

اصول اخلاقی در رسانه جهانی

مریم صانع پور*

چکیده

روابط اجتماعی انسان‌ها مستلزم رعایت اصول اخلاقی است و هر قدر گستره ارتباطات اجتماعی بیشتر شود، ضرورت تقید به اخلاق فضیلت‌مندانه بیشتر خواهد شد. برخی صاحب‌نظران اخلاقی بر آن‌اند امروزه تکثر و تنوع فرهنگ‌ها در رسانه جهانی موجب شده تا نتوان مشترکاتی اخلاقی برای بشریت ترسیم کرد، اما نگارنده در مقاله حاضر از پنج اصل اخلاقی به عنوان حداقل اصول اخلاقی که از ذاتیات و فطریات بشر نشئت گرفته، یاد کرده‌است که می‌توانند پایه‌های مشترک اخلاق جهانی در رسانه‌ها معرفی شوند؛ مشترکاتی که با تنوع و تکثر ارزش‌های بومی و محلی فرهنگ‌های اخلاقی مختلف نیز منافاتی ندارند؛ اصولی که عبارت‌اند از: کرامت شأن انسانی، آزادی بیان، برابری و عدم تبعیض، وفاق اجتماعی، رفاه جمعی.

کلیدواژه‌ها: آزادی بیان، برابری، رفاه جمعی، کرامت انسانی، وفاق اجتماعی.

۱. مقدمه

امروزه، به علت گسترش فضای سایبر، فیلسوفان اخلاق به تعهدات اخلاقی در رسانه جهانی می‌اندیشند؛ رسانه‌ای که از جهت روزآمدی محتوا، امکانات جست‌وجو و روش‌های برخورد، کاملاً متفاوت با رسانه‌های قبلی است. شاید، بتوان در یک جمع‌بندی کلی گفت رسانه‌های کنونی دارای خصوصیات زیر هستند:

تعاملی (Interactive) و برخط (Online)؛

* استادیار پژوهشکده غرب‌شناسی و علم‌پژوهی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی saneapour@ihcs.ac.ir
تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۵/۲۱، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۸/۲۴

مرکب از اجزای متکثر همگون و یا ناهمگون به دو علت:

الف. استفاده متخصصان از انواع فناوری‌های روزآمد مانند پایگاه‌های شبکه‌ای شده‌ای چون Facebook و Twitter برای خلق محتوای رسانه؛

ب. وجود انواع فناوری‌ها برای مردمی‌سازی انتشارات رسانه‌ای.

جهانی‌سازی رسانه‌ها و جهانی‌سازی حوادث، مهاجرت‌ها، تغییرات آب و هوا، سیاست‌های تجاری، امنیت بین‌المللی و ... و به بیانی دیگر ایجاد یک «جمهوری جهانی».

ویژگی‌های ذکر شده به این ترتیب، ضرورت توجه به اخلاق رسانه جهانی را گوشزد می‌کند، زیرا جهانی‌شدن ارتباطات انسان‌ها مستلزم جهانی‌شدن تعهدات اخلاقی ایشان است. در جهان کنونی، ارتباطات بدون مرز مسائل اخلاقی فراملی و فرامرزی را به وجود آورده‌اند که راه حل‌های جدید و جهانی را می‌طلبند. امروزه، فناوری‌های ارتباطی توانسته‌اند ادیان، سنن، اقوام و ارزش‌ها را با وجود تنوع قواعد سیاسی، آرمان‌های اجتماعی و مفاهیم ارزشی در یک پهنه بدون مرز گرد هم آورند. از این رو، توجه به اصول اخلاقی مشترک در میان تکثرات ذکر شده، می‌تواند به برقراری گفتگویی صلح‌آمیز و انسانی میان شهروندان دهکده جهانی بینجامد و زمینه‌های نزاع و تخاصم را از بین ببرد. در این طریق، می‌توان به دنبال تحقق رسانه‌ای با گرایش جهان‌وطنانه بود تا جریان‌های جهانی به گونه‌ای گزارش شوند که به تفاهم میان شهروندان جهانی منجر گردند؛ رسانه‌ای متعهد که در پی رفع محرومیت اقتصادی، فقر فرهنگی و ناآرامی‌های سیاسی در جهان باشد.

در فضای مرزبندی‌شده دوره روشنگری، رسانه‌های ملی با توجه به علایق وطن‌پرستانه سرزمین‌های مختلف در جست‌وجوی عدالت ملی بودند، اما در فضای جهانی‌شده کنونی، بشریت بیش از گذشته نیازمند به تعهد رسانه‌ها نسبت به مفاهیم جهانی میان‌ملل و فرهنگ‌های گوناگون است تا عدالت جهانی محقق گردد. به عبارتی دیگر، امروزه اخلاق رسانه در قبال مسائل جهانی و جریان‌های فراملیتی، متعهد و مسئول است. از این رو، فیلسوفان اخلاق رسانه جهانی به دنبال طراحی اصولی جهانی برای اخلاق هستند که به توسعه هم‌زمان اخلاق در سراسر جهان منجر گردد؛ اصولی که با هنجارهای متفاوت و متکثر ادیان، اقوام و فرهنگ‌های بومی مختلف مغایرتی نداشته باشد.

۲. رسانه جهانی و فرصت‌های اخلاقی

وازرمن (Wasserman)، استاد مطالعات رسانه در آفریقای جنوبی، از فرصت‌هایی که امروزه

رسانه جهانی در اختیار اخلاق مداران قرار داده است، سخن می گوید. او بر آن است که انسانیت به عنوان نقطه اشتراک همه ساکنان عالم، ایجاب می کند تا همه ما شهروندان جهانی از وضعیت نابسامان فقرا و محرومان شهروندان جهانی باخبر شویم و رسیدگی به آنان را وظیفه جمعی و فوری خود تلقی کنیم. رسانه های جهانی در این امر نقش تسهیل کننده ای را ایفا می کنند؛ به عنوان مثال، اطلاع از مشکلات سیاه پوستان در افریقای جنوبی انسان را متقاعد می کند که همه این معضلات نمی توانند فقط از طریق محلی رفع شوند و همگی جهانی می طلبد. اخلاق رسانه جهانی همچنین قادر است نزاع های فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و نیز ارتباطات قدرت معاصر را ریشه یابی کند و زمینه ها را در جهت رفع محرومیت ها آماده سازد (Ward and Wasserman, 2010: 74-86).

علاوه بر نقش آگاهی دهنده رسانه جمعی در مورد محرومان کره زمین و ایجاد زمینه های هم فکری در میان اخلاق مداران جهان برای محرومیت زدایی از اقصا نقاط عالم، امروزه رسانه های جمعی با امکانات رو به گسترش ارتباطی، بسیاری از پارادایم های مسلط در معرفت شناسی جهانی را زیر سؤال برده اند؛ به عنوان مثال، چشم انداز نقادانه ای نسبت به ناهنجاری های اخلاقی جهان کنونی در نوشته های مارتا نوسباوم (Nussbaum)، استاد حقوق و اخلاق دانشگاه شیکاگو، مشاهده می شود. او بر این نظر است که عدم موازنه قدرت در جهان حاصل نادیده گرفتن شأن انسانی ستمدیدگان توسط حاکمیت های اقتدارگرای جهانی است (Nussbaum and Faralli, 2007: 145-161).

قبل از ایجاد یک فضای جهانی با امکانات رسانه ای دیجیتال، معرفت شناسی دوره روشنگری اقوام و ملل مختلف را به عنوان ابژه مطالعه سوژه غربی مشاهده می کرد و ملاک ها و معیارهای مدرنیته غربی با رویکردی تک نگارانه، مؤلفه های مختلف جوامع غیر غربی را اندازه گیری می کرد. اما، یکی از فرصت های رسانه جهانی در دوره کنونی، ارائه معرفت شناسانه و وجود شناسانه فرهنگ های مختلف با معیارهای بومی خودشان است که فضای انحصارگرایانه استعمارگران غربی را تغییر داده است. امروزه، رسانه های جهانی موجب شده اند تا علاوه بر معرفی و گسترش زمینه های دینی، فرهنگی و فلسفی ملل غیر غربی، عملکردهای ضد تبعیض پسا استعماری نیز رسانه ای شوند. به همین مناسبت، بازخوردهایی میان هنجارهای اخلاقی رسانه های جهانی با هنجارهای اخلاقی رسانه های محلی ایجاد شده است و در نتیجه مفاهیم هنجاری مزبور با عبور از پارادایم های دوره روشنگری، مقوله های فرهنگی و معرفت شناسانه مدرنیته را دچار بحران کرده اند، چنان که

امروزه، پارادایم اخلاق کلی ثابت و تغییرناپذیر دوره روشنگری به علت تفوق بخشی به جنس مردانه و طبقه مسلط غربی، اعتبار خود را در اذهان عموم ازدست داده است (Christians and Traber (eds.), 1997: 4)، زیرا تحقق آن مفاهیم کلی ارتباطات قدرت را پنهان کرده بود؛ به عنوان مثال، در پارادایم مدرنیزاسیون، گسترش رسانه در آفریقا موجب شده بود تا آفریقاییان به نحوی صرفاً مکانیکی درگیر رفتارهای اقتدارگرایانه سیاسی و اقتصادی غربی‌ها شوند و شهروندان نخبه آفریقایی به گونه‌ای طوطی‌وار و بدون پویایی خودجوش، از نیاز کشورهاشان به مدل سیاسی، اقتصادی مدرنیته سخن بگویند و از این رو است که امروزه گفتمان‌های مدرنیزاسیون و دموکراسی لیبرال بدون تناسب با مؤلفه‌های زندگی در جوامع آفریقایی در جریان است، در حالی که شأن انسانی آفریقاییان باید به عنوان یک ارزش پویا در زمینه‌های محلی و بومی مطرح شود و ارتباطات قدرت از طریق رسانه‌های محلی مورد نقادی قرارگیرد (ibid). اما امروزه، با وجود دسترسی ملل و فرهنگ‌های گوناگون به رسانه جهانی در فضای دیجیتال، می‌توان امیدوار بود که مشکلات جهانی دوران استعمار ملل محروم به سرآید و موازنه قدرت‌های گذشته، که مبتنی بر معرفت‌شناسی اقتدارگرایانه غربی بود، بر هم خورد تا همه فرهنگ‌ها و تمدن‌ها بتوانند در سرنوشت جهان حضوری سازنده داشته‌باشند و فضایل و ارزش‌های اخلاقی را در گستره جهانی رقم زنند.

آلیا (Alia) در کتاب *اخلاق رسانه و تغییر اجتماعی* می‌نویسد رسانه‌ها در فضای جهانی کنونی فرصت بیشتری به مظلومان می‌دهند تا صدایشان را به دیگران برسانند و به عده‌ای نخبه که ایشان را حاشیه‌ای کرده‌اند اعتراض کنند، زیرا تقدس شأن انسانی با اصلی بودن برخی از انسان‌ها و فرعی کردن برخی دیگر منافات دارد. اصالت قائل شدن برای شأن والای انسان در یک رسانه جهانی می‌تواند موجب تقویت اراده جمعی در مقابل تبعیض‌گرایی حاکم بر مکانیزم‌های خبری شود تا رویکرد یادگیری از مردم، جایگزین رویکرد سوژکتیو مطالعه مردم به عنوان ابژه شود (Alia, 2004: 26) تا به این ترتیب، حاکمیت بر «دیگران» به مشارکت با دیگران تبدیل گردد، تجارت به طرف کارآفرینی سوق یابد و اصالت سود به اصالت سلامتی و امنیت اجتماعی تغییر یابد (Pilger, 1998: 4) و به اختصار، «روش‌ها به عملکردها بدل شود» تا در یک چشم‌انداز پسااستعماری، حاکمیت اسطوره‌های مدرنیته پایان یابد و جهانی‌سازی در روندی توسعه‌یاب و نافذ و همچنین با حضور تعیین‌کننده همه ملل به حرکت خود ادامه دهد (Ward and Wasserman, 2010: 86).

اما، خانم شاکوتتالا راثو، استاد مطالعات ارتباطات بین‌المللی و اخلاق رسانه، با ابراز تأسف می‌نویسد تا به حال نظریهٔ پسااستعماری اخلاق رسانهٔ جهانی، اکثر مباحثات اخلاق رسانه را به نحو نظری و تاریخی از غرب اخذ کرده‌است و فقط تعداد کمی از غیرغربی‌ها در صدد بومی‌سازی اخلاق رسانه بوده‌اند که از آن جمله می‌توان به آثار چاکروبارتی و ادوارد سعید، دو نویسندهٔ برجستهٔ پسااستعماری، اشاره کرد که به منظور ایجاد جهانی غیراستعماری به یک مفهوم ریشه‌ای و ضدامپریالیستی از انسانیت دست‌یافته‌اند. بنابراین، برای طراحی یک گفتمان اخلاقی در دنیای مجازی باید از نظریه‌های بومی غیرغربی‌ها که خارج از گفتمان فلسفه‌های اروپایی دورهٔ روشنگری طراحی شده‌اند، استفاده کرد تا بتوان متفکران امر رسانه را در سراسر دنیا به منظور تصمیم‌سازی اخلاقی شناسایی کرد، زیرا رسانه‌های جهانی می‌توانند به لحاظ معرفت‌شناسانه، نقشی مرکزی در ارتباطات بین‌المللی به عهده بگیرند و مفهوم‌سازی‌ها را در سراسر فضای مجازی قالب‌ریزی کنند که این امر با عملکرد گذشتهٔ رسانه‌ها در جهانی‌سازی قدرت امپریالیسم مغایرت دارد (Rao, 2007, in Ward and Wasserman (eds.), 2010: 90-91).

هولم بر آن است که اخلاق رسانه در عصر جهانی‌شدن نیازمند مطالعهٔ ساختارهایی است که به نحو تاریخی با مقولهٔ جهانی‌شدن ارتباط داشته‌اند. در این راستا، باید به پیش‌زمینهٔ گذشتهٔ استعماری در اخلاق رسانه نیز توجه کرد. وی در این باره به گونه‌ای آرمان‌گرایانه می‌پرسد آیا تصور جهانی بدون چشم‌انداز افراد تحت ستم و بدون قدرت امپریالیستی امکان‌پذیر است؟ (Hulme, 2005; in Ward and Wasserman, 2010: 126).

و برخی متفکران امیدوارانه در پاسخ می‌نویسند امروزه جهانی‌سازی اقتصادی، به رشد «بازارهای آزاد» کمک می‌کند و پیشرفت علم، فناوری و مصرف در فضای مجازی موجب می‌شود تا جهان تبعیض‌آمیز دورهٔ روشنگری، به جهانی تبدیل شود که اقلیت‌ها و حاشیه‌ای‌شده‌ها نیز به رسمیت شناخته‌شوند (Bhabba and Comaroff in Goldbert and Quayson (eds), 2002: 46-59).

بنابراین، با توجه به فرصت‌هایی که فضای دیجیتال رسانهٔ جهانی ایجاد کرده‌است، باید در مورد نقش فعال غیرغربی‌ها در اخلاق رسانهٔ جهانی پژوهش‌های فراوانی انجام گیرد، زیرا رسانه‌های گوناگون می‌توانند چهارچوب‌های جدیدی از حیث معرفتی ارائه‌کنند تا از استیلای مونولوگ معرفت‌شناسانه‌های حاصل شود و اصول مشترک اخلاقی در دنیای مجازی با در نظر گرفتن سهم برابر همهٔ شهروندان تدوین گردد. جهانی‌شدن در نگاه یک

پژوهشگر رسانه به معنای تعامل فزاینده میان مردم، فرهنگ‌ها و مکان‌هاست، زیرا به وسیله ارتباطات تلفنی، سیستم‌های اطلاعات کامپیوتری و اشکال بی‌واسطه تلویزیونی جهانی یکپارچه ایجاد شده است.

در زمان‌های قدیم، اصطلاح بین‌الملل حاکی از ارتباطات میان ملت‌ها و نیز بین دولت‌های ملی ایستا بود و همواره نقش آژانس‌های غیردولتی یا عوامل غیرملی موجود در میان یک ملت مغفول واقع می‌شد؛ همچنین، در گذشته اصطلاح جهانی شدن حاکی از امریکایی شدن و پذیرش سلطه غرب و تجارت جهانی بود، اما اخیراً پژوهشگران اخلاق رسانه از تشکیل یک هسته جهانی و یک منظومه مشترک ارزش‌ها سخن می‌گویند. چنین رویکردی نظریه‌های مبنایی اخلاق را مانند «مبنای طلایی ارسطویی»، «امری‌های طبقه‌بندی شده کانت»، «اومانیزم» و «سودگرایی» توسعه داده است. همچنین، غیرغربی‌ها به علت «گرایش به تنوع فرهنگ‌ها» انحصارگرایی غربی‌ها را محکوم کرده‌اند و غیرغربی‌ها را نیز در اخلاق رسانه به رسمیت شناخته‌اند (Wood, 1997: 5-26).

در چنین چشم‌اندازی، فرهنگ غرب تنزل‌دهنده تاریخی تنوع فرهنگی شناخته می‌شود؛ تا جایی که می‌توان گفت غرب اصولاً تنوع را از فرهنگ جهانی حذف کرده است. بنابراین، فقط در صورتی که ملت‌ها بتوانند تنوع‌های فرهنگی‌شان را نشان دهند، خواهند توانست اخلاق و طرز تلقی‌های جهانی را به سمت تفاوت‌ها سوق دهند و چشم‌اندازی را ترسیم کنند که انحصار قالب‌های اخلاق فردی را که به وسیله غرب تحمیل شده برتابند. چنین چشم‌اندازی ارتباط میان فرهنگ‌ها را در رویکرد انحصارگرایی دوره روشنگری، ارتباطی نابرابر و ستیزه‌گرانه می‌داند که موجب مشاجرات میان فرهنگ‌ها شده است. شاید، بتوان گفت در میان نظریه‌های اخلاقی غربی فقط اخیراً اخلاق ارزش‌های اشتراک‌گرای نوارسطویی و فمینیسم دربردارنده گفت‌وگوهای اخلاقی در فضای جهانی رسانه‌های دیجیتال بوده‌اند، درحالی که نظریه‌های اخلاقی جهان امروز، چندصدایی فرهنگ‌های گوناگون را به رسمیت شناخته‌اند؛ به عنوان مثال، اشتراک‌گرایان افریقایی در نگرش‌های اخلاقی‌شان، تصمیمات فردی را فشرده مجموع تصمیمات در جامعه ملی یا بین‌المللی معرفی می‌کنند (Patterson and Wilkins, 2005: 14).

نظریه نوارسطویی اخلاق رسانه نیز امروزه با توجه به جهانی شدن رسانه‌ها به طرف فضایل رسانه‌ای هدایت می‌شود و گفت‌وگو در باب مفاهیمی چون صداقت و تعهد را به عنوان مشترکات اخلاقی میان همه فرهنگ‌ها توصیه می‌کند.

به این ترتیب، مقایسه عمیق میان نظریه پسااستعماری، اشتراک‌گرایی و اخلاق فمینیستی موجب به رسمیت‌شناختن هویت‌های قومی، سیاسی، اجتماعی و تاریخی غیرغربی‌ها می‌شود. بر این اساس، امروزه در فضای جهانی رسانه‌ها، غرب و غیرغرب دو جهان متفاوت اما در حال نفوذ به یکدیگر معرفی می‌شوند که در این فضا نظریه‌ها با یکدیگر ممزوج می‌گردند، تغییر می‌کنند و معنای جدیدی می‌گیرند؛ به عنوان مثال، نظریه مسئولیت‌پذیری اجتماعی در ژاپن، بعد از جنگ جهانی دوم، با توجه به اهمیت آزادی نشر، بی‌طرفی، مدارا، هدایت، تعهد و انطباق، راه رسانه ژاپن را تغییر داد، چنان‌که دکتربین‌های تعهد اجتماعی در ژاپن از اساس با نظریه‌های مشابه روزنامه‌نگاران ژاپنی مقیم آمریکا متفاوت شد؛ یعنی، روزنامه‌نگاران ژاپنی مقیم ژاپن آزادی منطقی‌تری را نسبت به آزادی بی‌حد و حصر روزنامه‌نگاران ژاپنی در آمریکا عرضه کرده‌اند (Tsukamoto, 2006: 55-69).

بنابراین، امروزه نمی‌توان در رسانه متکثر جهانی، اقتدارگرایی غرب را در حوزه‌های گوناگون معرفتی و اخلاقی پذیرفت، زیرا بهره‌مندی از فضایل و ارزش‌های اخلاقی متنوع ملل مختلف می‌تواند موجب شکل‌گیری اصولی واقع‌گرایانه و مبتنی بر ذاتیات بشر شود که این امر با حاکمیت انحصارگرایانه شالوده‌نظری مدرنیته غرب در آموزه‌های اخلاقی در تعارض است. امروزه، می‌توان در سراسر دنیا عملکردهای متکثر اخلاقی را که برخاسته از تکثر گفتمان‌های معرفتی است، رسمیت بخشید و شاید بتوان اصولی مشترک را در زیربنای این عملکردهای متنوع جست‌وجو کرد. جهان سالیان متمادی تحت حاکمیت تک‌صدایانه غرب قرار داشت؛ حاکمیتی که به گونه‌ای مقتدرانه معرفت‌شناسی، عقلانیت، اخلاق و عملکردهای اجتماعی ملل و اقوام مختلف را شکل می‌داد و هرآنچه را با معیارهای غربی منافات داشت، غیرمعرفتی، غیرعقلانی، غیراخلاقی و غیرعلمی قلمداد می‌کرد. اما امروزه، در وسعت جامعه مجازی، غیرغربی‌ها نیز می‌توانند اظهار وجود کنند و هویت علمی و عملی خود را در رسانه‌های جهانی به منصفه ظهور رسانند. از این رو، می‌توان در صدد طراحی برخی اصول اخلاقی بود که از مشترکات فرهنگ‌های مختلف با سنت‌های اخلاقی متنوع و گاه متضاد اخذ شده‌اند؛ به عنوان مثال، فرهنگ قبیلگی افریقایی دارای بیشترین تعارض با فرهنگ مدنی غربی است، اما با وجود این همه فاصله:

تقدس شأن انسانی، فارغ از هر نژاد و ملیتی، اصل موضوعه هنجارسازی اخلاقی در فضای مجازی است؛ اصلی که همه نظام‌های انسانی را از قبیله‌گرایی ابونتو گرفته تا مدنیت غربی دربرمی‌گیرد.

روحیه جمع‌گرایانه اوبونتو با رویکرد برخی فیلسوفان اخلاق جدید غرب مانند لویناس، که فردیت انسان را در ارتباط با دیگری تعریف می‌کنند، مشابه است؛ رویکردی که با حیثیت ارتباطی انسان در اخلاق جهانی فضای مجازی تناسب دارد؛ فضایی که از جهان یک دهکده ساخته‌است.

با مطالعه تمایزات فراوان هویت اجتماعی در ملل و فرهنگ‌های گوناگون، باید بر هنجارهای جهانی - محلی تأکید کرد، زیرا اخلاق رسانه جهانی نمی‌تواند هنجارها و ملاک‌های واحدی برای فرهنگ‌های مختلف با پیشینه‌های تاریخی، شرایط جغرافیایی، سوابق دینی و آیینی متنوع ارائه‌دهد، بلکه فقط در مورد اصول اخلاقی است که می‌توان به یک جمع‌بندی واحد رسید؛ اصولی مبتنی بر تقدس شأن انسانی، عدم تبعیض میان انسان‌های مختلف، آزادی بیان و ... در حالی که هنجارهای اخلاقی مبتنی بر هویت اجتماعی ملل مختلف هستند که با خصوصیات ملی - بومی انسان تناسب دارد.

رسانه جهانی فضایی مشترک میان شهروندان جهانی برای تظلم‌خواهی افراد و ملل تحت ظلم است و آگاهی مردم مختلف از مؤلفه‌های تمدن بشری موجب می‌شود تا شهروندان مظلوم و محروم در فضای جهانی شده کنونی، بتوانند از شرایط تحمیلی حاکم بر جوامع خود آگاه شوند و با رساندن صدای خود به گوش سایر شهروندان فضای دیجیتال جهانی، در جهت رفع شرایط ظالمانه تلاش کنند.

همدلی محرومان با یکدیگر در رسانه‌های جهانی به تقویت عزم و اراده جمعی در جهت رفع محرومیت منجر می‌شود و مصلحان سراسر جهان به حمایت از محرومان به پا خواهندخواست و در یک وفاق جمعی و فراملیتی، زمینه‌های دفاع از ستمدیدگان ایجاد خواهدشد.

۳. رسانه جهانی و تهدیدهای اخلاقی

علاوه بر فرصت‌های اخلاقی ذکر شده در فرآیند جهانی شدن رسانه‌ها، برخی از تهدیدهای اخلاقی نیز در این فرآیند مطرح است؛ به عنوان مثال، در اثر سیل اطلاعات و ارتباط تنگاتنگ فرهنگ‌های متنوع در جهانی سازی فضای مجازی، مقوله «مرگ ملت» مطرح شده است؛ از این رو، فرهنگ‌های بومی به مهار این اطلاعات فراینده می‌اندیشند تا هویت‌های ملی از خطر نابودی حفظ شوند. در نتیجه، امروزه در جهان مجازی دیجیتال، دولت‌های ملی به مقابله با زمینه‌های متغیر قدرت پرداخته‌اند؛ زمینه‌هایی که قدرت‌های

فراملی، غیردولتی و فوق ملی آن را تأیید می‌کنند. به عبارت دیگر، جهانی شدن حاکی از ایجاد جهانی یکپارچه توسط ارتباطات تلفنی، سیستم‌های اطلاعات کامپیوتری و اشکال بی‌واسطه تلویزیونی است که اگر قرار باشد قدرت‌های فراملی - غیردولتی و فوق ملی این جهان یکپارچه بر اساس معرفت‌شناسی امپریالیستی شکل بگیرد، حاکمیت اقتدارگرایی ملت‌ها را بیش از گذشته از هویت واقعی‌شان دور خواهد کرد و یکپارچگی امپریالیستی را بر همه شهروندان دهکده جهانی تحمیل خواهد کرد.

شاکونتالا راتو می‌نویسد بر اساس نظریه پسااستعماری و ارتباط آن با نقطه‌نظر اخلاق جهانی، خصوصاً در حوزه رسانه‌های جمعی در بسیاری از جوامع معاصر، رسانه‌ها علاوه بر فضای عمومی، در فضای خصوصی نیز حضور دارند و از این رو می‌توان گفت امروزه تجارب شهروندان جامعه جهانی به‌طور عمیقی رسانه‌ای شده‌اند، زیرا ماهواره‌ها با اطلاع‌رسانی مستقیم در سطحی وسیع موجب شده‌اند تا رسانه‌های جهانی در شکل‌دهی فرهنگ‌ها و ملت‌ها به‌گونه‌ای گسترده دخالت کنند و از آنجا که مصرف، دریافت و توزیع تصاویر در این رسانه‌ها جهانی است، اخلاق معاصر رسانه، امروزه بر ایده‌هایی متمرکز شده‌اند که بر معیارهای اخلاقی آزادی، فردیت، معقولیت و مختاربودن تأکید می‌کنند. بر این اساس، جهان مجازی رسانه مستلزم بازاندیشی ریشه‌ای در اخلاق فردی به سبک غربی است و از این رو، اخلاق رسانه جهانی بنیان‌گذاری دوباره فلسفه اخلاق را می‌طلبد (Rao, 2007). در این راستا، مفهوم ادوارد سعید از سفرکردن نظریه غربی و بومی‌سازی نظریه‌های اروپایی می‌تواند تأمین‌کننده تعهدات نظری برای دانشوران اخلاق رسانه باشد، اما بر اساس نظریه سعید چگونه باید با مفاهیم اخلاقی رسانه مانند تعهد اجتماعی، وظیفه‌گرایی یا سودگرایی در فرهنگ‌های کاملاً غیراروپایی 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، تولیدکننده الگوی متفاوتی خواهند بود؟

بنابراین، سفرکردن معرفت‌شناسی و اخلاق اروپایی به سایر کشورها اگر به حاکمیت تک‌صدایانه غرب قوت و شدت بخشد، بحران هویت در سایر فرهنگ‌ها جدی‌تر خواهد شد، مگر اینکه به‌گونه‌ای اصولی کشورهای میزبان بتوانند ملیت و هویت اجتماعی

خود را حفظ کنند و اصولی عام و شامل را بر همه نگرش‌های اخلاقی تدوین کنند؛ اصولی که از ذاتیات بشر اخذ شده است.

رابرتسون بر آن است که مخالفت‌هایی از این قبیل نسبت به جهانی شدن رسانه‌ها صورت گرفته است:

اگر ارتباط میان کلی و عمومی با جزئی و خاص یا به بیانی دیگر ارتباط میان جهانی و محلی لحاظ نشود، درک صحیحی از جهانی سازی رخ نخواهد داد و تنوع عملکردهای اخلاقی موجب خواهد شد تا پنداشته شود نمی‌توان اصول مشترکی را برای اخلاق رسانه‌های جهانی معرفی کرد.

ایده جهانی سازی از طرف کمونیست‌ها با شکاکیت ملاحظه شده است، زیرا بیش از پیش می‌تواند خطر جهانی کردن سرمایه‌داری و کاپیتالیسم را به دنبال داشته باشد.

نظریه‌های پسا ساختارگرایی و پسا مدرنیته اصولاً منکر یونیورسالیسم جهانی سازی هستند. بسیاری از تحلیلگران بر جزئی‌گرایی، تفاوت و محلیت وابسته به ارتباط اجتماعی متمرکز شده‌اند که این امر در تقابل با اشتراکات فراملیتی و جهانی قرار دارد.

اگر جهانی سازی به عنوان دیدگاهی مسلط ملاحظه شود که به تولیدات برتر و یا بازتولید واقعیت همت گماشته است، مورد مشاجره و انکار قرار می‌گیرد. به بیانی دیگر، جهانی سازی امپریالیستی از طرف صاحب نظران پذیرفتنی نیست، زیرا شاخصه‌های این جهانی سازی تهدیدکننده عبارت‌اند از:

الف. جهانی سازی غربی به عنوان فرهنگ مسلط امپریالیستی مسلط بر همه فرهنگ‌ها در فضای مجازی، مفاهیم معرفتی و وجودی خود را با استفاده از امکانات فضای دیجیتال جهانی به سایر فرهنگ‌ها القا می‌کند.

ب. نزاع فرهنگ‌های ناهمگون جهانی - محلی می‌تواند تصویر نامطلوبی از جهانی شدن ارائه کند (Robertson, 1992: 98).

در حالی که در نقطه مقابل تصویر رابرتسون از جهانی شدن، احیای دوباره سنت‌ها و فرهنگ‌های محلی گوناگون، واکنش مطلوبی نسبت به جهانی سازی در فضای مسالمت‌آمیز است که این فضای مسالمت‌آمیز نمی‌تواند پذیرای قواعد تحکم‌آمیز امپریالیستی باشد.

درباره تهدیدات کاپیتالیسم جهانی در عصر جهانی سازی، همچنین می‌توان گفت مسئله مهم اخلاقی در فضای مجازی مربوط به تأثیرات ظاهری جهانی یا شاخصه فرهنگی سنتی و ملی نیست، بلکه مربوط به تعیین محتوا و پویایی طبقه نامتجانس جهانی سازی است.

رابرتسون در این مورد از فشردگی جهان کنونی و نیز 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 عبارت‌اند از: حوزه‌های قومی، رسانه‌ای، تکنیکی، مالی و نظریه‌ای (Robertson, 1995, in Ward and Wasserman, 2010: 128).

به عنوان مثال، برخی مخالفان نظریهٔ امپریالیسم رسانه/ فرهنگ، صدور دموکراسی لیبرال که جهانی‌سازی را به همراه آورده‌است، به عنوان یونیورسال‌کردن فرهنگ غربی معرفی می‌کنند که این امر به وسیلهٔ تلویزیون، موزیک پاپ، شبکه‌های خبری جهانی مانند CNN و BBC صورت می‌گیرد که نمادهای مرتبط با دموکراسی لیبرال، آزادی، حقوق، رفاه، اقتدار، حفظ محیط زیست و جهان وطنی تلقی می‌شوند. در چنین گفتمانی، جهانی‌سازی موجب می‌شود تا رسانه‌های جهانی به عنوان پایگاه‌های متحد خبری کاپیتالیسم تلقی شوند. مخالفان چنین پدیده‌ای در دنیا، اعتراض خود را با واکنش‌های ضدجهانی‌سازی و یا از طریق مطرح کردن ارزش‌های آسیایی نشان می‌دهند. بنابراین، جهانی‌سازی دچار یک تناقض‌نمای نتایج شده‌است؛ به عنوان مثال، به‌رغم یکسان‌سازی مرتبط با اقتدار مالی شرکت‌های فراملیتی اروپایی، جهانی‌سازی به سمت نامتجانس‌سازی، ترکیب، انقطاع، اختلاط، تقاطع و دورگه‌شدن گرایش دارد (Rantanen, 2005: 93).

۴. اصول مشترک اخلاقی در رسانهٔ جهانی

اصول مشترک اخلاقی در رسانهٔ جمعی را می‌توان با توجه به ذاتیات اخلاقی انسان تدوین کرد؛ ذاتیاتی که قدر مشترک همهٔ وجوه اخلاقی بشر با وجود تنوع فرهنگ‌ها و ملل مختلف است؛ به عنوان مثال، در سنت افریقایی اوبونتو به فطریات انسان توجه بسیاری شده‌است، زیرا اخلاق اوبونتو یک اخلاق فردگرایانه نیست، بلکه خصوصیتی جمع‌گرایانه دارد. به عبارتی دیگر، اخلاق اوبونتو اخلاقی فطری و ذاتی برای همهٔ وجودهای انسانی است نه یک مجموعه قواعد، هنجارها و آرمان‌های عارضی که به جامعه و فرهنگ القا شده‌باشد؛ هنجارهایی که فقط تولیدکنندگان رسانه آن را فضیلت تلقی و به جامعه القا کرده‌باشند. بنابراین، می‌توان پیشنهاد کرد که معیار نهایی برای متخصصان رسانه در فضای مجازی، اصول قراردادی اخلاقی نباشد، بلکه بر یک اخلاق عمومی فطری توافق کنند تا تنوع تاریخی یا جغرافیایی ملل مختلف نتواند آن اصول را از اعتبار ساقط کند.

با وجود آنکه درک انسان غربی وابسته به واقعیت‌های محیطی خود است، همواره کوشیده‌است تا این واقعیت‌ها را به سایر جوامع نیز تحمیل کند (← Wasserman and De Beer, 2004, in Ward and Wasserman (eds.), 2010: 110).

علاوه بر این، قوانین فردگرایانه انسان غربی در جامعه غرب، مستلزم حضور افرادی مستقل از یکدیگر است که اجتماع آنان امری عارضی است که چون از ذاتیات اخلاقی بشر اخذ نشده، نیازمند تحمیل قواعدی اخلاقی است. به بیانی دیگر، روابط اخلاقی در جامعه غربی شأنی مکانیکی دارند، اما به عنوان مثال، در سنت‌های غیرغربی از جمله سنت افریقایی اوپونتو، اعتقاد بر این است که ارزش‌های جامعه مانند حقیقت، آزادی و عدالت قرار است به گونه‌ای ذاتی با وابستگی تعاملی افراد جامعه به یکدیگر به وسیله جامعه در جامعه ایجاد شوند، زیرا تعامل میان شهروندان و گزارشگران رسانه و نیز میان شهروندان و سیاستمداران که ابعاد تاریخی و زیست‌شناسانه دارد، نمی‌تواند به سادگی استخراج شتابزده یک ناظر باشد، بلکه در دینامیزم اخلاقی آن، همه پیش‌زمینه‌ها حضور دارند و از این رو نمی‌توان اعتقادات، ارزش‌ها و نیازهای یک جامعه را بدون توجه به پیش‌زمینه‌های آن جامعه تفسیر کرد؛ به بیانی دیگر، قواعد اخلاق جمعی، پویا، درون‌جوش و ذاتی هستند. اصول اخلاقی اوپونتو، به عنوان یک شاهد مثال، فقط یک قرارداد اجتماعی نیست، بلکه یک الزام اجتماعی است، زیرا در ارتباط مراقبتی، فهم و تجربه جامعه افریقایی ریشه دارد که این امر در نظریه‌های اشتراک‌گرایی غربی برخی فیلسوفان جدید غرب همچون لویناس، مارتین بوبر، پائولو فریه (Paolo Freire) نیز تأکید شده‌است (← Christians, 2004: 41-56).

به هر تقدیر، از آنجا که ارتباطات هم‌زمان جهانی در رسانه‌های دیجیتال، روابط جهانی را به روابط نزدیک و بی‌واسطه مردم یک دهکده تبدیل کرده‌است، بازگشت دوباره به اصول اخلاقی فطری و ذاتی انسان الزامی به نظر می‌رسد؛ اصولی که وحدتش هیچ مغایرتی با تکثر قواعد و هنجارهای اخلاقی ملل مختلف ندارد، چنان‌که پیترو فوریه بر این نظر است که هرچند باید نظریه هنجاری رسانه و اخلاق رسانه به علت وجود توده‌های متفاوت و فضاهای توده‌ای متفاوت بر تفاوت و تنوع متمرکز شوند، در عین حال نقطه اشتراک در این تفاوت‌ها و تنوع‌ها می‌تواند فضایل مشترک انسانی باشد؛ فضایی مانند اصالت‌داشتن خیر عمومی و ایجاد فضای گفت‌وگو که در نهایت به برقراری زمینه‌های وفاق به عنوان یک نقطه عزیمت در نظریه اخلاق رسانه جهانی خواهد انجامید (← Fourie in Ward and Wasserman (eds.), 2010: 110-119).

امروزه، در فضای مجازی و جهانی‌سازی ناشی از آن، بحث‌های بسیاری دربارهٔ امکان یک اخلاق روزنامه‌نگاری جهانی در میان اروپا، آسیای میانه و جهان اسلامی مطرح می‌گردد (Hafez, 2002: 225-250). تکرر دین‌ها، سنت‌ها، گروه‌های قومی، ارزش‌ها و سازمان‌ها در جهان کنونی به ایجاد منشورهای سیاسی متعددی انجامیده که در این منشورها ارزش‌های جهانی‌سازی در زمینه‌های تاریخی و سیاسی متفاوتی مورد توجه قرار گرفته‌است (← Banda, 2006: 459-467).

باندا همچنین در این باره می‌نویسد من به نحو نظری دربارهٔ مفهوم «جهانی - محلی‌سازی» و «ناجورگی فرهنگی» سخن می‌گویم (ibid). رابرتسون نیز جهانی - محلی‌سازی را جنبهٔ تعیین‌کننده‌ای از جهانی‌سازی معرفی می‌کند (Robertson, 1992: 30).

تعامل پیچیدهٔ جهانی و محلی با یکدیگر به این ترتیب بر بسیاری از جنبه‌های عقلی و مثبت جهانی‌سازی تأکید می‌کند. در جهانی‌سازی، مفهوم ملی‌گرایی، به عنوان یک هویت متعین فرهنگی، می‌تواند سوژهٔ پسامدرنیست‌ها باشد، زیرا تماس‌های میان‌فرهنگی تشدیدشده، یک فرآیند فزایندهٔ ذوب و قطعه‌قطعه‌شدن فرهنگی را ایجاد می‌کند که با واژهٔ ناجورگی تعریف می‌شود (Kraidy and Murphy, 2003 in Ward and Wasserman (eds.), 2010: 128).

در اینجا، پنج اصل به عنوان اصول فطری و ذاتی اخلاق انسانی معرفی می‌گردد که می‌تواند اصول مشترک اخلاقی در رسانهٔ جهانی محسوب گردد؛ اصولی که فراملیتی، فراتاریخی و فرامکانی است و شاید بتوان با تتبع بیشتری در فطریات اخلاقی انسانیت، اصول دیگری را به آنها افزود.

۱.۴ اصل اول: کرامت شأن انسانی

به نظر دونالدسون، تکریم شأن انسان بدون در نظر گرفتن ملیت و قومیت خاص، یک اصل اخلاقی است که می‌تواند مبنای اخلاقی مشترک در میان فرهنگ‌های متنوع و مختلف باشد؛ مبنایی که با تکیه بر آن می‌شود با تمامی شهروندان دنیای مجازی به عنوان اجزای محترم یک شبکهٔ فراگیر، ارتباطی منسجم برقرار کرد؛ ارتباطی که در سنت کانتی نیز ریشه دارد (← Donaldson in Nardin and Mapel, 1992: 136-157)، چنان‌که بر اساس نظریهٔ عدالت رالز، کرامت انسان مابه‌الاشتراکی فراملیتی است که در فلسفهٔ اخلاق کانت، با مابه‌الاشتراک ملیتی قرارداد اجتماعی ترکیب شده‌است. به عبارت دیگر، در این رویکرد

بر ارزشمندی شأن انسان به عنوان زیربنای جوامع انسانی در جهت حرکت به سوی توسعه جهانی تأکید شده است (Nussbaum, 2000, 2006; Nussbaum and Faralli, 2007; Sen, 1999). چنین دیدگاهی شأن انسانی را مبنای برخی ملاک‌های کلیدی، در طریق تحقق یک زندگی شایسته و رشیدیاب برای همه جوامع بشری تعریف می‌کند. اخلاق کاربردی این دیدگاه حوزه‌هایی مانند اخلاق زیستی، سلامتی عمومی جهانی و نظریه‌های جهانی حقوق بشر را بر اساس نظریه کانتی ترسیم می‌کند که همه وجودهای انسانی عقلانی را اعضای یک منظومه اخلاقی واحد معرفی می‌کند (Bean, 2006: 3; Donaldson, 1992: 144, 150).

بنابراین، سنگ بنای حقوق بشر بین‌المللی و نظریه مردم‌سالارانه و آزادی‌خواهانه چیزی جز تکریم شأن انسانی نیست؛ ارزش مردم‌سالارانه‌ای که حتی در قانون اساسی افریقای جنوبی در کنار آزادی و برابری انسان‌ها فارغ از هر نژادی مورد تأکید قرار گرفته است (South African Government, 1996).

دوناگان بر آن است که اصل کانتی معامله با دیگران به عنوان «غایات فی‌نفسه» و نه ابزار، مبنای سنت دینی است که در تعالیم یهودی - مسیحی مشاهده می‌شود و بر اهمیت ارزش شأن انسانی مبتنی است (Donagan, 1977; Donaldson, 1992: 151). هرچند برخی از دانشمندان اصلاح‌گرای مسیحی و یهودی تنش‌هایی را میان آزادی‌خواهان سکولار و نتیجه‌گرایان دیندار نسبت به این واژه ایجاد کرده‌اند، انسان‌شناسی غایت‌گرایانه مسیحی معاصر بر این نظر است که نادیده گرفتن نیازهای اساسی انسان‌ها بیانگر اهانت به شأن انسانی است.

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 بر اساس یک جنبه اشتراکی قبیله‌ای تعریف شده است. هرچند این تعریف نقطه مقابل تعریف فردگرایانه غربی از شأن انسانی و حاکی از تعالیم جمع‌گرایانه جوامع افریقایی است، تکریم شأن انسان در هر دو دیدگاه متضاد اصالت دارد (Rao and Wasserman, 2007). بنابراین، میلیون‌ها انسان در سراسر جهان با وجود تنوع و تعدد نژادها، آیین‌ها و ملیت‌ها کرامت شأن انسانی را به عنوان یک حقیقت تغییرناپذیر به رسمیت می‌شناسند و از این رو، ریشه‌ای‌ترین تحولات اجتماعی از جمله اصول اخلاقی نیز باید در جهت تحقق این حقیقت حرکت کند. اما به نظر هاروی، بر اساس ایده آزادی القاشده از طریق

رسانه‌های جهانی، در شرایط کنونی بازارهای جهانی، غول‌های رسانه‌ای تعیین‌کننده مسیر هستند که متأسفانه این فرآیند فقط به تحقق آرمان‌های آزادی و حفظ شأن انسانی برای نخبگان منجر شده است و در نتیجه محرومیت سایر انسان‌ها افزایش یافته و شأن انسانی اکثر انسان‌ها در جهان نادیده گرفته شده است (Hrvey, 2005: 37-38)، در حالی که اگر امروزه رسانه جهانی ادعا می‌کند که بر اصول آزادی و حفظ کرامت انسانی مبتنی است، باید بتواند این ادعا را در مورد همه انسان‌ها اثبات کند. بنابراین، نخستین ضرورت اخلاقی در رسانه‌های جهانی این است که نادیده گرفتن شأن انسانی را در جهان مورد اعتراض قرار دهد و زمینه‌های آزادی همه شهروندان جهان را فراهم سازد. این چشم‌انداز نقادانه نسبت به ناهنجاری‌های اخلاقی، امروزه در نوشته‌های «سن» (Sen) و نوسباوم مشاهده می‌شود. ایشان با توجه به عدم موازنه قدرت در جهان، از نادیده گرفتن شأن انسان توسط قدرتمندان جهان انتقاد کرده‌اند و ارتباطات منصفانه قدرت را در رویکردی جدید متضمن جهانی شدن خصوصاً در زمینه رسانه‌ها دانسته‌اند؛ رسانه‌هایی که می‌توانند تحقق بخش شأن انسانی به عنوان یک مفهوم بالقوه جامع و کلی برای اخلاق ارتباطی باشند (← Nussbaum and Furalli, 2007: 145-161)، زیرا رسانه‌های جهانی مستلزم ارتباطات جهانی قدرت در سطح اجتماعی، سیاسی و اقتصادی هستند. بنابراین، لازم است تا نظریه شأن انسانی بر حسب صورت‌بندی‌های جغرافیای سیاسی – تاریخی معاصر بازتعریف شود. بر این اساس، مطرح کردن مفهوم شأن انسانی در بُعد نمادین و فرهنگی کافی نیست، بلکه این مفهوم باید به طور 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 انحای مختلف مورد بهره‌کشی قرار می‌دادند، زیرا خود را نژاد برتر می‌دانستند. بنابراین، 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، در حالی که در گذار از اخلاق سوژه‌محور 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 از حاکمانشان که دست‌نشانده استعمارگران بوده‌اند، انتقاد کنند و شهروندان، فرهنگ مهاجم استعمارگران را به چالش کشانند.

چاکرابارتی در این مورد می‌نویسد استعمارگر اروپایی قرن نوزدهم هرچند ادعای انسان‌گرایی را در مستعمراتش داشت، در عمل، اصول مبنایی اومانیستی یعنی احترام به شأن انسانی را انکار می‌کرد. غربی سلطه‌گر علوم اجتماعی و انسان‌شناسی مدرن را ناشی از سنت عقلانی اروپایی معرفی کرد؛ علومی که ریشه‌هایش را می‌توان تا یونانیان باستان ردگیری کرد. چاکرابارتی قصد ندارد همه آموزه‌های غربی را به این ترتیب از میدان خارج کند و نیز نمی‌خواهد از یک نسبی‌گرایی فرهنگی سخن گوید و عقل یا دموکراسی را فقط به فرهنگ اروپایی منحصر کند، بلکه قصد دارد نظریه‌های محلی اجتماعی - سیاسی و سنت‌های سایر ملل را احیا کند. او درباره تاریخ آسیای جنوبی می‌نویسد دانشوران اجتماعی هنر، توسعه یا عملکرد اجتماعی در هنر جدید را به گونه‌ای بومی سازی شده تحلیل می‌کنند. ایشان از «گانگسا» (Gangesa)، منطق‌دان قرن سیزدهم، یا فیلسوف زبان، «بارتیهاری» (Bartihari)، یا زیبایی‌شناس قرن دهم، «ابهینا واگوپتا» (Abhinavagupta)، سخن می‌گویند و نیز از سنت‌های عقلانی سانسکریت، ایرانی و عربی حکایت می‌کنند، اما بر این نظرند که امروزه، به علت تسلط انحصارگرایانه فرهنگ دوره روشنگری غرب در مطالعات اجتماعی، سنت‌های دانشوران غیرغربی، سنت‌هایی کاملاً مرده و صرفاً تاریخی معرفی شده‌اند، در حالی که متفکران اروپایی و طبقه‌بندی‌هایشان زنده و پویا تلقی می‌گردند. چاکرابارتی دارای نگاهی انتقادی به معرفت‌شناسی اومانیستی است. وی بر آن است فرهنگ اروپایی فقط به جغرافیا و تاریخ اروپا اختصاص دارد، بنابراین نمی‌توان آن را به همه جهان تسری داد. چاکرابارتی یک روش تاریخی و فلسفی برای متمایز کردن معرفت‌شناسی غربی از معرفت‌شناسی غیرغربی نیز پیشنهاد می‌دهد (← Chakrabarty, 2002: 859-868).

۲.۴ اصل دوم: آزادی بیان

یکی از اصول مهم اخلاقی در رسانه جهانی آزادی بیان است، اما در برخورد جهانی - محلی رسانه‌ها مسائلی مطرح می‌شود که عبارت‌اند از:

طبق نظریه «ارزش‌های بومی» آیا جامعه پسااستعماری حق دارد از دولت انتقاد کند؟

آیا بر اساس ارزش‌های بومی، موضوعات ممنوعه می‌توانند در ارتباط با یک فرهنگ

بیگانه به بحث گذارده شوند؟

آیا در زمینه‌های بومی و نیز در فضای جهان مجازی آرمان‌های اخلاقی می‌توانند مبتنی

بر انتظارات خیر باشند و آیا می‌توان به راحتی از آرمان‌ها و بایدهای اخلاقی سخن گفت؟

آیا آرمان‌های اخلاقی در یک فضای بومی و محلی می‌توانند همان آرمان‌های موجود در تاریخ معرفت‌شناسی تلقی شوند یا مجبور هستند تحت تأثیر ارتباطات قدرت قرار داشته‌باشند و چگونه می‌توان خارج از ارتباطات قدرت، مباحث معرفت‌شناسانه را به بحث گذارد؟ (Venn, 2006: 12).

به هر حال، اصل گفت‌وگو و آزادی بیان از مهم‌ترین حقوق شهروندی است که به توسعه جوامع انسانی منجر می‌گردد، چنان‌که وجه تمایز جوامع پیشرفته و جوامع عقب‌افتاده آزادی بیان و خفقان است. در جوامع استعماری، همواره رسانه‌ها سخنگوی حاکمیت‌های اقتدارگرا بودند، اما امروزه با گذر از دوره استعمار، مردم در فضای رسانه‌ای حق انتقاد از سیاست‌های حاکمیت را دارند تا زمینه حضور خرد جمعی در اداره جوامع ایجاد شود و برآیند عقول و اندیشه‌های خردورزان یک جامعه موجب توسعه و باروری آن جامعه شود. در رسانه‌های جهانی نیز امکان اظهار نظر همه افراد، فارغ از شرایط محیطی، نژادی، جنسیتی، تاریخی و جغرافیایی‌شان، می‌تواند به توسعه شتابگیر جامعه جهانی منجر شود. تک‌صدایی رسانه‌های سابق موجب می‌شد تا جامعه جهانی از عقول خردورزان غیرغربی با وجود میراث‌های تمدنی عظیمشان محروم باشد و صداها متنوع غیرغربی‌ها به عنوان صدای توسعه‌نیافتگان تلقی شود و به این ترتیب فقط تعدادی نخبه غربی توسعه یافته و تمدن معرفی شوند که صلاحیت ابراز عقیده را دارند. در رویکرد مزبور، پیش‌دواری‌های متعصبانه نسبت به سایر ملیت‌ها موجب می‌شد عقایدشان قبل از ابراز، محکوم به غیرعقلانی بودن و غیرعلمی بودن باشد، در حالی که گفت‌وگوی انسان‌ها با یکدیگر در شرایط خاص، موجب می‌شود تا به واسطه تعامل میان فرهنگی، میراث فکری - تمدنی و تاریخی همه ملل در توسعه بشریت دخالت کند و رشد و توسعه‌ای شتابگیر و همه‌جانبه برای جامعه انسانی حاصل شود و رسالت رسانه‌ها نیز همین رساندن صدای شهروندان مختلف با فرهنگ‌های متنوع به گوش همشهری‌های جهانی‌شان است تا طرحی نو در انداخته شود که انحصارگرا و اقتدارگرا نباشد، بلکه دربردارنده و جوه مثبت همه تمدن‌ها و اندیشه‌ها باشد؛ طرحی نو که برای همگان اصالت قائل است و فاقد رویکرد (اصلی - فرعی) به انسان‌های مختلف است تا تمدن غربی اصل و غالب تلقی نشود و تمدن‌های دیگر فرعی، بیگانه و مغلوب معرفی نگردند. برای تحقق این امر، آزادی بیان در رسانه جهانی می‌تواند امکان این گفت‌وگوی تمدن‌ساز را فراهم کند؛ گفت‌وگویی 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 کرد. به عنوان مثال، آزادی بیان در فضای تک‌صدایانه مدرنیته، مربوط به ابراز عقاید غیردینی بوده‌است. از این رو، انسان‌های دینی به بهانه تحجر، جمود و رکود، قبل از ابراز، محکوم به رد و انکار بوده‌اند، در حالی که در وسعت رسانه‌های جهانی، طرفداران ادیان مختلف قادرند تا به گونه‌ای مسالمت‌آمیز، از اعتقادات آن سخن بگویند و از آنها دفاع کنند تا در فضایی چندصدایی گفت‌وگوی میان ادیان محقق گردد و این تعامل موجب باروری ادیان مختلف و عصری‌سازی تعالیم آنها شود تا به این ترتیب زمینه برای گسترش اعتقادات حقه فراهم گردد. بنابراین، یکی از مهم‌ترین وجوه آزادی بیان در رسانه‌های جهانی، آزادی بیان اعتقادات دینی و باورهای اجتماعی است.

۳.۴ اصل سوم: برابری و عدم تبعیض

تقسیم جهان در دوره روشنگری 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، در حالی که اگر قرار است شأن انسانی به عنوان یک ارزش اخلاقی لحاظ شود، باید شأن آسیب‌پذیران در جامعه جهانی (یعنی کسانی که صدایشان شنیده نمی‌شود و سیمایشان دیده نمی‌شود) نیز به وسیله رسانه‌های جهانی پاس داشته‌شود، زیرا جمعیت محروم و استعمارزده که شامل اکثریت مردم جهان امروز است، فاقد امکاناتی هستند که بتوانند از طریق جهانی شدن، سخن خود را به گوش هم‌وطنان جهانی‌شان برسانند و به‌نظر می‌رسد اخلاق جهانی کنونی که در یک فاهمه تاریخی و سیاسی تبعیض‌آمیز ریشه دارد، «محرومان» را از نظرگاه رسانه‌ها حذف کرده‌است. برای رفع این مشکل، امروزه نقادی پسااستعماری درباره سخن‌گفتن رسانه‌ها با صدای «دیگری» در پارادایم غربی تحقیق می‌کند (McEwan, 2003: 9) که این خود یک امر اخلاقی است، زیرا صدای حاشیه‌ای شده‌ها را به گوش مخاطبان می‌رساند و به عنوان یک پاسخ راهبردی به جهانی‌سازی معاصر در فضای مجازی، با انحصارگرایی و تبعیض مقابله می‌کند. از این رو، 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 بر اساس آنها بنا شده‌اند، پرسش می‌کند تا به این ترتیب رویکرد پسااستعماری به جهانی‌سازی، راهی به سوی اخلاق رسانه

جهانی باز کند و ارزش‌های اخلاقی به عنوان مفاهیم زمینه‌ای میان دو حوزه محلی و جهانی مورد بحث و گفت‌وگو قرار گیرند. در رویکرد پسااستعماری، بومی‌های استعمارشده نیز می‌توانند آرمان‌های اخلاقی مبتنی بر خیر را مورد گفت‌وگو و انتظار قرار دهند و در انتظار آزادی‌هایی از سنخ آزادی شهروندان جوامع دموکراتیک غربی باشند؛ آزادی‌هایی که به واسطه آن بتوانند با ارتباطات قدرت میان استعمارگران و حاکمان دست‌نشانده‌شان در رأس هرم جامعه استعمارزده‌شان مقابله کنند تا حق از دست‌رفته محرومان ستمدیده به ایشان بازگردانده شود.

برخی مسائلی که از گذشته تا کنون در اخلاق رسانه جهانی دارای اهمیت بوده‌اند، عبارت‌اند از:

شناخت نهادهای نولیبرال جهانی که در بردارنده ساختارها و جریان‌ات رسانه‌ای فراملی هستند؛

نقادی چشم‌انداز عقلانیت مدرنیته که گفت‌وگوهای مسلط جهانی شدن را تولید می‌کند؛ شناخت زمینه‌های تسلط یا مقاومت نژاد، طبقه، جنس و جنسیت؛ تحلیل آرمان اشکال متنوع ملی‌گرایی.

به این ترتیب، نظریه پسااستعماری می‌تواند به پژوهشگران اخلاق جهانی کمک کند تا از طریق اصطلاحات جدید، جهانی شدن را بررسی کنند و نیز از آنجا که پدیده جهانی شدن به وسیله ساختارها و ارتباطات شبکه قدرت سازمانده شده‌است، در صدد ساختار شکنی و گریز از شبکه قدرت امپریالیستی باشند (Rao and Wasserman, 2007).

پیلای بر آن است که موضوع نظریه بازاندیشی محلی، فقط نظریه‌های بومی نیست، بلکه نظریه‌هایی است که خود را به عنوان نظریه‌های جهانی عرضه می‌کنند، به گونه‌ای که این امر به سرکوبی خصوصیت‌های محلی ملت‌های مختلف خواهد انجامید (Pillai, 1993: 134)، چنان‌که 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 روشنگری اروپاست، به مستعمره‌هایشان تحمیل کنند. پیلای می‌نویسد نظریه من حمله به نظریه‌های غربی یا انکار آنها به نوعی کینه‌توزانه نیست، بلکه پیشنهاد یک روش پژوهشی معرفت‌شناسانه در مورد نظریه‌های غیرغربی است که در مباحث جهانی شدن در حوزه‌های مختلف ضرورت دارد (ibid).

بر این 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، در حالی که به عنوان 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 بر کشورهای غیرغربی تلقی کنند. در این رابطه، نظریه جهانی سازی 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 (← Gunaratane, 2006: 94-156).

۴.۴ 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، در حالی که 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، هم بودا و هم فلاسفه چینی، نظریه‌های معتبری را در مورد وفاق اجتماعی ارائه کرده‌اند؛ همچنین، راتو و ازرمین با تحلیل اوبونتوی افریقایی و آهیمسای هندی به عنوان نظریه‌های اخلاقی نشان داده‌اند که نظریه‌های بومی غیرغربی و پیچیدگی‌های هویتی پسااستعماری با گفتمان اخلاق رسانه در فضای جهانی رسانه تناسب بیشتری دارند، در حالی که با قالب رسانه جهانی نشئت گرفته از نظریه‌های روشنگری غرب نمی‌توان با نظریه‌های «اوبونتو» و «آهیمسا» هماهنگ شد، مگر اینکه نظریه‌های بومی مزبور به عنوان قالب‌های مفهومی مبنایی استفاده شوند؛ قالب‌هایی که مردم آنها را به منظور ساختن معنای زندگی و عملکردشان مورد استفاده

قرار می‌دهند، زیرا شهروند غیر غربی دنیای مجازی با وجود آنکه تولیدات رسانه‌ای را مصرف می‌کند، درباره رفتارهای ارائه‌شده در رسانه‌ها با مقیاس‌های اخلاقی خود قضاوت می‌کند؛ به عنوان مثال، در آموزه‌های هندی، مرگ بالاترین حد آزادی است و برخلاف نگرش غربی‌ها، مربوط به یک حوزه خصوصی نیست، بلکه موضوعی معرفت‌شناسانه و مرتبط با حوزه عمومی است (Rao and Wasserman, 2007: 29-50).

پیتر فوریه می‌نویسد اوبونتوایسم به معنای مشارکت و تعلق فرد به جامعه است و در این نظریه آفریقایی، افراد بر حسب ارتباطشان با جامعه تعریف می‌شوند. مسائل مربوط به نگرش اوبونتو عبارت‌اند از:

ارزش‌های فرهنگی متغیر آفریقایی؛

اوبونتو به منزله یک فلسفه اخلاق آفریقایی؛

آسیب‌پذیری فلسفه اخلاق برای سوءاستفاده سیاسی؛

دلالت‌های اوبونتو برای عملکرد ژورنالیسم؛

دلالت اوبونتو در زمینه جهانی‌سازی و ایجاد یک محیط جدید رسانه در فضای مجازی

(Fourie, in Ward and Wasserman (eds.), 2010: 105-119).

در اینجا، از اوبونتوایسم سخن گفته می‌شود، زیرا بلانکنبرگ بر آن است که 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، چنان‌که «سنگور» (Senghor) فیلسوف، شاعر و سیاستمدار آفریقایی – غربی می‌گوید: «من دیگران را احساس می‌کنم من دیگران را می‌رقصم بنابراین من هستم» (Nussbaum, 2003: 1). پس، مشخصه اوبونتو تأکید بر ارتباط و مشارکت فرد در حیات اجتماعی است که کاملاً با تأکید فلسفه‌های اروپایی بر خویشتن (Self) متفاوت است، زیرا دموکراسی فردگرایانه اروپایی بر آزادی فرد برای مقابله با تجاوز دیگران به حریمش تأکید می‌کند، در حالی که آزادی شخص در اوبونتو به عملکردش در ارتباط با دیگران وابسته است. روشن است که چنین تفکری می‌تواند سهم بسیاری در گفت‌وگو، 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 نیست، چون اصولاً هویت فرد در این نظریه آفریقایی چیزی جز زندگی با جمع نیست.

کریستیانز در این مورد می نویسد صدای اوبونتو یک صدای کلی و کامل کننده جمع است که در مقابل فردگرایی روشنگری قرار دارد، زیرا در آموزه های روشنگری غرب، فرد هویتی مستقل از نظم اجتماعی دارد و فردگرایی اغلب در فضای یک رقابت شدید تعریف می شود. از این رو، مفهوم فردیت مدرنیستی مجبور است از انزوا به طرف مسئولیت مشترک حرکت کند، از وابستگی به طرف همبستگی برود و از «فردیت در مقابل ارتباط» به طرف «فردیت ارتباط» تغییر کند، در حالی که تعاون اوبونتو در یک تنوع ارتباطات معنا می شود و فرد نه در خدمت خویشتن، بلکه در خدمت دیگران و جامعه تحقق می یابد (Christians, 2004: 245).

«هامینگا» تجربه آفریقایی را درباره جامعه به صورت زیر توصیف می کند:

هرگز بخشی از یک درخت نمی تواند با تمرکز بر خود از بقیه درخت انقطاع حاصل کند، بلکه حیثیت وجودی هر بخشی خدمت به آسان سازی 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. بنابراین، برای یک آفریقایی سنتی، جامعه غرب با تأکیدش بر «فردیت» انسان به یک بیغوله تبدیل شده است، زیرا ارتباط اجزای یک گروه مانند اجزای یک درخت ملاحظه نمی شود (Hamminga, 2005).

اوبونتو همچنین بر این نظر است که فقط از طریق گفت و گو درباره آنچه خیر مشترک را تشکیل می دهد، می توان انسان بود. بنابراین، گفت و گو اولین مقصود جوامع انسانی است و بر این اساس، تعامل میان «خویشتن» و «دیگری» اصل هدایت کننده اخلاق اجتماعی است. امروزه، روزنامه نگاری غرب نیز مانند اوبونتوایسم 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 بر اساس وفاق عمومی شکل گیرد.

اصل وفاق اجتماعی که بر اساس ضرورت جهانی سازی رسانه از طریق غرب به عنوان یکی از لوازم ارتباطات جمعی مطرح شده و از طریق قراردادهای اجتماعی به جامعه تزریق می گردد، در برخی آموزه های غیرغربی از ذاتیات اخلاق ارتباطی محسوب می شود (← (Dahlgren, 1998: in Ward and Wasserman (eds.), 2010:112).

۵.۴ اصل پنجم: رفاه جمعی

ماهیت جمعی رسانه‌ها در فضای مجازی دیجیتال زمینه‌ای مساعد برای تأکید بر رفاه جمعی است؛ به بیانی دیگر، امروزه به علت گسترش ارتباطات فراملیتی، حقوق جمعی بیش از حقوق فردی موضوع توجه صاحب‌نظران رسانه‌های جهانی قرار گرفته‌است، 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 نخستین 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 گفت‌وگوی آزاد می‌تواند به ارتقای 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، دفاع‌کردنی نیست؛ به‌عنوان مثال، آزادی فحاشی، تهمت، آبروریزی، فحشا و پورنوگرافی را نمی‌توان از مصادیق آزادی بیان دانست، زیرا رفاه روانی ساکنان کره خاکی را برهم می‌زند و نیز هیچ‌یک از عملکردهای مزبور در راستای کرامت انسانی نیستند و از این رو آسایش و رفاه جمعی انسان‌ها را برهم می‌زنند. 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 همه امکانات مادی و معنوی زیستی است تا همگان بتوانند با استفاده از امکاناتی برابر به رشد و توسعه همه‌جانبه دست‌یابند.

۵. نتیجه‌گیری

در عصر رسانه فراگیر الکترونیک که مرزهای فرهنگی و سیاسی را درمی‌نوردد، نیازی فوری برای ملاحظه ملاک‌های جدید اخلاق جهانی جهت عملکردهای رسانه‌ای

احساس می‌شود تا بتواند به عنوان یک نقطه آغاز، چالش‌های جهانی سازی را بررسی کند (← Ward, 2005: 20(1)/ 3-21).

امروزه، بیش از هر زمانی لازم است تا قواعد جهانی و فراملی اخلاقی، قواعد فراملی اخلاقی، ارزش‌ها و سنت‌های فرهنگی متنوع را به رسمیت بشناسند تا بتوان اصول مشترک جامعی را جست‌وجو کرد که به طریقی میان فرهنگی مورد تأیید همه جهانیان قرارگیرد؛ به عنوان مثال، رسانه جهانی بر اساس ارزش‌های اخلاقی باید به خیر مشترک بشریت پای‌بند باشد و حقیقت را منتقل کند و در همین راستا، به روزنامه‌نگاران آزادی داده‌شود تا در جهت تحقق تعهدات و الزامات اخلاقی بکوشند (Christians and Nordenstreng, 2004: 280).

بنابراین، رسانه‌های جهانی باید همواره مسئولیت‌پذیر باشند و هیچ ضرر غیرموجهی به شهروندان گوناگون دهکده جهانی نزنند، در حالی که به عنوان مثال، روزنامه‌های دانمارکی با انتشار کارتونهایی درباره پیامبر اسلام، به شهروندان کشورهای مسلمان در سراسر جهان بی‌حرمتی کرده‌اند؛ کارتونهای دانمارکی به بهانه آزادی نشریات و آزادی بیان، به مقابله با جهانی سازی و پلورالیسم فرهنگی برخاستند که این هتک حرمت از قاطبه مسلمانان جهان ضرورت نظریه‌پردازی اخلاقی را در مورد مرزهای آزادی بیان به عنوان هسته اصلی اخلاق روزنامه‌نگاری و نیز به عنوان یک اصل ارزیابی آزادی رسانه مطرح می‌کند تا رفاه جمعی شهروندان جهانی رعایت گردد (← Ali Mohamed in Ward and Wasserman (eds.), 2010:142-155).

به این ترتیب، می‌توان از تمامی نگرش‌های اخلاقی غربی و غیرغربی، دینی و غیردینی، سنتی و غیرسنتی، برخی اصول اخلاقی را مانند تکریم انسان، آزادی بیان، برابری و عدم تبعیض، وفاق اجتماعی و رفاه جمعی اخذ کرد.

شایان ذکر است که علت پرداختن به برخی نظریه‌ها مانند اوبونتو، بودایی، ژاپنی، هندی و ... در نوشتار حاضر، تقابل این نظریه‌ها با فردگرایی غربی بوده‌است که با وجود فاصله فراوان نظریه‌های غربی با نظریه‌های قبیلگی افریقایی یا ادیان اسطوره‌ای شرقی، مشترکات اخلاقی ذکرشده تعمیم‌پذیر به همه این نظریه‌های متفاوت هستند، زیرا اصول اخلاقی مذکور ناشی از فطریات و ذاتیات انسان است که می‌تواند زیربنای همه تنوعات ارزشی در رسانه‌های جهانی باشد تا رسانه‌ها از هرج و مرج بی‌اخلاقی حفظ شوند. بنابراین، می‌توان اصول مزبور را به عنوان برخی مبانی منشور اخلاق رسانه جهانی معرفی کرد.

منابع

- Alia, V. (2004). *Media Ethics and Social Change*, Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Banda, f. (2006). "Nagotiating Global Influences-Globalization and Broadcasting Policy Reforms in Zambia and South Affica", *Canadian Journal of Communication*, No. 31 (2).
- Chakrabarty (2002). "Presence of Europe: An Interview with Dipesh Chacrabarty", *SAQ: The Sourh Atlantic Quarterly*, Vol. Fall.
- Christians, C.; and k., Nordenstreng (2004). "Social Responsibility Worldwide", *Journal of Mass Media Ethics*, 19 (1).
- Christians, C. and M., Traber (eds) (1997). *Communication Ethics and Universal Values*, Thousand Oaks, Calif: Sage Publications.
- Christians, C. G. (2004). "Ubuntu and Communitarianism in Media Ethics", *Ecquid No Vi: African Journalism Study*, No. 25 (2).
- Gunaratne, S.A. (2006). "Public Sphere and Communti Vevationality", *Interrogating Habermas's Eurocentvism, Journalism and Communication Mongraphs*, No. 8(2).
- Goldberg, David Theo and Ato Quayson Ato (eds) (2002). *relocatiny Postcolonialism*, Amazon.com
- Hafez, Kia (2002). "Journalism Ethics Revisited: A Comparison of Ethics Codes in Europe, North Africa, the Middle East, and Muslim Asia", *Political communication*, No. 19 (2).
- Hamminga, B. (2005). *Epistemology from the Africa Point of View*, Retrieved, 2005-4-15 from <http://mindphiles>.
- Hulme, P. (2005). *Beyond the Straits: Postcolonial Allegories of the Globe*, Duke University Press.
- Rao, Shakuntala; and Herman Wasserman (2007). "Global Journalism Ethics Revisited: A Postcolonial Critique", *Global Media and Communication*, No. 3 (1)
- Harvey, D. (2005). *A Brief History of Neoliberalism*, Oxford University Press.
- McEwan, C. (2003). "Muterial Geographics and Postcolonialism", *Singapore Journal of Tropical Geography*, No. 24 (3).
- Nussbaum, Martha; and Carla Furalli (2007) "On the New Frontiers of Justice, A dialogue", Wiley Online Library.
- Patterson, p. and Wilkins, L. (2005). *Media Ethics Issues and Cases*, 5th ed, Boston, Mass: McGraw Hill.
- Pilger, J. (1998). *Hidden Agendas*, London: Vintag.
- Pillai, V. (1993). *Reinterpreting the Margins of Theory*, Unpublished Doctoral Dissertation, USA: University of Massachusetts Amherst.
- Rantanen, T. (2005). *The Media and Globalization*, London Thousand Oaks and New Delhi: Sage.
- Robertson, R. (1992). *Globalizatioin: Social Theory and Global Culture*, London: Sage.
- Tsukamoto, S. (2006). "Social Responsibility Theory and the Study of Journalism Ethics in Japan", *Journal of Mass Media Ethics*, No. 21 (1)

- Venn C. (2006). *The Postcolonial Challenge – Towards Alternative Worlds*, London: Sage.
- Ward, Stephen J. A. (2005). “Philosophical Foundations for Global Journalism Ethics”, *Journal of Mass Media Ethics*, No. 20 (1).
- Ward, Stephen J. A. and Wasserman, Herman (eds) (2010). *Media Ethics beyond Borders, A Global Perspective*, Routledge.
- Wood, J. T. (1997). *Diversity in Dialogue*, University of Illinois Press.