

رعایت اخلاق حرفه‌ای در تلگرام خبری (انتخابات ریاست جمهوری ایران در سال ۱۳۹۶)

ناهید خوشنویس^۱ / طهمورث شیری^۲ / محمد سلطانیفر^۳

تاریخ دریافت مقاله: شهریور ۹۷ تاریخ پذیرش نهایی: اسفند ۹۷

چکیده

اخلاق رسانه‌ای نقطه تلاقی علم اخلاق و علم رسانه یا ارتباط جمعی است. اخلاق حرفه‌ای اکنون از فضای وسایل ارتباط جمعی سنتی به تکنولوژی‌های نوینی چون شبکه‌های اجتماعی، منتقل شده است. این تحقیق با هدف بررسی مقایسه‌ای رعایت اخلاق حرفه‌ای در اخبار سال منتهی به انتخابات ریاست جمهوری ۱۳۹۶ در تلگرام خبری انجام شد. روش اجرای تحقیق تحلیل محتوای کمی بوده است. جامعه آماری این تحقیق شامل کانال‌های تلگرامی ایسنا و ایران (معتدل)، شرق و آفتاب نیوز (اصلاح‌طلب)، تسنیم و فارس (اصول‌گرا) بود. از هر کانال ۱۱۵ خبر که در محدوده زمانی سال منتهی به انتخابات ریاست جمهوری ۱۳۹۶ انتخاب شد و از جهت شاخص‌های ۱۲ گانه اخلاق حرفه‌ای مورد بررسی قرار گرفت. داده‌های بدست آمده با استفاده از جداول دو بعدی و آزمون‌های دو مورد تحلیل قرار گرفت. یافته‌های تحقیق نشان داد که شاخص‌های رعایت مقابله با تشدید اختلافات، رعایت ترور شخصیت و استفاده از الفاظ و کلمات مغایر شئون اجتماعی، رعایت احترام، رعایت استقلال، انصاف و بی طرفی، رعایت پاسخ‌گویی به سؤالات افکار عمومی، رعایت دقت، رعایت قانون‌گرایی، رعایت پایبندی به منافع ملی، رعایت احترام به ارزش‌های جهانی و تنوع فرهنگ‌ها، رعایت نقدپذیری و استفاده توهین‌آمیز از عکس و فیلم و متن در بین کانال‌های تلگرامی مورد مقایسه (اصول‌گرا، اصلاح‌طلب و معتدل) از نظر محتوای دارای تفاوت معناداری نیست و شاخص رعایت انسجام و همبستگی ملی در بین کانال‌های تلگرامی مورد مقایسه (اصول‌گرا، اصلاح‌طلب و معتدل) از نظر محتوای دارای تفاوت معناداری است.

واژگان کلیدی: اخلاق حرفه‌ای، انتخابات، ریاست جمهوری، شبکه‌های اجتماعی، تلگرام.

۱- دکتری علوم ارتباطات، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۲- دانشیار، گروه جامعه‌شناسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران، (نویسنده مسئول)، پست الکترونیک: tahmures.shiri@gmail.com

۳- دانشیار، گروه علوم ارتباطات، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

مقدمه

ایران، میزان عضویت شهروندان در شبکه‌های اجتماعی به این نحو بوده است که ۵۲ درصد مردم عضو شبکه‌های اجتماعی هستند و این نشان می‌دهد بیش از نیمی از مردم کشور از این شبکه‌ها استفاده می‌کنند و قدرت شبکه‌های اجتماعی روز به روز در زندگی روزمره افزایش دارد.

رویدادهای سیاسی سال‌های اخیر از انتخاب باراک اوباما به ریاست جمهوری آمریکا گرفته است تا ناآرامی‌های پس از انتخابات جمهوری اسلامی ایران، همگی متأثر از فعالیت‌های کاربران شبکه‌های اجتماعی بودند. با توجه به اینکه شبکه‌های اجتماعی فضایی را برای ارتباطات درون‌گروهی و برون‌گروهی و همچنین تعامل میان موافقان و مخالفان فراهم می‌آورند، ابزار مناسبی برای گفت‌وگوهای سیاسی شناخته می‌شوند؛ به طوری که به نظر عده‌ای این کارکردها و قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی، می‌تواند یک حوزه‌ی عمومی جدید را خلق کند. میناوندچال این چنین می‌گوید: (اینترنت، قابلیت و امکان ایفای سه کارکرد حوزه‌ی عمومی یعنی تأمین دسترسی همگانی، شکل دادن به افکار عمومی و انجام کنش‌های جمعی سیاسی را دارد) وی، با اشاره به قابلیت اینترنت، یادآور می‌شود که توانایی‌های فنی و ارتباطی اینترنت این امکان را می‌دهد که به عنوان ابزار گفت‌وگو، کارکردهای مفروض حوزه‌ی عمومی را تحقق بخشد؛ هرچند که در این بین، آماده بودن شرایط سیاسی، اجتماعی و فرهنگی شرط لازم تحقق چنین امری است. قاعدتاً سیاستمداران همه‌ی رسانه‌ها را برای نظارت و کنترل به کار می‌گیرند تا بتوانند ایده‌هایشان را گسترش دهند. به نظر می‌رسد در عرصه‌ی سیاسی و اجتماعی تعامل با مخاطبان، طرفداران و رأی‌دهندگان بسیار اهمیت یافته است؛ به گونه‌ای که تعامل با مشارکت‌کنندگان نه فقط لازم بلکه واجب و ضروری است (جهرمی بصیریان، ۱۳۹۲). حال در این تحقیق تلاش شده است تا در یابیم، با توجه به این که ما در عصر تکنولوژی‌های نوینی چون شبکه‌های اجتماعی، وب سایت‌ها و... هستیم و خواسته و ناخواسته همه‌ی جامعه درگیر آن شده است و به عنوان مخاطبان فعال به شما می‌آیند؛ تلگرام خبری ایرانی چگونه و به چه میزان اخلاق حرفه‌ای را در مورد مسایل سیاسی و مشارکت‌های اجتماعی چون، انتخابات، تبلیغات و موضوعات پیرامون انتخابات ریاست جمهوری رعایت می‌کنند؟ جناح‌های اصلی سیاسی در ایران، جناح‌های معتدل، اصول‌گرا و اصلاح‌طلب می‌باشد. آیا این جناح‌ها در ایام انتخابات، اصول اخلاقی را در شبکه‌های اجتماعی خود، یکسان رعایت می‌کنند یا خیر؟

اخلاق رسانه‌ای امری درونی و مرتبط با ارزش‌ها و هنجارهاست. بدین مفهوم درونی است که مجموعه قواعد و اصول اخلاق باید توسط ارتباط‌گر و سازمان ارتباطی رعایت شود و از این نظر با حقوق و قانون رسانه‌ها متفاوت است. چه بسا بسیاری از شگردهای رسانه‌ای که به ظاهر با هیچ اصل و بند و تبصره‌ای از حقوق و قانون منافاتی نداشته باشد، اما با اصول اخلاق منافات دارد. از سوی دیگر اخلاق رسانه‌ای با ارزش‌ها و هنجارها سروکار دارد. لذا اخلاق رسانه‌ای اگر چه تابع اصول و قواعد کلی و جهان شمول است اما به سبب ریشه گرفتن آن از مجموعه ارزش‌های بطن جامعه می‌تواند از جامعه و فرهنگی به جامعه و فرهنگ دیگر متفاوت و متغیر باشد. از این رو تدوین اصول کلی اخلاق رسانه‌ای به سادگی تدوین قواعد کلی حقوق رسانه‌ها نیست و در هر فرهنگ و جامعه‌ای، تعاریف و محدوده‌های خاص خود را دارد. در دایره المعارف بین‌المللی ارتباطات، اخلاق رسانه‌ای زیر مجموعه‌ای از اخلاق عملی و یا حرفه‌ای دانسته شده که از ترکیب توصیف و تئوری تشکیل شده است. در این دایره المعارف آمده است: اخلاق رسانه‌ای شاخه‌ای جدید ولی مهم از اخلاق حرفه‌ای است. در نتیجه بسیاری از مقررات اخلاقی که در این مورد وضع شده‌اند در بهترین شکل خود، تنها رهنمودهای هنجاری هستند که بر هیچ فلسفه اخلاقی مشترکی مبتنی نیستند و روزنامه نگاران و ارتباط‌گران، بسته به موقعیت، به نحوی خاص با آن‌ها روبرو می‌شوند. تصویب قوانین گسترده، برای اعمال چنین هنجارهایی که دوام و مقبولیت آن‌ها مورد تردید است، بسیار غیر عملی است (کاسوما، ۱۳۷۵: ۱۴۳-۱۲۳).

به دلیل تنوع ارزش‌ها و هنجارهای موجود در فرهنگ‌ها و جوامع مختلف، تدوین نظام نامه‌های اصول اخلاق حرفه‌ای رسانه‌ای که شکل جامع و شامل و عام داشته باشد، بسیار مشکل است و در صورت تحقق، چندان مشکل گشا نخواهند بود. در گزارش کمیسیون مک براید درباره حقوق حرفه‌ای و اصول اخلاقی رسانه‌ای با بیان تاریخچه‌ای از تدوین هنجارهای اخلاق حرفه‌ای که نخستین بار در دهه ۱۹۲۰ آغاز شد آمده است.

شبکه اجتماعی، سایت یا مجموعه سایتی است که به کاربرانی که دوست دارند علاقه‌مندی‌ها، افکار، فعالیت‌های خودشان را با دیگران به اشتراک بگذارند و دیگران هم با آنان به اشتراک بگذارند، این امکان را می‌دهد. استفاده از خدمات شبکه‌های اجتماعی، روز به روز محبوبیت بیش‌تری پیدا می‌کند. ضریب نفوذ شبکه‌های اجتماعی روز به روز در ایران بیشتر می‌شود. بر اساس آخرین نظرسنجی انجام شده توسط مرکز افکار سنجی دانشجویان

روش‌شناسی

در این بخش ابتدا روش تحقیق و سپس جامعه آماری و جمعیت نمونه مورد مطالعه و روش نمونه‌گیری مشخص شده است. پس از آن روش گردآوری داده‌ها و ابزار پژوهش و روایی (اعتبار) و قابلیت اعتماد (پایایی) آن تعیین شده و در پایان روش تحلیل داده‌ها مشخص شده است. روش اصلی مورد استفاده در این تحقیق، روش تحلیل محتوا است که داده‌های آن با استفاده از مؤلفه‌های تعیین شده، گردآوری و با توجه به نحوه گردآوری داده‌ها، روش تحقیق، روش ترکیبی است.

با روش تحلیل محتوا مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای در کانال‌های انتخاب شده مورد بررسی قرار گرفته‌اند. تحلیل محتوا به هر روش استنباطی اطلاق می‌شود که به صورت منظم و عینی به منظور تعیین ویژگی‌های پیام‌ها به کار برده می‌شود.

تحلیل محتوای ترکیبی، پژوهش‌هایی هستند که با استفاده از ترکیب دو مجموعه روش‌های تحقیق کمی و کیفی به انجام می‌رسند (دلاور، ۱۳۹۲، ۲۷۵-۲۸۰).

جمعیت آماری و حجم نمونه: در هر تحقیق، جامعه آماری مورد بررسی ترکیبی از مواردی است که با خصوصیات شخصی تطبیق می‌کند.

از آنجا که محقق از دو روش تحلیل محتوی کمی و مصاحبه‌ی عمیق (کیفی) استفاده کرده لذا جامعه‌ی آماری دو لایه است.

لایه اول: جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه خبرگزاری‌های ایران که دارای تلگرام خبری هستند.

که تعداد کل خبرگزاری‌های ایرانی شامل ۲۸ تلگرام خبری می‌باشد و قاعداً جناح‌های اصلاح‌طلب، اصول‌گرا و معتدل در بر می‌گیرد. که از بین ۲۸ تلگرام خبری، شش کانال تلگرام خبری انتخاب شده است.

* ایسنا و ایران: معتدل

* شرق و آفتاب نیوز: اصلاح‌طلب

* تسنیم و فارس: اصول‌گرا

لایه دوم: متخصصان و اساتید علوم ارتباطات هستند. که از بین آن‌ها ده نفر جهت مصاحبه‌ی عمیق انتخاب شدند.

روش نمونه‌گیری: در لایه اول که شامل کلیه تلگرام‌های خبرگزاری‌های می‌شود، روش نمونه‌گیری هدفمند بوده است و توسط خود محقق این ۶ کانال تلگرام خبری انتخاب شده است.

و این ۶ کانال تلگرام خبری در ۲۰ روز منتهی به انتخابات ریاست جمهوری (۸ تا ۲۷ اردیبهشت ۱۳۹۶) بررسی شده است.

در لایه دوم از روش گلوله برفی استفاده شده است. متخصصان و اساتید علوم ارتباطات هر کدام، شخص بعدی را معرفی می‌کنند.

روش پژوهش

در این تحقیق از سه روش اسنادی، تحلیل محتوی کمی و مصاحبه عمیق استفاده شده است. شاخص‌های اخلاق حرفه‌ای را از طریق روش اسنادی بدست آورده‌ایم. که در این مقاله روش تحقیق کیفی مطرح نشده است. انشاله در مقاله‌ی بعدی ارایه خواهد شد. (جدول ۱).

پایایی (اعتماد) تحقیق

در این پژوهش، قابلیت اعتماد ابزار اندازه‌گیری تحقیق، چنین تعریف شده است: زمانی که یک آزمون تحت شرایط مشابه به کار گرفته می‌شود، نتایج آن تا چه حد می‌تواند یکسان باشد. کیفیت داده‌ها تا حد قابل ملاحظه‌ای نشان دهنده قابل اعتماد بودن روش اندازه‌گیری مورد استفاده است. مسئله قابل اعتماد بودن روش اندازه‌گیری، چه در تحلیل محتوا و چه در روش تحقیق، مسئله‌ای اساسی است و اگر شخص نتواند به نحوه اندازه‌گیری اطمینان داشته باشد، نمی‌تواند به تحلیل‌هایی که از آن داده‌ها حاصل می‌شود، اطمینان کند.

عوامل مهمی که در پایایی یک تحلیل محتوا دخالت دارند عبارت‌اند از: تعریف مفاهیم و عملیاتی کردن آن‌ها، آموزش کدگذاران در به کارگیری صحیح آن مفاهیم و سنجه‌های ریاضی برای محاسبه قابلیت اعتماد که امکان ارزیابی پروتکل تحلیل محتوا و قابل اعتماد بودن کدگذاران را فراهم می‌کند. قابلیت تکرار یکی از ویژگی‌های علم است (بروجردی علوی، ۱۳۹۱).

در این تحقیق جهت تعیین اعتماد ابزار تحقیق، این ابزار در اختیار کدگذاران مختلفی قرار گرفت و میزان تشابه کدگذاری‌ها مورد بررسی قرار گرفت که تشابه کدگذاری‌ها برابر با ۰,۰۶۲ بود. (جدول ۲ و ۳)

روایی (اعتبار) تحقیق

کیفیت چیزی است که اغلب در ذهن افراد وجود دارد. این سؤال به خوبی مسئله اعتبار در تحلیل محتوا را روشن می‌کند. آیا واقعا سنجه‌های مورد استفاده می‌توانند مفاهیم مورد نظر را اندازه‌گیری کنند (همان).

در این تحقیق روایی صوری یا روایی محتوایی ابزار اندازه‌گیری با استفاده از نظرات کارشناسی که در زمینه تحلیل محتوای دیجیتالی و مجازی متخصص هستند، پذیرفته شده است. جهت بررسی روایی تحقیق از روایی صوری و محتوا استفاده گردید. به این شکل که پرسش‌نامه معکوس تحقیق در اختیار ۵ نفر از اساتید حوزه ارتباطات قرار گرفت و روایی صوری و محتوایی آن توسط اساتید مذکور تأیید شد و آن‌ها این پرسش‌نامه را جهت بررسی موضوع تحقیق مناسب دانسته‌اند.

آفتاب نیوز بیشترین فراوانی متعلق به گزینه اغتشاش‌های کلامی و کمترین فراوانی متعلق به گزینه کنایه‌ها بهم، در کانال شرق بیشترین فراوانی متعلق به گزینه کنایه‌ها ساین به کانیدها و کمترین فراوانی متعلق به گزینه تهمت و دروغ بستن به افراد، در کانال ایسنا بیشترین فراوانی متعلق به گزینه فیلم اعتراض به کانیدا و کمترین فراوانی متعلق به گزینه تهمت و دروغ بستن به افراد، در کانال روزنامه ایران بیشترین فراوانی متعلق به گزینه اغتشاش‌های کلامی و کمترین فراوانی متعلق به گزینه هرزه نگاری سیاسی بوده است. (نمودار ۳)

در تمامی کانال‌های مورد بررسی، بیشترین فراوانی متعلق به گزینه عدم احترام به منافع ملی، و کمترین فراوانی متعلق به گزینه عدم احترام به زنان بوده است.

در گزینه عدم احترام به منافع ملی بیشترین فراوانی متعلق به، آفتاب نیوز و کمترین فراوانی متعلق به شرق و در گزینه عدم احترام و سرکوب کانیدهای رقیب بیشترین فراوانی متعلق به روزنامه ایران و کمترین فراوانی متعلق به ایسنا و در گزینه عدم احترام به حریم خصوصی و شیون انسانی بیشترین فراوانی متعلق به تسنیم و کمترین فراوانی متعلق به آفتاب نیوز و در گزینه عدم احترام به حقوق شهروندی بیشترین فراوانی متعلق به فارس و کمترین فراوانی متعلق به شرق و در گزینه عدم احترام به زنان بیشترین فراوانی متعلق به شرق و روزنامه ایران و کمترین فراوانی متعلق به تسنیم می‌باشد. (نمودار ۴)

در تمامی کانال‌های مورد بررسی، بیشترین فراوانی متعلق به گزینه حمایت از هم‌حزبی و کمترین فراوانی متعلق به گزینه عدم رعایت عدالت بوده است.

در گزینه عدم نقد دو طرفه از جناح خودی و غیر خودی بیشترین فراوانی متعلق به شرق و کمترین فراوانی متعلق به شرق و در گزینه عدم رعایت عدالت بیشترین فراوانی متعلق به شرق و کمترین فراوانی متعلق به روزنامه ایران و فارس و در گزینه رعایت صداقت و راستگویی بیشترین فراوانی متعلق به ایسنا و در گزینه دفاع کانیدا از خود در مقابل سخنان زشت دیگران بیشترین فراوانی متعلق به تسنیم و کمترین فراوانی متعلق به آفتاب و در گزینه حمایت از هم‌حزبی بیشترین فراوانی متعلق به روزنامه ایران و کمترین فراوانی متعلق به شرق و ایسنا و در گزینه برابری هر دو جناح بیشترین فراوانی متعلق به ایسنا و کمترین فراوانی متعلق به تسنیم و در گزینه شوخی رقابتی بیشترین فراوانی متعلق به شرق و کمترین فراوانی متعلق به ایسنا و در گزینه با کنایه صحبت کردن در عمل نکردن دولت به وعده‌های قبلی بیشترین فراوانی متعلق به فارس و کمترین فراوانی متعلق به ایسنا می‌باشد. (نمودار ۵)

روش گردآوری داده‌ها: ابزار گردآوری داده‌های این تحقیق روش تحلیل محتوا است که به همین منظور کدنامه‌ای در محیط اس پی اس طراحی و اطلاعات مورد نظر بصورت فراوانی و درصد در قالب آن دسته‌بندی، تحلیل و استخراج شدند.

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها: در تحلیل محتوای ترکیبی، تحلیل متون به روش کیفی با استفاده از مؤلفه‌ها و شاخص‌های بدست آمده انجام گرفت و سپس فرایند تحلیل کمی داده‌ها که شامل روش‌های آماری به صورت جداول دو بعدی است ارائه شده است. روش‌های آماری ابزارهایی هستند که داده‌ها را طوری خلاصه می‌کنند که بتوان به درستی به الگوهای موجود در درون محتوا رسید. این بخش به محققان کمک می‌کند تا به شکلی کارآمد و منطقی درباره تحلیل داده‌هایی که به طور کمی جمع‌آوری شده‌اند، فکر کنند.

به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها در این مطالعه از بسته آماری نرم‌افزار SPSS استفاده شده است. در این نرم‌افزار، داده‌ها به صورت کدهای تعریف شده وارد برنامه شده و سپس محاسبات آماری لازم انجام شده است. در نرم‌افزار SPSS داده‌ها در صفحه daa view وارد و سرانجام با تجزیه و تحلیل داده‌های خام، جداول و نمودارهای تحقیق تهیه شده‌اند. در این بررسی بخش عمده یافته‌ها به صورت جداول و نمودارهای دوبعدی ارائه شده است.

یافته‌ها

در زمینه رعایت مقابله با تشدید اختلافات تمامی کانال‌های مورد بررسی، بیشترین فراوانی متعلق به گزینه تحریک افکار عمومی در ایجاد اختلافات، و کمترین فراوانی متعلق به گزینه عدم حمایت از فعالیت‌های صلح طلبانه بوده است. (نمودار ۱)

در زمینه رعایت عدم ترور شخصیت کانال تسنیم، بیشترین فراوانی متعلق به گزینه کنایه‌ها ساین به کانیدها، در کانال فارس، بیشترین فراوانی متعلق به گزینه اغتشاش‌های کلامی، در کانال آفتاب نیوز بیشترین فراوانی متعلق به گزینه اغتشاش‌های کلامی، در کانال شرق بیشترین فراوانی متعلق به گزینه کنایه‌ها ساین به کانیدها، در کانال ایسنا بیشترین فراوانی متعلق به گزینه فیلم اعتراض به کانیدا، در کانال روزنامه ایران بیشترین فراوانی متعلق به گزینه اغتشاش‌های کلامی بوده است. (نمودار ۲)

در کانال تسنیم، بیشترین فراوانی متعلق به گزینه کنایه‌ها ساین به کانیدها و کمترین فراوانی متعلق به گزینه هرزه نگاری سیاسی، در کانال فارس، بیشترین فراوانی متعلق به گزینه اغتشاش‌های کلامی و کمترین فراوانی متعلق به گزینه‌های ترور رسانه‌ای و عدم تخریب رقیب و کنایه‌ها ساین به کانیدا، در کانال

در تمامی کانال‌های مورد بررسی، بیشترین فراوانی متعلق به گزینه احترام به اقوام مختلف و کمترین فراوانی متعلق به گزینه احترام به تنوع فرهنگی مربوط به کاندیداهای مختلف بوده است. و در گزینه احترام به اقوام مختلف بیشترین فراوانی متعلق به فارس و کمترین فراوانی متعلق به شرق و در گزینه احترام به تنوع فرهنگی بیشترین فراوانی متعلق به آفتاب نیوز و کمترین فراوانی متعلق به ایسنا و شرق و در گزینه احترام به کل اقشار جامعه بیشترین فراوانی متعلق به تسنیم و کمترین فراوانی متعلق به شرق و روزنامه ایران و در گزینه دعوت کاندید به حضور مردم در انتخابات بیشترین فراوانی متعلق به آفتاب نیوز و کمترین فراوانی متعلق به تسنیم و در گزینه حمایت افراد مشهور از کاندیدا بیشترین فراوانی متعلق به آفتاب نیوز و کمترین فراوانی متعلق به فارس بوده است. (نمودار ۱۰)

در تمامی کانال‌های مورد بررسی، بیشترین فراوانی متعلق به گزینه رعایت آزادی بیان و کمترین فراوانی متعلق به گزینه رعایت دموکراسی بوده است. در گزینه رعایت آزادی بیان بیشترین فراوانی متعلق به فارس و آفتاب نیوز و کمترین فراوانی متعلق به تسنیم و ایسنا و در گزینه رعایت دموکراسی بیشترین فراوانی متعلق به شرق و کمترین فراوانی متعلق به فارس و در گزینه احترام به صلح و دوستی بیشترین فراوانی متعلق به تسنیم و کمترین فراوانی متعلق به ایسنا و در گزینه عدم احترام به کشورهای همسایه بیشترین فراوانی متعلق به روزنامه ایران و آفتاب نیوز و کمترین فراوانی متعلق به شرق بوده است. (نمودار ۱۱)

در تمامی کانال‌های مورد بررسی، بیشترین فراوانی متعلق به گزینه مطالعه و بررسی انتقادات صورت گرفته و کمترین فراوانی متعلق به گزینه پذیرش انتقادات صحیح صورت گرفته بوده است. در گزینه مطالعات و بررسی انتقادات صورت گرفته بیشترین فراوانی متعلق به ایسنا و شرق و کمترین فراوانی متعلق به آفتاب نیوز و در گزینه پذیرش انتقادات صحیح صورت گرفته تقریباً تمام کانال‌های تلگرامی یکسان عمل کردند. (نمودار ۱۲)

در تمامی کانال‌های مورد بررسی، بیشترین فراوانی متعلق به گزینه متن و کمترین فراوانی متعلق به گزینه عکس بوده است. در گزینه متن بیشترین فراوانی متعلق به شرق و کمترین فراوانی متعلق به فارس و آفتاب نیوز و در گزینه عکس بیشترین فراوانی متعلق به تسنیم و کمترین فراوانی متعلق به فارس و در گزینه فیلم بازسازی شده بیشترین فراوانی متعلق به فارس و کمترین فراوانی متعلق به تسنیم بوده است. جهت بررسی تفاوت بین کانال‌ها با جهت گیری‌های مختلف سیاسی، از آزمون خی دو استفاده شد که نتایج آن در جدول ۳ ارائه شده است. (جدول ۳)

جدول ۳ نشان داد که شاخص‌های رعایت مقابله با تشدید اختلافات، رعایت ترور شخصیت و استفاده از الفاظ و کلمات مغایر شئون

در تمامی کانال‌های مورد بررسی، بیشترین فراوانی متعلق به گزینه باور داشتن به حق دستیابی آزاد مردم به اطلاعات افشاگری و کمترین فراوانی متعلق به گزینه تکذیب شایعه بوده است.

در گزینه باور داشتن به حق دستیابی آزاد مردم به اطلاعات (افشاگری) بیشترین فراوانی متعلق به روزنامه ایران و کمترین فراوانی متعلق به شرق و در گزینه تکذیب شایعه بیشترین فراوانی متعلق به آفتاب نیوز و کمترین فراوانی متعلق به ایسنا و تسنیم بوده است. (نمودار ۶)

در تمامی کانال‌های مورد بررسی، بیشترین فراوانی متعلق به گزینه استفاده از آمار و ارقام مستند و کمترین فراوانی متعلق به گزینه عدم سرقت ادبی بوده است. در گزینه استفاده از آمار و ارقام مستند بیشترین فراوانی متعلق به فارس و کمترین فراوانی متعلق به شرق و در گزینه عدم استفاده از متن‌های مبهم و چند پهلو بیشترین فراوانی متعلق به روزنامه ایران و کمترین فراوانی متعلق به شرق و در گزینه عدم سرقت ادبی تقریباً تمام کانال‌های تلگرامی یکسان عمل کرده‌اند. (نمودار ۷)

در تمامی کانال‌های مورد بررسی، بیشترین فراوانی متعلق به گزینه پیش‌بینی نتایج و کمترین فراوانی متعلق به گزینه عدم رعایت تساوی در حجم محتوی مربوط به کاندیداهای مختلف بوده است. در گزینه رعایت بخشنامه‌های صادره در مورد عملکرد مطبوعات، کانال‌های خبری بیشترین فراوانی متعلق به فارس و کمترین فراوانی متعلق به تسنیم و در گزینه رعایت قوانین انتخابات بیشترین فراوانی متعلق به آفتاب نیوز و کمترین فراوانی متعلق به شرق و در گزینه پرهیز از جعل اسناد بیشترین فراوانی متعلق به ایسنا و کمترین فراوانی متعلق به آفتاب نیوز و در گزینه عدم رعایت تساوی در حجم محتوی مربوط به کاندیداهای مختلف بیشترین فراوانی متعلق به آفتاب نیوز و کمترین فراوانی متعلق به تسنیم و در گزینه پیش‌بینی نتیجه بیشترین فراوانی متعلق به تسنیم و کمترین فراوانی متعلق به فارس بوده است. (نمودار ۸)

در تمامی کانال‌های مورد بررسی، بیشترین فراوانی متعلق به گزینه طرح دشمنی سایر کشورها با ایران و کمترین فراوانی متعلق به گزینه عدم بزرگ‌نمایی تحلیل‌های مخالفین نظام درباره انتخابات مربوط به کاندیداهای مختلف بوده است. در گزینه عدم استفاده از تحلیل‌های معاندین درباره انتخابات بیشترین فراوانی متعلق به ایسنا و کمترین فراوانی متعلق به شرق و در گزینه عدم بزرگ‌نمایی تحلیل‌های مخالفین نظام درباره انتخابات بیشترین فراوانی متعلق به روزنامه ایران و کمترین فراوانی متعلق به ایسنا و در گزینه طرح دشمنی با سایر کشورها با ایران بیشترین فراوانی متعلق به آفتاب نیوز و کمترین فراوانی متعلق به ایسنا بوده است. (نمودار ۹)

را رعایت کرده‌اند. تنها در یک مؤلفه انسجام و همبستگی ملی تفاوت معناداری بین کانال‌های مورد بررسی بدست آمد. با توجه به اهمیت انسجام و همبستگی ملی، نکته مهم در این است که این مؤلفه در بین کانال‌های مذکور بطور یکسان توسط جناح‌های سیاسی رعایت نشده است. در زمینه رعایت اخلاق حرفه‌ای در فضای مجازی و بخصوص در مبحث انتخابات تحقیقات کمی انجام شده است. نتایج این تحقیق، ضرورت انجام تحقیقات بیشتر در این زمینه را، با توجه به اهمیت شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی بیان می‌کند و لازم است تا محققان در این زمینه تحقیقاتی را با موضوع میزان، چگونگی و استانداردهای اخلاق حرفه‌ای در شبکه‌های اجتماعی و مباحث سیاسی انجام دهند.

ارایه راهکار و پیشنهادات

- با توجه به عدم تفاوت بین کانال‌های خبری منسوب به جناح‌های سیاسی مختلف در زمینه اخلاق حرفه‌ای، پیشنهاد می‌شود نهادهای متولی حوزه رسانه، زمینه‌ای را فراهم سازند تا اخلاق حرفه‌ای در بین رسانه‌های مجازی در اولویت قرار گیرد و آن‌ها در رعایت این موارد از یکدیگر پیشی بگیرند. در این زمینه می‌توان جشنواره انتخاب با اخلاق‌ترین کانال خبری، برگزاری کارگاه‌های آموزشی برای ادمین‌های کانال‌های مذکور، جلسات نقد و بررسی عملکرد کانال‌ها در حوزه اخلاق حرفه‌ای و ... را نام برد.

- برای بالابردن سطح رعایت اخلاق حرفه‌ای در بین رسانه‌ها، پیشنهاد می‌شود سطح سواد رسانه‌ای شهروندان افزایش یابد تا اخلاق حرفه‌ای برای مخاطبان جایگاه والاتری پیدا کند و به همین نسبت نیز مخاطبان به سمت کانال‌های با محتوای حرفه‌ای‌تر که اخلاق حرفه‌ای را نیز رعایت می‌کنند جذب شود.

- بررسی وضعیت رعایت اخلاق حرفه‌ای در رسانه‌های مجازی در زمان انتخابات در سایر کشورها نیز می‌تواند نتایج خوبی را برای بهبود وضعیت اخلاق حرفه‌ای در این بدست دهد که با بومی‌سازی بتوان این عامل مهم را در بین رسانه‌های اجتماعی بهبود بخشید. بیشتر پاسخ‌گویان در مصاحبه عمیق معتقد بودند که رسانه‌های اجتماعی اصلاح‌طلب و میانه رو وضعیت بهتری را در رعایت اخلاق حرفه‌ای دارا بودند. با توجه به این نتیجه پیشنهاد می‌شود این موضوع بصورت دقیق مورد بررسی قرار گیرد و در صورت تأیید فرهنگ‌سازی در بین کانال‌های اصول‌گرا جهت رعایت بیشتر اخلاق حرفه‌ای در دستور کار قرار گیرد. (شکل ۱)

اجتماعی، رعایت احترام، رعایت استقلال، انصاف و بی طرفی، رعایت پاسخگویی به سؤالات افکار عمومی، رعایت دقت، رعایت قانون‌گرایی، رعایت پابندی به منافع ملی، رعایت احترام به ارزش‌های جهانی و تنوع فرهنگ‌ها، رعایت نقدپذیری و استفاده توهین‌آمیز از عکس و فیلم و متن در بین کانال‌های تلگرامی مورد مقایسه (اصول‌گرا، اصلاح‌طلب و معتدل) از نظر محتوای دارای تفاوت معناداری نیست و شاخص رعایت انسجام و همبستگی ملی در بین کانال‌های تلگرامی مورد مقایسه (اصول‌گرا، اصلاح‌طلب و معتدل) از نظر محتوای دارای تفاوت معناداری است.

بحث و نتیجه‌گیری

در دوره‌های مختلف تاریخ بشر، رعایت اخلاق و رفتار در جامعه از جمله مهم‌ترین بحران زندگی اجتماعی انسان به شمار آمده است. با رشد زندگی اجتماعی، مسئله اخلاق هم شکل گسترده‌تر و پیچیده‌تری به خود گرفته است و تعریف اخلاقی روابط انسان‌ها در جامعه مشکل‌تر شده است و تشخیص مصادیق اخلاقی از غیر اخلاقی دشوارتر گردیده است. اخلاق حرفه‌ای چیزی جز رعایت حقوق مردم در کسب و کار نیست و مهم‌ترین حق مردم احترام اصیل و نامشروط آن‌هاست.

به تعبیر فوکویاما: اگر افراد تنها بر گرایش نفع‌فردی (معقول) عمل کنند آن‌گاه چیزهای سرنوشت‌ساز دیگری چون تهور و سرزندگی، از خودگذشتگی، نیکوکاری یا هرگونه فضایل دیگر را که به جامعه قابلیت زیست و بقاء و تکامل تاریخی می‌دهد در میان نخواهد بود. در واقع می‌توان گفت که اخلاق حرفه‌ای، مجموعه‌ای از اصول و استانداردهای سلوک بشری است که رفتار افراد و گروه‌ها را تعیین می‌کند. در حقیقت، اخلاق حرفه‌ای، یک فرایند تفکر عقلانی است که هدف آن محقق کردن این امر است که در سازمان چه ارزش‌هایی را چه موقع باید حفظ و اشاعه نمود یا به نوعی می‌توان گفت که اخلاق حرفه‌ای نوعی تعهد اخلاقی و وجدان کاری نسبت به هر نوع کار، وظیفه و مسئولیت است. اخلاقی بودن در حرفه حاصل دانستن، خواستن، توانستن و نگرش است.

نتایج تحقیق نشان داد که در ۱۱ مورد از مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای بر اساس جهت‌گیری سیاسی تفاوت معناداری بین کانال‌های مورد بررسی وجود نداشت. دلیل این امر را می‌توان در حرفه‌ای بودن کانال‌های خبری مورد بررسی دانست. این کانال‌ها به دلیل اینکه دارای پرسنل حرفه‌ای هستند، در انعکاس اخبار و اطلاعات مرتبط با انتخابات ریاست جمهوری، اصول اخلاقی لازم

جدول ۱- شاخص‌های اخلاق حرفه‌ای مورد بررسی در کانال‌های تلگرامی

۱) تحریک افکار عمومی در ایجاد اختلافات (۲) ایجاد تفرقه سیاسی، ایدئولوژیک، مذهبی و سیاسی (۳) عدم حمایت از فعالیت‌های صلح طلبانه	۱) رعایت مقابله با تشدید اختلافات
۱) هرزه نگاری سیاسی با رویکرد توهین به جامعه (۲) ترور رسانه‌ای و عدم تخریب رقیب (۳) اغتشاش‌های کلامی (۴) تهمت و دروغ بستن به افراد (۵) کنایه کاندیدا به هم (۶) کنایه سایرین به کاندیداها (۷) فیلم اعتراض به کاندیدا	۲) رعایت عدم ترور شخصیت و استفاده از الفاظ و کلمات مغایر شئون اجتماعی
۱) عدم احترام به منافع ملی (۲) عدم احترام و عدم سرکوب کاندیداهای رقیب (۳) عدم احترام به حریم خصوصی و شئون انسانی (۴) عدم احترام به حقوق شهروندی (۵) عدم احترام به زنان	۳) رعایت احترام
۱) عدم نقد دو طرفه از جناح خودی و غیر خودی (۲) عدم رعایت عدالت (۳) رعایت صداقت و راستگویی (۴) دفاع کاندید از خود در مقابل سخنان زشت دیگران (۵) حمایت از هم حزبی (۶) برابری هر دو جناح (۷) شوخی رقابتی (۸) با کنایه صحبت کردن در عمل نکردن دولت به وعده‌های قبلی	۴) استقلال - انصاف - بی طرفی
۱) باور داشتن به حق دستیابی آزاد مردم به اطلاعات افشاگری (۲) تکذیب شایعه	۵) رعایت پاسخ‌گویی به سؤالات افکار عمومی
۱) استفاده از آمار و ارقام مستند (۲) عدم استفاده از متن‌های مبهم و چند پهلو (۳) عدم سرقت ادبی	۶) رعایت دقت
۱) رعایت بخشنامه‌های صادره در مورد عملکرد مطبوعات، کانال‌های خبری (۲) رعایت قوانین انتخابات (۳) پرهیز از جعل اسناد (۴) عدم رعایت تساوی در حجم محتوی مربوط به کاندیداهای مختلف (۵) پیش‌بینی نتایج	۷) قانون گرایی
۱) عدم استفاده از تحلیل‌های معاندین درباره انتخابات (۲) عدم بزرگ نمایی تحلیل‌های مخالفین نظام درباره انتخابات (۳) طرح دشمنی سایر کشورها با ایران	۸) رعایت پایبندی به منافع ملی
۱) احترام به اقوام مختلف (۲) احترام به تنوع فرهنگی (۳) احترام به کل اقشار جامعه (۴) دعوت کاندیده به حضور مردم در انتخابات (۵) حمایت افراد مشهور از کاندیدا	۹) انسجام و همبستگی ملی
۱) رعایت آزادی بیان (۲) رعایت دموکراسی (۳) احترام به صلح و دوستی و همزیستی مسالمت آمیز (۴) عدم احترام به کشورهای همسایه	۱۰) احترام به ارزش‌های جهانی و تنوع فرهنگ‌ها
۱) مطالعه و بررسی انتقادات صورت گرفته (۲) پذیرش انتقادات صحیح صورت گرفته	۱۱) رعایت نقد پذیری
۱) متن (۲) عکس (۳) فیلم بازسازی شده	۱۲) بی اخلاقی در قالب‌های مختلف

جدول ۲ - آلفای کرونباخ پرسش‌نامه تحقیق

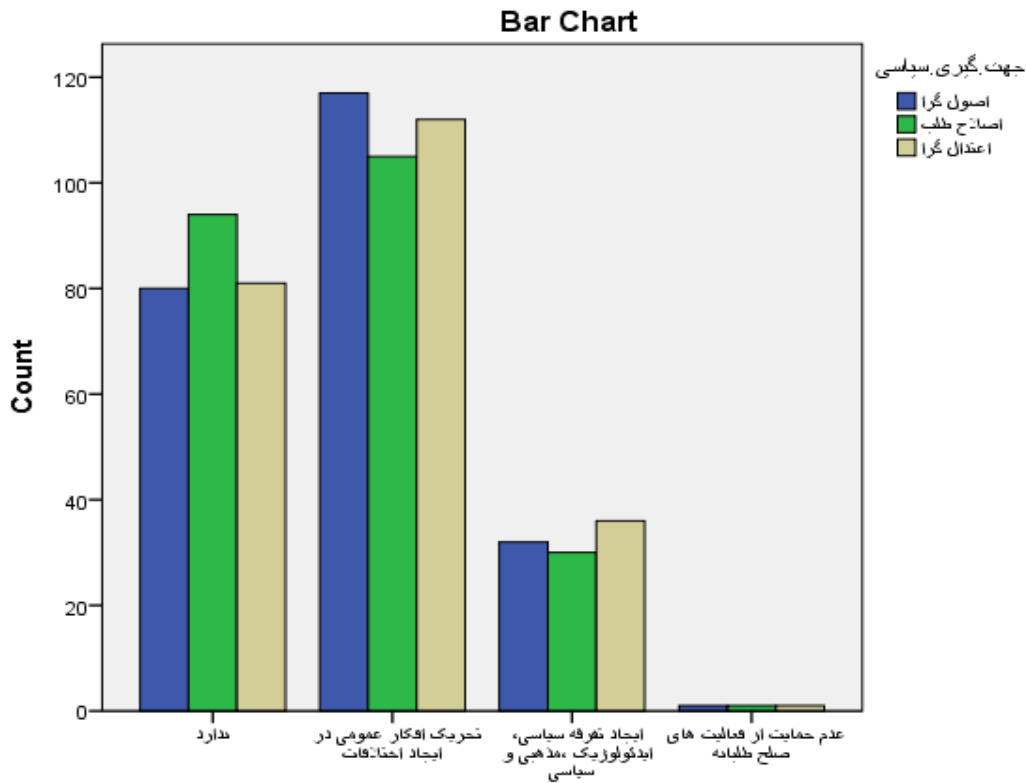
Reliability Statistics	
N of Items	Cronbach's Alpha
12	.062

جدول ۳ - آلفای کرونباخ پرسش‌نامه تحقیق به تفکیک هر مقوله

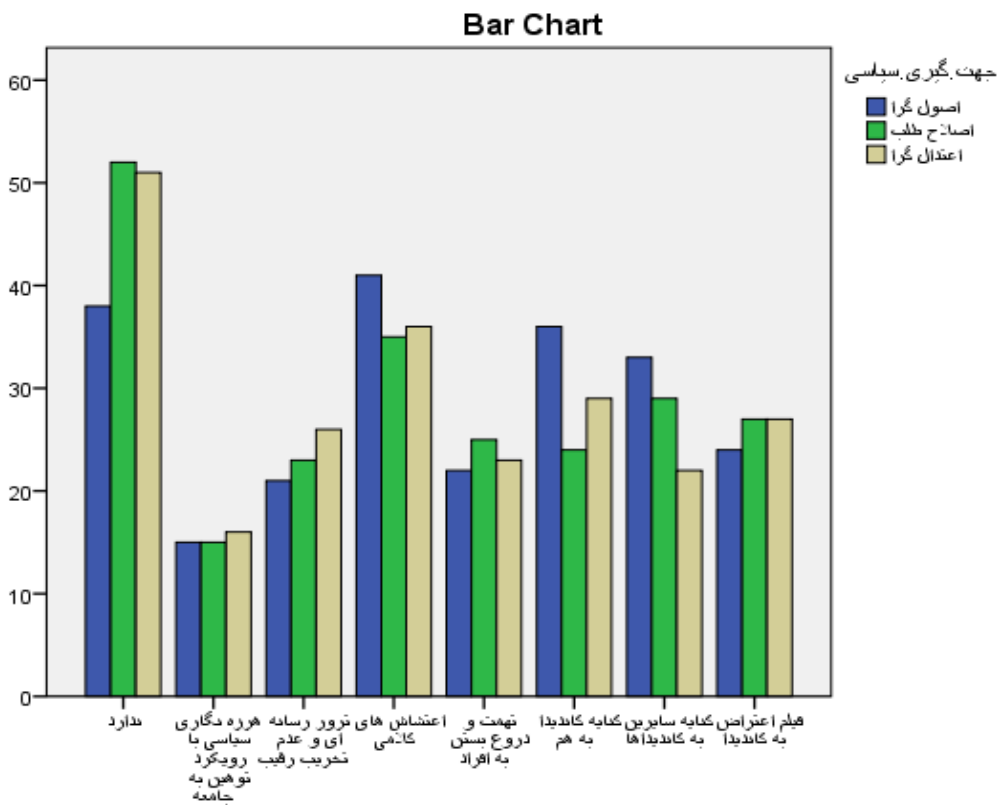
Cronbach's Alpha if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Scale Variance if Item Deleted	Scale Mean if Item Deleted	
.062	.067	1428104.568	224.16	رعایت مقابله با تشدید اختلافات
.136	.032	349230.075	138.36	رعایت عدم ترور شخصیت
.053	.024	1174853.349	191.29	رعایت احترام
.033	.174	1379842.340	199.50	استقلال انصاف بی طرفی
.062	.062	1428396.582	224.23	پاسخ‌گویی به سؤالات افکار عمومی
.062	.159	1428409.206	224.79	رعایت دقت
.055	.050	1409873.682	217.78	قانون‌گرایی
.063	-.001	1426826.830	222.46	رعایت پایبندی به منافع ملی
.043	.067	1367358.768	186.00	انسجام و همبستگی ملی
.050	.051	1386141.056	201.38	احترام به ارزش‌های جهانی
.063	-.010	1429026.611	224.95	رعایت نقدپذیری
.063	.075	1428779.162	223.86	بی اخلاقی در قالب‌های مختلف

جدول ۳-آزمون خی دو جهت بررسی تفاوت شاخص‌های اخلاق حرفه‌ای براساس جهت گیری سیاسی کانال‌ها

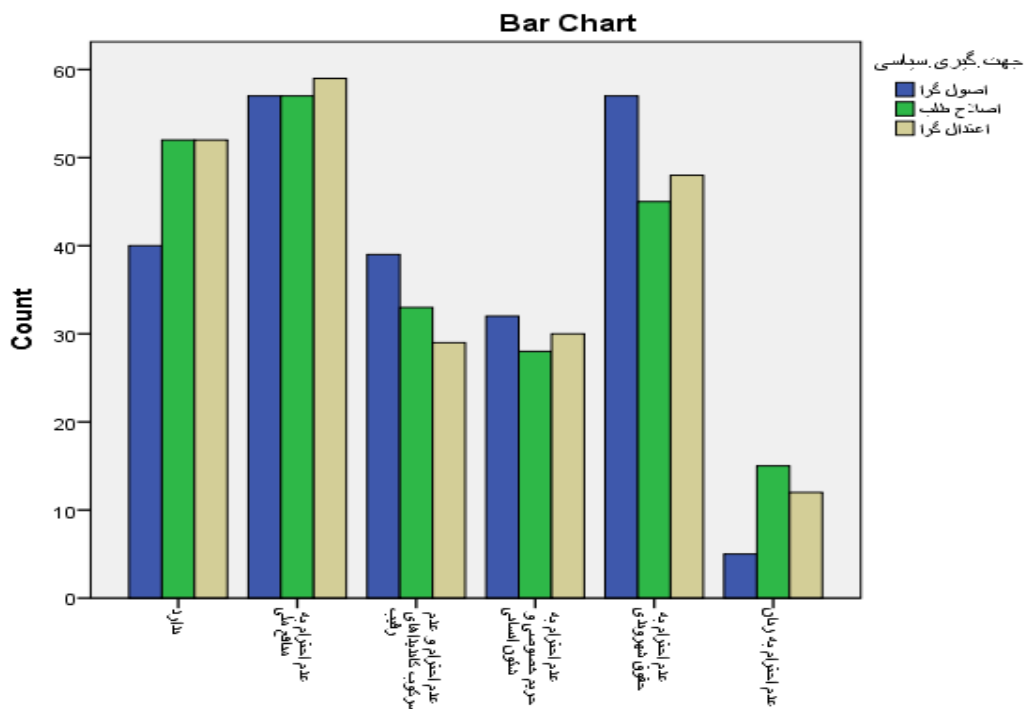
سطح معناداری	درجه آزادی	ارزش	شاخص
۰/۸۵۰	۶	۲/۶۵۹	رعایت مقابله با تشدید اختلافات
۰/۸۴۲	۱۴	۸/۸۳۰	رعایت عدم ترور شخصیت
۰/۴۱۳	۱۰	۱۰/۳۱۵	رعایت احترام
۰/۲۴۱	۱۶	۱۹/۵۶۴	استقلال، انصاف و بی طرفی
۰/۵۴۶	۴	۳/۰۶۹	پاسخ‌گویی به سؤالات افکار عمومی
۰/۳۱۴	۶	۷/۰۸۰	رعایت دقت
۰/۱۰۰	۱۰	۱۵/۹۸۵	قانون‌گرایی
۰/۲۱۶	۶	۸۰/۳۲	رعایت پایبندی به منافع ملی
۰/۰۰۰	۱۰	۴۹/۰۳۰	انسجام و همبستگی ملی
۰/۶۹۹	۱۰	۷/۲۸۲	احترام به ارزش‌های جهانی
۰/۵۰۴	۴	۳/۳۳	رعایت نقدپذیری
۰/۶۴۲	۶	۴/۲۵	بی اخلاقی در قالب‌های مختلف



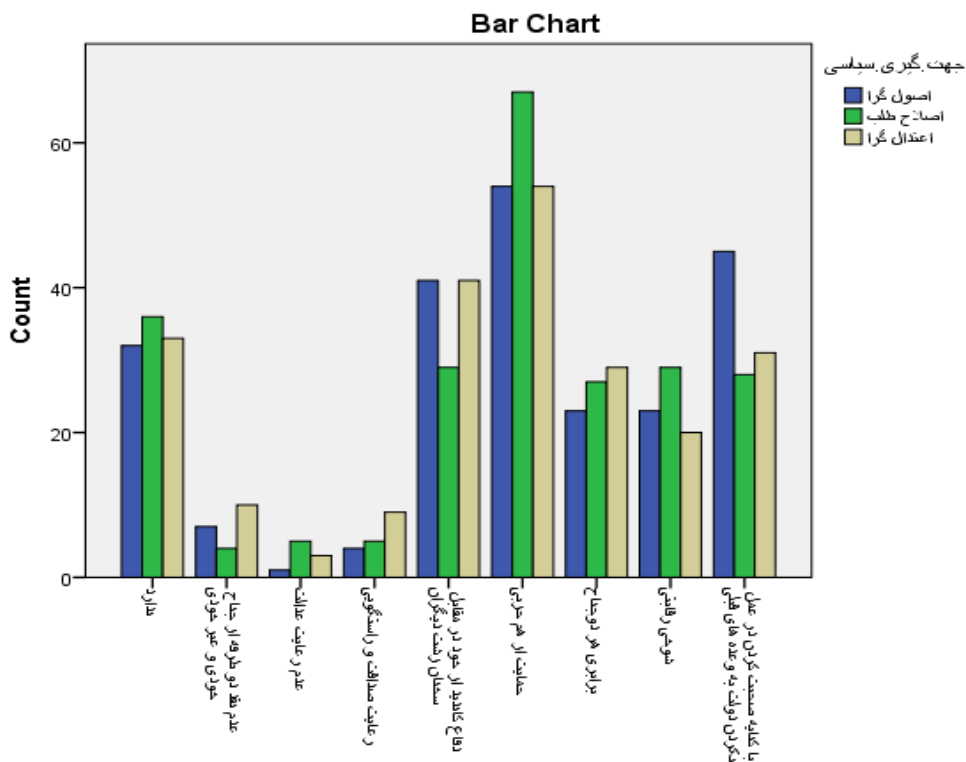
نمودار ۱ - رعایت مقابله با تشدید اختلافات براساس جهت‌گیری سیاسی



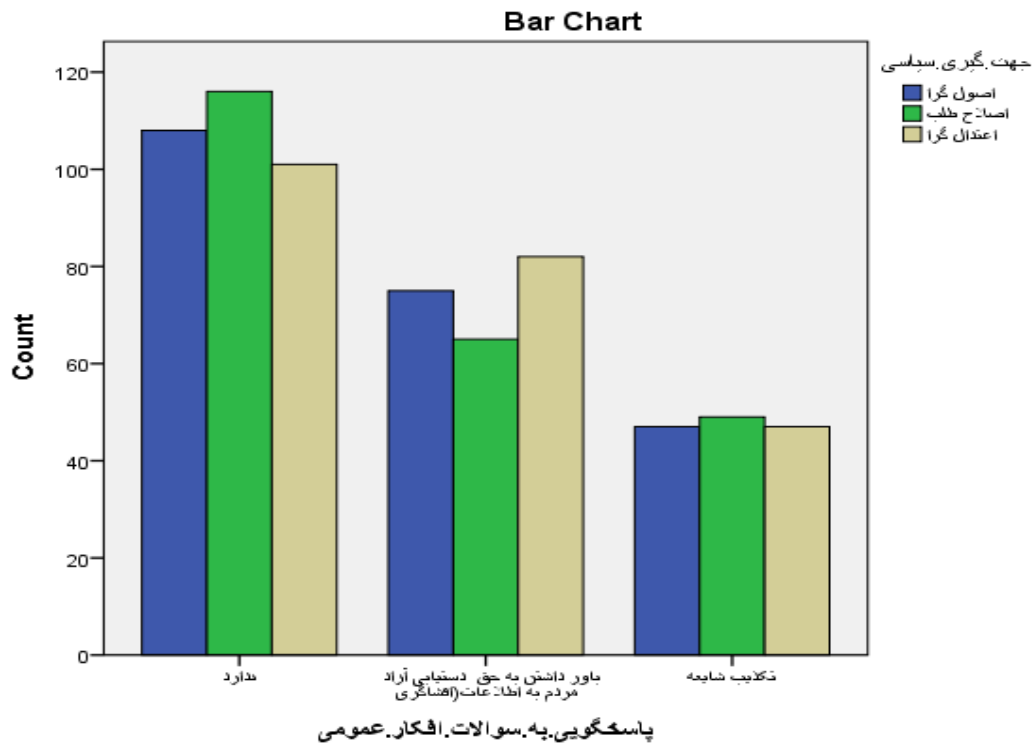
نمودار ۲ - رعایت عدم ترور شخصیت براساس جهت‌گیری سیاسی



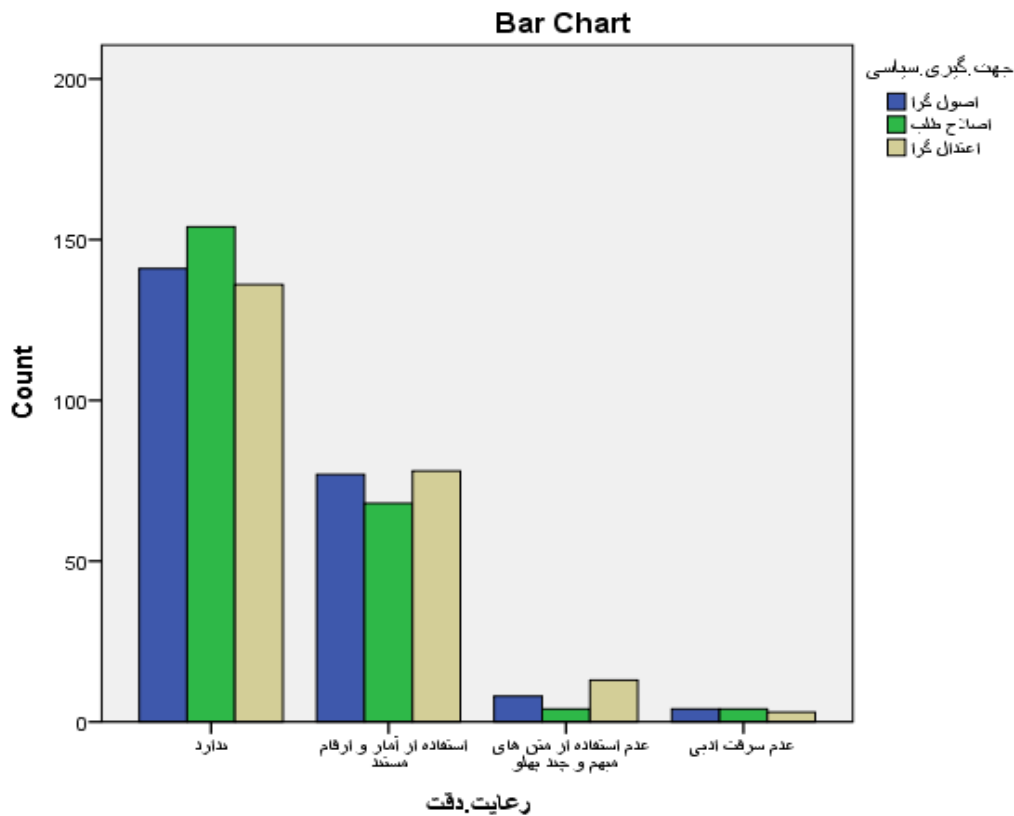
نمودار ۳ - رعایت احترام براساس جهت گیری سیاسی



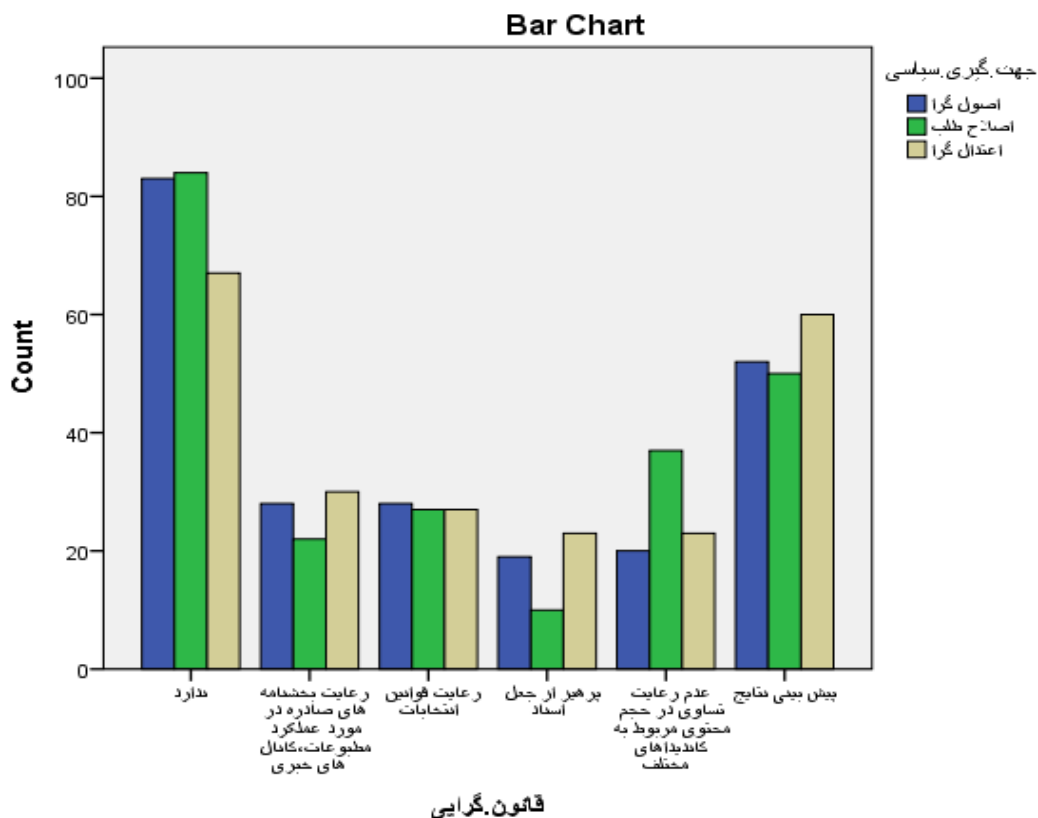
نمودار ۴ - نمودار دو بعدی استقلال، انصاف و بی طرفی * عنوان کانال



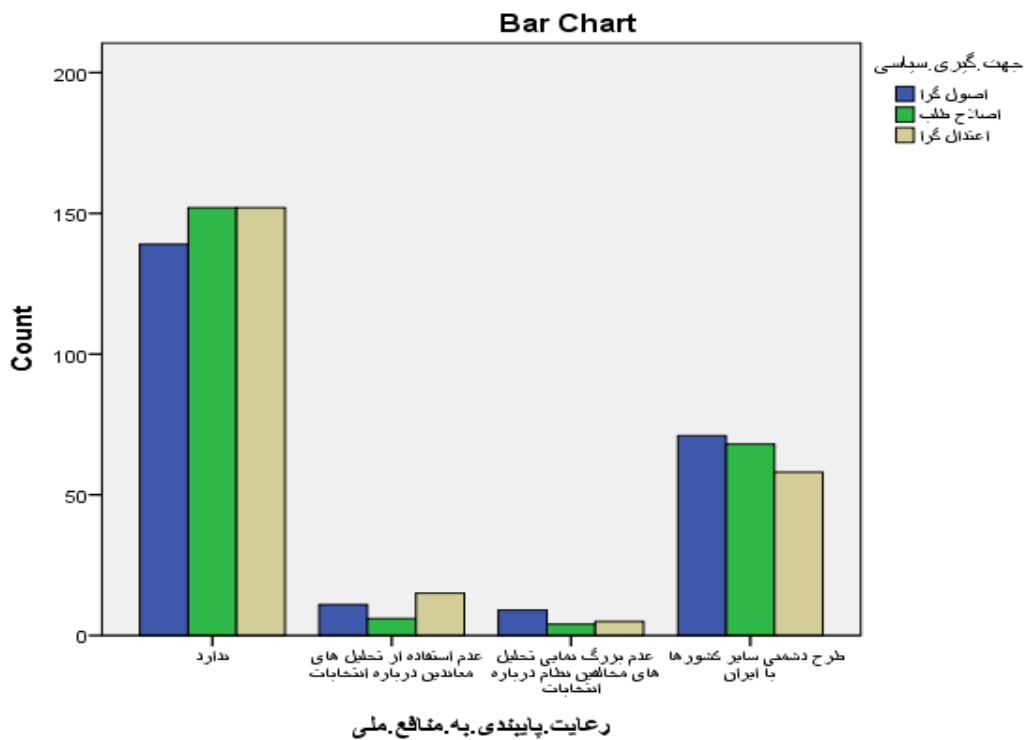
نمودار ۵ - نمودار پاسخگویی به سؤالات افکار عمومی * عنوان کانال



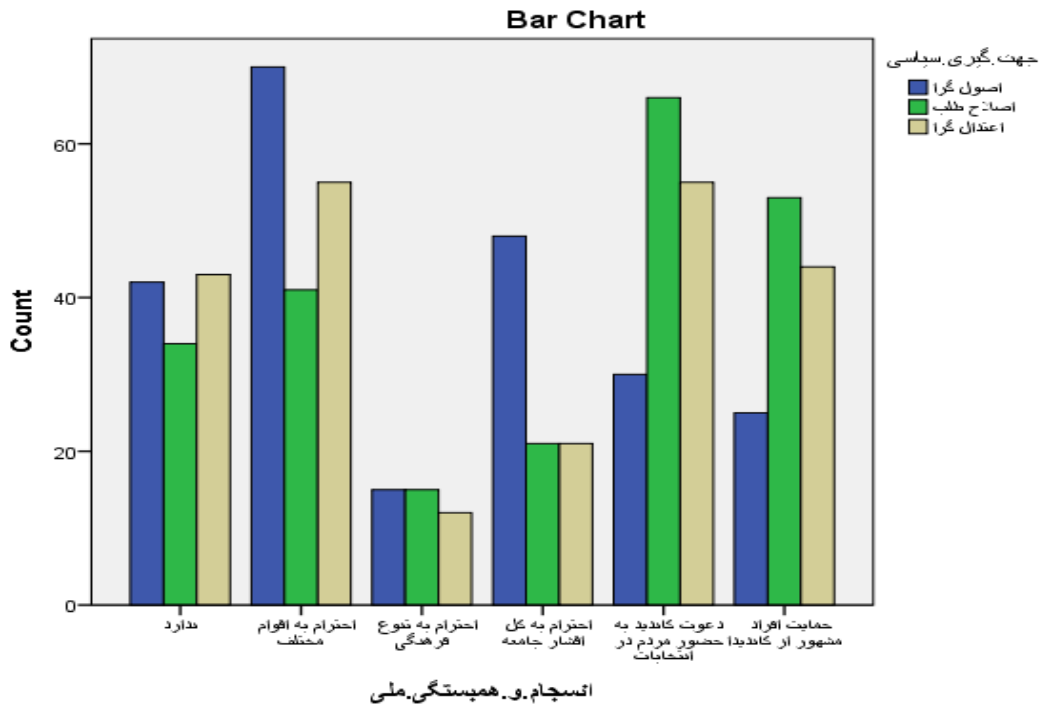
نمودار ۶ - نمودار رعایت دقت * عنوان کانال



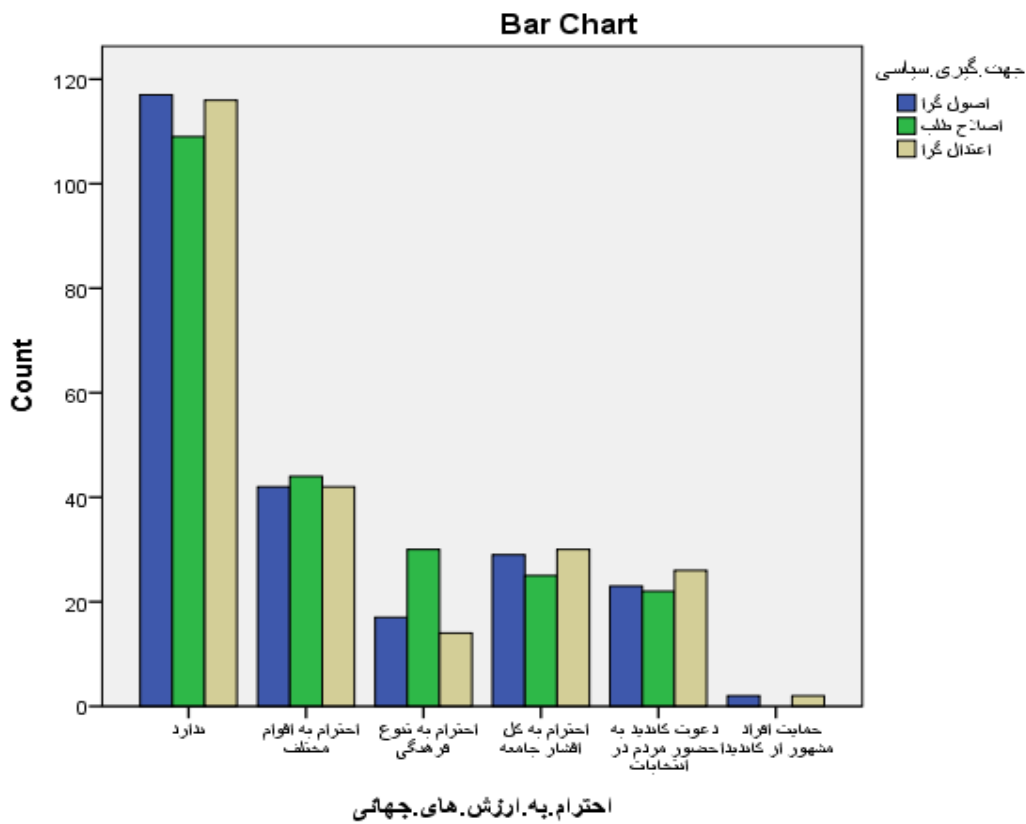
نمودار ۷ - نمودار قانون‌گرایی * عنوان کانال



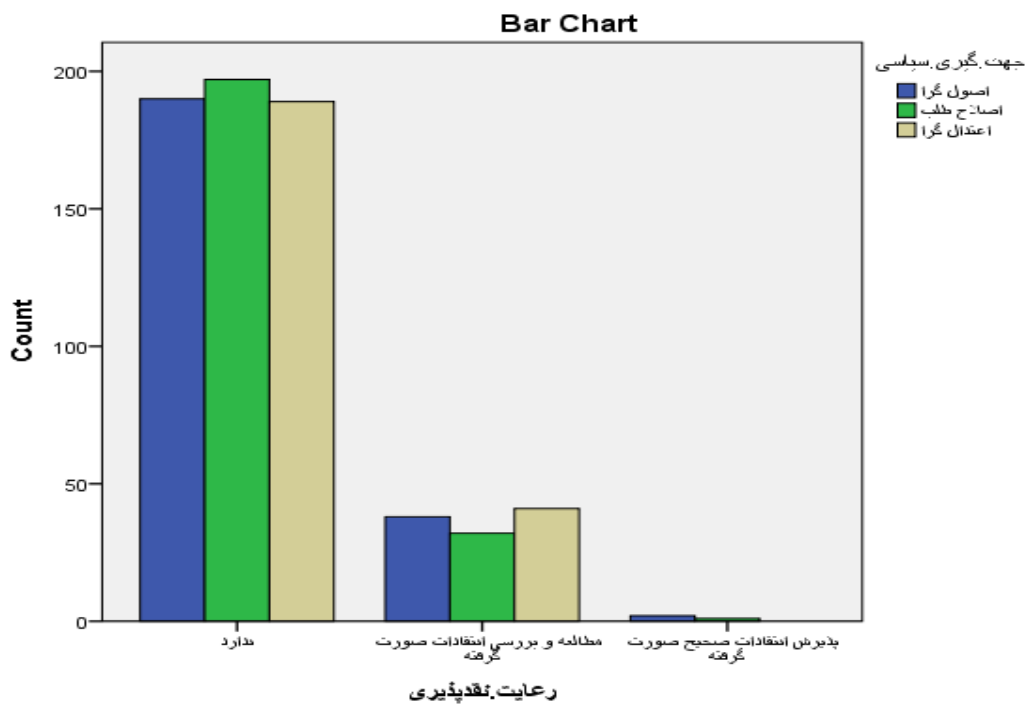
نمودار ۸ - نمودار رعایت پایبندی به منافع ملی * عنوان کانال



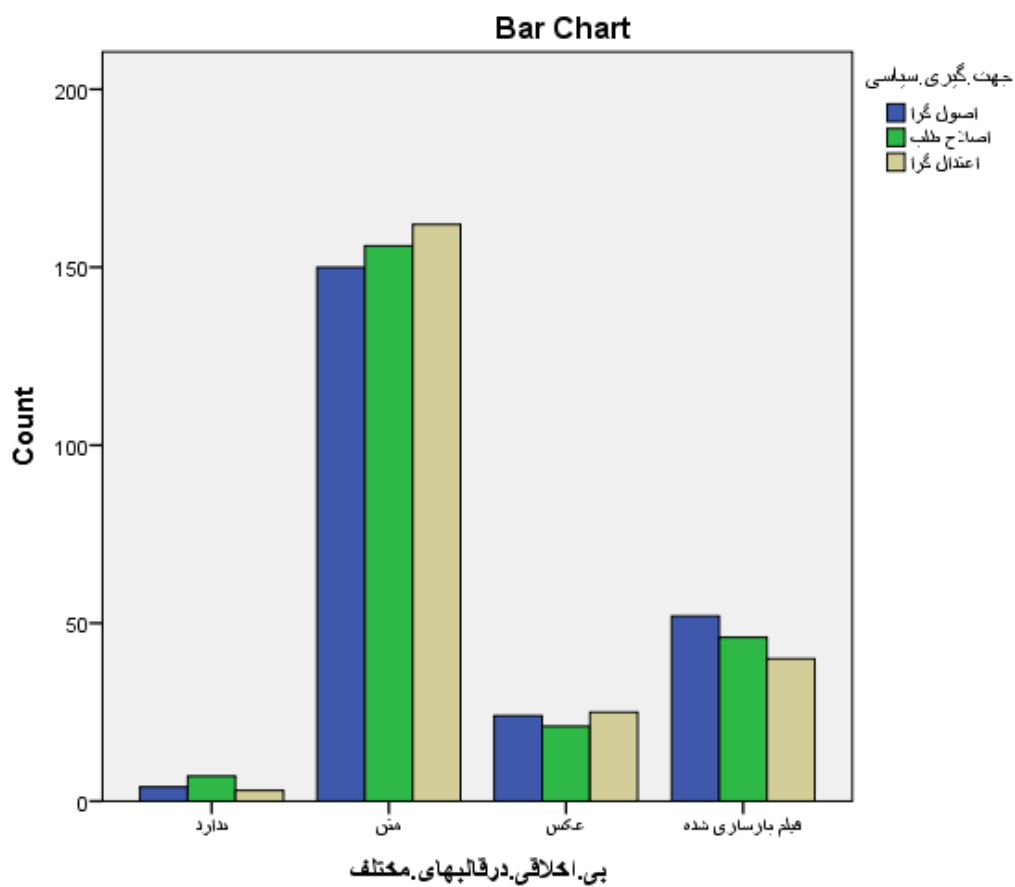
نمودار ۹ - نمودار انسجام و همبستگی ملی * عنوان کانال



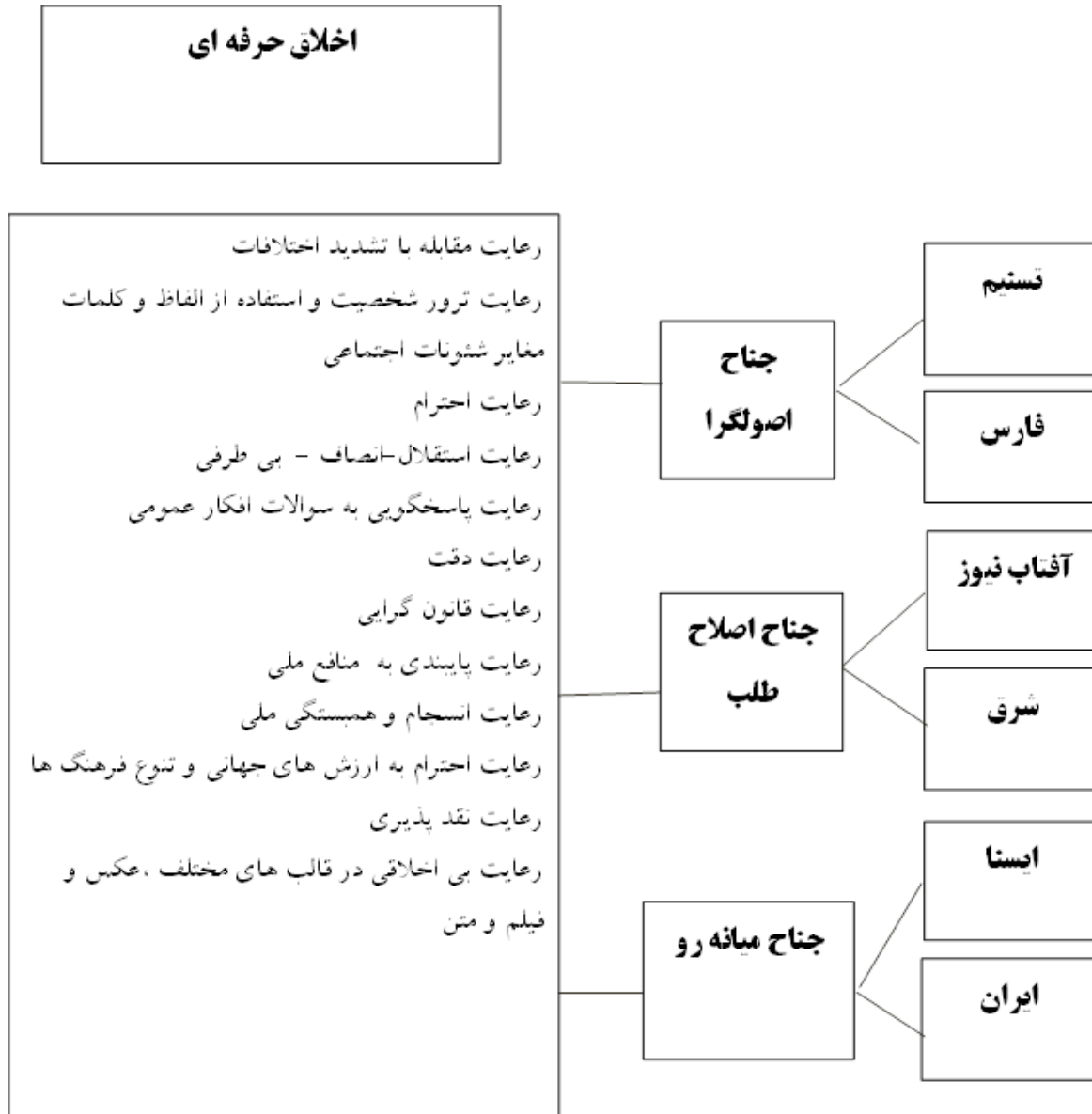
نمودار ۱۰ - نمودار احترام به ارزش های جهانی * عنوان کانال



نمودار ۱۱ - نمودار رعایت نقدپذیری * عنوان کانال



نمودار ۱۲ - نمودار بی‌اخلاقی در قالب‌های مختلف * عنوان کانال



شکل ۱ - مدل تحقیق

فهرست منابع

- جهرمی بصیریان، حسین. (۱۳۹۲). "رسانه‌های اجتماعی ابعاد و ظرفیت‌ها"، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- دلاور، علی. (۱۳۸۳). "مبانی نظری و عملی پژوهش در علوم انسانی و اجتماعی، تهران: نشر رشد.
- کاسوما، اف. پی. (۱۳۷۵). "اخلاق رسانه‌ای یا قوانین رسانه‌ای: اعمال روزنامه نگاری"، ترجمه: محمود حقیقت کاشانی، عسگری، حسن نورایی بیدخت، مهرداد وحدتی، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

Professional ethics in news telegram (Iranian presidential election in 1396)

Nahid Khoshnevis, Tahmures Shiri, Mohammad Soltanifar

Abstract

Media ethics is a crossroads of ethics and media science or mass communication. Professional ethics has now moved from traditional media to new technologies such as social networks. This research was conducted with the aim of reviewing the comparative observance of professional ethics in the news of the year leading up to the 1396 presidential election on social networks. The method of conducting research has been quantitative content analysis. The statistical population of this research included Isna and Iran channels (Moderate), sharq and Aftab News (Reformist), Tasnim and Fars (Orientalist). Of each channel, 115 news outlets were selected for the period of the year leading up to the presidential election of 1396 and examined for 12 indicators of professional ethics. Data were analyzed using two-dimensional tables and chi-square test. Findings of the research showed that the coping styles of escalation of differences, observance of personality assassination and the use of words and conflicting words of social preferences, observance of respect, observance of independence, fairness and impartiality, observance of answering questions of public opinion, observance of accuracy, observance of legality Respect for national interests, respect for global values and diversity of cultures, respect for criticism and offensive use of photographs, films and texts in comparable telegram channels (principled, reformist, and moderate) in terms of content of difference The National Coherence and National Solidarity Index is not significant in comparable telegraph channels. The three (fundamentalist, reformist, and moderate) have a significant difference in terms of content.

Keywords: Professional Ethics, Presidential Election News, Social Networks, news telegram, telegram.