع روحی و رفتاری شخص؛ خوی‌های پسندیده؛ رفتار شایسته و پسندیده؛ (فلسفه) شناخت و بررسی ارزش‌هایی مانند خوبی، بدی، حق و وظیفه طبیعت باطنی، سرشت درونی و نیز به‌عنوان یکی از شعبه‌های حکمت عملی خوانده شده است (انوری، ۱۳۸۱: ۲۹۱) تعریف شده است.

یکی از برجسته‌ترین وجوه و کارکرد اخلاق، نظم‌بخشی آن به جامعه، بدون استفاده از ابزار قدرت است. چرا که «اخلاق عکس‌العملی است نسبت به مشکل همکاری در میان افراد یا گروه‌های رقیب، و هدفش فرونشاندن نزاع‌هایی است که ممکن است در ظروف اجتماعی رخ می‌دهد» (خرمشاهی، ۱۳۷۴: ۶). از این‌رو، اخلاقیات معمولاً نمی‌پرسد که چگونه باید بهتر زندگی کرد، بلکه می‌پرسد که ما چگونه اخلاقی زندگی کنیم.

علمای ارتباطات، فلسفه اخلاق را به سه شاخه تقسیم می‌کنند. این سه شاخه عبارت از فرا اخلاق، اخلاق هنجاری و اخلاق کاربردی است. «فلسفه اخلاق به پرسش‌هایی در باره معنای مفاهیم اخلاقی مانند خوبی و بدی می‌پردازد و این‌که آیا اصول اخلاقی واحد است یا نه. اما اخلاق هنجاری و کاربردی طبیعتاً در دوایر مختلف جامعه بروز و ظهور خاص‌گرایانه‌تری دارند» (خانیک، ۱۳۸۸: ۸۱). در حوزه رسانه‌ها، تأثیرگذاری باورهای فلسفی متفکران در طول تاریخ، توانسته است راهگشای عملکرد اخلاقی و یا غیر اخلاقی برای روزنامه‌نگاران باشد.

«موقعیت‌گرایان^۱ معتقدند مهم آن‌چیزی است که روزنامه‌نگار میل دارد در یک لحظه خاص انجام دهد؛ ماکیاول‌گراها، که رفتار غیر اخلاقی را در موارد خاصی به شرط آن‌که به‌ندرت و مخفیانه صورت گیرد، مجاز می‌دانند؛ غایت‌گراها^۲، پیامدها را تنها عوامل تعیین‌کننده در اخلاقی بودن خبرنگار می‌دانند و به‌حاصل عمل بی‌توجه اند؛ لذت‌گراها^۳ اعتقاد دارند یک عمل صحیح روزنامه‌نگاری، عملی است که در خدمت منافع افراد بیشتری باشد؛ خودگراها^۴ اعتقاد دارند یک عمل صحیح روزنامه‌نگاری، عملی است که برای خود آنها لذت‌بخش و مطلوب باشد؛ و گروه‌های دیگر که به نظر آنها، با وضع قوانین فراگیر در مورد اخلاقیات روزنامه‌نگاری، رویکرد خبرنگاران به اخلاق خبرنگاری یک رویکرد واحد و از نظر قانونی

1. situationist

2. teleologists

3. hedonists

4. Egoists

ممکن خواهد بود: یعنی رویکرد فریضه‌گرایان. از نظر فرضیه‌گراها، خبرنگاران باید از قانون اطاعت کنند؛ صرف نظر از این که با اطاعت از آن، چه اتفاقی برای مردم خواهد افتاد (کاسوما، ۱۳۷۵: ۳۸).

اخلاق رسانه‌ای

اخلاق رسانه‌ای، شاخه‌ای از اخلاق حرفه‌ای است که در سال‌های دهه ۱۹۸۰ رشد کرد. «مقصود از اخلاق رسانه‌ها مجموعه قواعدی است که باید دست‌اندرکاران رسانه‌ها داوطلبانه و براساس ندای وجدان و فطرت خویش در انجام کار حرفه‌ای رعایت کنند؛ بدون آن که الزام خارجی داشته باشند یا در صورت تخلف دچار مجازات قانونی شوند (اسماعیلی، ۱۳۸۵: ۶).

اخلاق رسانه‌ای، چتر بزرگی است که اخلاق روزنامه‌نگاری در درون آن جا می‌گیرد و «به‌عنوان یک زیرمجموعه از اخلاق عملی یا حرفه‌ای، از ترکیب توصیف و تئوری تشکیل شده است. ... البته حفظ اهمیت اصول و تئوری اخلاق رسانه‌ای، به‌طور منطقی دو روی یک سکه اند (کریستیانز، ۱۳۷۵: ۳۰). و به دلیل سهولت استفاده از آن، می‌تواند «به سه شاخه اصلی تقسیم شود: گزارش‌های خبری، خدمات و تولیدات و تفریحات و سرگرمی‌ها» (کریستیانز، ۱۳۷۵: ۳۰).

به باور کریستیانز^۱، از ترکیب منافع کارهای مربوط به رسانه‌ها، پنج مسئله اصلی در عرصه اخلاق رسانه‌ای از اهمیت ویژه برخوردار است. این پنج دستور کار، عبارت‌اند از: رازداری و رعایت حریم خصوصی افراد، گفتن حقیقت، انتفاع، خشونت و مشارکت دموکراتیک که هرکدام در سطوح مشخصی از فعالیت رسانه‌ای ظاهر می‌شوند.

بیشتر موارد اخلاق رسانه‌ای شامل رخدادها یا تصمیم‌هایی می‌شود که در آن‌ها دو یا چند ارزش کلی اخلاقی در برابر هم قرار می‌گیرند و کنشگر رسانه‌ای باید در تصمیمی خاص و بر اساس یک الگوی منطقی و عقلانی، به یکی از آن ارزش‌ها اولویت بدهد. این‌گونه مسائل در زندگی واقعی، مباحث اخلاق کاربردی را در حوزه رسانه‌ها تشکیل می‌دهند (خانیک، ۱۳۸۸: ۸۲).

رعایت اصول اخلاق حرفه‌ای، روزنامه‌نگاران را از این انتقاد مبرا می‌سازد که از رعایت منافع عمومی خودداری کنند و حقایق را مخدوش و وارونه جلوه دهند. احترام به اخلاق حرفه‌ای به معنای پذیرش این نکته است که رسانه‌ها تنها منافع خود را در نظر نمی‌گیرند و برای آنها منافع اجتماعی بر منافع یک رسانه خاص اولویت دارد. (دفلور، ۱۳۸۳: ۶۸۲).

درواقع این اهمیت اخلاق در روزنامه‌نگاری است که «روزنامه‌نگار حتی در نوشتن یک خبر چندخطی هم باید بسیاری از مسائل را، از خواست مردم تا سیاست‌های دولت، در نظر بگیرد و در این راه به راحتی ممکن است به اشتباه یا سو استفاده کشیده شود. بنابراین،

^۱. Christians

همیشه باید اخلاق را هم پیش چشم داشته باشد. برای بسیاری از روزنامه‌نگاران، بعد اخلاقی و حرفه‌ای روزنامه‌نگاری، اهمیت ویژه‌ای دارد؛ چون علت اصلی روی آوردن آن‌ها به این حرفه در واقع همین بُعد اخلاقی و علاقمندی به تشریح نابرابری‌های موجود در اجتماع، ایجاد ارتباط بین مردم و شکل دادن به جامعه بوده است» (کواچ، ۱۳۸۵: ۲۷۵-۲۷۶). با این‌همه، اخلاق روزنامه‌نگاری نوعی مسئولیت و صداقت را در ذهن روزنامه‌نگار نیز ایجاد می‌کند و «روزنامه‌نگاران با واقعیت‌های روز که در دایره توجه افکار عمومی قرار دارند، ارتباط مستقیم دارند. همچنین مبانی اخلاق حرفه روزنامه‌نگاری، روزنامه‌نگاران را در بازتاب صادقانه وقایع مسئول، می‌داند. به بیان دیگر، ارزش اخلاقی حاکم بر این حرفه، از روزنامه‌نگاران می‌خواهد به پاس اعتماد افکار عمومی به آن‌ها وفادار بمانند.

منشور اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری

منشور اخلاق حرفه‌ای، «شامل مجموعه ارزش‌هایی است که نسبت به دیگر ارزش‌ها برای سازمان دارای اولویت بیشتری بوده و باید از سوی کارکنان و مدیران پیروی شوند» (الوانی و رحمتی، ۱۳۸۵: ۵۵). به بیان دیگر، منشور اخلاقی بیانیه‌ای حاوی خط مشی‌ها، اصول و مقررات است که رفتارها را در یک محیط حرفه‌ای هدایت می‌کند. و این خط مشی‌ها، کدهای اخلاقی هستند که از سوی افراد مسئول و متخصص یک نهاد تهیه و تدوین می‌شود و توسط کارمندان آن به معرض اجرا قرار می‌گیرد.

درواقع «کدهای اخلاقی برای افراد «بد» ترتیب نمی‌شوند، بلکه برای کسانی ایجاد می‌شوند که می‌خواهند اخلاق‌مدارانه عمل کنند» (Gilman, 2005: 6). این کدها اصولی را تنظیم می‌کنند که روزنامه‌نگاران با توافق با ضمیر اخلاقی شان، طوری که کار شان را انجام می‌دهند، به آن پایدار می‌مانند. ... به خاطر آنکه کدها تمایل به سوی خودتنظیمی را ثابت می‌کنند، آنها سلاح تأثیرگذاری در مقابل تهدید ناشی از مداخله‌های دولتی است (Campo&Segado-Boj, 2015: 3-4).

نکته قابل توجه این که «قواعد اخلاق حرفه‌ای رسانه‌ای توسط گروه شغلی تصویب می‌شوند و معمولاً از طریق نظارت‌های اجتماعی رسمی یا غیر رسمی گروه به اجرا در می‌آیند. قواعد از میان ایده‌آلهای گسترده هنجاری و فرهنگی از هنجارهای سرنوشت‌ساز خاص یک حرفه برگرفته می‌شوند، و محتوای این قواعد ممکن است از آداب نسبتاً پیش پاافتاده (از نظر ناظر بیرونی) گرفته تا ارزشهای اخلاقی عمومی انسانی اعمال شده در شرایط یک صنف خاص رسانه‌ای را شامل می‌شود» (وایت، ۱۳۸۵: ۱۴۲).

با این وجود، مهمترین کارکرد منشور اخلاق روزنامه‌نگاری، تعیین بایدها و نبایدها در عرصه مطبوعات برای خبرنگاران است. یعنی یک منشور اخلاقی روزنامه‌نگاری تعیین می‌کند که یک

خبرنگار به نشر چه مواردی مبادرت ورزد و از انتشار کدام نوع مطالب خودداری کند. به باور مهدی فرقانی، منشور اخلاقی روزنامه‌نگاری برای سه گروه مفید است: «یکی مخاطبان روزنامه‌نگاری که قید و بندهای اخلاقی برای آنها متضمن حقیقت‌گویی، درستی و راست‌گویی است؛ چرا که اجازه نمی‌دهند مخاطب مورد دستکاری قرار گیرد؛ دوم منابع خبری و اطلاعاتی که می‌توانند از سنت روزنامه‌نگاری عدم ذکر منابع محرمانه سود برده و در خبر مسکوت بمانند و در عین حال اطمینان یابند که رسانه‌ها جز حقیقت منتشر نمی‌کنند و بالاخره مردم به‌طور کلی از این اصول بهره‌مند می‌شوند، زیرا به کمک آنها می‌توانند دریابند که چه اطلاعاتی قابل قبول اند و کدام نیستند (فرقانی، ۱۳۸۳: ۲۷۴).

منشور اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری، همانند سایر میثاق‌های حرفه‌ای در سازمان‌های گوناگون، دارای عناصر، موازین و معیارهایی است. به‌طوری کلی احترام به منافع ملی و رعایت عفت عمومی، پرهیز از ورود به حریم خصوصی دیگران، حفظ توازن و پرهیز از جانب‌داری، عدم توهین به قومیت‌ها، ذکر منبع تولیدکننده خبر، رعایت خط قرمزها، پرهیز از دروغ‌گویی و بزرگ‌نمایی، رعایت بی‌طرفی و دقت در انتخاب واژه‌ها و تصاویر از نکات اخلاقی است که عناصر یک منشور اخلاق حرفه‌ای را تشکیل می‌دهند. در نخستین نگاه به نظر می‌رسد که شباهت قابل توجهی در محتوای بسیاری از قواعد اصول اخلاقی رسانه‌ها یا نحله‌های فکری مرتبط با اصول اخلاقی در بخش‌های گوناگون جهان وجود دارد. بروسو چهار نکته موجود در اغلب قواعد اصول اخلاقی رسانه‌ها را چنین متذکر می‌شود:

۱- اصول کلی اخلاقیات بشری اعمال شده در رسانه‌ها نظیر صداقت، انصاف، خدمت به مصلحت عمومی، احترام به رازهای حرفه‌ای و غیره.

۲- احترام به حقوق اولیه بشری نظیر پرهیز از افترا، احترام به زندگی خصوصی افراد، دفاع از آزادی اطلاعات و آزادی اندیشه روزنامه‌نگاران، حق برخورداری روزنامه‌نگاران از دستمزد مناسب و غیره.

۳- اخلاق‌شناسی خاص یک رسانه و حرفه (شرافت روزنامه‌نگار نظیر امتناع از دریافت رشوه، بهره‌گیری از ابزارهای صرفاً درست و صادقانه برای کسب اطلاعات، همبستگی صنفی خبرنگاران و غیره.

۴- وظایف بنگاه‌های رسانه‌ای - جنبه‌ای که اغلب در قواعد به آن توجه می‌شود مانند حق پاسخگویی، مسئولیت اجتماعی، پرهیز از هرزه‌نگاری همراه با تصاویر مستهجن و غیره. (وایت، ۱۳۸۵: ۱۴۰-۱۴۱)

در عین حال برخی از معیارهای اخلاقی روزنامه‌نگاری، در همه جای دنیا مورد قبول نیستند. بعضی از متفکران ادعا می‌کنند که فقدان توافق جهانی بر سر هنجارهای اخلاقی از مشخصه‌های روزنامه‌نگاری هست. در حقیقت نبود توافق جهانی بر سر موازین حرفه‌ای، باعث می‌شود که کشورها مبتنی بر

هنجارهای ملی، دغدغه‌های اجتماعی و موقعیت خاص که دارند، منشور اخلاقی حرفه‌ای با موازین منحصر به فردی را شکل دهند.

روش تحقیق

این پژوهش با استفاده از روش کیفی و بهره‌گیری از رویکرد هرمنوتیک فلسفی انجام شده است. هرمنوتیک^۱، مطالعه تأویل متون نوشتاری، گفتاری، پیام‌ها، نشانه‌ها، کنش‌ها، رویدادها، خواست‌ها و حالات انسانی است (اشراق، ۱۳۹۱: ۱۵) و به عبارتی، هنر تفسیر به شمار می‌رود (Abulad, 2008) در حقیقت، مسئله‌ی اصلی هرمنوتیک بررسی این است که فرایند فهمیدن چگونه رخ می‌دهد و معنا چگونه از فردی به فرد دیگر منتقل می‌شود.

در قرون وسطی، کاربرد اصلی هرمنوتیک محدود به «هنر تفسیر و تأویل کتاب مقدس» بود. یکی از نخستین متفکرانی که اصطلاح هرمنوتیک را در این معنا به کار برد، دانهاور است که در کتاب خود با عنوان هرمنوتیک قدسی (۱۶۵۴ میلادی) این مفهوم را مطرح کرد. در این دوره، هرمنوتیک به عنوان ابزاری برای دستیابی به فهم صحیح متن مقدس و پرهیز از سوءفهم مورد استفاده قرار می‌گرفت.

با گذر زمان و ورود عصر روشنگری، فردریش شلایرماخر^۲ هرمنوتیک جدید را تدوین و بازتعریف کرد. او هرمنوتیک را روشی برای تفسیر متون و راهکاری برای اجتناب از سوءفهم معرفی نمود، به گونه‌ای که فهم متن به عنوان فرآیندی تاریخی و زمینه‌مند مورد توجه قرار گیرد و نقش ذهن، زبان و تجربه خواننده در تولید معنا برجسته شود.

ظهور مارتین هایدگر^۳ مرحله نوینی در توسعه هرمنوتیک پدید آورد. او هرمنوتیک را از سطح روش‌شناسی فراتر برد و آن را به تحلیل وجودشناسانه فهم تبدیل کرد؛ به این معنا که فهم نه فقط فرایندی عقلی بلکه بخشی از ساختار وجود انسان است و شرایط، محدودیت‌ها و زمینه‌های تحقق فهم باید مورد بررسی قرار گیرد. در نگاه هایدگر، فهم یک رویداد است که در آن فرد تنها فعال نیست، بلکه در نسبت با جهان و هستی خود، معنا شکل می‌گیرد.

در ادامه، هانس-گئورگ گادامر^۴ هرمنوتیک فلسفی را وارد مرحله‌ای تازه و بالغ کرد. گادامر متن را پدیده‌ای تاریخی و معنامند می‌داند و بر اساس تحلیل فلسفی هایدگر نسبت به ماهیت فهم و ساختار وجودی آن، نشان می‌دهد که جهان از طریق زبان ارائه می‌شود و فهم انسان تابع زبان است (Davies, 2009). در هرمنوتیک فلسفی، پرسش اصلی این نیست

1. Hermeneutic

2. Friedrich Schleiermacher (1768 - 1834)

3. Martin Heidegger (1889 - 1976)

4. Hans-Georg Gadamer (1900 - 2002)

که ما در عمل چگونه می‌فهمیم، بلکه این است که در «رویداد فهم» چه رخ می‌دهد، منطق این رخداد چیست و چه عواملی در تحقق آن نقش دارند. از این رو، هرمنوتیک فلسفی ماهیت هستی‌شناسانه دارد، نه روش‌شناسانه (اشراق، ۱۳۹۱؛ Gadamer, 1977: 197).
به این خاطر هدف این تحقیق ارزیابی یا داوری ارزشی اصول بین‌المللی اخلاق روزنامه‌نگاری نیست، بلکه با تکیه بر دیدگاه‌های گادامر مطالعه و فهم چگونگی تولید معنا، عوامل موثر، هستی و تارپود منطق درونی اخلاق روزنامه‌نگاری در سطح جهان می‌باشد.

جامعه تحقیق

داده‌های اصلی این تحقیق شامل متن کامل اصول بین‌المللی اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری است که توسط سازمان‌های جهانی خبرنگاری پس از چندین نشست در سال ۱۹۸۳ در پاریس به تصویب رسید. این اصول بین‌المللی جامع‌ترین منشور اخلاق روزنامه‌نگاری است که توسط ژورنالیستان آزاد و مستقل در یک کنگره جهانی تصویب شد و شامل ۱۰ ماده می‌باشد.

واحد تحلیل

واحد تحلیل در این پژوهش ماده‌های ۱۰ گانه این منشور اخلاق روزنامه‌نگاری جهانی می‌باشد. مهم‌ترین واحدها عبارت‌اند از بیطرفی، استقلال، شرافت حرفه‌ای، توازن، صلح، صحت و حقیقت هستند که به‌طور واضح و صریح در متن اصول نامه آورده شده است.

روش جمع‌آوری، تجزیه و تحلیل اطلاعات

اطلاعات موجود از منابع مختلف به‌دست آمد. بخش ادبیات و مبانی نظری تحقیق از مقالات علمی و کتاب‌ها و آثار علمی تهیه شد و بخش روش تحقیق و جامعه آماری (منشور جهانی) از وبسایت دانشگاه تامپره^۱ استخراج و به زبان فارسی ترجمه شد. مواد ده‌گانه گانه سند مذکور با استفاده از تحلیل هرمنوتیکی گادامری در چهار مرحله اساسی مورد تحلیل صورت گرفت.

در مرحله نخست، مواد منشور اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری به‌صورت توصیفی و براساس معنای صریح متن ارایه شد. در مرحله دوم، معانی و مفاهیم هر ماده از نظر معناساختی تحلیل شدند و نسبت مفاهیم کلیدی با روندهای روزنامه‌نگاری امروزی مطالعه گردید. در مرحله سوم، افق‌های معنایی یا امتزاج افق‌ها در پیوند به مواد منشور تحلیل

^۱. Tampere University (TAU)

گردید و به این مسأله توجه شد که این منشور چه معناهایی را از مفاهیم روزنامه نگاری و حوزه‌های مرتبط ارایه می‌کند. در مرحله چهارم، به نکات توجه شد که چه موارد و عناصری در منشور مسکوت مانده و در سایه قرار گرفته است.

حجم نمونه

در این تحقیق به‌طور هدفمند، یک نمونه از میان جامعه آماری استفاده و استخراج شده است. این نمونه، اصول بین‌المللی اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری سال ۱۹۸۳ پاریس است. در زیر این اصول را می‌خوانیم، سپس به تحلیل و توضیح آن می‌پردازیم.

اصل اول: حق مردم برای دسترسی به اطلاعات درست

مردم و افراد حق دارند از طریق اطلاعات دقیق و جامع، تصویری عینی از واقعیت به دست آورند و همچنین از راه رسانه‌های گوناگون فرهنگ و ارتباطات، آزادانه خود را بیان کنند.

اصل دوم: تعهد روزنامه‌نگار به واقعیت عینی

مهم‌ترین وظیفه روزنامه‌نگار، خدمت به حق مردم برای دسترسی به اطلاعات درست و اصیل از طریق تعهد صادقانه به واقعیت عینی است؛ به‌گونه‌ای که واقعیت‌ها با دقت و وجدان حرفه‌ای، در بافت و زمینه مناسب خود گزارش شوند، پیوندهای اساسی آن‌ها نشان داده شود و از ایجاد تحریف پرهیز گردد، همراه با به‌کارگیری شایسته توان خلاقه روزنامه‌نگار، تا مواد لازم در اختیار افکار عمومی قرار گیرد و شکل‌گیری تصویری دقیق و جامع از جهان تسهیل شود؛ تصویری که در آن منشأ، ماهیت و جوهر رویدادها، فرایندها و وضعیت‌ها تا حد امکان به‌طور عینی درک گردد.

اصل سوم: مسئولیت اجتماعی روزنامه‌نگار

اطلاعات در روزنامه‌نگاری به‌عنوان یک خیر اجتماعی درک می‌شود و نه یک کالا؛ بدین معنا که روزنامه‌نگار در قبال اطلاعاتی که منتقل می‌کند مسئولیت مشترک دارد و بنابراین نه‌تنها در برابر کسانی که رسانه را کنترل می‌کنند، بلکه در نهایت در برابر عموم مردم، از جمله منافع اجتماعی گوناگون، پاسخ‌گو است. مسئولیت اجتماعی روزنامه‌نگار اقتضا می‌کند که او در همه شرایط مطابق با وجدان اخلاقی شخصی خود عمل کند.

اصل چهارم: سلامت و یکپارچگی حرفه‌ای روزنامه‌نگار

نقش اجتماعی روزنامه‌نگار ایجاب می‌کند که حرفه، استانداردهای بالای سلامت و یکپارچگی را حفظ کند؛ از جمله حق روزنامه‌نگار برای خودداری از انجام کاری برخلاف اعتقاد خود یا افشای منابع اطلاعاتی، و نیز حق مشارکت در فرایند تصمیم‌گیری رسانه‌ای که

در آن اشتغال دارد. سلامت حرفه‌ای اجازه نمی‌دهد روزنامه‌نگار هیچ‌گونه رشوه‌ای را بپذیرد یا منافع خصوصیِ مغایر با منافع عمومی را ترویج کند. همچنین، احترام به مالکیت فکری و به‌ویژه پرهیز از سرقت ادبی، بخشی از اخلاق حرفه‌ای به شمار می‌آید.

اصل پنجم: دسترسی و مشارکت عمومی

ماهیت حرفه ایجاب می‌کند که روزنامه‌نگار دسترسی عموم به اطلاعات و مشارکت مردم در رسانه‌ها را ترویج کند؛ از جمله حق اصلاح یا تصحیح و حق پاسخ‌گویی.

اصل ششم: احترام به حریم خصوصی و کرامت انسانی

بخشی جدایی‌ناپذیر از استانداردهای حرفه‌ای روزنامه‌نگاران، احترام به حق فرد بر حریم خصوصی و کرامت انسانی است؛ مطابق با مقررات حقوق بین‌الملل و حقوق ملی درباره حمایت از حقوق و حیثیت دیگران، که افترا، تهمت، بدگویی و هتک حیثیت را ممنوع می‌کند.

اصل هفتم: احترام به منافع عمومی

استانداردهای حرفه‌ای روزنامه‌نگار اقتضا می‌کند که به جامعه ملی، نهادهای دموکراتیک آن و اخلاق عمومی احترام شایسته گذاشته شود.

اصل هشتم: احترام به ارزش‌های جهان‌شمول و تنوع فرهنگ‌ها

روزنامه‌نگار واقعی از ارزش‌های جهان‌شمول انسان‌گرایی، به‌ویژه صلح، دموکراسی، حقوق بشر، پیشرفت اجتماعی و رهایی ملی دفاع می‌کند، در حالی که به ویژگی متمایز، ارزش و کرامت هر فرهنگ، و نیز حق هر ملت برای انتخاب و توسعه آزادانه نظام‌های سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی خود احترام می‌گذارد. بدین‌سان، روزنامه‌نگار به‌طور فعال در دگرگونی اجتماعی به‌سوی بهبود دموکراتیک جامعه مشارکت می‌کند و از طریق گفت‌وگو به ایجاد فضایی از اعتماد در روابط بین‌المللی، مساعد برای صلح و عدالت در همه‌جا، تنش‌زدایی، خلع سلاح و توسعه ملی کمک می‌کند. آگاهی روزنامه‌نگار از مقررات مرتبط مندرج در کنوانسیون‌ها، اعلامیه‌ها و قطعنامه‌های بین‌المللی، بخشی از اخلاق حرفه‌ای محسوب می‌شود.

اصل نهم: حذف جنگ و دیگر شرور بزرگ پیش‌روی بشریت

تعهد اخلاقی به ارزش‌های جهان‌شمول انسان‌گرایی، از روزنامه‌نگار می‌خواهد که از هرگونه توجیه یا تحریک به جنگ‌های تجاوزکارانه و مسابقه تسلیحاتی، به‌ویژه در زمینه سلاح‌های هسته‌ای، و همه اشکال دیگر خشونت، نفرت یا تبعیض—به‌ویژه نژادپرستی و آپارتاید، سرکوب توسط رژیم‌های استبدادی، استعمار و نواستعمار—و نیز دیگر شرور بزرگی که بشریت را رنج می‌دهد، مانند فقر، سوء‌تغذیه و بیماری‌ها، پرهیز کند. بدین‌وسیله، روزنامه‌نگار می‌تواند به از میان برداشتن جهل و سوءتفاهم میان ملت‌ها کمک کند، شهروندان یک کشور را نسبت به نیازها و خواست‌های دیگران

حساس سازد، و احترام به حقوق و کرامت همه کشورها، همه ملت‌ها و همه افراد را بدون تمایز از حیث نژاد، جنس، زبان، ملیت، دین یا باور فلسفی تضمین کند.

اصل دهم: ترویج نظم نوین جهانیِ اطلاعات و ارتباطات

روزنامه‌نگار در جهان معاصر در چارچوب حرکتی به‌سوی روابط نوین بین‌المللی به‌طور عام، و نظم نوین اطلاعاتی به‌طور خاص، فعالیت می‌کند. این نظم نوین که به‌عنوان بخشی جدایی‌ناپذیر از نظم نوین اقتصادی بین‌المللی درک می‌شود، با هدف استعمارزدایی و دموکراتیزه کردن اطلاعات و ارتباطات، در سطح ملی و بین‌المللی، بر پایه همزیستی مسالمت‌آمیز میان ملت‌ها و با احترام کامل به هویت فرهنگی آن‌ها شکل گرفته است. روزنامه‌نگار تعهد ویژه‌ای دارد که فرایند دموکراتیزه کردن روابط بین‌المللی در حوزه اطلاعات را ترویج کند، به‌ویژه از طریق پاسداری و تقویت روابط صلح‌آمیز و دوستانه میان دولت‌ها و ملت‌ها.

یافته‌های پژوهش

مطابق به جدول شماره ۱ اصول ده‌گانه‌ای روزنامه‌نگاری جهانی با استفاده از مدل هرمنوتیکال گادامر در چهار مرحله تفسیر و تحلیل شده است. این چهار مرحله در قالب یک جدول کوتاه در چهارستون طرح‌ریزی شده است. در ستون اول، فهرست کدهای اخلاقی همان‌طور که در اسناد ذکر شده، آورده شده است. در ستون دوم کدهای مذکور همان‌گونه که است، توصیف شده است. در کد ستون سوم، کدهای مذکور از نظر معنایی تحلیل و تفسیر شده است و در ستون چهارم، کدهای اخلاقی مذکور از نظر تاریخی، زبانی، اجتماعی، مخاطبان و همچنین روزنامه‌نگاران با تأکید بر امتزاج افق‌ها، تحلیل شده است.

جدول شماره (۱): تحلیل چهارسطحی کدهای بین‌المللی اخلاق روزنامه‌نگاری با تکیه بر هرمنوتیک گادامر

ستون اول	ستون دوم	ستون سوم	ستون چهارم
اصول اولیه	توصیف کدهای اخلاقی	تحلیل معناشناختی	تحلیل افق‌ها
حق مردم به دسترسی به اطلاعات درست.	این اصل به درستی و صحت اخبار تأکید دارد.	این اصل به دسترسی اطلاعات درست و صحیح تأکید دارد. بر این اساس، روزنامه‌نگار باید به اصل صحت در تهیه و انتشار اخبار مبادرت ورزد و از نشر مطالب دروغ و خلاف	بر اساس دیدگاه گادامر، دستیابی به اطلاعات صحیح در گروی پیوند بی‌طرفانه میان سه افق زیر است: افق تاریخی: بستر اجتماعی و فرهنگی شکل‌گیری رویداد.

<p>افق روزنامه‌نگار: دیدگاه و زاویه دید گزارشگر. افق مخاطب: نحوه تحلیل و رمزگشایی خبر توسط گیرنده.</p>	<p>حقیقت دوری کند و اطلاعات روزنامه‌نگار باید دقیق و از نظر اجتماعی جامع و کامل باشد.</p>		
<p>واقعیت عینی را می‌توان براساس دیدگاه گادامر در چند سطح مهم تحلیل کرد، یکی در سطح افق تاریخی که واقعیت عینی در یک زمانه و یا کانتکتست شکل می‌گیرد. سطح دوم، افق دوم رسانه یا کانالی است که پیام از طریق آن انتقال می‌یابد. این خیلی مهم است که دیده شود آیا رسانه یک تلویزیون است و یا یک روزنامه و یا ابزارهای نوین ارتباطی. میزان دخالت روزنامه‌نگار در واقعیت عینی در هرکدام متفاوت است و افق آخر، زبان رسانه است؛ به این معنی که واقعیت عینی باید با زبان معیار، بدون توصیف و جانبداری و دور از برجسته‌سازی و جانبداری مطرح شود.</p>	<p>این اصل به تعهد روزنامه‌نگار به نشر اطلاعات براساس واقعیت یا آنچه اتفاق افتاده است، تأکید دارد. براین اساس، عینی‌گرایی باید سرلوحه کار خبرنگار باشد و روزنامه‌نگار نباید مطابق به سلیقه‌ها و برداشتهای شخصی خودش واقعیت را تحریف کند. راه رسیدن به این مسأله، توجه به وجدان حرفه‌ای است. همچنین این اصل تأکید می‌کند که خبرنگار باید اطلاعات را مطابق به ماهیت رویدادها منتشر کند، نه فریب و دستکاری اطلاعات.</p>	<p>این اصل به عنصر عینیت و مبتنی بر روزنامه‌نگاری عینی‌گرا تأکید دارد.</p>	<p>تعهد روزنامه‌نگار به واقعیت عینی</p>
<p>با تأکید بر امتزاج افق‌های گادامر می‌توان دو افق مهم را در عنصر «مسئولیت اجتماعی» شناسایی کرد، یکی افق منبع قدرت و سازندگان واقعیت و رخدادهای اجتماعی و فرهنگی و دیگر افق، حاشیه‌نشینان و آن‌هایی که صدای شان شنیده نمی‌شود. حفظ توازن میان جناح قدرت و مردم و جامعه</p>	<p>در این اصل چند عنصر با معنای خاص از نظر ارتباطی نهفته است. نخستین مسأله این است که خبر و اطلاعات باید به‌عنوان یک خیر اجتماعی در نظر گرفته شود. در این اصل، مهم‌ترین عنصر «مسئولیت اجتماعی روزنامه‌نگار» در قبال انتشار اطلاعات است. یعنی</p>	<p>روزنامه‌نگار اطلاعات را نه کالا، بلکه خیر اجتماعی می‌داند و در برابر وجدان خویش مسئولیت دارد.</p>	<p>مسئولیت اجتماعی روزنامه‌نگار</p>

<p>مدنی و عدم قربانی کردن حقایق در برابر مصالح سیاسی، دو افق را با هم گره می‌زند.</p>	<p>خبرنگار در انتشار اطلاعات باید مسئول باشد، اما مسئولیت او نه در برابر کنترل‌کنندگان رسانه، بلکه در برابر مردم و منافع اجتماعی آنها است. پرسشی این است که این مسئولیت از کجا می‌آید؟ اصول‌نامه، منشا این مسئولیت را وجدان شخصی روزنامه‌نگار می‌داند.</p>		
<p>بربنیاد دیدگاه‌های گادامر در این متن یکی افق فردی روزنامه‌نگار نهفته است، یعنی هیچ افق دیگری نمی‌تواند او را تحت تاثیر فضای سیاسی قرار داده و به اجبار مشغول روایت‌سازی کند. افق دیگر، منافع عامه در برابر منافع شخصی یا گروهی است. در این‌جا تفاوت دو افق و اهمیت امتزاج آنها از سوی روزنامه‌نگار مطرح می‌شود. به این معنا که روزنامه‌نگار در جریان تهیه و انتشار اخبار نمی‌تواند افق جمعی که به آن منافع عمومی تعبیر می‌شود، نادیده گیرد و از سوی دیگر، حرکت در مرز تعادل و حفظ دو افق روزنامه‌نگار را تشویق و تقویت می‌کند تا در یکپارچگی حرفه‌ی روزنامه‌نگاری اقدام ورزد.</p>	<p>در این اصل، چند عنصر بنیادی نهفته است؛ خودداری از سرقت ادبی و احترام به مالکیت فکری، عدم پذیرش رشوه و عدم ترجیح منافع شخصی در برابر منافع عمومی از جمله مهم‌ترین مولفه‌های این ماده است. از سوی دیگر، طبق این ماده، روزنامه‌نگار حق دارد از انجام وظایف که خلاق اعتقادات او است، خودداری کند. به بیان دیگر، هیچ‌گونه مرجع با صلاحیتی نمی‌تواند روزنامه‌نگار را خلاف باورهایش در کار و یا شغل و یا در رسانه خاصی منصوب کند. بنابراین طبیعت کار خبرنگاری ایجاب می‌کند که از یک سو خلاف باورهایش تحت فشار در یک رسانه فعالیت نکنند، از سوی دیگر مرز</p>	<p>مطابق این اصل، روزنامه‌نگار باید از انجام کاری برخلاف اعتقاد، افشای منابع اطلاعاتی خودداری کند و ضمن اجتناب از سرقت ادبی مالکیت فکری را احترام می‌کند.</p>	<p>سلامت و یکپارچگی حرفه‌ای روزنامه‌های روزنامه‌نگاری</p>

	شخصی و عمومی را همواره در نظر داشته باشند.		
<p>در این عنصر، براساس هرمونیک گادامر سه عنصر بنیادی نهفته است، افق روزنامه نگار به‌عنوان کسی که اطلاعات را در اختیار مردم قرار می‌دهد، افق عمومی یا مردم و افق کارگزاران دولتی و منابع اطلاعات رسمی. روزنامه‌نگار باید اطلاعات شفاف و روشن و بدون غرض را در قالب زبان ساده و عام فهم به مردم انتقال دهد و مردم حق دارند آزادانه اطلاعات را به‌دست آورند و دولت در انتقال و صحت اطلاعات مسئولیت دارد.</p>	<p>این اصل بر حق عموم مردم به دسترسی به اطلاعات و مشارکت مردم در امور فعالیت رسانه‌ای را تأکید می‌کند. این حق بدین معنی است که مردم و مخاطبان حق دارند که در امور رسانه‌ای طوری مشارکت کنند تا اگر انتقاد و یا پرسشی از ساختار سازمان رسانه‌ای در مورد خاصی دارند، رسانه یا روزنامه‌نگار در برابر پرسش و یا ادعای مخاطب پاسخ ارایه کند، آن را تصحیح کند و یا هم جای برای نشر اعتقاد مخاطب داشته باشد.</p>	<p>در این اصل حق مردم به دسترسی به اطلاعات و مشارکت آنها در ارتباطات و حق اصلاح و پاسخگویی مطرح شده است.</p>	<p>دسترسی و مشارکت عمومی به اطلاعات</p>
<p>از یک‌سو مردم حق دارند بدانند، از طرف دیگر حمایت از کرامت انسانی و حفاظت از حریم خصوصی یک اصل است و در عین حال حریم خصوصی یک پدیده‌ای سیال است و حریم افراد در تناسب شهرت آنان متفاوت است. ایجاد تعادل میان این سه افق مهم‌ترین نقش روزنامه‌نگار در انتشار اخبار است، به این معنا انتشار اطلاعات از افراد تا حدی که کرامت انسانی او زیر پا نشود</p>	<p>این ماده منشور در حمایت از حق حریم شخصی مخاطب، مردم و یا سوژه‌های خبری نوشته شده است. روزنامه‌نگار مسئولیت وجدانی دارد تا حریم شخصی مخاطبان را رعایت کند و این رعایت در واقع احترام به کرامت انسانی است. به این معنا که حیثیت افراد ایجاب می‌کند که علیه آنها افترا، تهمت، بدگویی و هتک حرمت صورت نگیرد. این مسأله خصوصا در</p>	<p>مطابق به این اصل، حریم خصوصی و کرامت انسانی باید احترام شود و از افترا، تهمت، بدگویی و هتک حیثیت جلوگیری شود.</p>	<p>احترام به حریم خصوصی و کرامت انسانی</p>

<p>و از سوی دیگری مرز میان حقیقت و مصلحت نیز جدا شود.</p>	<p>نشر و پخش مطالب انتقادی و طنز باید جدی گرفته شود، چراکه گاهی اوقات، مرز بین طنز و توهین و یا افترا از سوی روزنامه‌نگاران از بین می‌رود.</p>		
<p>احترام به منافع عمومی» یعنی ترجیح مصالح مردم بر منافع جریان‌های خاص (قومی، سیاسی یا قدرتمند). روزنامه‌نگار زمانی به این درک می‌رسد که مرز میان قدرت و جامعه مدنی را بشناسد و با تحلیل پیامد اخبار، همواره جانب عامه مردم را بگیرد.</p>	<p>این اصل احترام روزنامه‌نگار به منافع ملی و یا عمومی جامعه را بیان می‌کند. مطابق این اصل روزنامه‌نگار باید به نهادهای دموکراتیک مانند قوه‌های سه گانه دولت، نهادهای علمی، قوانین، ارتش، پرچم و سرود ملی و... احترام بگذارد. این نهادها و نمادها جز افتخارات یک سرزمین و مردم آن هستند.</p>	<p>بربنیاد این اصل، احترام به اخلاق عمومی جامعه ملی و نهادهای دموکراتیک و قوانین در کشور باید صورت گیرد.</p>	<p>احترام به منافع عمومی</p>
<p>طبق هرمنوتیک گادامر، ارزش‌های مشترکی مانند عدالت، صلح، دموکراسی و توسعه، حلقه‌ی اتصال میان سه افق اصلی هستند: افق جهانی: معیارهای عمومی و بین‌المللی. افق ملی: مصالح و چارچوب‌های کشوری و افق فرهنگی و تمدنی: ارزش‌های ریشه‌دار ملت‌ها.</p>	<p>منظور از ارزش‌های جهان شمول، عناصری هستند که در میان مردم جهان دارای ریشه‌ها و استانداردهای مشترکی است که نسل بشر برای آن قربانی داده‌اند. احترام به صلح جهانی، دموکراسی و رهایی ملی از اصول مهم جهانی هستند.</p>	<p>طبق این اصل، روزنامه‌نگار باید برای تحقق صلح، عدالت، تنش‌زدایی، خلع سلاح و توسعه ملی در سطح جهانی تلاش کند.</p>	<p>احترام به ارزش‌های جهان شمول</p>
<p>در این اصل احترام به حقوق و کرامت ملت‌های جهان براساس چند افق مطرح شده است؛ از جمله برابری و عدم تمایز آنان از منظر نژاد، جنسیت، زبان، ملیت، اعتقاد شخصی و یا فلسفی. هدف این اصل، حفظ این توازن</p>	<p>براساس این ماده، روزنامه‌نگار متعهد از انتشار محتوای که نسل بشر را به جنگ، تجاوز و مسابقه تسلیحاتی، به‌خصوص در زمینه سلاح هسته‌ای پرهیز می‌کند. همچنین در این ماده گفته شده است که روزنامه‌نگار باید از تحریک به هر نوع</p>	<p>براین اصل، احترام به حقوق و کرامت همه ملت‌ها و افراد بدون تمایز از حیث نژاد، جنس، زبان، ملیت، دین یا باور فلسفی</p>	<p>حذف جنگ و شرور</p>

به‌منظور حفظ صلح و پرهیزی از جنگ و شر در روی زمین است.	خشونت، تبعیض و سرکوب و هر منبع که بشر را نج می‌دهد، پرهیز کند.	جهت حذف جنگ و شر در جهان باید در نظر گرفته شود.	
براساس هرمونوتیک گادامر، ترویج نظم نوین جهانی، حفظ عدالت ارتباطی و مقابله با اصطلاحات شمال و جنوب و مرکز پیرامون در تولید و داشتن اطلاعات است.	این اصل بر تقویت روابط دوستانه و صلح‌آمیز میان دولت‌ها و ملت‌ها تأکید می‌کند. براین اساس، روزنامه‌نگار مسئولیت دارد که در فرایند دموکراتیزه کردن روابط بین‌الملل خصوصاً در بخش اطلاعات فعال باشد.	دموکراتیزه کردن روابط بین‌المللی در حوزه اطلاعات به منظور ترویج نظم بین‌المللی و اطلاعاتی و اقتصادی جهان یک اصل است.	ترویج نظم نوین جهانی اطلاعات

تحلیل یافته‌های پژوهش

براساس یافته‌های پژوهش، نخستین اصل اخلاق جهانی روزنامه‌نگاری به «حق دسترسی مردم به اطلاعات درست» جهت به‌دست آوردن یک تصویر عینی و دقیق و در عین حال جامع از واقعیت، تأکید می‌کند که در آن سه افق شناخته شد. امتزاج افق‌های تاریخی یا زمانه شکل‌گیری رویداد، دیدگاه مخاطبان نسبت به آن رویداد و افق شخص روزنامه‌نگار براساس دانش و اعتقادات که دارد، در شکل‌گیری این واقعیت عینی تأثیرگذار است. امتزاج سه افق فوق، می‌تواند صحت خبر را تاحدی تضمین کند.

این درحالی است که «تعهد روزنامه‌نگار به واقعیت عینی» به‌گونه‌ای که واقعیت‌ها با دقت و وجدان حرفه‌ای، در بافت و زمینه مناسب خود گزارش شوند و از ایجاد تحریف پرهیز لزوم طرح افق تاریخی یا کانتکست رویداد همراه با افق رسانه یا کانال پیام و زبان انتقال خبر به‌عنوان افق سوم تأثیرگذار است. مسئولیت اجتماعی روزنامه‌نگار که خبر را نه یک کالا، بلکه خیر اجتماعی می‌داند، ترکیب دو افق مطرح؛ یکی منابع قدرت و سازندگان واقعیت و دیگری افق، حاشیه‌نشینان و آن‌هایی که صدای شان شنیده نمی‌شود را ضروری می‌نماید. این در حالی است که سلامت و یکپارچگی حرفه‌ی روزنامه‌نگاری ایجاب می‌کند، روزنامه‌نگار در جریان تهیه و انتشار اخبار نمی‌تواند افق جمعی را نادیده گیرد و قربانی گفتمان نظام مسلط کند، چه این نظم مسلط ایدئولوژی حاکم در یک کشور باشد و چه نظام سرمایه‌داری.

در اصل «دسترسی و مشارکت عمومی» سه عنصر بنیادی نهفته است که ما را به خوانش هرمنوتیک گرایانه نزدیک می‌کند؛ افق روزنامه نگار به‌عنوان کسی که اطلاعات را در اختیار مردم قرار می‌دهد، افق عمومی یا مردم و افق کارگزاران دولتی و منابع اطلاعات رسمی. اما «احترام به حریم خصوصی و کرامت انسانی» که در روزنامه‌نگاری عصر سوشیال مدیا کمی رنگ باخته است و مقررات کمتری وجود دارد، اهمیت امتزاج سه افق به چشم می‌آید؛ به این معنا که مردم حق دارند بدانند، حمایت از کرامت انسانی و حفاظت از حریم خصوصی یک اصل است و در عین حال حریم خصوصی یک پدیده‌ای سیال است و حریم افراد در تناسب شهرت آنان متفاوت است. ایجاد تعادل میان این سه عنصر ارزش و جایگاه روزنامه‌نگار را تعیین می‌کند.

اصل «احترام به منافع عمومی» عدم واگذاری یا تقلیل منافع عموم مردم به نفع یک جریان خاص قومی و یا زبانی و سیاسی است. هر زمانی که روزنامه‌نگار بتواند میان منفعت عموم، گروه‌های قدرت‌مند و نظام مسلط در جامعه مرز و تفاوت قایل شود و ظرافت پیامدهای انتشار اخبار در نفع و ضرر جناح‌های مختلف را درک کند و در نهایت در موضع عامه قرار گیرد، او افق قدرت، مردم و جامعه مدنی را درک کرده است.

اصل «احترام به ارزش‌های جهان‌شمول و تنوع فرهنگ‌ها» به دفاع روزنامه‌نگار از ارزش‌های جهان‌شمول انسان‌گرایی، به‌ویژه صلح، دموکراسی، حقوق بشر، پیشرفت اجتماعی و رهایی ملی می‌پردازد. براساس این اصل، افق جهانی به‌عنوان معیار عمومی در سطح دنیا و افق‌های ملی در سطح کشورها و همچنان افق‌های فرهنگی و مذهبی در سطح ملت‌ها و ارزش‌های تمدنی مطرح است.

در ادامه آن «حذف جنگ و دیگر شرور بزرگ پیش‌روی بشریت» از روزنامه‌نگار می‌خواهد که از تحریک به جنگ‌های تجاوزکارانه و مسابقه تسلیحاتی پرهیز کند و از میان برداشتن جهل و سوءتفاهم میان ملت‌ها کمک کند. در این اصل احترام به حقوق و کرامت ملت‌های جهان براساس چند افق مطرح شده است؛ از جمله برابری و عدم تمایز آنان از منظر نژاد، جنسیت، زبان، ملیت، اعتقاد شخصی و یا فلسفی. هدف این اصل، حفظ این توازن به‌منظور حفظ صلح و پرهیزی از جنگ و شر در روی زمین است. ترویج نظم نوین جهانی اطلاعات و ارتباطات، با هدف استعمارزدایی و دموکراتیزه کردن اطلاعات و ارتباطات، در سطح ملی و بین‌المللی، بر پایه همزیستی مسالمت‌آمیز میان ملت‌ها شکل گرفته است. براساس هرمنوتیک گادامر، ترویج نظم نوین جهانی، حفظ عدالت ارتباطی و مقابله با اصطلاحات شمال و جنوب و مرکز پیرامون در تولید و داشتن اطلاعات است.

نتیجه‌گیری

نتایج پژوهش بر اهمیت و جایگاه تثبیت شده‌ای کدهای جهانی اخلاق روزنامه‌نگاری مبتنی بر حفظ توازن و امتزاج افق‌ها از سه منظر عمده (جغرافیایی)، (فرهنگی) و (عامل انسانی) تأکید می‌کند. به این

معنا که به‌طور عموم، در کدهای فوق، افق جغرافیایی به ضرورت امتزاج و هم‌پیوندی دیدگاه‌های ملت‌های جهان از نظر جغرافیا در محور ارزش‌های مشترک مانند صلح جهانی، امنیت بین‌الملل و عدالت ارتباطی است. این در حالی است که افق فرهنگی به امتزاج ارزش‌های فرهنگی جهانی میان ملت‌ها توسط روزنامه‌نگار بر مبنای اصولی چون کرامت انسانی، حریم خصوصی، رهایی ملی و حقوق بشر، تکیه می‌کند و از ایجاد هر نوع تمایز میان افراد بشر در انتشار خبرها و گزارش‌ها جلوگیری می‌کند. در افق که بر عامل انسانی تکیه دارد، بر عناصری چون عینیت‌گرایی، دقت و صحت و توازن در خبرها بیش از همه پرداخته می‌شود که امتزاج افق‌های مخاطبان، روزنامه‌نگار و زمینه‌ی اجتماعی و فرهنگی رویداد از اهمیت بلندی برخوردار است. این عنصر همچنین به حمایت روزنامه‌نگار از حقیقت و گذر از منافع فردی در مقابل منافع جمعی جهت حفظ جریان اطلاعات تاکید دارد و از مشارکت عموم در دریافت خبرها حمایت می‌کند.

منابع

- اسماعیلی، محسن. (۱۳۸۵). *تعامل حقوق و اخلاق در رسانه‌ها*. فصلنامه رسانه، ۱۷ (۲).
- اشراق، سیدحسین. (۱۳۹۱). *هرمنوتیک و پایان‌ناپذیری سلسله تأویل*. کابل: مؤسسه مطالعات و تحقیقات نبراس.
- الوانی، سید محمد و رحمتی، محمدحسین. (۱۳۸۶). *فرایند تدوین منشور اخلاقی برای سازمان*. فصلنامه فرهنگ مدیریت، ۵ (۱۵).
- انوری، حسن. (۱۳۸۱). *فرهنگ بزرگ سخن*. تهران: انتشارات سخن.
- بروجردی علوی، مهدخت و شکری، مهدیه. (۱۳۹۶). *جایگاه اخلاق حرفه‌ای در عملکرد روزنامه‌نگاران مطبوعات امروز ایران*. فصلنامه رسانه، ۲۸ (۳).
- خانیک، هادی. (۱۳۸۸). *چارچوبی برای پژوهش در اخلاق رسانه*. فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، ۴ (۱ و ۲).
- خرمشاهی، بهاء‌الدین. (۱۳۷۴). *فرهنگ و دین (برگزیده مقالات دایرة المعارف دین، ویراسته میرچاه الیاده)*. تهران: انتشارات طرح نو.
- دفلور، ملوین و دنیس، اورت ای. (۱۳۸۳). *شناخت ارتباطات جمعی (ترجمه سیروس مرادی)*. تهران: انتشارات دانشکده صدا و سیما.
- دهقان، علی رضا و مولایی، محمد مهدی. (۱۳۹۵). *تقابل های اخلاقی در تعاملات کاربران ایرانی رسانه‌های اجتماعی*. فصلنامه مطالعات فرهنگ - ارتباطات، ۱۷ (۳۴).
- فرقانی، محمد مهدی. (۱۳۸۱). *روزنامه‌نگاری تفاهمی*. فصلنامه رسانه، ۱۳ (۱).
- فرقانی، محمد مهدی. (۱۳۹۳). *روزنامه‌نگاری، ارتباطات و جامعه (مجموعه مقالات)*. تهران: انتشارات اطلاعات.
- کاسوما، فرانسیس پی. (۱۳۷۵). *اخلاق حرفه‌ای یا قانون اخلاقی؟! فصلنامه رسانه، ۷ (۳)*.

- کریستیانز، کلیفورد جی. (۱۳۷۵). اخلاق رسانه‌ای (ترجمه مینو بهتاش). فصلنامه رسانه، ۷ (۳).
- کوواج، بیل و روزنستیل، تام. (۱۳۸۵). عناصر روزنامه‌نگاری (ترجمه داوود حیدری). تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- وایت، رابرت ای. (۱۳۸۵). عوامل اجتماعی و سیاسی توسعه اخلاق ارتباطات (ترجمه اسماعیل بشری). فصلنامه رسانه، ۱۷ (۲).
- Abulad, R. E. (2008). *Kritike: An online journal of philosophy*, 1(2). <https://doi.org/10.3860/krit.v1i2.556>
- Blokhin, I. N., & Ilchenko, S. N. (2015). *Hermeneutics of journalistic creative work*. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(4), 49–56. <https://doi.org/10.5901/mjss.2015.v6n4s4p49>
- Campo, J. D., & Segado, F. (2015). *Journalism ethics in a digital environment: How journalistic codes of ethics have been adapted to the Internet and ICTs in countries around the world*. *Telematics and Informatics*, 32(4). UNIR Institutional Open Repository.
- Davies, O. (2009). Hermeneutics. In K. Tanner, J. Webster, & I. Torrance (Eds.), *The Oxford handbook of systematic theology*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199245765.003.0028>
- Gilman, S. (2006). *Ethics codes and codes of conduct as tools for promoting an ethical and professional public service: Comparative successes and lessons*. Washington, DC.
- Michell, L. (2009). *Hermeneutical dimensions of a media ethic*. *Communicatio: South African Journal for Communication Theory and Research*, 35(2), 240–250. <https://doi.org/10.1080/02500160903250671>
- Shadrach, I., & Bitrus, A. (2025). *Conceptual analysis of hermeneutic media theory*. *Journal of Education, Communication, and Digital Humanities*, 2(2). <https://doi.org/10.5281/zenodo.17691840>
- University of Tampere. (n.d.). *International principles of professional ethics in journalism*. EthicNet – Journalism Ethics. Retrieved January 9, 2026, from <https://research.tuni.fi/ethicnet/country/international-principles-of-professional-ethics-in-journalism/>.