

«رسانه» ابزاری برای دسته‌بندی نسل‌ها در ایران^۱

فروزنده جعفرزاده‌پور*

چکیده

عوامل متفاوتی ابژه‌های یک نسل را ساخته است و می‌توان از چنین شاخص‌هایی برای بررسی تغییرات و بروز تمایز در بین نسل‌ها بهره برد. مطالعات در حوزه نسل‌ها را می‌توان به دو دسته کلان تقسیم کرد: مطالعاتی که به ترسیم ویژگی‌های یک نسل و یا نسل‌های گوناگون پرداخته‌اند و در پی تفسیر علل تفاوت کنش‌های اجتماعی در نسل‌های گوناگون بوده‌اند و دسته دیگر از بررسی‌ها که به مطالعه وضعیت روابط بین نسل‌ها همت گمارده و تلاش کرده‌اند الگوهایی را برای این وضعیت مطرح و عوامل مؤثر در ایجاد اشکال گوناگون روابط بین نسل‌ها را تفسیر کنند. اغلب دسته‌بندی‌های این حوزه در ایران متعلق به گروه نخست است. باتوجه به سرعت تغییرات حوزه‌های گوناگون در دهه گذشته و به‌ویژه تحول در این حوزه، لازم است در دسته‌بندی‌های پیشین نسلی در کشور بازنگری و مدل جدیدی باتوجه به اوضاع جامعه ارائه شود. این مقاله تلاش دارد، ضمن بررسی مدل‌های پیشین داخلی و خارجی، با در نظر گرفتن تغییرات جمعیتی در کشور و نیز رخداد تحولات ارتباطی و رسانه غالب هر نسل مدلی را پیش‌نهاد کند.

کلیدواژه‌ها: نسل، دسته‌بندی نسل‌ها، رسانه، نسل‌ها در ایران، مدل نسلی.

۱. مقدمه و بیان مسئله

قرن بیستم، به‌ویژه ربع آخر آن، برهه‌ای از حیات بشر است که طی آن تغییرات بسیار سریع و بی‌سابقه‌ای در زندگی انسان امروز رقم خورده و در نتیجه این تحولات جنبه‌های گوناگونی از جامعه انسانی تحت تأثیر قرار گرفته است. تغییرات اجتماعی و فرهنگی در

* استادیار گروه جوانان و مناسبات نسلی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی، جهاد دانشگاهی،
jafarzade@acecr.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۰۲/۱۲، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۰۵/۱۴

مقیاس و حوزه‌های متنوع موضوعی است که همواره مورد توجه جامعه‌شناسان بوده است. بدون شک جوامع بشری با توجه به نیازها، مقتضیات زمان و مکان، و پیشرفت‌های فناورانه و ارتباطی دست‌خوش تحولات اجتماعی و فرهنگی شده‌اند. با تغییر اوضاع فرهنگی، ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی در حکم یکی از اصلی‌ترین عناصر فرهنگی تغییر می‌کنند و بستر را برای ایجاد دگرگونی فراهم می‌آورند (میری آشتیانی، ۱۳۸۷: ۳۱۹). تغییر در سبک زندگی، تعاملات درون کوچک‌ترین واحد اجتماع یعنی خانواده، و شیوه زیست اجتماعی در فرایند جامعه‌پذیری انسان‌ها اثرگذار بوده است و در نتیجه ابزارها و بسترهای متنوعی را برای این مهم در جوامع گوناگون انسانی در جهان شاهدیم.

تغییرات مذکور در نسل‌های گوناگون حاضر در سپهر اجتماعی تأثیرات گوناگونی برجای گذارده است. به همین علت، به منظور شناخت هرچه بهتر پیامدهای این تحولات در رفتار و نگرش‌های اعضای یک جامعه، لازم است که نسل‌ها به تفکیک مطالعه شوند، اما منظور از «نسل» چیست و چه ویژگی‌هایی می‌توان برای آن مطرح کرد. بالاس معتقد است نسل عبارت است از مجموعه‌ای از انسان‌ها که در ابژه‌های نسلی با یک‌دیگر سهیم شده‌اند؛ یعنی کسانی که از ابژه‌های معینی برخوردار شده، آن ابژه‌ها را به خوبی درک کرده‌اند، و در نتیجه اکنون به‌آهستگی بینشی درباره واقعیت اجتماعی برای خود فراهم می‌آورند. ابژه‌های نسلی بحث محوری بالاس در تعریف نسل به‌شمار می‌روند؛ وی ابژه‌های نسلی را زیرمجموعه ابژه‌های فرهنگی می‌داند و ابژه‌های نسلی را پدیده‌هایی می‌داند که برای ایجاد حس هویت نسلی به‌کار می‌روند. این ابژه‌ها را چه‌بسا نسل‌های قبلی نیز استفاده کرده باشند، اما برای آنان حکم چهارچوب شکل‌دهنده یک نسل را نداشته‌اند؛ حال آن‌که، برای کودکانی که بعدها در سنین جوانی با تجربه کردن این ابژه‌ها به‌نحوی ناخودآگاه احساس هم‌بستگی نسلی می‌کنند چنین حکمی را دارند (بالاس، ۱۳۸۰: ۲۸). در تعریفی دیگر از ابژه نسلی می‌گوید: ابژه نسلی عبارت است از شخص، مکان، شیء، یا رویدادی که از نظر فرد مبین نسل اوست و به‌یادآوردنش احساسی از نسل خود او را در ذهنش زنده می‌کند (بالاس، ۱۳۸۰ به‌نقل از آزادارمکی و غفاری، ۱۳۸۳). در کنار ابژه‌های نسلی، رخداد تحولات گوناگون اجتماعی و فرهنگی موجب تفاوت در کنش‌های اجتماعی و نگرش‌های نسلی می‌شود که در فواصل گوناگون زمانی در یک جامعه پا به عرصه حیات و زندگی می‌گذارند. براین‌مبنا وضعیت اجتماعی - اقتصادی، به‌هم‌راه سایر متغیرهای اثرگذار در هویت‌یابی یک نسل، تأثیرات شگرفی در یک جامعه دارد و می‌توان از چنین شاخص‌هایی برای بررسی و تعیین تغییرات در بین نسل‌ها و کنش‌گری آن‌ها در عرصه‌های اجتماعی بهره برد.

مطالعات در حوزه نسل‌ها را می‌توان به دو دسته کلان تقسیم کرد: مطالعاتی که به ترسیم ویژگی‌های یک نسل و یا نسل‌های گوناگون پرداخته‌اند و در پی تفسیر علل تفاوت کنش‌های اجتماعی در نسل‌های گوناگون بوده‌اند (Nazareth, 2006; Aarnio, 1997؛ منادی، ۱۳۸۶) و دسته دیگر از بررسی‌ها به مطالعه وضعیت روابط بین نسل‌ها همت گمارده و تلاش کرده‌اند الگوهایی را برای این وضعیت مطرح و عوامل مؤثر در ایجاد اشکال گوناگون روابط بین نسل‌ها را تفسیر کنند (ذکایی و فتحی‌نیا، ۱۳۹۲؛ آزادارمکی، ۱۳۸۶؛ چیت‌ساز قمی، ۱۳۸۶).

پژوهش در حوزه نسل و مطالعات بین‌نسلی در دهه ۱۹۷۰ در جهان آغاز شد و در دهه ۱۹۸۰ در جایگاه یکی از موضوعات علمی به تدریج اقبال بیش‌تری یافت و تحقیقات گسترده‌ای را به‌هم‌راه داشت (Newman, 2006). نخستین تلاش‌ها برای ارائه دسته‌بندی نسل‌ها را استراوس و هاو در سال ۱۹۹۱ برای کشورهای اروپایی انجام دادند. آن‌ها نسل‌های حاضر در عرصه اجتماع را به چهار گروه دسته‌بندی و توضیحاتی را درباره ویژگی‌ها و ابژه‌های نسلی هر گروه مطرح و هم‌چنین رسانه مورد استفاده در دوران جامعه‌پذیری هر نسل را معرفی کردند. استراوس و هاو در کتاب خود، با عنوان *نسل‌ها*، نسل‌ها را در جامعه اروپایی به چهار نسل سازگار (adaptive)، آرمان‌گرا (idealist)، واکنش‌گرا (reactive)، و مدنی (civic) تقسیم‌بندی و نسبت هرکدام از نسل‌ها را با رسانه دردسترس در آن دوره‌ها تحلیل کرده‌اند. نسل سازگار اعضای نسلی‌اند که دوران جامعه‌پذیری آنان به سال‌های پیش از ۱۹۴۲ بازمی‌گردد؛ کسانی که تجربه جنگ‌های جهانی و مبارزه در آن‌ها را داشته‌اند. نسل آرمان‌گرا یا نسل افزایش سریع جمعیت (baby boomer) کسانی‌اند که دوران جامعه‌پذیری و تولد آنان به سال‌های ۱۹۴۳-۱۹۶۰ بازمی‌گردد. نسل واکنش‌گرا یا نسل گم‌شده (generation X) کسانی‌اند که در سال‌های پس از ۱۹۶۱-۱۹۸۱ پا به عرصه عمل اجتماعی گذاشته‌اند. در دسته‌بندی استراوس و هاو سومین نسل، نسل عصر طلایی (generation Y) یا نسل مدنی است که در بین سال‌های ۱۹۸۲-۲۰۰۰ پا به عرصه حیات اجتماعی گذارده‌اند. ابژه مشخص نسلی در این دسته تجربه واقعه ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ است. آخرین دسته شناسایی شده استراوس و هاو «نسل بعدی» (generation post) است که از ۲۰۰۱ به بعد وارد عرصه اجتماع شدند.

در کشور ما نیز آزادارمکی و غفاری (۱۳۸۳) و سپس چیت‌ساز قمی (۱۳۸۶) و تاحدی کوثری (۱۳۸۷) نسل‌های ایرانی را، با توجه به ابژه‌های نسلی، دسته‌بندی کرده‌اند. در اغلب این دسته‌بندی‌ها نسل‌های حاضر در عرصه اجتماع به سه گروه، به تفکیک دوره زندگی و

ابژه نسلی، تقسیم‌بندی شده‌اند. معیارهای متفاوتی برای تقسیم‌بندی به کار برده شده است؛ برخی نسل جوان (نسل سوم) را در گروه سنی ۱۵-۲۴ سال دسته‌بندی کرده (آزادارمکی و غفاری، ۱۳۸۳) و بعضی افراد تا ۲۹ سال را در این گروه آورده‌اند (اسماعیلی، ۱۳۸۱)؛ کسانی بدون تأکید بر سن از این نسل با عنوان نسل فرزندان یاد کرده‌اند (آزادارمکی، ۱۳۷۹). به‌باور برخی از محققان، می‌توان با مبنا قرار دادن انقلاب اسلامی سه نسل را از یک‌دیگر تفکیک کرد. نخست، نسلی که فرایند جامعه‌پذیری آنان به سال‌های پیش از انقلاب و حدود دهه‌های ۲۰ و ۳۰ بازمی‌گردد «نسل قبل از انقلاب» نامیده می‌شوند (در بسیاری از مطالعات این نسل سال‌مندان نامیده شده است) که تجارب مشترکی چون کودتای ۲۸ مرداد، دولت ملی مصدق، قیام پانزده خرداد، و ... را پشت‌سر گذاشته‌اند (آزادارمکی و غفاری، ۱۳۸۳؛ چیت‌ساز قمی، ۱۳۸۶). نسل بعدی، نسلی که فرایند جامعه‌پذیری آنان به دهه‌های ۴۰ و ۵۰ بازمی‌گردد، با عنوان «نسل انقلاب و جنگ» نام‌گذاری شده است و تجربه انقلاب اسلامی و جنگ تحمیلی از مهم‌ترین تجارب تاریخی این نسل محسوب می‌شود (در مطالعات از این نسل با عنوان میان‌سالان نام برده شده است). درنهایت «نسل سومی‌ها» که فرایند جامعه‌پذیری آنان به سال‌های بعد از انقلاب اسلامی بازمی‌گردد و تجارب مشترک خاص خود را دارند. متولدان دهه ۶۰ و با اندکی تسامح دهه ۷۰، که در این سال‌ها نیز دوران جامعه‌پذیری خویش را طی کرده‌اند، در این گروه دسته‌بندی می‌شوند (در مطالعات از آنان با عنوان «نسل جوان» یاد شده است)؛ هم‌چنین برخی از محققان دسته‌بندی‌هایی برای نسل‌های پس از انقلاب نیز ارائه داده‌اند (کوثری، ۱۳۸۷؛ کاظمی‌پور، ۱۳۸۷).

اگرچه در اغلب دسته‌بندی‌های ایرانی توضیحاتی درباره ویژگی‌ها و ابژه‌های نسلی ارائه شده است، ولی ارتباطی بین این ویژگی‌ها و رسانه‌های مورد استفاده در دوران هویت‌یابی به تفکیک نسل مطرح نمی‌شود. باتوجه به سرعت تغییرات حوزه‌های گوناگون در دهه گذشته و به‌ویژه تحول در حوزه رسانه و تسریع و تسهیل تعاملات انسانی از یک سو و ورود نسل‌های جدید به عرصه کنش اجتماعی در کشور از سوی دیگر، لازم است در دسته‌بندی‌های پیشین نسلی در کشور بازنگری شود. بنابراین به نظر می‌رسد، در کنار ابژه‌های نسلی و تجربیات منحصر به فرد هر نسل در دوران هویت‌یابی، می‌توان از ابزارهای دیگری برای دسته‌بندی نسل‌ها کمک گرفت. مسئله اصلی مقاله حاضر، ضمن تأکید بر ابژه‌های نسلی هر نسل، شناسایی رسانه‌های مرتبط و پیش‌نهاد مدلی برای دسته‌بندی نسل‌ها در ایران باتوجه به رسانه دوران هویت‌یابی آنان است. بی‌تردید فرایند جامعه‌پذیری طی

حیات انسان در حال وقوع است، ولی به نظر می‌رسد که تجربیات دوران هویت‌یابی (نوجوانی و جوانی) در نگرش‌ها و رفتارهای نسل‌ها تأثیرات پایدارتری دارد. این مقاله تلاش دارد با الهام از دسته‌بندی استراوس و هاو، ضمن بررسی مدل‌های پیشین داخلی و خارجی و در نظر گرفتن تغییرات جمعیتی در کشور و نیز رخداد تحولات ارتباطی (تغییر در سرعت انتقال پیام‌ها از یک سو و حرکت به سوی رسانه‌های تعاملی در ایران و جهان با تأثیرات بلامنازع در جامعه‌پذیری و هویت‌یابی نسل جوان از سوی دیگر) و با تأکید بر ابژه‌های نسلی نسل‌های حاضر در سپهر اجتماعی، مدلی را پیش‌نهاد کند.

۲. پیشینه تحقیق

«نسل» به‌عنوان یک واقعیت، شامل افرادی است که در فضای تاریخی و فرهنگی مشترک متولد شده‌اند، با معاصرانشان مرتبط و به‌لحاظ تاریخی هم‌دوره‌ای هستند» (مانهایم، ۱۹۵۲ به‌نقل از جهانبخش، ۱۳۹۱). محققان از شاخص‌هایی برای دسته‌بندی نسل‌ها استفاده کرده‌اند. طالبان و رفیعی بهابادی (۱۳۸۹) در مطالعه‌ی خویش از «دین‌داری» به‌منزله‌ی شاخصی برای دسته‌بندی بین نسل‌ها استفاده کرده‌اند. یافته‌های آنان نشان می‌دهد که در سال ۱۳۸۸ دین‌داری گروه سنی ۵۰ساله و بیش‌تر، یعنی جوانان اول انقلاب، از گروه سنی جوانان بیش‌تر بوده است. ساعی و همکاران (۱۳۹۳) «رسانه» را ابزاری معرفی می‌کنند که بین نسل‌ها تمایز و افتراق ایجاد می‌کند و بر این باورند که رسانه‌ها در دوران کنونی بخشی جدایی‌ناپذیر از زندگی مردم شده‌اند. مردم طی شبانه‌روز از محتواهای اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، آموزشی، و سرگرمی رسانه‌ها استفاده می‌کنند. نسل کنونی جامعه از ابتدای حیاتش با رسانه‌ها بزرگ می‌شود و در دنیای اطلاعاتی و ارتباطی امروز این نسل بخش عظیم فرهنگ، ارزش‌ها، و هنجارهای جامعه خود و دیگر جوامع را از رسانه‌ها دریافت می‌کند. به‌عبارتی در دوران معاصر، که به عصر اطلاعات و جامعه‌ی اطلاعاتی و ارتباطی معروف است، بخش عظیمی از جامعه‌پذیری نسل‌ها از طریق رسانه‌ها انجام می‌شود و نفوذ و تأثیر رسانه تا جایی است که برخی از نظریه‌پردازان ارتباطی بر این باورند که رسانه‌ها اولویت ذهنی و حتی رفتاری ما را تعیین می‌کنند و اگر چگونه فکر کردن را به ما یاد ندهند، به چه چیزی فکر کردن را به ما می‌آموزند.

ملاک‌های دیگری نیز در برخی از مطالعات برای تفکیک بین نسل‌ها به‌کار رفته است. جهانبخش و ساروخانی (۱۳۸۷) «همسرگزینی و تفاوت معیارهای جوانان و والدین» را شاخصی برای تمایز بین دو نسل معرفی کرده‌اند. آنان معتقدند:

روند تحولات در ارزش‌ها، رسوم، و الگوهای رفتاری به‌قدری سریع است که آن را در فاصله بین دو نسل (نسل والدین و نسل فرزندان) می‌توان تشخیص داد. فرزندان تأثیر بیش‌تری از قالب‌های دنیای مدرن می‌پذیرند و در انتخاب همسر معیارهای دنیای متمدن را بیش از الگوهای ارزشی والدینشان در نظر می‌گیرند (جهانبخش و ساروخانی، ۱۳۸۷: ۶۵)؛

گرچه یافته‌های مطالعه آنان نشان داد که: «والدین در ایران، هنوز نقش تعیین‌کننده‌ای در مشاوره با فرزندان‌شان در انتخاب همسر دارند و در برخی مواقع الگوی ارزشی‌شان متفاوت با فرزندان است که موجب چالش بین معیارهای والدین و فرزندان می‌شود» (همان).
گرچه آزادارمکی و غفاری (۱۳۸۳) دسته‌بندی مشخصی از نسل‌های حاضر در عرصه اجتماع ارائه نمی‌دهند و بیش‌تر به تعاملات بین نسل‌ها در جامعه ایران توجه دارند، ولی برای تفکیک نسل‌ها ملاک‌هایی را مطرح می‌کنند:

برای تبیین تفاوت نسلی، با داشتن این فرض که بین نسل‌های مختلف در جامعه موردبررسی تفاوت وجود دارد، تفاوت‌های ارزشی، حضور و مشارکت زنان، نوگرا بودن، فردگرایی، مرجع‌ها، غرور ملی، نگاه به خانواده، و گرایش به دین به‌عنوان ملاک‌های شناسایی این تفاوت موردتوجه قرار گرفته‌اند (آزادارمکی و غفاری، ۱۳۸۳: ۷۲).

چیت‌ساز قمی (۱۳۸۶) در مقاله‌ای به ارائه مؤلفه‌هایی برای تفکیک نسل‌ها از یک‌دیگر اهتمام ورزیده است؛ وی فرایند جامعه‌پذیری (دوره زمانی) و نیز تجارب نسلی را به‌منزله ملاک این دسته‌بندی به‌کار برده و نسل‌های حاضر در عرصه اجتماع را به سه دسته نسل قبل از انقلاب، نسل انقلاب و جنگ، و نسل سومی‌ها تقسیم کرده است. جدول زیر ملاک‌های تمایز نسل‌های فعال در عرصه اجتماع در حال حاضر را نشان می‌دهد (چیت‌ساز قمی، ۱۳۸۶: ۹۲).

جدول ۱. مؤلفه‌های تفکیک نسل‌ها از یک‌دیگر

نسل‌ها مقوله‌ها	نسل سومی‌ها	نسل انقلاب و جنگ	نسل قبل از انقلاب
سن	۲۹-۱۵	۵۴-۳۰	۵۵سال و بیش‌تر
فرایند جامعه‌پذیری	دهه‌های ۶۰ و ۷۰	دهه‌های ۴۰ و ۵۰	دهه‌های ۲۰ و ۳۰
	دوران انقلاب اسلامی	دوران حاکمیت طاغوت و دوران انقلاب اسلامی	دوران حاکمیت طاغوت

تجارب نسلی (مختص هر نسل)	فرایند متفاوت جامعه‌پذیری بعد از انقلاب	اداره جنگ تحمیلی	- کودتای ۲۸ مرداد - شکست دولت مصدق - قیام پانزده خرداد
-----------------------------	--	------------------	--

منبع: چیت‌ساز قمی، ۱۳۸۶

البته بایستی توجه کرد که در تقسیم‌بندی‌ای دقیق‌تر می‌توان هر نسل را به دو دسته تقسیم کرد. نسل قبل از انقلاب را می‌توان به دو دسته نسل دوران کودتای ۲۸ مرداد و قیام پانزده خرداد و نسل هم‌راه نسل انقلاب و جنگ تقسیم کرد. نسل انقلاب و جنگ را نیز می‌توان به دو دسته نسل انقلاب و نسل جنگ تقسیم‌بندی کرد و نسل سوم‌ها را نیز می‌توان به دو دسته نسل دارای خاطرات مؤثر از جنگ و نسلی که هیچ خاطره‌ای از جنگ ندارد تقسیم کرد (همان: ۹۴).

کوثری (۱۳۸۷) از دیگر محققانی است که برای دسته‌بندی نسل‌ها همت گمارده است. وی تلاش کرده است دسته‌بندی نسل‌ها را در کشور با دسته‌بندی‌های جهانی منطبق کند.

نسل سختی (۱۳۲۰-۱۳۲۴)، نسل انتقالی / نسل داغ (۱۳۴۰-۱۳۴۴)، نسل رفاه نسبی / نسل به‌ارث‌رسیده (۱۳۵۰-۱۳۵۴)، نسل اول انقلاب (۱۳۶۰-۱۳۶۴)، نسل دوم انقلاب (۱۳۷۰-۱۳۷۴)، و نسل سوم انقلاب (۱۳۷۵-۱۳۷۹) (کوثری، ۱۳۸۷: ۷۴).

وی با تأکید بر درک جامعه‌شناختی از تحول جوانان در ۵۰ سال اخیر این دسته‌بندی را انجام داده و بر این باور است که فرهنگ جوانان در ایران بیش‌تر با نسل انتقالی مرتبط است. در توضیح بیش‌تر درباره این دسته‌بندی آورده است: نسل سختی (۱۳۲۰-۱۳۲۴) از نظر سیاسی در دوران سکوت و فشار سیاسی و از نظر اقتصادی در دوران پس از نوسازی اولیه ایران (حکومت پهلوی دوم) به دنیا آمده و بزرگ شده است. نسل انتقالی / نسل داغ (۱۳۴۰-۱۳۴۴) در دوران رفاه اقتصادی ایران به دنیا آمده است، اما در انقلابی که نسل قبل تدارک دیده بود شرکت جست و اولین نسل جبهه‌های جنگ را تشکیل داد (همان: ۷۴-۷۵). نسل به‌ارث‌رسیده (۱۳۵۰-۱۳۵۴) در فضای رفاه پهلوی به دنیا آمد و دوران خردسالی خود را سپری و در اول نوجوانی انقلاب را تجربه کرد. این نسل، که به خوبی دوقطبی شدن فرهنگ را می‌توان در میان آنان مشاهده کرد، دو سنخ از جوانان‌اند که می‌توان آنان را «جوانان بسیجی» و «جوانان جهانی» نامید (همان: ۷۶). نسل بعدی نسل اول انقلاب (۱۳۶۰-۱۳۶۴) است که دقیقاً پس از انقلاب به دنیا آمده است و نسلی کاملاً خودی محسوب می‌شود. این نسل سه مرحله مهم در زندگی را از سر گذرانده که تناقضاتی را در

او پدید آورده است. در دوره اول، در نهادهای آموزشی و تربیتی انقلاب بزرگ شده و بنابراین با ارزش‌های انقلابی و دینی کاملاً آشناست، اما در دوره دوم، زندگی او (نوجوانی‌اش) در دوران بازسازی اقتصادی و گشودگی فضای فرهنگی سپری می‌شود؛ به علت رفاه نسبی خانوار امکان توجه بیش‌تر والدین به خواسته‌های آنان بیش‌تر می‌شود، سرمایه‌گذاری بیش‌تری برای آنان می‌شود و اولین زمینه‌های ظهور والدین هلیکوپتری به وجود می‌آید.

نسل دوم (۱۳۷۰-۱۳۷۴) نسلی است که پس از پایان جنگ و در دوران نوسازی اقتصادی به دنیا آمده و تجربه‌ای سیاسی را از سر گذرانده است. به عبارتی نسل چت، وبلاگ، موبایل، و سایر فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی در ایران به‌شمار می‌رود. نسل سوم (۱۳۷۵-۱۳۷۹) نسل بازی‌های ویدئویی و رایانه‌ای است. برای این نسل حتی از نسل دوم هم سرمایه‌گذاری آموزشی بیش‌تری انجام می‌گیرد. «فرزندسالاری» در این نسل هم به چشم می‌خورد^۲ (همان: ۷۶-۷۷).

۳. تقسیم‌بندی نسل‌ها در جهان

استراوس و هاو (Strauss and Howe, 1991) از جمله مهم‌ترین نظریه‌پردازانی‌اند که به دسته‌بندی نسل‌ها در جهان همت گمارده‌اند. آنان در نخستین کتاب خویش با عنوان *نسل‌ها* (Generation, 1991) نسل‌های گوناگون حاضر در جامعه آمریکا را بررسی کرده‌اند. سپس در کتاب *عطف چهارم* (*The Fourth Turning*) تئوری خویش درباره نسل‌ها را با تأکید بر «دوره زندگی» بسط و گسترش داده‌اند. دسته‌بندی آنان از نسل‌ها در کشورهای اروپایی و آمریکایی به کار رفته است و تمامی محققان در مطالعات خویش به این تقسیم‌بندی وفادارند. به طوری که نسل‌های مؤخر بدین ترتیب مطرح شده‌اند:

۱. نسل دوران افزایش زادوولد: فرزندان مبارزان جنگ جهانی اول را دربرمی‌گیرد که والدینشان پس از خاتمه جنگ اقدام به تشکیل خانواده و افزایش زادوولد کردند. این افراد با عنوان baby boomer (1943-1960) شناخته می‌شوند؛

۲. نسل گم‌شده: نسلی که در دوران توسعه رسانه‌ها به رشد و بلوغ رسیده و ویژگی‌های شخصیتی هم‌چون نیاز به استقلال در تصمیم‌گیری، پذیرش تغییر مداوم، و یافتن ارزش در تفاوت‌ها را داراست. این افراد با عنوان generation X (1961-1981) شناخته می‌شوند؛

۳. نسل دوران طلایی: ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ به نوعی آغاز نسل عصر طلایی را برجسته می‌کند. این نسل از ۱۹۸۲ شروع می‌شود که اعضای آن در سال ۲۰۰۰ به بلوغ رسیدند. افراد این نسل با عنوان generation Y/ generation of golden era (1982-2000) شناخته می‌شوند؛

۴. نسل بعدی: افرادی که در سال ۲۰۰۱ متولد شده‌اند و هنوز به بلوغ نرسیده‌اند. به این نسل generation post می‌گویند.

استراوس و هاو در سال ۱۹۹۱ در کتاب خود به نام نسل‌ها، نسل‌ها را در جامعه اروپایی به چهار نسل مدنی (civic)، سازگار (adaptive)، آرمان‌گرا (idealist)، و واکنش‌گرا (reactive) تقسیم کرده و نسبت هرکدام از نسل‌ها را با رسانه‌های دسترس در آن دوره‌ها تحلیل کرده‌اند:

جدول ۲. طبقه‌بندی استراوس و هاو از نسل‌های اروپایی

نسل‌ها	رسانه غالب	توصیف شرایط
نسل دوران افزایش زادوولد با عنوان نسل آرمان‌گرا	تلویزیون	متولدان سال‌های ۱۹۴۳-۱۹۶۰ را شامل می‌شود؛ یعنی نسلی که والدین آنان پس از چهار سال مبارزه در جنگ جهانی دوم بازگشتند و تشکیل خانواده دادند و باعث افزایش زادوولد شدند. تلویزیون رسانه غالب برای نسل دوران افزایش زادوولد بود، هرچند رادیو هنوز نقش مهمی را ایفا می‌کرد، همان‌طوری‌که روزنامه‌ها و مجلات نیز نقش مهمی ایفا می‌کردند.
نسل X با عنوان نسل واکنش‌گرا	تلویزیون کابلی، دستگاه ضبط نوار و ویدئویی	این نسل متولدان سال‌های ۱۹۶۱-۱۹۸۱ را شامل می‌شود؛ هرچند تلویزیون کابلی از آغاز ظهور تلویزیون در دسترس بوده و در جوامع دورافتاده به کار می‌رفته است، تلویزیون کابلی گسترش یافت تا کانال‌های متعددی را برای همه خانه‌ها در اواخر دهه ۱۹۷۰، برای نسل X در حال بلوغ، به‌ارمغان آورد. تعاملی که نسل دوران افزایش زادوولد در تلویزیون کابلی به‌دنبال آن بودند در بسیاری از جوامع برای نسل X در حال بلوغ به واقعیتی تبدیل شد. فراتر از آن، تعاملی بودن ویدئو و بعدها بازی‌های رایانه‌ای در این زمان بالا گرفت.
نسل Y یا عصر طلایی با عنوان مدنی	رایانه، بازی‌های ویدئویی، تلویزیون ماهواره‌ای و کابلی	واقعه ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ به نوعی آغاز نسل عصر طلایی را برجسته می‌کند. این نسل از ۱۹۸۲ شروع می‌شود که اعضای آن در سال ۲۰۰۰ به بلوغ رسیده‌اند. بلوغ برای مسن‌ترین اعضای گروه با رویداد ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ برجسته شد. موضوعاتی که نسل عصر طلایی به آن‌ها علاقه‌مندند موضوعاتی‌اند که در زندگی آنان تأثیر می‌گذارند. نسل عصر طلایی دنیا را بدون رایانه‌های شخصی نمی‌شناسد. آنان رسانه‌های تعاملی با رایانه‌ها و بازی‌های ویدئویی به‌همراه برنامه‌های وسیع در تلویزیون ماهواره‌ای و

کابلی دارند. این نسل، حتی خیلی پیش‌تر از نسل Xها، تعامل گرایان رسانه‌ای، با اینترنت به‌منزله فناوری جدید برای آنان، هستند.		
۲۰۰۱ به بعد		نسل بعدی (post)

منبع: استراوس و هاو، ۱۹۹۱

۴. مبانی نظری

دو نظریه را می‌توان درباره نسل‌ها مطرح کرد: نخست نظریه تغییرات ارزشی که اینگلهارت مطرح کرد و دیگری نظریه چرخه زندگی که استراوس و هاو آن را ارائه کردند.

در دهه ۸۰ اینگلهارت این ایده را مطرح می‌کند که در جوامع صنعتی مواجه با نوعی دگرگونی ارزشی هستیم. گرایش نسبت به ارزش‌های فرامادی تقویت گردیده و نسل جدید به ارزش‌های فرامادی اولویت بیش‌تری می‌دهد. در تبیین این دگرگونی ارزشی و نسلی به طراحی دو فرضیه پیش‌بینی‌کننده می‌پردازد که عبارت‌اند از: فرضیه کم‌یابی (scarcity hypothesis) که بنابر آن اولویت‌های فرد بازتاب محیط اجتماعی - اقتصادی اوست؛ و فرضیه اجتماعی شدن (socialization hypothesis) که اصل را بر این قرار می‌دهد که ارزش‌های اساسی فرد به‌شکل گسترده منعکس‌کننده شرایطی است که طی سال‌های قبل از بلوغش فراهم شده است. ... به‌نظر اینگلهارت یکی از مؤلفه‌های دگرگونی ارزشی جای‌گزینی نسلی است. اینگلهارت برای چرخه زندگی تأثیر چندانی قائل نیست و تفاوت‌های پایدار بین گروه‌های نسلی را بازتاب دگرگونی نسلی می‌داند. و نظریه دگرگونی ارزشی که دلالت بر جابه‌جایی اولویت‌های مادی به سمت اولویت‌های غیرمادی دارد را به توسعه اقتصادی جوامع ارتباط می‌دهد تا جایی که برای تأثیر نهادهای فرهنگی در این دگرگونی چندان وزنی قائل نیست. ... اینگلهات دگرگونی حاصل‌شده در جامعه بر مبنای تحولات اقتصادی و اجتماعی را در قالب دگرگونی فرهنگی در چهارچوب سمت‌گیری‌های ارزشی که منجر به تفاوت‌های نسلی می‌شود تعریف می‌کند. در نتیجه دگرگونی‌های فرهنگی مهم به تفاوت در میان نسل‌ها می‌انجامد (آزادارمکی و غفاری، ۱۳۸۳: ۳۳-۳۴).

برخلاف نظر اینگلهارت، استراوس و هاو به نظریه چرخه زندگی اهمیت می‌دهند. آنان از تفاوت‌های بسیار در جهان‌بینی نسل‌های متوالی (نسل بومرها و نسل گم‌شده «X») بسیار متعجب بودند و بر این باورند که تفاوت در تجارب دوران رشد آنان سبب این تفاوت بین نسل‌ها شده است. به‌طور خلاصه استراوس و هاو بر این نکته تأکید

می‌کنند که: میانگین دوره زندگی ۸۰ سال است که از ۴ دوره حدود ۲۰ سال تشکیل می‌شود (کودکی، جوانی، میان‌سالی، و سالمندی). این ایده در بین نسل‌های گوناگون عمومیت دارد: کسانی که در یک دوره زمانی و تاریخی (به دنیا آمده و) بزرگ شده‌اند و به یک گروه سنی مشخص متعلق‌اند عقیده‌ها، نگرش‌ها، ارزش‌ها، و رفتارهای مشابه دارند. تغییرات نسلی، به صورت چرخه‌ای، دوره‌ای از تحول و تغییرناپذیری را موجب می‌شوند. وقتی که یک نسل وارد دوره بعدی زندگی (و یک نقش جدید اجتماعی) می‌شود رفتار و خلیات اجتماع (society's mood and behavior) درباره‌ی وی تغییرات اساسی می‌کند و موجب یک چرخش و دوره جدید می‌شود. بنابراین، رابطه‌ای نمادین بین وقایع تاریخی و افراد در یک نسل وجود دارد. وقایع تاریخی دوران کودکی و نوجوانی جوانی را شکل می‌دهند و افراد در دوره نسلی جدید در نقش‌های والدین و رهبران اجتماع در میان‌سالی و سالمندی تاریخ را شکل می‌دهند و می‌سازند (Strauss and Howe, 1997: 58-62). هریک از چهار دوره نسلی ویژگی‌های خاص خود را دارند که در دوره‌های زمانی متناوب بازتولید می‌شوند. استراوس و هاو این دوره‌ها را «فصول تاریخ» نام‌گذاری کرده‌اند. که در یک سر این طیف بیداری (awakening) قرار دارد که معادل و مشابه تابستان است و در سر دیگر طیف بحران (crisis) قرار دارد که مشابه زمستان است. دوره‌های وسط آن‌ها نیز فصول انتقالی‌اند که می‌توانند مشابه پاییز و تابستان باشند (ibid: 40-41).

۵. مدل دسته‌بندی نسل‌ها در ایران براساس رسانه‌ی شاخص نسلی

طی دهه اخیر سرعت تغییرات اجتماعی و فناوری بسیار افزایش یافته و در نتیجه تحولاتی را در ارزش‌ها و نگرش‌ها و باورهای مردم، سبک زندگی، و تعاملات مردم در جهان و نیز در کشور ما ایران به وجود آورده است. بی‌تردید تغییر در سبک زندگی، گسترش خانواده‌های هسته‌ای، مهاجرت‌های درون‌مرزی و برون‌مرزی، تسهیل و تسریع ارتباطات از طریق رسانه‌های بین‌المللی و ملی و شبکه جهانی اینترنت، و ... باعث شده‌اند تا افق‌های نوینی از جهان به روی نسل‌ها گشوده شود. اکنون دیگر فقط خانواده عامل جامعه‌پذیر کردن فرزندان نیست عوامل دیگری نیز در این فرایند اثرگذارند. توجه به این موضوع از آن جهت حائز اهمیت است که تغییر در منابع هویت‌یابی و جامعه‌پذیری در یک نسل الگوهای جدید رفتاری و ارزشی را در آن ایجاد و نهادینه می‌کند. در نگاهی

کلی می‌توان عوامل مؤثر زیر را در ایجاد و نهادینه کردن الگوهای جدید رفتاری و ارزشی در نسل‌های پس از انقلاب برشمرد:

- پایان یافتن جنگ تحمیلی؛
- اجرای برنامه‌های توسعه؛
- ورود خیل جمعیت جوانان به عرصه عمل اجتماعی؛
- تغییر در سبک زندگی و اهمیت یافتن مصرف و ایجاد تمایز از طریق مصرف؛
- تسریع و تسهیل ارتباطات و ایجاد روش‌ها و بسترهای نوین ارتباطی.

باتوجه به رخداد این تحولات، می‌توان از برخی از این وقایع در حکم ابژه نسلی برای نسل‌هایی که دوران هویت‌یابی را طی می‌کنند یاد کرد. رسانه‌های گوناگون (از جمله رسانه‌های مکتوب، دیداری، شنیداری، و اخیراً رسانه‌های نوین و مجازی)، به‌منزله یکی از عوامل اثرگذار در هویت‌یابی نسل‌ها، نقش مؤثری ایفا می‌کنند. هریک از رسانه‌ها ویژگی‌ها و تأثیرات خاصی در دوران گسترش دارند که این تأثیرات در نسل‌های حاضر در عرصه اجتماع، و به‌ویژه نسل‌هایی که دوران هویت‌یابی خود را طی می‌کنند، قابل‌ملاحظه است. برای نمونه، در بین رسانه‌های دیداری و شنیداری نقش تلویزیون به‌علت انتقال پیام به‌صورت دیداری و شنیداری و سهولت دسترسی آن قابل‌توجه است. هم‌چنین، اگر تلویزیون را یک قصه‌گوی فرهنگی فرض کنیم، برنامه‌هایی که از تلویزیون پخش می‌شوند هم بازتاب‌کننده ارزش‌ها و ایده‌های جامعه‌اند و هم نگرش‌ها و اعتقادات مشاهده‌کنندگان را شکل می‌دهند. بنابراین می‌توان اظهار داشت که برنامه‌ها و تولیدهای رسانه‌های گوناگون حاوی پیام‌ها و معانی‌ای ظاهری و ضمنی درباره اولویت‌های فرهنگی گروه‌های مختلف و رفتارها و ایدئولوژی‌های آنان است. به‌همین ترتیب، چگونگی توصیف و معرفی گروه‌ها و طبقات گوناگون اجتماع در رسانه می‌تواند در تصور افراد از خود و نیز تصور گروه‌های دیگر از آنان مؤثر باشد. درباره تأثیر رسانه گفتنی است که مخاطبان رسانه بر این عقیده‌اند که موضوعاتی که در آن معرفی می‌شوند بازتاب جهان خارج‌اند و آنان اعتقادات خود را براساس اطلاعات ارائه‌شده از رسانه شکل می‌دهند. از آن‌جاکه افراد در دوران جوانی و نوجوانی بیش‌ترین زمان فراغت را برای استفاده از رسانه دارند، به‌نظر می‌رسد که تأثیر رسانه در آنان بیش‌تر است. در کنار وسایل ارتباط جمعی، امروزه رسانه‌های نوین و مجازی پا به عرصه اجتماع گذاشته‌اند؛ این رسانه‌ها

به‌علت تعاملی بودن و مشارکت بیش‌تر کاربر در تولید و نشر محتوا تأثیرات بیش‌تری در مقایسه با سایر رسانه‌ها دارند. به‌نظر می‌رسد که عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی و استفاده از فراغت مجازی اثرگذاری بسیاری در هویت و رفتار کاربران داشته باشد و آنان که در دوران هویت‌یابی از رسانه‌های مشترکی استفاده می‌کنند ساختار ارزشی و رفتاری تقریباً مشابهی داشته باشند.

از آن‌جاکه امروزه رسانه در جایگاه یکی از مهم‌ترین عوامل اثرگذار در جامعه‌پذیری نسل‌ها ایفای نقش می‌کند، به‌نظر می‌رسد که می‌توان دسته‌بندی جدیدی برای نسل‌های ایرانی و به‌خصوص نسل‌های حاضر در عرصه عمل اجتماعی براساس نوع رسانه مورد استفاده مطرح کرد. دسته‌بندی‌های ارائه‌شده پیشین در دهه گذشته فقط بر مبنای ابژه‌های نسلی بوده‌اند و به سایر عواملی که می‌توانند در تمایز بین نسل‌ها مؤثر باشند اهتمام نداشته‌اند. از سوی دیگر، باتوجه به سرعت رخداد تحولات در جامعه امروز و گذشت یک دهه از ارائه مدل‌های پیشین دسته‌بندی نسل‌ها و ورود نسل‌های جدید به عرصه کنش اجتماعی لازم است دسته‌بندی دقیق‌تری از نسل‌ها در ایران ارائه شود. باتوجه به دسته‌بندی‌های پیشین و با مبنای قرار دادن نظریه دوره زندگی که استراوس و هاو ارائه کرده‌اند، در جدول زیر تلاش شده است، در کنار ذکر ابژه نسلی، دسته‌بندی‌ای کلی از سه نسل جوانان، میان‌سالان، و سال‌مندان در کشور بر مبنای رسانه مورد استفاده هر نسل ارائه شود.

جدول ۳. گروه‌های نسلی بر مبنای رسانه دوران هویت‌یابی

سن	دوره نسلی	رسانه دوران هویت‌یابی	ابژه نسلی دوران هویت‌یابی	گروه‌های نسلی
+۵۶	متولدان دهه ۳۰ و پیش‌تر	راديو، تلویزیون	تجربه رژیم پهلوی، انقلاب اسلامی	سال‌مندان
۵۵-۳۰	متولدان ۱۳۴۰-۱۳۶۵	تلویزیون، ویدئو، ماهواره	تجربه انقلاب اسلامی، جنگ و اوضاع پس از جنگ	میان‌سالان
۲۹-۱۵	متولدان ۱۳۶۶-۱۳۸۰	ماهواره، اینترنت، شبکه‌های اجتماعی	جهانی شدن، تسریع و تسهیل تعاملات، تغییرات سیاسی داخلی	جوانان

دسته‌بندی سه‌گانه جوانان، میان‌سالان، و سال‌مندان که در جدول بالا ارائه شده است بسیار کلی است و برخی از نسل‌ها را با تفاوت‌های قابل توجه با یک‌دیگر در یک گروه قرار داده است. برای رفع این مشکل لازم است که جدول فوق با دسته‌بندی نسل‌ها که محققان پیش‌تر انجام داده‌اند (آزادارمکی و غفاری، ۱۳۸۳؛ چیت‌ساز قمی، ۱۳۸۶؛ کوثری،

(۱۳۸۷) مقایسه شود تا، ضمن ایجاد دسته‌بندی‌های خردتری درون هریک از گروه‌های نسلی، مدل جامع‌تری با قابلیت تفسیر نسل‌ها در کشور احصا شود. دسته‌بندی‌های داخلی ملاک ابژه نسلی را مهم‌ترین وجه تمایز نسل‌ها مطرح کرده‌اند. در دسته‌بندی‌های خارجی، در کنار ابژه‌های نسلی، به رسانه‌ی دوران جامعه‌پذیری و هویت‌یابی نسل‌ها نیز توجه شده است. برای تأکید بیش‌تر یادآوری می‌شود: درحالی‌که تمامی نسل‌های حاضر در عرصه‌ی عمل اجتماع از رسانه‌های امروزی و به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده می‌کنند، ولی تأکید این دسته‌بندی بر استفاده‌ی رسانه‌ای خاص در دوران هویت‌یابی و جامعه‌پذیری یک نسل است، زیرا رسانه‌ها با توجه به ساختار آن‌ها تأثیرات مختلفی در نسل‌ها دارند. بی‌تردید رسانه‌های شنیداری یا دیداری، که ارتباطی یک‌سویه با مخاطب دارد، در مقایسه با رسانه‌ای تعاملی تأثیر بسیار متفاوتی در کاربران دارد. با توجه به دسته‌بندی‌های نسلی در داخل کشور و مقایسه آن‌ها با دسته‌بندی‌های خارجی می‌توان دسته‌بندی دقیق‌تر زیر را مطرح کرد:

جدول ۴. دسته‌بندی نسل‌های فعال در عرصه‌ی اجتماع

سن	دوره‌ی نسلی	رسانه‌ی دوران هویت‌یابی	ابژه‌ی نسلی دوران هویت‌یابی	گروه‌های فرعی نسلی	گروه‌های سه‌گانه‌ی اصلی نسلی
+۷۰	۱۳۲۵ و پیش‌تر	رادیو، روزنامه	کودتای ۲۸ مرداد	نسل سختی	سال‌مندان
۷۰-۵۶	۱۳۳۹-۱۳۲۶	روزنامه، رادیو، تلویزیون	قیام پانزده خرداد، تجربه‌ی رژیم پهلوی	نسل انقلاب	
۵۵-۴۲	۱۳۵۳-۱۳۴۰	رادیو، تلویزیون، ضبط‌صوت	تجربه‌ی رژیم پهلوی، انقلاب اسلامی	نسل جنگ	میان‌سالان
۴۱-۳۰	۱۳۶۵-۱۳۵۴	تلویزیون، ویدئو، رایانه	تجربه‌ی جنگ، اوضاع پس از جنگ	نسل اول (نسل زادوولد ^۱)	
۲۹-۱۹	۱۳۷۶-۱۳۶۶	ویدئو، ماهواره، اینترنت، وبلاگ، موبایل، بازی‌های رایانه‌ای	جهانی شدن، بهبود اوضاع اقتصادی	نسل دوم (نسل گم‌شده ^۲ X)	جوانان ^۳
۱۸-۱۰	۱۳۸۵-۱۳۷۷	شبکه‌های اجتماعی مجازی، موبایل هوشمند	تسریع و تسهیل ارتباطات و گسترش شبکه‌ی جهانی	نسل سوم (نسل رفاه ^۴)	

۶. نتیجه‌گیری

تغییر سبک زندگی، تعاملات درون کوچک‌ترین واحد اجتماع یعنی خانواده، و شیوه‌ی زیست اجتماعی در فرایند هویت‌یابی و جامعه‌پذیری انسان‌ها اثرگذار بوده است و در نتیجه ابزارها

و بسترهای متنوعی را برای این مهم در جوامع گوناگون انسانی در جهان شاهدیم. در کنار ابژه‌های نسلی، این تغییرات موجب تفاوت در کنش‌های اجتماعی و نگرش‌های نسل‌هایی می‌شود که در فواصل گوناگون زمانی در یک جامعه پا به عرصهٔ حیات و زندگی می‌گذارند. اینگلهارت نظریهٔ تغییرات ارزشی را در بین نسل‌ها مطرح می‌کند و به دورهٔ زندگی اهمیتی نمی‌دهد؛ درحالی‌که استراوس و هاو در نقطهٔ مقابل وی بر این باورند که دورهٔ زندگی و جابه‌جایی افراد در دوره‌های گوناگون زندگی می‌تواند ملاک مهمی برای ایجاد تفاوت در بین نسل‌ها باشد. دسته‌بندی‌های انجام‌شده در کشور بیش‌تر با در نظر گرفتن یک شاخص «ابژهٔ نسلی» و با تأکید بر نظر اینگلهارت، که تجربهٔ نسلی را مطرح می‌کند، نسل‌های گوناگون را در ایران تفکیک کرده‌اند. به‌نظر می‌رسد می‌توان از شاخص‌های کمکی دیگری نیز برای این مهم استفاده کرد. در این مقاله، با تأکید بر نظریهٔ دورهٔ زندگی استراوس و هاو و دسته‌بندی نسل‌ها در کشورهای اروپایی، نسل‌های حاضر در عرصهٔ اجتماع در کشور به سه نسل کلی سال‌مندان، میان‌سالان، و جوانان دسته‌بندی شد و برای ارائهٔ تصویری واضح‌تر هر یک از دوره‌های نسلی سه‌گانه به گروه‌های خردتری تقسیم شده‌اند. رسانه در حکم ابزاری حائز اهمیت در هویت‌یابی الگوهای رفتاری یک نسل تأثیر می‌گذارد و این تأثیرات در کنار وضعیت اجتماعی - اقتصادی در دوران مذکور در بین افراد یک نسل نهادینه می‌شود. تنوع و تکثر رسانه‌ها در سال‌های اخیر ارزش‌ها و هنجارهای متنوعی را به نسل‌هایی که دوران هویت‌یابی خود را سپری می‌کنند و سایر افراد جامعه معرفی کرده و موجب بروز الگوهای متنوع رفتاری در نسل‌های گوناگون شده است. از آن‌جاکه دوران هویت‌یابی تأثیرات قابل توجه و پایداری در افراد دارد و تجربیات فرد از آن دوران به‌منزلهٔ تجربه یا ابژهٔ نسلی نهادینه می‌شود، کسانی که در یک دورهٔ نسلی دسته‌بندی می‌شوند، با توجه به ابژه‌های نسلی و رسانهٔ شاخص آن دوران، اشتراکات رفتاری و ارزشی بسیاری با یک‌دیگر دارند؛ بنابراین شناسایی رسانهٔ دوران هویت‌یابی هر نسل در کنار ابژهٔ نسلی می‌تواند به پیش‌بینی الگوهای رفتاری نسل‌ها، به‌ویژه روابط و تعاملات آن‌ها با یک‌دیگر، کمک کند؛ هم‌چنین لازم است در کنار این دو عامل به عوامل اجتماعی - اقتصادی در هر دورهٔ نسلی نیز توجه شود. این مقاله، ضمن پیش‌نهاد مدلی برای دسته‌بندی نسل‌ها با تأکید بر دو متغیر ابژهٔ نسلی و رسانهٔ دوران هویت‌یابی، بر این باور است که متغیرهای مذکور در الگوی رفتاری و ارزشی نسل‌ها اثرگذارند و افرادی که در زمان‌های مشابه تجربیات نسلی مشابه دارند و رسانه‌های مشترکی را در دوران هویت‌یابی استفاده می‌کنند به‌احتمال بسیار نگرش‌ها و رفتارهای تقریباً مشابهی دارند.

پی‌نوشت‌ها

۱. این مقاله برگرفته از طرح پژوهشی مصوب جهاد دانشگاهی با عنوان «رابطه بین مناسبات نسلی و چگونگی گذران اوقات فراغت» است که با حمایت مالی معاونت پژوهشی جهاد دانشگاهی انجام شده است.
۲. باتوجه به اهمیت دسته‌بندی، بسیاری از قسمت‌های مقاله کوثری (۱۳۸۷) عیناً آورده شده است.
۳. این نسل معادل نسل baby boomer در دسته‌بندی جهانی است.
۴. قسمتی از نسل سوم در حال حاضر در گروه جوانان قابل دسته‌بندی نیستند، زیرا چهارده سال و کم‌تر سن دارند.
۵. این نسل معادل نسل X در دسته‌بندی جهانی است.
۶. این نسل معادل نسل هزاره یا نسل Y در دسته‌بندی جهانی است.

کتاب‌نامه

- آزادارمکی، تقی و غلامرضا غفاری (۱۳۸۳). *جامعه‌شناسی نسلی در ایران*، تهران: پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- آزادارمکی، تقی (۱۳۸۶). «فرایند تغییر نسلی بررسی فراتحلیلی در ایران»، *دوفصل‌نامه جوانان و مناسبات نسلی*، س ۱، ش ۱، بهار و تابستان.
- بالس، کریستوفر (۱۳۸۰). «ذهنیت نسلی»، ترجمه حسین پاینده، *ارغنون*، ش ۱۹.
- جهانبخش، اسماعیل و باقر ساروخانی (۱۳۸۷). «فاصله نسلی در حوزه معیارهای همسرگزینی و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن»، *فصل‌نامه مطالعات علوم اجتماعی ایران*، دانشگاه آزاد واحد خلیخال، دوره چهارم، ش ۱.
- چیت‌ساز قمی، محمدجواد (۱۳۸۶). «بازشناسی مفاهیم نسل و شکاف نسلی»، *دوفصل‌نامه جوانان و مناسبات نسلی*، س ۱، ش ۱، بهار و تابستان.
- ذکایی، محمدسعید و محمد فتحی‌نیا (۱۳۹۲). «نحوه بازنمایی روابط بین نسلی در سریال‌های ایرانی پربیننده»، *جامعه‌پژوهی فرهنگی*، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، س ۴، زمستان.
- زند، مهناز، طاهره خزایی، و تقی آزادارمکی (۱۳۷۹). «بررسی تحولات اجتماعی و فرهنگی در طول سه نسل خانواده تهرانی: با تأکید بر مقایسه مراسم، آداب، و کارکردهای حمایتی»، *مطالعات جامعه‌شناختی*، ش ۱۶، پاییز و زمستان.
- ساعی، منصور، حسین حیدری، و احمد ساعی (۱۳۹۳). «تلویزیون ماهواره‌ای و هم‌گرایی ارزشی بین‌نسلی»، *فصل‌نامه پژوهش‌های ارتباطی*، س ۲۱، ش ۴، زمستان.

طالبان، محمدرضا و مهدی رفیعی بهابادی (۱۳۸۹). «تحولات دین‌داری براساس تفاوت‌های نسلی در ایران (۱۳۵۳-۱۳۸۸)»، *مسائل اجتماعی ایران*، س ۱، ش ۲، زمستان.

کاظمی‌پور، عبدالحمید (۱۳۸۸). *نسل ایکس بررسی جامعه‌شناختی نسل جوان ایرانی*، تهران: نشر نی.

کوثری، مسعود (۱۳۸۷). «نسل ایکس، وای و زد و سیاست‌گذاری فرهنگی در ایران»، *فصل‌نامه راه‌برد فرهنگ*، س ۱، ش ۳، پاییز.

منادی، مرتضی (۱۳۸۶). «اوقات فراغت و چالش‌های جهانی شدن مقایسه دو نسل»، *فصل‌نامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، دوره سوم، ش ۸.

میری آشتیانی، الهام (۱۳۸۷). «تمایز نسلی در ایران»، *مجموعه مقالات چالش‌های اجتماعی ایران*، سیدجواد نگارنده و زهرا رضایی، تهران: پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.

Aarnio, M. et al. (1997). "Familial Aggregation of Leisure-Time Physical Activity-A Three Generation Study", *International Journal of Sports Medicine*, Vol. 18.

Strauss, William and Neil Howe (1991). *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*, New York: William Morrow and Company.

Strauss, William and Neil Howe (1993). *13th Gen: Abort, Retry, Ignore, Fail?*, New York: Vintage Books.

Strauss, William and Neil Howe (1997). *The Fourth Turning: What the Cycles of History Tell Us about America's Next Rendezvous with Destiny*, New York: Broadway Books.