

پدیدارشناسی اخلاق اجتماعی کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی

(مطالعه موردی: متولدان دهه شصتی دارای تحصیلات عالی)

جعفر زلفعلی فام[✉]، دکتر مقصود فراستخواه*، دکتر امیر ملکی**،

دکتر محمدجواد زاهدی مازندرانی***

چکیده

پیشرفت فناوریانه وسایل اطلاعاتی و ارتباطی جدید، به‌خصوص شبکه‌های اجتماعی مجازی، نقش تعیین‌کننده‌ای در برقراری ارتباط و انتقال اطلاعات بین متولدان دهه ۶۰ ایفا کرده است. در پژوهش حاضر تلاش شده است، با درک واقعی ساختار تجربه زیسته افراد مشارکت‌کننده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، مؤلفه‌های اصلی تشکیل‌دهنده اخلاق اجتماعی و چگونگی تبلور آن در رفتار اجتماعی آنان تحلیل شود. روش پژوهش، کیفی با استفاده از رویکرد پدیدارشناسی تجربی و گردآوری اطلاعات، از طریق نمونه‌گیری هدفمند و مصاحبه عمیق با ۱۵ نفر از متولدان دهه شصتی دارای تحصیلات عالی بوده است. یافته‌های پژوهش، شامل یک شاخص محوری «اخلاق اجتماعی آوارگی» بود که از خصیصه‌های مهم آن به «داشتن هویت اجتماعی ترکیبی»، «احساس ناامیدی اجتماعی، سردرگمی و سرگشتگی»، «مقایسه دایم خود با دهه هفتادی‌ها» و «فریبندگی شبکه‌های اجتماعی مجازی» می‌توان اشاره کرد. نتایج پژوهش همچنین نشان می‌دهد؛ اخلاق اجتماعی در میان متولدان دهه شصتی، معجونی از کنش‌های اخلاقی است که خاستگاه آن شرایط اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و تاریخی‌ای است که متولدان این دهه، درون آن متولد شده و زیست کرده‌اند. در نهایت، نتایج به دست آمده حاکی از آن است که رعایت اخلاق اجتماعی در بطن زندگی بد، سخت و دشوار است.

کلید واژه‌ها: اخلاق اجتماعی، متولدان دهه ۶۰، شبکه‌های اجتماعی مجازی، پدیدارشناسی، پدیدارشناسی تجربی

✉ نویسنده مسئول: دانشجوی دکترای جامعه‌شناسی، دانشگاه پیام‌نور

Email: jafar_fam@yahoo.com

* دکترای جامعه‌شناسی، دانشیار مؤسسه پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی

** دکترای جامعه‌شناسی، دانشیار دانشگاه پیام‌نور

*** دکترای جامعه‌شناسی، دانشیار دانشگاه پیام‌نور

پذیرش نهایی: ۹۷/۳/۴

تجدید نظر: ۹۷/۲/۴

تاریخ دریافت: ۹۷/۱/۲۷

DOI:10.22082/CR.2018.86837.1609

مقدمه

شبکه‌های اجتماعی مجازی، فضایی وسیع و پیچیده‌اند که افراد مختلف را با گرایش‌ها، باورها و اعتقادات گوناگون گرد هم می‌آورند تا با یکدیگر زندگی کنند. به این ترتیب «فرد می‌تواند فعالیت‌های دنیای واقعی خود را به این فضا وارد کند. از خصوصیات بارز این فضای مجازی، بی‌مکانی و بی‌زمانی است. از بین رفتن فاصله مکانی و افزایش بی‌سابقه توان انسان‌ها برای مبادله و مراوده با یکدیگر، فرایند هویت‌یابی جمعی افراد را دگرگون کرده است» (زمانی و تقی‌پور، ۱۳۹۶، ص ۴۹). به بیان دیگر «فضای مجازی نوعی فرا فضا است» (کاستلز، ترجمه علیقلیان و خاکباز، ۱۳۸۰، ص ۵۸). فضایی که به فرد قدرت نمادین بیشتر و امنیت روانی گسترده‌تر می‌دهد. «این فضا سیال و بی‌حد است، به‌آسانی در دسترس همگان قرار می‌گیرد و به علت نبود نشانه‌ای فیزیکی و عینی در آن، بی‌جسم، بی‌مکان تاحدی گمنام و به طرز محسوسی کنترل‌ناپذیر است و جهان ما را به هم پیوسته، درهم‌تنیده و چندوجهی کرده است» (زمانی و تقی‌پور، ۱۳۹۶، ص ۵۰).

شبکه‌های اجتماعی مجازی را می‌توان یکی از مهم‌ترین و پرتعدادترین نرم‌افزارهای اجتماعی در حال حاضر دانست. به‌طور کلی، در تعریف شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌توان گفت: سایت‌هایی هستند که از یک سایت ساده مانند موتور جستجوگر با اضافه شدن امکاناتی مانند چت، ایمیل یا امکانات دیگر، خاصیت اشتراک‌گذاری را به کاربران خود ارائه می‌دهند. شبکه‌های اجتماعی محل گردهمایی صدها میلیون کاربر اینترنت‌اند که بدون توجه به مرز، زبان، جنس و فرهنگ، به تعامل و تبادل اطلاعات می‌پردازند (سلطانی‌فر، ۱۳۸۹). عمر این شبکه‌ها در کشور ما چندان طولانی نیست اما با توجه به روند رو به رشد و گرایش روزافزون به استفاده از آنها به‌ویژه در میان نسل جوان، هر کدام به‌عنوان یک پدیده اجتماعی، آثار مثبت و پیامدهای منفی گوناگونی به همراه دارند. تلگرام^۱، اینستاگرام^۲، گوگل پلاس^۳، فیس‌بوک^۴، لاین^۵، وی‌چت^۶، واتساپ^۷، وایبر^۸، توئیتر^۹ و... از رایج‌ترین نرم‌افزارهایی هستند که امکان ارتباط کاربران خود را با یکدیگر

1. Telegram
3. Google+
5. line
7. WhatsApp
9. Twitter

2. Instagram
4. Facebook
6. Wechat
8. Viber

به‌عنوان یک شبکه اجتماعی مجازی بر روی تلفن همراه و رایانه فراهم می‌کنند. به‌تبع این وضعیت، جامعه ایران نیز طی دوره معاصر و در دهه‌های اخیر، با تغییرات اجتماعی فراوانی از جمله افزایش شهرنشینی، شکل‌گیری سازمان‌های تخصصی و نهادهای آموزشی، افزایش استفاده از وسایل ارتباط جمعی (مطبوعات، رادیو و تلویزیون و شبکه‌های ماهواره‌ای) و وسایل ارتباطی (تلفن همراه، اینترنت و...) مواجه بوده است. در کنار این تغییرات «ورود فناوری‌های جدید اطلاعاتی و ارتباطی مانند ماهواره، اینترنت، موبایل، فیس‌بوک، توئیتر و مانند آنها به همراه وسایل سبک داخل کیف و نوی جیب، مثل تبلت، فبلت و انواع تلفن‌های هوشمند و سیستم‌های عامل موبایلی متنوع، به جامعه ما در سال‌های اخیر، تأثیرات مهمی در تغییر نگرش‌ها، ارزش‌ها، هویت، سبک زندگی و اخلاق اجتماعی جوانان داشته است» (فراستخواه، ۱۳۹۳، ص ۱۲۴). این تغییرات در میان متولدان دهه‌های اخیر، به‌ویژه متولدان دهه ۶۰ که در حال حاضر، در آستانه ۲۸ تا ۳۷ سالگی هستند، کاملاً مشهود است. از این‌رو، با گسترش و نفوذ تدریجی تجربه مدرنیته در جامعه ایران «از اواخر دهه ۶۰ و تداوم و ادامه آن در دهه هفتاد و هشتاد در سایه رشد و پیشرفت فناوری، وسایل اطلاعاتی و ارتباطی جدید در قالب شبکه‌های اجتماعی مجازی نقش تعیین‌کننده‌ای در برقراری ارتباط و انتقال اطلاعات بین متولدان دهه ۶۰ داشته‌اند» (عبدالهیان، ۱۳۸۷، ص ۳). تا این حد که تجربه این وضعیت به تدریج نه‌تنها فرهنگ‌های گوناگون و پرشماری را در دسترس متولدان دهه ۶۰ قرار داد، بلکه دنیا، مراجع اجتماعی و به‌طور کلی، تجربه زیسته آنان را نیز دچار دگرگونی اساسی کرد؛ بنابراین می‌توان گفت که «متولدان دهه ۶۰ به‌واسطه اطلاعات، ارتباطات، حضور در شبکه‌های اجتماعی مجازی، مهارت‌ها و سبک زندگی‌شان بیشترین مواجهه و تجربه زیسته را با این فرایند دارند» (عبدی و گودرزی، ۱۳۸۲، ص ۱۱). در حال حاضر هم عمده کانون توجه این نسل «به تجربه فناوری اطلاعات و ارتباطات و حضور در شبکه‌های اجتماعی مجازی معطوف شده است» (فراستخواه، ۱۳۹۵). متولدان دهه ۶۰ و تا حدودی دهه ۷۰ در جهان، به نسل Y یا هزاره معروف‌اند و در ایران، به نسل انقلاب اسلامی، «این نسل در جهان، متولدان حدود ۲۰۰۰-۱۹۸۱ هستند؛ دوره ظهور رایانه‌های شخصی، اینترنت، تلویزیون‌های ماهواره‌ای، دهکده جهانی و سپس فناوری اطلاعات و ارتباطات، وب‌گردی در وبلاگ‌ها و ویکی‌ها. دایرة‌المعارف‌ها به دست همگان

افتاده‌اند و محتوای سایت‌هایی مانند لینکداین و سایر شبکه‌های اجتماعی مجازی را کاربران تولید می‌کنند. کودکان و نوجوانان اهمیت یافته‌اند و پدر و مادرها از آنان فنون و مهارت‌های رایانه‌ای را یاد می‌گیرند. از مشخصات کم‌ویش مشهود در فرهنگ و اجتماع این دوره؛ کم‌حوصلگی، اهمیت یافتن سبک زندگی و سرگرمی، لحظه حال، اوقات فراغت، گروه‌های دوستی، تجربیات شخصی، نیازهای فرامادی، مهارت‌گرایی، بی‌تکلفی و بی‌تعارفی است. مقارن آن در ایران، متولدان ۱۳۷۹-۱۳۶۰ و نسل دوره انقلاب اسلامی‌اند. اینان از آغاز دوره رشد خویش، طعم پیروزی انقلاب را به همراه تلخی اختلافات سیاسی بر سر جایگزینی قدرت، بر هم خوردن اوضاع و خشونت چشیده‌اند و جنگ را باز هم با حماسه‌ها و هزینه‌های دیواربه‌دیوار دیده‌اند، ورق برگشتن از اقتصاد کوپنی و دفاع مقدس به آتش‌بس و اقتصاد پساکوپنی و عمل‌گرایی را با هم دوره کرده‌اند و بالا پایین شده‌اند و دست‌آخر نیز با اینترنت و ارتباطات، اوقات فراغت، رونق جدید مدنی و اصلاحات دولتی قرین شده‌اند. نسل سرشاری و سرخوردگی، نسل رؤیاها و گم کردن رؤیاها و در نهایت، نسل آغازها و پایان‌ها (فراستخواه، ۱۳۹۵). دهه شصتی‌ها در واقع حاصل مقطع سیاسی و اجتماعی پس از انقلاب اسلامی ایران در سال ۱۳۵۷ هستند. «بیشتر آنها در دهه سوم زندگی خود از یک‌طرف با مشکلات بیکاری، تورم، ازدواج و غیره دست‌وپنجه نرم می‌کنند و از طرف دیگر با تغییرات سریع و ناگهانی در نگرش‌ها، هنجارها و ارزش‌ها و اخلاق جامعه مواجه شده‌اند» (نیلی، ۱۳۹۴). به سبب چنین تجربه‌ای، تمامی عرصه‌های حیات آنها دچار تحولات عظیم شده است. برخی از اساسی‌ترین تحولات رخ داده را می‌توان دگرگونی در ارزش‌ها و هنجارهایی دانست که سامان بخشیدن به حیات جمعی را بر عهده دارند به نظر می‌رسد، از مهم‌ترین پیامدهای این دگرگونی نیز ابهام در وضعیت اجتماعی، توفیق نیافتن در هدایت رفتاری و مبهم بودن وضعیت اخلاق به‌ویژه اخلاق اجتماعی در میان آنها است. در خصوص وضعیت اخلاق اجتماعی در جامعه ایران سه روایت غالب وجود دارد: روایتی که جامعه ایران را در فرایند بحران و فروپاشی اخلاقی ارزیابی می‌کند؛ روایتی که جامعه ایران را در فرایند عبور از یک نظام اخلاقی (سنتی) به نظام اخلاقی جدید (مدرن) می‌داند و روایتی که وضعیت اخلاقی در جامعه ایران را نه در حالت بحرانی یا جایگزینی بلکه در حال افت‌وخیزهای معمولی و تغییرات متداول می‌داند (ذکایی، ۱۳۹۵). پژوهش حاضر نیز با تأکید بر روایت سوم،

جامعه ایران را جامعه‌ای در حال تداوم و تغییر می‌داند. البته این جامعه در حال تداوم و تغییر، دچار افت‌های اخلاقی شده است اما همواره در حال ترمیم خود است و لحظه‌های اخلاقی و غیراخلاقی در آن به‌گونه‌ای دیالکتیکی^۱ و تناقض‌گونه تجربه می‌شود. به بیان دیگر، جامعه ایران هم‌زمان دارای سویه‌های اخلاقی و غیراخلاقی است.

از این‌رو، اخلاق یکی از حوزه‌های مهم حیات اجتماعی است و علاوه بر اینکه در نقش یک متغیر مستقل و تأثیرگذار می‌شود به آن پرداخت، در نقش یک متغیر وابسته به سایر متغیرهای اجتماعی نیز می‌توان آن را مطالعه کرد. «اخلاق همداستان با مسئولیت است و مسئولیت همواره در مقابل دیگری تعریف می‌شود. لویناس^۲ به پرسش کشیده شدن خودانگیختگی من توسط حضور دیگری را اخلاق می‌نامد» (فتح‌زاده، ۱۳۹۳، ص ۹). اخلاق، آنجا معنا می‌یابد که «تعدادی از افراد بشر به‌صورت گروهی با یکدیگر زیست داشته باشند» (دورکیم، ترجمه پرهام، ۱۳۶۹، ص ۴۲۶). «اساساً نمی‌توان از اخلاق اجتماعی سخن گفت، بدون این‌که به «دیگری» نیز پرداخت» (مقدم، ۱۳۹۲، ص ۹). در جامعه‌شناسی، اخلاق اجتماعی مجموعه‌ای از «کدهای فرهنگی عمومیت‌یافته برای تشخیص درست و غلط بودن رفتار اجتماعی است» (ترنر^۳، ۲۰۱۱، ص ۱۲۵)؛ بنابراین اخلاق اجتماعی در حالت مثبت، امکان زیستن در جامعه‌ای نیک و دموکراتیک را ممکن می‌سازد. همچنان‌که در شرایط فساد، اخلاق اجتماعی به استبداد و فساد سیاسی و فرهنگی متمایل می‌شود» (میرسپاسی، ۱۳۸۴، ص ۲۲). به این ترتیب، اهمیت اخلاق به‌ویژه وضعیت اخلاق اجتماعی در فرایند تجربه مدرنیته بر کسی پوشیده نیست تا این حد این امر، مهم‌ترین دغدغه جامعه‌شناسان کلاسیک، به‌ویژه امیل دورکیم بود. آنچه برای این اخلاق اهمیت دارد چگونگی رفتار و تعامل افراد با یکدیگر و با نهادهای اجتماعی است. در واقع اخلاق اجتماعی پاسخ به این پرسش است که جامعه خوب چیست؟

اهمیت اخلاق اجتماعی و وضعیت آن در جامعه ایران همواره از سوی متفکران، نخبگان، هنرمندان، پژوهشگران و مراجع مذهبی مطرح شده و مورد توجه و اذعان قرار گرفته است. چند صباحی است که مسئولان نیز عینک خوش‌بینی را برداشته و با نگاهی واقع‌بینانه شیوع بداخلاقی‌های اجتماعی را هشدار می‌دهند» (مقدم، ۱۳۹۲، ص ۳). در حال حاضر ما در وضعیتی به سر می‌بریم که روزبه‌روز مباحث اخلاقی جدی‌تری در

جامعه مطرح می‌شود. در این مسیر به نظر می‌رسد که جامعه‌شناسان نباید تنها به تبیین و نقد وضع موجود اکتفا کنند بلکه لازم است در حرکتی عمل‌گرایانه، ضمن تحلیل وضع موجود، مردم و نهادهای حکومتی را از وضعیت اخلاق اجتماعی در جامعه آگاه‌تر کنند و در راه بهبود آن بکوشند. با توجه به همین احساس نیاز، موضوع پژوهش حاضر، در حوزه جامعه‌شناسی اخلاق قرار دارد این پژوهش در پی دستیابی به چگونگی برساخت اخلاق اجتماعی در میان متولدان دهه شصتی کاربر شبکه‌های اجتماعی مجازی است. متولدان دهه شصتی که نسبت به متولدان دهه‌های قبل از خود یعنی، متولدان دهه ۴۰ و ۵۰ ویژگی‌های متفاوتی دارند که آنها را از متولدان نسل‌های قبل از خود متمایز می‌کند. یکی از مهم‌ترین این ویژگی‌ها، غرق شدن یا عضویت دائم و مستمر در شبکه‌های اجتماعی مجازی است. دهه شصتی‌ها روزبه‌روز بیشتر در صفحات وب گم می‌شوند. «متولدان دهه شصت ایران، ظاهراً اولین نسلی هستند که در دنیای رشد سریع فناوری اطلاعات و ارتباطات بزرگ شده‌اند و هرکدام نسبتی با این فضاها دارند» (شهابی، ۱۳۸۲، ص ۸). اینترنت برای نسل دهه ۶۰ یک پدیده بود، بخشی از این نسل در دهه سوم تجربه زیسته خود به شبکه‌های اجتماعی مجازی پناه برده‌اند که این مسئله از مشاهده‌های روزمره و دنبال کردن فعالیت‌های‌شان در شبکه‌های اجتماعی مجازی پیداست. بر اثر این تجربه زیسته، نسل دهه ۶۰، نظام معنایی، خلیقات و اخلاق اجتماعی متفاوتی در مقایسه با نسل‌های قبلی یعنی، نسل دهه ۴۰ یا ۵۰ و نسل‌های بعدی یعنی، نسل دهه ۷۰ و ۸۰ دارند. پژوهش حاضر در پی درک واقعی و درست ویژگی‌ها و ساختار تجربه زیسته افراد مشارکت‌کننده در پژوهش از شبکه‌های اجتماعی مجازی است. همچنین چگونگی تبلور این تجربه در اخلاق اجتماعی خاص آنها، از دیگر اهداف مورد نظر بوده است. به این ترتیب، مهم‌ترین پرسش‌های این پژوهش عبارت‌اند از:

۱. تجربه اخلاق اجتماعی متولدان دهه شصتی کاربر شبکه‌های اجتماعی مجازی چگونه شکل می‌گیرد؟
۲. متولدان دهه شصتی با برساخت و ابراز اخلاق اجتماعی خود در شبکه‌های اجتماعی مجازی چه اهدافی را دنبال می‌کنند؟
۳. طرح اخلاق اجتماعی متولدان دهه شصتی کاربر شبکه‌های اجتماعی مجازی چگونه است؟

پیشینه پژوهش

عبدی و گودرزی (۱۳۸۲) در طرح ملی ارزش‌ها و نگرش‌ها، به بررسی وضعیت اخلاق اجتماعی در ایران پرداختند. بر اساس داده‌های این طرح ۸۸ درصد از مردم عقیده دارند که «پارتی‌بازی» در جامعه رواج دارد، بیش از نیمی از مردم «پارتی» را مهم‌ترین عامل در به دست آوردن شغل می‌دانند، نزدیک به ۶۳ درصد میان رعایت قانون و پارتی‌بازی دچار تردید و دودلی هستند و بیش از ۷۰ درصد، رواج صفت‌های دورویی و تظاهر، تقلب، کلاهبرداری، تملق و چاپلوسی را زیاد ارزیابی می‌کنند. طرح وضعیت شاخص‌های اخلاق اجتماعی در شهر تهران (۱۳۹۳) پژوهشی است که از سوی معاونت فرهنگی جهاد دانشگاهی از شهروندان تهرانی در خصوص وضعیت شاخص‌های اخلاق اجتماعی صورت گرفته است. شاخص‌هایی مانند دگردوستی، بی‌تفاوتی اجتماعی، عام‌گرایی و برخی دیگر از شاخص‌های اخلاق اجتماعی در این مطالعه مورد بررسی قرار گرفته‌اند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که شهروندان نسبت به حلقه نزدیکان خود تعهد بیشتری دارند و آمادگی آنان برای کمک به اطرافیان خود به مراتب بالاتر است، به عبارت دیگر، می‌توان گفت که تعهد مردم و دگردوستی آنان، چندان تعمیم‌یافته نیست. چیت‌ساز (۱۳۸۸) در پژوهشی خود، به بررسی اهمیت و جایگاه اخلاق اجتماعی و برخی از شاخص‌های آن در جامعه ایران پرداخته است. نتایج پژوهش نشان داده است که ۶۶/۲ درصد از پاسخگویان، میزان تقید خود نسبت به رعایت اخلاق اجتماعی را در زندگی ضعیف ارزیابی کرده‌اند. حاجیانی (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان «تحلیل وضعیت اخلاق اجتماعی در جامعه ایران» اخلاق اجتماعی در جامعه ایران را با دیدگاهی فراتحلیلی بررسی کرده است. او معتقد است که یافته‌ها در مورد وضعیت اخلاق اجتماعی در ایران خیلی قابل‌اتکا نیستند و ما برای آینده، نیازمند طراحی نظام اخلاقی ترکیبی یا چندپایه‌ای هستیم؛ چراکه نمی‌توان بر پایه اخلاق سنتی، جامعه ایرانی را همچنان اخلاقی نگاه داشت. در نهایت، فراستخواه (۱۳۹۵) در پیمایشی که در سطح ملی انجام داده، بحث‌انگیزترین خلقیات ایرانی‌ها را مطالعه کرده است. بالاترین پاسخ‌ها که در بحث‌انگیز بودن خلقیات ایرانی، «ضعف فرهنگ کار جمعی» بوده است. در رتبه بعدی به «انتقادپذیری» و سپس به رودربایستی زیاد و تعریف و تمجید در حضور یکدیگر اشاره شده است. در رتبه چهارم معتقد بوده‌اند که ایرانیان معمولاً پنهان‌کاری می‌کنند و شفاف نیستند. در رتبه پنجم،

ایرانی‌ها را خودمدار دانسته‌اند. در رتبه ششم معتقد بوده‌اند که احساسات در ایران اغلب بر خردورزی چیره می‌شود. در یک جمع‌بندی و فراتحلیل از مطالعات صورت گرفته در حوزه اخلاق اجتماعی در ایران می‌توان گفت در بسیاری از پژوهش‌های انجام شده، به غیر از چند مورد، امکان مقایسه دقیق و تحلیل همه جانبه‌ای از وضعیت اخلاق اجتماعی در ایران وجود ندارد. دلیل آن تفاوت در مفهوم‌سازی، نبود تعریف دقیق از اخلاق اجتماعی، ابزار سنجش، جامعه آماری و حجم نمونه و در نهایت فقدان پژوهش‌های کیفی، روندی یا پانلی برای مطالعه در زمینه اخلاق اجتماعی است.

چارچوب نظری پژوهش

پدیدارشناسی و پدیدارشناسی تجربی

یکی از تحولات مهم در عرصه معرفت‌شناسی «به وجود آمدن راه‌های مختلف شناخت‌شناسانه در رشته‌های مختلف به‌خصوص فلسفه و جامعه‌شناسی بود. یکی از این روش‌ها پدیدارشناسی^۱ بود که توسط هوسرل پایه‌گذاری شد» (بومر، ترجمه بشیری، ۱۳۸۵، ص ۵۱). پدیدارشناسی «به معنای ارائه شرحی از پدیدارهای گوناگون است» (ساکالوفسکی، ترجمه قربانی، ۱۳۸۴، ص ۵۶). هوسرل اصطلاح پدیدارشناسی را هم برای روش خاص و هم برای اصول و مبادی فلسفی خود به‌کار می‌برد (ترجمه رشیدیان، ۱۳۸۶). پدیدارشناسی «پژوهشی درباره ساختار آگاهی و چگونگی پدیدار شدن اشیا در آگاهی است» (ماندلباوم، ترجمه خدادادی، ۱۳۹۲، ص ۱۳). از این رو، رویکرد پدیدارشناسی «معنای تجارب زیسته افراد متعدد از یک مفهوم یا پدیده است» (کرسول، ترجمه دانائی‌فرد و کاظمی، ۱۳۹۱، ص ۸۰). از هوسرل به بعد، پدیدارشناسی به لحاظ مفهومی، به دو دوره تاریخی پیشاهوسرل و پساهوسرل قابل تقسیم است.

در دوره پیشاهوسرل، اصطلاح پدیدارشناسی «برای اولین بار توسط یوهان هنریش لامبرت^۲ به‌کار برده شده است. لامبرت پدیدارشناسی را تئوری پندار تعریف نمود» (۲۰۰۴، ص ۵۶). کانت در معنای سابق پدیدارشناسی، به‌خصوص معنای مورد نظر لامبرت، تحولی به‌نسبت اساسی ایجاد کرد، کانت معتقد بود که «پدیده‌ها در مواجهه با ذهن انسان، تحت تأثیر قوای فاهمه انسانی قرار می‌گیرند و تبدیل به تجربه می‌شوند، وی در واقع بین

1. phenomenology

2. Lambert

فنونم به معنای آنچه به حس درمی‌آید و نومن به معنای حقیقت اشیا تفاوت قایل شد و پدیدارشناسی را شناخت فنونم‌ها معنا کرد» (کانت، ترجمه حداد عادل، ۱۳۶۷، ص ۵۸). در نهایت، مهم‌ترین اثر در حوزه پدیدارشناسی در مقطع زمانی پیشاهوسرل نیز «پدیدارشناسی روح» اثر «هگل» است. از نظر هگل «پدیدارشناسی علمی است که از رهگذر آن ذهن و روان آن‌گونه که هست شناخته می‌شود، درواقع، وی دستیابی به نومن را امکان‌پذیر می‌داند و در این خصوص پدیدارشناسی را روشی تلقی می‌کند که امکان دستیابی به این مهم را میسر می‌سازد. در دوره پساهوسرل، ژان پل سارتر در پدیدارشناسی خود بر این نکته تکیه می‌کند که «اگرچه جهان عینی بیرون از ما وجود دارد، حقیقت جهان عبارت است از آگاهی نسبت به جهان، سارتر وجود جهان را بسته و قائم به وجود آن در ذهن سوژه (من نفسانی) می‌داند، یعنی ظهور در آگاهی آدمی، عالم، منوط و قائم به من نفسانی (سوژه) است» (ساکالوفسکی، ترجمه قربانی، ۱۳۸۴، ص ۸۵). مرلو^۱ (۱۹۹۸) مطابق پدیده‌شناختی هوسرلی، البته با تأکیدها و تفاسیر اگزیستانسیالیستی مرکز نظام پوزیتیویسم پدیده‌شناختی خود را «پیشینگی (اولویت) ادراک نامید. همچنین مارتین هایدیگر در مقدمه کتاب معروف خود «هستی و زمان^۲» به این نکته اشاره کرد که قدمای فلاسفه یونان، پرسش از معنای هستی^۳ را به‌عنوان مسئله‌ای فلسفی مورد توجه قرار می‌دادند و در پی درک حقیقت هستی بر می‌آمدند، اما از زمان ارسطو تا به حال، فلسفه از این پرسش اصلی غافل شده و به‌جای تلاش برای درک هستی، به فهم هست‌ها رو آورده است. از نظر او هستی موجودات، خود وجودی از وجودات و در عرض سایر موجودات نیست، بلکه هر جا چیزی هست، هستی هست. ما به‌طور مستقل نمی‌توانیم با هستی مواجه شویم و آن را بشناسیم، بلکه از آنجا که هستی، خصیصه دیگر وجودات امکانی است، باید از طریق استنتاج، آن را آشکار یا فاش کرد. از میان موجودات، وجود انسانی که هایدیگر از آن به دازاین^۴ تعبیر می‌کند، یگانه راه شناخت ما از هستی است؛ زیرا دازاین وجودی است که بیشترین پرسش را از معنای هستی دارد و پژوهش از معنای هستی، یکی از امکان‌های وجودی اوست» (ترجمه جمادی، ۱۳۸۷، ص ۸۶). به این ترتیب، اصول اساسی پدیدارشناسی، پیرامون مفاهیم کلیدی این حوزه شکل گرفته‌اند. یکی از مهم‌ترین مفاهیم مورد نظر اپوخه^۵ است. اپوخه

1. Merleau
3. Being
5. Epoche

2. Being and Time
4. Dasein

«به معنای کنارگذاردن فرضیه‌های رایج و فراتر رفتن از روش‌های جا افتاده برای مشاهده است. در واقع، اپوخه گامی مهم در استفاده از پدیدارشناسی به‌مثابه روش پژوهش است» (ساکالوفسکی، ترجمه قربانی، ۱۳۸۴، ص ۳۱). یکی دیگر از مفاهیم مهم پدیدارشناسی روی‌آوردنگی است. مفهوم روی‌آوردنگی، ارتباط بسیار نزدیکی با پدیدارشناسی دارد. «آموزه مهم پدیدارشناسی این موضوع را می‌شناساند که هر کنشی از آگاهی یا هر تجربه‌ای، اساساً «آگاهی از» یا «تجربه‌ای از» چیزی یا دیگری است. پس در پدیدارشناسی «روی آوردن» عبارت است از پیوند آگاهانه‌ای و با یک عین برقرار می‌سازیم که هدفش فراهم آوردن یک توصیف غنی ساخت‌دار از تجربه زیسته است» (پراساد^۱، ۲۰۱۱). پس پدیدارشناسی «اساساً مطالعه تجربه زیسته است» (ون‌مانن^۲، ۱۹۹۷، ص ۹)؛ بنابراین، آلفرد شووتس^۳، پدیدارشناسی را با جامعه‌شناسی تلفیق کرده است. به نظر شووتس، وظیفه اصلی پدیدارشناسی این است که نشان دهد واقعیت‌های اجتماعی چگونه از سوی مردم ساخته می‌شوند. بر پایه دیدگاه وی، توصیف متولدان دهه شصتی کاربر شبکه‌های اجتماعی مجازی از اخلاق اجتماعی مهم است زیرا آنها وضعیت موجود را تفسیر می‌کنند و به آن معنی می‌دهند و از این طریق، به ساختن واقعیت اجتماعی زندگی خود می‌پردازند.

نظریه اخلاق اجتماعی از دیدگاه جامعه‌شناسان

از دیدگاه دورکیم جامعه نمی‌تواند وجود داشته باشد، مگر اینکه اخلاقی باشد. زمانی که جامعه «دچار بحران و خطر فروپاشی باشد فردیت و فردگرایی اخلاقی نیز به خطر می‌افتد» (منارد^۴، ۱۹۹۵، ص ۱۴۰). دورکیم عمل اخلاقی را پیروی از قواعد اخلاقی می‌داند (اباذری، ۱۳۸۷). ایده اساسی دورکیم در این خصوص این است که «فردگرایی در حال تبدیل شدن به‌نظام اخلاقی در جوامع مدرن است» (دیلینی، ترجمه صدیقی و طلوعی، ۱۳۸۷، ص ۱۴۷). از نظر دورکیم «مشکلات عصر حاضر ناشی از عدم استقرار کامل تمامیت اخلاقی جامعه است» (چارلز^۵ و کوربین^۶، ۱۹۸۴، ص ۲). برای کارل مارکس اخلاق «به‌عنوان بخشی از ابرساختار ایدئولوژیک جامعه در نظر گرفته می‌شود.

1. Prasad
3. Schütz, A
5. Charles

2. Van manen
4. Menard
6. Corbin

این ابرساختار حاوی ایده‌های اخلاقی، دینی، قانونی و سیاسی است» (لایتر، ترجمه باقری نوع‌پرست، ۱۳۹۴، ص ۱). از نظر مارکس، اخلاق ماهیتی طبقاتی، ایدئولوژیکی و توجیه‌گرانه دارد» (امید، ۱۳۸۱، ص ۵۴). ماکس وبر «به‌مثابه متفکر مدرنیته در کارش سرتاسر مسئله مدرنیته، به‌ویژه مسئله اخلاقی چگونه راه بردن یک زندگی معنادار و ارزشمند در عصر مدرنیته را وحدت و انسجام می‌دهد» (برویبکر، ترجمه مسمی‌پرست، ۱۳۹۵، ص ۱۷). در همین زمینه، وبر دو نوع اخلاق را از یکدیگر تفکیک می‌کند؛ به عقیده وی در دوره مدرنیته، تنازع عقلی بنیادی کنش عبارت است از کشاکش اخلاق مسئولیت و اخلاق اعتقاد. از دید وبر «اخلاق مسئولیت، به‌طور ساده اخلاقی است که کارایی منظور اصلی آن است و اخلاق اعتقاد هر یک از ما را وامی‌دارد که بر اساس احساسات خویش، بدون استناد آشکار یا ضمنی به عواقب اقدام، عمل کند» (آرون، ترجمه پرهام، ۱۳۸۶، ص ۵۹۷). اخلاق برای گئورگ زیمل «دارای پیوندی تنگاتنگ با مفهوم عمل‌گرایی حقیقت است. این اعتقاد که مرگ پایان هستی آدمی نیست و این‌که شخص مذهبی احساس می‌کند با وجودی جاودان در ارتباط است که او را یاری می‌کند، نیاز فرد به اخلاق و دینداری را موجه می‌سازد» (هله، ترجمه مسمی‌پرست، ۱۳۹۴، ص ۶۸). از نظر زیمل در دوره مدرنیته «اخلاق کانت از عهده توضیح واقعیت‌های اجتماعی - فرهنگی برنمی‌آید. زیمل با تبدیل اعضای جامعه به آفرینش‌گران فرم‌های تعاملی موفق شد که پروژه شبه کانتی تصدیقشان و خودمختاری انسانی را از این طریق پیش ببرد که کنشگران انسانی، هم کنشگران انسانی، هم سازندگان جامعه و هم محصولات جامعه تلقی می‌شوند» (لوین، ترجمه مسمی‌پرست، ۱۳۹۳، ص ۳۲). در عصر حاضر برگر، فرهنگ، دین و اخلاق در مدرنیته را در مرکز تحلیل اجتماعی قرارداد. «وی دین و اخلاق را عملی انسانی می‌داند که مهم‌ترین نقش آن، معنا بخشیدن به زندگی است» (یوسف‌زاده، ۱۳۸۸، ص ۱۷۲). از دیدگاه برگر «آنچه مدرنیته با خود همراه می‌آورد عرفی شدن نیست بلکه، کثرت‌گرایی است. به نظر او افول فرایند عرفی شدن پیامدهایی دارد: افول نظریه عرفی شدن به معنای باقی ماندن دین و اخلاق به‌عنوان نیروی مؤثر در صحنه است، نوسازی و عقلانیت همراه آن، لزوماً به زایل شدن نهادهای اخلاقی و احساسات دینی منجر نخواهد شد» (برگر و لوکمان، ترجمه مجیدی، ۱۳۷۵). زیگموند باومن برای توصیف وضعیت اخلاقی جامعه معاصر از اصطلاح «ختی بودن اخلاقی» استفاده کرده است» (ترجمه چاوشیان، ۱۳۸۴).

باومن می‌گوید «آن چیزهایی که برای جلوگیری از مصیبت‌های دیگری در جهان لازم و ضروری است نیروهای اخلاقی و سیاسی قوی هست» (کلمن^۱ و پلتونن^۲، ۲۰۰۱، ص ۱۵۸). همچنین متفکران مکتب فرانکفورت «هر یک به نحوی بر وجود مسئله نابرابری‌ها، تبعیضات و تضعیف اخلاق در جهان مدرن تأکید دارند» (نوذری، ۱۳۸۱، ص ۱۱۰). به باور تئودور آدورنو، شکل‌های کانتی و نیز هگلی اخلاقیات و اخلاق به محض اینکه پویایی‌های مدرنیته بنیان‌های فلسفی‌شان را تضعیف کنند، در سرایش زوال می‌افتند (تامپسون، ترجمه نجفی و عباس‌بیگی، ۱۳۹۶). آدورنو معتقد بود که «زندگی غلط را نمی‌توان درست زندگی کرد. زندگی خوب در بطن زندگی بد ممکن نیست» (ترجمه بوذری، ۱۳۹۶، ص ۲۱). در مقابل، یورگن هابرماس «در جوامع مدرن نیل به اخلاق توافقی بر اساس عقلانیت ارتباطی متکی به پاره‌ای ارزش‌های جهان‌شمول را امری ممکن و ضروری می‌دانست» (هولاب، ترجمه بشیریه، ۱۳۷۸، ص ۱۸۴). در نهایت پیر بوردیو «طبقه متوسط جدید را کمر بند انتقالی طبقات می‌داند که به اخلاق تفننی و تفریحی بیشتر اعتقاد دارد» (اسوین‌میر، ترجمه رحیمی، ۱۳۸۶، ص ۵۶). رویکرد بوردیو نسبت به اخلاق «رویکرد متکی به ذات است که کنشگر در شرایط کاربردی و در موقعیت و هنگام مواجه شدن با عملی توان خود را با منافع دیگری پیوند زده و وارد کش می‌شود» (لنا^۳، ۲۰۱۴، ص ۶۵۲). از دیدگاه بوردیو ما با دو نوع اخلاق مواجه هستیم «اخلاق تکلیفی و اخلاق انگیزشی یا اتیک (اخلاق اجتماعی). برای بوردیو اخلاق اتیک فایده اجتماعی و نمادین دارد. به‌طور کلی، می‌توان در جمع‌بندی از آرای جامعه‌شناسان مورد اشاره در خصوص نظریه اخلاق اجتماعی در مدرنیته این نکته را استنباط نمود که اخلاق اجتماعی در مدرنیته امری به‌شدیدت همبسته با ویژگی نهادها در این جوامع است و تحت تأثیر عواملی قرار دارد که در سطح سیستمی از راه‌های مختلف و به‌واسطه سازوکارهای گوناگون، حیات روزمره انسان‌ها را تحت‌الشعاع قرار می‌دهند. طبق این تفکر، اخلاق از مدت‌ها، همراه فلسفه، جامعه‌شناسی و انسان‌شناسی بوده است. این تفکر، معتقد به برخی مفاهیم اساسی است که در تمامی مکان‌ها و زمان‌ها جاری‌اند و تنها در فرهنگ‌های متفاوت به شیوه‌های مختلف تجلی می‌کنند. به سبب چنین تجربه‌ای، تمامی عرصه‌های حیات انسان‌ها دچار

تحولات عظیم شده است؛ بنابراین در مدرنیته، دشواری‌ها و نیازهای زندگی اجتماعی همواره ضرورت اندیشه‌گری اخلاقی را پیش می‌آورد. پرسش مرکزی اخلاق، از نظر بسیاری از جامعه‌شناسان و صاحب‌نظران مدرنیته، این است: ما چگونه باید زندگی کنیم؟ آیا درست‌ترین شیوه زیستن وجود دارد؟ و اگر وجود دارد آیا دست‌یافتنی است؟

روش‌شناسی پژوهش

روش پژوهش حاضر کیفی با استفاده از رویکرد پدیدارشناسی تجربی است. روش‌های پژوهش کیفی «برای نشان دادن افکار و نیت مردم نسبت به فعالیت‌ها، وقایع خاص و درک روندهای پیچیده اجتماعی مناسب و مفید هستند» (شاهید، ۲۰۱۴، ص ۲۸۹). از خصوصیات بارز این روش، توصیف جهان اجتماعی از دید کنشگران مورد مطالعه است» (بلیکی، ترجمه چاوشیان، ۱۳۸۴، ص ۳۲۸). روش‌های کیفی «می‌توانند ابزارهایی را برای کشف حوزه‌هایی که ما به‌طور عمیق آنها را نمی‌فهمیم، در اختیار ما بگذارند» (کینگ، ۲۰۰۴، ص ۵). در رویکرد پدیدارشناسی تجربی «تلاش می‌شود تا رهیافت آلفرد شوتز به‌صورت تجربی در پژوهش‌های جامعه‌شناسی کاربردپذیر شود» (کرسول، ۲۰۰۷، ص ۵۹). «یکی از اصول پدیدارشناسی تجربی، داشتن تجربه است» (پرست^۳ و همکاران، ۲۰۱۱، ص ۷۱). «تجربه کردن، تنها راه توصیف فردی تجربه‌های زیسته افراد است» (موران^۴، ۲۰۰۰، ص ۱۳). «پدیدارشناسی تجربی وجوه مشترک تجربه زیسته مختلف را استنباط می‌کند و این نقطه مشترک را مبنایی برای فهم معنای اصلی آنها قرار می‌دهد» (اسپرس^۵، ۲۰۰۴، ص ۱۱). از این‌رو یکی از اصول پدیدارشناسی تجربی داشتن تجربه است که شامل ۷ مرحله می‌شود (اسپرس، ۲۰۰۹): اول، تعریف مسئله و تدوین هدف اساسی تحقیق که در نوشتار حاضر شناسایی پدیدار اخلاق اجتماعی دهه شصتی‌های کاربر شبکه‌های اجتماعی مجازی است. دوم، اجرای پیش مطالعه که از طریق مصاحبه عمیق با نمونه‌های مورد نظر انجام گرفت. سوم، انتخاب یک نظریه به‌عنوان طرح مرجع که نظریه تجربه مدرنیته است. چهارم، مطالعه ساختارهای مرتبه اول (اپوخه نظریه)

1. Shahid
3. Priest
5. Aspers

2. King
4. Moran

که ناظر به کنش‌های روزمره است. پنجم، ایجاد ساخت مرتبه دوم، نظریه‌های پرداخته شده از سوی دانشمند اجتماعی. ششم، بررسی اثرات ناخواسته. هفتم، ارتباط شواهد با ادبیات علمی و مرتبط کردن ساخت مرتبه دوم با طرح مرجع که شامل ایجاد ارتباط بین استنتاجات حاصل از پدیدارشناسی تجارب زیسته مشارکت‌کنندگان درگیر در شبکه‌های اجتماعی مجازی از اخلاق اجتماعی خاص آنها می‌شود.

جدول ۱. الگوی اجرای یک مطالعه پدیدارشناسی تجربی (کرسول، ۲۰۰۷)

اپوخه	گزاره‌های معنادار و مهم	واحد‌های معنایی (درونمایه یا تم)	توصیفات متنی	توصیفات ساختاری	ترکیب توصیفات ساختاری و متنی و دستیابی به جوهره اصلی
-------	-------------------------	----------------------------------	--------------	-----------------	--

در این پژوهش گردآوری اطلاعات با تکنیک مصاحبه عمیق صورت گرفته است. با توجه به اینکه «گستره جمعیت اصلی از پیش مشخص نبود از روش نمونه‌گیری گزینش تدریجی به‌منزله قاعد کلی در پژوهش کیفی مبتنی بر هدف یا همان نمونه‌گیری هدفمند استفاده شده است» (فلیک، ترجمه جلیلی، ۱۳۸۷، ص ۱۳۹). نمونه‌گیری هدفمند «جهت افزایش فهم افراد، گروه‌ها و توسعه نظریه‌ها و مفاهیم طراحی شده است» (دورس^۱ و فرانکل^۲، ۲۰۰۰). این روش «یکی از روش‌های شایع نمونه‌گیری است که گروه‌های شرکت‌کننده بر اساس معیارهای از قبل مشخص شده مربوط به پرسش‌های ویژه پژوهش انتخاب می‌شوند» (آنوگبوز^۳ و کالینز^۴، ۲۰۰۷، ص ۲۸۹)؛ بنابراین در نمونه‌گیری هدفمند «از اطلاعات یک فرد مطلع در انتخاب موارد با هدف ویژه استفاده می‌شود» (نیومن^۵، ۲۰۱۳). در این مطالعه، نمونه‌ها از میان گروهی از متولدان دهه ۶۰ با ویژگی‌های خاصی که به‌نوعی صفت مشخص آنها محسوب می‌شود و در شهر تهران زندگی می‌کنند، انتخاب شده است. داشتن تحصیلات عالی، عضویت دایم در شبکه‌های اجتماعی مجازی، نداشتن شغل دایم، دور از خانواده بودن، مجرد بودن و زندگی مجردی از مهم‌ترین این ویژگی‌هاست. جمع‌آوری داده‌ها «تا حصول اشباع نظری داده‌ها» ادامه یافته (کوربین و اشتراوس^۶، ۲۰۰۸، ص ۲۱۲) و در پایان، تعداد نمونه در پژوهش به ۱۵ شرکت‌کننده رسیده است. در این

1. Devers
3. Onwuegbuzie
5. Neuman

2. Frankel
4. Collins
6. Strauss

پژوهش، برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش ۷ مرحله‌ای کلایزی^۱ استفاده شده است. بر اساس روش کلایزی، در مرحله اول؛ متن مصاحبه‌ها پس از درج شدن روی برگه، چندین بار مرور شد تا شناخت کلی از آن حاصل شود. در مرحله دوم؛ برای هر یک از متون، خلاصه تفسیری نوشته تا نسبت به درک و استخراج معانی نهفته در آن اقدام شود. در مرحله سوم؛ پژوهشگر برای استخراج مضامین به مشارکت و تبادل نظر پرداخت. در مرحله چهارم؛ با تداوم مصاحبه‌ها، مضمون‌های قبلی تکامل یافت و گاه مضمونی جدید شکل گرفت. در مرحله پنجم؛ برای دستیابی به معنای کلی متن و یافتن جوهره‌های^۲ اصلی، مصاحبه‌ها چندین مرتبه مرور شدند؛ و توصیف‌های سازمان‌یافته نهایی استخراج شد. در مرحله ششم؛ خلاصه‌نویسی آغاز شد که گفتمان مرتبط هر مصاحبه را برای تولید داده‌های کلیدی مشخص می‌کرد. تم‌های نهایی که بازخوانی بیشتری با یکدیگر داشتند، سازماندهی و مفهوم محوری آنها استخراج شد؛ و در نهایت مرحله هفتم؛ با شناسایی عبارات یا جملات مهمی که به‌طور مستقیم به تجربه زیسته اخلاق اجتماعی مربوط بودند و با صورت‌بندی معانی و خوشه‌بندی آنها در قالب مضامین مشترک میان همه مشارکت‌کنندگان پژوهش، ترکیب این نتایج در قالب یک توصیف پرمایه و جامع از شناخت ماهیت پدیده تجربه زیسته متولدان دهه شصت از شبکه‌های اجتماعی مجازی و پیوند آن با چگونگی وضعیت اخلاق اجتماعی در میان آنها به اتمام رسید.

جدول ۲. مشخصات مصاحبه‌شوندگان (مصاحبه عمیق)

مشارکت کننده	جنسیت	سن	تحصیلات	تحصیلات پدر	تحصیلات مادر	وضعیت شغلی	وضعیت مسکن
کد ۱	زن	۳۳	دانشجوی دکترا	کارشناسی	کارشناسی	قراردادی در مؤسسه پژوهشی	زندگی با والدین و خوابگاه
کد ۲	مرد	۳۴	دانشجوی دکترا	بی سواد	بی سواد	کار پروژه‌ای در شهرداری	زندگی در خوابگاه
کد ۳	مرد	۳۳	کارشناسی ارشد	دیپلم	سیکل	کار در شرکت به صورت ساعتی	زندگی در خانه مجردی
کد ۴	مرد	۳۲	کارشناسی ارشد	دیپلم	سیکل	کار پروژه‌ای در شهرداری	زندگی در خانه مجردی
کد ۵	مرد	۲۹	کارشناسی ارشد	راهنمایی	سیکل	قراردادی در صداوسیما	زندگی در خانه مجردی
کد ۶	زن	۲۸	کارشناسی ارشد	کارشناسی	سیکل	قراردادی در مرکز مشاوره	زندگی در خانه مجردی
کد ۷	زن	۲۶	کارشناسی ارشد	دیپلم	راهنمایی	قراردادی در شرکت جهانگردی	زندگی در خانه مجردی
کد ۸	مرد	۳۲	کارشناسی ارشد	راهنمایی	بی سواد	قراردادی در کتابفروشی	زندگی در خانه مجردی
کد ۹	زن	۲۷	دانشجوی دکترا	کارشناسی	راهنمایی	پروژه‌ای در بهزیستی	زندگی در خانه مجردی
کد ۱۰	زن	۳۰	کارشناسی ارشد	راهنمایی	راهنمایی	قراردادی در یک شرکت	زندگی در خانه مجردی
کد ۱۱	زن	۳۱	کارشناسی ارشد	بی سواد	بی سواد	ساعتی در مرکز ترک اعتیاد	زندگی در خانه مجردی
کد ۱۲	مرد	۲۶	کارشناسی ارشد	دیپلم	راهنمایی	قراردادی شهرداری	زندگی در خانه مجردی
کد ۱۳	مرد	۲۸	کارشناسی ارشد	کارشناسی	دیپلم	ساعتی در یک کلینیک	زندگی در خانه مجردی
کد ۱۴	زن	۳۵	دانشجوی دکترا	سیکل	راهنمایی	کار پروژه‌ای در شهرداری	زندگی در خوابگاه
کد ۱۵	زن	۳۰	کارشناسی ارشد	دیپلم	راهنمایی	قراردادی در مؤسسه آموزشی	زندگی در خانه مجردی

جدول ۳. چگونگی حضور مصاحبه‌شوندگان در شبکه‌های اجتماعی مجازی

مشارکت کننده	میزان استفاده از اینترنت در روز	داشتن سایت یا وبلاگ در اینترنت	نوع دسترسی به اینترنت	عضویت در شبکه‌های مجازی	محتوا و حوزه فعالیت در شبکه‌های مجازی اجتماعی
کد ۱	محیط کار و خانه ۵ تا ۷ ساعت	قبلاً داشتم، الان غیرفعال است.	گوشی و بعد رایانه	فیس‌بوک، تلگرام، وایبر و...	خبری، سیاسی، اجتماعی کسب درآمد، گفتگو با اقوام
کد ۲	بیشتر در خانه ۵ تا ۸ ساعت	وبلاگ دارم.	بیشتر رایانه	فیس‌بوک، تلگرام، وایبر، اینستاگرام	سیاسی، فرهنگی، سرگرمی، کاری و وب‌گردی
کد ۳	بیشتر در خانه ۶ تا ۸ ساعت	قبلاً داشتم، الان غیرفعال است.	گوشی و بعد رایانه	فیس‌بوک، اینستاگرام و...	علمی، خبری و کسب درآمد، سیاسی و اجتماعی
کد ۴	محیط کار و خانه ۵ تا ۷ ساعت	ندارم.	بیشتر رایانه	تلگرام، اینستاگرام، تانگو، لینکداین و...	کاری، علمی، قومی، گفتگو با اقوام و دوستان
کد ۵	بیشتر خانه ۴ تا ۶ ساعت	وبلاگ دارم.	بیشتر رایانه	تلگرام، وایبر، فیس‌بوک و...	سرگرمی، علمی، اجتماعی کسب درآمد، گفتگو با دوستان
کد ۶	خانه ۴ تا ۷ ساعت	قبلاً داشتم، الان غیرفعال است.	گوشی و بعد رایانه	تلگرام، فایبر، اینستاگرام، وایبر و...	خبری، سیاسی، فرهنگی و وب‌گردی
کد ۷	محیط کار و خانه ۵ ساعت	قبلاً داشتم، الان غیرفعال است.	بیشتر رایانه	تلگرام، اینستاگرام، وایبر و...	قومی، سرگرمی، سیاسی، گفتگو با دوستان
کد ۸	محیط کار ۷ ساعت	قبلاً داشتم، الان غیرفعال است.	بیشتر گوشی	تلگرام، فیس‌بوک، اینستاگرام، وایبر	علمی، کسب درآمد، گفتگو با اقوام و دوستان و سرگرمی
کد ۹	محیط کار و خانه ۸ ساعت	وبلاگ دارم.	گوشی و بعد رایانه	تلگرام، وایبر، تانگو، لینکداین و...	سرگرمی، علمی، خبری، سیاسی، اجتماعی
کد ۱۰	محیط کار و خانه ۶ ساعت	ندارم.	گوشی و بعد رایانه	فیس‌بوک، تلگرام، وایبر و...	علمی، خبری، تفریحی، سیاسی، اجتماعی کسب درآمد
کد ۱۱	محیط کار و خانه ۳ تا ۷ ساعت	دو سال پیش داشتم الان ندارم.	بیشتر گوشی	فیس‌بوک، اینستاگرام و ...	سرگرمی، سیاسی، علمی، گفتگو و کسب درآمد
کد ۱۲	محیط کار و خانه ۹ ساعت	قبلاً داشتم، الان غیرفعال است.	بیشتر گوشی	فیس‌بوک، تلگرام و وایبر	کاری و سرگرمی با دوستان

ادامه جدول ۳

کد ۱۳	محیط کار و خانه ۶ تا ۷ ساعت	وبلاگ دارم.	بیشتر گوشی	تلگرام، وایبر	سرگرمی، سیاسی، اجتماعی، گفتگو با دوستان
کد ۱۴	بیشتر خانه ۷ ساعت	قبلاً داشتم، الآن غیرفعال است.	گوشی و بعد رایانه	فیس‌بوک، تلگرام و وایبر	کاری، علمی، سیاسی
کد ۱۵	بیشتر خانه ۸ ساعت	قبلاً داشتم.	گوشی و بعد رایانه	تلگرام، وایبر، فیس‌بوک...	علمی، سیاسی، اجتماعی، گفتگو با دوستان و کسب درآمد

یافته‌های پژوهش

یافته‌های پژوهش به طور عمده حول یک شاخص اصلی «اخلاق اجتماعی آوارگی» و چهار مؤلفه آن، «داشتن هویت اجتماعی ترکیبی و چندپاره»، «احساس ناامیدی اجتماعی، سردرگمی و سرگشتگی»، «مقایسه دایم خود با متولدان دهه هفتاد» و «فریبندگی شبکه‌های اجتماعی مجازی و تداوم سرگشتگی در آنها» که در میان مشارکت‌کننده‌ها در پژوهش تبلور داشت، متمرکز شده است.

اولین مؤلفه اخلاق اجتماعی آوارگی: داشتن هویت اجتماعی ترکیبی و چندپاره: به نظر این افراد، تکلیف آدم‌های که در دهه‌های ۴۰ و ۵۰ متولد شده‌اند، با خودشان روشن بود. ارزش‌های اجتماعی در میان آنها تثبیت شده بود و هویت فردی و اجتماعی مشخصی داشتند. در مقابل، متولدان دهه ۶۰ در مقطع سیاسی و اجتماعی خاصی متولد شدند و در دوران فشارهای اجتماعی و عقیدتی شدید بعد از انقلاب و در زمان جنگ بزرگ شدند. سپس در دوره نوجوانی به شدت با انواع سرکوب‌ها مواجه شدند. بیشتر این افراد تصویری نامشخص، مبهم و ناامیدکننده از هویت فردی و اجتماعی خود دارند و دارای هویتی عاریتی و ترکیبی هستند. بسیاری از این افراد تمرین می‌کنند که مانند بچه‌های دهه ۷۰ باشند. در این زمینه می‌توان به تجربه شرکت‌کننده کد ۱: زن، ۳۰ ساله اشاره کرد: «بدبختی اینجاست که اون دهه هفتادی اگه مجردی زندگی می‌کنه مشکلی نداره. خیلی شاد و تو روابط راحت»، «در مقابل من با مشکلات زیادی مواجهم. روزبه‌روز منزوی‌تر، آواره‌تر و سرخورده‌تر می‌شم. ناراحتم که چرا من پیش خانواده‌ام نیستم». شرکت‌کننده کد ۶: زن، ۲۸ ساله: «من الآن آدمی هستم که وسط مانده‌ام»، «بعضی وقت‌ها می‌گم باید شبیه والدین خودم باشم. بعضی وقت‌ها دقیقاً مقابل آنها هستم» ... «وقتی با دوستانم هستم یه چیزام.

وقتی با خانواده ام یه چیز دیگه‌ام. وقتی تو دانشگاه‌ام، یه چیز دیگری»، «اون چیزی که خودم از خودم می‌شناسم با اون چیزی که بروز میدم خیلی متفاوته».

دومین مؤلفه اخلاق اجتماعی آوارگی: ناامیدی اجتماعی، سردرگمی و سرگشتگی: اغلب این افراد در تعاملات اجتماعی خود احساس بیهودگی و بی‌مصرفی می‌کنند. تنها راه تغییر این وضعیت برای بیشتر آنها، ادامه تحصیل بود که در این عرصه هم چندان موفق نبوده‌اند، ادامه تحصیل داده‌اند ولی شغل دایمی ندارند و امکان ازدواج و تشکیل خانواده را نیز از دست داده‌اند و به‌صورت مجردی، به دور از خانواده زندگی می‌کنند. این افراد به مقطعی از زندگی خود رسیده‌اند که در مقابل خود، متولدان دهه هفتاد را می‌بینند که رمزها، کدهای اخلاقی و اصول رفتاری دهه شصتی‌ها برایشان خنده‌دار است. به نظر این افراد، متولدان دهه ۷۰ بهتر از متولدان دهه ۶۰ در تعاملات اجتماعی عمل می‌کنند. در مقابل، متولدان دهه ۶۰ به‌نوعی آرمان تغییر اجتماعی دارند اما دهه هفتادی‌ها به‌دنبال تغییر و دردسر نیستند و طوری که دلشان می‌خواهد زندگی می‌کنند. در این زمینه می‌توان به تجربه شرکت‌کننده کد ۴: مرد، ۳۳ ساله اشاره کرد: «تجربه‌های مشترک ما دهه شصتی‌ها باعث شده که باهم یک درد مشترک داشته باشیم که سرنوشت ما را به هم گره زده و از ما آدم‌هایی ساخته که تلکیفشان با خود و با جامعه‌شان مشخص نیست...» (نمی‌دانیم که کجای این جامعه ایستاده‌ایم. خلأهای عاطفی و اجتماعی که ما تجربه کردیم از ما آدم‌های ساخته که در تعاملات خودمان بی‌تکلیف و سردرگمیم، من برای درس خواندن خیلی زحمت کشیده‌ام. اما چه فایده. به‌جز ناامیدی چیزی عایدمان نشده است». همچنین می‌توان به تجربه شرکت‌کننده کد ۱۴: زن، ۳۵ ساله اشاره کرد: «واقعاً نمی‌دونم چه چیزی می‌خوام. نه آینده‌ای. نه شغلی و نه ازدواجی. با مدرک فوق‌لیسانس بیکارم، بیشترین استرس و فشار روانی رو دارم... کلاً به ما گفته شده که باید این طوری زندگی کنیم. خیلی جامعه رو نمی‌پسندم که ما رو این جوری بار آورده و همه‌چیز رو به ما تحمیل کرده است».

سومین مؤلفه اخلاق اجتماعی آوارگی: مقایسه دایم خود با متولدان دهه ۷۰ و احساس حسرت اجتماعی دهه شصتی‌ها در مقایسه خود با متولدان دهه هفتادی با نوعی تجربه زیسته تراژیک مواجه می‌شوند. به نظر این افراد دهه هفتادی‌ها از همه نظر جلوترند و در کل، شرایط آنها بهتر از متولدان دهه شصتی است؛ دهه شصتی‌ها عادت کرده‌اند برای هر چیزی سختی بکشند حتی برای دانشگاه رفتن و پیدا کردن شغل، توی صف باشند. در مقابل

دهه هفتادی‌ها به دنبال چیزهای حاضری هستند و برای چیزهایی که می‌خواهند به دست بیاورند، زیاد تلاش نمی‌کنند؛ سریع به دست می‌آورند و سریع هم از دست می‌دهند؛ یعنی آدم‌هایی هستند که بیشتر در لحظه زندگی می‌کنند. مهم‌ترین پرسشی که دهه شصتی‌ها از خود می‌پرسند، این است که چرا دهه هفتادی‌ها می‌توانند و ما نمی‌توانیم؟ دهه شصتی‌ها خود را «تکلیف‌مدار» می‌دانند. اینکه دایم به آنها تکلیفی داده می‌شد و آنها مجبور بودند اجرایش کنند. این در حالی است که دهه هفتادی‌ها «حق‌مدار» بار آمده‌اند و داشتن هر چیزی را حق خود می‌دانند. در این زمینه می‌توان به تجربه شرکت‌کننده کد ۱: زن، ۳۰ ساله اشاره کرد: «دهه هفتادی‌ها اکثرشون ازدواج کردن و من موندم در بلا تکلیفی ... دائماً به من می‌گویند شما بدبختی، بیچاره‌اید، نسل سوخته‌ای و به درد هیچ چیز نمی‌خورید ... چرا افسرده شدن. چرا سرشون تو موبایل و شبکه‌های اجتماعی». همچنین می‌توان به تجربه شرکت‌کننده کد ۹: زن، ۲۷ ساله اشاره کرد: «ما نسل سوخته این روزگار به حساب می‌آییم و وقتی دوران خودم را با دهه هفتادی‌ها مقایسه می‌کنم بوی سوختگی‌اش را بیشتر از قبل متوجه می‌شم ... ما چطور زندگی کردیم و این‌ها چطور! دهه هفتادی‌ها از همه نظر جلوترند! از نظر علمی، تکنولوژی، اعتماد به نفس، ورود به دانشگاه، ورود به کار و زندگی ... اما ما عادت کردیم برای هر چیزی سختی بکشیم».

چهارمین مؤلفه اخلاق اجتماعی آوارگی: فریبندگی شبکه‌های اجتماعی مجازی و تداوم سرگشتگی در آنها: با توجه به اینکه کودکی دهه شصتی‌ها بر پایه محصولات دیجیتال و شبکه‌های جهانی نبود، دوران نوجوانی هم گفتمان مدرسه، معلم و شاگردی با حداقل تعاملات بود، اما در دوران جوانی، انقلاب اطلاعاتی همه چیزشان را به هم ریخت. ورود به شبکه‌های اجتماعی، ابزاری برای تخلیه روانی و جدا شدن از زندگی واقعی بود. شبکه‌های اجتماعی مجازی باعث از بین رفتن و کم‌رنگ شدن دیوارهای شدند که مانع از تعامل اجتماعی این گروه می‌شد. این امر منجر به محدود شدن تعاملات اجتماعی در فضای واقعی و گسترش آن در شبکه‌های اجتماعی مجازی شده است. نتیجه اینکه جوانان این دهه، تجربه‌های شخصی خود را در مورد عشق، جدایی و تنهایی، در فضای مجازی به اشتراک می‌گذارند و برای رهایی از فشارهای اجتماعی به فضای مجازی پناه می‌برند؛ اما در این فضا هم، ارزش‌های آنها به نادیده گرفته می‌شود و بی‌تکلیفی، نابسامانی و مشکلاتشان از طریق همین شبکه‌های اجتماعی مجازی تکرار و بازنمایی می‌شود و این

برایشان خیلی آزاردهنده است. در این زمینه می‌توان به تجربه شرکت‌کننده کد ۱: زن، ۳۰ اشاره کرد: «اگه من سرم رو از تلگرام بیارم بیرون چکار کنم؟ اگه معتاد بشم، می‌گن معتاد شدی. اگه برم پارک، می‌گن رفته پارک. هر کاری بکنم در معرض اتهام هستم ... تنها کاری که می‌تونم انجام بدم اینه که تعاملاتم رو در فضای واقعی محدود و در مجازی بیشتر کنم...» «من تحصیل کرده‌ام. شغل ثابتی هم ندارم. نتونستم ازدواج هم بکنم. باید چه کار کنم...». همچنین می‌توان به تجربه شرکت‌کننده کد ۱۳: مرد، ۲۸ ساله اشاره کرد: «ورود دهه شصتی‌ها به فضای مجازی ابزاری برای تخلیه روانی و جدا شدن از زندگی واقعی بود، فضای مجازی دل‌چسب و مکان واقعی تلخ و ناامیدکننده است... محدود بودن فضای عمومی در دوره نوجوانی ما باعث شد که من دهه شصتی بهترین استفاده را از این فضا بکنم، تجربه‌های شخصی در مورد عشق، جدایی و تنهایی رو می‌یارم تو فضای مجازی، دهه شصتی کجا می‌تونستند همدیگر رو ببینند؟ با او مدن فضای مجازی همه هجوم بردیم به اونجا ... من از طرف جامعه تحت فشارم. می‌گن چرا کار نمیکنی، ازدواج هم نکردی، پول هم که نداری ... برچسب بی‌عرضگی می‌زنند، برای خلاصی از این فشار می‌رم تو شبکه‌های مجازی. باز ولمون نمی‌کنند. می‌گن اونجا دنبال چی می‌گردی».

بحث و نتیجه‌گیری

تجربه‌های زیسته روزمره زندگی ما، مملو از پدیدارهای گوناگون اخلاقی است. پدیدارهای اخلاقی نقشی بسیار مهم در زندگی ما دارند. زندگی بدون تجربه‌های اخلاقی ممکن است حتی ارزش زیستن هم نداشته باشد. به طور قطع تجربه‌های اخلاقی برای ارزش بخشیدن به زندگی فرد، محوری و اساسی‌اند. آنها به زندگی معنا می‌بخشند و کم‌وبیش مشخص می‌کنند که زندگی هر فرد تا چه حد خوب و اخلاقی است. یکی از پدیدارهای اخلاقی مهم در تجربه زیسته، تعاملات اجتماعی و زندگی روزمره، بی‌تردید اخلاق اجتماعی است. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که بر مبنای اخلاق اجتماعی آوارگی، تجربه زیسته متولدین دهه ۶۰ با متولدین دهه ۷۰ و بعد از آن متفاوت است. طی دورانی که این افراد از تولد تا جوانی خود پشت سر گذاشته‌اند، ناملایمات و سختی‌های بسیاری را تحمل کرده‌اند. دوره تولد آنها با سال‌های جنگ و وحشت و اضطراب و آوارگی همراه بود و سپس مشکلات اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و عوارض ناشی از آنکه نگذاشت بخشی

از متولدان این دهه نقش راهبردی خود را در تاریخ معاصر ایران به‌خوبی ایفا کنند. برای هر فرد ایرانی ۳ چیز بسیار حایز اهمیت است: هویت، شغل و ازدواج. این است که در بعضی از موارد وقتی این افراد درگیر نیازهای اساسی خود هستند و هنوز نیازهای ابتدایی و اولیه‌شان رفع نشده، احساس امنیت نمی‌کنند و وقتی حس امنیت ندارند، کمتر می‌توانند دوست بدارند و دوست داشته شوند و به نظر می‌رسد، در رعایت اخلاق اجتماعی دچار نوعی آوارگی می‌شوند که به شکل‌های مختلفی در روابط اجتماعی از حس صمیمیت، قربت، همدلی، هم‌زبانی اصیل یا عمیق با اطرافیان خود محروم می‌شوند.

جدول ۴. خلاصه‌ای از گزینه‌های کلیدی مستخرج از مصاحبه‌ها مربوط به شاخص اخلاق اجتماعی آوارگی و

چهار مؤلفه آن

گزینه‌ها	مؤلفه‌ها
الگوبرداری از سبک زندگی متولدان دهه ۷۰ - شکننده بودن هویت فردی و اجتماعی - وجود موانع ذهنی و نداشتن انطباق کامل با هویت عاریتی - تثبیت نشدن ارزش‌ها و اعتقادات اجتماعی - بلاتکلیفی در مورد ارزشی‌ها - داشتن هویت چندگانه در موقعیت‌های مختلف، شکاف بین خود موجود با خود وانمودی - تعلق داشتن به چندین دنیای متفاوت از لحاظ هویتی - تلقی از خود به‌عنوان موجودات عجیب و آواره - نداشتن اطمینان به خود و دیگران - درگیر بودن با نوعی زندگی روزمره و بی‌هدف - ارائه هویتی مخدوش و بیچاره از دهه شصتی‌ها در رسانه‌ها - داشتن تصویر نامشخص، مبهم و ناامید کننده از زندگی - احساس نوعی تناقض بین هویت سنتی و غیر سنتی.	هویت اجتماعی ترکیبی و چندپاره
در آستانه سومین دهه عمر خود، مجرد، بیکار و بلاتکلیف بودن - نداشتن آینده شغلی - داشتن فشار روحی به دلیل تحمیل شدن خیلی چیزها از طرف جامعه - نداشتن جایگاهی مناسب به دلیل برخوردار نبودن از استقلال مالی - مجرد ماندن به دلیل بی‌اعتماد به آینده - احساس بیهودگی و بی‌صرفی - شکست در عرصه تحصیل و نداشتن شغل دایمی - داشتن درد مشترک، روشن نبودن تکلیف شان با خود و جامعه - انطباق نداشتن با شرایط و بلاتکلیفی در حوزه عقاید و باورها - دچار شدن به نوعی ازهم‌پاشیدگی و سرگشتگی ارزشی - قبول نداشتن خیلی چیزها بدین بودن نسبت به جامعه احساس زخمی بودن، داغون بودن و بیچاره بودن - رو آوردن به نمایش در تعاملات اجتماعی.	ناامیدی اجتماعی، سردرگمی، سرگشتگی

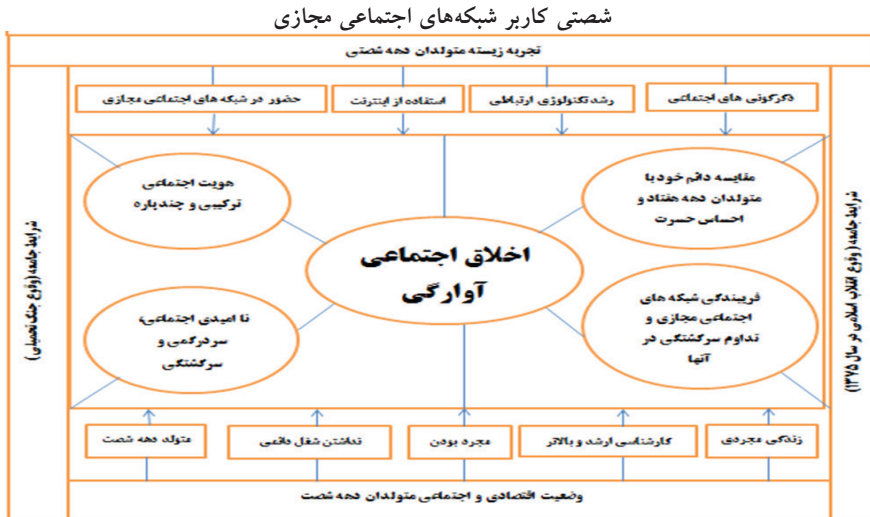
ادامه جدول ۴

<p>چرا دهه هفتادی می‌تونه من نمی‌تونم - اکثر هفتادی‌ها ازدواج کردن ما موندیم - بدبخت بودن، نسل سوخته و به درد نخور - خنده‌دار بودن کدهای اخلاقی دهه شصتی‌ها برای دهه هفتادی‌ها - مواجه شدن با یک نوع تجربه زیسته تراژیک در مقایسه خود با دهه هفتادی - دهه هفتادی‌ها از هر نظر موفق‌تر از دهه شصتی‌ها هستند - داشتن قضاوت‌های خیلی صریح نسبت به مسائل و ارزش‌ها - طوری که دلشان می‌خواهد زندگی می‌کنند - داشتن امکانات اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی بهتر - دلبستگی کمتر دهه هفتادی‌ها به خانواده، راحت و در لحظه زندگی کردن - تمایل به فردگرایی دهه هفتادی‌ها - راحت گرفتن خیلی چیزها از سوی متولدان دهه هفتادی.</p>	<p>فریبندگی شبکه‌های اجتماعی مجازی و تداوم سرگشتگی در آنها</p>
<p>محدود کردن تعاملات در فضای واقعی و گسترش آن در فضای مجازی - استفاده از فضای مجازی برای تعامل با همدیگر به عنوان راه جایگزین - به مسخره گرفته شدن ارزشها و بازنمایی بی‌تکلیفی و ناپسامانی دهه شصتی‌ها در رسانه‌ها - پناه بردن به شبکه‌های اجتماعی مجازی برای خلاصی از فشارهای اجتماعی - افزایش مشکلات دهه شصتی‌ها با وارد شدن به فضای مجازی - فضای مجازی ابزاری دل‌چسب برای تخلیه روانی و جدا شدن از زندگی واقعی - هجوم دهه شصتی‌ها به فضای مجازی به دلیل کنترل شدن فضای عمومی - تبدیل شدن فضای مجازی به ابزاری برای نمایش عقده‌ها و سرکوب‌های جنسی متولدان دهه شصتی.</p>	<p>مقایسه دایم خود با متولدان دهه هفتاد و احساس حسرت اجتماعی</p>

تأمین نشدن نیازهای اساسی و اولیه این افراد در تجربه زیسته آنها، اخلاق اجتماعی آوارگی شکل داده که از نشانه‌های بارز آن، داشتن هویت اجتماعی ترکیبی و چندپاره، احساس ناامیدی اجتماعی، سردرگمی و سرگشتگی، احساس تنهایی، احساس حسرت اجتماعی و احساس قربانی بودن، فریبندگی شبکه‌های اجتماعی مجازی و تداوم سرگشتگی در آن است. این یافته‌ها با نتایج پژوهش بخارایی (۱۳۹۵) همخوان است که نشان می‌دهد بر اساس هرم سلسله نیازهای مازلو هر ۵ نوع نیاز با ۵ نوع اخلاق اجتماعی ملازم آن منطبق است. همچنین مفهوم اخلاق اجتماعی آوارگی با نتایج برگر و همکاران (ترجمه ساوجی، ۱۳۸۱) در کتاب «ذهن بی‌خانمان» نیز تناسب دارد که نشان می‌دهد، انسان معاصر انسان بی‌خانمان شده‌ای است که از خانه معنایی، وجودی و تاریخی خود به در آمده و در خانه جدید؛ یعنی جامعه مدرن، با تکتز زیست جهان‌ها، گسترش فرهنگ‌ها، چندپاره شدن

تجربه‌های انسانی، شکل‌گیری فضایی که در آن امکان یکپارچه کردن تجربه‌ها وجود ندارد، احساس آرامش نمی‌کند؛ و به این ترتیب، تنهایی در معنای جامعه‌شناسانه آن، افراد را احاطه کرده است با توجه به یافته‌های پژوهش در اینجا بحث بر سر فرصت‌سوزی است که در بهترین دوران زندگی متولدان دهه شصتی اتفاق افتاده است، این فرصت‌سوزی اثر اصلی خود را بر وضعیت اخلاق اجتماعی در میان متولدان دهه ۶۰ گذاشته است. برخی فرصت‌های طلایی را نمی‌توان بازیابی کرد. نباید با نگاه شعارگونه همه تقصیرها و قصورها را به گردن متولدان دهه ۶۰ انداخت. متولدان دهه ۶۰ برای فعالیت در جامعه، ساختن زندگی بهتر برای خود در آینده و در نهایت زندگی بر مبنای اخلاق اجتماعی، نیازمند زمینه‌هایی اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی بودند که دولت، حاکمیت و نهادها وظیفه داشتند آنها را چه در بخش خصوصی و چه در بخش دولتی فراهم آورند و به تسهیل فراهم آوردن زمینه اشتغال‌زایی برای آنها پردازند. نمی‌توان موضوع بیکاری میلیون‌ها متولدان دهه ۶۰ و به تبع آن، بالا رفتن سن ازدواج و ... را به گردن خود آنها انداخت. عمل به اخلاق اجتماعی را تنها می‌توان از ساختارهای خوب انتظار داشت. زندگی خوب در بطن زندگی بد ممکن نیست. بنابراین، طرح‌واره اخلاق اجتماعی متولدان دهه ۶۰ که در این پژوهش مورد مصاحبه قرار گرفته‌اند آمیزه‌ای از کنش‌های اخلاقی است که خاستگاه آن شرایط اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و تاریخی‌ای است که متولدان دهه ۶۰ در درون آن متولد شده و زیست کرده‌اند. این شرایط، آثار زیادی بر نحوه عملکرد آنها در حیطه اخلاق اجتماعی و در تعاملات اجتماعی و زندگی روزمره داشته است. هرچند نمی‌توان بخش زیادی از ویژگی‌های یادشده را به عموم متولدان دهه ۶۰ نسبت داد، وجود این طرح‌واره اخلاق اجتماعی، توصیف‌کننده بخشی از وضعیت اخلاق اجتماعی در میان متولدان دهه ۶۰ است.

نمودار ۱. الگوی پیشنهادی و مؤلفه‌ها و عوامل مؤثر برگرفته از پدیدارشناسی اخلاق اجتماعی متولدان دهه



پیشنهاده‌ها

با توجه به نتایج پژوهش، بسیاری از متولدان دهه ۶۰ که کاربر شبکه‌های اجتماعی مجازی هستند و در این پژوهش مشارکت داشته‌اند، هر روزه شاهد کم‌رنگ شدن ارزش‌ها و بازنمایی بی‌تکلیفی و نابسامانی‌های نسل خود در رسانه‌ها و فضای مجازی با الفاظی نامناسب هستند و این امر باعث شده است که بیشتر این افراد، با نوعی حسرت اجتماعی و احساس قربانی شدن، به مقایسه خود با متولدان دهه ۷۰ بپردازند. از این رو پیشنهاد می‌شود که صداوسیما، با تولید و تهیه برنامه‌هایی در قالب گفتگو، میزگرد، مستند... و با تحلیل‌های همه‌جانبه: جامعه‌شناختی، روان‌شناختی و فرهنگی به تبیین جایگاه واقعی متولدان دهه ۶۰ در جامعه ایران بپردازد و در این برنامه‌ها تلاش کند که ارزش‌ها و شرایط اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی خاصی را که این نسل تجربه کرده است، برای متولدان دهه‌های ۷۰ و ۸۰ تبیین و بازشناسی کند تا هویتی واقعی از متولدان این دهه در رسانه ملی ارائه شود. همچنین با عنایت به مضامین داشتن هویت اجتماعی ترکیبی و چندپاره و احساس ناامیدی اجتماعی، سردرگمی و سرگشتگی به دلیل تجربه بحران‌های اجتماعی دهه ۶۰ و با توجه به بیکاری و ناامیدی از آینده در میان بسیاری از دهه شصتی‌های

کاربر شبکه‌های اجتماعی مجازی که در این پژوهش مشارکت داشته‌اند، پیشنهاد می‌شود صداوسیما با دعوت از مسئولان و با طرح مهم‌ترین سؤالات مرتبط با وضعیت سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و اخلاقی متولدان دهه ۶۰ و به‌ویژه این سؤال که متولدان دهه ۶۰ در حال حاضر به کجا رفته‌اند؟ موجبات طرح واقعی و درست مسایل و مشکلات متولدان این دهه را در جامعه فراهم آورد. این امر باعث مورد توجه قرار گرفتن دوباره مسایل اجتماعی متولدان دهه ۶۰ در برنامه‌های توسعه آینده کشور خواهد شد و نتیجه آن، ساخت زندگی بهتر، ایجاد شغل، کاهش نابسامانی‌های اجتماعی و بهبود وضعیت ارزشی و اخلاقی این افراد خواهد بود.

منابع

- آدورنو، تئودور. (۱۳۹۶). *درباره مسائل فلسفه اخلاق* (ترجمه رحمان بوذری). تهران: شرق.
- آرون، ریمون. (۱۳۸۶). *مراحل اساسی سیر اندیشه در جامعه‌شناسی* (ترجمه باقر پرهام). تهران: علمی و فرهنگی.
- اباذری، یوسف. (۱۳۸۷). *خرد جامعه‌شناسی*. تهران: طرح نو.
- اسوین‌میر، یوآر. (۱۳۸۶). *مسئله قدرت در جامعه‌شناسی پیر بوردیو* (ترجمه نریمان رحیمی). تهران: جامعه‌شناسان.
- امید، مسعود. (۱۳۸۱). *درآمدی بر فلسفه اخلاق*. تبریز: ارک.
- باومن، زیگموند. (۱۳۸۴). *اشارت‌های پست مدرنیته* (ترجمه حسن چاوشیان). تهران: ققنوس.
- بخارایی، احمد. (۱۳۹۵). *اخلاق در جامعه ایرانی: دومین همایش آسیب‌های اجتماعی در جامعه ایران*. تهران: انجمن جامعه‌شناسی.
- برگر، پیتر و لوکمان، توماس. (۱۳۷۵). *ساخت اجتماعی واقعیت: رساله‌ای در جامعه‌شناسی شناخت* (ترجمه فریبرز مجیدی). تهران: علمی فرهنگی.
- برگر، پیتر و همکاران. (۱۳۸۱). *ذهن بی‌خانمان: نوسازی و آگاهی‌سازی* (ترجمه محمد ساوجی). تهران: نی.
- بروبیکر، راجیز. (۱۳۹۵). *مرزهای عقلانیت: رساله‌ای درباره اندیشه اجتماعی و*

- اخلاقی ماکس وبر (ترجمه شهناز مسمی پرست). تهران: کتاب پارسه.
- بلیکی، نورمن. (۱۳۸۴). طراحی پژوهش‌های اجتماعی (ترجمه حسن چاوشیان). تهران: مرکز.
- بومر، فرانکلین لوفان. (۱۳۸۵). جریان‌های بزرگ در تاریخ اندیشه غربی: گزیده آثار بزرگ در تاریخ اندیشه اروپای غربی از سده‌های میانه (ترجمه حسین بشیریه). تهران: باز.
- تامپسون، مایکل جی. (۱۳۹۶). اخلاق بورژوازی و مسائل آن (ترجمه صالح نجفی و علی عباس‌بیگی). تهران: هرمس.
- چیت‌ساز، محمدجواد. (۱۳۸۸). درآمدی بر اخلاق اجتماعی ایرانیان. مجله پژوهشنامه، ۴۸ (۱۷).
- حاجیانی، ابراهیم. (۱۳۹۳). جامعه‌شناسی اخلاق: تحلیل وضعیت اخلاق اجتماعی در جامعه ایران. تهران: جامعه‌شناسان.
- دورکیم، امیل. (۱۳۶۹). درباره تقسیم‌کار اجتماعی (ترجمه باقر پرهام). تهران: کتابسرای بابل.
- دیلبنی، تیم. (۱۳۸۷). نظریه‌های کلاسیک جامعه‌شناسی (ترجمه بهرنگ صدیقی و وحید طلوعی). تهران: نی.
- ذکایی، سعید. (۱۳۹۵). اخلاق در جامعه ایرانی. تهران: جهاد دانشگاهی.
- زمانی، عباس و تقی‌پور، فائزه. (۱۳۹۶). شناسایی عوامل جذابیت شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه از منظر کاربران. فصلنامه جامعه‌پژوهی فرهنگی، ۸ (۲)، صص ۷۱-۴۵.
- ساکالوفسکی، رابرت. (۱۳۸۴). درآمدی بر پدیدارشناسی (ترجمه محمدرضا قربانی). تهران: گام.
- سلطانی‌فر، محمد. (۱۳۸۹). دیپلماسی عمومی نوین و روابط عمومی الکترونیک. تهران: سیمای شرق.
- شهابی. محمود. (۱۳۸۲). جهانی شدن جوانی: خرده فرهنگ‌های جوانان در عصر جهانی شدن. فصلنامه مطالعات جوانان، ۱ (۵)، صص ۲۲-۱.
- عبدالهیان، حمید. (۱۳۸۷). تغییرات فرهنگی در ایران معاصر: پدیده جوانی و گذران اوقات فراغت. فصلنامه مطالعات جوانان، ۱۳ (۳)، صص ۱۲۷-۹۵.

- عبدی، عباس و گودرزی، محسن. (۱۳۸۲). تحولات فرهنگی در ایران. تهران: علم.
- فتح‌زاده، حسن. (۱۳۹۳). هوسرل، اخلاق، دریدا. تهران: ققنوس.
- فراستخواه، مقصود. (۱۳۹۳). شبکه‌های مجازی؛ رهایی‌بخش یا وهمناک: تأملی در تأثیر اجتماعی فناوری. ماهنامه مهرنامه، ۵ (۳۶)، صص ۱۲۶-۱۲۴.
- فراستخواه، مقصود. (۱۳۹۵). تحولات نوپدید در فرهنگ دانشگاه و فضای کلاس و تأثیر آن بر تدریس؛ تأملی در نسل‌های پنج‌گانه دانشجوی و استاد. فصلنامه تدریس پژوهی، ۴ (۲)، صص ۲۹-۱.
- فراستخواه، مقصود. (۱۳۹۵). ما ایرانیان: زمینه‌کاوی تاریخی و اجتماعی خلیقات ایرانی. تهران: نی.
- فلیک، اووه. (۱۳۸۷). درآمدی بر پژوهش کیفی (ترجمه هادی جلیلی). تهران: نی.
- فیض، مهدی. (۱۳۹۳). طرح وضعیت شاخص‌های اخلاق اجتماعی در شهر تهران. تهران: جهاد دانشگاهی.
- کاستلز، مانوئل. (۱۳۸۰). عصر اطلاعات: ظهور جامعه شبکه‌های (ترجمه احد علیقلیان و افشین خاکباز). تهران: طرح نو.
- کانت، ایمانوئل. (۱۳۶۷). تمهیدات (ترجمه غلامعلی حداد عادل). تهران: مرکز نشر دانشگاهی.
- کرسول، جان. (۱۳۹۱). پویش کیفی و طرح پژوهش: انتخاب از میان پنج رویکرد: روایت پژوهی، پدیدارشناسی، نظریه داده‌بنیاد، قوم‌نگاری و مطالعه موردی (ترجمه حسن دانائی‌فرد و حسین کاظمی). تهران: صفار.
- لایتر، برایان. (۱۳۹۴). اخلاق، علم و ایدئولوژی از منظر مارکس (ترجمه زهیر باقری نوع‌پرست). ماهنامه آیین، ۱۳ (۱۴)، صص ۳۳-۲۷.
- لوین، دونالد ناتان. (۱۳۹۳). درباره فردیت و فرم‌های اجتماعی (ترجمه شهناز مسمی‌پرست). تهران: ثالث.
- ماندلباوم، موریس. (۱۳۹۲). پدیدارشناسی تجربه اخلاقی (ترجمه مریم خدادادی). تهران: ققنوس.
- معاونت فرهنگی جهاد دانشگاهی. (۱۳۹۳). نشست: اخلاق در جامعه ایرانی.

مقدم، غلامرضا. (۱۳۹۲). *قطعه گمشده جامعه‌شناسی ما*. تهران: ایران.
میرسپاسی، علی. (۱۳۸۴). *تأملی در مدرنیته ایرانی: بحثی درباره گفتمان‌های
روشنفکری و سیاست مدرنیزاسیون در ایران*. تهران: ثالث.
نوذری، حسینعلی. (۱۳۸۱). *بازخوانی هابرماس*. تهران: چشمه.
نیلی، مسعود. (۱۳۹۴). *روایت تکان‌دهنده از زندگی امروز دهه شصتی‌ها*. تهران:
اعتماد.

هایدیگر، مارتین. (۱۳۸۷). *هستی و زمان (ترجمه سیاوش جمادی)*. تهران: ققنوس.
هله، هرست. (۱۳۹۴). *اندیشه اجتماعی گنورگ زیمل (ترجمه شهناز مسمی‌پرست)*.
تهران: گل‌آذین.
هوسرل، ادموند. (۱۳۸۶). *ایده پدیدارشناسی (عبدالکریم رشیدیان)*. تهران: علمی و
فرهنگی.

هولاب، رابرت. (۱۳۷۸). *یورگن هابرماس: نقد در حوزه عمومی (ترجمه حسین
بشیریه)*. تهران: نی.
یوسف‌زاده، حسن. (۱۳۸۸). *بررسی آرای پیتر برگر درباره دین و عرفی شدن*. قم:
مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی(ره).

Aspers, P. (2004). Empirical Phenomenology an Approach for Qualitative
Esearch. **Social Research Methods Qualitative Series**, Vol. 9, Pp.1-15.

Aspers, P. (2009). Empirical Phenomenology: A Qualitative Research
Approach. **Indo-Pacific Journal of Phenomenology**, Vol. 9, Pp. 1-12.

Charles, R. & Corbin, J. (1984). Durkheim and Individualism: A Comment
on Messner. **Social Force**, Vol. 63, No. 2, Pp. 5-19.

Corbin, J. & Strauss, A. (2008). **Basics of Qualitative Research:
Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory**. SAGE
Publication.

Creswell, J. W. (2007). **Qualitative Inquiry and Research Design
Choosing Among Five Approaches**. SAGE Publications, University of
Michigan, Third Edition.

Devers, K.J. & Frankel, R.M. (2000). Study Design in Qualitative Research: Sampling and Data Collection -Strategies. **EducHealth (Abingdon)**, Vol. 13, No. 2, Pp. 263-71.

Kelemen, M. & Peltonen, H. (2001). Ethics, Morality and the Subject: the Contribution of Zygmunt Bauman and Michel Foucault to Postmodern' Business Ethics. **Scandinavian Journal of Management Scand. J. Mgmt**, Vol. 3, No. 1, Pp. 151-166.

King, J. M. (2004). **Dynamics of Concealed Disabilities Among Students at a Major Research University in a Rural Area**. Dissertation submitted to the Faculty of the Virginia Polytechnic Institute and State University As partial Requirements for the Degree of Doctor of Philosophy in Curriculum and Instruction. Blacksburg, Virginia.

Lambert, N. (2004). **Neues Organon**. Columbia University Press.

Léna, P.S. (2014). **Bourdieu, Ethics and Symbolic power The Sociological Review**, Vol. 62, Pp. 651– 674.

Menard, S. (1995). A Developmental Test of Mertonian anomie Theory. **Journal of Research of Crime and Delinquency**, Vol. 32, No. 2.

Merleau, P. (1998). **Phenomenology of Perception Trans, Colin Smith, Routledge**. London & New York.

Moran, D. (2000). **Introduction To phenomenology**. London: Rutledge.

Neuman, L.W. (2013). Social Research Methods. 6th Ed. Upper Saddle River, NJ: **Pearson Education**, Vol .19, No. 5, Pp. 441 -469.

Onwuegbuzie, A.J. & Collins, K.M.T. (2007). A Typology of Mixed Methods Sampling Designs in Social Science Research. **Qualitative Report**, Vol.12, No. 2, Pp. 281-316.

Prasad, K. N. (2011). Hermeneutic Phenomenological Research Method Simplified. **an Interdisciplinary Journal**, Vol. 5, No. 1, Pp. 181-200.

Priest, H.; Roberts, P. & Woods, L. (2011). **An Overview of Three Different Approaches to the Interpretation of Qualitative Data**, Part 1: Theoretical

Issues, Qualitative Approaches, Nurse Researcher.

Shahid, N. K. (2014). Qualitative Research Method – Phenomenology. Asian Social Science; **Published by Canadian Center of Science and Education**, Vol. 10, No. 21, Pp.1-11.

Turner, J.H. (2010). **Contemporary Sociological Theory**. University of California, Riverside.

Van Manen, M. (1997). **Researching Lived Experience: Human Science for an Action Sensitive Pedagogy** (2nd Ed.) London, Canada: The Alehouse Press.