

نوع مقاله: پژوهشی

صفحات ۲۰۹ - ۱۶۹

تحلیل دیدگاه نوجوانان از اخلاق در فضای مجازی مبتنی بر اخلاق الگوگرایانه لیندا زگربسکی^۱

^۲ مصطفی مرادی^۳ مرضیه عالی^۴ محمد باقری دادوکلاهی

چکیده

هدف از پژوهش حاضر بررسی پدیدارشناسانه درک و تصور نوجوانان از اخلاق در فضای مجازی و تحلیل آن از منظر رویکرد اخلاق فضیلت‌گرایی لیندا زگربسکی می‌باشد. روش پژوهش کیفی از نوع پدیدارشناسی می‌باشد. جامعه مورد بررسی در این طرح تمامی نوجوانان شهرستان ساری می‌باشند. بر اساس نتایج حاصل از پرسش نخست، ۲۱ مضمون بدست آمده که این ۲۱ مضمون در سه دسته عوامل زمینه‌ساز با مولفه‌هایی چون، پنهان بودن هویت واقعی، عامل ارتکاب عمل غیراخلاقی، نقش سلبی و ایجابی والدین در ارتکاب عمل (غیر)اخلاقی در فضای مجازی، فقدان محدودیت در فضای مجازی عاملی برای عمل غیراخلاقی، ایجاد لحظات لذت بخش، عامل ارتکاب عمل غیراخلاقی، رقابت کاذب عامل عمل (غیر) اخلاقی، تاکید بر عاملیت انسان در فضای مجازی و تحسین نابه‌جا بلاگرها شناسایی شده است. فعل اخلاقی / غیراخلاقی با مولفه‌هایی چون عقل بدون تأمل، عمل غرض ورزانه / ناشی از کمبود، نااخلاقی دانستن پورن، هماهنگ بودن با ارزش‌های جامعه به مثابه امر اخلاقی، ترویج شایعه همچون امر غیراخلاقی، طبیعی دانستن ارتباط با جنس مخالف و بی ربط دانستن اخلاق با پوشش شناسایی شده است و در نهایت پیامد نیز با مولفه‌های فضای مجازی به عنوان مخدري اعتیادآور، اثرگذاری کارهای غیراخلاقی بر اخلاقی و فضای مجازی عامل ویرانی بنیان خانواده تقسیم شده‌اند. در نهایت این ۲۱ مضمون با توجه به دیدگاه الگوگرایی لیندا زگربسکی تحلیل شده‌اند. بر اساس یافته‌ها می‌توان نتیجه گرفت که فضای مجازی با حذف عنصر "شخص" (به عنوان الگوی ملموس)، فرآیند تحسین و درونی‌سازی فضیلت را مختل می‌کند. همچنین این پژوهش نشان داد که اخلاق در فضای مجازی نه ذاتی، بلکه محصول تعامل نوجوان با الگوها، عواطف و بستر اجتماعی است. از منظر زگربسکی، بحران اخلاقی نوجوانان در فضای مجازی ناشی از فقدان الگوهای فاضل قابل تحسین و ضعف در فرآیند تأمل اخلاقی است.

واژگان کلیدی

الگوگرایی، نوجوانان، زگربسکی، فضای مجازی.

۱. این مقاله برگرفته از پایان نامه کارشناسی ارشد رشته تاریخ و فلسفه آموزش و پرورش دانشگاه تهران با عنوان «پدیدارشناسی درک و تصور نوجوانان از اخلاق در فضای مجازی و تحلیل آن از منظر رویکرد اخلاق فضیلت‌گرایی لیندا زگربسکی» می‌باشد.

۲. استادیار فلسفه تعلیم و تربیت دانشگاه تهران: ایران. (نویسنده مسئول)

Email: mmoradi484@ut.ac.ir

۳. استادیار فلسفه تعلیم و تربیت دانشگاه تهران: ایران.

Email: m.aali@ut.ac.ir

۴. دانشجو دکتری فلسفه تعلیم و تربیت دانشگاه تربیت مدرس تهران: ایران.

Email: M.bagheri.d@ut.ac.ir

پذیرش نهایی: ۱۴۰۴/۹/۲۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۶/۲۰

طرح مسأله

در تاریخ ۲۵ آوریل ۲۰۱۴، فیلم پنج دقیقه‌ای از نوجوانی در یوتیوب ارسال شد که افکارش را درباره تجربیات زندگی که با خیره شدن به تلفن همراه از دست می‌دهیم، به اشتراک گذاشت. پیامش چنان قانع کننده بود که ۴۹ میلیون بار از سراسر دنیا مشاهده شده است. این ویدئو با نام «سرتو بالا بگیر»^۱ تلنگری بر تمام نسل‌ها بود (اولز^۲، ترجمه نیک‌طلب، ۱۴۰۰).

این ویدئو بیانگر واقعیت امروز زندگی ما است. اما کدام واقعیت؟ یکی از مهم‌ترین تغییرات جهان معاصر که بنیان تغییرات آینده جهان را می‌سازد، شکل‌گیری فضای جدید در عصر حاضر با عنوان فضای مجازی است. عصری که در آن قرار داریم، عصر ارتباطات و عصر سلطه پدیده فضای مجازی بر زندگی انسان‌ها می‌باشد. فضای مجازی به عنوان یکی از ابزارهای اصلی انتقال و گسترش ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی، در رفتار اطفال و نوجوانان و تغییر رفتار اجتماعی آنان دارای نقش مهمی است. ارتباط از طریق فضای مجازی در سال‌های اخیر جایگاه قابل توجهی در بین نسل نوجوان و جوان جامعه پیدا کرده است. شبکه‌های اجتماعی در ابعاد مختلف زندگی فردی و اجتماعی تأثیرگذارند، در شکل‌دهی به هویت نقش دارند و حتی روی ابعاد اقتصادی و اجتماعی و سیاسی جوامع نیز تأثیرگذار می‌باشند (فصیح رادمندی، ۱۳۹۸).

اما نکته‌ی مهمی که وجود دارد این است که بسیاری از تکنولوژی‌هایی که بشر با پیشرفت علم به آن‌ها دست پیدا می‌کند در کنار رفاه و مزایایی که به ارمان می‌آورند آسیب‌هایی را نیز به همراه دارند که فضای مجازی نیز از این قاعده مستثنی نیست. پک و همکاران^۳ (۲۰۱۷) نشان داده‌اند که فعالیت در این شبکه‌های اجتماعی مجازی سبب تسهیل ارتباط با دوستان می‌شود، ولی به همان میزان با کاهش زمان مطالعه سبب اختلال در روند تحصیلی دانش‌آموزان همراه است.

از سوی دیگر، جامعه دانش‌آموزی کشور و به ویژه نوجوانان کشور از اهمیت و حساسیت خاصی برای مربیان برخوردارند. آنچه بیشتر کودکان و نوجوانان را شیفته این فضا می‌کند، فناوری مدرن اینترنت که دسترسی سریع به اطلاعات، ارتباط کم هزینه و بی حد و مرز با سرتاسر دنیا و نیز وسایل دسترسی پیشرفته است (انصاری پور و فرمانی، ۱۳۹۸). ماهیت منحصر به فرد اینترنت و فضای مجازی، نوع استفاده در خلوت و همچنین فقدان نظارت والدین و حتی استفاده زیاد والدین از این ابزار، نوجوان را به سمت استغراق در فضای مجازی سوق داده و آثار و

1. Look up
2. Olz
3. Pek et al

عواقب جدی را در پی داشته است. بعضی از پژوهش‌ها مانند هریسون و پولیزی^۱ (۲۰۲۱) بر این نکته تأکید دارند که اگر قرار است مشکلات فضای مجازی نوجوانان کاهش یابد، سیاست‌گذاران، مربیان و والدین باید بیشتر بر رویکردهای مبتنی بر فضیلت و شخصیت برای آموزش نوجوانان تمرکز کنند، زیرا نوجوانان به دلیل احساس کمبودهای شخصیتی که در خانواده خود دارند، به دنبال جبران این کمبود در فضای مجازی هستند و لذا لازم است ابتدا امر خانواده‌ها به این امر بیشتر توجه کنند.

یکی از آسیب‌هایی که در این حوزه مطرح است، آسیب و چالش‌های اخلاقی به وجود آمده نوجوانان در فضای مجازی می‌باشد. بسیاری از کاربران، به دلیل قابلیت پنهان بودن هویت در فضای مجازی، خود را ملزم به رعایت اصول اخلاقی تعریف شده در فضای واقعی نمی‌دانند. مشکل جامعه اطلاعاتی و اینترنت، تنزل ارزش‌های انسانی و برتری ارزش‌های فناورانه است. به گونه‌ای که تعدد جرم‌های اینترنتی در جهان در حال گسترش است. جنایات سایبری از جمله: دزدی، اخاذی و مسائل مختلف فرهنگی از جمله پدیده‌های آشکار و مخاطرات اخلاقی است که بنیان خانواده را به خطر انداخته است. قوانین کنونی حاکم بر فضای مجازی به دلایلی اخلاقی با قوانین حقوق سنتی فاصله بسیاری دارند (شکوهی و اصغرزاده طالبی، ۱۳۹۶). بنابراین، ساختارهای نوینی جهت اوضاع قوانین متناسب با فضای مجازی مورد نیاز است، به گونه‌ای که درک ما را از واقعیت‌های حاکم بر وضعیت حقوقی سیستم‌های رایانه‌ای، افزایش داده و از موارد مسکوت، مبهم و متعارض قوانین مدرن الکترونیکی با حقوق سنتی، رفع ابهام نمایند (باقری و همکاران، ۱۴۰۲).

کایمارا^۲ (۲۰۲۲) بیان می‌دارد که چنانچه دستورالعمل‌های جدیدی برای تحقیقات مبتنی بر اینترنت با نوجوانان ایجاد شود یا نشود، پژوهشگران حوزه اخلاق باید از نحوه اعمال قوانین و اصول کلی اخلاقی موجود در تنظیمات آنلاین آگاه باشند؛ زیرا ابهام در تفسیر قوانین یا دستورالعمل‌ها همچنان وجود خواهد داشت. علاوه بر این، اینترنت پیش از هر دستورالعملی به تغییر و تکامل ادامه خواهد داد. بنابراین، محققان باید به تفکر در مورد جنبه‌های اخلاقی تحقیقات آنلاین خود ادامه دهند و بر اساس زمینه جامعه آنلاین خاص، شرکت‌کنندگان و سؤالات پژوهشی خود، با راهنمایی از مطالعات قبلی تصمیم‌گیری کنند.

آسیب‌های ناشی از استفاده از ماهواره، بازی‌های رایانه‌ای، تلفن همراه و اینترنت می‌توانند در مجموعه آسیب‌های مرتبط با فناوری‌های جدید قرار گیرند. در ایران اگرچه در راستای فضای مجازی و پرداختن به انواع فعالیت‌های فناوری اطلاعات گام‌های مهم و اساسی برداشته شده،

1. Harrison and Polizzi

2. Kaimar et al

لیکن توسعه فناوری مجازی اگر بدون توجه به جنبه‌های اخلاقی به ویژه اخلاق دینی باشد نه فقط به ایجاد جامعه دانایی محور که هدف سند چشم انداز بیست ساله است منجر نخواهد شد، بلکه اساس جامعه به ویژه بنیان خانواده را ویران خواهد ساخت. لذا بسیاری از کشورها حتی کشورهایی با حاکمیت یا ملت‌های غیردینی به ضرورت اخلاق در فناوری اطلاعات پی برده‌اند (مهدیانی، ۱۴۰۰). بنابراین برای ایمنی نسبی از آسیب‌های فضای مجازی می‌تواند با اتکا به نظریه‌های اخلاقی متناسب با زمینه اجتماعی، راهکارهایی را برای کاهش این آسیب‌ها به دست داد (کیخا، ۱۳۹۹).

پژوهشکده فرهنگ و هنر ارتباطات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در سال (۱۴۰۰) مطالعه‌ای از ریسک و مخاطرات در اینترنت برای کودکان و نوجوانان انجام داده‌است. در نتایج پژوهش آنها مشخص شده است که ۵۶ درصد از نوجوانان در یک سال گذشته ناراحتی یا احساس ترس کرده‌اند. ۲۵ درصد نوجوانان نیز از این تجربه خود با کسی صحبت نکرده‌اند و این موضوع را پنهان کرده‌اند. ۴۵ درصد از نوجوانان به مشکلات در اینترنت بی‌توجه بودند و به فعالیت خود در اینترنت با بی‌توجهی به مشکلات پیش آمده ادامه دادند. ۴۵ درصد از نوجوانان در یک سال گذشته تقریباً همه روزه رفتار زشت و غیر اخلاقی با مخاطبان داشتند (اینترنت و کودکان در ایران فرصت‌ها و تهدیدها، ۱۴۰۰). حال پرسشی که مطرح می‌شود این است که راه‌حل این مشکلات چه می‌تواند باشد؟

غناي نظریه‌ها و نوشته‌ها در زمینه اخلاق و فلسفه می‌تواند عاملی راهگشا برای درک محاسن و معایب هر دیدگاهی در فضای مجازی باشد. پیوند میان حوزه فضای مجازی و اخلاق با اندک تاملی روشن می‌گردد. به عقیده کارشناسان، زندگی در فضای مجازی امتداد زندگی حقیقی انسان‌هاست و قواعد، اصول و بایدهای اخلاقی که لازمه زندگی فردی، اجتماعی و خانوادگی افراد است، در این فضا نیز لازم‌الاجرا است (نقدی‌پور و اسلامی باباحیدری، ۱۴۰۱). لذا پیوند میان فلسفه اخلاق و فضای مجازی کاملاً روشن است. مصداق این فلسفه را می‌توان یکی از فلسفه‌های مهم در حیطه اخلاق یعنی اخلاق فضیلت‌گرا دانست.

رویکرد فضیلت‌محور با جایگزین کردن تعلیم و تربیت به جای مساله‌محوری، شرایط تحقق فعل اخلاقی را در کانون توجه خود قرار می‌دهد (هریسون و لاکو^۱، ۲۰۲۲). چنانکه ارسطو حتی این مطلب را در تعریف فضیلت نیز آورده است: "فضیلت، عبارت است از عملی متناسب و شایسته که در مواضع خاص اجرا می‌گردد" یا "عبارت است از تمایلی که نفس برای فرونشاندن بعضی احساسات پیدا می‌کند" (اولیمپو^۲، ۲۰۱۶). دیوید کار و همکاران^۱ (۲۰۱۷) بیان می‌دارند که

1. Harrison & Laco
2. Olimpio

اخلاق فضیلتی، یک عمل درست است، نه به این دلیل که می‌توان آن را به‌عنوان یک امر اصولی عقلانی (مانند اخلاق کانتی) عمومیت بخشید یا به این دلیل که بیش‌ترین تعداد مردم را خوشحال می‌کند (فایده‌گرایی). در عوض، مردم در صورتی خوب عمل می‌کنند که رفتارشان شخصیت خوب یا با فضیلت را تقویت کند و به شکوفایی زندگی کمک کند.

این پژوهش نسبت به تحقیقات مشابه نوآوری‌هایی دارد از جمله میرصانع (۱۴۰۲) در تحقیقی ذیل عنوان بررسی تطبیقی الگوگرایی در مسیحیت و اسلام، با تأکید بر دیدگاه زگربسکی و اخلاق ولایی به این نتیجه رسیده است که باور به عصمت اسوه‌ها در نظریه الگوگرایی، اشکالاتی همچون اعتماد نداشتن به همه کنش‌ها و منش‌های الگو، طفولیت اخلاقی و نسبیّت را از این نظریه دفع می‌کند. باور به عصمت الگوی تمام عیار، سبب مزیت الگوگرایی برخاسته از سنت شیعی بر الگوگرایی برخاسته از سنت مسیحی خواهد شد. در این پژوهش تأکید نویسنده بر خود اخلاق فضیلت زگربسکی و الگوگرایی در اسلام و مسیحیت می‌باشد. لذا در پژوهش حاضر قرار است اخلاق در فضای مجازی و از دیدگاه نوجوانان بررسی شود و در نهایت بر اساس دیدگاه اخلاق فضیلت زگربسکی تحلیل شود.

در پژوهشی با عنوان "آسیب‌شناسی فضای مجازی در تعلیم و تربیت کودکان و نوجوانان" عسگری (۱۴۰۲) به این نتیجه رسیده است که گسترش فضاهای مجازی اینترنتی، مانند سایر تحولات و پیشرفت‌ها، پیامدها و آثار مثبت و منفی متنوعی بر آداب و اخلاق زندگی خانوادگی کاربران این فضاها داشته است. از جمله پیامدهای مثبت فضای سایبری، می‌توان به تسهیل و تسریع ارتباطات و تبادل اطلاعات اشاره کرد. همچنین، از جمله پیامدهای منفی فضای سایبری در ابعاد گوناگون می‌توان به آسیب‌های روانی و شخصیتی، آسیب‌های خانواده، و آسیب‌های اخلاقی و فرهنگی اشاره نمود. بنابراین، هدایت و نظارت والدین همراه با شناخت و آگاهی از آسیب‌های فضای مجازی، می‌تواند یکی از بهترین راهکارها برای کاهش این آسیب‌ها باشد. نویسنده هدفش در این مقاله آسیب‌شناسی فضای مجازی در تعلیم و تربیت کودکان می‌باشد. ما در این پژوهش قرار است اخلاق در فضای مجازی و از دیدگاه نوجوانان را بررسی و در نهایت بر اساس دیدگاه اخلاق فضیلت زگربسکی تحلیل کنیم.

گلسفیدی و نمازی اصفهانی (۱۴۰۲) در تحقیقی با عنوان بررسی جایگاه اخلاق فضیلت در اخلاق هنجاری به این نتیجه رسیده‌اند که قائلین به اخلاق فضیلت تقریرهای مختلفی برای اخلاق فضیلت داشته‌اند که فضیلت‌مندی فاعل اخلاقی در همه آنها مشترک است. علل روی آوری به اخلاق فضیلت نیز متعدد بوده و بیشتر ناظر به نقاط ضعف نظریه‌های رقیب است.

بررسی‌ها نشان از آن دارد که هم به تقریرهای اخلاق فضیلت اشکال وارد است و هم ادله روی آوری به آن قابل خدشه می‌باشد. نتیجه آن است که اگرچه اخلاق فضیلت جایگاه مستقلی در اخلاق هنجاری ندارد ولی دغدغه‌های منطقی قائلین به اخلاق فضیلت، توسط نظریه‌ی غایت‌گرای اخلاق اسلامی، معروف به نظریه قرب الهی، قابل حل می‌باشد. تفاوتی که پژوهش گلسفیدی و نمازی اصفهانی (۱۴۰۲) با این تحقیق دارد این است که جایگاه اخلاق فضیلت را در اخلاق در فضای مجازی از دیدگاه نوجوانان بررسی کند.

دیسناد و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان "بررسی ماهیت فضایل فکری از نگاه زگربسکی و تبیین دلالت‌های آن در آموزش تفکر" به این نتیجه رسیده‌اند که با توجه به ساختارهای متفاوت فضایل فکری از جنبه‌های انگیزشی و موفقیت و به تبع آن، کارکردها و مهارت‌های مختلفی که این فضایل نسبت به یکدیگر دارند، نمی‌توان آن‌ها را به شیوه‌ای یکسان همانند تحلیل زگربسکی تبیین کرد. بهتر است بپذیریم که چنین فضایل فکری، به عنوان ویژگی‌های شخصیتی قابل تحسین که به میزان کافی اکتسابی و تحت کنترل عامل شناختی هستند، فی‌نفسه ارزشمندند. این فضایل باید با اصولی همچون مراجعه مستقیم به نمونه‌ها، تأکید بر ساختار روانی-انگیزشی افراد و تحسین آن‌ها، رشد تفکر انتقادی و فلسفه‌ورزی، رشد خلاقیت و ابتکار، و روش‌هایی نظیر خوگیری، بازگو کردن روایات، و تقلید مستقیم از نمونه‌ها و افراد با فضیلت آموزش داده شوند. نویسندگان در این مقاله از فضایل فکری و اخلاقی زگربسکی دلالت‌های تربیتی آن را استنتاج کرده است، در صورتی که در این تحقیق هدف بر آن است تا این فضایل در اخلاق فضای مجازی از دید نوجوانان بررسی شود.

کیخا (۱۳۹۹) در تحقیقی با عنوان "تربیت اخلاقی در فضای مجازی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه الزهراء)" به این نتیجه رسیده است که بهره‌گیری از رهنمودهای تربیتی و آموزه‌های اخلاقی مبتنی بر دین، باور به حضور دائمی خداوند، برجسته‌سازی هویت انسانی کاربران، توصیه به رعایت اخلاق، و استفاده از روش‌های بازدارنده برگرفته از مبانی اخلاقی، همراه با تشریک مساعی و اهتمام خانواده‌ها در تربیت نسل جوان، می‌تواند در رسیدن به این هدف و رفع موانع موجود مؤثر باشد. کیخا (۱۳۹۹) صرفاً به اخلاق در فضای مجازی پرداخته است ولی در این پژوهش به دلیل اهمیت دوره نوجوانی اخلاق در فضای مجازی بررسی شده و در نهایت با رویکرد اخلاق فضیلت تحلیل شده است.

می‌توان گفت سؤال اساسی دیدگاه فضیلت محور این است که "چگونه انسانی باید بشویم؟" در حالی که در رویکرد مسأله‌محور این سؤال، سؤال محوری است که "چه باید بکنیم؟". در واقع اگر جامعه‌ای اخلاقی شده، به سبب فیلسوفان اخلاق نبوده است، بلکه الگوهای اخلاقی، نقش عمده‌ای در این زمینه داشته‌اند. گسترش اخلاق در جامعه ناشی از تعلیم اخلاقی الگو محور است.

رویکرد فضیلت‌محور در حوزه رسانه‌های جمعی با توجه به مسئولیت اجتماعی آنها اهمیت به سزایی دارد و به این دلیل فضای مجازی در جامعه در قبال فضائل اخلاقی مسئولیت دارد. لذا علاوه بر درک اهمیت در حوزه اخلاق جامعه، باید در تولیدات رسانه‌ای بر این مبنا نیز دقت و اهتمام به خرج داد، و این همان معنایی است که در رویکرد فضیلت‌محور مورد تاکید قرار گرفته است. در واقع بر این مبنا مسئولیت اجتماعی رسانه‌های جمعی، بین رویکرد فضیلت‌محور و تولیدات رسانه‌ای پیوند عمیقی برقرار می‌سازد.

از طرفی در نظریه اخلاق فضیلت به ویژه رویکرد لیندا زگزبسکی که موضوع تحقیق حاضر می‌باشد، بر الگوهای اخلاقی در اخلاق فضیلت تاکید دارد و در این نظریه فضای مجازی و رسانه‌ها مانند معلمین جامعه هستند که باید در برطرف کردن چالش‌های اخلاقی نوجوانان اهتمام به خرج دهند.

از این رو در این پژوهش با توجه به پیوند اخلاق فضیلتی با فضای مجازی سعی بر آن است تا به درک و تصور نوجوانان از اخلاق در فضای مجازی و تحلیل آن از منظر رویکرد اخلاق فضیلتی پرداخته شود.

الگوگرایی ۱

او معتقد است که تعریف مفاهیم اخلاقی به صورت تحلیل مفهومی مشکلاتی دارد؛ زیرا از یک سو، این روش نمی‌تواند به تنهایی به ماهیت و حقیقت اخلاقی پی ببرد و از سوی دیگر، پذیرفتن تحلیل مفهومی ما را ملزم به ارائه یک تعریف دقیق و بدیهی از مفهومی اخلاقی می‌کند که این امر چالش‌های فلسفی بسیاری را به همراه دارد. به عبارت دیگر، زگزبسکی بحث می‌کند که در تحلیل مفهومی، ما نمی‌توانیم به طور قطع تصمیم بگیریم که آیا مفاهیم اخلاقی را بر پایه یک یا چند مبنای اخلاقی قرار دهیم یا به عواملی خارج از دامنه اخلاق، مانند اراده الهی یا عقلانیت مطلق، وابسته شویم. هر دو حالت دارای چالش‌های خود هستند. باید یا یک مفهوم را به عنوان بنیادین‌ترین خوبی قبول کنیم که نمی‌توان به طور منطقی و کامل خوبی آن را برهانی کرد، یا نظریه اخلاقی را بر پایه چیزی که خارج از دامنه اخلاق است، ساختاردهی کنیم. برای روشن تر شدن این مسئله، زگزبسکی از نظریه ارجاع مستقیم استفاده می‌کند که در زمینه معناشناسی اصلاحاتی را به وجود آورده است (زگزبسکی، ۲۰۱۳).

بر اساس این نظریه، مفاهیم طبیعی با ارجاع مستقیم به مصادیق و نمونه‌هایشان شناخته و تعریف می‌شوند. برای مثال در تعریف آب می‌گوییم: «هر مایعی که مانند آن باشد، آب است». در این جمله لغت اشاره آن دال بر این است که شخص مستقیماً به نمونه‌ای از آب اشاره کرده و

آب را با ارجاع به نمونه‌اش تعریف کرده است. زگربسکی، به منظور توضیح نظریه ارجاع مستقیم، با استفاده از مثالی از تاریخ علم، بیان می‌کند که انسان‌ها تا مدت‌ها ماهیت و ساختار واقعی طلا را نمی‌دانستند. با این حال، این امر آن‌ها را از توانایی تعریف و شناختن طلا باز نمی‌داشت؛ زیرا آن‌ها می‌توانستند طلا را با ارجاع به نمونه‌های آن، تعریف کنند و شناسایی کنند. حتی پس از اینکه تمایز واقعی بین طلا و سایر عناصر انجام شد، انسان‌ها همچنان می‌توانستند طلا را با ارجاع به نمونه‌های آن تعریف کنند و از آن آگاه باشند (زگربسکی، ۲۰۱۰).

به این ترتیب، با پذیرش نظریه ارجاع مستقیم، می‌توان به آسانی استدلال کرد که چگونه قبل و بعد از کشف ماهیت طلا یا نقره، به یک مفهوم واحد اشاره داشته‌اند. انسان‌ها همواره طلا یا نقره را با توجه به نمونه‌هایش شناخته و تعریف کرده‌اند، حتی در صورتی که تمایزات واقعی را کشف نکرده بودند، و همچنان با ارجاع به نمونه‌های معیار آن‌ها را شناخته و استفاده می‌کردند. زگربسکی در تلاش است تا نظریه ارجاع مستقیم را به حوزه اخلاق نیز تعمیم دهد، به معنایی که مفاهیم اخلاقی را بدون نیاز به توصیف‌های توصیفی، بلکه با تکیه بر الگوهای مناسب مشابه مثال طلا و نقره، تعریف کند. به عبارت دیگر، برای زگربسکی، مفهوم اخلاقی اساساً بر پایه الگوهایی است که از پیش وجود دارند و توسط جوامع و فرهنگ‌ها به عنوان مثال‌های معیار اخلاقی پذیرفته شده‌اند، مانند طلا و نقره که به وسیله ارجاع به نمونه‌هایشان شناخته می‌شوند.

طبق دیدگاه زگربسکی، مفاهیم اخلاقی باید بر الگوهایی که از پیش برای جوامع اهمیت دارند، تأکید کنند (زگربسکی، ۱۴۰۱). به بیان وی نه تنها مفهوم خوب و بد، بلکه تمام اوصاف، افعال و نتایج اخلاقی اشخاص از راه ارجاع و اشاره به شخص الگوی خوب تعریف می‌شود.

به این صورت، زگربسکی با اعتماد به رویکرد الگوگرایی، الگوی خوب را به عنوان معیاری برای اخلاق معرفی می‌کند. او از ما می‌خواهد که به واسطه تقلید، به این الگو نزدیک شویم و تمام خصایص، احساسات، اعمال و زندگی شخص الگوی خوب را تحسین و تقلید کنیم. در این گفتار بر هر دو وجهه شناختی و ترغیبی عاطفه تأکید شده و بر دو مورد تأکید دارد؛ در ابتدا، ما با ستایش شخص الگوی خوب، احساس تحسین می‌کنیم و این احساس عاطفی می‌تواند به ما کمک کند تا الگوی خوب را شناسایی کنیم. برای شناسایی بهتر الگو، نیازمند استفاده از روایات و گزارش‌ها هستیم؛ زیرا تجربه‌ی عاطفی تحسین و تمجید ما از طریق این روایات که بخشی از سنت ما هستند، شکل می‌گیرد (باتلی، ۱۴۰۰). ثانیاً، وقتی الگو را به عنوان تحسین برانگیز می‌بینیم، غالباً خواسته‌ای در ما برای تقلید از آن الگو به وجود می‌آید و ممکن است احتیاط و توانایی‌های خود را نادیده بگیریم. اما قوتی که ما را به سمت تقلید از الگو حرکت می‌دهد، در حس عاطفی تحسین ما نهفته است. این نکته همان موضوع است که نظریه اخلاقی زگربسکی را بر پایه کشش و جذب خوبی بنیان می‌سازد، نه بر پایه اجبار و الزام. این نگاه به اخلاق، بر

اساس جذابیت و تأثیر مثبت الگوهای خوب بر افراد، نشان دهنده رویکرد زگربسکی به تقویت ارزش‌های اخلاقی از طریق تحسین و تمجید است (زگربسکی، ۱۴۰۱).

نظریه اخلاقی زگربسکی بسیار وابسته به استفاده از روایات و داستان‌ها است و او این موضوع را به گونه‌ای پر رنگ برجسته کرده است. او معتقد است که روایات و داستان‌ها برای حفظ ظرافت و باریک اندیشی نظریات اخلاقی ضروری هستند. به گفته‌ی زگربسکی، بسیاری از ادراکات و نکته‌بینی‌های اخلاقی از طریق داستان‌ها به ما منتقل می‌شوند و این موضوع به نظر او بسیار مهم است، زیرا اکثر افراد جهان به داستان‌ها علاقه دارند و آنها را تمام می‌پسندند. وی بر این باور است که استفاده از روایات می‌تواند به ترسیم و سازماندهی نکته‌بینی‌ها و ارزش‌های اخلاقی کمک کند. او این تطابق را به نحوی مشابه با علم در انواع طبیعی توصیف می‌کند، جایی که مشاهده‌های علمی و داستان‌ها هر دو به افزایش درک ما از جهان کمک می‌کنند. به این ترتیب، زگربسکی بر اهمیت و تأثیر گسترده داستان‌ها در آموزش ارزش‌های اخلاقی تأکید می‌کند و این را به عنوان یکی از اصول مهم نظریه‌اش در حوزه اخلاق برجسته می‌کند. (زگربسکی، ۲۰۱۳)

با رویکرد الگوگرایی، زگربسکی الگوی خوب را به عنوان معیار اخلاقی معرفی می‌کند که باید از آن تقلید کنیم. بر اساس این دیدگاه، ما باید به الگوی خوب نزدیک شویم و به آنچه که او هست، آنچه که او احساس می‌کند و آنچه که او انجام می‌دهد، تقلید کنیم (زگربسکی، ۲۰۰۷).

ارجاع مستقیم به الگوها

وقتی به شیوه‌های تلقی عام از واژگان اخلاقی، مانند «شخص خوب»، «فضیلت»، «شجاعت»، و «زندگی خوب» بنگریم، به نظر می‌رسد نظریه توصیف‌گرایانه‌ای را می‌بینیم که پاتنم و کریپکی آن را رد کردند. فیلسوفان اخلاق تقریباً همیشه تلاش کرده‌اند که محتوای مفهومی واژگان اخلاقی را به صورت توصیفی مشخص کنند و مرجع‌های این واژگان را با برآوردن اقتضای توصیف‌های مفروض بشناسند. مانند مثال «چکش». استدلال زگربسکی این است شخصی که معنای این واژگان را می‌داند باید توصیفی در ذهنش فراچنگ آورد که شروط لازم و کافی کاربرد واژه را بدست می‌دهد؛ و وقتی با استفاده از آن واژگان افکاری را شکل می‌دهد یا داوریهایی می‌کند، در حال اندیشیدن یا سخن گفتن درباره‌ی هر آن چیزی است که اقتضای آن توصیف را برمی‌آورد. این تصور به دلیل مناقشه‌های مربوط به محتوای توصیفی مفاهیم اخلاقی به مسائلی بی پایان انجامیده است. منظور ما از «زندگی خوب» چیست؟ «مفهوم فضیلت» چیست؟ «حکمت» (شجاعت، عدالت) چیست؟ برای نمونه، افراد می‌گویند ما نمی‌توانیم بحث درباره‌ی حکمت را ادامه دهیم مگر اینکه نخست «حکمت» را تعریف کنیم و منظورشان

این است که مجبوریم بر سر معنای توصیفی از «حکمت» به توافق برسیم. در غیر این صورت، درباره‌ی امر واحدی سخن نخواهیم گفت. بخش مهمی از نظریه‌ی زگزبسیکی این است که این دیدگاه نادرست است (زگزبسیکی، ۲۰۱۰).

مسئله دیگر این است که حتی وقتی درباره‌ی محتوای توصیفی واژه‌ای مانند «فضیلت» توافقی وجود دارد، این به شکاکیتی در این باره انجامیده است که آیا فلان چیز مصداق واژه‌ی «شخص فضیلت‌مند» است یا نه؛ زیرا تقریباً هیچ کس اقتضای این توصیف را بر نمی‌آورد. پیشنهاد زگزبسیکی این است که واژگان اخلاقی پایه را بر الگوهای خوبی اخلاقی استوار کنیم که ارجاع مستقیم به آن‌ها مبنای نظریه است (زگزبسیکی، ۱۴۰۲). اشخاص خوب، اشخاصی مثل اویند، درست همان‌طور که طلا ماده‌ای مثل این است. مشخص کردن الگوها مرجع واژه‌ی «شخص خوب» را بدون نیاز به مفاهیم توصیفی تثبیت می‌کند. لازم نیست افراد عادی درگیر در عمل اخلاقی ماهیت اشخاص خوب را بدانند. درواقع، اینکه کسی بداند چه چیزی شخصی را خوب می‌کند تا با موفقیت به اشخاص خوب ارجاع دهد، همان قدر لازم است که پیش از ظهور نظریه مولکولی، لازم بود بدانیم چه چیزی آب را آب می‌کند تا بتوانیم با موفقیت به آن ارجاع دهیم. لازم نیست معنای توصیفی را با «اشخاص خوب» چنان پیوند دهیم که برای تشخیص آن‌ها کفایت کند. کاربران زبان ما می‌توانند با موفقیت به اشخاص خوب ارجاع دهند، حتی وقتی توصیف‌هایی نادرست را با عبارت «شخص خوب» پیوند می‌دهند. به علاوه، مانند واژگان دال بر نوع طبیعی، برای ارجاع موفق لازم نیست هر فردی قادر باشد نمونه‌های اشخاص خوب را بدرستی مشخص کند. باین حال، برای مشخص کردن نمونه‌های مرتبط باید روال شناخته‌شده‌ای در جامعه وجود داشته باشد. درمورد انواع زیست‌شناختی و شیمیایی، متخصصانی داریم که کارشان ازجمله تعیین نمونه‌های یک نوع است. درمورد الگوهای اخلاقی روال‌هایی متفاوت داریم که در روال‌هایمان جای دارند، به ویژه در گفتن و بازگفتن روایت‌ها (زگزبسیکی، ۲۰۲۵).

ما از طریق روایت‌های مربوط به اشخاص داستانی و غیرداستانی می‌آموزیم که برخی افراد تحسین‌انگیز درخور تشبه‌اند و شناخت این اشخاص یکی از وجوه پیشانظری روال اخلاقی ما است که نظریه باید آن را تبیین کند. الگوها همان‌ها هستند، همان اشخاصی که تشبه‌برانگیزترین و سزاوارترین اشخاص برای سرمشق گرفتن‌اند. آن‌ها تشبه‌برانگیزترین‌اند، چون تحسین برانگیزترین اشخاص‌اند. ما افراد تحسین برانگیز را با عاطفه تحسین تشخیص می‌دهیم و این عاطفه از طریق تامل در باب تجربه‌های بعدی و واکنش‌های عاطفی دیگر اشخاص تربیت می‌شود. این نظریه با این دیدگاه سازگار است که شناخت ما از الگوها قابل بازنگری است. درست همان‌طور که ممکن است در این داورى مان اشتباه کنیم که نمونه‌ای از آنچه «آب» می‌خوانیم واقعاً آب است، ممکن است در این داورى هم دچار اشتباه باشیم که آن که نمونه «خوبی»

می‌دانیم واقعاً خوب است (زگزبسکی، ۲۰۲۵).

بر اساس فرضیه «تقسیم کار زبانی» پاتنم، واژگان دال بر نوع طبیعی در زمره واژگانی هستند که مهم است بسیاری از افراد در اجتماع آنها را فرا بگیرند، اما لازم نیست هر شخصی روش تشخیص دقیقشان را هنگام کاربرد فرا بگیرد. شرایط عضویت در مصداق واژه در اجتماع، به منزله پیکره‌ای جمعی، حاضر است، اما اجتماع «کار» دانستن و به کارگرفتن روش‌های تشخیص مصداق را تقسیم می‌کند (وینکلر، ۲۰۲۴).

اگر اصل «تقسیم کار زبانی» پارتنم را در مورد واژه «شخص خوب» به کار ببریم، کسانی که اعضای اجتماع زبانی واحدی هستند معنای واحدی از «شخص خوب» مراد می‌کنند، ولو اینکه همه‌شان قادر به تشخیص ویژگی‌هایی نباشند که شخص خوب را خوب می‌کند. درست مثل این است که فقط برخی از اعضای اجتماع می‌توانند ویژگی‌های فیزیکی‌ای را تشخیص دهند که طلا را از طلا نما متمایز می‌سازد. لازم نیست هر عضو اجتماع بتواند طلا را از طلا نما تمیز دهد. به همین شکل لازم نیست هر عضو اجتماع بتواند الگوی اصیل را از الگوی تقلبی تمیز دهد. تفاوت در این است که بیشتر افراد اجتماع در تشخیص جواهر و گونه‌های طبیعی آماده تمکین از متخصصان هستند، در حالی که بیشتر افراد در تشخیص الگوها خود را متخصص می‌شمارند. واقعیت این است که تامل وجدانمدارانه به ما خواهد گفت که نمی‌توانیم در انزوا متخصص باشیم، زیرا واکنش‌های عاطفی ما در معرض ارزیابی جمعی است (زگزبسکی، ۲۰۱۰).

این امر به مسائلی درباره تفاوت بین ارجاع اشاری به آنچه تحسینش می‌کنیم و ارجاع اشاری به جوهری طبیعی می‌انجامد. مزیت رویکرد الگوگرایانه این است که لازم نیست در همان ابتدا مسائل ماهوی در این باره که چه چیزی شخص را خوب می‌کند حل و فصل شود. لازم نیست با این فرض آغاز کنیم که خصلت‌هایی خاص، فضیلتند یا افعالی خاص درست‌اند. اما پیش از تحقیق درباره الگوهای خاص بر این گمانیم که آنچه اشخاص خوب را خوب می‌کند ساختار روانشناختی درونیشان است، درست همانطور که پیش از تحقیق بر این گمانیم که آنچه آب را آب می‌کند ساختار فیزیکی درونی‌اش است. مشاهده دقیق به ما می‌گوید ساختار روانشناسی شخص گونه است، درست همانطور که مشاهده دقیق به ما می‌گوید ساختار فیزیکی آب چگونه است.

عاطفه اخلاقی

زگزبسکی در رویکرد الگوگرایی خود، به اهمیت عواطف در شناخت و پیشبرد آموزه‌های اخلاقی اشاره می‌کند. وی بر این باور است که می‌توان رفتارهای خوب اخلاقی را بدون نیاز به تحلیل عقلانی شناخت. او معتقد است که شناخت خوب در یک رویکرد خاص، مانند الگوگرایی، به ما این امکان را می‌دهد که الگوهای خوب را تحسین کرده و به آن‌ها تشبه بجویم. در

نهایت، این فرایند به یک نتیجه اخلاقی می‌انجامد که الگوی خوب شایسته تقلید است. زگزیبسی تأکید دارد که عواطف گام اول برای یادگیری مفاهیم و باورهای اخلاقی هستند. به عبارت دیگر، رفتارهای نیک و اخلاقی بر اساس تجربیات عاطفی ما شکل می‌گیرند. این عواطف، به عنوان یک عنصر اساسی، ما را به سمت تحسین الگوهای خوب و انتخاب آنها به عنوان معیارهای اخلاقی هدایت می‌کنند (زگزیبسی، ۲۰۰۷). در تشریحی جامع‌تر از دیدگاه خود، وی بیان می‌دارد که عاطفه دارای دو جنبه است: جنبه شناختی و جنبه ترغیبی. در جنبه شناختی، عاطفه همانند باور، واقعیت را برای ما روشن و قابل درک می‌سازد و به همین دلیل می‌توان عاطفه را نوعی فهم و ادراک تلقی کرد. در جنبه ترغیبی، عاطفه ما را به سوی انجام افعال اخلاقی سوق می‌دهد و در ما انگیزه‌ای برای پیروی از الگوهای نیکو ایجاد می‌کند. بدین ترتیب، عاطفه نقشی دوگانه و برجسته در فرآیند شناخت و برانگیختن ما به سوی رفتارهای ارزشمند ایفا می‌کند.

زگزیبسی در نظریه‌اش بر اهمیت عاطفه به عنوان یک انگیزه برای انجام فعل تأکید دارد. وی به دو حیث عاطفه اشاره می‌کند؛ حیث ترغیبی که عاطفه به عنوان انگیزه برای انجام فعل عمل می‌کند. بر اساس این دیدگاه، زگزیبسی معتقد است که عاطفه نه تنها به عنوان محرک فعالیت‌ها عمل می‌کند، بلکه عامل اصلی و تعیین‌کننده انجام فعل است. وی با این تفکر به نتیجه می‌رسد که برای درک کامل عمل یک فرد، باید به انگیزه‌ها و عواطف او توجه کرد؛ زیرا این انگیزه‌ها و عواطف، دلیل اصلی برای انجام هر عملی هستند (زگزیبسی، ۲۰۱۰). بر اساس دیدگاه زگزیبسی، عاطفه نه تنها در معنای توجیه اخلاقی بلکه در معنای عملی نیز، دلیل اساسی انجام هر فعلی است. این دیدگاه نشان می‌دهد که زگزیبسی به طریقی پیشنهاد می‌کند که برای درک اعمال اخلاقی و نقش عاطفه در آن، باید به انگیزه‌های عمل‌کننده درونی فرد توجه کرد و آنها را به عنوان محرک و انگیزه اصلی در پشت هر عمل در نظر گرفت (ابراهیمی، ۱۴۰۱). الگوی خوب به شخصی گفته می‌شود که بیشترین شایستگی برای تقلید را دارد و شخصی شایسته تقلید است که بیشترین میزان تحسین و تمجید را به خود جلب کرده باشد. به عبارت دیگر، وقتی ما شخصی را به عنوان الگوی خوب تشخیص می‌دهیم، او را به دلیل دستاوردها و ارزش‌هایش تحسین می‌کنیم و برای شناسایی دقیق‌تر الگو، از روایات و گزارش‌ها استفاده می‌کنیم. این روایات، که بخشی از سنت رایج ما هستند، به ما کمک می‌کنند تا تجربه عاطفی تحسین و تمجیدمان شکل بگیرد (زگزیبسی، ۲۰۱۳).

حس عاطفی تحسین و تمجید به ما نیرو و انگیزه‌ای می‌دهد که ما را به سمت تقلید از الگو و انجام اعمال اخلاقی می‌کشاند. به عبارت دیگر، وقتی ما یک الگو را تحسین می‌کنیم، در ما کششی به سمت تقلید از او به وجود می‌آید. البته معمولاً ما تمایلی به تقلید از الگو نداریم؛ زیرا

اغلب باید از آنچه می‌خواهیم و بدان تمایل داریم، دست بکشیم یا موفقیت و توانایی‌های خود را نادیده بگیریم. اما قدرتی که ما را به سمت تقلید از الگو به حرکت در می‌آورد، در حس عاطفی تحسین ما نهفته است. این دیدگاه نشان می‌دهد که نظریه اخلاقی زگزبسکی، بر پایه کشش و جذابیت خوبی مبتنی است و به جای اجبار و الزام، به تحریک ما برای تقلید از الگوهای خوب و انجام اعمال اخلاقی اعتماد می‌کند (زگزبسکی، ۲۰۲۴).

زگزبسکی معتقد است که درک درست از فضیلت‌ها و مفاهیم اخلاقی نیازمند شناختن افرادی است که به عنوان الگوی خوب مورد تحسین و تمجید جامعه قرار می‌گیرند. این افراد با انگیزه‌ها و نیاتی که دارند، ریشه‌ی ارزش‌های اخلاقی را شکل می‌دهند و سایر مفاهیم اخلاقی از این انگیزه‌ها و نیات‌ها گسترش می‌یابند. بنابراین، در نظریه اخلاقی زگزبسکی، اشخاص الگوی خوب نقش مهمی در تعیین و شکل دادن ارزش‌ها و مفاهیم اخلاقی دارند.

روش پژوهش

روش پژوهش حاضر، کیفی است. پژوهش کیفی به منظور درک عمیق پدیده‌های اجتماعی صورت می‌گیرد و بیشتر بر توصیف تأکید دارد. پژوهش کیفی شامل مجموعه فعالیت‌هایی چون مشاهده، مصاحبه و شرکت گسترده در فعالیت‌های پژوهشی است که هر کدام به نحوی محقق را در کسب اطلاعات دست اول درباره موضوع مورد پژوهش یاری می‌دهند. در این روش پژوهش، مشاهده مستقیم و فعال در موقعیت‌های مورد مطالعه، امکان فراهم کردن درک عمیق‌تری از رفتارها، تعاملات و شرایط اجتماعی را فراهم می‌آورد. همچنین، شرکت فعال در فعالیت‌های پژوهشی می‌تواند به محقق کمک کند تا از نزدیک و با شرکت در عمل، فرآیندها و تجربیات مورد مطالعه را به درستی درک کند. به این ترتیب، پژوهش کیفی با استفاده از این روش‌ها و فعالیت‌ها، به محقق اجازه می‌دهد تا به شیوه‌ی دقیق‌تری اطلاعات کیفی و ژرف‌تری از موضوعات مورد بررسی را جمع‌آوری و تحلیل کند (دلاور، ۱۳۹۷).

راهبرد مورد استفاده در این تحقیق کیفی پدیدارشناسی است. پدیدارشناسی به دنبال آن است که مشخص کند یکتا و مشترک چیست و معنای بهینه و خاص کدام است. تمرکز پژوهش پدیدارشناسانه بر کاهش نقش متون نظری و در مقابل توجه به ادراکات حاصل از تجربیات است که دریافت آن مستلزم انجام پژوهش است. بنابراین پژوهشگر باید درباره اهمیت پرسش‌های پژوهش آگاهی عمیقی داشته باشد، احساسات شرکت‌کنندگان را درک و اعتماد آن‌ها را جلب کند و همچنین با تخیل قوی و تفکر شهودی به تجربیات زیسته و دیدگاه دیگران دست پیدا کند (عالی و رمضانیان فهندری، ۱۴۰۳: ۳۳). لذا این موضوع نه تنها خود را به جای آن‌ها گذاشتن است، بلکه به معنای دیدن جهان از نگاه آن‌هاست که این خود نیازمند همدلی با دیگران و

توانایی ورود تخیلی به دنیای آن‌هاست (عالی و رمضان‌یان فهندری، ۱۴۰۳: ۳۴). در واقع پدیدارشناسی سعی دارد که به شناخت از پدیده، از طریق پی بردن به درک افراد از آن پدیده، ارج نهد. در پدیدارشناسی پدیده مورد مطالعه بر اساس دیدگاه معرفت‌شناختی تفسیری و بر پایه ذهنیت افراد و معنایی که آنان در تجربه زندگی خود از پدیده دارند، بررسی می‌شود. ضرورت این روش از آنجایی ناشی می‌شود که بسیاری از پدیده‌های مربوط به علوم انسانی و اجتماعی با توجه به ماهیتشان اندازه پذیر نمی‌باشند (فراستخواه، ۱۴۰۱). در طی این روش، داده‌ها به شیوه استقرایی، گردآوری و تحلیل می‌شوند. در این روش نظریه‌پردازان بخش عمده‌ای از توجه خود را به دستیابی به معانی تجربیات افراد می‌پردازند و در تلاش هستند تا این معانی را با گوش دادن به تجارب مشارکت‌کنندگان و مشاهده رفتار آن‌ها به درستی درک کنند.

لذا به طور خلاصه می‌توان گفت که چنانچه پژوهشگر بخواهد ساختار و معنای ضمنی یک پدیده را با توجه به معنایی که افراد از آن در زندگی خود تجربه کرده‌اند آشکار نماید، از روش تحقیق پدیدارشناسی استفاده می‌کند.

جامعه آماری، گروه نمونه و روش نمونه‌گیری

جامعه مورد بررسی در این طرح تمامی نوجوانان شهرستان ساری می‌باشند. روش نمونه‌گیری، هدفمند و با شیوه گلوله برفی است. با توجه به روش نمونه‌گیری هدفمند، مصاحبه عمیق تا رسیدن به اشباع نظری صورت خواهد گرفت. در این تحقیق از ۱۰ نوجوان مصاحبه به عمل آمده است که مشخصات افراد در جدول زیر آمده است.

جدول شماره ۱. مشخصات افراد مصاحبه شونده

جنسیت	سن
دختر	۱۳
دختر	۱۸
دختر	۱۷
پسر	۱۹
دختر	۱۷
دختر	۱۹
دختر	۱۸
دختر	۱۶
پسر	۱۸
پسر	۱۹

ملاک‌های انتخاب افراد

شرایط انتخاب افراد برای پژوهش حاضر عبارتند از:

۱. بین سنین ۱۹ تا ۱۳ سالگی باشند.
۲. مطابق اظهار خودشان حداقل باید در یکی از شبکه‌های پرتعداد فضای مجازی حضور داشته باشند، یا به طور کلی حداقل ۳ ساعت در طول روز در فضای مجازی فعالیت داشته باشند. این شرایط به منظور اطمینان از حضور فعال و همکاری بهتر افراد در پژوهش مورد نیاز است.
۳. افراد باید رضایت خود را برای شرکت و همکاری در پژوهش اعلام کنند.

ابزار پژوهش

در این پژوهش، روش گردآوری داده‌ها از طریق مصاحبه عمیق مبتنی بر سوالات باز صورت خواهد گرفت. این مصاحبه تا رسیدن به اشباع داده‌ها ادامه خواهد یافت، به این معنی که تا زمانی که داده‌های جدید و اطلاعات مفیدی برای پژوهش کسب شود، مصاحبه‌ها انجام می‌شود.

روش اجرای پژوهش

توضیحات اولیه به شرکت‌کنندگان: قبل از شروع مصاحبه، به شرکت‌کنندگان درباره موضوع و اهداف پژوهش توضیح داده خواهد شد. همچنین، حقوق و اختیارات آن‌ها در طول مصاحبه به آن‌ها اعلام خواهد شد.

محرم‌انگی و امانت داده‌ها: شرکت‌کنندگان در مصاحبه اطمینان خواهند یافت که هویت‌شان محرمانه باقی می‌ماند. همچنین، پیش از شروع مصاحبه، اجازه ضبط صدا از آن‌ها گرفته خواهد شد تا بتوانند به درستی داده‌ها را ثبت کنند.

تعریف اصطلاحات و مفاهیم: قبل از مطرح کردن سوالات پژوهش، توضیحات مختصری در مورد تعریف فضای مجازی و منظور از اخلاق در این فضا به شرکت‌کنندگان ارائه خواهد شد. این اطلاعات برای اطمینان از درک صحیح موضوع توسط شرکت‌کنندگان است. مدت زمان مصاحبه‌ها معمولاً بین ۲۰ الی ۳۰ دقیقه بوده است. مصاحبه‌ها هم با استفاده از گوشی همراه ضبط شده است.

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از رویکرد پدیدارشناسی توصیفی استفاده شده است. برای تحلیل داده‌ها از روش کلاسیزی استفاده شده است. در این روش هفت گام را تا رسیدن به هدف طی می‌کنیم. در این پایان‌نامه مرحله اول، در پایان هر مصاحبه و ثبت یادداشت‌برداری‌های میدانی، ابتدا بیانات ضبط شده شرکت‌کنندگان مکرر گوش داده می‌شود و اظهاراتشان، کلمه به

کلمه روی کاغذ نوشته می‌شود و جهت درک احساس و تجارب شرکت‌کنندگان چند بار مطالعه می‌شود و در مرحله دوم، پس از مطالعه همه توصیف‌های شرکت‌کنندگان، زیر اطلاعات با معنی، بیانات مرتبط با پدیده مورد بحث، خط کشیده می‌شود و به این طریق جملات مهم مشخص می‌شوند. در مرحله سوم که استخراج مفاهیم فرموله است، بعد از مشخص کردن عبارات مهم هر مصاحبه، سعی می‌شود تا از هر عبارت یک مفهوم که بیانگر معنی و قسمت اساسی تفکر فرد می‌باشد استخراج شود. البته پس از کسب این مفاهیم تدوین شده، سعی می‌شود تا مرتبط بودن معنی تدوین شده با جملات اصلی و اولیه مورد بررسی قرار گیرد و از صحت ارتباط بین آنها اطمینان حاصل شود. بعد از استخراج کدها، مطابق مرحله چهارم، پژوهشگر مفاهیم تدوین شده را به دقت مطالعه میکند و براساس تشابه مفاهیم آنها را دسته‌بندی می‌نماید. بدین روش، دسته‌های موضوعی از مفاهیم تدوین شده تشکیل می‌شود. در مرحله پنجم، نتایج برای توصیف جامع از پدیده تحت مطالعه به هم پیوند می‌یابد و دسته‌های کلی‌تری را به وجود می‌آورند. در مرحله ششم، توصیف جامعی از پدیده تحت مطالعه ارائه می‌شود. مرحله پایانی اعتبار بخشی با ارجاع به هر نمونه و پرسیدن درباره یافته‌ها انجام می‌شود.

یافته‌ها

تقلید بدون تامل

گاهی نوجوانان از افراد مشهور (سلبریتی‌ها، اینفلوئنسرها، گیمرها، یا حتی خلافاکارهای محبوب در فضای مجازی) تقلید می‌کنند چون جذاب‌اند، نه چون فضیلت‌مندند. زگربسکی بیان می‌دارد که اخلاق فضیلت از طریق تقلید از الگوهای اخلاقی و با تحسین از پس تامل فهمیده خواهد شد (زگربسکی، ۱۴۰۱: ۹۵). لذا از نگاه زگربسکی، این تقلید مشکل دارد، چون احساس تحسین به درستی هدایت نشده، و نوجوان هنوز توان تمییز فضیلت واقعی از ظواهر را پیدا نکرده. حتی اگر الگو خوب باشد، تقلید بدون تأمل ارزش اخلاقی ندارد. مثلاً اگر نوجوان رفتار خوبی را از معلم یا والدین تقلید کند، اما بدون اینکه بفهمد چرا آن کار خوب است، این کار از نظر زگربسکی هنوز اخلاقی تلقی نمی‌شود. چرا؟ چون اخلاقی بودن نیازمند فهم انگیزه‌ی درونی فرد فضیلت‌مند است. زگربسکی می‌گوید: فضیلت یعنی انگیزه‌ی پایدار برای انجام درست، به دلایل درست (زگربسکی، ۱۴۰۱: ۱۸۶).

سوالی که پیش می‌آید این است که تحسین چگونه می‌تواند دلیل باشد؟ یعنی اگر نوجوان قرار است از فردی در فضای مجازی به عنوان الگوی خود تقلید کند، در ابتدا باید این فرد را تحسین کند و این تحسین باید تحسین متاملانه باشد. یعنی پس از تامل درباره عاطفه تحسین

خود، مقایسه آن با عواطف دیگرانی که به آنها اعتماد دارد و تأمل در باب انسجام آن با دیگرباورها، عواطف و تجربه‌هایش این تحسین را تأیید و فرد را به عنوان الگوی خود برگزیند (زگزبسکی، ۱۴۰۳: ۹۱). حال این تحسین چگونه میتواند دلیلی بر عقلانی بودن باشد؟ بنابر دیدگاه زگزبسکی فرض کنید اگر من S را تحسین کنم و حالت تحسینم در قبال S را متاملانه تأیید کنم، دلیلی دارم بر این داوری که S تحسین برانگیز است. داوری S تحسین برانگیز است می‌تواند دلیلی باشد برای سرمشق گرفتن از S از آن جهت که من S را تحسین می‌کنم. تحسین دلیلی بر انجام دادن کاری است که S می‌کند. تحسین دلیلی بر دستیابی به انگیزه‌هایی است که S در انجام دادن کاری که می‌کند دارد. برای من معقول است که با انگیزه‌هایی که S دارد به همان صورتی عمل کنم که S عمل می‌کند، زیرا برایم معقول است که به آنچه متاملانه تأیید می‌کنم عمل کنم. تحسین دلیلی بر انجام دادن کاری است که S از سر انگیزه‌های خود می‌کند. اگر انگیزه‌های S عواطف باشند و این عواطف برای S دلایلی باشند تا به صورتی خاص عمل کند، آنگاه عاطفه تحسین من دلیلی برای اکتساب عواطف S است و این عواطف نزد من دلایلی هستند بر اینکه عملی مانند عمل S انجام دهم و در نتیجه من می‌توانم فضیلت‌های الگو را متاملانه تقلید و کسب کنم. پس می‌توان نتیجه گرفت اگر قرار است از شخصی در فضای مجازی نوجوان تقلید کند، باید در ابتدا این فرد را تحسین کند و سپس از محک تأمل به سلامت بگذرد و در نهایت رفتارهای فضیلت‌مندانه آن شخص را تقلید کند (زگزبسکی، ۱۴۰۱: ۱۹۹).

شاید سوال دیگری در این تحلیل طرح شود و آن این است که آیا این تقلید با خودآیینی نوجوان در تعارض است؟ پاسخ خیر است. زیرا اگر من شخصی را تحسین کنم و تحسینم را متاملانه تأیید کنم، به صورتی عقلانی حکم خواهم کرد که آن شخص از جهتی ذی ربط تحسین برانگیز است و میتوانم از وی سرمشق بگیرم. این دلیلی است که از تأمل نقادانه‌ام بر خود ناشی می‌شود. سرمشق گرفتن در چنین موردی اقتضای خودتدبیری است. من خودآیینم، زیرا بر اساس دلایل خودم به منظور غایت خودم عمل می‌کنم (زگزبسکی، ۱۴۰۱: ۲۰۷).

در نتیجه دیدگاه زگزبسکی در مورد این مساله اینگونه به ما یاری خواهد رساند که تقلید بدون تأمل باعث می‌شود که نوجوانان در فضای مجازی نتوانند الگوهای واقعی و فضیلت‌مند را تشخیص دهند. در واقع احساس تحسین در نوجوانان به خوبی هدایت نشده است و این تحسین شاید از روی جذابیت بوده باشید، نه از روی تأمل و تفکر.

عمل غرض‌ورزانه/ ناشی از کمبود

به باور زگزبسکی ما با تحسین از پس تأمل اشخاص فضیلت‌مند، معنای اخلاق را می‌فهمیم (زگزبسکی، ۱۴۰۱: ۹۵). در این کد، نوجوان دنبال تحسین یا توجه هست، اما نه با الگوگیری از

شخص فضیلت‌مند، بلکه با انجام عملی ناسالم. نوجوان هنوز درک نکرده که تحسین واقعی از فضیلت می‌آید، نه از شوک‌آفرینی یا آزار.

نکته بعدی نیت رفتار است. زگزبسیکی بیان میدارد که عمل باید بسته به نوع خود، انگیزه درستی داشته باشد (مثل احترام به دیگران در مورد صداقت و دغدغه رفاه دیگران در مورد سخاوت) در نظریه‌ی زگزبسیکی، نیت از مهم‌ترین ارکان رفتار اخلاقی است. عمل فضیلت‌مند = رفتاری با انگیزه‌ی اخلاقی و خیرخواهانه. عمل غرض‌ورزانه = رفتاری با نیت آسیب یا تخریب. از دید زگزبسیکی = غیراخلاقی، حتی اگر نتیجه خوب باشد (زگزبسیکی، ۱۴۰۲: ۱۸۶).

نوجوانی که از روی انتقام‌جویی یا خلأ درونی کاری می‌کند، در سطح پایین‌تری از بلوغ اخلاقی قرار دارد، چون هنوز نتوانسته انگیزه‌ی درونی خود را با الگوهای فضیلت‌مند تطبیق دهد (حسین‌خانی، ۱۳۸۵).

زگزبسیکی تأکید می‌کند که فضیلت باید درونی شده باشد (زگزبسیکی، ۲۰۲۳: ۳). نوجوانی که در فضای مجازی با نیت "کمبود جبران کردن" یا "تخریب دیگران" عمل می‌کند، هنوز فضیلت را درونی نکرده، بلکه دنبال جبران هیجانی یا اجتماعی موقتی‌ست و لذا رفتار او نتیجه‌ی رشد اخلاقی نیست، بلکه نشانه‌ی بحران در مرحله‌ی درونی‌سازی فضیلت است.

گاهی این رفتارها ناشی از نبود یا ضعف الگوهای مثبت در محیط نوجوان است. نوجوان الگوی اخلاقی صحیحی ندارد که از او تقلید کند، و بنابراین به مسیرهایی مثل «هویت‌سازی با رفتارهای افراطی» کشیده می‌شود.

کد "عمل غرض‌ورزانه یا ناشی از کمبود"، نشان‌دهنده‌ی سطحی از کنش در فضای مجازی است که فاقد ویژگی‌های رفتاری یک عامل اخلاقی بر اساس نظریه‌ی زگزبسیکی است. در این کد، رفتارها نه بر پایه‌ی تحسین فضیلت‌مندانه، بلکه در پاسخ به خلأهای روانی یا اجتماعی شکل می‌گیرند. نیت غرض‌ورزانه در تضاد با مفهوم فضیلت به عنوان انگیزه‌ی پایدار درونی قرار دارد و بیانگر ناتوانی نوجوان در تشخیص یا درونی‌سازی رفتار اخلاقی است.

نا اخلاقی دانستن پورن

در نظریه زگزبسیکی، نوجوانان برای درک اخلاقی از الگوهای فاضل‌الهام می‌گیرند (زگزبسیکی، ۱۴۰۱: ۱۱). افرادی که در رفتار آن‌ها ویژگی‌هایی مانند عفت، خرد، صداقت، احترام به خود و دیگران، خویشتنداری، و درست‌کاری نمود دارد. اما در این داده، نوجوانان هنوز به چنین الگوهایی به شکل واضحی ارجاع نمی‌دهند. پاسخ داده‌شده بیشتر نشان از درگیری میان غریزه و قضاوت اخلاقی دارد. برخی نوجوانان در عین لذت‌بردن، فیلم‌های پورن را نا اخلاقی می‌دانند، اما برخی دیگر آن را خنثی یا حتی طبیعی و لازم برای شناخت می‌دانند.

زگربسکی معتقد است عواطفی مثل تحسین، شرم و الهام گرفتن نقش اساسی در قضاوت‌های اخلاقی دارند (زگربسکی، ۲۰۰۷: ۲۸). در اینجا، جذابیت فیلم‌های پورن و لذت‌بردن از آن نشانه‌ای است از یک احساس مثبت نسبت به چیزی که از نظر فرهنگی یا دینی ممکن است نکوهیده باشد. نوجوانی که می‌گوید "این نیاز بچه‌هاست" در واقع از عاطفه‌ای مثل توجیه یا عادی‌سازی بهره می‌برد، نه احساس شرم یا الهام از یک الگوی فاضل. از دید زگربسکی، چنین داوری‌هایی نشان می‌دهد که نوجوان هنوز به سطحی از رشد اخلاقی نرسیده که در آن داوری‌های اخلاقی با ارجاع به شخصیت‌های فاضل و احساس تحسین نسبت به آن‌ها صورت گیرد.

در داده‌های توصیفی، اشاره‌ای به الگوهای فاضل مانند معلم، والدین، یا شخصیت‌های رسانه‌ای که نوجوانان از آن‌ها الهام بگیرند وجود ندارد. اگر نوجوانی می‌گفت: به نظرم آدم‌هایی مثل فلان شخص که این چیزا رو نمی‌بینن، چون عزت نفس دارن، آدم‌های خوبی هستن. در آن صورت ما شاهد بودیم که نوجوان از طریق «تحسین» یک الگو، یک داوری اخلاقی انجام داده است دقیقاً همان چیزی که زگربسکی آن را هسته‌ی اخلاق می‌داند.

تأکید نوجوانان بر "جذابیت فضای مجازی" یا "جذاب بودن فیلم‌های پورن" نشانگر یک مسئله مهم است: آمیختگی زیبایی‌شناسی با اخلاق. از دید زگربسکی، فقط زیبایی یا جذابیت نمی‌تواند ملاک اخلاقی بودن یک عمل یا پدیده باشد. فضیلت در فردی است که با خرد، خویش‌اندازی، و اهداف عالی‌تری تصمیم می‌گیرد نه صرفاً با لذت‌طلبی یا کنجکاوی (زگربسکی، ۲۰۲۳: ۴).

در این مضمون نوجوانان بین دو حالت نوسان دارند: برخی پورن را نااخلاقی می‌دانند، برخی آن را عادی‌سازی می‌کنند. بسیاری از داوری‌ها بر پایه غرایز، لذت، و عواطف شخصی است، نه بر اساس تحسین از یک الگوی فاضل. از منظر زگربسکی، چنین وضعیتی نشانگر مرحله‌ای اولیه از رشد اخلاقی است که هنوز در آن داوری‌ها به شکل کامل درون‌فکنی نشده‌اند (زگربسکی، ۱۹۳: ۱۴۰۱). تحلیل نهایی می‌تواند این باشد که نوجوانانی که صرفاً با عاطفه شخصی به پورن واکنش نشان می‌دهند، هنوز به مرحله‌ای نرسیده‌اند که از طریق تحسین الگوهای اخلاقی، مفهوم درستی از "اخلاقی بودن" یا "نااخلاقی بودن" شکل دهند.

پنهان بودن هویت واقعی، عامل ارتکاب عمل غیر اخلاقی

در نظریه زگربسکی، فهم اخلاقی در انسان از طریق تحسین افراد فاضل شکل می‌گیرد (زگربسکی، ۱۴۰۱: ۷۵). یعنی وقتی فردی را به‌خاطر ویژگی‌های اخلاقی‌اش تحسین پس از تامل می‌کنیم، درک درونی و شخصی از فضیلت پیدا می‌کنیم. اما در فضای مجازی، به دلیل پنهانی

بودن هویت، نوجوانان نه تنها در معرض تحسین الگوی فاضل قرار نمی‌گیرند، بلکه خود نیز امکان تبدیل شدن به الگوی فاضل برای دیگران را از دست می‌دهند. طبق نظریه زگربسکی اخلاق نیاز به شخص (الگو) دارد (زگربسکی، ۱۴۰۱: ۱۳). یعنی فضیلت بدون یک فرد مشخص قابل درک نیست. هویت جعلی این اتصال را قطع می‌کند.

در بسیاری از زیرمضامین توصیف‌شده، نوجوانان جسارت پیدا می‌کنند چون ناشناس هستند. اما از دید زگربسکی فضایل مانند خویش‌تنداری، راستی، و احترام به شأن دیگران فقط زمانی شکل می‌گیرد که فرد احساس کند در معرض قضاوت اخلاقی دیگران است (زگربسکی، ۱۴۰۲: ۲۶). وقتی این قضاوت حذف می‌شود (مثلاً در حساب فیک)، افراد فرصت تجربه و تمرین فضیلت را از دست می‌دهند. در نتیجه، فضا به سمتی می‌رود که به جای رشد فضیلت، نوجوانان به "انجام آزمایش‌های اخلاقی بدون پیامد" عادت می‌کنند.

زگربسکی تأکید دارد که شخصیت‌های فاضل نه تنها به دلیل قوانین یا قضاوت بیرونی، بلکه به دلیل درونی کردن فضایل اخلاقی عمل اخلاقی انجام می‌دهند (زگربسکی، ۱۴۰۱: ۱۸۶). در این کد، پدیده‌ای که مشاهده می‌شود ضعف در ناظر درونی است. نوجوانان در حضور دیگران ممکن است خودکنترلی داشته باشند، اما در فضای مجازی و هویت پنهان، این کنترل از بین می‌رود. این نشان می‌دهد که در برخی نوجوانان، فضیلت هنوز درونی نشده است؛ بلکه هنوز متکی به حضور و قضاوت دیگران است.

یکی از مؤلفه‌های اصلی نظریه زگربسکی، تحسین اخلاقی است. وقتی ما کسی را به دلیل فضیلت‌هایش تحسین می‌کنیم، رفتارش در ما تأثیر می‌گذارد (زگربسکی، ۱۴۰۱: ۱۳). در فضای مجازی ناشناس، نوجوانان نه خود را الگو می‌بینند و نه دیگران را الگو می‌سازند. تحسین جای خود را به بی‌اعتمادی، فریب، و سرگرمی سطحی می‌دهد. این وضعیت رشد اخلاقی را متوقف می‌کند و حتی می‌تواند به انحطاط اخلاقی منجر شود.

نکته مهم دیگر که زگربسکی به آن اشاره دارد یکپارچگی خویش‌تنداری است. زگربسکی یکی از ویژگی مهم افراد و الگوها را یکپارچگی خویش‌تنداری معرفی می‌کند. یعنی الگوها و افراد فاضل شخصیتی یکپارچه دارند و تمام امیال و جوارح و نیازهایشان هماهنگ است. لذا نوجوانی که به نبال هویت مخفی در فضای مجازی است این انتظار می‌رود که شخصیت یکپارچه مدنظر زگربسکی را دارا نباشد (زگربسکی، ۱۴۰۱: ۲۴۵).

این کد به خوبی نشان می‌دهد که چگونه فضای مجازی با حذف هویت واقعی، مانع از شکل‌گیری تجربه‌های اخلاقی مبتنی بر الگو می‌شود. با توجه به مطالب ذکر شده از منظر زگربسکی حذف هویت = حذف الگو = حذف تحسین = تضعیف رشد اخلاقی. نوجوانانی که پشت اکانت فیک رفتار ناهنجار دارند، هنوز فضیلت‌هایی مثل صداقت، خویش‌تنداری و شفقت را

درونی نکرده‌اند. بازسازی اخلاق در فضای مجازی نیازمند ایجاد زمینه‌هایی برای ظهور و تحسین الگوهای اخلاقی حتی در محیط دیجیتال است.

نقش سلبی و ایجابی والدین در ارتکاب عمل (غیر) اخلاقی در فضای مجازی

در نظریه زگزبسکی، ادراک مفاهیم اخلاقی با تحسین و تقلید از الگوهای فاضل آغاز می‌شود (زگزبسکی، ۱۴۰۱: ۷۵).

در پاسخ نوجوان: *ما از خانواده‌ها مون خیلی چیزا یاد می‌گیریم، چه محیطی و چه وراثتی.* این جمله نشان می‌دهد که نوجوان شخصاً متوجه تأثیر الگوسازی خانوادگی است. این دقیقاً با منطق زگزبسکی هماهنگ است: شناخت اخلاقی از الگو آغاز می‌شود و لذا نقش خانواده به عنوان اولین الگوی فرزندان بسیار مهم و حیاتی است.

در زیرمضمون‌هایی مثل قصور والدین یا زدن پدر توسط پسر، ما با یک پدیده مهم مواجهیم: وقتی الگوی اخلاقی در خانه به جای تحسین، واکنش منفی یا حتی خشونت‌زا ایجاد می‌کند، نوجوان یا به طور کامل از آن الگو فاصله می‌گیرد یا در پاسخ، ضدالگو خلق می‌کند. در نگاه زگزبسکی الگو باید الهام‌بخش باشد (زگزبسکی، ۱۴۰۱: ۶۷). اگر یک الگو باعث احساس خشم، ترس، یا بی‌اعتمادی شود، نوجوان برای جهت‌گیری اخلاقی، به سراغ منابعی می‌رود که الزاماً فاضل نیستند. مثلاً دوستان، اینفلوئنسرها، یا فضای مجازی.

وقتی نوجوانان می‌گویند: «می‌ترسم مامانم بفهمه» یا «هرچی والدینم بگن درسته، اخلاق آن‌ها نه بر پایه شناخت فضیلت، بلکه بر پایه اجبار و ترس از قدرت بیرونی است. زگزبسکی این نوع رفتار را اخلاق اصیل نمی‌داند. از دید او اخلاق زمانی معتبر است که فرد، از روی تحسین فضیلت و میل درونی به خوب بودن دست به عمل اخلاقی بزند، نه از ترس یا اطاعت کور (زگزبسکی، ۱۴۰۱: ۶۶).

نکته دیگر سخت‌گیری افراطی است که می‌تواند باعث شود نوجوان به جای تحسین، از الگوی والدین دوری کند و حتی او را رد کند. در نتیجه، نوجوان به سراغ الگوسازی از منابع دیگری می‌رود که ممکن است اصلاً فضیلت‌مدار نباشند. این دقیقاً ضد جریان مطلوب از منظر زگزبسکی است، زیرا ادراک فضیلت بدون تجربه عاطفی تحسین از یک الگوی انسانی، ممکن نیست (زگزبسکی، ۱۴۰۱: ۵۵). در واقع وقتی نوجوان رفتار تحسین برانگیز از والدین خوب مشاهده نکند، به ناچار دنبال الگوهای فضای مجازی می‌رود.

این‌کد به‌خوبی نشان می‌دهد که نوجوانان نقش والدین را به‌عنوان سازنده یا نابودگر مسیر اخلاقی خود می‌شناسند. در بسیاری از موارد، به‌جای تحسین والدین به‌عنوان الگوی فاضل، احساس ترس، فشار یا خشم دیده می‌شود که نشان‌دهنده شکست در فرایند الگوسازی اخلاقی

است. زگزیبسی تأکید دارد که اخلاق باید از تحسین شخصیت فاضل آغاز شود، نه از ترس از قدرت (زگزیبسی، ۱۴۰۱: ۶۶). اگر والدین خود الگوی فاضل نباشند، نوجوانان به سمت منابع غیراخلاقی (یا دست کم فاقد مرجع اخلاقی) در فضای مجازی گرایش می‌یابند. در نتیجه با توجه مطالب ذکر شده میتوان بیان داشت که والدین نخستین و مهم‌ترین افرادی هستند که کودک می‌تواند آن‌ها را الگوی اخلاقی بداند. اگر والدین خودشان رفتارهای اخلاقی نداشته باشند یا در تربیت فرزند قصور یا سخت‌گیری افراطی کنند، فرزند به جای اینکه فضیلت‌ها را از آن‌ها بیاموزد، ممکن است الگوهای دیگری (رفیق، اینترنت، شخصیت‌های مجازی) را جایگزین آنان کند.

فقدان محدودیت در فضای مجازی، عاملی برای عمل غیراخلاقی

در نظریه زگزیبسی، شناخت مفاهیم اخلاقی از طریق «تحسین الگوهای فاضل» آغاز می‌شود (زگزیبسی، ۱۴۰۱: ۱۳). اما اگر فضا هیچ چارچوب مشخصی نداشته باشد، مرز سنی و فرهنگی نداشته باشد، به همه تربیون بدهد، فارغ از فضیلت یا رذیلت در این صورت، نوجوان اصلاً با امکان تشخیص و تحسین فضیلت مواجه نمی‌شود، زیرا همه چیز در هم آمیخته است و الگوی روشن و قابل تمایزی وجود ندارد. نوجوانی که نمی‌داند چه محتوایی برای سنش مناسب است، نمی‌تواند به درستی تشخیص دهد که چه کسی فاضل است یا نیست.

زگزیبسی تأکید دارد که ادراک فضیلت نه صرفاً از عقل، بلکه از تجربه عاطفی تحسین افراد خاص سرچشمه می‌گیرد (زگزیبسی، ۱۴۰۱: ۵۵). در فضای مجازی بدون مرز نوجوانان بیشتر با محتوایی مواجه می‌شوند که یا ضدفضیلت است (ترویج خشونت، پورن، فریبکاری) یا آن‌قدر خنثی یا سطحی است که هیچ تجربه اخلاقی معناداری از آن حاصل نمی‌شود. در نتیجه، نوجوانی که در حال جست‌وجوی هویت اخلاقی است، منابع ناسازگار و متضادی را دریافت می‌کند که او را از شکل‌گیری جهان اخلاقی منسجم دور می‌سازد.

زگزیبسی بر این باور است که درونی‌سازی فضیلت مستلزم قرار گرفتن در مسیر منظم مواجهه با الگوهای اخلاقی معتبر است (زگزیبسی، ۱۴۰۱: ۱۹). اما اگر فضا هیچ قانونی نداشته باشد (مثل فضای مجازی مورد اشاره نوجوانان) و هر فردی با هر سطحی از فهم، شخصیت یا قصد، بتواند تولید محتوا کند در این صورت نوجوان به‌جای اینکه "در معرض فضیلت" قرار گیرد، بیشتر در معرض آشوب اخلاقی قرار می‌گیرد. به تعبیر نظریه زگزیبسی بدون الگو، تجربه‌ای اخلاقی شکل نمی‌گیرد.

در پاسخ نوجوان آمده: شاید به محتوایی مناسب سن شما نباشه ولی این قدری بی‌در و پیکره که شما اون مطلب رو می‌شنوی، کنجکاو می‌شی بری دنبالش. اینجا کنجکاوای اخلاقی بدون

راهنما و بدون هدایت به سمت فضیلت دیده می‌شود. این پدیده بسیار مهم است: کنجکاوی بخشی از فرایند رشد است، اما در نبود راهنمای اخلاقی، ممکن است به ابزاری برای ورود به رفتارهای غیراخلاقی تبدیل شود. در حالی که زگزبسکی معتقد است الگوهای فاضل، نه تنها رفتارهای خوب را نشان می‌دهند، بلکه کنجکاوی و انگیزه‌های اخلاقی فرد را جهت می‌دهند (زگزبسکی، ۱۴۰۱: ۱۱).

نوجوانان به درستی حس کرده‌اند که بی‌مرزی و نبود کنترل در فضای مجازی، رشد اخلاقی را با بحران روبه‌رو می‌کند. یکی از عوامل مهم شکل‌گیری اخلاق، مواجهه با الگوهای قابل احترام است. فضای مجازی بی‌مرز، چنین مواجهه‌ای را سخت یا ناممکن می‌سازد. در این فضا، نوجوانان مجبورند اخلاق را به تنهایی و بدون راهنما کشف کنند؛ و این مسیر بدون الگو، پرخطر و لغزنده است.

ایجاد لحظات لذت‌بخش، عامل ارتکاب عمل غیراخلاقی

از نظر زگزبسکی، تجربه‌های اخلاقی اصیل با تحسین افراد فاضل و شرم از کنش نادرست همراه است (زگزبسکی، ۱۴۰۱: ۳۵). اما نوجوانان در فضای مجازی می‌بینند که افراد با گذاشتن محتوای تحریک‌کننده، دنبال‌کننده و لایک می‌گیرند. کسانی که توهین می‌کنند یا تحقیر می‌کنند، تشویق می‌شوند یا حس موفقیت می‌گیرند. در این شرایط، حس تحسین به جای اینکه به سمت فاضلان برود، به سمت افرادی با رفتار ضداخلاقی اما جذاب یا هیجانی معطوف می‌شود. این تحریف تجربه‌ی اخلاقی است.

در سخن نوجوان گفته می‌شود که طرف میاد به عکس می‌زاره چون کمبود داره، اون یکی هم کامنت بد می‌ذاره چون کمبود داره. یعنی نوجوانان خودآگاه هستند که رفتار غیراخلاقی از کمبود یا خلأ شخصیتی ناشی می‌شود. در نگاه زگزبسکی، این وضعیت حاصل نبود الگوهای مثبت و «ضد الگو» بودن افراد مرجع است (زگزبسکی، ۱۴۰۱: ۱۳۷). به جای اینکه نوجوانان با افراد فاضل روبه‌رو شوند، با کسانی مواجه‌اند که درگیر آسیب‌های روانی، خلأهای هویتی یا لذت‌جویی مخرب‌اند.

فضیلت حاصل تمرین درونی و تقویت انگیزه اخلاقی است (باتلی، ۱۴۰۰). وقتی نوجوانان لذت، هیجان یا توجه‌طلبی را عامل کنش می‌سازند، خودتنظیمی اخلاقی آن‌ها تضعیف می‌شود. در نتیجه غیراخلاقی بودن رفتار را می‌فهمند، ولی چون لذت دارد، انجام می‌دهند. این وضعیت با گذشت زمان، حساسیت اخلاقی را کاهش می‌دهد و به «عادی‌سازی رفتار غیراخلاقی» منجر می‌شود.

نوجوانان تجربه کرده‌اند که لذت آنی می‌تواند جانشین قضاوت اخلاقی شود. این امر از منظر

زگزیبسی نشانگر نبود مواجهه با الگوهای اخلاقی است که باعث شود نوجوانان تجربه‌ی عمیق‌تری از «رضایت درونی فضیلت‌مدار» داشته باشند (زگزیبسی، ۱۴۰۱: ۲۱۹). همچنین این تجربه، تحریف در احساس تحسین، شرم و انگیزه را نمایان می‌سازد. اگر افراد فاضل به‌عنوان مرجع لذت و معنا معرفی نشوند، نوجوانان به‌سمت افرادی کشیده می‌شوند که «لذت بدون فضیلت» را نمایش می‌دهند. این دقیقاً ضدمنطق اخلاق الگوگرایی است.

رقابت کاذب، عامل کنش غیراخلاقی

در نظریه زگزیبسی، فرایند شکل‌گیری فضیلت از تحسین افراد فاضل آغاز می‌شود (زگزیبسی، ۱۴۰۱: ۱۳). یعنی فرد، به‌جای مقایسه‌گری، شیفته ویژگی‌های اخلاقی شخصی خاص می‌شود و تلاش می‌کند شبیه او شود. اما فضای رقابتی مجازی افراد را به‌سمت رقابت ظاهری سوق می‌دهد، نه تقلید از اخلاق. مقایسه‌ها نه با معیارهای فضیلت، بلکه با سبک زندگی، ثروت، زیبایی، یا شهرت صورت می‌گیرد. احساس کمبود، نه برای رشد، بلکه برای نفی دیگران و تخریب آن‌ها تقویت می‌شود. در نتیجه به‌جای تشخیص فاضلان، نوجوانان درگیر حسرت برتری دیگران می‌شوند.

از دید زگزیبسی، فضیلت به‌شدت با نیت و انگیزه‌ی اخلاقی گره خورده است (باتلی، ۱۴۰۰: ۱۳۹). فرد فاضل کسی است که از سر خیرخواهی عمل می‌کند، نه از حسادت یا خشم. در این کد، نوجوانان به‌وضوح می‌گویند کسی که کامنت منفی می‌ذارد، از عقده یا حسادت میاد. این نشان می‌دهد که نوجوانان از تجربه‌ی زیسته‌ی خود آگاه‌اند که بسیاری از کنش‌های منفی در فضای مجازی ریشه در هیجانات و انگیزه‌های رذیلت‌آمیز دارد. این دقیقاً مغایر با بنیان اخلاق الگوگرایی است.

در فضای رقابت مجازی، الگوها نه به‌خاطر فضیلت، بلکه به‌دلیل «دیده‌شدن»، «ثروت» یا «جذابیت» دنبال می‌شوند. این یعنی نوجوانان الگوهای اخلاقی معتبر ندارند یا حتی آن‌ها را نمی‌بینند و نمی‌شناسند. یا بدتر، آن‌ها را بازنده تلقی می‌کنند چون از رقابت ظاهری عقب‌اند. میتوان گفت جامعه‌ای که الگوی فضیلت را گم کند، فرایند پرورش اخلاق را فلج می‌کند. زگزیبسی بر نقش عاطفه، شفقت و همدلی در شکل‌گیری فضیلت تأکید می‌کند (زگزیبسی، ۲۰۲۳: ۴). اما فضای رقابتی این ویژگی‌ها را تضعیف می‌کند چون دیگران را به‌عنوان «رقیب» می‌بینیم، نه «انسانی با درد مشترک».

زندگی‌ها را «ویتترین» می‌کنیم، نه تجربه‌ی واقعی. نوجوانان حسرت و ناکامی خود را به شکل رفتار غیراخلاقی (توهین، تحقیر، تحریف) تخلیه می‌کنند.

رقابت‌های ظاهری و مقایسه‌گری در فضای مجازی، مسیر شکل‌گیری اخلاق فضیلت‌محور

را منحرف می‌کند. به جای اینکه نوجوانان فردی فاضل را تحسین کنند و درصدد تقلید اخلاقی او باشند، با چهره‌هایی مواجه‌اند که فقط موفقیت نمایشی دارند. حسادت و کمبود شخصی، جای نیت اخلاقی را می‌گیرد. این پدیده مصداقی از تحریف انگیزه، تحریف الگو و انحراف از مسیر رشد اخلاقی اصیل است.

توجه به قاعده طلایی اخلاق عامل بازدارنده از کار غیراخلاقی

با نظر به اینکه در نگاه زگربسکی، اخلاق با ارجاع مستقیم به عاملان اخلاقی قابل درک و شناسایی است (زگربسکی، ۱۴۰۱: ۲۲). از همین رو، قاعده طلایی نیز از این قاعده مستثنی نیست؛ درک اینکه کنش‌های ما در ارتباط با دیگران، نمی‌تواند نسبت به خوشایند و ناخوشایند آنان بی‌تفاوت باشد، بر این مبنا که ما خود برخورداری از چنین خوشایندها و ناخوشایندهایی هستیم، قاعده‌ای است که در متن خانواده و جامعه و آموخته می‌شود. از همین رو، توجه به این قاعده بدین معنا است که نوجوانان ما در تعامل با دیگران (اعم از خانواده و اجتماع) درک قابل قبولی از این معنا به دست آورده‌اند.

اینکه نوجوان چنین پاسخ می‌دهد که: وقتی آدم خودش دلش نمی‌خواهد وایب منفی دریافت کنه، باید اینو برای دیگران هم بخواد؛ حاکی از این است که او در متن خانواده و یا جامعه، این الگو را درونی کرده است که وقتی ما خود نمی‌خواهیم از دیگران «وایب منفی» دریافت کنیم، خوب است که همین حس و حال را برای دیگری نیز مفروض بگیریم و مطابق با همین اصول با وی تعامل داشته باشیم. اشاره به این قاعده، می‌تواند مبنایی برای بسط و گسترش دیگر فضایل اخلاقی باشد، بدین معنا که چنانچه نوجوان، در تعامل با دیگران با فضایل اخلاقی تحسین برانگیز مواجه شود، آن را خواهد آموخت و به کار خواهد گرفت.

قاعده طلایی تنها یک «دستور ساده» یا «معیار بیرونی» نیست، بلکه بازتاب فضیلت بنیادین همدلی عقلانی است. این قاعده زمانی تبدیل به یک بازدارنده قدرتمند می‌شود که در بافتار فضیلت‌های اخلاقی درونی‌شده قرار بگیرد. برای مثال، نوجوانی می‌گوید: «وقتی می‌خواهم مطلبی را در شبکه اجتماعی به اشتراک بگذارم، اول از خودم می‌پرسم اگر کسی این مطلب را در مورد من منتشر کند، چه حسی خواهم داشت؟». این پرسش، تنها یک سؤال نیست، بلکه فعال‌سازی فضیلت انصاف و مسئولیت‌پذیری است که زگربسکی آن را اساس عمل اخلاقی می‌داند.

زگربسکی تأکید می‌کند که فضیلت‌های اخلاقی مانند صداقت، مهربانی یا انصاف، نه تنها اعمال بیرونی، بلکه عادات نگرشی هستند که از طریق تمرین و بازتاب پرورش می‌یابند. قاعده طلایی، در واقع یک «ابزار تمرینی» برای پرورش این عادات است. مثلاً، نوجوانی که در یک

بحث آنالین، به جای حمله به طرف مقابل، مکث می‌کند و خود را جای او می‌گذارد، در حال تمرین فضیلتِ خویش‌داری و تواضع فکری است. این فرآیند، به تدریج باعث می‌شود که حتی در مواقع خشم یا وسوسه، عمل غیراخلاقی به عنوان یک «گزینه طبیعی» به ذهنش نرسد، چون فضیلت‌ها تبدیل به بخشی از هویت او شده‌اند.

در فضای مجازی جایی که نظارت بیرونی کم‌تر است و امکان ناشناس بودن وجود دارد، قاعده طلایی می‌تواند نقش یک «دستیار درونی» را بازی کند. برای مثال، اگر نوجوانی در حالی که تنها است و کسی او را نمی‌بیند، تصمیم می‌گیرد که شایعه‌ای را منتشر نکند، تنها به این دلیل که خودش نمی‌پسندد کسی درباره او شایعه بسازد، این عمل نشان می‌دهد که قاعده طلایی برای او تبدیل به یک صدای درونی شده که از فضیلتِ راستی‌گویی محافظت می‌کند.

احترام به حریم خصوصی و حقوق دیگران

اهمیت احترام به حریم خصوصی و حقوق دیگران در فضای مجازی نیز می‌تواند همچون مورد قبلی ناشی از این باشد که نوجوانان توانسته‌اند در ارجاع به عاملان اخلاقی، این قاعده را درک، تحسین و درونی نمایند. این مورد نیز تحلیلی همانند مورد قبلی خواهد داشت.

ترویج شایعه همچون امری غیر اخلاقی

در الگوگرایی، ما با تحسین یا انزجار از کنش‌ها، مفاهیم اخلاقی را می‌فهمیم (زگربسکی، ۱۴۰۱: ۷۳). پس نوجوانان وقتی از شایعه‌پراکنی متنفرند یا آن را قبیح می‌دانند، این احساس منفی به ما می‌گوید که آن کنش با تصویر ذهنی آن‌ها از یک الگوی اخلاقی فاضل همخوان نیست. مثلاً شخصی که شایعه‌پراکنی می‌کند، در ذهن نوجوانان ویژگی‌هایی متضاد با صداقت، خیرخواهی و مسئولیت‌پذیری دارد.

طبق نظر زگربسکی ما ابتدا فردی مثل یک دوست باوفا، معلم صادق یا شخصیت مشهور راستگو را تحسین می‌کنیم. از این تحسین، مفاهیمی مثل صداقت، وفاداری، رازداری را یاد می‌گیریم (زگربسکی، ۱۴۰۱: ۹۱). وقتی می‌بینیم کسی در فضای مجازی شایعه‌پراکنی می‌کند، در تضاد با این الگوها قرار می‌گیرد و از نظر اخلاقی مردود می‌شود. بنابراین، نوجوان با مقایسه کنش شایعه‌پراکنی با یک الگوی فاضل (مثلاً کسی که دروغ نمی‌گوید و راز نگه می‌دارد)، آن را ضدفضیلت و غیراخلاقی تلقی می‌کند.

از نظر زگربسکی اعتماد یکی از پایه‌های شکل‌گیری رابطه اخلاقی است. الگوهای فاضل کسانی‌اند که اعتماد دیگران را جلب می‌کنند (زگربسکی، ۱۴۰۱: ۶۹). شایعه‌پراکنی برعکس عمل می‌کند: باعث سلب اعتماد، بی‌اعتباری، اضطراب اجتماعی و تخریب روابط می‌شود. این کنش، علاوه بر نقض فضیلت صداقت، باعث می‌شود که نوجوانان در یافتن الگوهای اخلاقی سالم در

فضای مجازی دچار سردرگمی شوند.

در نتیجه شایعه‌پراکنی از منظر نظریه‌ی الگوگرایانه زگزبسکی غیراخلاقی است، چون در تضاد با ویژگی‌های افراد فاضل است.

از احساس تحسین اخلاقی ما نسبت به رازداری و صداقت فاصله دارد.

مانع درونی‌سازی فضیلت‌ها در نوجوانان می‌شود.

الگوهای مثبت را در ذهن نوجوانان کم‌رنگ می‌کند و جایگزین‌های ناسالم را به‌جای آن می‌نشانند.

فضای مجازی به عنوان مخدری اعتیادآور

نوجوانانی که فضای مجازی را به «مخدر» تشبیه می‌کنند، در واقع تجربه‌ای زیسته از نوعی وابستگی روانی را توصیف می‌کنند که به کاهش کنترل اراده، ضعف تصمیم‌گیری اخلاقی و فاصله گرفتن از خود اخلاقی آن‌ها منجر شده است. بر اساس دیدگاه الگوگرایانه زگزبسکی، رشد اخلاقی با تحسین افراد فاضل آغاز می‌شود. انسان‌ها از طریق مواجهه با اشخاصی که ویژگی‌های اخلاقی برجسته‌ای دارند، مانند صداقت، شجاعت یا فروتنی، نسبت به این ویژگی‌ها واکنش عاطفی مثبتی نشان می‌دهند و همین واکنش مقدمه‌ای می‌شود برای درونی‌سازی آن فضیلت‌ها (زگزبسکی، ۱۴۰۱: ۳۱۲). اما نوجوانی که بیشتر وقت خود را در فضای مجازی می‌گذراند، معمولاً با حجم زیادی از محتوای هیجانی، سطحی و الگوسازی‌های نادرست مواجه است. در چنین شرایطی، نه تنها فرصت مواجهه با افراد فاضل را از دست می‌دهد، بلکه به تدریج ممکن است افرادی را تحسین کند که شهرت، اغراق، یا حتی بی‌اخلاقی را مبنای دیده شدن قرار داده‌اند. در نتیجه، فرایند تحسین که باید به فهم اخلاق بینجامد، دچار تحریف می‌شود. وقتی نوجوانان خودشان را «وابسته» به فضای مجازی توصیف می‌کنند، در واقع به نوعی از دست‌رفتن اختیار و ناتوانی در تصمیم‌گیری اخلاقی اشاره دارند. در واقع دچار ضعف اراده شده و این نقطه مقابل فضیلت خویش‌داری است. آن‌ها رفتارهای تکرارشونده و غیرارادی دارند و اغلب نمی‌توانند بین خواسته‌های آنی و ارزش‌های درونی‌شان تمایز بگذارند. در این وضعیت، قدرت رشد اخلاقی تضعیف می‌شود و نوجوان به جای فاعل اخلاقی، به واکنش‌گری شرطی‌شده تبدیل می‌شود. در نتیجه، فضای مجازی در نقش یک مخدر، هم فرصت تحسین و الگوگیری مثبت را از نوجوان می‌گیرد، و هم با ارائه پی‌درپی محرک‌های سطحی، توان اراده و انتخاب اخلاقی را در او کاهش می‌دهد. این تجربه می‌تواند احساس پوچی، گم‌گشتگی اخلاقی و فاصله گرفتن از الگوهای مثبت را به دنبال داشته باشد. چنین تحلیلی نشان می‌دهد که برای تربیت اخلاقی نوجوانان در عصر دیجیتال، نمی‌توان فقط به آموزش مستقیم اکتفا کرد؛ بلکه باید به

آن‌ها کمک کرد تا توانایی تشخیص افراد فاضل را بازیابند و به جای تحسین چهره‌های بی‌ریشه، الگوهای اخلاقی واقعی را بشناسند و به آن‌ها نزدیک شوند.

فضای مجازی می‌تواند به‌طور ناخواسته فرد را از زندگی واقعی و اجتماعی خود دور کند. این نوع وابستگی می‌تواند به یک رفتار اجتماعی آسیب‌زننده تبدیل شود که نه تنها خود فرد بلکه دیگران را نیز تحت تأثیر قرار دهد. درواقع، اگر فرد بیشتر وقت خود را در فضای مجازی سپری کند و به‌طور متوالی در معرض محرک‌های آن قرار گیرد، ممکن است از ارزش‌های انسانی و فضیلت‌های واقعی دور شود.

طبیعی دانستن ارتباط با جنس مخالف

نوجوانان وقتی می‌گویند ارتباط با جنس مخالف طبیعی است، یعنی این رفتار را در زندگی روزمره دیده و تجربه کرده‌اند و آن را با مفهوم اخلاقی «رفتار ناپسند» یا «غیراخلاقی» نمی‌سنجند. از نظر زگزبسکی، اخلاق و درک فضیلت‌ها از طریق تحسین و الگوگیری شکل می‌گیرد (زگزبسکی، ۱۴۰۱: ۳۱۴)؛ وقتی فردی این رفتار را طبیعی می‌داند، یعنی در زندگی یا محیط اطراف خود الگوهایی دیده که این نوع ارتباط را با آرامش، احترام و مسئولیت‌پذیری نشان داده‌اند و این باعث شده آن رفتار در ذهنش فضیلت‌مند یا دست‌کم بی‌تناقض با اخلاق به نظر برسد. اگر نوجوانان در محیط‌شان شاهد الگوهای فاضل و مسئولیت‌پذیری در روابط میان دختران و پسران باشند، آن‌ها این ارتباط را به عنوان بخشی از رشد سالم انسانی می‌پذیرند. اما اگر الگوهای نادرست یا ناسالم دیده باشند، ممکن است دیدگاه منفی نسبت به آن داشته باشند. از سوی دیگر، بر اساس الگوگرایی زگزبسکی، اخلاق امری زیسته و ملموس است (باتلی، ۱۴۰۰: ۱۳۴). بنابراین، طبیعی دانستن این ارتباط نشانه‌ای از آن است که نوجوانان به جای ترس یا تحقیر، در حال پذیرش واقعیت انسانی و یادگیری از الگوهای اجتماعی واقعی‌اند که در آن روابط جنسیتی بخشی از زندگی و رشد شخصیت است. در نهایت، این کد نشان می‌دهد که برای تربیت اخلاقی موثر، باید الگوهای صحیح و محترمانه از ارتباط میان جنس مخالف را به نوجوانان معرفی کنیم تا آن‌ها بتوانند فضیلت‌هایی مانند احترام، صداقت و مسئولیت‌پذیری را در این روابط درونی کنند و به شکل سالمی رشد کنند.

تاکید بر عاملیت انسان در فضای مجازی

تاکید نوجوانان بر «عاملیت انسان در فضای مجازی» یعنی آن‌ها باور دارند که در این فضا، انسان‌ها اختیار دارند که چگونه رفتار کنند و انتخاب‌های اخلاقی خودشان را داشته باشند. از منظر الگوگرایی زگزبسکی، این دیدگاه کاملاً با اصل بنیادی نظریه همخوانی دارد؛ چون زگزبسکی فضیلت محصول تحسین الگوهای فاضل می‌داند و همچنین اصلاً برای زگزبسکی اخلاق را

عاملان اخلاقی تعیین می‌کنند (زگزبسکی، ۱۴۰۱: ۳۱۷). وقتی نوجوانی عاملیت خود را در فضای مجازی می‌پذیرد، یعنی می‌فهمد که این فضا مانند هر محیط دیگر، بستری است برای تمرین و به کارگیری فضیلت‌ها. او می‌تواند با تحسین و تقلید از الگوهای اخلاقی در این فضا، رفتار درست را بیاموزد و به کار ببندد. این باور به عاملیت، باعث می‌شود که نوجوان مسئولیت رفتار خود را بپذیرد و بداند که فضای مجازی نه تنها تهدید، بلکه فرصتی برای رشد اخلاقی نیز هست. از سوی دیگر، این دیدگاه نیازمند حمایت و آموزش مناسب است تا نوجوانان بتوانند الگوهای فاضل و مناسب را در فضای مجازی شناسایی کنند و خود نیز به فاعلان اخلاقی تبدیل شوند، نه صرفاً مصرف‌کنندگان منفعل. در نتیجه، تأکید بر عاملیت انسان در فضای مجازی نشان‌دهنده امید و امکان‌پذیری رشد اخلاقی در دنیای دیجیتال است، مشروط بر اینکه راهنمایی و الگوسازی صحیح صورت گیرد.

خودکنترلی و آگاهی از خود از دیدگاه نوجوانان، مهم‌ترین عوامل در جلوگیری از رفتارهای غیراخلاقی در فضای مجازی هستند. این دو مفهوم به‌طور مستقیم به فضیلت‌های اخلاقی اشاره دارند که زگزبسکی بر آن تأکید دارد. نقش خانواده و مسئولیت‌های اجتماعی در هدایت نوجوانان به رفتارهای اخلاقی، از دیگر نکات کلیدی در تحلیل این کد است. نوجوانان عاملیت فردی را در مدیریت رفتارهای خود در فضای مجازی مهم می‌دانند و به این نکته اشاره دارند که مسئولیت رفتارهای خود را بر عهده دارند. فضای مجازی به‌عنوان فضایی برای انتخاب‌های اخلاقی می‌تواند با استفاده از خودکنترلی و آگاهی به مکانی برای رشد فضیلت‌های اخلاقی تبدیل شود.

بی‌هدفی، عامل عمل غیراخلاقی در فضای مجازی

نوجوان وقتی احساس بی‌هدفی می‌کند که در زندگی و رفتارهایش هدف مشخص و معناداری نمی‌بیند که بخواهد برای آن تلاش کند. از منظر الگوگرایی اخلاقی زگزبسکی، رشد اخلاقی و فضیلت‌ها فقط زمانی رخ می‌دهد که فرد بتواند با تحسین و الگوگیری از انسان‌های فاضل، اهدافی روشن و انگیزه‌ای درونی برای انجام رفتارهای درست پیدا کند (زگزبسکی، ۱۴۰۱: ۳۱۸). فضیلت‌ها ذاتاً با هدف و معنا پیوند خورده‌اند؛ مثلاً کسی که شجاعت را درک کرده، هدفش محافظت از حق و حقیقت است، یا کسی که صداقت را تحسین می‌کند، هدفش برقراری اعتماد و عدالت است. وقتی نوجوان در فضای مجازی یا زندگی واقعی فاقد این اهداف است، اراده‌اش برای انتخاب رفتارهای اخلاقی ضعیف می‌شود. این ضعف در اراده، باعث می‌شود نوجوان بیشتر در برابر وسوسه‌های زودگذر و محرک‌های هیجانی فضای مجازی تسلیم شود. فضای مجازی که پر است از محتوای سطحی، هیجانی و گاه بی‌معنا، می‌تواند این بی‌هدفی را تشدید کند. نوجوانان بدون داشتن هدف‌های معنوی یا اخلاقی، ممکن است صرفاً به دنبال

لایک گرفتن، دیده شدن یا گذراندن وقت باشند، و این باعث می‌شود بیشتر دست به رفتارهای غیراخلاقی بزنند، چون این رفتارها سریع‌ترین راه برای جلب توجه یا فرار از پوچی است. از سوی دیگر، وقتی نوجوان بی‌هدف است، کمتر قادر است الگوهای مثبت و فاضل را تشخیص دهد و به سمت آن‌ها گرایش پیدا کند. الگوگرایی زگزبسی تأکید می‌کند که تحسین الگوهای فاضل، مبنای فهم و رشد فضیلت است (زگزبسی، ۱۴۰۱: ۱۲)؛ اما این تحسین زمانی موثر است که نوجوان هدفمند باشد و بخواهد در جهت رشد اخلاقی حرکت کند. پس بی‌هدفی عملاً یک سد بزرگ برای رشد اخلاقی است و فضای مجازی با فراهم کردن محرک‌های زودگذر و پراکنده، این سد را بزرگ‌تر می‌کند. برای مقابله با این مشکل، باید به نوجوانان کمک کرد تا اهداف روشن و معنادار در زندگی‌شان پیدا کنند و محیط‌هایی را فراهم کرد که در آن الگوهای اخلاقی مثبت دیده و تحسین شوند. این کار باعث می‌شود نوجوانان بتوانند به صورت آگاهانه و با اراده‌ای آزاد، رفتارهای فضیلت‌مند را انتخاب کنند و از بی‌هدفی و گم‌گشتگی اخلاقی دور شوند. افراد وقتی هدف مشخصی در زندگی دارند، بیشتر به سمت تصمیمات اخلاقی پیش می‌روند. در این کد، نوجوانان اشاره دارند که بی‌هدف بودن باعث می‌شود که افراد به سمت کارهای غیراخلاقی مانند سرکار گذاشتن دیگران، اتلاف وقت، یا مشارکت در رفتارهای ناپسند بروند.

شبکه بودن افراد در فضای مجازی

نوجوانان وقتی می‌گویند افراد در فضای مجازی مثل «زنجیره» به هم وصل هستند، یعنی همه رفتارها، پیام‌ها، عکس‌ها، و واکنش‌ها به سرعت از یک نفر به نفر دیگر منتقل می‌شود و تأثیر یک فرد روی کل شبکه احساس می‌شود. این وصل بودن شبیه یک زنجیره بزرگ است که هر حلقه آن نماینده یک نفر است و هر حرکت کوچک در یک حلقه، کل زنجیره را تحت تأثیر قرار می‌دهد. از منظر الگوگرایی زگزبسی، اخلاق و شکل‌گیری فضیلت‌ها در همین شبکه‌های انسانی اتفاق می‌افتد. وقتی فردی یک رفتار اخلاقی یا غیر اخلاقی انجام می‌دهد، این رفتار به دیگران منتقل و الگو یا ضدالگو می‌شود (زگزبسی، ۲۰۲۳: ۴). برای مثال، نوجوانی که در فضای مجازی به یک همکلاسی‌اش محبت و احترام نشان می‌دهد، ممکن است باعث شود دوستانش هم به این رفتار مثبت جذب و ترغیب شوند؛ چون دیگران این رفتار را تحسین کرده و به عنوان الگو می‌پذیرند. برعکس، اگر فردی در فضای مجازی شایعه‌پراکنی کند یا با بی‌احترامی رفتار کند، این رفتار نیز در شبکه منتشر می‌شود و می‌تواند به الگویی منفی تبدیل شود که دیگران نیز آن را تکرار می‌کنند. مثال دیگر، یک نوجوان که ویدیویی آموزشی یا انگیزشی منتشر می‌کند و با اخلاق حرفه‌ای و احترام با دیگران تعامل دارد، می‌تواند باعث گسترش فرهنگ فضیلت‌مندی در شبکه شود. به این ترتیب، فضای مجازی از یک محیط صرفاً تفریحی به

بستری برای رشد اخلاقی تبدیل می‌شود. از سوی دیگر، این وصل بودن باعث می‌شود که نوجوانان احساس مسئولیت بیشتری نسبت به رفتارهای خود در فضای مجازی داشته باشند. زیرا هر عمل آن‌ها می‌تواند تأثیر گسترده‌ای روی دیگران بگذارد. این درک مسئولیت، یکی از کلیدهای مهم رشد اخلاقی و توسعه فضایل است که زگزبسکی به آن توجه دارد. در نهایت، فهمیدن اینکه فضای مجازی مانند یک زنجیره به هم وصل است، می‌تواند به نوجوانان کمک کند تا با دقت بیشتری انتخاب کنند که چه رفتارهایی را تحسین کنند و کدام را کنار بگذارند، و با این کار خودشان به ایجاد یک شبکه اخلاقی سالم و فضیلت‌مند کمک کنند.

اخلاق نه تنها به تصمیمات فردی، بلکه به نقش الگوها و شبکه‌های اجتماعی نیز بستگی دارد. زگزبسکی معتقد است که افراد با مشاهده و تأثیرپذیری از الگوهای اخلاقی در جامعه (یا در این مورد در فضای مجازی) می‌توانند رفتارهای خود را شکل دهند (زگزبسکی، ۱۴۰۱: ۳۱۷). این ایده در فضای مجازی به وضوح قابل مشاهده است، زیرا نوجوانان به شدت تحت تأثیر الگوهای مجازی مانند بلاگرها و افراد مشهور قرار دارند.

پاسخ نوجوان: فضای مجازی چون شبکه هست و قطعاً افراد رو هم تأثیر گذار هستند و مثلاً یکی از بچه‌ها زیاد درباره بلاگرهای اینستا صحبت میکردن و هم اینکه درمورد اینها زیاد حرف می‌زنن یعنی واقعاً تأثیر گرفتن. این اظهار نظر نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی به عنوان فضاهای الگوگذاری عمل می‌کنند، به طوری که افراد نه تنها به محتوای منتشرشده توسط دیگران دسترسی دارند، بلکه از آن تأثیر می‌پذیرند و رفتار خود را بر اساس آن‌ها تغییر می‌دهند. این موضوع از نظر زگزبسکی به طور مستقیم با الگوهای اخلاقی مرتبط است، زیرا افراد در این شبکه‌ها به نوعی از دیگران یاد می‌گیرند که چه کارهایی اخلاقی و چه کارهایی غیراخلاقی هستند.

زگزبسکی تأکید دارد که افراد به ویژه در سنین نوجوانی به الگوهای اخلاقی و اجتماعی بسیار حساس هستند (زگزبسکی، ۱۴۰۱: ۱۱). در فضای مجازی، الگوهای رفتاری و تصمیمات اخلاقی از طریق شبکه‌های اجتماعی به سرعت منتقل می‌شوند و افراد به طور ناخودآگاه این رفتارها را تقلید می‌کنند.

پاسخ نوجوان: بچه‌ها زیاد درباره بلاگرها حرف می‌زنن و از اون‌ها تأثیر می‌گیرن. این بیان نشان‌دهنده‌ی اثر الگوپردازی از افراد محبوب در فضای مجازی است. نوجوانان به احتمال زیاد با دنبال کردن و مشاهده رفتارهای بلاگرها، ارزش‌ها و رفتارهای آنان را می‌پذیرند و در زندگی واقعی خود به کار می‌برند.

بی ربط دانستن اخلاق با پوشش

وقتی نوجوانان «بی ربط دانستن اخلاق با پوشش فرد» رو مطرح می کنند، یعنی فکر می کنند ظاهر و نوع پوشش افراد ارتباط مستقیمی با اخلاق یا رفتارهای درست و نادرست ندارد. از دیدگاه الگوگرایی زگربسکی، اخلاق و فضیلت ها درونی هستند و به ویژگی های عمیق شخصیت و اراده فرد مربوط می شوند (زگربسکی، ۱۴۰۲: ۱۳۴)، نه به ظاهر یا پوشش ظاهری. زگربسکی تأکید می کند که اخلاق محصول انتخاب های آگاهانه، تحسین الگوهای فاضل و تلاش برای رشد فضیلت است (زگربسکی، ۱۴۰۱: ۶۱). پس، معیار اخلاقی باید بر رفتار و منش فرد متمرکز باشد، نه چیزهای سطحی یا ظاهری. نوجوانانی که اخلاق را بی ربط به پوشش می دانند، احتمالاً فهمیده اند که نمی توان صرفاً با نگاه کردن به ظاهر کسی، قضاوت اخلاقی درستی درباره او داشت. این نگاه، می تواند نشانه ای از درک بهتر و پیشرفته تر اخلاق باشد که به عمق و جوهر اخلاق توجه دارد. همچنین، این دیدگاه از خطر قضاوت های سطحی و کلیشه ای درباره افراد جلوگیری می کند و فضای بازتری برای تمرکز بر رفتار واقعی و فضایل اخلاقی فراهم می آورد. در نهایت، از منظر الگوگرایی زگربسکی، این نگرش نوجوانان به معنای توجه به اهمیت الگوهای اخلاقی واقعی است که در رفتار و انتخاب های درونی افراد نمایان می شوند، نه در ظاهر آنها.

اثرگذاری کارهای غیر اخلاقی بر کارهای اخلاقی

وقتی نوجوانان می گویند «کارهای غیر اخلاقی می توانند روی کارهای اخلاقی تأثیر بگذارند»، یعنی معتقدند رفتارهای بد یا غیر اخلاقی ممکن است فضای کلی اخلاقی یک گروه یا شبکه را تحت تأثیر قرار بدهد و حتی باعث شود کارهای خوب کمتر دیده یا کم ارزش شوند. از منظر الگوگرایی زگربسکی، اخلاق بر اساس تحسین و الگوگیری از افراد فضیلت مند شکل می گیرد (زگربسکی، ۱۴۰۱: ۳۱۳). وقتی رفتارهای غیر اخلاقی در یک جامعه یا شبکه زیاد شود، این رفتارها می توانند به الگوهای غالب تبدیل شوند و افراد کمتر به رفتارهای اخلاقی توجه کنند یا آنها را تقلید کنند. به عبارت دیگر، الگوهای منفی می توانند فضیلت ها را تحت الشعاع قرار دهند و رشد اخلاقی را مختل کنند. مثلاً در فضای مجازی، اگر افراد زیادی اقدام به انتشار دروغ، توهین یا شایعه پراکنی کنند، ممکن است این رفتارها به صورت الگوی رایج درآیند و افرادی که می خواهند رفتار اخلاقی داشته باشند، کمتر مورد توجه قرار بگیرند یا حتی مجبور شوند به خاطر فشار اجتماعی، رفتارهای مشابه را دنبال کنند. از طرف دیگر، وجود کارهای غیر اخلاقی می تواند باعث ناامیدی و کاهش انگیزه برای انجام کارهای اخلاقی شود. نوجوانی که می بیند تلاش های اخلاقی اش بی پاسخ می ماند یا حتی تحقیر می شود، ممکن است انگیزه اش را برای ادامه رفتارهای درست از دست بدهد. در نهایت، این وضعیت نشان می دهد که برای حفظ و ارتقای اخلاق، باید فضای حمایت کننده ای فراهم شود که کارهای اخلاقی دیده و تحسین شوند و

کارهای غیراخلاقی به چالش کشیده شوند. این نکته دقیقاً مطابق با نظریه زگربسکی است که تأکید می‌کند تحسین الگوهای فضیلت‌مند، کلید رشد اخلاقی است.

هماهنگ بودن با ارزش‌های جامعه به مثابه امر اخلاقی

وقتی نوجوانان می‌گویند هماهنگ بودن با ارزش‌های جامعه یک امر اخلاقی است، یعنی معتقدند که اگر کسی مطابق با هنجارها، باورها یا ارزش‌های پذیرفته‌شده در جامعه رفتار کند، رفتار اخلاقی تلقی می‌شود. این دیدگاه نشان می‌دهد که اخلاق برای آن‌ها فقط یک امر فردی نیست، بلکه در تعامل با اجتماع معنا پیدا می‌کند. اما از منظر الگورایی زگربسکی، اخلاق چیزی فراتر از هم‌رنگی صرف با جامعه است. در نظریه او، اخلاق یعنی الگوگیری آگاهانه از افراد فاضل نه صرفاً دنبال کردن آنچه در جامعه رایج یا مقبول است (زگربسکی، ۱۴۰۱: ۱۸۶). گاهی ممکن است ارزش‌های رایج جامعه خودشان مشکل‌دار یا غیراخلاقی باشند (مثلاً تبعیض، بی‌عدالتی، یا بی‌تفاوتی به رنج دیگران). در چنین شرایطی، صرفاً هماهنگ بودن با جامعه نمی‌تواند اخلاقی باشد.

مثلاً فرض کنید نوجوانی در یک فضای مجازی فعالیت می‌کند که در آن، مسخره کردن دیگران برای شوخی و سرگرمی رایج است. حالا اگر او هم همراه شود چون «همه همین کارو می‌کنن»، طبق این دیدگاه، کارش غیراخلاقی است. زگربسکی تأکید می‌کند که فرد باید با *تحسین انسان‌های فاضل*، درک درستی از فضیلت پیدا کند و سعی کند خودش هم به آن فضیلت‌ها برسد (زگربسکی، ۱۴۰۱: ۱۶۳). حالا اگر ارزش‌های جامعه واقعاً فضیلت‌مندانه باشند (مثل عدالت، صداقت، مهربانی، شجاعت)، هماهنگی با آن‌ها می‌تواند نشانه‌ای از رشد اخلاقی باشد. ولی این هماهنگی زمانی «اخلاقی» تلقی می‌شود که بر پایه‌ی درک و انتخاب آگاهانه باشد، نه صرفاً دنباله‌روی کورکورانه.

به طور کلی، هماهنگ بودن با ارزش‌های جامعه می‌تواند اخلاقی باشد اگر آن ارزش‌ها، ریشه در فضیلت داشته باشند.

فرد، از روی درک اخلاقی و تحسین فاعلان فاضل، آن ارزش‌ها را انتخاب کرده باشد وگرنه، این هماهنگی ممکن است نشانه بی‌فکری، ترس از طرد شدن، یا حتی نفاق اخلاقی باشد.

به اشتراک گذاشتن زندگی خصوصی زمینه‌ساز اعمال غیراخلاقی

وقتی نوجوانان می‌گویند به اشتراک گذاشتن زندگی خصوصی زمینه‌ساز اعمال غیراخلاقی می‌شود، نشان می‌دهد که آن‌ها متوجه شدند فضای مجازی فقط یک مکان برای تفریح نیست، بلکه بستری است که هر چیزی که در آن منتشر می‌شود می‌تواند اثرات اخلاقی جدی داشته باشد. یعنی با افشای اطلاعات شخصی، احتمال شکل‌گیری رفتارهای نادرست، سوءاستفاده، یا

حتی تحریک به رفتارهای غیراخلاقی بالا می‌رود. از دیدگاه زگربسکی، ما اخلاق را از طریق تحسین اشخاص فاضل یاد می‌گیریم و سعی می‌کنیم به آن‌ها شبیه بشویم (زگربسکی، ۱۴۰۱: ۳۱۵). حالا اگر کسی زندگی خصوصی خودش را در فضای عمومی افشا کند و این کار منجر می‌شود به اینکه دیگران او را با هدف سرگرمی، قضاوت یا حتی حسادت دنبال کنند، عملاً آن شخص تبدیل به «ضد الگو» می‌شود. چون افراد به جای اینکه فضیلت‌های اخلاقی او را تحسین کنند، بیشتر به ابعاد خصوصی، نمایشی یا تحریک‌آمیز زندگی‌اش توجه می‌کنند.

مثال نوجوانی که مداوم از سفرها، هدیه‌ها، ناراحتی‌های عاطفی یا لحظات خصوصی عکس و استوری منتشر می‌کند، ممکن است به طور ناخواسته باعث تحریک حسادت یا مقایسه در بین دوستانش بشود. نتیجه؟ یکی حس کم‌ارزشی می‌کند، یکی شروع به دروغ گفتن درباره زندگی خودش می‌کند، یکی دیگر دچار خشم پنهان می‌شود. این یعنی عمل یک فرد (افشای زندگی خصوصی) یک زنجیره از رفتارهای غیراخلاقی در شبکه ایجاد کرده‌است. مثال دیگر اینکه گاهی اطلاعات خصوصی به‌ظاهر بی‌ضرر (مثلاً مکان زندگی، وضعیت رابطه عاطفی، یا مشکلات خانوادگی) ممکن است به دست افرادی بیافتد که نیت بد دارند و با استفاده از آن اطلاعات، اقدام به تمسخر، تهدید یا شایعه‌سازی می‌کنند. اگر هدف ما رشد فضیلت باشد، باید هم در انتخاب الگو و هم در نشان دادن خود در فضای عمومی دقت کنیم. زندگی خصوصی باید با حکمت عملی مدیریت شود، نه با نمایشگری. نوجوان فاضل کسی است که میداند *چه چیزی رو، کجا، و برای چه هدفی* منتشر کند. این یعنی درک فضیلت همراه با بصیرت اخلاقی.

تحسین نابه‌جا بلاگرها

تحسین نابه‌جا از بلاگرها، یکی از جلوه‌های پنهان زوال اخلاق در فضای مجازی است. نوجوانانی که بدون تأمل در منش، نیت و پیامد رفتار یک بلاگر، تنها بر اساس ظاهر، جذابیت‌های سطحی یا شهرت مجازی او را می‌ستایند، به تدریج معیارهای اخلاقی خود را دگرگون می‌کنند. در نگاه الگوگرایانه زگربسکی، تحسین، نقطه‌ای آغاز تربیت اخلاقی است (زگربسکی، ۱۴۰۱: ۴۹). ما با ستایش فاعلان فاضل، به فهمی درونی از فضیلت می‌رسیم و در مسیری قرار می‌گیریم که به شکوفایی اخلاقی ما می‌انجامد. اما زمانی که این تحسین به‌جای شخصیت‌های فضیلت‌مند، معطوف به کسانی شود که کنش‌هایشان تهی از مسئولیت اخلاقی است، نوجوان نه‌تنها از رشد اخلاقی بازمی‌ماند، بلکه به بازتولید و ترویج کنش‌های غیراخلاقی نیز کمک می‌کند. تحسین نابه‌جا، نوعی سرمایه‌گذاری روانی بر الگوهای نادرست است. آن‌گاه که نوجوان تحت تأثیر بلاگری قرار می‌گیرد که شهرتش مبتنی بر تمسخر، اغراق، نمایش‌گری یا مصرف‌گرایی افراطی است، نوعی مشروعیت اخلاقی به چنین رفتارهایی می‌دهد. در نتیجه، نه‌تنها خودش در معرض تقلید از این رفتارها قرار می‌گیرد، بلکه دیگران را نیز به تحسین آن‌ها

ترغیب می‌کند. در فضای مجازی، هر تحسین، هر لایک، هر دنبال کردن، می‌تواند پژواکی از تأیید اخلاقی باشد. زگزبسکی ما را دعوت می‌کند به دقت در اینکه چه کسانی را تحسین می‌کنیم؛ زیرا همان‌ها، مسیر فضیلت یا سقوط ما را شکل می‌دهند. پس اگر تحسین‌مان نابه‌جا باشد، اخلاق‌مان نیز به بیراهه خواهد رفت.

فضای مجازی عامل ویرانی بنیان خانواده

در نگاه نوجوانانی که این جمله را بیان کرده‌اند، فضای مجازی صرفاً یک ابزار نیست؛ بلکه نیرویی است که اگر مهار نشود، می‌تواند بنیان احساسی، روانی و اخلاقی خانواده را از هم بپاشد. آن‌ها درک کرده‌اند که اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، نه فقط در روابط بیرونی، بلکه در ساختار درونی خانواده نیز نفوذ کرده‌اند. خانواده نخستین میدان شکل‌گیری تجربه‌های اخلاقی است. کودک و نوجوان، فضیلت‌ها را از طریق *تحسین فاعلان فاضل* می‌آموزد (زگزبسکی، ۱۴۰۱: ۱۲)؛ و نخستین فاعلان فاضل در زندگی او، والدین‌اند. اگر این الگوهای نزدیک، به واسطه‌ی غفلت، اعتیاد به فضای مجازی، یا جایگزین کردن روابط دیجیتال به جای روابط عاطفی، از دسترس روانی کودک خارج شوند، بنیان درونی اخلاق نیز سست می‌شود. وقتی پدر و مادر بیش از گفت‌وگو با فرزندان، غرق در صفحات خود هستند، یا وقتی نوجوانان بیش از آن‌که الگوهای اخلاقی را در خانواده جست‌وجو کنند، از بلاگرها، اینفلوئنسرها یا گروه‌های همسال در شبکه‌ها الگوبرداری می‌کنند، فرایند تحسین و درک فضیلت، مسیر غلطی را طی می‌کند. زگزبسکی می‌گوید ما با تحسین کنش‌های فاضلانه و تقلید از صاحبان آن کنش‌ها، فضیلت را در خود می‌پرورانیم (زگزبسکی، ۱۴۰۱: ۱۳). اما اگر آنچه تحسین می‌کنیم، تهی از حکمت و اخلاق باشد، مسیر تربیت نیز واژگون خواهد شد.

مثلاً نوجوانی را تصور کنید که در خانه با والدینی ساکت و جدا افتاده از او زندگی می‌کند، اما هر شب در فضای مجازی با بلاگری همراه می‌شود که شوخی‌های توهین‌آمیز می‌کند، مصرف‌گرایی را ترویج می‌دهد و ظاهر را جایگزین معنا کرده. به مرور، این بلاگر به الگوی رفتاری او بدل می‌شود، نه پدر یا مادرش. در چنین شرایطی، «بنیان خانواده» نه فقط از نظر عاطفی، بلکه از لحاظ اخلاقی نیز دچار فروپاشی می‌شود. نوجوان در جهانی زندگی می‌کند که در آن، جای عشق، گفتگو، احترام، مسئولیت‌پذیری و همدلی را لایک‌ها، مقایسه‌ها، دیده‌شدن‌ها و تحسین‌های مجازی گرفته‌اند. زگزبسکی هشدار می‌دهد که بدون الگوهای فاضل، اخلاق نمی‌بالد (زگزبسکی، ۱۴۰۱). اگر خانواده نتواند این الگوها را فراهم کند، و اگر فضای مجازی الگوهای جعلی و کاذب را جایگزین آن‌ها کند، دیگر نه تنها اخلاق، بلکه انسانیت نیز در خطر خواهد بود.

نتیجه‌گیری

یافته‌ها نشان می‌دهد که فضای مجازی با حذف عنصر "شخص" (به عنوان الگوی ملموس)، فرآیند تحسین و درونی‌سازی فضیلت را مختل می‌کند. این مسئله با تأکید زگربسکی بر ضرورت وجود الگوهای عینی برای شکل‌گیری اخلاق نا سازگاری دارد.

در واقع فضای مجازی با تبدیل شخص به بازنمایی انتزاعی، فرآیند تحسین و درونی‌سازی فضیلت را دچار اختلال می‌کند. این یافته اگرچه با تأکید زگربسکی بر اهمیت الگوهای اخلاقی همسو است، اما باید توجه داشت که دغدغه اصلی او تجسد فیزیکی نیست، بلکه «دسترس‌پذیری شناختی-عاطفی» به الگو است. از منظر زگربسکی، آنچه تقلید اخلاقی را ممکن می‌سازد نه جسمانی‌بودن، بلکه توانایی عامل در «دیدن خود در آینده الگو» و «تشخیص شباهت‌های اساسی» است. مسئله فضای مجازی اینجاست که با ارائه تصاویر تحریف‌شده و گزینشی از شخص، این دسترس‌پذیری شناختی را مخدوش می‌کند. الگوهای مجازی نه به‌عنوان انسان‌های کامل با ضعف‌ها و تناقض‌های واقعی، بلکه به مثابه طرح‌واره‌های آرمان‌شده عرضه می‌شوند که امکان همانندسازی اصیل را کاهش می‌دهند. اینجاست که حتی بدون انکار امکان یادگیری اخلاقی در فضای مجازی، می‌توان ادعا کرد کیفیت این یادگیری دگرگون می‌شود؛ چرا که تقلید از الگوهای مجازی بیشتر متوجه ظواهر و نمایش‌های رفتاری می‌شود تا آن «حکمت و فضیلت پایداری» که زگربسکی مدنظر دارد. بنابراین نقد اصلی نه به مجازی‌بودن الگو، که به فقر روایی و یک‌بعدی‌سازی شخص در فضای دیجیتال بازمی‌گردد. همان عاملی که امکان «تشخیص شباهت‌های وجودی» بین یادگیرنده و الگو را تضعیف می‌کند. این تحلیل نشان می‌دهد چگونه نظریه زگربسکی بدون نیاز به اصالت‌دادن به تجسد فیزیکی، همچنان می‌تواند معیاری برای ارزیابی کیفیت روابط اخلاقی در محیط‌های دیجیتال فراهم کند.

نکته بعدی تعارض استقلال و تقلید است. یافته‌ها نشان داد تقلید متأملانه از الگوهای فاضل (مطابق نظریه زگربسکی) نه تنها با استقلال نوجوان در تضاد نیست، بلکه شرط رشد اخلاقی است.

یافته‌ها نشان می‌دهد که تقلید متأملانه از الگوهای فاضل، آنگونه که زگربسکی تصویر می‌کند نه تنها در تعارض با استقلال نوجوان قرار نمی‌گیرد، بلکه شالوده ضروری تحقق آن است. این دیدگاه درکی دیالکتیکی از رابطه میان تقلید و خودمختاری ارائه می‌دهد. از منظر زگربسکی، تقلید اخلاقی هرگز به معنای پذیرش منفعلانه نیست، بلکه فرآیندی پویاست که در آن نوجوان با انتخاب آگاهانه الگوها و بازسازی انتقادی فضیلت‌های آنها در بافت زندگی خود، به تدریج به

سمت خودبنیادی اخلاقی حرکت می‌کند. در واقع، این نظریه نشان می‌دهد که استقلال واقعی نه در خلأ، بلکه در گفتگوی مداوم با سنت‌های اخلاقی و الگوهای فضیلت‌مند شکل می‌گیرد. نوجوان ابتدا از طریق همانندسازی عاطفی با الگوها، زبان اخلاقی را می‌آموزد و سپس با پرورش قوه قضاوت، این زبان را به بیان منحصر به فرد خود تبدیل می‌کند. این یافته به ویژه در مواجهه با نقدهای مدرن به تقلید اهمیت می‌یابد که گاهی آن را معادل فقدان اصالت می‌پندارند. در مقابل، زگزبسکی و یافته‌های این پژوهش تأکید می‌کنند که اصالت اخلاقی نه در طرد الگوها، بلکه در تعامل خلاقانه با آنها معنا می‌یابد. در فضای دیجیتال امروز که همزمان هم امکان دسترسی بی‌سابقه به الگوها را فراهم کرده و هم آنها را به تصاویری سطحی تقلیل داده، این بینش می‌تواند مبنایی برای بازاندیشی درباره آموزش فضیلت باشد. نکته عمیق‌تر این است که از این منظر، استقلال اخلاقی نه نقطه شروع، بلکه مقصد نهایی یک سفر تربیتی است که گذر از مرحله تقلید آگاهانه را ناگزیر می‌سازد. این تحلیل در نهایت ما را به درک غنی‌تری از فرآیند پیچیده رشد اخلاقی رهنمون می‌سازد که در آن وابستگی و استقلال نه مقابل هم، بلکه در ادامه یکدیگر قرار می‌گیرند.

همچنین با تأکید نوجوانان بر لذت‌طلبی یا حسادت در فضای مجازی، اهمیت نظریه زگزبسکی درباره ترکیب تامل و عاطفه در داوری اخلاقی را تأیید می‌کند. عواطف (مانند تحسین، شرم، همدردی) نقش کلیدی در شکل‌گیری اخلاق دارند. در این پژوهش مشخص شد:

نوجوانان در مواجهه با محتوای غیراخلاقی (مثل پورن یا خشونت) دچار تعارض عاطفی می‌شوند، از یک طرف جذب لذت آن می‌شوند و از طرف دیگر احساس گناه می‌کنند. مواجهه نوجوانان با محتوای غیراخلاقی در فضای مجازی، نوعی گسست در فرآیند تحسین اخلاقی ایجاد می‌کند که از منظر نظریه زگزبسکی عمیقاً مسئله‌ساز است. این تعارض عاطفی جذب شدن از سوی لذت‌های آنی از یک سو و احساس گناه از سوی دیگر، در حقیقت نشانگر اختلال در همان مکانیسمی است که زگزبسکی آن را اساس یادگیری فضیلت می‌داند. از دیدگاه او، تحسین سالم باید به گونه‌ای هدایت شود که فرد به طور طبیعی به سوی الگوهای فضیلت‌مند جذب شود و از رفتارهای ناپسند روی گرداند. اما فضای مجازی با ارائه محرک‌های اخلاقی متعارض، این فرآیند غریزی را مخدوش می‌کند. نکته عمیق‌تر این است که این تعارض صرفاً یک تنش روانی نیست، بلکه بحرانی است در همان نظام عاطفی-شناختی که زگزبسکی آن را زیربنای تربیت اخلاقی می‌داند. وقتی نوجوان همزمان هم جذب می‌شود و هم احساس گناه می‌کند، در واقع مکانیسم تحسین و انزجار در او دچار اختلال شده است. این وضعیت دقیقاً خلاف آن چیزی است که زگزبسکی در نظریه خود درباره هماهنگی عاطفی و شناختی در مواجهه با الگوهای اخلاقی تصویر می‌کند. از این منظر، مسئله صرفاً منع مواجهه با محتوای

غیراخلاقی نیست، بلکه پرورش توانایی تحسین سالم و انزجار به‌جا است. همان چیزی که در نظریه فضیلت‌محور، سنگ بنای رشد اخلاقی محسوب می‌شود. این یافته نشان می‌دهد که چرا در عصر دیجیتال، آموزش اخلاقی نباید صرفاً بر شناخت قواعد تأکید کند، بلکه باید به بازسازی آن نظام عاطفی بپردازد که امکان تمیز طبیعی میان فضیلت و رذیلت را فراهم می‌آورد.

نکته دیگر این است که عواطف نوجوانان گاهی به سمت الگوهای جهت می‌یابد که فاقد فضیلت‌های اصیل هستند مثل بلاگرهایی که با رفتارهای اغراق‌آمیز جلب توجه می‌کنند. این یافته نشان می‌دهد فضای مجازی باعث شده نوجوانان به جای تحسین انسان‌های خوب و بااخلاق، غرق ستایش افراد نمایشی و ظاهر‌ساز شوند. مشکل اصلی اینجاست که این الگوهای مجازی، "اخلاق واقعی" ندارند فقط تظاهر به خوبی می‌کنند. از نگاه زگزیسکی، یادگیری فضیلت مثل یادگیری زبان مادری است: بچه‌ها با دیدن و تقلید از بزرگترهای واقعی، آرام‌آرام خوبی را یاد می‌گیرند. اما امروز، این "بزرگترهای واقعی" جای خود را به اینفلوئنسرهایی داده‌اند که بیشتر شبیه بازیگران یک نمایش هستند تا آدم‌های اصیل. این مثل آن است که بخواهیم زبان فارسی را از کسی یاد بگیریم که خودش فقط تظاهر به فارسی‌دانستن می‌کند! طبیعی است که نتیجه، فارسی شکسته و ناقص خواهد بود. همین اتفاق برای اخلاق در حال رخ دادن است، نوجوانان به جای یادگیری فضیلت‌های واقعی، در حال تقلید از "تظاهر به فضیلت" هستند. مسئله عمیق‌تر این است که فضای مجازی، "احساس تحسین" ما را هم تغییر داده. قبلاً وقتی کسی را تحسین می‌کردیم، به خاطر مهربانی یا شجاعت واقعی‌اش بود. اما امروز ممکن است کسی را فقط به خاطر تعداد لایک‌هایش تحسین کنیم، بدون اینکه واقعاً بدانیم چه کسی است. این یعنی سیستم اخلاقی ما دارد خراب می‌شود، مثل کامپیوتری که ویروس گرفته باشد.

فضای مجازی نه تنها یک ابزار ارتباطی، بلکه یک جهان موازی است که در آن مفاهیم اخلاقی در حال بازتعریف شدن هستند. همچنین این پژوهش نشان داد که نوجوانان امروز در میانه یک انقلاب اخلاقی بی‌سابقه قرار گرفته‌اند - جایی که الگوهای سنتی جای خود را به سلبریتی‌های دیجیتال داده‌اند، تحسین از عمق به سطح تنزل یافته است. در این آشفتگی دیجیتال، نظریه زگزیسکی همچون چراغی راهنما عمل می‌کند و به ما یادآوری می‌کند که اخلاق حتی در جهان جدید نیز ریشه در همان فرآیندهای انسانی دارد، تحسین الگوهای فاضل، تأمل در انگیزه‌ها، و درونی‌سازی فضیلت‌ها. اما داده‌های ما حکایت از آن دارد که این فرآیندها در فضای مجازی دچار دگردیسی شده‌اند. تحسین که زمانی عمیق و متأملانه بود، اکنون به یک کلیک تقلیل یافته است. الگوها که پیشتر استوار و باثبات بودند، امروز سیال و گذرا شده‌اند. عاملیت اخلاقی که محصول اراده آزاد بود، اکنون تحت تأثیر طراحی هوشمند پلتفرم‌ها قرار گرفته است. در این میان، آنچه بیش از همه نگران‌کننده است، نه خود فناوری، بلکه غفلت ما از

طراحی اخلاقی فناوری است. پلتفرم‌هایی که برای حداکثر تعامل طراحی شده‌اند، ناخواسته به آزمایشگاه‌های ضد اخلاق تبدیل شده‌اند - جایی که هیجان بر تأمل، شهرت بر فضیلت، و سرعت بر عمق پیروز می‌شود. اما یافته‌های این پژوهش همچنین حامل امید است. همان‌گونه که نوجوانان شرکت‌کننده در این مطالعه نشان دادند، میل به معنا و حقیقت حتی در جهان دیجیتال نیز زنده است. بسیاری از آن‌ها به شکلی شهودی دریافته‌اند که لایک‌ها جایگزین مناسبی برای تحسین واقعی نیستند، و دنبال کردن یک اینفلوئنسر نمی‌تواند جایگزین دوستی با یک انسان فاضل شود. راه پیش رو نه طرد فناوری، بلکه انسان‌سازی آن است. ما نیازمند طراحی مجدد فضاهای دیجیتال هستیم - نه به عنوان ماشین‌های جلب توجه، بلکه به عنوان باغ‌هایی برای پرورش فضیلت. این کار مستلزم همکاری فیلسوفان، طراحان فناوری، مربیان و خود نوجوانان است. باید مکانیسم‌هایی ایجاد کنیم که تأمل را تشویق کنند، الگوهای اصیل را برجسته سازند، و عواطف انسانی را تقویت نمایند. شاید بزرگ‌ترین درس این پژوهش آن باشد که اخلاق دیجیتال نه یک انتخاب، بلکه یک ضرورت انسانی است. در جهانی که فناوری هر روز بخش بزرگ‌تری از زندگی ما را در بر می‌گیرد، یا باید یاد بگیریم که چگونه انسانیت را در آن حفظ کنیم، یا خطر از دست دادن بخشی از انسانیت خود را بپذیریم، انتخاب با ماست.

همچنین این پژوهش نشان داد که اخلاق در فضای مجازی نه ذاتی، بلکه محصول تعامل نوجوان با الگوها، عواطف و بستر اجتماعی است. بحران اخلاقی نوجوانان در فضای مجازی ناشی از فقدان الگوهای فاضل قابل تحسین و ضعف در فرآیند تأمل اخلاقی است. برای بهبود این وضعیت، باید سازوکارهایی طراحی شود که تحسین فضیلت‌ها و ارتقای عاملیت اخلاقی نوجوانان را در محیط دیجیتال تسهیل کند.

فهرست منابع

۱. اولز، یلدا (۱۴۰۰). *مادران رسانه‌ای پدران دیجیتال*، انتشارات اگر، تهران.
۲. فصیح رادمندی، منصوره (۱۳۹۸). ملاحظات اخلاقی و حقوقی در مواجهه نوجوانان با پورنوگرافی در فضای مجازی، *مجله اخلاق زیستی*، دوره ۹، شماره ۳۴: ۸۳-۹۳.
۳. انصاری پور، آریا و فرمانی، خسرو (۱۳۹۸). *فضای مجازی و رابطه آن با جرایم جوانان و نوجوانان در ایران*، ششمین همایش ملی شکوهی، صفورا؛ اصغر زاده طالبی، پریسا (۱۳۹۶). تأثیر فضای مجازی بر تربیت دینی کودکان، *مجله بین‌المللی زندگی ناب*، دوره ۱۵، شماره ۱۶: ۱۰-۲۳.
۵. باقری، مسعود، معظمی، شهلا، علی نژاد، آذر، منصوری، سیدمهدی (۱۴۰۲). راهکارهای برون رفت از آسیب‌های سلطه فضای مجازی بر کودکان و نوجوانان، *دستاوردهای نوین در حقوق عمومی*، دوره ۲، شماره ۷: ۳۸-۵۴.
۶. مهدیانی، محمدرضا (۱۴۰۰). جایگاه اخلاق در فضای مجازی، *مجله پژوهش و مطالعات علوم اسلامی*، سال سوم، شماره ۳۰: ۳۹-۵۱.
۷. کیخا، بتول (۱۳۹۹). تربیت اخلاقی در فضای مجازی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه الزهراء)، *اندیشه‌های نوین تربیتی*، دوره ۱۶، شماره ۱: ۲۴۱-۲۷۲.
۸. نقدی پور، سبحان، اسلامی باباحیدری، فرزانه (۱۴۰۱). بررسی و تحلیل اصول عام اخلاقی فضای مجازی از منظر اخلاق اسلامی، *مطالعات اخلاق کاربردی*، سال ۱۳، شماره ۱: ۱۶۳-۱۹۶.
۹. عالی، مرضیه، رمضان‌یان فهندری، هادی (۱۴۰۳). *جستاری در پژوهش کیفی (کاربست روش‌های پژوهش کیفی)*، جهاد دانشگاهی: تهران.
۱۰. دلاور، علی (۱۳۹۹). *روش تحقیق در روان‌شناسی و علوم تربیتی*، انتشارات ویرایش: تهران.
۱۱. باتلی، هتر (۱۴۰۰). *فضیلت*، ترجمه امیرحسین خداپرست، کرگردن: تهران.
۱۲. زگزبسکی، لیندا (۱۴۰۲). *فضایل ذهن*، ترجمه امیرحسین خداپرست، تهران: کرگردن.
۱۳. زگزبسکی، لیندا (۱۴۰۱). *الگوگرایی در اخلاق*، ترجمه امیرحسین خداپرست، تهران: کرگردن.
۱۴. زگزبسکی، لیندا؛ پویمن، لوئیس (۱۳۹۲). *نظریه فضیلت*، ترجمه: داوود قرجالو، *مجله ماه فلسفه*، شماره ۱۹۶.

15. Zagzebski, L. (2025). Exemplarist Moral Theory: Recent Developments and Replies to Objections, *The Journal of Value Inquiry*, <https://doi.org/10.1007/s10790-025-10037-w>

16. Zagzebski, L. (2023). Virtue Ethics, *Think*, Vol 22, No 63, 15–21.

17. Zagzebski, L. (2020). *Epistemic Values*, Oxford University Press

18. Zagzebski, L. (2013). *Moral exemplars in theory and practice*, Theory

- and Research in Education, 11(2) 193–206.
19. Zagzebski, L. (2010). EXEMPLARIST VIRTUE THEORY, *METAPHILOSOPHY*, Vol. 41, Nos. 1–2.
20. Zagzebski, L. (2007). *Philosophy of Religion: An Historical Introduction*, Blackwell Publishing.
21. Pek, T., Yermolayeva, Y., & Calvert, S.L. (2017). social networking experiences, *Journal of Applied. Developmental Psychology*,. 25(2): p.124-139.
22. Harrison, T., Loca, D. (2022). Where's the character education in online higher education? Constructivism, virtue ethics and roles of online educators, *E-Learning and Digital Media*, Vol. 19(6) 555–573.
23. Winckler, E. (2024). Moral Exemplarity: The Trouble with Linda Zagzebski's Semantic Theory of Exemplarity, *Journal of Religious Ethics*, Volume 52, Issue 2, Pages 162-188.
24. D'Olimpio, L. (2016). Trust as a virtue in education, *Educational Philosophy and Theory*, Special Issue 'Trust and Schooling' Ed. Bruce Haynes, <http://dx.doi.org/10.1080/00131857.2016.1194737>.
25. David, C., James, A., Kristján, K. (2017). *Varieties of Virtue Ethics*, Palgrave Macmillan UK