

بررسی مؤلفه‌ها و چالش‌های اخلاق حرفه‌ای در عکاسی خبری

آزاده ارشدی^۱ / سارا محمدپور^۲

تاریخ دریافت مقاله: خرداد ۱۴۰۱ تاریخ پذیرش نهایی: مرداد ۱۴۰۱

چکیده

پژوهش حاضر به بررسی مؤلفه‌ها و چالش‌های اخلاق حرفه‌ای در عکاسی خبری پرداخته است. روش تحقیق پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش در بخش کیفی عکاسان خبری شاخص هستند، که تعداد ۱۳ نفر به روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شده‌اند و در بخش کمی نیز جامعه آماری عکاسان خبری عضو انجمن صنفی عکاسان خبری می‌باشند. ابزار پژوهش شامل مصاحبه و پرسش‌نامه محقق ساخته بوده است. در بخش کیفی تعداد ۲۶ شاخص شناسایی شدند که بعد از استفاده از آزمون دو جمله‌ای تمامی شاخص‌ها مورد تأیید قرار گرفتند. یافته‌های آزمون دو جمله‌ای نشان داد که تمامی شاخص‌های شناسایی شده که شامل «احترام به حریم خصوصی سوژه»، «جلب اعتماد سوژه»، «رعایت صداقت و راستی»، «حفظ آبروی سوژه»، «اطلاع‌رسانی و انعکاس حقیقت»، «پرداختن به موضوعات نامکشوف»، «انعکاس واقعیه بدون کم و کاست»، «رعایت بی‌طرفی در عکاسی خبری»، «دقت در بازنمایی موضوعات»، «عدم دستکاری عکس»، «احترام به سایر عکاسان خبری»، «عدم دریافت هدیه به وسیله عکاس»، «عدم انتشار چهره سوژه بدون اجازه»، «عدم انعکاس عکس‌های هولناک»، «رعایت مسئولیت‌پذیری»، «جلب اعتماد مخاطبین»، «عدم افشای منبع اطلاعات»، «عدم دستکاری در صحنه واقعیه»، «عدم جریحه‌دار کردن عفت عمومی»، «پرهیز از کلیشه‌سازی»، «کمک انسانی به سوژه»، «هماهنگی کار تیمی بین عکاس و خبرنگار»، «عدم افشای موارد امنیتی»، «اشراف به موضوع عکاسی»، «عدم پرداخت پول به منابع و افراد» و «داشتن مرام‌نامه اخلاقی» از نظر خبرگان پژوهش مورد تأیید قرار گرفتند. نتایج آزمون تی‌تک نمونه‌ای نشان داد که تمامی شاخص‌ها در وضعیت بالاتر از حد متوسط (عدد ۳) قرار داشته‌اند و در نهایت نتایج نرم‌افزار لیزرل نشان داد که مدل تحقیق دارای برازش قابل قبولی است.

واژگان کلیدی: عکاسی خبری، اخلاق حرفه‌ای، مؤلفه‌ها و چالش‌ها.

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، واحد تهران غرب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۲- استادیار گروه علوم ارتباطات اجتماعی، واحد تهران غرب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران، (نویسنده مسئول)، پست الکترونیک: s.mohamadpour@gmail.com

مقدمه

عکاسی خبری یا فتوژورنالیسم عکس‌هایی هستند که پیام و هدف اصلی آن‌ها خبررسانی برای مخاطبین است. به گونه‌ای که کارشناسان معتقدند عکاسان خبری همان نویسندگان مقالات و مخبران اخبار هستند که اطلاعات را از طریق عکس به مخاطبین منتقل می‌کنند. این روزها در هر ثانیه میلیون‌ها عکس گرفته می‌شود و به اشتراک گذاشته می‌شود. تعداد دستگاه‌های ثبت عکس هم بی‌وقفه در حال افزایش است. عکاس خبری، فردی است که با دوربینی در دست، در رویدادها، جنگ‌ها و جشن‌ها ثبت لحظات می‌کند، باید از وقایعی که در پیرامونش رخ می‌دهد آگاهی و دانش کافی داشته باشد تا اخبار را در قالبی خلاقانه ارائه دهد تا نه تنها آموزنده، بلکه سرگرم‌کننده نیز باشد.

عکاسی خبری هنوز بخشی حیاتی و مهمی از اخبار مدرن است. علاوه بر این، آگاهی از مشکلات جهانی فعلی را افزایش داده و آن‌ها را در سطح کاملاً متفاوتی ارائه می‌دهد.^۱ (جاکوویتس، ۲۰۱۸) در کنار جذابیت‌ها و کاربردهای عکاسی خبری و ثبت مسائل روز جهان و بحران‌هایی که کم و بیش در هر روز و هر ساعت در این دنیا رخ می‌دهند، اخلاق حرفه‌ای و رعایت اصول آن مسأله‌ای در خور توجه است که بیشتر روزنامه‌نگاران و عکاسان خبری با آن دست به گریبان هستند و با برخورد با موضوعی برای شأن این سؤال مطرح می‌شود، که اگر روزی برای آن‌ها در جریان بحران و یا جنگی اتفاقی روی دهد، واکنش اخلاقی آن‌ها با آن چگونه می‌تواند باشد که هم وجه انسانی حفظ شود و هم وظیفه عکاسانه عکاس انجام شود. عکاسان و دبیران عکس که با عکس سر و کار دارند، درگیر مسائل اخلاقی نیز هستند. عکاسی که از صحنه تصادف عکاسی می‌کند، فرصت ندارد تا مشخص کند این عکس مناسب چاپ هست یا نه و این وظیفه به عهده دبیران قرار می‌گیرد. دبیر نیویورک دیلی نیوز، اریک مک‌اسکاس معتقد است که عکس از قربانیان بخشی از رویداد است و نباید آن را از مخاطبان پنهان کرد. استفن میندیچ، ناشر فونیکس بیان می‌کند که غیراخلاقی است تا آگاهی و اطلاعات را از مردم با عدم انتشار عکس هولناک دریغ کنیم.

پس از حادثه ۱۱ سپتامبر در اینترنت عکس‌های هولناکی منتشر شد که انتشار آن‌ها برای سردبیران مطبوعات سنتی پیوسته چالش برانگیز بوده است. دونالد وینسلو، دبیر نیو فتوگرافر می‌گوید: "با افزایش جنگ و ترور در دو دهه گذشته از محدودیت چاپ عکس‌های هولناک کاسته شده است و روز به روز شاهد عکس‌های هولناک بیشتری در صفحه‌های اول روزنامه‌ها هستیم. در واقع ثبت عکس‌های خبری به هر شکلی شامل نمایش اجساد و

زخمی‌ها و یا صحنه اعدام همیشه بحث‌انگیز بوده است. در این میان عکاسانی هستند که در مواقع لزوم کمک به انسان‌های دردمند و نیازمند کمک را در اولویت کار و وظیفه حرفه‌ای خود قرار می‌دهند. گروهی از عکاسان وقتی باب دول^۱ نامزد انتخابات ریاست جمهوری از سکوی در چیکو، کالیفرنیا سقوط کرد، در دو راهی مسأله اخلاقی قرار گرفتند. وقتی دول از پله سست و از فاصله یک و نیم متری سقوط کرد. جی دیوید اکه، عکاس آژانس فرانس پرس در یک چشم به هم زدن مانع برخورد سر دول با زمین شد. اکه عکس نگرفت اما از شکستن سر دول پیشگیری کرد. ریک ویلکینگ عکاس روبرتز که دورتر از آن بود که بتواند کمک کند، از حادثه عکاسی کرد. اکه گفته است: اگر دیدید کسی می‌افتد، حس انسان دوستی حکم می‌کند که کمکش کنید نه اینکه کنار بکشید و بگذارید بیفتد. ویلکینگ برعکس در موقعیتی نبود که به دول کمک کند، بنابراین اجباری نداشت که تصمیم بگیرد کمک کند یا عکس بگیرد. (کوبر، ۲۰۰۸، ص. ۲۸۸)

حسن نمک‌دوست، روزنامه‌نگار، مترجم و استاد علوم ارتباطات درباره وظیفه عکاس چیست، معتقد است: "اینکه قلمروی به اصطلاح انجام وظیفه و حرفه‌ای عکاسی کجاست مورد اختلاف صاحب‌نظران است، برخی معتقدند که عکاسی به خصوص در شرایط بحرانی یکی از فرصت‌های طلایی است و می‌شود بهترین کارها را در آن زمان انجام داد، حتی بعضی‌ها تعبیری به کار می‌برند که بهشت عکاس‌ها شرایط بحرانی هست! به این دلیل که وضعیت‌های بحرانی وضعیت‌هایی کاملاً دراماتیک هستند که می‌توان نهایت رفتارهای انسان‌ها در زمینه رذالت، ایثار، شجاعت و از خودگذشتگی را مشاهده کرد. برخی از کارشناسان هم وضعیت بحرانی را جهنم عکاس‌ها می‌دانند، آن نیز به علت شرایط بسیار طاقت‌فرسا و تلخی است که برای عکاس به وجود می‌آید."

در اینجا این سؤالات مطرح می‌شود که رعایت اصول اخلاقی و حفظ‌شان سوژه‌ای که برای مثال توسط پلیس کتک می‌خورد یا از سر ناچار دست به تکیه‌گری یا خودفروشی زده است، لازم و ضروری است یا اطلاع‌رسانی آن در شبکه‌های اجتماعی برای آگاهی شهروندان لازم است؟ آیا مطبوعات اگر از انتشار عکس‌های جبهه‌های جنگ خودداری کنند، مانع از برخورد صحیح با مسائل و مشکلات نمی‌شوند؟ وقتی صحبت از رعایت اخلاق در عکاسی می‌شود، یکی از اولین مواردی که به ذهن می‌رسد، این است که عکاس نمی‌تواند به دلخواه خود صحنه خبری را بچیند، بدین معنی که نمی‌تواند از سوژه خبری بخواهد تا به دلخواه عکاسی پوزیشن خود را تغییر دهد.

(انگ، ۲۰۰۰) نویسنده انگلیسی در کتاب خود "درآمدی بر ویرایش عکس"^۲ می‌نویسد: "در عکاسی مطبوعات می‌توان از

^۲. Picture Editing

^۱. Robert Joseph Dole

بسیار است که در جای خود به آن‌ها پرداخته می‌شود. نکته‌ای که در این بین بسیار اهمیت دارد بررسی مؤلفه‌ها و چالش‌های اخلاق حرفه‌ای در عکاسی خبری است که در تحقیق حاضر به آن پرداخته می‌شود.

پیشینه داخلی

(بختیاروند و مستقل، ۱۳۹۶) در تحقیقی تحت عنوان "عکس: جلوه ای از هنر یا تقلید صرف؟ جای‌گاه آثار عکاسی در نظام حقوق مالکیت ادبی و هنری" به بررسی این سؤال می‌پردازند که آیا عکس می‌تواند به عنوان یک اثر هنری حمایت شود؟ در این مقاله، با روش توصیفی - تحلیلی، نحوه حمایت و احراز اصالت عکس و موضوعات مرتبط با آن در حقوق داخلی کشورها و اسناد بین‌المللی بررسی شده است.

(خانیک، ۱۳۸۸) در مقاله "چارچوبی برای پژوهش در اخلاق رسانه" با تفکیک دو مفهوم "اخلاقیات" و "اخلاق" در پی آن است که به ابعاد و زمینه‌های کاربرد مقوله اخلاق در رسانه پردازد و چارچوبی برای تدوین مقررات اخلاق کاربردی در قالب اخلاق شناسی حرفه‌ای ارائه می‌دهد که بر چهار اصل "آگاهی دهی عمومی"، "آزادی مطبوعات"، "بیان حقیقت" و "احترام به حیثیت فردی و زندگی خصوصی" تمرکز دارد و می‌تواند فضاهای متکثر و متنوع رسانه‌ای را در برگیرد.

(بیران و همکاران، ۱۳۹۴) در تحقیق "منشور اخلاق حرفه‌ای در رسانه‌ها" بیان می‌کنند که ضرورت تدوین منشور اخلاق حرفه‌ای از سوی رسانه‌ها از اهمیت زیادی برخوردار است. از سوی دیگر کاربرد عکس خبری در گزارشات بسیار مهم است. به طوریکه حتی اگر گزارش مکتوبی نباشد و تنها گزارش تصویری از جنگ یا رویدادی به نمایش مخاطبین گذاشته شود، این گزارش تصویری می‌تواند گویای هرآنچه که روی داده، باشد.

(نجف‌پور، ۱۳۹۳) در تحقیقی با عنوان "اخلاق در رسانه؛ چالش‌های اساسی و توصیه‌های ملی" بیان می‌کند که چالش‌های اساسی اخلاق رسانه‌ای در ایران عبارتند از دولتی بودن رسانه‌ها، نامشخص بودن حدود عمل رسانه‌ها و خطوط قرمز، ابهام در قوانینی مربوط به حقوق رسانه‌ها، هزینه‌بر بودن فعالیت‌ها، عدم دسترسی آزادانه به اطلاعات، تعامل نادرست سازمان‌ها یا رسانه‌ها، فقدان تخصص و اشراف علمی خبرنگاران.

(ملکیان و پورانواری، ۱۳۹۳) در پژوهش "بررسی میزان رعایت اخلاق رسانه‌ای در روزنامه همشهری از دیدگاه دانشجویان رشته

تظاهرکنندگان خواست تا پلاکارد خود را به طرف دوربین بگیرند، اما تشویق آنان مبنی بر اینکه به سمت پلیس شاخ و شانه بکشند، زیاده‌روی به حساب می‌آید."

(جاکوبیتس، ۲۰۱۷) معتقد است به عنوان یک انسان، خبرنگاران عکاسی باید اخلاقی همانند دیگران را دنبال کنند. این بدان معنی است که برای کمک به افراد در رنج مستقیم، هر کار معقولی را انجام دهند. از نظر ماهیت عکاسی خبری، این اختلافات زیادی ایجاد می‌کند، زیرا ویژگی‌های عکاسی مستند به این معنی است که عکاسان بیشتر خودشان را در مناطقی می‌بینند که اخلاق روزنامه نگاری را به چالش می‌کشد."

بسیاری از فعالین عرصه رسانه و عکاسی خبری راز ماندگاری در این حرفه را رعایت اصول اخلاقی حرفه‌ای عکاسی می‌دانند و معتقدند که هر رسانه‌ای باید مرام‌نامه داشته باشد تا به فراخور حال و اهداف خود، اصول اخلاق حرفه‌ای را رعایت کند. برخی دیگر از عکاسان خبری نیز هستند که اعتقاد دارند که وظیفه اصلی آن‌ها ثبت لحظات تاریخی یک رویداد و یا بحران است تا به جامعه مخاطبین اطلاعات درست و بی‌کم و کاست داده شود، در "اصول اخلاقی عکاسی خبری" آمده است: عکاس خبری هیچ مسئولیتی در برابر رنج سوژه یا سوژه‌های عکس ندارد و فقط یک وظیفه مشخص و ساده دارد: پیام‌رسانی و ثبت و به تصویر کشیدن واقعیت همان‌طور که هست^۱. در هر حال به نظر می‌رسد ورود به دنیای حرفه‌ای فتوژورنالیزم همراه با پذیرفتن یک رشته مسئولیت‌هاست. برخی از آن‌ها امری عادی و وظیفه روزمره تلقی می‌شود مثل رفتن به سر صحنه و در کنار این کارها، ملاحظات گسترده اخلاقی وجود دارد." (کوبر، ۱۳۹۶، ص. ۲۶۹)

با توجه به اینکه کشور ما یکی از سرزمین‌های بحران‌خیز در جهان است که با بحران‌های بی‌شماری مانند جنگ، بلایای طبیعی، همه گیری کرونا و ... روبرو بوده و هست، عکاسی خبری جایگاه خاص و اهمیت ویژه‌ای دارد و البته عکاسان خبری نیز مانند خبرنگاران باید بلافاصله تصمیم بگیرند و تجهیزات عکاسی را حمل کنند و بیشتر اوقات در معرض موانع قابل توجهی مثل خطرات جانی، آب و هوا، جمعیت، دسترسی فیزیکی هستند. در کنار همه این موارد، اخلاق در عکاسی مثل هر جای دیگر از اصول اساسی به شمار می‌آید. تا جاییکه توصیه و تأکید شده است که شأن همه سوژه‌های انسانی باید حفظ شود و عکاس خبری به گونه‌ای عکس بگیرد که تعصبات شخصی‌اش در ثبت تصویر تأثیری نگذارد. عکاس خبری باید واقعیت را به تصویر بکشد و از ثبت کلیشه‌ها دوری کند. مواردی از این دست

^۱. <https://b2n.ir/m15194>

نظر اخلاقی مشکل‌ساز نیست. برخی از تصاویر، محترمانه و دلسوزانه از انسان دوستان و دیگران دعوت می‌کند تا از کلیشه‌های متداول ارائه شده توسط رسانه‌های جریان اصلی معاصر فاصله بگیرند.

(لاوئی، ۲۰۱۰) در تحقیقی با عنوان "قوانین رفتاری، اخلاق حرفه‌ای و تعریف اخلاقی عکاسی مطبوعاتی"، به دنبال ایجاد اساسی برای تاریخ اخلاقی عکاسی مطبوعاتی است که در کنار سایر تاریخچه‌های این حوزه (زیبایی‌شناختی، اجتماعی، نهادی و فرهنگی) جایگاه خود را خواهد داشت و همگی نقشی اساسی در تعریف هویت پیچیده دارند. تحقیقات فعلی در مورد تاریخ، نشانه‌شناسی و زیبایی‌شناسی تصویربرداری عکاسی حاکی از این است که فتوژورنالیسم مقوله‌ای است که اساساً ناپایدار است و به طور مداوم در فرآیند تنظیم مجدد گفتمان است. اخلاق عکاسی مطبوعاتی محصول این تغییر شکل‌های تاریخی است.

(کوبر، ۲۰۰۸) در کتابی با عنوان "فتوژورنالیسم" که به طور خاص به مسائل رعایت اصول اخلاقی در عکاسی پرداخته است، آمده عکاسان و مردم در مورد رعایت مسائل اخلاقی در مراسم ترحیم، دو نظرگاه کاملاً متفاوت دارند. کریگ هارتلی در این مورد از اعضای انجمن ملی عکاسان مطبوعات و شهروندان آستین، تگزاس نظرخواهی کرده است. او می‌خواست نظر دو گروه را در مورد رعایت اصول اخلاقی در برخی از شرایط مقایسه کند، از جمله در یک موقعیت فرضی مجلس ختم رئیس پلیسی که کشته شده، که عکاس بدون دعوت در آن شرکت کرده و حتی پس از اینکه عذر او را خواسته‌اند، به عکاسی ادامه داده است. هارتلی دریافت که ۶۳ درصد از عکاسان خبری رفتار عکاس را اخلاقی و ۸۵ درصد مردم آن را غیراخلاقی تلقی کردند. افراد عادی که این کار عکاس را ناپسند می‌دانستند، اعتقاد داشتند که این عکس‌ها در حدی ارزشمند نیستند که عکاس برای تهیه آن‌ها به حریم خصوصی افراد تجاوز کند.

همچنین (پریادشانی، ۲۰۰۸) در تحقیقی تحت عنوان "یک مطالعه ارتباطی در مورد حرفه‌ای بودن و کاربردهای عملی در روزنامه‌نگاری عکس" نوشته است: "فتوژورنالیسم را می‌توان به صورت ثبت حادثه بصری با استفاده از دوربین برای گردش عمومی تعریف کرد. یک عکس با زیرنویس و شرح آن در مقایسه با یک گزارش صرفاً متنی - معنایی را منتقل می‌کند که چند وجهی است. یک عکس مرتبط به خبر به مخاطب اعتماد می‌دهد. تفاوت بین حرفه‌ای بودن و کاربرد عملی عکس روزنامه‌نگاری وجود دارد. حرفه‌ای بودن به دانش فنی، تجربه، تخصص و اخلاق آن بستگی دارد.

(فیلمن و ماروین، ۲۰۰۶) در پایان‌نامه دکترای خود تحت عنوان: "نمایش خشونت و تفاوت گروهی در عکس‌های روزنامه: ملی‌گرایی و رسانه‌ها"، مطالب و عکس‌های هولناک در روزنامه‌های جنجالی را

علوم ارتباطات و روزنامه‌نگاری دانشگاه علامه طباطبایی" که با روش تحقیق پیمایشی و ابزار پرسش‌نامه انجام شده است به این نتایج رسیده‌اند که بین میزان رعایت آزادی بیان و رعایت اخلاق رسانه‌ای در این روزنامه، بین میزان صحت اطلاعات همشهری و رعایت اخلاق رسانه‌ای، بین میزان رعایت حریم خصوصی توسط روزنامه همشهری و رعایت اخلاق رسانه‌ای و همچنین بین کیفیت اطلاع‌رسانی، توجه به هویت دینی و ملی، میزان پرهیز از تضاد منافع و رعایت اخلاق رسانه‌ای رابطه معنادار وجود داشته است.

(بیران و حضرتی، ۱۳۹۱) در تحقیقی با عنوان "بررسی میزان رعایت معیارها و اصول اخلاق رسانه‌ای حرفه‌ای در برنامه ۹۰ از دیدگاه روزنامه‌نگاران ورزشی و متخصصان ورزش و رسانه" با استفاده از روش دلفی نتیجه می‌گیرند که در برنامه ۹۰ معیارهایی همچون عینیت، بی‌طرفی و عدم تحریف در تهیه محتوای برنامه و پخش قسمت‌های گوناگون رعایت می‌شود.

پیشینه خارجی

در میان مقالات خارجی نیز می‌توان به مواردی اشاره کرد که به بحث رعایت اصول اخلاق حرفه‌ای در رسانه پرداخته‌اند. برای مثال (جانوویچ و جانوویچ، ۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان "اخلاق در عکاسی خبری"، با روش نشانه‌شناسی به تجزیه و تحلیل کمی و کیفی همه عکس‌های منتشر شده، به جز تبلیغات پرداخته‌اند. نویسندگان، اخلاق عکاسی را در مقایسه با اخلاق روزنامه‌نگاری در صربستان ارزیابی کردند. هدف این بود تا مشخص شود نقض هر یک از احکام مربوط به عکاسی بی‌احترامی، حفظ حریم شخصی و ... تا چه حد وجود دارد.

(کالین، ۲۰۱۳) در تحقیقی با عنوان "اخلاق و تصاویر اجساد رنج‌دیده در پزشکی" سؤالاتی در رابطه با اجساد رنج دیده در سازمان‌های بشردوستانه مطرح می‌کند که سزاوار توجه جدی است و به این نتیجه می‌رسد که بازنمایی اجساد رنج دیده، ویژگی بارز و اجتناب‌ناپذیر از انسان دوستی مدرن است که به عنوان یک هنجار اجتماعی به دست آمده است. همچنین اخذ رضایت از قربانیان یا جوامع به عنوان یک تلاش مهم است، اما اطمینان از رضایت واقعی در شرایط بشردوستانه در مورد تجسم تصویری با مشکلات عملی و اساسی قابل توجهی روبرو است. از سوی دیگر، رد هرگونه به نمایش گذاشتن رنج انسان به عنوان اینکه با هنجارهای پزشکی ناسازگار است، نه تنها غیرواقعی نخواهد بود بلکه فعالیت‌های اخلاقی بسیار ارزشمندی را که توسط عوامل بشردوستانه انجام شده است، مانند صدای کمک به قربانیان یا ایجاد همدلی، نفی می‌کند. بدیهی است همه نمایش‌های تصویری بدن‌های رنجور از

مصاحبه نیمه ساختاریافته انجام شد. تحلیل این بخش از داده‌ها و نتایج حاصله چارچوب و محتوای پرسش‌نامه تحقیق را فراهم کرد، نتایج حاصله از روایی محتوایی در جدول شماره ۲ ارائه شده است. (جدول ۲)

با توجه به مقادیر به دست آمده برای تمامی سؤالات پرسش‌نامه مشاهده می‌شود میزان ضریب روایی CVR قابل قبول بوده و در نهایت روایی پرسش‌نامه مورد تأیید قرار می‌گیرد.

به منظور محاسبه پایایی (قابلیت اعتماد) از روش آلفای کرونباخ استفاده شد که نتایج حاصله در جدول شماره ۳ نشان می‌دهد پرسش‌نامه تحقیق از پایایی مطلوب برخوردار است. (جدول ۳)

تجزیه و تحلیل داده‌ها

پس از پیاده‌سازی مصاحبه‌های صورت گرفته درباره مؤلفه‌ها و چالش‌های اخلاق حرفه‌ای، کدگذاری‌های انجام شده در قالب جدول شماره ۴ برای هر یک از محورها انجام شد: (جدول ۴)

بررسی شاخص‌های شناسایی شده در بخش کیفی:

در این بخش با تنظیم پرسش‌نامه و توزیع آن در بین خبرگان تحقیق (تعداد ۱۳ نفر) برای تأیید یا رد هر یک از شاخص‌های شناسایی شده از آزمون دو جمله‌ای استفاده شده است، که نتایج آن در جدول شماره ۵ آمده است. (جدول ۵)

یافته‌های آزمون دو جمله‌ای نشان داد که تمامی شاخص‌های شناسایی شده که شامل «احترام به حریم خصوصی سوژه»، «جلب اعتماد سوژه»، «رعایت صداقت و راستی»، «حفظ آبروی سوژه»، «اطلاع‌رسانی و انعکاس حقیقت»، «پرداختن به موضوعات نامکشوف»، «انعکاس واقع بدون کم و کاست»، «رعایت بی‌طرفی در عکاسی خبری»، «دقت در بازنمایی موضوعات»، «عدم دستکاری عکس»، «احترام به سایر عکاسان خبری»، «عدم دریافت هدیه به وسیله عکاس»، «عدم انتشار چهره سوژه بدون اجازه»، «عدم انعکاس عکس‌های هولناک»، «رعایت مسئولیت‌پذیری»، «جلب اعتماد مخاطبین»، «عدم افشای منبع اطلاعات»، «عدم دستکاری در صحنه واقعه»، «عدم جریحه دار کردن عفت عمومی»، «پرهیز از کلیشه‌سازی»، «کمک انسانی به سوژه»، «هماهنگی کار تیمی بین عکاس و خبرنگار»، «عدم افشای موارد امنیتی»، «اشراف به موضوع عکاسی»، «عدم پرداخت پول به منابع و افراد» و «داشتن مرام‌نامه اخلاقی» از نظر خبرگان پژوهش مورد تأیید قرار گرفتند. بنابراین برای انجام تجزیه و تحلیل داده‌ها و بررسی فرضیه‌ها، نیازی به حذف سؤالات پرسش‌نامه وجود ندارد.

یافته‌های توصیفی در مرحله کمی: در بین پاسخ‌گویان

مورد بررسی قرار داده‌اند و بر خودداری روزنامه‌های آمریکایی از نمایش جسد آمریکایی‌ها صحنه می‌گذارند. ضمن اینکه این تحقیق به این نتیجه رسیده است که حتی نشریاتی همانند نیویورک تایمز و لس آنجلس تایمز نسبت به نشریات زرد، بیشتر به چاپ عکس‌های هولناک (البته اجساد غیرآمریکایی‌های سایر کشورها) تمایل دارند. نشریات زرد علی‌رغم اینکه بیشتر به انتشار محتوای خشونت‌بار مشهور هستند اما بیشتر عکس ساختمان‌های بمباران شده، خانه‌های ویران یا هواپیمایی که سقوط کرده، را چاپ می‌کنند و بدین ترتیب نگاهی غیرمستقیم به مرگ دارند.

سؤالات تحقیق

مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای در عکاسی خبری کدام هستند؟
چالش‌های اخلاق حرفه‌ای در عکاسی خبری کدام هستند؟

روش تحقیق

روش تحقیق حاضر پیمایشی است. جامعه آماری در مرحله کیفی خبرگان عکاسان خبری هستند که ۱۳ نفر با نمونه‌گیری هدفمند و معیار اشباع نظری انتخاب شدند. جامعه آماری در مرحله کمی عکاسان عضو انجمن صنفی مطبوعات در سنین مختلف ساکن شهر تهران می‌باشند. جهت انتخاب نمونه مناسب تحقیق از روش نمونه‌گیری در دسترس استفاده شد و حجم نمونه براساس جدول مورگان ۲۴۸ نفر است، که پس از جمع‌آوری پرسش‌نامه‌ها تعداد ۲۴۵ پرسش‌نامه جمع‌آوری گردید. ابزار گردآوری داده‌ها در بخش کیفی مصاحبه نیمه ساختار یافته است. پس از انجام مصاحبه با هر یک از خبرگان و صاحب‌نظران، مصاحبه‌ها پیاده‌سازی شدند. در نهایت پس از جمع‌آوری اطلاعات از بخش مصاحبه و بررسی منابع در این مرحله از آزمون دو جمله‌ای استفاده گردید. در مرحله روش تحقیق کمی، برای اجرای طرح از پرسش‌نامه محقق ساخته استفاده شد. بدین منظور با استفاده از نتایج روش کیفی مؤلفه‌ها و چالش‌های اخلاق حرفه‌ای مشخص شد. سپس براساس مؤلفه‌ها و چالش‌های مورد نظر، پرسش‌نامه یاد شده تدوین گردید. این پرسش‌نامه شامل ۲۶ مؤلفه و چالش در جدول شماره ۱ بوده است. (جدول ۱)

روایی و پایایی

روایی و پایایی در بخش کیفی از طریق آزمون دو جمله‌ای به دست آمده است. در بخش کمی نیز به منظور برآورد روایی پرسش‌نامه در این پژوهش از روایی محتوایی استفاده شده است. همان‌طور که در بخش تحقیق کیفی اشاره شد، مؤلفه‌ها و چالش‌های اخلاق حرفه‌ای در دو مرحله گردآوری داده‌ها با روش

توزیع فراوانی متغیرهای تحقیق: برای آزمون فرضیه‌های پژوهش در ابتدا به بررسی نرمال بودن توزیع فراوانی متغیرها پرداخته می‌شود. بنابراین در ابتدا این شرط برای متغیرهای تحقیق مورد بررسی قرار می‌گیرد. با توجه به این که سطح معنی‌داری آزمون کولموگروف - اسمیرنوف در جدول شماره ۸ که برای متغیر اخلاق حرفه‌ای، بیشتر از ۰/۰۵ است، بنابراین نتیجه می‌گیریم که توزیع فراوانی متغیرهای تحقیق نرمال است. (جدول ۸)

آزمون کفایت نمونه: با توجه به این که از پیش نیازهای استفاده از معادلات ساختاری لیزرل بررسی کفایت نمونه مورد بررسی است، که برای بررسی این مهم، از آزمون کفایت نمونه برداری KMO استفاده شده است: (جدول ۹)

با توجه به جدول شماره ۹ مقدار کفایت نمونه‌گیری معادل با ۰/۷۶۱ است. بنابراین میزان نمونه برای استفاده از معادلات ساختاری مناسب می‌باشد. به طور کلی مقادیر بالا (نزدیک به یک) نشان‌گر آن است که تحلیل عاملی برای داده‌ها قابل کاربرد است.

تحلیل عاملی تأییدی: از مدل اندازه‌گیری ضرایب استاندارد شده (شکل ۱۵-۴) می‌توان این برداشت را کرد که بین متغیرهای مکنون مربوطه و شاخص‌های متناظر با آن‌ها، همبستگی معناداری وجود دارد. ضرایب استاندارد شده، در واقع بیانگر ضرایب مسیر^۱ بارهای عاملی استاندارد شده^۲ بین عامل‌ها و نشان‌گرها هستند. برای داشتن روایی باید بین شاخص^۳ و بعد^۴ و بین بعد و شاخص، همبستگی معناداری وجود داشته باشد. مدل تخمین استاندارد مدلی است که از تطابق دو ماتریس کواریانس^۵ مدل داده‌ها حاصل می‌شود و تخمین واقعی پارامترهای مدل را نشان می‌دهد. در این مدل میزان روابط بین شاخص و بعد، بعد و شاخص نشان داده می‌شود. (شکل ۱)

ضرایب بین سؤالات و متغیر اخلاق حرفه‌ای، ضریب استاندارد شده هستند، که نشان‌دهنده شدت توانایی اندازه‌گیری هر شاخص در متغیر تحقیق است. این ضریب بین ۰ تا ۱ است و هر چه به ۱ نزدیک‌تر باشد، نشان‌دهنده توانایی بالاتر شاخص در سنجش متغیر است. ضرایب سطح معناداری^۶ متغیرهای مدل بدین صورت هستند: (شکل ۲)

ضرایب معناداری نشان‌دهنده معناداری روابط بین متغیرها هستند. (جدول ۱۰)

بیشترین گروه سنی را افراد بین ۳۰ تا ۴۰ سال با ۵۷,۱٪ به خود اختصاص داده‌اند. ترکیب جنسیتی پاسخ‌گویان ۱۸۰ نفر زن و ۶۵ نفر مرد بوده‌اند. سابقه عکاسی پاسخ‌گویان زیر ۵ سال ۳۸,۸٪، ۵ تا ۱۰ سال ۸۲,۷٪، ۱۱ تا ۱۵ سال ۸,۲٪، ۱۶ تا ۲۰ سال ۱۴,۳٪ و بالاتر از ۲۱ سال ۶,۱٪ بوده است. بررسی تحصیلات پاسخ‌گویان نشان می‌دهد ۶۵,۳٪ پاسخ‌گویان افراد دارای مدرک تحصیلی کارشناسی هستند. ۲۸,۶٪ دارای مدرک کارشناسی ارشد و ۶,۱٪ دارای دیپلم هستند. در ادامه در جدول شماره ۶ به میزان دامنه تغییرات نمرات متغیر اخلاق حرفه‌ای، میانگین و انحراف معیار آن اشاره شده است. همانطور که مشاهده می‌شود این متغیر در دامنه قابل قبولی برای دو شاخص چولگی و کشیدگی قرار دارند. لازم به ذکر است که دامنه قابل قبول برای چولگی و کشیدگی بین ۲ تا ۲- است و در صورتی که متغیر در این دامنه قرار داشته باشد، دارای توزیع نرمال است. (جدول ۶)

بررسی وضعیت مؤلفه‌ها و چالش‌های اخلاق حرفه‌ای:

برای بررسی وضعیت مؤلفه‌ها و چالش‌های اخلاق حرفه‌ای از آزمون تی تک نمونه‌ای استفاده شده است. (جدول ۷)

مطابق با جدول شماره ۷ میانگین نمره پاسخ‌گویان در متغیر اخلاق حرفه‌ای و مؤلفه‌ها و چالش‌های آن از متوسط نمره (عدد ۳) به شکل معناداری بالاتر است. معنی این یافته آن است که میانگین اخلاق حرفه‌ای و مؤلفه‌ها و چالش‌های آن («احترام به حریم خصوصی سوژه»، «جلب اعتماد سوژه»، «رعایت صداقت و راستی»، «حفظ آبروی سوژه»، «اطلاع‌رسانی و انعکاس حقیقت»، «پرداختن به موضوعات نامکشوف»، «انعکاس واقعیه بدون کم و کاست»، «رعایت بی‌طرفی در عکاسی خبری»، «دقت در بازنمایی موضوعات»، «عدم دستکاری عکس»، «احترام به سایر عکاسان خبری»، «عدم دریافت هدیه به وسیله عکاس»، «عدم انتشار چهره سوژه بدون اجازه»، «عدم انعکاس عکس‌های هولناک»، «رعایت مسئولیت‌پذیری»، «جلب اعتماد مخاطبین»، «عدم افشای منبع اطلاعات»، «عدم دستکاری در صحنه واقعه»، «عدم جریحه‌دار کردن عفت عمومی»، «پرهیز از کلیشه‌سازی»، «کمک انسانی به سوژه»، «هماهنگی کار تیمی بین عکاس و خبرنگار»، «عدم افشای موارد امنیتی»، «اشراف به موضوع عکاسی»، «عدم پرداخت پول به منابع و افراد» و «داشتن مرام‌نامه اخلاقی») در حد بالاتر از حد متوسط قرار دارد.

آزمون کولموگروف - اسمیرنوف برای نرمال بودن

۴. Component

۵. Covariance Matrix

۶. T-value

۱. Path Coefficient

۲. Standardized Estimate

۳. Index

و چالش‌های اخلاق حرفه‌ای پرداخته شده است که یافته‌های این آزمون نشان داد به ترتیب مؤلفه‌های «اشراف به موضوع عکاسی»، «اطلاع‌رسانی و انعکاس حقیقت»، «حفظ آبروی سوژه»، «رعایت مسئولیت‌پذیری»، «جلب اعتماد سوژه»، «انعکاس واقع‌بدون کم و کاست»، «احترام به سایر عکاسان خبری»، «عدم دستکاری در صحنه واقعه»، «داشتن مرام‌نامه اخلاقی»، «رعایت صداقت و راستی»، «دقت در بازنمایی موضوعات»، «جلب اعتماد مخاطبین»، «عدم دستکاری عکس»، «احترام به حریم خصوصی سوژه»، «پرهیز از کلیشه‌سازی»، «رعایت بی‌طرفی در عکاسی خبری»، «پرداختن به موضوعات نامکشوف»، «عدم افشای منبع اطلاعات»، «کمک انسانی به سوژه»، «همانگی کار تیمی بین عکاس و خبرنگار»، «عدم افشای موارد امنیتی»، «عدم جریحه‌دار کردن عفت عمومی»، «عدم پرداخت پول به منابع و افراد»، «عدم دریافت هدیه به وسیله عکاس»، «عدم انتشار چهره سوژه بدون اجازه» و «عدم انعکاس عکس‌های هولناک» بیشترین تا کم‌ترین میانگین را در رعایت اخلاق حرفه‌ای در عکاسی خبری به خود اختصاص داده‌اند.

از آنجا که پژوهش حاضر جزو معدود پژوهش‌های موجود در کشور در زمینه بررسی مؤلفه‌ها و چالش‌های اخلاق حرفه‌ای در عکاسی خبری است برای حمایت از یافته‌های آن می‌توان به پژوهش‌های موجود در زمینه رسانه‌ها، به طور کلی اشاره کرد. نتایج پژوهش حاضر با نتایج پژوهش‌های زیر هم راستا است. (خانیک، ۱۳۸۸) در پژوهشی با عنوان چارچوبی برای پژوهش در اخلاق رسانه، چهار اصل "آگاهی‌دهی عمومی"، "آزادی مطبوعات"، "بیان حقیقت" و "احترام به حیثیت فردی و زندگی خصوصی" به عنوان اخلاق‌شناسی حرفه‌ای رسانه در نظر می‌گیرد. در پژوهش دیگری (بیران و همکاران، ۱۳۹۴) با عنوان منشور اخلاق حرفه‌ای در رسانه‌ها بیان می‌کنند که ضرورت حفظ اعتماد مخاطبین برای اصحاب رسانه مهم است. مدیران و عوامل رسانه‌ها می‌دانند که تاچه اندازه رعایت اخلاق و قواعد کار حرفه‌ای در حفظ اعتماد مردم نقش دارد، از این رو خود شیوه‌ای را برای نظارت و کنترل فعالیت‌های خود انتخاب می‌کنند، شیوه‌ای که مانع فعالیت‌های آن‌ها نمی‌شود و رسانه‌ها را پاسخ‌گو می‌نماید. بنابراین ضرورت تدوین منشور اخلاق حرفه‌ای از سوی رسانه‌ها از اهمیت زیادی برخوردار است.

(نجف‌پور، ۱۳۹۳) در تحقیقی با عنوان "اخلاق در رسانه؛ چالش‌های اساسی و توصیه‌های ملی" به این یافته‌ها رسیده است که چالش‌های اساسی اخلاق رسانه‌ای در ایران را می‌توان به طور خلاصه به صورت زیر برشمرد: دولتی بودن رسانه‌ها، نامشخص

برازش مدل تحقیق

برازش مدل به این معنی است که ماتریس واریانس - کوواریانس مشاهده شده یا ماتریس واریانس - کوواریانس پیش‌بینی شده توسط مدل باید مقادیری نزدیک به هم داشته باشد یا اصطلاحاً برازش داشته باشند. هر چه مقادیر ما در دو ماتریس به هم نزدیک‌تر باشند، مدل دارای برازش بیشتری است. در مدلیابی معادلات ساختاری هنگامی می‌توان به برآوردهای مدل اعتماد کرد که مدل دارای برازش کافی باشد. (جدول ۱۱)

جدول شماره ۱۱ نشان می‌دهد که تحلیل عاملی تأییدی سازه‌های پرسش‌نامه دارای برازش مناسب بوده و سازه‌های پرسش‌نامه به خوبی متغیر اخلاق حرفه‌ای را نشان می‌دهند.

بحث و نتیجه‌گیری

اخلاق از مؤلفه‌های فضیلت است که در هر جامعه‌ای قابلیت شرح، بسط و کاربرد دارد. در این بین رسانه با توسل به اخلاق موضوعیت می‌یابد. از آنجایی که، اخلاق نسبتی مستقیم با انسان و جامعه دارد، رسانه نمی‌تواند دور از اخلاق باشد. هدف از پژوهش حاضر بررسی مؤلفه‌ها و چالش‌های اخلاق حرفه‌ای در عکاسی خبری بود در ادامه به ارائه نتایج آن پرداخته می‌شود.

بررسی نتایج به دست آمده از آزمون دو جمله‌ای: در گام اول برای بررسی و تأیید شاخص‌های شناسایی شده مؤلفه‌ها و چالش‌های اخلاق حرفه‌ای در عکاسی خبری از مصاحبه‌ها، از آزمون دو جمله‌ای استفاده شده است. نتیجه به دست آمده از تجزیه و تحلیل داده‌ها نمایانگر تأیید همه مؤلفه‌ها و شاخص‌های «احترام به حریم خصوصی سوژه»، «جلب اعتماد سوژه»، «رعایت صداقت و راستی»، «حفظ آبروی سوژه»، «اطلاع‌رسانی و انعکاس حقیقت»، «پرداختن به موضوعات نامکشوف»، «انعکاس واقع‌بدون کم و کاست»، «رعایت بی‌طرفی در عکاسی خبری»، «دقت در بازنمایی موضوعات»، «عدم دستکاری عکس»، «احترام به سایر عکاسان خبری»، «عدم دریافت هدیه به وسیله عکاس»، «عدم انتشار چهره سوژه بدون اجازه»، «عدم انعکاس عکس‌های هولناک»، «رعایت مسئولیت‌پذیری»، «جلب اعتماد مخاطبین»، «عدم افشای منبع اطلاعات»، «عدم دستکاری در صحنه واقعه»، «عدم جریحه‌دار کردن عفت عمومی»، «پرهیز از کلیشه‌سازی»، «کمک انسانی به سوژه»، «همانگی کار تیمی بین عکاس و خبرنگار»، «عدم افشای موارد امنیتی»، «اشراف به موضوع عکاسی»، «عدم پرداخت پول به منابع و افراد» و «داشتن مرام‌نامه اخلاقی» است. در گام دوم با استفاده از آزمون تی تک نمونه‌ای به بررسی وضعیت مؤلفه‌ها

فنی، تجربه، تخصص و اخلاق آن بستگی دارد.

پیشنهادات کاربردی پژوهش

به طور کلی و با توجه به یافته‌های پژوهش، پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

۱- تدوین اصول اخلاق حرفه‌ای مدون رسانه‌ها توسط انجمن صنفی رسانه‌ها با همکاری اصحاب رسانه با توجه به ارزش‌ها و فرهنگ کشور

۲- به رسمیت شناختن اصول اخلاق حرفه‌ای تدوین شده و پایبندی به رعایت اصول تدوین شده از سوی اصحاب رسانه

۳- آموزش تخصصی و حرفه‌ای عکاسان خبر: عکاسان خبری بایستی به موضوع عکاسی اشراف کامل داشته باشند.

۴- عکاس مطبوعاتی برای کسب آگاهی در مورد وقایع و مسائل اجتماعی و به تصویر کشیدن آزادانه آن‌ها، بر مبنای حق همگان برای شناخت حقایق، باید به واقعیت‌های عینی توجه کند و تصاویر صحیح و دقیق و منصفانه در اختیار خوانندگان بگذارد.

۵- در عکاسی خبری نباید انگیزه‌ها و تعصبات شخصی دخالتی داشته باشد و باید بدون جانبداری فقط خود واقعیت ثبت شود. مخاطب نباید از روی عکس به انگیزه‌های شخصی عکاس پی ببرد.

۶- عکاسان خبری بایستی با همه سوژه‌ها با احترام و شأن انسانی رفتار کنند. همچنین آبروی آن‌ها را حفظ کنند و به حریم شخصی آن‌ها احترام بگذارند تا جایی که باعث جلب اعتماد سوژه نسبت به خود شوند. همچنین از انتشار چهره سوژه بدون اجازه او خودداری شود.

۷- عکاسان حرفه‌ای و مسئولین رسانه‌ها، بایستی از هرگونه دستکاری و یا تغییر عکس خودداری کنند. همچنین بایستی رویداد را کامل ارائه دهند و از کلیشه‌ها پرهیز کنند.

۸- عکاسان خبری بایستی به موضوعات نامشکوف بپردازند.

۹- عکاسان خبری بایستی منبع اطلاعات، موارد امنیتی و مواردی که باعث جریحه دار شدن عفت عمومی می‌شود را افشا نکنند. همچنین بایستی از انعکاس عکس‌های هولناک (در صورت لزوم با اخطار و پوشش) خودداری کنند. اگر عکاسان شاخص‌های اخلاقی را رعایت نکنند برای نمونه: ترویج تشویش اذهان کنند و یا تصاویری که با عفت عمومی منافات دارد پخش کنند، در این صورت جامعه به سمت انحطاط کشیده خواهد شد.

۱۰- بایستی بین عکاس و خبرنگار، کار تیمی هماهنگی وجود داشته باشد که بر نفوذ کلام تصویر می‌افزاید. به همان اندازه که یک عکس بدون شرح مخاطب را ارضاع نمی‌کند و برعکس چاپ یک خبر بدون عکس کمتر مخاطبی را بخود جلب می‌کند و این دو بازوی یک پیکرند و نیاز به هم‌فکری و تعامل دارند.

بودن حدود عمل رسانه‌ها و خطوط قرمز، ابهام در قوانینی مربوط به حقوق رسانه‌ها، هزینه‌بر بودن فعالیت‌ها، عدم دسترسی آزادانه به اطلاعات، تعامل نادرست سازمان‌ها یا رسانه‌ها، فقدان تخصص و اشراف علمی خبرنگاران.

نتایج پژوهش (ملکیان و پورانواری، ۱۳۹۳) نشان داد که بین پایگاه اقتصادی اجتماعی و رضایت از آزادی بیان همبستگی منفی و ضعیف (۰,۱۴۴) وجود داشته، بین میزان رعایت آزادی بیان و رعایت اخلاق رسانه‌ای در این روزنامه در بین پاسخ‌گویان رابطه معنادار وجود دارد، رابطه بین میزان صحت اطلاعات روزنامه همشهری و رعایت اخلاق رسانه‌ای تأیید شد، بین میزان رعایت حریم خصوصی توسط روزنامه همشهری و رعایت اخلاق رسانه‌ای با شدت همبستگی (۰,۴۲۷) و ۹۹٪ اطمینان تأیید شده است. همچنین بین کیفیت اطلاع‌رسانی، توجه به هویت دینی و ملی، میزان پرهیز از تضاد منافع و رعایت اخلاق رسانه‌ای رابطه معنادار وجود داشته است.

نتایج پژوهش (بران و حضرتی، ۱۳۹۱) با عنوان بررسی میزان رعایت معیارها و اصول اخلاق رسانه‌ای حرفه‌ای در برنامه ۹۰ از دیدگاه روزنامه‌نگاران ورزشی و متخصصان ورزش و رسانه، حاکی از اثر معنادار رعایت اصول اخلاق رسانه‌ای در برنامه ۹۰ است. بدین معنا که در برنامه ۹۰ معیارهایی همچون عینیت، بی‌طرفی و عدم تحریف در تهیه محتوای برنامه و پخش قسمت‌های گوناگون رعایت می‌کند.

(جانووچ و جانووچ، ۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان اخلاق در عکاسی خبری، احترام و حفظ حریم خصوصی سوژه و ... را جزء اصول اخلاقی حرفه‌ای در رسانه می‌داند.

(کالین، ۲۰۱۳) در تحقیقی با عنوان اخلاق و تصاویر اجساد رنج دیده در پزشکی بیان می‌کند که اولاً، خلاء هنجاری در تقاطع اخلاق پزشکی، اخلاق بشردوستانه و اخلاق روزنامه‌نگاری وجود دارد، ثانیاً تداوم کلیشه‌های بیماری، قحطی یا بلا یا و مشتقات سیاسی آن‌ها منبع انتقادات اخلاقی است. ثالثاً، برخوردهای تصادفی اعضای سازمان‌های بهداشت با مطبوعات در این عرصه می‌تواند منجر به سوتفاهم و تنش اخلاقی شود.

(پریادشانی، ۲۰۰۸) در تحقیقی تحت عنوان یک مطالعه ارتباطی در مورد حرفه‌ای بودن و کاربردهای عملی در روزنامه‌نگاری عکس نوشته است: فتوژورنالیسم را می‌توان به صورت ثبت حادثه بصری با استفاده از دوربین برای گردش عمومی تعریف کرد. یک عکس با زیرنویس و شرح آن معنایی را منتقل می‌کند که چند وجهی است تا یک گزارش صرفاً متنی. یک عکس مرتبط به خبر به مخاطب اعتماد می‌دهد. تفاوت مابین حرفه‌ای بودن و کاربرد عملی عکس روزنامه‌نگاری وجود دارد. حرفه‌ای بودن به دانش

- ۱۱- عکاس مطبوعات باید به صحت عمل حرفه‌ای خویش توجه ویژه داشته باشد و تنها تصاویری را که صحت آن‌ها مشخص است، منتشر کند و در صورت لزوم قید رعایت احتیاط نسبت به زیر نویس اطلاعات عکس اقدام نماید.
- ۱۲- عکاسان باید از پذیرش هر گونه پاداش مادی غیر قانونی و نامشروع، برای پیشبرد مقاصد خصوصی مغایر با منافع و مصالح عمومی خودداری کنند. همچنین به هیچ منبعی پول نپردازند؛ چه به منبع و چه به سوژه. یا به صورت مادی پاسخ لطف‌شان را ندهند. حتی در ازای اطلاعاتی که به آن‌ها می‌دهند و یا مشارکتی که برای رسیدن به سوژه انجام می‌دهند.
- ۱۳- در کار عکاسی مطبوعات، عکس باید به منزله یک خدمت اجتماعی و نه یک کالای بازرگانی، نگریسته شود. به همین جهت، عکاسی مطبوعات در انجام وظایف حرفه‌ای خویش نه تنها در برابر صاحبان و مدیران مطبوعات، بلکه در مقابل جمع وسیع خوانندگان و منافع و مصالح عمومی جامعه نیز مسئولیت دارد و این مسئولیت اجتماعی ایجاب می‌کند که در شرایط و اوضاع و احوال مختلف، همیشه بر اساس وجدان اخلاقی خاص خود عمل نماید.

جدول ۱- مؤلفه‌ها و چالش‌های اخلاق حرفه‌ای

| ردیف | اصول اخلاقی | ردیف | اصول اخلاقی |
|------|---------------------------------|------|-------------------------------------|
| ۱ | احترام به حریم خصوصی سوژه | ۱۴ | عدم انعکاس عکس‌های هولناک |
| ۲ | جلب اعتماد سوژه | ۱۵ | رعایت مسئولیت‌پذیری |
| ۳ | رعایت صداقت و راستی | ۱۶ | جلب اعتماد مخاطبین |
| ۴ | حفظ آبروی سوژه | ۱۷ | عدم افشای منبع اطلاعات |
| ۵ | اطلاع‌رسانی و انعکاس حقیقت | ۱۸ | عدم دستکاری در صحنه واقعه |
| ۶ | پرداختن به موضوعات نامکشوف | ۱۹ | عدم جریحه‌دار کردن عفت عمومی |
| ۷ | انعکاس واقعه بدون کم و کاست | ۲۰ | پرهیز از کلیشه‌سازی |
| ۸ | رعایت بی‌طرفی در عکاسی خبری | ۲۱ | کمک انسانی به سوژه |
| ۹ | دقت در بازنمایی موضوعات | ۲۲ | هماهنگی کار تیمی بین عکاس و خبرنگار |
| ۱۰ | عدم دستکاری عکس | ۲۳ | عدم افشای موارد امنیتی |
| ۱۱ | احترام به سایر عکاسان خبری | ۲۴ | اشراف به موضوع عکاسی |
| ۱۲ | عدم دریافت هدیه به وسیله عکاس | ۲۵ | عدم پرداخت پول به منابع و افراد |
| ۱۳ | عدم انتشار چهره سوژه بدون اجازه | ۲۶ | داشتن مرام‌نامه اخلاقی |

جدول ۲- ضرایب شاخص روایی محتوایی متغیرهای تحقیق

| سازه | ضریب CVR | سازه | ضریب CVR |
|---------|----------|---------|----------|
| سؤال ۱ | ۰/۹۳ | سؤال ۱۴ | ۰/۹۳ |
| سؤال ۲ | ۰/۸۶ | سؤال ۱۵ | ۰/۹۳ |
| سؤال ۳ | ۰/۸۶ | سؤال ۱۶ | ۰/۸۶ |
| سؤال ۴ | ۰/۷۹ | سؤال ۱۷ | ۰/۹۳ |
| سؤال ۵ | ۰/۹۳ | سؤال ۱۸ | ۰/۹۳ |
| سؤال ۶ | ۰/۸۶ | سؤال ۱۹ | ۰/۸۶ |
| سؤال ۷ | ۰/۸۶ | سؤال ۲۰ | ۰/۸۶ |
| سؤال ۸ | ۰/۷۹ | سؤال ۲۱ | ۰/۹۳ |
| سؤال ۹ | ۰/۷۹ | سؤال ۲۲ | ۰/۹۳ |
| سؤال ۱۰ | ۰/۸۶ | سؤال ۲۳ | ۰/۸۶ |
| سؤال ۱۱ | ۰/۹۳ | سؤال ۲۴ | ۰/۸۶ |
| سؤال ۱۲ | ۰/۹۳ | سؤال ۲۵ | ۰/۸۶ |
| سؤال ۱۳ | ۰/۸۶ | سؤال ۲۶ | ۰/۸۶ |

جدول ۳- ضرایب آلفای کرونباخ متغیر تحقیق

| متغیر | آلفای کرونباخ |
|---------------|---------------|
| اخلاق حرفه‌ای | ۰.۸۷۷ |

جدول ۴- کدگذاری پاسخ‌های دریافتی از مصاحبه‌های انجام شده در مورد مؤلفه‌ها و چالش‌های اخلاق حرفه‌ای

| کدگذاری محوری | مشارکت کنندگان |
|--|---|
| ۱ احترام به حریم خصوصی سوژه | کدهای ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲ |
| ۲ جلب اعتماد سوژه | کدهای ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲ |
| ۳ رعایت صداقت و راستی | کدهای ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۳ |
| ۴ حفظ آبروی سوژه | کدهای ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱ |
| ۵ اطلاع‌رسانی و انعکاس حقیقت | کدهای ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۱، ۱۲ |
| ۶ پرداختن به موضوعات نامکشوف | کدهای ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۳ |
| ۷ انعکاس واقعه بدون کم و کاست | کدهای ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲ |
| ۸ رعایت بی‌طرفی در عکاسی خبری | کدهای ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۱، ۱۲، ۱۳ |
| ۹ دقت در بازنمایی موضوعات | کدهای ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۳ |
| ۱۰ عدم دستکاری عکس | کدهای ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۳ |
| ۱۱ احترام به سایر عکاسان خبری | کدهای ۱، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۳ |
| ۱۲ عدم دریافت هدیه به وسیله عکاس | کدهای ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۱، ۱۲، ۱۳ |
| ۱۳ عدم انتشار چهره سوژه بدون اجازه | کدهای ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۱، ۱۲، ۱۳ |
| ۱۴ عدم انعکاس عکس‌های هولناک | کدهای ۱، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱ |
| ۱۵ رعایت مسئولیت‌پذیری | کدهای ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۱، ۱۲، ۱۳ |
| ۱۶ جلب اعتماد مخاطبین | کدهای ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۳ |
| ۱۷ عدم افشای منبع اطلاعات | کدهای ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۲، ۱۳ |
| ۱۸ عدم دستکاری در صحنه واقعه | کدهای ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۲، ۱۳ |
| ۱۹ عدم جریحه‌دار کردن عفت عمومی | کدهای ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳ |
| ۲۰ پرهیز از کلیشه‌سازی | کدهای ۱، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۲، ۱۳ |
| ۲۱ کمک انسانی به سوژه | کدهای ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲ |
| ۲۲ هماهنگی کار تیمی بین عکاس و خبرنگار | کدهای ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۱، ۱۲، ۱۳ |
| ۲۳ عدم افشای موارد امنیتی | کدهای ۱، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱ |
| ۲۴ اشراف به موضوع عکاسی | کدهای ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۱، ۱۲، ۱۳ |
| ۲۵ عدم پرداخت پول به منابع و افراد | کدهای ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۳ |
| ۲۶ داشتن مرام‌نامه اخلاقی | کدهای ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۲، ۱۳ |

جدول ۵- نتیجه آزمون دو جمله‌ای شاخص‌های اولیه مؤلفه‌ها و چالش‌های اخلاق حرفه‌ای

| سطح معناداری | نسبت آزمون | نسبت مشاهده شده | N | طبقه | شاخص‌ها | |
|--------------|------------|-----------------|----|------|---------|---------------------------------|
| . / .۰۳۴ | . / ۶ | . / ۳ | ۵ | ۳<= | گروه ۱ | احترام به حریم خصوصی سوژه |
| | | . / ۷ | ۱۰ | ۳> | گروه ۲ | |
| | | ۱ / ۰۰ | ۱۵ | | کل | |
| . / .۰۰۲ | . / ۶ | . / ۲ | ۳ | ۳<= | گروه ۱ | جلب اعتماد سوژه |
| | | . / ۸ | ۱۲ | ۳> | گروه ۲ | |
| | | ۱ / ۰۰ | ۱۵ | | کل | |
| . / .۰۳۴ | . / ۶ | . / ۳ | ۵ | ۳<= | گروه ۱ | رعایت صداقت و راستی |
| | | . / ۷ | ۱۰ | ۳> | گروه ۲ | |
| | | ۱ / ۰۰ | ۱۵ | | کل | |
| . / .۰۳۴ | . / ۶ | . / ۳ | ۵ | ۳<= | گروه ۱ | حفظ آبروی سوژه |
| | | . / ۷ | ۱۰ | ۳> | گروه ۲ | |
| | | ۱ / ۰۰ | ۱۵ | | کل | |
| . / .۰۳۴ | . / ۶ | . / ۳ | ۵ | ۳<= | گروه ۱ | اطلاع‌رسانی و انعکاس حقیقت |
| | | . / ۷ | ۱۰ | ۳> | گروه ۲ | |
| | | ۱ / ۰۰ | ۱۵ | | کل | |
| . / .۰۰۲ | . / ۶ | . / ۲ | ۳ | ۳<= | گروه ۱ | پرداختن به موضوعات نامکشوف |
| | | . / ۸ | ۱۲ | ۳> | گروه ۲ | |
| | | ۱ / ۰۰ | ۱۵ | | کل | |
| . / .۰۰۹ | . / ۶ | . / ۳ | ۴ | ۳<= | گروه ۱ | انعکاس واقع‌بدون کم و کاست |
| | | . / ۷ | ۱۱ | ۳> | گروه ۲ | |
| | | ۱ / ۰۰ | ۱۵ | | کل | |
| . / .۰۳۴ | . / ۶ | . / ۳ | ۵ | ۳<= | گروه ۱ | رعایت بی‌طرفی در عکاسی خبری |
| | | . / ۷ | ۱۰ | ۳> | گروه ۲ | |
| | | ۱ / ۰۰ | ۱۵ | | کل | |
| . / .۰۰۹ | . / ۶ | . / ۳ | ۴ | ۳<= | گروه ۱ | دقت در بازنمایی موضوعات |
| | | . / ۷ | ۱۱ | ۳> | گروه ۲ | |
| | | ۱ / ۰۰ | ۱۵ | | کل | |
| . / .۰۳۴ | . / ۶ | . / ۳ | ۵ | ۳<= | گروه ۱ | عدم دستکاری عکس |
| | | . / ۷ | ۱۰ | ۳> | گروه ۲ | |
| | | ۱ / ۰۰ | ۱۵ | | کل | |
| . / .۰۰۲ | . / ۶ | . / ۲ | ۳ | ۳<= | گروه ۱ | احترام به سایر عکاسان خبری |
| | | . / ۸ | ۱۲ | ۳> | گروه ۲ | |
| | | ۱ / ۰۰ | ۱۵ | | کل | |
| . / .۰۳۴ | . / ۶ | . / ۳ | ۵ | ۳<= | گروه ۱ | عدم دریافت هدیه به وسیله عکاس |
| | | . / ۷ | ۱۰ | ۳> | گروه ۲ | |
| | | ۱ / ۰۰ | ۱۵ | | کل | |
| . / .۰۰۹ | . / ۶ | . / ۳ | ۴ | ۳<= | گروه ۱ | عدم انتشار چهره سوژه بدون اجازه |
| | | . / ۷ | ۱۱ | ۳> | گروه ۲ | |
| | | ۱ / ۰۰ | ۱۵ | | کل | |

| | | | | | | |
|-------|-----|------|----|-----|--------|---|
| ۰/۰۰۲ | ۰/۶ | ۰/۲ | ۳ | ۳<= | گروه ۱ | عدم انعکاس عکس‌های هولناک |
| | | ۰/۸ | ۱۲ | ۳> | گروه ۲ | |
| | | ۱/۰۰ | ۱۵ | | کل | |
| ۰/۰۳۴ | ۰/۶ | ۰/۳ | ۵ | ۳<= | گروه ۱ | رعایت مسئولیت‌پذیری |
| | | ۰/۷ | ۱۰ | ۳> | گروه ۲ | |
| | | ۱/۰۰ | ۱۵ | | کل | |
| ۰/۰۰۰ | ۰/۶ | ۰/۱ | ۲ | ۳<= | گروه ۱ | جلب اعتماد مخاطبین |
| | | ۰/۹ | ۱۳ | ۳> | گروه ۲ | |
| | | ۱/۰۰ | ۱۵ | | کل | |
| ۰/۰۰۰ | ۰/۶ | ۰/۱ | ۲ | ۳<= | گروه ۱ | عدم افشای منبع اطلاعات |
| | | ۰/۹ | ۱۳ | ۳> | گروه ۲ | |
| | | ۱/۰۰ | ۱۵ | | کل | |
| ۰/۰۰۹ | ۰/۶ | ۰/۳ | ۴ | ۳<= | گروه ۱ | عدم دستکاری در صحنه واقعه |
| | | ۰/۷ | ۱۱ | ۳> | گروه ۲ | |
| | | ۱/۰۰ | ۱۵ | | کل | |
| ۰/۰۰۹ | ۰/۶ | ۰/۳ | ۴ | ۳<= | گروه ۱ | عدم جریحه‌دار کردن عفت عمومی |
| | | ۰/۷ | ۱۱ | ۳> | گروه ۲ | |
| | | ۱/۰۰ | ۱۵ | | کل | |
| ۰/۰۰۰ | ۰/۶ | ۰/۱ | ۲ | ۳<= | گروه ۱ | پرهیز از کلیشه‌سازی |
| | | ۰/۹ | ۱۳ | ۳> | گروه ۲ | |
| | | ۱/۰۰ | ۱۵ | | کل | |
| ۰/۰۰۹ | ۰/۶ | ۰/۳ | ۴ | ۳<= | گروه ۱ | کمک انسانی به سوژه |
| | | ۰/۷ | ۱۱ | ۳> | گروه ۲ | |
| | | ۱/۰۰ | ۱۵ | | کل | |
| ۰/۰۰۹ | ۰/۶ | ۰/۳ | ۴ | ۳<= | گروه ۱ | هماهنگی کار تیمی بین عکاس و خبرنگار |
| | | ۰/۷ | ۱۱ | ۳> | گروه ۲ | |
| | | ۱/۰۰ | ۱۵ | | کل | |
| ۰/۰۰۹ | ۰/۶ | ۰/۳ | ۴ | ۳<= | گروه ۱ | عدم افشای موارد امنیتی |
| | | ۰/۷ | ۱۱ | ۳> | گروه ۲ | |
| | | ۱/۰۰ | ۱۵ | | کل | |
| ۰/۰۰۹ | ۰/۶ | ۰/۳ | ۴ | ۳<= | گروه ۱ | اشراف به موضوع عکاسی |
| | | ۰/۷ | ۱۱ | ۳> | گروه ۲ | |
| | | ۱/۰۰ | ۱۵ | | کل | |
| ۰/۰۳۴ | ۰/۶ | ۰/۳ | ۵ | ۳<= | گروه ۱ | عدم پرداخت پول به منابع و افراد |
| | | ۰/۷ | ۱۰ | ۳> | گروه ۲ | |
| | | ۱/۰۰ | ۱۵ | | کل | |
| ۰/۰۰۲ | ۰/۶ | ۰/۲ | ۳ | ۳<= | گروه ۱ | داشتن مرام‌نامه اخلاقی |
| | | ۰/۸ | ۱۲ | ۳> | گروه ۲ | |
| | | ۱/۰۰ | ۱۵ | | کل | |

جدول ۶- متغیرهای توصیفی متغیرهای پژوهش

| متغیرهای پژوهش | حداقل | حداکثر | میانگین | انحراف معیار | چولگی | کشیدگی |
|----------------|-------|--------|---------|--------------|--------|--------|
| اخلاق حرفه‌ای | ۳,۵۸ | ۵ | ۴,۲۷ | ۰,۴ | -۰,۱۲۵ | -۱,۰۰۳ |

جدول ۷- آزمون تی تک نمونه‌ای مؤلفه‌ها و چالش‌های اخلاق حرفه‌ای

| متغیر | تعداد نمونه | حد متوسط | میانگین | انحراف استاندارد | مقدار T | درجه آزادی | p-value |
|-------------------------------------|-------------|----------|---------|------------------|---------|------------|---------|
| متغیر اخلاق حرفه‌ای | ۲۴۵ | ۳ | ۴,۲۷ | ۰,۴ | ۴۹,۴۹۳ | ۲۴۴ | ۰,۰۰۱ |
| احترام به حریم خصوصی سوژه | ۲۴۵ | ۳ | ۴,۳۳ | ۰,۷۶۸ | ۲۷,۰۰۴ | ۲۴۴ | ۰,۰۰۱ |
| جلب اعتماد سوژه | ۲۴۵ | ۳ | ۴,۵۳ | ۰,۸۳۷ | ۲۸,۶۱۷ | ۲۴۴ | ۰,۰۰۱ |
| رعایت صداقت و راستی | ۲۴۵ | ۳ | ۴,۴۵ | ۰,۸۱۱ | ۲۷,۹۵۴ | ۲۴۴ | ۰,۰۰۱ |
| حفظ آبروی سوژه | ۲۴۵ | ۳ | ۴,۵۷ | ۰,۶۷۱ | ۳۶,۶۳۳ | ۲۴۴ | ۰,۰۰۱ |
| اطلاع‌رسانی و انعکاس حقیقت | ۲۴۵ | ۳ | ۴,۶۵ | ۰,۶۵۸ | ۳۹,۳۴۸ | ۲۴۴ | ۰,۰۰۱ |
| پرداختن به موضوعات نامکشوف | ۲۴۵ | ۳ | ۴,۲ | ۰,۹۴۹ | ۱۹,۸۵۷ | ۲۴۴ | ۰,۰۰۱ |
| انعکاس واقع‌بدون کم و کاست | ۲۴۵ | ۳ | ۴,۵۳ | ۰,۷۰۴ | ۳۴,۰۱۸ | ۲۴۴ | ۰,۰۰۱ |
| رعایت بی‌طرفی در عکاسی خبری | ۲۴۵ | ۳ | ۴,۳۱ | ۰,۹۹۶ | ۲۰,۵۲۷ | ۲۴۴ | ۰,۰۰۱ |
| دقت در بازنمایی موضوعات | ۲۴۵ | ۳ | ۴,۴۵ | ۰,۷۳۲ | ۳۰,۹۹۹ | ۲۴۴ | ۰,۰۰۱ |
| عدم دستکاری عکس | ۲۴۵ | ۳ | ۴,۳۹ | ۰,۸۷۸ | ۲۴,۷۳۶ | ۲۴۴ | ۰,۰۰۱ |
| احترام به سایر عکاسان خبری | ۲۴۵ | ۳ | ۴,۴۷ | ۰,۸۳۷ | ۲۷,۴۷۲ | ۲۴۴ | ۰,۰۰۱ |
| عدم دریافت هدیه به وسیله عکاس | ۲۴۵ | ۳ | ۳,۷۳ | ۱,۱۰۵ | ۱۰,۴۱ | ۲۴۴ | ۰,۰۰۱ |
| عدم انتشار چهره سوژه بدون اجازه | ۲۴۵ | ۳ | ۳,۷۳ | ۱,۳۰۸ | ۸,۷۸۹ | ۲۴۴ | ۰,۰۰۱ |
| عدم انعکاس عکس‌های هولناک | ۲۴۵ | ۳ | ۳,۲ | ۱,۱۸ | ۲,۷۰۷ | ۲۴۴ | ۰,۰۰۷ |
| رعایت مسئولیت‌پذیری | ۲۴۵ | ۳ | ۴,۵۷ | ۰,۵۷۳ | ۴۲,۹۵۶ | ۲۴۴ | ۰,۰۰۱ |
| جلب اعتماد مخاطبین | ۲۴۵ | ۳ | ۴,۴۵ | ۰,۷۳۲ | ۳۰,۹۹۹ | ۲۴۴ | ۰,۰۰۱ |
| عدم افشای منبع اطلاعات | ۲۴۵ | ۳ | ۴,۰۶ | ۰,۹۷۹ | ۱۶,۹۵۹ | ۲۴۴ | ۰,۰۰۱ |
| عدم دستکاری در صحنه واقعه | ۲۴۵ | ۳ | ۴,۴۷ | ۰,۷۰۴ | ۳۲,۶۵۸ | ۲۴۴ | ۰,۰۰۱ |
| عدم جریحه دار کردن عفت عمومی | ۲۴۵ | ۳ | ۴,۰۰ | ۱,۱۲۷ | ۱۳,۸۸۷ | ۲۴۴ | ۰,۰۰۱ |
| پرهیز از کلیشه‌سازی | ۲۴۵ | ۳ | ۴,۳۳ | ۰,۷۴۱ | ۲۸,۰۳۱ | ۲۴۴ | ۰,۰۰۱ |
| کمک انسانی به سوژه | ۲۴۵ | ۳ | ۴,۰۶ | ۰,۹۷۹ | ۱۶,۹۵۹ | ۲۴۴ | ۰,۰۰۱ |
| هماهنگی کار تیمی بین عکاس و خبرنگار | ۲۴۵ | ۳ | ۴,۰۴ | ۱,۱۹۷ | ۱۳,۶۱ | ۲۴۴ | ۰,۰۰۱ |
| عدم افشای موارد امنیتی | ۲۴۵ | ۳ | ۴,۰۴ | ۱,۱۲۶ | ۱۴,۴۶۳ | ۲۴۴ | ۰,۰۰۱ |
| اشراف به موضوع عکاسی | ۲۴۵ | ۳ | ۴,۶۹ | ۰,۵۴۳ | ۴۸,۷۹۴ | ۲۴۴ | ۰,۰۰۱ |
| عدم پرداخت پول به منابع و افراد | ۲۴۵ | ۳ | ۳,۸۶ | ۱,۲۶۴ | ۱۰,۶۱۲ | ۲۴۴ | ۰,۰۰۱ |
| داشتن مرام‌نامه اخلاقی | ۲۴۵ | ۳ | ۴,۴۷ | ۰,۸۱۲ | ۲۸,۳۱۲ | ۲۴۴ | ۰,۰۰۱ |

جدول ۸- آزمون کولموگروف - اسمیرنوف برای نرمال بودن توزیع فراوانی متغیرهای تحقیق

| شاخص‌ها | Z کولموگروف-اسمیرنوف | P-value |
|---------------|----------------------|---------|
| اخلاق حرفه‌ای | ۱,۴۱ | ۰,۱۳۷ |

جدول ۹- آزمون کفایت نمونه‌برداری

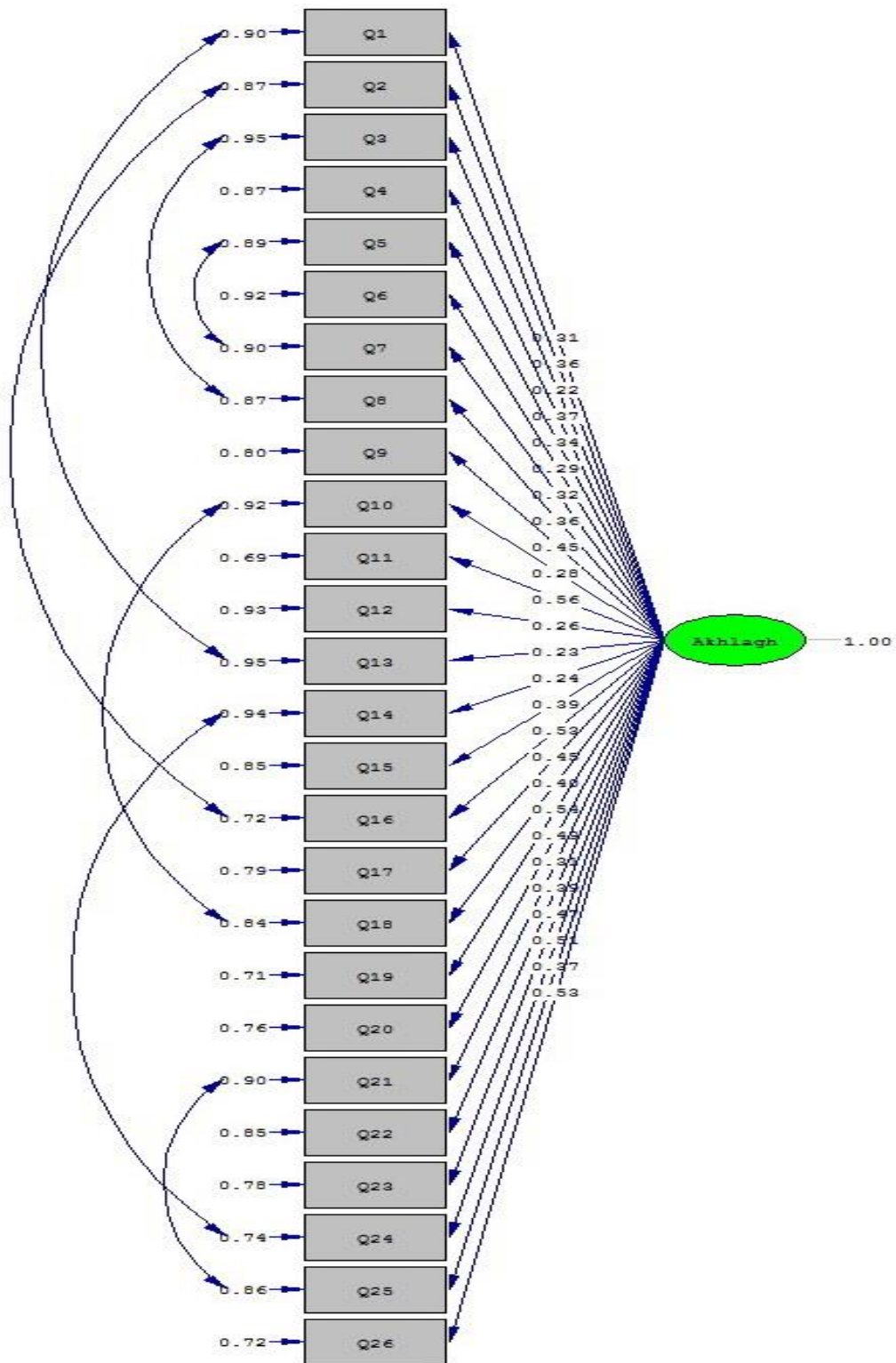
| آزمون کفایت نمونه‌برداری | | ۰,۷۶۱ |
|--------------------------|-------------------|----------|
| آزمون کرویت بارتلت | شاخص کرویت بارتلت | ۳۹۵۰,۵۹۵ |
| | درجه آزادی | ۳۲۵ |
| | سطح معنی‌داری | ۰ / ۰۰۱ |

جدول ۱۰- نتایج تحلیل عاملی تأییدی

| متغیرها | بار عاملی | سطح معناداری | متغیرها | بار عاملی | سطح معناداری |
|---------|-----------|--------------|---------|-----------|--------------|
| سؤال ۱ | ۰,۳۱ | ۴,۶۱ | سؤال ۱۴ | ۰,۲۴ | ۳,۴۷ |
| سؤال ۲ | ۰,۳۶ | ۵,۲۹ | سؤال ۱۵ | ۰,۳۹ | ۵,۷۵ |
| سؤال ۳ | ۰,۲۲ | ۳,۲۱ | سؤال ۱۶ | ۰,۵۳ | ۸,۰۹ |
| سؤال ۴ | ۰,۳۷ | ۵,۴۳ | سؤال ۱۷ | ۰,۴۵ | ۶,۸۶ |
| سؤال ۵ | ۰,۳۴ | ۴,۹۵ | سؤال ۱۸ | ۰,۴ | ۶,۰۰ |
| سؤال ۶ | ۰,۲۹ | ۴,۱۶ | سؤال ۱۹ | ۰,۵۴ | ۸,۳۶ |
| سؤال ۷ | ۰,۳۲ | ۴,۶۵ | سؤال ۲۰ | ۰,۴۹ | ۷,۴۱ |
| سؤال ۸ | ۰,۳۶ | ۵,۲۸ | سؤال ۲۱ | ۰,۳ | ۴,۵۵ |
| سؤال ۹ | ۰,۴۵ | ۴۶,۷۴ | سؤال ۲۲ | ۰,۳۹ | ۵,۷۶ |
| سؤال ۱۰ | ۰,۲۸ | ۴,۱ | سؤال ۲۳ | ۰,۴۷ | ۷,۰۹ |
| سؤال ۱۱ | ۰,۵۶ | ۸,۷۱ | سؤال ۲۴ | ۰,۵۱ | ۷,۵۲ |
| سؤال ۱۲ | ۰,۲۶ | ۳,۷۴ | سؤال ۲۵ | ۰,۳۷ | ۵,۴۸ |
| سؤال ۱۳ | ۰,۲۳ | ۳,۲۸ | سؤال ۲۶ | ۰,۵۳ | ۸,۱۱ |

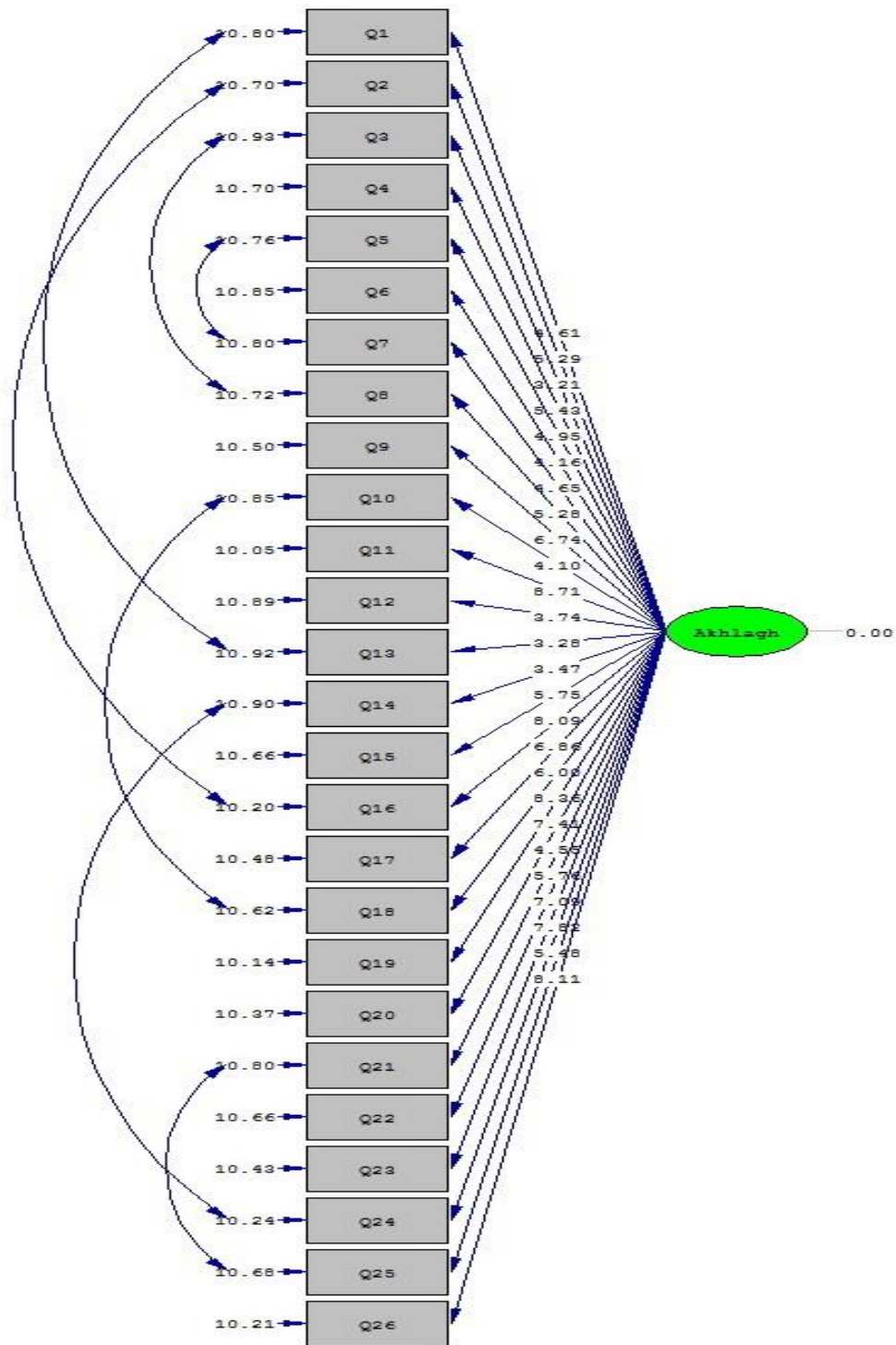
جدول ۱۱- شاخص‌های برازش مدل نهایی

| عنوان شاخص | دامنه مورد قبول | مقدار | نتیجه |
|------------|-----------------|--------|-----------|
| X2/df | $X^2/df \leq 3$ | ۱,۸ | تأیید مدل |
| RMSEA | RMSEA < 0.09 | ۰,۰۵۷ | تأیید مدل |
| GFI | GFI > 0.9 | ۰ / ۹۰ | تأیید مدل |
| AGFI | AGFI > 0.85 | ۰ / ۸۵ | تأیید مدل |
| CFI | CFI > 0.90 | ۰ / ۹۰ | تأیید مدل |
| IFI | IFI > 0.90 | ۰ / ۹۰ | تأیید مدل |



Chi-Square=526.68, df=292, P-value=0.00000, RMSEA=0.057

شکل ۱- تحلیل عاملی متغیر اخلاق حرفه‌ای



شکل ۲- سطح معناداری متغیر اخلاق حرفه‌ای

فهرست منابع

- Lavoie V., (2010). "Photojournalistic Integrity".
- Marvin, C. & Fishman, J. (2006). "Portrayals of Violence and Group Difference in Newspaper Photographs: Nationalism and Media", *Journal of Communication*, Vol. 53, PP. 32-44.
- Philippe, C. (2013). "Ethics and images of suffering bodies in humanitarian medicine".
- Priyadarshani S., (2008). "A Communication study about the professionalism and practical usage in photo journalism", University Kelaniya.
- Suntai, D. & Vakkai, F. (2018). "Media and Ethical Issues in Photo- Journalism", Tarabe State University.
- Urbonavičiūtė, L. (2015.). "The ethics of photojournalism in Lithuania: views of the news photographers", *Science journal (Communication and information)*.
- Vujovis, M. & Prelevic, L. (2014). "May ethics in news photography", University of nis faculty of philosophy, drpatment of communicology and journalism republic of Serbia.
- بیران، صدیقه، و حضرتی، افسون. (۱۳۹۱). "بررسی میزان رعایت معیارها و اصول اخلاق رسانه‌ای حرفه‌ای در برنامه ۹۰ از دیدگاه روزنامه نگاران ورزشی و متخصصان ورزش و رسانه مقاله"، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز.
- بیران، صدیقه، خانیکی، هادی. و طاهریان، محبوبه. (۱۳۹۴). "منشور اخلاق حرفه‌ای در رسانه‌ها"، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز.
- بختیاروند، مصطفی. و مستقل، نفیسه. (۱۳۹۶). "عکس: جلوه‌ای از هنر یا تقلید صرف؟ جایگاه آثار عکاسی در نظام حقوق مالکیت ادبی و هنری"، دانشگاه قم
- خانیکی، هادی. (۱۳۸۸). "چارچوبی برای پژوهش در اخلاق رسانه"، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، دوره ۴، شماره‌های ۱ و ۲، صص. ۷۹-۹۲.
- شکرخواه، یونس. (۱۳۹۱). "اخلاق حرفه‌ای"، یک بستر و یک جهان رؤیا.
- کاپا، رابرت. (۱۳۹۴). "کاپا به جنگ می‌رود"، نشر حرفه هنرمند.
- ملکیان، نازنین. و پورانوری، نسرتین. (۱۳۹۳). "بررسی میزان رعایت اخلاق رسانه‌ای در روزنامه همشهری از دیدگاه دانشجویان رشته علوم ارتباطات و روزنامه‌نگاری دانشگاه علامه طباطبایی. دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق.
- نجف‌پور، شعبان. (۱۳۹۳). "اخلاق در رسانه؛ چالش‌های اساسی و توصیه‌های ملی"، نشریه اخلاق در علوم و فناوری، دوره ۹، شماره ۲ (۲۸).
- Ball, A., Mark, H. & Sanders, K., (2006). "What British Journalism Students Think about Ethics and Journalism", University of Sheffield.
- Calain, P. (2012). "Ethics and images of suffering bodies in humanitarian medicine", *Unité de Recherche sur les Enjeux et Pratiques Humanitaires (UREPH), Médecins Sans Frontières – Switzerland, Rue de Lausanne 78, CH-1211 Genève 21, Switzerland.*
- Cooms, P. "A question of ethics", *Photographers in the spotlight. BBC.*
- Cooper, K. (1959). "Photojournalism Random House".
- Jacobites. (2018). "What is photojournalism".