

آیا در رسانه جهانی پای بندی به اصول اخلاقی مشترک میان فرهنگهای مختلف ممکن است؟

*
مریم صانع پور

جهانی شدن ارتباطات مستلزم جهانی شدن تعهدات اخلاقی انسانها نسبت به یکدیگر است؛ در جهان کنونی، ارتباطات بدون مرز، مسائل اخلاقی فرا ملی و فرا مرزی را به وجود آورده اند که راه حل های جدید و جهانی را می طلبند. امروزه فناوریهای ارتباطی توانسته اند ادیان، سنن، اقوام و ارزشها را با وجود تنوع قواعد سیاسی، آرمان های اجتماعی و مفاهیم ارزشی در یک پهنه بدون مرز گردهم آورند. از این رو توجه به اصول اخلاقی مشترک در میان تکثرات ذکر شده می تواند به برقراری گفتگویی صلح آمیز و انسانی میان شهروندان دهکده جهانی بیانجامد و زمینه های نزاع و تخاصم را از بین ببرد در این طریق می توان به دنبال تحقق رسانه ای با گرایش جهان وطنانه بود تا جریانات جهانی به گونه ای گزارش شوند که به تفاهم میان شهروندان جهانی منجر گردند؛ رسانه ای متعهد که در پی رفع محرومیت اقتصادی، فقر فرهنگی و ناآرامی های سیاسی در جهان باشد. بنابراین جهت طراحی یک گفتمان اخلاقی در دنیای مجازی باید از نظریه های بومی غیر غربیها که خارج از گفتمان تک نگارانه فلسفه های اروپایی دوره روشنگری طراحی شده اند استفاده کرد بنابراین با توجه به فرصت هایی که فضای دیجیتال رسانه جهانی ایجاد کرده است باید در مورد نقش فعال غیر غربی ها در اخلاق رسانه جهانی پژوهش های فراوانی انجام گیرد زیرا رسانه های مختلف می توانند چارچوب های جدیدی از حیث معرفتی ارائه نمایند تا مردم جهان از استیلای مونولوگ معرفت شناسانه غربی رها شوند و اصول مشترک اخلاقی در دنیای مجازی با در نظر گرفتن سهم برابر همه شهروندان تدوین گردد زیرا آموزه های مدرنیته غربی تنوع را از فرهنگ جهانی حذف کرد و به این ترتیب ارتباط میان فرهنگها را ارتباطی نابرابر و ستیزه گرانه رقم زد که این امر موجب مشاجرات میان فرهنگها شده است بنابر این فقط در صورتی که ملت ها بتوانند تنوع های فرهنگیشان را نشان دهند خواهند توانست با به رسمیت شناختن اختلاف فرهنگها پذیرای اصولی مشترک باشند که موجب صلح و همدلی در میان مردم جهان شود.

جهان سالیان متمادی تحت حاکمیت تک صدایانه غرب قرار داشت حاکمیتی که به گونه ای مقتدرانه معرفت شناسی، عقلانیت، اخلاق و عملکردهای اجتماعی ملل و اقوام مختلف را شکل می داد و هر آنچه را با معیارهای غربی منافات داشت غیر معرفتی، غیر عقلانی، غیر اخلاقی و غیر علمی قلمداد می کرد اما امروزه در وسعت جامعه مجازی، غیر غربی ها نیز می توانند اظهار وجود کنند و هویت علمی و عملی خود را در رسانه های جهانی به منصفه ظهور رسانند از این رو می توان در صدد طراحی برخی اصول اخلاقی بود که از

*
مریم صانع پور، دکترا، استادیار گروه غرب شناسی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، تهران. E-mail: www.saneapour@ihcs.ac.ir

مشترکات فرهنگ‌های مختلف با سنت‌های اخلاقی متنوع و گاه متضاد اخذ شده‌اند به بیانی دیگر اخلاق رسانه جهانی بنیانگذاری دوباره فلسفه اخلاق را می‌طلبد

ادوارد سعید در این رابطه به سفر کردن نظریه غربی اشاره می‌کند. اگر قرار باشد نظریه ای به صورت جهانی مطرح شود باید به زمینه های بومی آن نظریه توجه کرد به عنوان مثال نظریه‌های اروپایی در شرایط تاریخی - جغرافیایی - سیاسی خاص خود ایجاد شده و تعمیم آن به سایر نقاط جهان موجب بحران هویت در آن سرزمینها شده است حال باید دید چگونه باید با مفاهیم اخلاقی غربی مانند تعهد اجتماعی، وظیفه‌گرایی یا سودگرایی در رسانه های کاملاً غیر اروپایی مانند چین معامله کرد؟ آیا نظریه‌های غربی دوره روشنگری را می‌توان به نظریه‌های کشور مقصد که دارای دین و زندگی خاصی مانند آیین کنفوسیوس، تائو یا بودا هستند اضافه کرد؟ آیا این نظریه‌ها می‌توانند به تناسب خصوصیت‌های فرهنگی - اجتماعی و سیاسی کشور مقصد بومی شوند؟ آیا این نظریه‌ها در رسانه مثلاً کمونیستی که مبتنی بر مدل سیاسی، اقتصادی غربی است اما با سنت‌های محلی گره خورده است تولید کننده الگوی متفاوتی خواهند بود.

در رویکرد غیر انحصارگرایانه به نظر می‌رسد جهانی شدن رسانه‌ها به معنای احیای دوباره سنت‌ها و فرهنگ‌های محلی مختلف، در فضایی مسالمت‌آمیز باشد که این فضای مسالمت‌آمیز نمی‌تواند پذیرای قواعد تحکم‌آمیز امپریالیستی باشد. رابرتسون در این مورد از فشردگی جهان کنونی و تقویت آگاهی جهانی به عنوان یک کل سخن می‌گوید منظور وی از فشردگی، ارتباط درونی جوامع در حیطه‌ای است که پنج بعد جریان‌ات فرهنگی جهانی را دربردارد که عبارتند از: حوزه‌های قومی، رسانه‌ای، تکنیکی، مالی و نظریه‌ای.

حال باید دید آیا می‌توان اصول مشترک اخلاقی را برای این حوزه‌های متنوع در فرهنگ‌های مختلف پیشنهاد داد؟ پاسخ اینست که فقط در صورتی این مشترکات ممکن است که از ذاتیات و فطریات اخلاقی بشر اخذ شده باشد ذاتیاتی که همه جوامع را اعم از غربی و غیر غربی، دینی و غیر دینی، پیشرفته و غیر پیشرفته را بتواند در بر گیرد به عنوان مثال در اینجا به اخلاق افریقایی اوبونتو اشاره می‌کنیم که خصوصیتی جمع‌گرایانه دارد زیرا اخلاقی فطری و ذاتی برای همه وجودهای انسانی است نه یک مجموعه هنجارهای عارضی که تولید کنندگان رسانه آن را فضیلت تلقی و به جامعه القا کرده باشند بنابراین می‌توان پیشنهاد کرد که قراردادهای اخلاقی رسانه جهانی، مبتنی بر اصول اخلاق عمومی فطری باشد تا تنوع تاریخی یا جغرافیایی ملل مختلف نتواند آن اصول را از اعتبار ساقط کند.

همچنین قوانین اخلاقی مستلزم ارتباط گرایی ذاتی اخلاق است درحالی که قوانین فردگرایانه غربی مستلزم حضور افرادی مستقل از یکدیگر است که ارتباط آنان امری عارضی می‌باشد از این رو نیازمند تحمیل قواعد اخلاقی است به بیانی دیگر روابط اخلاقی در گفتمان غربی شأنی مکانیکی دارند اما به عنوان مثال در سنت‌های غیر غربی مانند سنت افریقایی اوبونتو اعتقاد براینست که ارزشهای جامعه مانند حقیقت، آزادی و عدالت به علت وابستگی و تعامل ذاتی افراد جامعه به یکدیگر در ذات اجتماع نهفته است بنابراین فقط یک

قرارداد اجتماعی نیست بلکه یک الزام اجتماعی است این رویکرد امروزه توسط برخی فیلسوفان جدید غربی نیز چون لویناس، مارتین بوبر، پائولوفریه مورد تأکید قرار گرفته است. پیتر فوریه معتقد است هر چند باید نظریهٔ هنجاری رسانه و اخلاق رسانه به علت وجود و فضاهاى توده‌ای متفاوت، بر تفاوت و تنوع متمرکز شوند اما در عین حال نقطهٔ اشتراک در این تفاوت‌ها می‌تواند فضایل مشترک انسانی باشد؛ فضایی مانند اصالت داشتن خیر عمومی و ایجاد فضای گفتگو که در نهایت به برقراری زمینه‌های وفاق به‌عنوان یک نقطه عزیمت در نظریهٔ اخلاق رسانه جهانی خواهد انجامید

در اینجا پنج اصل به‌عنوان اصول فطری و ذاتی اخلاق انسانی معرفی می‌گردد که می‌تواند اصول مشترک اخلاقی در رسانهٔ جهانی محسوب گردد اصولی که فراملیتی، فرانژادی، فراتاریخی و فرامکانی است:

اصل اول: کرامت شأن انسانی

دونالدسون عقیده دارد تکریم شأن انسان بدون در نظر گرفتن ملیت و قومیت خاص یک اصل اخلاقی است که می‌تواند مبنای اخلاقی مشترک در میان فرهنگ‌های مختلف باشد مبنایی که با تکیه بر آن می‌شود با تمامی شهروندان دنیای مجازی به‌عنوان اجزاء محترم یک شبکهٔ فراگیر، ارتباطی منسجم برقرار کرد ارتباطی که در سنت کانتی نیز ریشه دارد چنانکه براساس نظریهٔ عدالت رالز کرامت انسان مابه‌الاشتراکی فراملیتی است که در فلسفه اخلاق کانت، با مابه‌الاشتراک ملیتی قرارداد اجتماعی ترکیب شده به‌عبارت دیگر در این رویکرد بر ارزشمندی شأن انسان به‌عنوان زیربنای جوامع انسانی در جهت حرکت به سوی توسعهٔ جهانی، تأکید شده است. چنین دیدگاهی، شأن انسانی را مبنای برخی ملاک‌های کلیدی، در طریق تحقق یک زندگی شایسته و رشدیاب برای همهٔ جوامع بشری تعریف می‌کند؛ اخلاق کاربردی این دیدگاه حوزه‌هایی مانند اخلاق زیستی، سلامتی عمومی جهانی، و نظریه‌های جهانی حقوق بشر را ترسیم می‌کند که همهٔ وجودهای انسانی عقلانی را اعضای یک منظومهٔ اخلاقی واحد معرفی می‌کند

دوناگان معتقد است اصل کانتی معامله با دیگران به‌عنوان «غایات فی‌نفسه» و نه ابزار، مبنای سنت دینی است که در تعالیم ادیان ابراهیمی مشاهده می‌شود و براهمیت و ارزش شأن انسانی مبتنی است. انسان‌شناسی غایت‌گرایانه ای که نادیده گرفتن نیازهای اساسی انسانها را اهانت به شأن انسانیت تلقی می‌کند. علاوه بر ادیان ابراهیمی در آیین‌های شرقی نیز مانند بودیسم و فلسفه چینی، از شأن انسانی سخن به میان آمده است همانگونه که در سنت‌های افریقایی، شأن انسان براساس یک جنبهٔ اشتراکی قبیله‌ای تعریف شده است؛ هر چند نقطه نظر جمع‌گرایانه اوبونتو در تقابل با تعریف فردگرایانه غربی از شأن انسانی است اما به هر حال تکریم شأن انسان در هر دو دیدگاه متضاد اصالت دارد.

بنابراین مردم سراسر جهان با وجود تنوع و تعدد نژادها، آیین‌ها و ملیت‌ها کرامت شأن انسانی را به‌عنوان یک حقیقت غیرقابل تغییر به رسمیت می‌شناسند و از این رو ریشه‌ای‌ترین تحولات اجتماعی از جمله اصول اخلاقی نیز باید در جهت تحقق این حقیقت حرکت کند. هاروی اما معتقد است براساس ایدهٔ القا شده از

طریق رسانه‌های جهانی، در شرایط کنونی بازارهای جهانی، گول‌های رسانه‌ای تعیین کننده مسیر هستند که این فرایند فقط به تحقق آرمانهای آزادی و حفظ شأن انسانی برای نخبگان منجر شده اما محرومیت سایر انسانها افزایش یافته و شأن اکثر انسانها در جهان نادیده گرفته شده است درحالی که اگر امروزه رسانه جهانی ادعا می‌کند که بر حفظ کرامت انسانی مبتنی است باید بتواند این ادعا را در مورد همه انسانها اثبات نماید؛ بنابراین اولین ضرورت اخلاقی در رسانه‌های جهانی اینست که نادیده گرفتن شأن انسانی اکثریت مردم جهان را مورد اعتراض قرار دهد و زمینه‌های تکریم همه شهروندان جهان را فراهم سازد این چشم‌انداز نقادانه نسبت به ناهنجاریهای اخلاقی امروزه در نوشته‌های «سن» خانم نوسباوم مشاهده می‌شود؛ وی با توجه به عدم موازنه قدرت در جهان، از نادیده گرفتن شأن انسان توسط قدرتمندان جهانی انتقاد کرده و ارتباطات منصفانه قدرت را در رویکردی جدید متضمن جهانی شدن خصوصاً در زمینه رسانه‌ها دانسته‌است رسانه‌هایی که می‌توانند تحقق‌بخش شأن انسانی به‌عنوان یک مفهوم بالقوه جامع و کلی برای اخلاق ارتباطی باشند. برای این اساس مطرح کردن مفهوم شأن انسانی در بُعد نمادین و فرهنگی کافی نیست بلکه این مفهوم باید به‌طور وجودی نیز بتواند نابرابریهای مادی جهانی را مورد توجه قرار دهد. توضیح آنکه جهان در گذشته به دو قطب مسلط و تحت سلطه تقسیم می‌شد و استعمارگران مسلط، مستعمره‌ها را به انحاء مختلف مورد بهره‌کشی قرار می‌دادند زیرا خود را نژاد برتر می‌دانستند و به خود حق می‌دادند از دسترنج انسانهای ضعیف و محروم بهره‌مند شوند در چنین فضایی هنجارهای اخلاقی نیز با تأکید بر غایت‌مندی سودانگاران تعریف و ترویج می‌شدند درحالی که در گذار از اخلاق سوژه محور استعماری، رویکردهای پسااستعماری، جوامع تحت حاکمیت را نیز متشکل از انسانهایی معرفی می‌کنند که با تکیه بر شأن مقدس انسانی، غایات افعال اخلاقی تلقی می‌شوند تا از تحقیر و اعمال فشار بر آنان توسط قدرتمندان جلوگیری شود و ملت‌های استعمار شده بتوانند حاکمانشان را که دست‌نشانده استعمارگران بوده اند مورد انتقاد قرار دهند

چاکر بارتی می‌نویسد دانشوران اجتماعی آسیای جنوبی، هنر جدید را به‌گونه‌ای بومی‌سازی شده تحلیل می‌کنند ایشان از «گانگسا» (Gangesa) منطقدان قرن سیزدهم یا فیلسوف زبان «بارتی‌هاری» (Bartihari) یا زیبایی‌شناسی قرن دهم «ابهینا واگوپتا» (Abhinavagupta) سخن می‌گویند و نیز از سنت‌های عقلانی سانسکریت، ایرانی و عربی حکایت می‌کنند اما معتقدند امروزه به علت تسلط انحصارگرایانه فرهنگ دوره روشنگری غرب در مطالعات اجتماعی، سنت‌های دانشوران غیرغربی، سنت‌هایی مرده و صرفاً تاریخی معرفی شده اند درحالی‌که متفکران اروپایی و طبقه‌بندی‌هایشان زنده و پویا تلقی می‌گردند. چاکر بارتی معتقد است فرهنگ اروپایی فقط به جغرافیا و تاریخ اروپا اختصاص دارد بنابراین نمی‌توان آن را به همه جهان تسری داد وی یک روش تاریخی - فلسفی برای متمایز کردن معرفت‌شناسی غربی از معرفت‌شناسی غیرغربی پیشنهاد می‌دهد.

اصل دوم: آزادی بیان

یکی از اصول مهم اخلاقی در رسانه جهانی آزادی بیان است اما در برخورد جهانی - محلی رسانه ها مسائلی مطرح می شود که عبارتند از:

- طبق نظریه «ارزشهای بومی» آیا جامعه پسااستعماری حق دارد از دولت انتقاد کند؟
- آیا براساس ارزشهای بومی، موضوعات ممنوعه می توانند در ارتباط با یک فرهنگ بیگانه به بحث گذارده شوند؟

- آیا در زمینه های بومی و نیز در فضای جهان مجازی، آرمانهای اخلاقی می توانند مبتنی بر انتظارات خیر باشند و آیا می توان به راحتی از آرمانها و بایدهای اخلاقی سخن گفت؟

- آیا آرمانهای اخلاقی در یک فضای بومی و محلی می توانند همان آرمانهای موجود در تاریخ معرفت شناسی تلقی شوند یا مجبور هستند تحت تأثیر ارتباطات قدرت قرار داشته باشند و آیا چگونه می توان خارج از ارتباطات قدرت مباحث معرفت شناسانه را به بحث گذارد؟

به هر حال اصل گفتگو و آزادی بیان از مهمترین حقوق شهروندی است که به توسعه جوامع انسانی منجر می گردد چنانچه وجه تمایز جوامع پیشرفته و جوامع عقب افتاده آزادی بیان و خفقان است. در جوامع استعماری همواره رسانه ها سخنگوی حاکمیت های اقتدارگرا بودند اما امروزه با گذر از دوره استعمار، مردم در فضای رسانه ای حق انتقاد از سیاست حاکمیت را دارند تا زمینه حضور خرد جمعی در اداره جوامع ایجاد شود و برآیند عقول و اندیشه های خردورزان یک جامعه موجب توسعه و باروری آن جامعه شود.

در رسانه های جهانی نیز امکان اظهار نظر همه افراد فارغ از شرایط محیطی، نژادی، جنسیتی، تاریخی و جغرافیایشان می تواند به توسعه شتابگیر جامعه جهانی منجر شود. تک صدایی رسانه های سابق موجب می شد تا جامعه جهانی از عقول خردورزان غیر غربی با وجود میراث های تمدنی عظیمشان محروم باشد و صداهای متنوع غیر غربیها به عنوان صدای توسعه نیافتگان تلقی شود و به این ترتیب فقط تعدادی نخبه غربی، توسعه یافته و متمدن معرفی شوند که صلاحیت ابراز عقیده را دارند در رویکرد مزبور پیشداوریهای متعصبانه نسبت به سایر ملیتها موجب می شد عقایدشان قبل از ابراز، محکوم به غیرعقلانی بودن و غیرعلمی بودن باشد در حالی که گفتگوی انسانها با یکدیگر در شرایط خاص موجب می شود تا بواسطه تعامل میان - فرهنگی، میراث فکری - تمدنی و تاریخی همه ملل در توسعه بشریت دخالت کند و رشد و توسعه ای شتابگیر و همه جانبه برای جامعه انسانی حاصل شود و رسالت رسانه ها نیز همین رساندن صدای شهروندان مختلف با فرهنگهای متنوع به گوش همشهری های جهانیشان است تا طرحی نو در انداخته شود که انحصارگرا و اقتدارگرا نباشد بلکه در بردارنده و جوه مثبت همه تمدنها و اندیشه ها باشد طرحی نو که برای همگان اصالت قایل است و فاقد رویکرد (اصلی - فرعی) به انسانهای مختلف می باشد تا تمدن غربی اصل و مسلط تلقی نشود و تمدنهای دیگر فرعی، بیگانه و مغلوب معرفی نگردند؛ در جهت تحقق این امر

آزادی بیان در رسانه جهانی می‌تواند امکان این گفتگوی تمدن‌ساز را فراهم کند گفتگویی که نژادمحورانه نیست بلکه طالب حق و حقیقت است زیرا حقیقت از زبان هر نژادی که باشد مطلوب است و بدون پیشداوریها و غرض‌ورزیهای اقتدارگرایانه می‌توان اندیشه و عملکرد ملت‌ها را با ملاک‌های همان فرهنگ و ملت محک زد و از انحصارگرایی پرهیز نمود.

اصل سوم: برابری و عدم تبعیض

تقسیم جهان در دوره روشننگری به دو بخش «اصلی‌های بهره‌مند از نعمت» و «فرعی‌های محروم از نعمت» موجب شده تا امروزه فقط بخش مرفه، از پدیده جهانی شدن بهره‌مند شوند درحالی‌که اگر قرار است شأن انسانی به‌عنوان یک ارزش اخلاقی لحاظ شود باید شأن آسیب‌پذیران در جامعه جهانی (یعنی کسانی که صدایشان شنیده نمی‌شود و سیمایشان دیده نمی‌شود) نیز به‌وسیله رسانه‌های جهانی پاس داشته شود زیرا جمعیت محروم و استعمارزده که اکثریت مردم جهان امروز را تشکیل می‌دهند فاقد امکاناتی هستند که بتوانند از طریق جهانی شدن سخن خود را به گوش هموطنان جهانی‌شان برسانند و به نظر می‌رسد اخلاق جهانی کنونی که در یک فاهمه تاریخی و سیاسی تبعیض‌آمیز ریشه دارد «محرومان» را از نظرگاه رسانه‌ها حذف کرده است از این‌رو نظریه پسااستعماری می‌تواند با نظام اخلاقی رسانه مشارکت کند تا ارتباط تعاملی، میان مردم سراسر جهان ترویج شود هم‌چنین این نظریه از اصطلاحاتی که ارتباطات جهانی براساس آنها بنا شده‌اند پرسش می‌کند تا به این ترتیب رویکرد پسااستعماری به جهانی‌سازی، راهی به‌سوی اخلاق رسانه جهانی باز کند و ارزشهای اخلاقی به‌عنوان مفاهیم زمینه‌ای میان دو حوزه محلی و جهانی مورد بحث و گفتگو قرار گیرند. در رویکرد پسااستعماری، بومی‌های استعمار شده نیز می‌توانند آرمانهای اخلاقی مبتنی بر خیر را مورد گفتگو و انتظار قرار دهند و در انتظار آزادی‌هایی از سنخ آزادی شهروندان جوامع دموکراتیک غربی باشند؛ آزادی‌هایی که بواسطه آن بتوانند با ارتباطات قدرت میان استعمارگران و حاکمان دست‌نشانده‌شان در رأس هرم جامعه استعمارزده شان مقابله کنند تا حق از دست رفته ایشان بازگردانده شود. زیرا استعمارگران اروپایی با تعمیم نظریه‌های معرفتی خود کوشیده‌اند تا تمامی آثار معرفت‌شناسانه و نیز هویت‌ها و خاطره‌های جمعی ملت‌های غیراروپایی را نابود کنند و یک نظم جدید را که مبتنی بر معرفت‌شناسی دوره روشننگری اروپا است به مستعمره‌هایشان تحمیل کنند مقابله با این ظلم تاریخی مستلزم طراحی روش پژوهش معرفت‌شناسانه در مورد نظریه‌های غیرغربی است که در مباحث جهانی شدن در حوزه‌های مختلف ضرورت دارد. براین اساس لازم است پژوهشگران ارتباطات و رسانه‌ها در مطالعات مختلف مانند مطالعات اخلاقی از «عقلانیت دوآلیستی» فلسفه غربی فاصله بگیرند؛ عقلانیتی که مستلزم اعمال فشار نسبت به غیرغربی‌هاست درحالی‌که به‌عنوان مثال نظریه «آهیمسا»ی گاندی می‌تواند یک ارزش بالقوه جهانی و جاودانه در اخلاق ارتباطات محسوب شود که با هرگونه خشونت، اجبار و فشاری در تعارض است و فشار معرفت‌شناسانه و وجودشناسانه غرب را از کشورهای غیرغربی برمی‌دارد بنابراین

دانشوران می‌توانند «آهیمسا» را یک شرط معرفت‌شناسانه مرکزی در تقابل با فشار رسانه‌ای برکشورهای غیرغربی تلقی کنند؛ در این رابطه نظریه جهانی‌سازی هابرماس نیز مورد انتقاد قرار می‌گیرد زیرا محدود به زمینه تاریخی اروپایی است زمینه‌ای که نمی‌تواند با گنجینه‌های غنی و متنوع هستی‌شناسانه، معرفت‌شناسانه و تاریخی غیرغربی‌ها برابری کند.

اصل چهارم: وفاق اجتماعی

جهانی شدن رسانه‌ها در دنیای کنونی موجب شده تا دیدگاه‌های غیرغربی به صحنه ارتباطات وارد شوند و از این رو ضرورت وفاق اجتماعی بیش از هر زمانی در فضای جهانی احساس شود که در این رابطه نظریه عملکرد ارتباطی و فضای عمومی هابرماس یک محصول تحمیلی و اروپایی مرکزانه به نظر می‌رسد زیرا در نظریه مزبور، توسعه تاریخی جوامع غیرغربی نیز چون معرفت‌شناسی‌های غیرغربی نادیده گرفته شده است درحالی‌که می‌توان با استفاده از سایر نظریه‌های ارتباطی (از ادیان ابراهیمی گرفته تا ادیان شرقی مانند) نظریه‌های بودایی یا نظریه‌های فلاسفه چینی استدلال کرد که هابرماس نیز مانند ماکس وبر از فلسفه‌های غیرغربی که به عقلانیت و اخلاق ارتباطی توجه دارند غفلت کرده است توضیح آنکه به عنوان مثال بودا، فلاسفه چینی و آهیمسای هندی نظریه‌های معتبری را در مورد وفاق اجتماعی ارائه کرده‌اند بنابراین نظریه‌های بومی غیرغربی و تنوع هویتی پسااستعماری با گفتمان اخلاق رسانه جهانی تناسب بیشتری دارند درحالی‌که قالب رسانه جهانی نشأت گرفته از نظریه‌های روشنگری غرب نمی‌تواند با تئوریهای غیر غربی از قبیل «اوبونتو» و «آهیمسا» هماهنگ شود

در اینجا از اوبونتوایسم سخن گفته می‌شود زیرا بلانکنبرگ معتقد است در صورت تعمیم مبانی اوبونتو وفاق اجتماعی در رسانه جهانی گسترده خواهد شد. اوبونتو یک فلسفه اجتماعی، یک آگاهی جمعی، یک راه زندگی و یک قاعده اخلاقی رفتار است که طبق آن شخص فقط در قالب ارتباط اجتماعی تعریف می‌شود: «من هستم زیرا ما هستیم». در این فرهنگ هر شخصی برای سایر اشخاص جامعه متولد می‌شود پس مشخصه اوبونتو تأکید بر ارتباط، و مشارکت فرد در حیات اجتماعی است که کاملاً متفاوت از تأکید فلسفه‌های اروپایی بر خویشتن (self) می‌باشد زیرا دموکراسی فردگرایانه اروپایی بر آزادی فرد جهت مقابله با تجاوز دیگران به حریمش تأکید می‌کند درحالی‌که آزادی شخص در اوبونتو به عملکردش در ارتباط با دیگران وابسته است روشن است که چنین تفکری می‌تواند سهم زیادی در گفتگو، جامعیت، شفافیت و مدارا در اخلاق رسانه جهانی داشته باشد؛ جمع‌گرایی اوبونتو به معنای جمع‌گرایی کمونیستی در سوسیالیسم جهان اول نیست تا فرد فقط قسمتی از جامعه باشد بلکه ارتباط اوبونتو متضاد با فردیت وی نیست یعنی به معنای بلعیده شدن فرد در جمع نمی‌باشد چون اصولاً هویت فرد در این نظریه آفریقایی چیزی جز زندگی با جمع نیست و فرد نه در خدمت خویشتن بلکه در خدمت دیگران و جامعه تحقق می‌یابد. «هامینگا» تجربه آفریقایی را درباره جامعه به صورت زیر توصیف می‌کند: «هرگز بخشی از یک درخت نمی‌تواند با

تمرکز بر خود از بقیه درخت انقطاع حاصل کند بلکه حیثیت وجودی هر بخشی خدمت به آسان‌سازی جریان انرژی حیاتی در درخت است؛ در جامعه انسانی نیز چنین است یعنی جامعه به معنای با یکدیگر بودن و مراقبت از همدیگر است در این دیدگاه اگر یک فرد برای سود خودش کاری را انجام دهد این عمل به معنای مرگ آن فرد و شاید بدتر از مرگ است.

اوبونتو هم‌چنین معتقد است که فقط از طریق گفتگو درباره آنچه خیر مشترک را تشکیل می‌دهد می‌توان انسان بود بنابراین گفتگو اولین مقصود جوامع انسانی است و براین اساس تعامل میان «خویشتن» و «دیگری» اصل هدایت‌کننده اخلاق اجتماعی باشد امروزه روزنامه‌نگاری غرب نیز مانند اوبونتو ایسم به دنبال یک ارتباط نزدیک میان رسانه و جامعه است تا تمامی شهروندان شریکان برابر جامعه باشند و نزاع عمومی میان افراد جامعه پایان یابد و حیات اجتماعی براساس وفاق عمومی شکل گیرد اما اصل وفاق اجتماعی که براساس ضرورت جهانی‌سازی رسانه از طریق غرب به عنوان یکی از لوازم ارتباطات جمعی مطرح شده و از طریق قراردادهای اجتماعی به جامعه تزریق می‌گردد در برخی آموزه‌های غیرغربی از ذاتیات اخلاق ارتباطی محسوب می‌شود.

اصل پنجم: رفاه جمعی

ماهیت جمعی رسانه‌ها در فضای مجازی دیجیتال زمینه‌ای مساعد جهت تاکید بر رفاه جمعی است به بیانی دیگر امروزه به علت گسترش ارتباطات فراملیتی حقوق جمعی بیش از حقوق فردی موضوع توجه صاحب‌نظران رسانه‌ها ی جهانی قرار گرفته است زیرا رسانه‌ها عاملی فراگیر برای فاعل اخلاقی تلقی می‌شوند عاملی که باید جامعه جهانی را به سمت فضایل اخلاقی سوق دهد و با ابزار آزادی بیان در فضای مجازی با موانع بهره‌مندی انسانها از رفاه نسبی مقابله کند؛ رفاهی که لازمه رشد و تکامل جوامع جهانی است .

نقش رسانه‌ها در فضای جهانی زمینه‌سازی رفاه جمعی برای همه شهروندان دهکده جهانی است تا محرومیت‌ها، تحقیرها، تبعیض‌ها و ستمگریها فرصت گسترش نیابند و بشریت از اولین حق خود که زیستن در آسایش مادی و معنوی است برخوردار شود زیرا همه آحاد انسانی دارای کرامت ذاتی هستند، و باید بتوانند در فضایی آزاد به بیان عقاید خود در طریق مصالح جمعی بشر بپردازند مشروط به آنکه سایر آحاد جامعه جهانی را مورد اهانت، تحقیر و توهین قرار ندهند که در این صورت گفتگوی آزاد می‌تواند به ارتقاء افکار، اندیشه‌ها و عقاید بشریت منجر شود اما در صورتی که آزادی بیان موجب هتک حرمت‌ها شود، کرامت انسانی را مخدوش سازد و با رفاه جمعی خواه رفاه جسمی یا رفاه روحی - روانی در تعارض باشد قابل دفاع نیست به‌عنوان مثال آزادی فحاشی، تهمت، آبروریزی، فحشاء و پورنوگرافی را نمی‌توان از مصادیق آزادی بیان دانست زیرا هیچیک از عملکردهای مزبور در راستای کرامت انسانی نیستند و ازاین رو آسایش و رفاه جمعی انسانها را برهم می‌زند. رسالت اخلاقی رسانه جهانی در جهان کنونی تکریم انسانیت و حمایت از فضایل بشری است تا در زمینه‌های رفاه مادی و معنوی شهروندان جهانی فراهم شود

همانگونه که وفاق اجتماعی مقدمه‌ای جهت تحقق آسایش، آرامش و بهره‌مندی جامعه بشری از کلیه امکانات مادی و معنوی زیستی می‌باشد تا همگان بتوانند با استفاده از امکاناتی برابر به منظور رشد و توسعه همه جانبه دست یابند.

- Dahlgren, p. (۱۹۹۸). Enhancing the civic idenā in terlevision Journalism. In Brants, J. Hermes & Lvan zoonen(eds) the Media in question: popular Cultures and public interests (pp. ۸۹-۱۰۰) London: Routledge; Schaffer & Miller (eds) ۱۹۹۵, Civic Journalism, Six case sfudies, Washington, D. C.: Pew centerefor civic Journalism and the Pointer Intitue
- wasserman & De Beer (۲۰۰۴) covering HIV/Pids. Twards a heuristic comparison between communitarian and utilitarian ethics. Communication: South African for communication theory and Research, ۳۰(۲), ۸۴-۹۸.
- Alia, V. (۲۰۰۴) Media ethics and Social change, Edinburgh: Edinburgh university press.
- Banda, f. ۲۰۰۶. Nagotiating global influences-globalization and broadcasting policy reforms in Zambia and south Affica, Canadian Journal of communication, ۳۱ (۲), ۴۵۹-۴۶۷
- Bhabha, H & Comaroff, J. (۲۰۰۲) Speaking of Postcoloniality, in the continuous present: A Conversation With Humi Bhabha. In T. A. Goldbert and A. Quayson (eds), Relocating postcolonialism pp. ۴۶-۵۹, New York: Blackwell
- Blankenberg, ۱۹۹۹, in search of real Greedom: ubuntu and the Media. Critical Arts, ۱۳(۲), ۴۲-۶۵
- Byun, D., & Lee, K. ۲۰۰۲. Confucian Values, ethics, and Legacies in hisrory. Ins. Bracci and C. Christians (eds). Moral engagement in public life pp. ۷۳-۹۶). New York: Peter Lang.
- Chakrabarty, ۲۰۰۲, "presence of Europe: An Interview with Dipesh Chacrabarty". SAQ: The Sourh Atlantic Quarterly, Vol. fall, pp. ۸۵۹-۸۶۸
- Christians & Nordenstreng, k. (۲۰۰۴) Social responsibility worldwide, journalism: Theory, practice and criticism, ۱۹(۱), ۳-۲۸۰.
- Christians, C. & traber, M. (eds) (۱۹۹۷). Communication etihcs and universal values, thousand oaks, calif: sage publications.
- Christians, C. G., ۲۰۰۴. Ubuntu and communitarianism in Media Ethics. Ecquid No. Vi, ۲۵,(۲).
- Christians, ۲۰۰۴, the changing news paradigm: from objectivity to interpretive sufficiency ins, Iorio, (ed.), Qualitative research in journalism: taking it to the streets pp. ۴۱-۵۶) Mahwah, N J: Lawrence Erlbaum.
- Gunaratne, S.A., ۲۰۰۶, Public Sphere and communti vevationality: Interrogating Habermas's eurocentvism, Journalism and communication Mongraphs, ۸(۲), ۹۴-۱۵۶
- Hafez, ۲۰۰۲, Journalism Ethics revisited: a comparison of ethics codes in Europe, North Africa, the Middle East, and Muslim Asia. Political communication, ۱۹ (۲), ۲۲۵-۲۵۰

- Hamming a, B., 2005. Epistemology from the Africa Point of view. Retrieved, 2005-11-10 from <http://mindphiles.p.2>
- Herman, E. S. & Mcchesney, R. W. 1997. The global Media: The New Missionaries of corporate capitalism, London and Washington: Cassell
- Hulme, P. (2005). Beyond the straits: Postcolonial allegories of the globe. In A. Loomba, et (eds), postcolonial studies and beyond (pp. 52-71). Durthans N. C.: Duke University press
- Rao, S. & Wasserman, H. 2007, Global journalism ethics revisited: A postcolonial critique, *Global Media and Communication*, 3(1), 29-50
- McEwan, C. 2003. Material geographics and Postcolonialism, *Singapore journal of tropical Geography*, 21(3), 340-355.
- Nussbaum & furalli (2007) "on the New frontiers of Justice, Abialogue, wiley online library.
- Patterson, p. & Wilkins, L. (2005). 5 th ed. Media ethics Issues and cases. Boston, Mass: McGraw Hill.
- Pilger, J. 1998, Hidden agendas, London: vintag.
- Pillai, 1993. Reinterpreting the Margins of Theory, unpublished doctoral dissertation, university of Massachusetts Amherst, USA, p. 134
- Rantanen, 2005. The Media and globalization, London thousand oaks and New Delhi: sage.
- Robertson, R. 1992. Globalization: Social theory and global culture. London: sage.
- Robertson, R. 1995. Glocalization: the – space and Homogeneity-Heterogeneity in M. featherstone, S. lash & R. Roland. (eds). *Global Modernities* (pp. 25-44). London, thousand Oaks and New Delhi: Sage.
- Tsukamoto, S. (2006) Social responsibility theory and the study of journalism ethics in japan, *Journal of Mass Media Ethics*, 21(1), 55-79
- Venn C., 2006. The Postcolonial challenge – towards alternative worlds. London: Sage.
- Ward, 2005, Philosophical foundations for global journalism ethics, *Journal of Mass Media Ethics*, 20(1), 3-21) & (Rao, S. & Lee, S. T. (2005. Globalizing Media ethics? An assessment of universal ethics among international political journalists, *Journal of Mass Media Ethics*, 20(2 & 3), 99-120
- Ward, Stephen J. A. & wasserman, Herman (eds) 2010, *Media Ethics Beyond Borders, A Global Perspective*, Routledge.
- Wasserman, Herman, "Media Ethics and Human Dignity in Postcolony", ward & wasserman (eds) (2010) *Media Ethics Beyond Borders, A Global Perspective*, Routledge.

Wood, J. T. (1997) Diversity in dialogue: Commonalities and differences between friends in J. M. Maken and R. C. Arnett (eds), *Communication ethics in an age of diversity* (pp. 5-26) Urbana, III: University of Illinois press.

Ethical Principles in Global Media

Maryam Sanepour^{*}

Abstract

Human's social communications need to commitment to ethical virtues. Some theorists of ethics believe that because of globalization of media it isn't possible offering a manifest of ethics whereas cultural variety causen't ethical commons but this article offers ۵ ethical principles as virtues that derives from Human's innate that they are treated as common bases of ethics that are inclusive and gather with plurality of cultures and moralitis in Global Media.

Key Words: Global Media – Ethical Principles – Human glory – Freedom of speech – equality – social consensus – social welfare.

* Maryam Saneapour (Ph.D.) Assistant Proferssor Occidental Studies, Institute for Humanities and Cultural Studies, www.saneapour@ihcs.ac.ir