



جان سی. نیپ - آزالیا ام. هولبرٹ

سایہ نویسی واخلاق اصالت

مترجم

احسان شاہ قاسمی



سایه نویسی و اخلاق اصالت

جان سی. نپ و آزالیا ام. هولبرت

مترجم

احسان شاه قاسمی

سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی

۱۳۹۸

سایه نویسی و اخلاق اصالت

جان سی. نپ و آلزلیا ام. هولبرت

مترجم: احسان شاه قاسمی

ناشر: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی - پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

ویراستار: زیبا منفردزاده

صفحه آرا: مهتاب رفیعی

چاپ: اول - ۱۳۹۸

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۴۶۰-۱۶۵-۸

قیمت: ۳۹۰۰۰ تومان

نشانی: تهران - خیابان انقلاب اسلامی - خیابان فخرآزادی - خیابان شهدای ژاندارمری - پلاک ۷۲ - سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی
تلفن: ۶۶۹۵۲۹۴۸

نشانی فروشگاه و نمایشگاه دائمی: خیابان انقلاب - بین فلسطین و چهارراه ولیعصر - جنب مؤسسه نمایشگاه های فرهنگی ایران
تلفن: ۶-۶۶۴۸۷۶۲۵

بایگاه اطلاع رسانی: www.isba.ir پست الکترونیکی: info@isba.ir فروشگاه اینترنتی: www.Jdbook.ir

این اثر، مشمول قانون حمایت مؤلفان و مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸ است، هر کسی تمام یا قسمتی از این اثر را بدون اجازه مؤلف (ناشر) نشر یا پخش یا عرضه نماید مورد پیگرد قانونی قرار خواهد گرفت.



نپ، جان سی. ۱۹۵۹-م.
Knapp, John C. ۱۹۵۹

سایه نویسی و اخلاق اصالت / جان سی. نپ و آلزلیا ام. هولبرت؛ مترجم احسان شاه قاسمی.
تهران: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی، ۱۳۹۷.
۲۹۶ ص.

۹۷۸-۶۰۰-۴۶۰-۱۶۵-۸

فبیا

عنوان اصلی: Ghostwriting and the ethics of authenticity (۲۰۱۷)

سایه نویسی -- جنبه های اخلاقی

Ghostwriting -- Moral and ethical aspects

اصالت (فلسفه)

Authenticity (Philosophy)

هالبرت، ازلیا ام.

J. Hulbert, Azalea M.

جهاد دانشگاهی. سازمان انتشارات

Press Organization Jahade Daneshgahi

سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی

۱۷۱۳۹۷ / ۲۱۳۹۷

۵۴۴۵۷۳۸

سرشناسه

عنوان و نام پدیدآور

مشخصات نشر

مشخصات ظاهری

شابک

وضعیت فهرست نویسی

یادداشت

موضوع

موضوع

موضوع

موضوع

شناسه افزوده

شناسه افزوده

شناسه افزوده

شناسه افزوده

شناسه افزوده

رده بندی کنگره

رده بندی دیویی ۱۷۴/۹۸۰۸۰۲

شماره کتابشناسی ملی

فهرست

پیشگفتار مترجم

۷

پیشگفتار

۱۱

فصل یکم: اصالت و اخلاق در سایه نویسی

۲۳

فصل دوم: تولد یک شغل حرفه‌ای

۴۳

فصل سوم: ارتباطات سیاسی

۶۷

فصل چهارم: ارتباطات شرکتی و نهادی

۱۰۳

فصل پنجم: آرای قضایی و حرفه‌ی وکالت و قضاوت

۱۲۵

فصل ششم: ریاکاری دانشگاهی

۱۶۳

فصل هفتم: نشریات علمی

۱۹۷

فصل هشتم: نشر کتاب

۲۲۹

فصل نهم: بسترهای شخصی

۲۵۹

پسگفتار

۲۸۵

نمایه‌ها

۲۹۵

پیشگفتار مترجم

حدود یک دهه است که ایران یکی از حاضران پروپاقرص وب سایت هایی مانند نیچر (Nature) و پلجریزم واچ (Plagiarism Watch) بوده است. برای نخستین بار، مجله‌ی نیچر به وجود محتوای سرقت شده در مقاله‌ی برخی استادان و مقامات علمی ایران اشاره کرد و سرو صدایی را در محافل دانشگاهی به وجود آورد و پس از آن هراز چندی اخبار تقلب از سوی برخی ایرانیان باعث ایجاد نارضایتی در جامعه‌ی دانشگاهی ایران شده است. استادان و پژوهشگران ایرانی معتقد بودند این انصاف نیست که زحمات و پیشرفت های علمی ایران زیر سایه‌ی چند مورد تقلب گم شود و نظام آموزشی ایران بی اعتبار شود. عده‌ای از استادان ایرانی در ابتکاری جالب وب لاگ استادان علیه تقلب را راه انداختند و بعداً آن را به یک وب سایت تبدیل کردند. وزارت علوم و وزارت بهداشت هم اقداماتی را برای مقابله‌ی جدی تر با تقلب در دستور کار قرار دادند

و عده‌ای از افراد درگیر در رسوایی‌های تغلب از دانشگاه اخراج شدند.

تجربه‌ی من از پژوهش در تغلب علمی، و همچنین زندگی در فضای دانشگاهی ایران نشان می‌دهد که تقریباً هیچ‌کدام از این استادان و مقامات تغلب نکرده‌اند؛ البته، این به معنای این نیست که آنها تخلف نکرده‌اند. در واقع، این افراد قربانی پدیده‌ای شده‌اند که متأسفانه در آکادمیای ایرانی رایج است. یعنی، استادان نامدار. (که البته الان شاید به این نتیجه رسیده باشیم در اعطای این لقب‌ها به افراد باید احتیاط کرد) به راحتی نام خود را روی هر مقاله‌ای که به آنها پیشنهاد می‌شود، می‌زنند و در نتیجه از محتوای مقاله‌های خود اطلاعی ندارند! این چنین است که یک دانشجوی تحصیلات تکمیلی از رنگ استاد احتمالاً بانفوذ را فریب می‌دهد تا امتیازی از او بگیرد و این زدوبند ظاهراً بی‌نقص بعداً تبدیل به یک رسوایی بزرگ برای خودشان و کشور می‌شود. جالب است که در برخی موارد، استاد ساده‌دل به راحتی اعلام کرده که دانشجویی نام مرا در مقاله آورده و من روحه از تغلب او خبر نداشته است! متأسفانه رشد نامتناسب دانشگاه‌ها، تغییر در نگرش نسبت به اخلاق در جامعه، و روش‌های مختلف تخطی از سازوکارهای ارزیابی برای دانشجویان داخلی و فارغ‌التحصیلان ضعیف دانشگاه‌های خارجی، به ما نشان می‌دهد که باز هم با این موارد رسوایی روبه‌رو خواهیم بود و تا سال‌ها داراها، ندارها را وادار خواهند کرد که برای آنها سایه‌نویسی کنند.

جان سی. نپ و آزالیا ام. هولبرت به خوبی به اهمیت مسئله‌ی سایه‌نویسی پی برده‌اند و رویکردی عملگرا به این موضوع را عرضه می‌کنند. گرچه سیاستمداران، حقوقدانان، دانشگاهیان و پزشکان همه باید به اقتضای کارشان از سایه‌نویسی بهره‌گیرند، اما سایه‌نویسی دارای اصولی است که اگر

رعایت نشود، به معنای نقض اخلاق دانشگاهی است و مرتکب می‌تواند مطابق قوانین آمریکا تحت پیگرد تنبیهی و حتی قضایی قرار بگیرد. ■

پیشگفتار

مدیرعامل یک شرکت ۵۰ میلیارد دلاری به مراسمی دعوت شده بود تا برای گروهی بزرگ از مدیران تجاری درباره‌ی مسائل اخلاقی صنعت خود سخنرانی کند. او، که از روی متنی ازپیش‌نوشته‌شده سخن می‌گفت، سخنرانی برانگیزاننده‌ای ارائه داد و مخاطبان خود را درگیر یک مباحثه‌ی جدی دوسویه کرد. پس از سخنرانی، مردی که همراه وی بود میزبان مراسم را کناری کشید و خود را به‌عنوان نویسنده‌ی سخنرانی مدیرعامل معرفی کرد. مرد عذرخواهی کرد که «متأسفانه سخنرانی او مثل همیشه عالی نبود چون من متن سخنرانی را دیرتمام کردم و او فرصت خواندن آن را نداشت».

این عمل و رک‌گویی نویسنده‌ی سخنرانی شگفت‌آور بود چون در میان سایه‌نویسان مرسوم نیست که کار خود را میان مردم جار بزنند و مدیرعاملان نیز علاقه‌ای ندارند که همگان بدانند آنها از روی متنی که

قبلاً ندیده‌اند سخنرانی کرده‌اند. لحظاتی بعد، نویسندگان همان اعتراف را در برابر یک گزارشگر اخبار تجاری بیان کرد، گزارشگری که پیش از آن در گزارش خود تمامی واژگان سخنرانی را به مدیرعامل نسبت داده بود. شاید نویسنده‌ی سخنرانی فکر می‌کرد همه می‌دانند که متن سخنرانی نوشته‌ی فرد سومی است چون معمولاً در مورد مدیران اجرایی شرکت‌های بزرگ که وقتی برای این کار ندارند این امر بسیار مرسوم است. به هر حال، سایه‌نویسی برای رهبران پرنفوذ امروزی امری چنان رایج است که درک این نکته که یک سخنرانی یا هر متن دیگری زاده‌ی ذهن یک نویسنده‌ی دیگر باشد به ندرت باعث تعجب است.

با این حال، یک رهبر باتجربه معمولاً پیش از خواندن متنی سایه‌نویسی شده پشت تریبون نمی‌رود. این کار بسیار خطرناک است. وارن جی. هاردینگ، نامزد انتخابات ریاست جمهوری ایالات متحده آمریکا در سال ۱۹۲۰، این نکته را به خوبی درک کرد؛ او هنگام سخنرانی در کمپین ریاست جمهوری خود در آن سال، با آشفتگی متوجه شد که در یک سخنرانی مهم سخن و اندیشه‌ی خود را رد کرده است. رئیس‌جمهور آینده‌ی ایالات متحده با رخی سرخ در برابر مخاطبان خود اعتراف کرد که، «خب، من این متن را پیش از این هرگز ندیده‌ام. من این سخنرانی را ننوشته‌ام و آن‌چه را اکنون بر زبان آوردم قبول ندارم».^۱

این مثال‌ها به رابطه‌ی پیچیده‌ی سایه‌نویسان و مشتریان آنها و نیز مسائل اخلاقی موجود در لایه‌های مختلف این موضوع اشاره دارند. در این کتاب، ما به بررسی تاریخچه‌ی تکامل سایه‌نویسی و پاسخگویی به پرسش‌هایی که در بستر عملی این موضوع پیش می‌آیند خواهیم پرداخت. اما اولین وظیفه‌ی ما تعریف متغیرهای این مطالعه است.

سایه نویسی چه هست و چه نیست؟

در نگاه اول، تعریف سایه نویسی به نظر بسیار سراسر است. در حالت عام، این واژه به آن معناست که فردی (نویسنده) متونی را برای فردی دیگر (مشتري) می نویسد که آن فرد دوم به عنوان مؤلف متن شناخته می شود. در این قرارداد، هر دو طرف برپنهان بودن نقش نویسنده در برابر مخاطبان توافق دارند که همین موضوع به اصطلاح «سایه» معنا می دهد. این تعریف بسیار سودمند و کامل است. با این حال، زمانی که به فرایند تولید تقریباً تمامی محصولات نوشتاری توجه می کنیم، می بینیم امر تألیف بسیار پیچیده تر از آن است که در نگاه اول به نظر می آید. بدون توجه به اینکه حقیقتاً چه کسی واژه های یک سخنرانی یا هر اثر نوشتاری دیگری را کنار هم قرار می دهد، باید توجه داشت که محصول نهایی تقریباً همیشه منعکس کننده ی اندیشه ها و زبان های مختلفی است که از منابع گوناگون گرد هم آمده اند.

برای مثال، به سخنرانی آبراهام لینکلن در مراسم تحلیف دور اول ریاست جمهوری وی توجه کنید که یکی از به یادماندنی ترین سخنرانی های سیاسی در تاریخ آمریکاست. مورخان معتقدند که ویلیام سووارد، وزیر امور خارجه، با پیشنهاد جملات زیبایی مثل «تارهای اسرارآمیزی که از پس نبردهای فراوان و گورهای میهن پرستان از میان قلب ها عبور می کنند... دوباره و با نفس موسیقایی فرشته ی نگهبان ملت ما در این سرزمین پهناور طنین باستانی زیبایی خلق خواهند کرد» دستی در نگارش متن نهایی سخنرانی داشت. اما این لینکلن بود که استادانه این واژه ها را بازمینی کرد و مخاطبان خود را به راستی آماده ی شنیدن «تارهای اسرارآمیز خاطره، که از پس هر صحنه ی نبرد و هر گور میهن پرستان بر دل های زندگان و سنگ های این پهنه ی پهناور سر برآورده اند، دوباره

نواخته خواهند شد و آنگاه موسیقی دلنواز اتحاد را با دستان فرشتگان محافظ این طبیعت ما خواهند نواخت» ساخت.^۲

این مثال ساده نشان می‌دهد که چگونه مشارکت و همکاری‌های گوناگون می‌توانند به تولید نوشتاری خوب کمک کنند. آیا تمامی اندیشه‌ها و عبارات زیبایی سخنرانی تحلیف لینکلن از ذهن خود او تراوش شده بود؟ خیر. اما هیچ‌کس دیگری نمی‌تواند مدعی باشد که مؤلف اصلی آن سخنرانی بوده است. خیلی راحت می‌توان به این نتیجه رسید که چرا تئودور سی. سورنسن، سایه‌نویس افسانه‌ای رئیس جمهور جان اف. کندی، لینکلن را «بزرگ‌ترین نویسنده‌ی سخنرانی‌های ریاست جمهوری» می‌نامید.^۳

سایه‌نویسان حرفه‌ای از منابع متعددی بهره می‌برند که گاهی خود مشتریان نیز بخشی از این منابع هستند. گاهی اوقات از نویسندگان درخواست می‌شود که اندیشه‌ها و واژه‌های مشتریان را خود به تنهایی خلق کنند و گاهی وظیفه‌ی آنها تنها این است که به مشتریان کمک کنند تا زبانی بهتر برای سخن گفتن درباره‌ی تفکرات خویش بیابند. اغلب، نقش مشتریان در این فرایند جایی میان این دوست، این موضوع تشخیص اینکه یک اثر سایه‌نویسی شده است یا خیر را کمی پیچیده می‌سازد.

سایه‌نویسان حتی ممکن است در حوزه‌های دیگری غیر از مسئله‌ی نوشتار نیز حضور داشته باشند. تاکاشی نیگاکاکی، آهنگ‌ساز ژاپنی، ۱۸ سال برای مامورو ساموراگوچی، «بتهوون مدرن» ژاپن، سایه‌نویسی می‌کرد و موسیقی‌های او را می‌نوشت.^۴ حتی ولفگانگ آمادئوس موتزارت نیز از اینکه برای نجیب‌زادگانی که دلشان می‌خواست به عنوان آهنگ‌ساز شناخته شوند موسیقی بنویسد ابایی نداشت.^۵ گرچه این مثال‌ها

رایج نبوده و هدف اصلی این نوشتار نیز نیستند، نمونه‌هایی از این دست ثابت می‌کنند که تقریباً هرگونه فعالیت خلاقانه‌ای ممکن است سایه‌نویسی شده باشد. بنابراین، به تعریفی جامع‌تر از آنچه در ابتدای این سطور آورده شد نیاز داریم. برای توجیه بهتر هدف این کتاب، شاید بهتر باشد که تعریف خود را اینگونه آغاز کنیم که سایه‌نویسی دقیقاً به چه معنایی نیست:

سرقت ادبی

با توجه به تعاریف بالا، ادعای تألیف آثار سایه‌نویسی شده دقیقاً به معنای سرقت ادبی نیست، گرچه نویسنده‌ی اصلی هیچ اعتباری از اثر خود به دست نمی‌آورد. این موضوع در اصل به خاطر توافق میان دو طرف قرارداد است. بدون این توافق، ارائه‌ی اثر نویسنده‌ای دیگر به نام خود می‌تواند به معنای سرقت ادبی قلمداد شده و حق مؤلف را نیز زیر پا بگذارد. در فضای دانشگاهی، که تألیف اصیل همراه با ذکر دقیق منابع مورد نیاز است، سایه‌نویسی عملاً امری ضدارزش تلقی می‌شود؛ دانشجویانی که نگارش مقالات پایان ترم خود را به دیگران می‌سپارند یا استادانی که تألیفات دیگران را به نام خود در نشریات علمی منتشر می‌کنند به شدت مجازات خواهند شد.

بازبینی و ویرایش‌های معمول

ویراستاران آثار نویسندگان حرفه‌ای را پیش از انتشار بازبینی می‌کنند. این امر در مؤسسات انتشاراتی، مجلات، و روزنامه‌ها امری مرسوم است و در مورد محصولات نوشتاری شرکت‌های روابط عمومی، دفاتر ارتباطات سازمان‌ها، و آژانس‌های دولتی نیز صادق است. گرچه ویرایش گاهی شامل بازنویسی گسترده نیز هست، این امر به ندرت

به عنوان سایه‌نویسی تلقی شده و مؤلف اصلی اثر همواره نویسنده‌ی متن اصلی قلمداد می‌شود.

اشاره‌ی کاملاً روشن به مؤلف اصلی

زمانی که هویت و نقش دقیق نویسنده‌ی اصلی در محصولات نوشتاری مشخص شده باشد و نویسنده‌ی ثانویه هیچ ادعایی بر تألیف آن نداشته باشد، از اثر به عنوان سایه‌نویسی یاد نمی‌شود؛ مثلاً زمانی که یک سیاستمدار یا رهبر تجاری سخنرانی خود را با تشکر از کسی که متن سخنرانی را نوشته است به پایان می‌رساند. مثال رایج‌تر آن است که یک سخنگو معمولاً بیانیه‌ای را می‌خواند و اعلام می‌کند که آن بیانیه به وسیله‌ی شخص یا گروه دیگری نوشته شده است؛ یا زمانی که گوینده‌ی اخبار تلویزیون متونی را می‌خواند که نویسنده‌ی آنها در پایان بخش خبری معرفی می‌شود.

در مقابل، اشاره‌ی نه خیلی روشن به مؤلف اصلی می‌تواند گمراه‌کننده باشد چون تشکر مبهم از نقش یک نویسنده‌ی دیگر در تألیف اثر ممکن است تلقی از مؤلف اصلی را مخدوش سازد. این امر در انتشار کتاب بسیار رایج است؛ در کتاب‌های سایه‌نویسی شده و منتشر شده به نام مشاهیر یا رهبران برجسته معمولاً نامی از نویسنده‌ی دوم به صورت برجسته آورده نمی‌شود. مثلاً روی جلد کتاب کش: خودزندگی‌نامه‌ی جانی کش را در نظر بگیرید که عبارت «همراه با پاتریک کر» با فونت کوچک روی آن نوشته شده است.^۶ گرچه این عبارت حضور یک سایه‌نویس را روشن می‌سازد، خود مخاطب باید درباره‌ی نقش آقای کر در این کتاب نتیجه‌گیری کند.

حرفه‌ای مدرن، هنری باستانی

سایه‌نویسی به هیچ عنوان پدیده‌ای جدید نیست. با این حال، تنها در اوایل سده‌ی بیستم بود که به عنوان حرفه‌ای مشخص شناخته شد و بعدها پشت سر رشته‌ی جدید روابط عمومی توسعه یافت. با گذشت تنها چند دهه، پست‌های شغلی جدیدی، مثل نویسنده‌ی متون سخنرانی، در سازمان‌ها و مراکز مشاوره‌ی بزرگ ایجاد شد. تبدیل شدن این پدیده به شغلی حرفه‌ای سرانجام به ایجاد اتحادیه‌ها، مرام‌نامه‌ها، نشریات، و دیگر متعلقات یک حرفه‌ی مستقل منجر شد. در سده‌ی بیست و یکم، با رشد تقاضای بی‌وقفه برای ارتباطات و نیاز رهبران و حتی شهروندان معمولی به کمک نوشتاری برای نگارش سخنرانی‌ها، مقالات، و کتاب‌ها و نیز اشکال جدید ارتباطات، مانند بلاگ‌ها، توثیت‌ها، و حتی پروفایل‌های شخصی در وب‌سایت‌های دوست‌یابی، تقاضا برای به‌کارگیری سایه‌نویسان افزایش چشمگیری داشته است. با وجود شهرت سایه‌نویسی در عصر جدید، ریشه‌های آن را می‌توان دست‌کم تا سده‌ی پنجم پیش از میلاد ردیابی کرد. در آن زمان، نویسندگان ماهر آتنی همواره مشغول نوشتن سخنرانی‌ها، اعلامیه‌های دولتی، و اسناد حقوقی برای مسئولان و شهروندان بودند. گفته می‌شود سایه‌نویسی به نام لیسپاس بیش از ۲۰۰ سخنرانی نوشته است که ۳۵ نمونه از آنها همچنان موجود هستند. بیشتر کارهای او برای دعوی‌های حقوقی در پرونده‌های جنایی، از قتل تا پذیرش رشوه بوده است.^۷ چند دهه بعد، دموستن از همین حرفه برای خدمت به آتنی‌ها و کسب درآمد بهره می‌برد. او تنها یک نویسنده‌ی برجسته‌ی متون سخنرانی نبود و خود نیز سخنوری ماهر بود که به تدریج به عنوان دولتمردی تأثیرگذار به قدرت رسید.^۸ گفته می‌شود که جولیس سزار رومی نیز از مهارت‌های

سایه‌نویسی آلوس هیرتیوس و گایوس اوپیوس برای نگارش چندین جلد از خاطرات جنگی خود بهره برد.^۹

چرا این کتاب؟

فصل‌های این کتاب پیمایشی گسترده از این موضوع چندوجهی را ارائه داده و نشان می‌دهند که سایه‌نویسان چگونه در بسیاری از لایه‌های زندگی عمومی و خصوصی نفوذ کرده‌اند. توجه اصلی به پرسش‌هایی در باب اخلاق و مسائل عمیق تر اصالت شخصی دوخته شده است. این توجه از آن روست که ارتباطات سایه‌نویسی شده بی‌تردید درک و برداشت دیگران از توانایی‌ها، ارزش‌ها، و باورهای مشتری اثر را شکل می‌دهند. این آثار حتی ممکن است برداشت شخص از خود را نیز متحول سازد. بنابراین، تمرکز اصلی این مطالعه روی مفهومی است که چارلز تیلور فیلسوف آن را «اخلاق اصالت» می‌نامد.^{۱۰} فصل یک به معرفی این اندیشه و چارچوب اخلاقی مورد استفاده در فصول بعدی می‌پردازد. فصل دوم تاریخچه‌ی سایه‌نویسی را از اولین سایه‌نویسان شناخته شده تا متخصصان ارتباطات امروزی کنکاش می‌کند. فصول بعدی سایه‌نویسی را در زمینه‌های گوناگون، از ارتباطات سیاسی و سازمانی تا نشریات دانشگاهی و پزشکی و زمینه‌های حقوقی، تحلیل خواهند کرد. همچنین، زمینه‌های دیگری مثل ارتباطات مذهبی و شخصی، که سایه‌نویسی در آنها نیز رایج است، بررسی خواهند شد.

جان سی. نپ، یکی از نویسندگان این اثر، به عنوان کسی که بیش از یک دهه مدیریت یک شرکت ارتباطات در آتلانتا را بر عهده داشته و به شرکت‌های بزرگ، سازمان‌های حرفه‌ای، اتحادیه‌های کارگری، شرکت‌های پزشکی، و نهادهای آموزشی خدمات ارائه داده است، موضوع

این کتاب را از دیدگاه خویش مورد خطاب قرار می‌دهد. نپ، در عین رهبری تیمی حرفه‌ای از مشاوران و نویسندگان، شخصاً با تعداد زیادی از مدیران اجرایی و مسئولان دولتی برای سایه‌نویسی سخنرانی‌ها، بیانیه‌های مطبوعاتی، نامه‌نگاری به سهامداران، سرمقالات مطبوعاتی، و دیگر اشکال ارتباطی همکاری داشته است. وی از همکاری و احترام دوسویه‌ای که میان نویسندگان و مشتریان آنها ایجاد می‌شود لذت برده و عواملی که این روابط عالی را شکل می‌دهند به خوبی آموخته است. نپ، در ابتدای مسیر شغلی خود زمانی که به عنوان مدیر مطبوعاتی یکی از نامزدهای کنگره‌ی ایالات متحده فعالیت می‌کرد، به خوبی با فضای سخت و پرچالش ارتباطات سیاسی آشنا شد.

این تجربیات سیاسی بعدها زمینه‌ساز فعالیت‌های دانشگاهی او در تأسیس و ریاست مراکز اخلاق و رهبری در دو دانشگاه بود. دکتر نپ اکنون رئیس یک دانشگاه است و لازمه‌ی شغل او برقراری ارتباط همیشگی از طریق نگارش نامه، مقاله، سخنرانی، و دیگر اشکال ارتباطی است. گرچه وی معمولاً خود تألیف این متون را برعهده می‌گیرد، گاهی نیاز به کمک دیگران را نیز احساس می‌کند.

آزالیام. هولبرت زمانی به اخلاق ارتباطات علاقه‌مند شد که به عنوان مدیر پروژه در یک مرکز اخلاق و رهبری دانشگاهی فعالیت می‌کرد. یکی از پروژه‌های او طرحی برای پیشگیری از عدم صداقت دانشگاهی از سوی دانشجویان و استادان بود. او پژوهشی گسترده انجام داد تا گرایش‌ها و فرایندهای مسائلی مانند سرقت ادبی، تألیف مقالات علمی به‌وسیله‌ی شخص سوم، و دیگر مسائل مشابه را دریابد. با استفاده از این پژوهش، هولبرت راهکارهایی طراحی و اجرا کرد که با استفاده از آنها درک دانشجویان و استادان از مشکلات اخلاقی عدم صداقت دانشگاهی را افزایش دهد.

خانم هولبرت اکنون دانشجوی دکتری در دانشگاه ایالتی پنسیلوانیا است. او با استفاده از تجربیات شغلی خود، که مولد علاقه‌ی وی به اخلاق بود، ضربه‌ای که بی‌اخلاقی به روحیات کارمندان و کارآمدی سازمانی وارد می‌کند را به خوبی تشخیص داده است. علایق پژوهشی او جایی میان مطالعات سازمانی و توسعه‌ی دانشجویی است و روی رویکردهایی برای توسعه‌ی دانشجویی در سطح دانشگاهی تمرکز می‌کند که ظرفیت‌های اخلاقی و مدل‌های سازمانی که مولد تغییرات فرهنگی هستند را نیز شامل می‌شود.

اکنون اگر درباره‌ی مؤلف اصلی اثری که در دست دارید فکرمی‌کنید، باید بگوییم که متأسفانه هیچ سایه‌نویسی وجود ندارد که تقصیر کمبودهای فراوان این کتاب را به گردن او بیاندازیم. ■

یادداشت‌ها

۱. نقل قول از

Elvin T. Lim, *The Anti-Intellectual Presidency: The Decline of Presidential Rhetoric from George Washington to George W. Bush* (New York: Oxford University Press, 2008), 91.

2. Theodore C. Sorensen, "Abraham Lincoln: A Man of His Words," *Smithsonian Magazine*, last modified October 2008, <http://www.smithsonianmag.com/history/ted-sorensen-on-abraham-lincoln-a-man-of-his-words-12048177/?no-ist>.

۳. همان.

4. Mizuho Aoki, "Deaf" Composer Samuragochi Says He's Sorry for Deceiving," *The Japan Times*, last modified March 7, 2014, <http://www.japantimes.co.jp/news/2014/03/07/national/deaf-composer-samuragochisays-hes-sorry-for-deceiving/>.

5. Christina Stango, "A Study of Wolfgang Amadeus Mozart, His Requiem, and Its Influence on Conducting," *Honoris* 19 (2004).
6. Johnny Cash, with Patrick Carr, *Cash: The Autobiography of Johnny Cash* (New York: Harper Collins Publishers, 1997).
7. Encyclopaedia Britannica Online, s.v. "Lysias," accessed February 13, 2016, <http://www.britannica.com/biography/Lysias-Greek-writer>.
8. Encyclopaedia Britannica Online, s.v. "Demosthenes," accessed February 13, 2016, <http://www.britannica.com/biography/Demosthenes-Greek-statesman-and-orator>.
9. Wilhelm Sigmund Teuffel, *Teuffel's History of Roman Literature*, vol. 1, trans. George Charles Winter Warr (London: George Bell & Sons, 1900).
10. Charles Taylor, *The Ethics of Authenticity* (Cambridge, MA: Harvard University Press, 1991).