

آیا اضطرار توجیهی بر نفی اخلاق است؟



د خانجانی

آموخته فلسفه اخلاق

ایا «اضطرار» توجیهی بر نفی اخلاق است؟ انسانى که در اضطرار قرار گرفته، در فقر، گرسنگى، تشنگى و خطر مرگ، مجاز به انجام هر کارى است؟ از مردم جامعه که هر روز به بحران هاى مرگ آورى مثل فقر، جنگ، خشکسالى و... مواجهه مى شوند، مى توان انتظار رعايت اخلاقيات داشت؟ سؤال ديگر اينکه، اگر در جامعه اى عمده افراد اخلاق را رعايت نکنند و در اغلب مصيما ت و جهت گيرى ها تنها «نفع شخصى» را ببينند، باز بايد براى رعايت اخلاق «نگاه ديگرى» داشت؟ در جمله اى که اخلاق را رها کرده است، تبعيت از اخلاق چگونه است؟ اين ديده گاه چگونه قابل بررسى است که وقتى جامعه در اضطرار قرار دارد، با اخلاقى زندگى کردن شخص چيزى در سطح عمومى درست نمى شود که هيچ، بلکه خود آن شخص هم رو به نابودى مى نهد؟ در جوامعى که حکومت ها نيز مردم را قربانى ماندگارى و بقاى خود کرده اند، و سياست هايشان منجر به نابودى اقتصاد و فاه و امنيت و محيط زيست و... شده است، اخلاقى زندگى کردن مردم چه معنى مى دهد؟ در ادامه سعى مى شود هر چند نه با صحت، مطلق، را بايد پاسخ هاى قابل اعتنايى به اين سوالات داشت. در فلسفه اخلاق، اضطرار مى تواند به عنوان توجيهى براى نقض موقوف بر برخى هنجار هاى اخلاقى مطرح شود، اما معمولاً به معنى مجوزى براى نفى کامل اخلاق نيست. مثلاً اگر کسى از گرسنگى در حال مرگ باشد و غذايى را بپذرد، اين عمل از ديده بسيارى از مکاتب اخلاقى قابل درک است (حتى در فقه اسلامى مشروط پذيرفته شده است). اما اگر همين فرد بى راي نجات خود، جان ديگرى را بگيرد، حتى در شرايط بحراني، اغلب نظام هاى اخلاقى آن را غير قابل توجيه مى دانند. اضطرار مى تواند «مسئوليت» را کاهش دهد، اما هميشه «حقيقت اخلاقى» را نفي نمى کند. به عبارت ديگر، ممکن است بتوانيم رفتار فرد در شرايط بحراني را بپايان بياييم، اما نمى گوييم آن رفتار «اخلاقاً خوب» بوده است. وقتى سيستم حاکم و بسيارى از افراد جامعه به اخلاقيات پشت مى کنند، منطقي به نظر مى رسد که به پيرسويم: «چرا من بايد پاييند بمانم؟» اينجاست که بايد بين دو مفهوم تفاوت قائل شد. اخلاق به عنوان «فرار دادى اجتماعى» و اخلاق به عنوان «اصولى درونى». اگر اخلاق اصراً توافقى براى همزيستى بدانيم، در جامعه اى که اين فرار داد شکسته شده، پاييند فردى ممکن است مى تواند به نظر برسد. اما اگر اخلاق را بپيچى از هويت و استايت انسانى خود بدانيم (حتى وقتى ديگران را عايت نمى کنند)، پاييند به آن مى تواند واکنشى مقاومى در برابر فروپاشى معنوى جامعه باشد. به عنوان مثال در شرايط جنگ يا بحران، کسانى که به کمک به ديگران ادامه مى دهند، اغلب نه به دليل انتظار پاداش، بلکه به اين دليل عمل مى کنند که نمى خواهند قربانى شدن را به عنوان سرنوشت محتوم بپذيرند. اين رفتار، شکلى از مقاومت اخلاقى است. وقتى حکومتى با سياست هايش خواسته يا ناخواسته جامعه را به سمت هزج و مرج اخلاقى سوق مى دهد، شايد يکى از نتايج «عادى سازى بى اخلاقى» است. در چنين شرايطى چنگ يابى پاييند به اخلاق بى عمل سياسى باشد. انتخاب «چنگ يابى» من بارى تو را قبول نمى کنم» نشان مى دهد که سيستم و شرايط توانسته است همه افراد جامعه را به موجوداتى منفعل و خود خواه تبديل کند. بايد توجه داشت که اگر فکر مى کنيم رفتار درست ماتعيرى ايجاد نمى کند، ممکن است در جابى الهام بخش ديگران باشيم. تاريخ نشان داده که تغييرات بزرگ گاه «مقاومت هاى کوچک اخلاقى» آغاز مى شود. پرشش ديگرى که در ابتدا مطرح شد اين بود که آيا اخلاقى زيستن به معنى نابودى است؟ يا به معنى رسد اين ترس کاملاً واقعى است، اما پيچيده تر، بستگى به تعريف فاه «نابودى» دارد. اگر «بقا» اصراً در تأمين مادى بيمارى، شايد پاييند به اخلاق در کوتاه مدت هزينه داشته باشد. اما اگر جنبه معنوى هم براى بقا قائل باشيم، بسيارى از مردم تر جيع مى دهند با کرامت انساني زنده بمانند (و با پيچيدگى تا به بى اخلاقى تن دهند، شايد يکى از راه هاى ممکن عملى در شرايط اضطرار به نفع به اخلاق حاد فالى است. حتى اگر نتواييم به تمام اصول اخلاقى پاييند باشيم، انتخاب کوچک ترين ها مثل دروغ نگفتن بدون ضرورت و کمک هاى کوچک به ديگران مى تواند تعادل رزان اخلاقى را حفظ کند. همچنين اگر سيستم کل نك فاسد است، مى توان تمرکز بر «امعه کوچک» داشت و شبکه هاى اخلاق محلى (خانواده، دوستان، محله) را تقويت کرد تا اخلاق در سطح خرد زنده بماند. در شرايطى که بحران هاى پيچيده، مردم را به رنگاره ناميدى و بى اخلاقى مى کشاند، انتخاب پاييند به اخلاق نه يک امر ساده، بلکه يک مبارزه روزمره است. اين انتخاب ممکن است گاه به معنى پذيرش هزينه هاى شخصى باشد، اما در بلندمدت، مى تواند بذر هاى اعتماد و همبستگى را بکار د که براى بازسازى جامعه ضرورى است. در ميان آشوب، هنوز مى توانيم انتخاب کنيم که چه کسى باشيم. شما تنها کسى نيستيد که اين مطلب را خوانديد. اين خود نشان مى دهد که اخلاق هنوز برائى ما مهم است و همين امر نقطه اى از اميد به شمار مى رود.



nammihanmedia@gmail.com



 @Hammihanonline

• صاحب امتیاز و مدیر مسئول: غلامحسین کرباسچی
 • مشاوران: عباس عدوی و احمدزید آبادی
 • سردبیر: محمدجواد دوجو (معاون سردبیر: مهرداد خدیو) • دیپ آرتلاین: شبنم رحمتی
 • دبیران گروه: هادی قزاقی (اقتصاد)، آرمین منتظری (دیپلماسی و بین الملل)
 • علی و ایمینی (رسانه و فرهنگ)، سهراب متقی (سیاست)، التاز محمدی (جامعه)، آرش خاموشی (عکس)
 • مدیر اداری و آگهی ها: شاهرخ حیدری
 • مدیر هنری: مهدی قربانی نبار
 • هادی حیدری (طرح و کاربکاور)، سرو فحینی و ویراستاری: شهرام هادی

تلفن: روابط عمومی-۰۸۷۴۹۳۵۰، تحریریه-۰۸۷۳۶۲۱، آگهی‌ها-۰۸۷۳۵۲۰۷، نشانی: خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوازدهم، پلاک ۱۸
لیتوگرافی و چاپ : هم‌میهن.**تلفن جایگاه:** ۰۲۱۴۶۸۳۱۱۴، توزیع : نشر گستر امروز نوین .**تلفن:** ۰۲۱-۶۱۹۳۳۰۰۰

نگاہ دیگر

مان از جان گذشته آبرومند



دکتر بابک زمانی

نویسنده و نورولوژیست

در روزهای گذشته بیانیه‌ها و اظهارنظرهایی از میان بسیاری از فعالان مدنی داخل و خارج کشور منتشر شده است که هر کدام حاوی نکات مهمی در ارتباط با شرایط موجود در کشور می‌باشند اما از نظر تاثیر بر جریان‌های جاری در کشور انسان را یاد سخنرانانی می‌اندازد که سخنرانی بسیار عالی‌شان تنها چند هدف پراپی می‌گیرد:

۱- موضوع مهم است، ۲- سخنران به آن اشراف دارد و بسیار دانشمند است، ۳- مخاطب عموماً بتواند موضوع درک و به آن درجه از فهم برسد، در اینجا هم بیشتر از آنکه تاثیر بر واقعیت اهمیت داشته باشد حفظ آبروی امضاء کنندگان، صداقت و تسبیح است ایشان در امضای چنین بیانیه‌ای مورد نظر است، چرا که عموماً حاوی نصیاحی به هیئت حاکمه است که البته نصیاح درستی هم هست اما هیئت حاکمه ایستادن برپا کردن آنها را ندارد یا نمی‌خواهد آنها را برآورده کند، در صورت لزوم اظهار این نصیاح دردی را دوا نمی‌کند، در حالت دوم مهم تنها اگر این بیانیه‌ها منجر به اعمال این فشار بر هیئت حاکمه بشود موثر خواهد بود در غیر این صورت خبر! مخاطب همه این بیانیه‌ها اظهارها و نصیاح عموماً حکومت است، نه مردم، این قهرمانان آبرومند هیچ نمی‌گویند که مردم، توده‌هایی که براساس تئوری‌های بی‌فردتان صاحب‌قدرت هستند در مواجهه با شرایط دشوار برای حفظ حداقل‌های زندگی‌شان برای بهبود آن، برای تغییر در شیوه حکمرانان‌شان برای تغییر در حکمرانان‌شان دقیقاً چه کار باید بکنند، نمی‌گویند آن قدرت بی‌فردتان چگونه باید متبلور بشود؟ ناصحان آبرومند مدتی امروز روزگاری نه‌چندان دور هریک فعالان سیاسی قدری بودند کسانی که گروه‌های سیاسی تشکیل می‌دادند و فعالیت سیاسی عملی می‌کردند اینک آن فعالیت سیاسی در آن زمان چه نتایج عملی‌ای به‌بار آورد از امن نیاید قضاوت بکنم اما قطعاً بی‌فایده بودن فعالیت سیاسی را در نظر ایشان، در عین وجودشان به اثبات رساندند که آن را به‌فایده‌کار کنار گذاشتند فعالیت اجتماعی و معنوی در نظرگاه ایشان یکسره تبدیل به نصیحت و حفظ آبرو شد، وقتی ره‌ان‌تخابانی مطرح می‌شوند تنها رهنمودشان انفعال و سپردن سکان‌های حداقلی به اقلیت‌های اندک اجتماعی است؛ تحریم می‌کنند، در حالی که هیچ پیشنهاد دیگری هم برای فعالیت سیاسی مدنی در گروه‌ها و احزاب قانونی، غیرقانونی، نیمه‌قانونی ارائه نمی‌دهند، رهنمودی نمی‌دهند که مردم در اعتراض به یک قانون، یک حادثه و یک رفتار جایی جمع شوند، خرید هیچ چیزی را تحریم نمی‌کنند استفاده از هیچ نشانه‌ای بمب‌بولی را توصیه نمی‌کنند به مردم نمی‌گویند این را بخیرید این را بخیرید صاحبان قدرت‌های سیاسی را خطاب قرار نمی‌دهند که اگر این کار را نکنید مردم چنان خواهند کرد... مثال‌هایی شمرانند، بحث در کلیات و کلیت جامعه آسان تر است آبرو را بیشتر حفظ می‌کند خطرات و مشکلات کمتری هم دارد، می‌گویند از همه امکانات خود در محفل‌های خانوادگی و کاری، بیانیه، سخنرانی و... برای پیشبرد چیزی که تنها در توان حاکمیت است استفاده کنید، بسیار خفیه چشم، ولی آیا چیزی یرین نکته در فعالیت سیاسی ضرورت شکل و رفتار مهابت‌گرا فراموش نکرده‌اند؟ آیا این چگونگی حاصل مسئله نیست؟

بگذاریم در هر حال در چند نکته نباید تردید کرد:

جامعه در جزئیات خود و به تدریج تغییر مثبت پیدا می‌کند نه در کلیات آن، نه با سرعت.

▲ مردم به مدیریت و تشکل سیاسی نیاز دارند، نه ناصح.

■ مسئولان سیاسی تنها از قدرت‌هایی که بر آنها وارد می‌شود تاثیر می‌پذیرند، نه از نصائح.

در بسیاری از موارد اینکه چه باید کرد و راه حل چیست، مهمتر از آن است که چه کسی باید آن را انجام دهد. همین.

• 12 •

تاریخ

همه‌پرسی بازنگری قانون اساسی



خبرگزاری فارس
محل: تهران، خیابان ولیعصر، پلاک ۱۳۳
تلفن: ۰۲۱-۸۸۰۰۰۰۰۰
فکس: ۰۲۱-۸۸۰۰۰۰۰۱
پست: ۱۳۱/۱۳۱
ایمیل: info@farsnews.com
وبسایت: www.farsnews.com

جمهوری اسلامی

پیش از ۹۷، شرکت کنندگان در همه پرسی به اصلاح قانون اساسی رأی مثبت دادند

روزنامه‌های جمهوری اسلامی و روزنامه‌های ایران، هم‌زمان با برگزاری همه‌پرسی، گزارشی از نتایج رأی‌گیری در این باره منتشر کردند. براساس این گزارش، ۹۵ درصد از رأی‌دهندگان، رأی مثبت دادند.

خبرگزاری فارس
محل: تهران، خیابان ولیعصر، پلاک ۱۳۳
تلفن: ۰۲۱-۸۸۰۰۰۰۰۰
فکس: ۰۲۱-۸۸۰۰۰۰۰۱
پست: ۱۳۱/۱۳۱
ایمیل: info@farsnews.com
وبسایت: www.farsnews.com

امام خمینی در چهارم اردیبهشت ۱۳۶۸، در نامه‌ای به رئیس‌جمهور، بازنگری قانون اساسی را تکلیفی شرعی و ضروری ملی خواند و هیئت متشکل از ۷۵ نفر شامل ۲۰ نفر برگزیده از سوسی و خود

پنجم‌تر به این انتخاب مجلس شورای اسلامی را مأمور بازنگری قانون اساسی کرد. حوزه مسائل پیشنهادی امام خمینی برای بازنگری، شرایط رهبری و شورای رهبری، تمرکز در مدیریت قوه مجریه، تمرکز در مدیریت قوه قضائیه، تمرکز در مدیریت صداوسیما، تعداد نمایندگان مجلس شورای اسلامی، تشکیل مجمع تشخیص مصلحت نظام برای حل مضلات نظام و مشورت دادن به‌صورتی که قوه‌ای در برابر قوای دیگر نباشد و تغییر نام مجلس شورای ملی به مجلس شورای اسلامی بود. شورای بازنگری در اردیبهشت‌ماه ۱۳۶۸، با تشکیل چهار کمیسیون آغاز به کار کرد. قانون اساسی پس از بازنگری، از ۱۷۵ اصل به ۱۷۷ اصل رسید. این قانون در ششم‌مهرماه ۱۳۶۸ و هم‌زمان با پنجمین دوره انتخابات ریاست‌جمهوری به‌همه‌پرسی گذاشته‌شد و در انتخاباتی با مشارکت ۵۴ درصد مردم، توسط رهبری از ۹۷ درصد رأی دهنندگان به تأیید رسید. حذف شرط در مصلحت برای مقام رهبری و افزایش اختیارات رهبری و شورای نگهبان، از مهم‌ترین بازنگری‌های انجام‌شده در قانون جدید بود.

دام درام و درآمد

کالبدشکافی محتوایی برنامه های سرگرمی محور فارسی
که در یلتفرم یوتیوب در حال افزایش است



مسعود شاہ حسینی

خبرنگار گروه فرهنگ

دیروز خبری منتشر شد درباره اینکه یکی از بازیگران سابق سینما و تلویزیون کشورمان که چندسالی است به خارج از کشور مهاجرت کرده، برنامه سرگرمی جدیدی در حوزه مد و فشن در دست ساخت دارد. خبری که بیش از آنکه فرهنگی باشد، پدیده‌ای اقتصادی-رسانه‌ای است. این رویداد که در ادامه مسیری مشابه توسط دیگر سلبریتی‌ها رخ می‌دهد، این پرسش بنیادین را برای ناظران مطرح می‌کند که نیروی محرکه اصلی این تولیدات چیست؟ آیا ما شاهد دورانی هستیم که خلاقیت هنری در حال کوچ به پلتفرم‌هایی چون یوتیوب است، یا این تنها ظاهر ماجراست و در پس پرده، یک مدل کسب‌وکار جدید مبتنی بر جنجال، درام‌های مهندسی‌شده و اقتصاد توجه، در حال شکل‌گیری و تسلط بر ذائقه مخاطب فارسی‌زبان و بازیگران عرصه‌های برنامه‌سازی است؟

▼ درآمدزایی نه تولید محصول فرهنگی

درباره برنامه جدید یوتیوب فارسی به‌جز مجری آن، جزئیات زیادی منتشر نشده است. چنین که پیداست شرکت‌کنندگان در این برنامه، با توجه به موضوع و تم‌های از پیش تعیین‌شده، لباس و ظاهری برای خودشان انتخاب میکنند و در ادامه در معرض قضاوت داووران قرار می‌گیرند. برنامه جدیدی که قرار است در یوتیوب با محوریت بازیگر از ایران رفته‌پخش شود، از لحاظ نوع پرداخت تا حدودی شبیه برنامه‌ای بود که بیشتر در شبکه یوتیوب آمد و این روزها مخاطبان زیادی جذب کرده است. آن برنامه یک رالی‌تلی شود در ژانر دوست‌یابی و ازدواج است که پیش از آن از ایدی‌پشتمانه در یوتیوب آغاز شده است؛ برنامه‌ای با اجرای بازیگر سه‌لایه نه‌چندان دور تلویزیون که از نیز از چندی پیش ساکن ترکیه شده است. این برنامه از نمونه موفق جهانی‌اش به «جزیره عشق» کی‌برداری شده و در آن شرکت‌کنندگان جوان در فضایی رمانتیک و پر چالش در پی یافتن شریک عاطفی برای خود هستند. با افزایش سبک جان، شکل روابط به‌تصویر کشیده شده و جزیره ۳۰ هزار دلاری آن برای زور بردن، بازجوهرهای گسترده و متفاوتی را در پی داشته است. عده‌ای می‌گویند، هدف اصلی گرداندن این قبیل برنامه‌ها که اغلب عوامل آن تا همین چندینسال پیش در تلویزیون یا شبکه‌های مایش خانگی و پلتفرم‌های آنلاین داخلی فعالیت می‌کردند، درآمدزایی است و نه تولید محصولی فرهنگی که ارزش افزوده‌ای برای مخاطب ایجاد کند. در برنامه‌های پلتفرم‌محور، کسب درآمد حرف‌اول و آخر امری زدن. این درآمدمستقیماً به توانایی تولیدکنندگان محتوا در جلب و جذب مخاطب بستگی دارد. الگوریتم‌هایی طراحی شده‌اند تا محتوایی را ترویج دهند که بیشترین تعامل لایک، کامنت، اشتراک‌گذاری و زمان تماشا را ایجاد کند. این مدل اقتصادی به‌درام و جنجال جاذبه می‌دهد و طبیعی است که سازندگان نیز به‌طور مستقیم تشویق می‌شوند تا بهجای تولید محتوای باکیفیت، لحظات کلیک‌خو و جنجالی خلق کنند. تاکنون ۶۰ قسمت از برنامه «ع» در کانال یوتیوب این برنامه، با ۴۳۳ هزار دنبال‌کننده پخش شده که مطابق بررسی‌های ۲۴۵/۷ میلیون بار توسط مخاطبان دیده شده است. یعنی میانگین ۹۵/۱ میلیونبار تماشا به‌ازای هر قسمت. اولین قسمت این برنامه که هشتم ایدی‌پشتمانه پخش شد، ۸/۵ میلیونبار دیده شده که برای فضای یوتیوب فارسی، عددی بالا است و قاعدتاً درآمد زیادی برای صاحبان و گردانندگان این برنامه ایجاد می‌کند. فرآیند کسب درآمد در پلتفرم یوتیوب، چندلایه و پیچیده است و محاسبه دقیق درآمد چنین برنامه‌هایی که مورد اقبال قرار گرفته است، بدون دسترسی به آمار واقعی ممکن نیست، اما می‌توان با استفاده از معیارهای استاندارد یوتیوب، برآوردی منطقی از آن ارائه داد.

▼ ۸ تا ۲۰ هزار دلار به ازای هر قسمت

بر اساس آخرین راهنماهای یوتیوب در سال ۲۰۲۵، درآمد تولیدکنندگان محتوا مبلغی ثابت به ازای هر بازدید نیست، بلکه بر اساس شاخص کلیدی RPM (درآمد به ازای هر هزار بازدید) و CPM (هزینه به ازای هر هزار نمایش تبلیغ) محاسبه میشود که به عواملی چون موقعیت جغرافیایی مخاطبان، موضوع برنامه و تبلیغات بستگی دارد. متوسط نرخ برای کانالهایی با موضوع سبک زندگی در این دسته قرار میگیرد، معمولاً ۴ تا ۷ دلار به ازای هر ۱۰۰۰ بازدید است. با این میزان، میتوان یک سانسریو و اقمینانه را محاسبه کرد: برای یک وندوزی بلند ۴ میلیون بازدید در یک کانال یوتیوب با موضوع سبک زندگی و ۴۳۳ هزار دنبالکننده، درآمد

▼ منطق تغییر کارکرد رسانه‌ای

نکته قابلتوجه دیگر، تغییر زمین بازی رسانه‌ای است. تلویزیون و شبکه‌های ماهواره‌ای، با تمام ظرفیت‌ها، امکانات و توانمندی‌هایی که دارند، رقابت را به پلتفرم‌هایی مثل یوتیوب واگذار کرده‌اند. پلتفرم‌هایی که منطق حاکم بر عملکردشان متفاوت است. اگر روزگاری از همین صداسیما مجموعه‌های خاطره‌انگیز پخش می‌شد، حالا مخاطبان، محتوای مورد علاقه‌شان را در یوتیوب می‌بینند. همین جابه‌جایی رسمی، به خود به تشدید سطحی گریابی و فقدان محتوا می‌انجامد. رسانه‌های قلمی مثل تلویزیون مانیفست و سیاست‌گذاری را ندارند. اثر آن تولیدی‌شان از فیلترها و ملاحظات خاص می‌گذرد و نظارت‌های حاکمیتی بر آن‌ها اعمال می‌شود. اما در پلتفرم‌های آنلاین مانند یوتیوب، موانع ورود حذف شده و در نتیجه جز هویت نامر و دروازه‌بانی وجود ندارد.