

## عنوان مقاله:

پدیدارشناسی اخلاق اجتماعی کاربران شبکه های اجتماعی مجازی (مطالعه موردی: متولدان دهه شصتی دارای تحصیلات عالی)

## محل انتشار:

فصلنامه پژوهشهای ارتباطی، دوره 25، شماره 94 (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 31

## نویسندگان:

جعفر زلفعلی فام - دانشجوی دکتری جامعه شناسی، گروه علوم اجتماعی، دانشگاه پیام نور

مقصود فراستخواه - دکتری جامعه شناسی، دانشیار موسسه پژوهش و برنامه ریزی آموزش عالی

امیر ملکی - دکتری جامعه شناسی، دانشیار گروه علوم اجتماعی، دانشگاه پیام نور

محمدجواد زاهدی مازندرانی - دکتری جامعه شناسی، دانشیار گروه علوم اجتماعی، دانشگاه پیام نور

## خلاصه مقاله:

پیشرفت فناوریانه وسایل اطلاعاتی و ارتباطی جدید، به خصوص شبکه های اجتماعی مجازی، نقش تعیین کننده ای در برقراری ارتباط و انتقال اطلاعات بین متولدان دهه 60 ایفا کرده است. در پژوهش حاضر تلاش شده است، با درک واقعی ساختار تجربه زیسته افراد مشارکت کننده از شبکه های اجتماعی مجازی، مولفه های اصلی تشکیل دهنده 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 نمونه گیری هدفمند و مصاحبه عمیق با 15 نفر از متولدان دهه شصتی دارای تحصیلات عالی بوده است. یافته های پژوهش، شامل یک شاخص محوری اخلاق اجتماعی آوارگی بود که از خصیصه های مهم آن به داشتن هویت اجتماعی ترکیبی، احساس ناامیدی اجتماعی، سردرگمی و سرگشتگی، مقایسه دایم خود با دهه هفتادی ها و فریبندگی شبکه های اجتماعی مجازی می توان اشاره کرد. نتایج پژوهش همچنین نشان می دهد؛ اخلاق اجتماعی در میان متولدان دهه شصتی، معجونی از کنش های اخلاقی است که خاستگاه آن شرایط اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و تاریخی ای است که متولدان این دهه، درون آن متولد شده و زیست کرده اند. در نهایت، نتایج به دست آمده حاکی از آن است که رعایت اخلاق اجتماعی در بطن زندگی بد، سخت و دشوار است.

## کلمات کلیدی:

اخلاق اجتماعی، متولدان دهه 60، شبکه های اجتماعی مجازی، پدیدارشناسی، پدیدارشناسی تجربی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/889788>

