

## رسانه، ابزاری برای دسته‌بندی نسل‌ها در ایران<sup>۱</sup>

فروزنده جعفرزاده‌پور\*

### چکیده

عوامل متفاوتی ابژه‌های یک نسل را ساخته و می‌توان از چنین شاخص‌هایی برای بررسی تغییرات و ایجاد تمایز در بین نسل‌ها بهره برد. مطالعات انجام شده در حوزه نسل‌ها را می‌توان به دو دسته کلان تقسیم نمود. مطالعاتی که به ترسیم ویژگی‌های یک نسل و یا نسل‌های مختلف پرداخته‌اند و در پی تفسیر علل تفاوت کنش‌های اجتماعی در نسل‌های مختلف بوده‌اند و دسته دیگر از بررسی‌ها، به مطالعه وضعیت روابط بین نسل‌ها همت گمارده و تلاش کرده‌اند الگوهای را برای این وضعیت مطرح نموده و عوامل مؤثر بر ایجاد اشکال مختلف روابط بین نسل‌ها را تفسیر نمایند. اغلب دسته‌بندی‌های که در ایران در این حوزه انجام شده متعلق به گروه نخست است. با توجه به سرعت تغییرات در دهه گذشته در حوزه‌های مختلف، و بالاخص تحول در حوزه لازم است بازنگری در دسته‌بندی‌های پیشین نسلی در کشور انجام و مدل جدیدی با توجه به شرایط جامعه ارائه شود. این مقاله تلاش دارد ضمن بررسی مدل‌های پیشین داخلی و خارجی و با در نظر گرفتن تغییرات جمعیتی در کشور و نیز رخ داد تحولات ارتباطی و رسانه غالب هر نسل، مدلی را پیشنهاد نماید.

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

### ۱. مقدمه و بیان مسئله

قرن بیستم به ویژه در ربع آخر آن، برهه‌ای از حیات بشر است که تغییرات بسیار سریع و بی‌سابقه‌ای در زندگی انسان امروز رقم خورده است و در نتیجه این تحولات جنبه‌های مختلفی از جامعه انسانی تحت تأثیر قرار گرفت. تغییرات اجتماعی و فرهنگی در مقیاس و

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

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۲/۱۲، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۵/۱۴

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

تغییرات مذکور در نسل‌های مختلف حاضر در سپهر اجتماعی تاثیرات متفاوتی برجای گذارده است. به همین دلیل به منظور شناخت هر چه بهتر پیامدهای این تحولات در رفتار و نگرشهای اعضای یک جامعه لازم است که نسلها به تفکیک مورد مطالعه قرار گیرند. اما منظور از «نسل» چیست و چه ویژگی‌هایی می‌توان برای آن مطرح نمود. بالاس معتقد است نسل عبارت است از مجموعه‌ای از انسان‌ها که در ابژه‌های نسلی با یکدیگر سهم شده‌اند. یعنی کسانی که از ابژه‌های معینی برخوردار شده، آن ابژه‌ها را به خوبی درک کرده‌اند و در نتیجه اکنون به آهستگی بیشتری درباره واقیعت اجتماعی برای خود به وجود می‌آورند. ابژه‌های نسلی، بحث محوری بالاس در تعریف نسل به شمار می‌رود وی ابژه‌های نسلی را زیر مجموعه ابژه‌های فرهنگی می‌داند و ابژه‌های نسلی را پدیده‌هایی می‌داند که برای ایجاد حس هویت نسلی به کار می‌روند. این ابژه‌ها چه بسا توسط نسل‌های قبلی نیز استفاده شده باشند. اما برای آنان حکم چارچوب شکل دهنده یک نسل را نداشته‌اند. حال آنکه، برای کودکانی که بعدها در سنین جوانی با تجربه کردن این ابژه‌ها به نحوی ناخودآگاه احساس همبستگی نسلی می‌کنند، چنین حکمی را دارند (بالاس، ۱۳۸۰: ۲۸). در تعریف دیگر از ابژه نسلی می‌گوید: ابژه نسلی عبارت است از شخص، مکان، شیء یا رویدادی که از نظر فرد، مبین نسل اوست و به یادآوردنش احساسی از نسل خود او را در ذهنش زنده می‌کند (بالاس، ۱۳۸۰؛ به نقل از آزادارمکی و غفاری، ۱۳۸۳). در کنار ابژه‌های نسلی، رخ داد تحولات مختلف اجتماعی و فرهنگی موجب تفاوت در کنشهای اجتماعی و نگرشهای نسلهایی می‌شود که در فواصل مختلف زمانی در یک جامعه پا به عرصه حیات و زندگی می‌گذارند. بر این مبنا وضعیت اجتماعی اقتصادی در یک جامعه به همراه سایر متغیرهای تاثیرگذار بر هویت یابی یک نسل تاثیرات شگرفی داشته و می‌توان از چنین شاخص‌هایی برای بررسی و تعیین تغییرات در بین نسلها و کنشگری آنها در عرصه‌های اجتماعی بهره برد.

مطالعات انجام شده در حوزه نسلها را می توان به دو دسته کلان تقسیم نمود. مطالعاتی که به ترسیم ویژگی های یک نسل و یا نسلهای مختلف پرداخته اند و در پی تفسیر علل تفاوت کنش های اجتماعی در نسلهای مختلف بوده اند (Aarnio M؛ Nazareth, 2006). Winter T, Kujala UM, Kaprio J, 1997، منادی، (۱۳۸۶) و دسته دیگر از بررسی ها به مطالعه وضعیت روابط بین نسلها همت گمارده و تلاش کرده اند الگوهای را برای این وضعیت مطرح نموده و عوامل موثر بر ایجاد اشکال مختلف روابط بین نسلها را تفسیر نمایند (ذکایی و فتیحی نیا، ۱۳۹۲، آزادارمکی، ۱۳۸۶، چیت ساز قمی، ۱۳۸۶).

پژوهش در حوزه نسل و مطالعات بین نسلی در دهه ۱۹۷۰ در جهان آغاز شد و در دهه ۱۹۸۰ به عنوان یکی از موضوعات علمی بتدریج اقبال بیشتری یافت و تحقیقات گسترده‌ای را به همراه داشت (Newman, 2006). نخستین تلاشها برای ارائه دسته بندی نسلها توسط استراوس و هاو در سال ۱۹۹۱ برای کشورهای اروپایی انجام شد. آنها نسلهای حاضر در عرصه اجتماع را به ۴ گروه دسته بندی کرده و توضیحاتی در مورد ویژگی ها و ابژه های نسلی هر گروه مطرح و همچنین رسانه مورد استفاده در دوران جامعه پذیری هر نسل معرفی نمودند. استراوس و هاو در کتاب خود به نام «نسلها»، نسل ها را در جامعه اروپایی به چهار نسل سازگار (adaptive)، آرمانگرا (Idealist)، واکنش گرا (reactive) و مدنی (civic)، تقسیم بندی کرده و نسبت هر کدام از نسلها را با رسانه موجود در آن دوره‌ها تحلیل کرده‌اند. نسل سازگار اعضای نسلی هستند که دوران جامعه پذیری آنها به سالهای پیش از ۱۹۴۲ باز می گردد کسانی که تجربه جنگهای جهانی و مبارزه در آنها را داشته اند. نسل آرمانگرا یا نسل افزایش سریع جمعیت (Baby Boomer) کسانی هستند که دوران جامعه پذیری و تولد آنها به سالهای ۱۹۴۳ تا ۱۹۶۰ باز می گردد. نسل واکنش گرا یا نسل گمشده (Generation X) کسانی هستند که در سالهای پس از ۱۹۶۱ تا ۱۹۸۱ پا به عرصه عمل اجتماعی گذاشتند. در دسته بندی استراوس و هاو سومین نسل، نسل عصر طلایی (Generation Y) یا نسل مدنی است که در بین سالهای ۱۹۸۲ تا ۲۰۰۰ پا به عرصه حیات اجتماعی گذارده اند. ابژه مشخص نسلی در این دسته تجربه واقعه ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ است. آخرین دسته شناسایی شده توسط استراوس و هاو، «نسل بعدی» (Generation Post) است که از ۲۰۰۱ به بعد وارد عرصه اجتماع می شدند.

در کشور ما نیز دسته بندی نسلهای ایرانی با توجه به ابژه های نسلی توسط آزادارمکی و غفاری (۱۳۸۳) و سپس به وسیله چیت ساز قمی (۱۳۸۶) و تا حدی توسط کوثری (۱۳۸۷) انجام شده است. در اغلب این دسته بندیها، نسلهای حاضر در عرصه اجتماع به سه

گروه به تفکیک دوره زندگی و ابژه نسلی تقسیم بندی شده اند. گرچه معیارهای متفاوتی را برای تقسیم بندی به کار برده شده است. برخی نسل جوان (نسل سوم) را در گروه سنی ۲۴-۱۵ دسته بندی کرده (آزاد و غفاری، ۱۳۸۳) و بعضی افراد تا ۲۹ سال را در این گروه آورده اند (اسماعیلی، ۱۳۸۱)، و هستند کسانی که بدون تاکید بر سن از این نسل به عنوان نسل فرزندان یاد کرده اند (آزاد، ۱۳۷۹). به باور برخی از محققین، 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 حدود دهه های ۲۰ و ۳۰ باز می‌گردد، «نسل قبل از انقلاب» نامیده می‌شوند (در بسیاری از مطالعات، این نسل سالمندان نامیده شده) که تجارب مشترکی چون کودتای ۲۸ مرداد، دولت ملی مصدق، قیام پانزده خرداد و ... را پشت سر گذاشته است (آزادارمکی و غفاری، ۱۳۸۳؛ چیت ساز قمی، ۱۳۸۶). نسل بعدی، نسلی که فرایند جامعه‌پذیری آنان به دهه چهل و پنجاه باز می‌گردد. این نسل به عنوان «نسل انقلاب و جنگ» نامگذاری شده و تجربه انقلاب اسلامی و جنگ تحمیلی از مهم‌ترین تجارب تاریخی این نسل محسوب می‌شود. (در مطالعات از این نسل به عنوان میانسالان نام برده شده). و نهایتاً «نسل سومی‌ها»، نسلی هستند که فرایند جامعه‌پذیری آنان به سال‌های بعد از انقلاب اسلامی باز می‌گردد و تجارب مشترک خاص خود را دارد. متولدین دهه ۶۰ و با اندکی تسامح دهه ۷۰ که در این سالها نیز دوران جامعه‌پذیری خویش را طی نموده اند، در این گروه دسته بندی می‌شوند که از آنان به عنوان «نسل جوان» در مطالعات یاد شده است. اگر چه برخی از محققین دسته بندی‌هایی برای نسل‌های پس از انقلاب نیز ارائه داده اند (کوثری، ۱۳۸۷؛ کاظمی پور، ۱۳۸۷).

در اغلب دسته بندی‌های ایرانی گرچه توضیحاتی در مورد ویژگی‌ها و ابژه‌های نسلی ارائه شده ولی ارتباطی بین این ویژگی‌ها و رسانه‌های مورد استفاده در دوران هویت‌یابی به تفکیک نسل مطرح نمی‌کنند. با توجه به سرعت تغییرات در دهه گذشته در حوزه‌های مختلف، و بالاخص تحول در حوزه رسانه و تسریع و تسهیل تعاملات انسانی از یک سو؛ و ورود نسل‌های جدید در عرصه کنش اجتماعی در کشور از سوی دیگر، لازم است بازنگری در دسته بندی‌های پیشین نسلی در کشور انجام شود. بنابر این بنظر می‌رسد در کنار ابژه‌های نسلی و تجربیات منحصر به فرد هر نسل در دوران هویت‌یابی، می‌توان از ابزارهای دیگری برای دسته بندی نسلها کمک گرفت. مسئله اصلی مقاله حاضر ضمن تاکید بر ابژه‌های نسلی هر نسل، شناسایی رسانه‌های مرتبط و پیشنهاد مدلی برای دسته بندی نسلها در ایران با توجه به رسانه دوران هویت‌یابی آنان است. بی تردید فرایند جامعه

پذیری در طول حیات انسان در حال وقوع است، ولی به نظر می‌رسد که تجربیات دوران هویت یابی (نوجوانی و جوانی) بر نگرشها و رفتارهای نسلها تأثیرات پایدارتری دارد. این مقاله تلاش دارد با الهام از دسته بندی استروس و هاو و ضمن بررسی مدل‌های پیشین داخلی و خارجی و با در نظر گرفتن تغییرات جمعیتی در کشور و نیز رخ داد تحولات ارتباطی (تغییر در سرعت انتقال پیامها از یک سو و از سوی دیگر حرکت به سوی رسانه های تعاملی در ایران و جهان که بر جامعه پذیری و هویت یابی نسل جوان تأثیرات بلامنازعی دارد)، و با تأکید بر ابژه های نسلی، نسلهای حاضر در سپهر اجتماعی مدلی را پیشنهاد نماید.

## ۲. پیشینه تحقیق

«نسل به عنوان یک واقعیت، شامل افرادی است که در فضای تاریخی و فرهنگی مشترک متولد شده اند، با معاصرانشان مرتبط و به لحاظ تاریخی هم دوره ای هستند (مانهایم، ۱۹۵۲ به نقل از جهانبخش، ۱۳۹۱). محققین از شاخص هایی برای دسته بندی نسلها استفاده کرده‌اند. طالبان و رفیعی بهابادی (۱۳۸۹) در مطالعه خویش «دینداری» را به عنوان شاخصی برای دسته بندی بین نسلها استفاده کرده است. یافته های آنها نشان می‌دهد که در سال ۱۳۸۸ دینداری گروه سنی ۵۰ ساله و بیشتر یعنی جوانان اول انقلاب نسبت به گروه سنی جوانان بیشتر بوده است. ساعی (۱۳۸۹) «رسانه» را به عنوان ابزاری که بین نسلها ایجاد تمایز و افتراق نموده مطرح می‌کند و بر این باور است که «رسانه‌ها در دوران کنونی بخشی جدایی ناپذیر از زندگی مردم شده‌اند. مردم در طول شبانه روز از محتوای اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و 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. به عبارتی در دوران معاصر که به عصر اطلاعات و جامعه اطلاعاتی و ارتباطی معروف است، بخش عظیمی از جامعه پذیری نسل‌ها از طریق رسانه‌ها انجام می‌شود و نفوذ و تأثیر رسانه تا جایی است که برخی از نظریه پردازان 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، اینکه به چه چیزی فکر کنیم را به ما می‌آموزند».

ملاکهای دیگری نیز در برخی از مطالعات برای تفکیک بین نسلها مورد استفاده قرار گرفته است. جهانبخش (۱۳۹۱) «همسرگزینی و تفاوت معیارهای جوانان و والدین» را به

عنوان شاخصی جهت تمایز بین دو نسل مورد مطالعه قرار داده است. وی معتقد است که «روند تحولات در ارزشها، رسوم و الگوهای رفتاری به قدری سریع است که آنرا در فاصله دو نسل (نسل والدین و نسل فرزندان) می‌توان تشخیص داد. فرزندان تاثیر بیشتری از قالبهای دنیای مدرن می‌پذیرند و در انتخاب همسر، معیارهای دنیای متمدن را بیش از الگوهای ارزشی والدینشان در نظر می‌گیرند» گرچه یافته‌های مطالعه او نشان داد که «والدین در ایران، هنوز نقش تعیین کننده‌ای در مشاوره با فرزندانشان در انتخاب همسر دارند و در برخی مواقع، الگوی ارزشی شان متفاوت با فرزندان است که موجب چالش بین معیارهای والدین و فرزندان می‌شود» (جهانبخش، ۱۳۹۱).

آزادارمکی و غفاری (۱۳۸۳) گرچه دسته بندی 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 مورد بررسی تفاوت وجود دارد، تفاوتهای ارزشی، حضور و مشارکت زنان، نوگرا بودن، فرد گرایی، مرجع‌ها، غرور ملی، نگاه به خانواده و گرایش به دین به عنوان ملاکهای شناسایی این تفاوت مورد توجه قرار گرفته‌اند» (آزادارمکی و غفاری، ۱۳۸۳: ۷۲).

چیت ساز قمی (۱۳۸۶) در مقاله‌ای به ارائه مولفه‌هایی برای تفکیک نسلها از یکدیگر اهتمام ورزیده است وی فرایند جامعه پذیری (دوره زمانی) و نیز تجارب نسلی را به عنوان ملاک این دسته بندی مورد استفاده قرار داده و نسلهای حاضر در عرصه اجتماع را به سه دسته نسل قبل از انقلاب، نسل انقلاب و جنگ و نسل سومی‌ها تقسیم نموده است. جدول زیر ملاک‌های تمایز نسل‌های فعال در عرصه اجتماع در حال حاضر را نشان می‌دهد (چیت ساز قمی، ۱۳۸۶: ۹۲).

جدول ۱. مؤلفه‌های تفکیک نسل‌ها از یکدیگر

نسل قبل از انقلاب	نسل انقلاب و جنگ	نسل سومی‌ها	نسل‌ها / مقوله‌ها
۵۵ سال و بیشتر	۳۰-۵۴	۱۵-۲۹ سال	سن
دهه‌های بیست و سی	دهه چهل و پنجاه	دهه‌های شصت و هفتاد	فرایند جامعه‌پذیری
دوران حاکمیت طاغوت	دوران حاکمیت طاغوت و دوران انقلاب اسلامی	دوران انقلاب اسلامی	
- کودتای ۲۸ مرداد	اداره جنگ تحمیلی	فرایند متفاوت جامعه‌پذیری	تجارب نسلی

فروزنده جعفرزاده پور ۷

شکست دولت مصدق - قیام پانزده خرداد		بعد از انقلاب	(مختص هر نسل)
---------------------------------------	--	---------------	---------------

منبع: چیت ساز قمی، ۱۳۸۶

البته بایستی توجه نمود که در یک تقسیم‌بندی دقیق‌تر می‌توان هر نسل را به دو دسته تقسیم نمود. 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 می‌توان به دو دسته نسل انقلاب و نسل جنگ تقسیم‌بندی نمود و نسل سومی‌ها نیز به دو دسته «نسل دارای خاطرات مؤثر از جنگ» و «نسلی که هیچ خاطره‌ای از جنگ ندارد» تقسیم کرد (چیت ساز قمی، ۱۳۸۶: ۹۴).

از دیگر محققینی که برای دسته‌بندی نسلها همت گمارده اند، کوثری (۱۳۸۷) است. وی تلاش نموده دسته‌بندی نسلها را در کشور را با انطباق با دسته‌بندی‌های جهانی قرار دهد. «نسل سختی (۱۳۲۴-۱۳۲۰)، نسل انتقالی / نسل داغ (۱۳۴۴-۱۳۴۰)، نسل رفاه نسبی / نسل به ارث رسیده (۱۳۵۴-۱۳۵۰)، نسل اول انقلاب (۱۳۶۴-۱۳۶۰)، نسل دوم انقلاب (۱۳۷۴-۱۳۷۰)، و نسل سوم انقلاب (۱۳۷۹-۱۳۷۵)» (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 در مورد این دسته‌بندی آورده است: نسل سختی... 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 (۱۳۴۴-۱۳۴۰) در دوران رفاه اقتصادی ایران بدنیاً آمده است. اما در انقلابی که نسل قبل تدارک دیده بود شرکت جست و اولین نسل جبهه‌های جنگ را تشکیل دادند. (کوثری، ۱۳۸۷: ۷۴-۷۵). نسل به ارث رسیده (۱۳۵۴-۱۳۵۰) در فضای جامعه رفاه پهلوی بدنیاً آمد و دوران خردسالی خود را سپری و در اول نوجوانی انقلاب را تجربه کرد. ... این نسل که به خوبی دو قطبی شدن فرهنگ را می‌توان در میان آنان مشاهده کرد، دو سنخ از جوانان اند که می‌توان آنان را «جوانان بسیجی» و «جوانان جهانی» نامید (کوثری، ۱۳۸۷: ۷۶). نسل بعدی، نسل اول انقلاب (۱۳۶۴-۱۳۶۰) است. این نسل 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 نیمه اول، در نهادهای آموزشی و تربیتی انقلاب

بزرگ شده و بنابر این با ارزشهای انقلابی و دینی کاملاً آشناست... اما در دوره دوم زندگی او (نوجوانی اش) در دوران بازسازی اقتصادی و گشودگی فضای فرهنگی سپری می‌شود... به دلیل رفاه نسبی خانوار امکان توجه بیشتر والدین به خواسته های آنان بیشتر می‌گردد. سرمایه گذاری بیشتری برای آنان می‌گردد و اولین زمینه های ظهور والدین هلیکوپتری به وجود می‌آید.

نسل دوم (۱۳۷۴-۱۳۷۰) نسلی که پس از پایان جنگ و در دوران نوسازی اقتصادی به دنیا آمده و یک تجربه سیاسی را از سر گذرانده است... به یک عبارت نسل چت، وبلاگ و موبایل و نسل سایر تکنولوژی های ارتباطی و اطلاعاتی در ایران بشمار می‌رود. نسل سوم (۱۳۷۹-۱۳۷۵) نسل بازی های ویدئویی و رایانه ای است... برای این نسل حتی از نسل دوم هم سرمایه گذاری آموزشی بیشتری صورت می‌گیرد. «فرزند سالاری» در این نسل هم به چشم می‌خورد<sup>۲</sup> (کوثری، ۱۳۸۷: ۷۷-۷۶).

### ۳. تقسیم‌بندی نسل‌ها در جهان

از جمله مهمترین نظریه پردازانی که به دسته بندی نسلها در جهان همت گمارده اند استراوس و هاو (Strauss and Howe, 1991) هستند. آنها در نخستین کتاب خویش با عنوان «نسلها» (Generation, 1991) به بررسی نسلهای مختلف حاضر در جامعه آمریکا پرداختند. سپس در کتاب «عطف چهارم» (The Fourth Turning) تئوری خویش در مورد نسلها را با تاکید بر «دوره زندگی» بسط و گسترش دادند. دسته بندی آنان از نسلها که در کشورهای اروپایی و امریکایی مورد استفاده قرار گرفته و تمامی محققان در مطالعات خویش به این تقسیم بندی وفادار هستند. به طوری که نسلهای موخر را بدین ترتیب مطرح شده اند:

۱. نسل دوران افزایش زاد و ولد: فرزندان مبارزان جنگ جهانی اول رادر بر می‌گیرد که والدینشان پس از خاتمه جنگ اقدام به تشکیل خانواده و افزایش زاد ولد کردند. این افراد (1943-1960) Baby boomer هستند. (استراوس، ویکپدیا)

۲. نسل گمشده: نسلی که در دوران توسعه رسانه‌ها به رشد و بلوغ رسیده و ویژگی های شخصیتی همچون نیاز به استقلال در تصمیم گیری، پذیرش تغییر مداوم و یافتن ارزش در تفاوت‌ها، را داراست. این افراد به (1961-1981) Generation X 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 به نسل وای و یا نسل دوران طلایی (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) تقسیم‌بندی کرده و نسبت هر کدام از نسلها را با رسانه موجود در آن دوره‌ها تحلیل کرده‌اند:

جدول ۲. طبقه‌بندی نسل‌های اروپایی توسط استراوس و هاو

نسل‌ها	رسانه غالب	توصیف شرایط
نسل دوران افزایش زاد و ولد به عنوان نسل آرمانگرا	تلویزیون	متولدین سالهای ۱۹۴۳ تا ۱۹۶۰ را شامل می‌شود. یعنی نسلی که والدین آنها پس از چهار سال مبارزه در جنگ جهانی دوم بازگشتند و تشکیل خانواده دادند و باعث افزایش زاد و ولد شدند. تلویزیون رسانه غالب برای نسل دوران افزایش زاد و ولد بود، هرچند رادیو هنوز نقش مهمی را ایفا می‌کرد، همانطوریکه روزنامه‌ها و مجلات نیز نقش مهمی ایفا می‌کردند.
نسل X به عنوان نسل واکنش‌گرا	تلویزیون کابلی، دستگاه ضبط نوار ویدئویی	این نسل متولد شده سال‌های ۱۹۶۱ و ۱۹۸۱ است هرچند تلویزیون کابلی از آغاز تلویزیون در دسترس بوده است و در جوامع دورافتاده مورد استفاده قرار گرفته، تلویزیون کابلی گسترش یافت تا کانال‌های متعددی را برای همه خانه‌ها در اواخر دهه ۱۹۷۰، برای نسل X در حال بلوغ، به ارمغان آورد. تعاملی که نسل دوران افزایش زاد و ولد در تلویزیون کابلی دسترسی عمومی به دنبال 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 کامپیوتری در طول این زمان بالا گرفت.
نسل Y یا عصر طلایی به عنوان مدنی	کامپیوتر، 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 علاقمند هستند، موضوعاتی‌اند که بر زندگی آنها تاثیر می‌گذارد. نسل عصر طلایی دنیا را بدون کامپیوترهای شخصی نمی‌شناسند. آنها رسانه-های تعاملی با کامپیوترها و بازی‌های ویدئویی به همراه برنامه‌های وسیع در تلویزیون ماهواره‌ای و کابلی دارند. این نسل، حتی خیلی بیشتر از نسل Xها،

تعامل گرایان رسانه‌ای، با اینترنت تکنولوژی جدید اصلی برای آنان، هستند.		
۲۰۰۱ به بعد		نسل بعدی (post)

منبع: استراوس و هاو، ۱۹۹۱

#### ۴. مبانی نظری

دو نظریه را می‌توان در مورد نسلها مطرح نمود نخست نظریه تغییرات ارزشی که توسط اینگلهارت مطرح شده و دیگری نظریه چرخه زندگی که استراوس و هاو آنرا ارائه نموده‌اند.

در دهه هشتاد اینگلهارت این ایده را مطرح می‌کند که در جوامع صنعتی مواجهه 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 پیش بینی کننده می‌پردازد که عبارتند از: فرضیه کمیابی (Scarcity Hypothesis) که بنا بر 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 به شکل گسترده منعکس کننده شرایطی است که طی سالهای قبل از بلوغش فراهم شده است. ... به نظر اینگلهارت یکی از مولفه های دگرگونی ارزشی جایگزینی نسلی است. اینگلهارت برای چرخه زندگی تاثیر چندانی قایل نیست و تفاوتهای پایدار بین گروههای نسلی را بازتاب دگرگونی نسلی می‌داند. و نظریه دگرگونی ارزشی که دلالت بر جابه جایی اولویتهای مادی به سمت اولویتهای غیر مادی دارد را به توسعه اقتصادی جوامع ارتباط می‌دهد تا جایی که برای تاثیر نهادهای فرهنگی در این دگرگونی چندان وزنی قایل نیست. ... اینگلهات دگرگونی حاصل شده در جامعه بر مبنای تحولات اقتصادی و اجتماعی را در قالب دگرگونی فرهنگی در چارچوب سمت گیری های ارزشی که منجر به تفاوتهای نسلی می‌شود تعریف می‌نماید. در نتیجه دگرگونی های فرهنگی مهم به تفاوت در میان نسلها می‌انجامد (آزادارمکی، غفاری، ۱۳۸۳: ۳۴-۳۳).

بر خلاف نظر اینگلهارت، استراوس و هاو به نظریه چرخه زندگی اهمیت می‌دهند. آنها از وجود تفاوتهای بسیار در جهان بینی نسلهای متوالی (نسل بومرها و نسل گمشده «X») بسیار متعجب بودند و بر این باورند که تفاوت در تجارب دوران رشد آنهاست که

سبب این تفاوت بین نسلها شده است. بطور خلاصه استراوس و هاو بر این نکته تاکید می کنند که: میانگین دوره زندگی ۸۰ سال است که از ۴ دوره حدود ۲۰ سال تشکیل می شود (کودکی، جوانی، میانسالی، و سالمندی). این ایده در بین نسلهای مختلف عمومیت دارد که کسانی که در یک دوره زمانی و تاریخی (بدنیا آمده و) بزرگ شده اند و به یک گروه سنی مشخص متعلق هستند، دارای عقاید، نگرشها، ارزشها و رفتارهای مشابه می باشند. تغییرات نسلی به صورت چرخه ای، دوره ای از تحول و عدم تغییر را موجب می شوند. وقتی که یک نسل وارد دوره بعدی زندگی (و یک نقش جدید اجتماعی) می شود، رفتار و خلیات اجتماع (society's mood and behavior) (نسبت به وی) تغییرات اساسی نموده، و موجب یک چرخش و دوره جدید می گردد. بنابر این، یک رابطه نمادین بین وقایع تاریخی و افراد در یک نسل وجود دارد. وقایع تاریخی دوران کودکی و (نوجوانی) جوانی را شکل می دهند و (افراد در) دوره نسلی (جدید در نقشهایی به عنوان والدین و رهبران اجتماع) در میانسالی و سالمندی، تاریخ را شکل داده و می سازند (Strauss & Howe 1997, pp 58p62). هر یک از چهار دوره (نسلی) ویژگی های خاص خود را داشته که در دوره های زمانی متناوب بازتولید می شوند. استراوس و هاو این دوره ها را «فصول تاریخ» نامگذاری کرده اند. 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. دوره های وسط آنها نیز فصول انتقالی هستند که می توانند مشابه پاییز و تابستان باشند (Strauss & Howe 1997, 40-41).

##### ۵. مدلی دسته بندی نسلها در ایران بر اساس رسانه شاخص نسلی

در طی دهه اخیر سرعت تغییرات اجتماعی و تکنولوژی 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 بوجود آورد. بی تردید تغییر در سبک زندگی، گسترش خانواده های هسته ای و مهاجرت های درون مرزی و برون مرزی، تسهیل و تسریع ارتباطات از طریق رسانه های بین المللی و ملی و شبکه جهانی اینترنت و ... سبب شده تا افق های نوینی از جهان بر روی نسلها گشوده گردد. اکنون دیگر تنها خانواده عامل جامعه پذیر کردن فرزندان نیست عوامل دیگری نیز در این فرآیند تأثیر گذارند. توجه به این موضوع از آنجهت حائز اهمیت است که تغییر در منابع هویت یابی و جامعه پذیری در یک نسل،

الگوهای جدید رفتاری و ارزشی را در آن ایجاد و نهادینه می‌نماید. در یک نگاه کلی می‌توان عوامل موثر زیر را در ایجاد و نهادینه نمودن 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

با توجه به رخ داد این تحولات که می‌توان برخی از این وقایع را به عنوان ابژه نسلی برای نسل‌هایی که دوران هویت‌یابی را طی می‌کنند، یاد کرد. رسانه‌های مختلف (از جمله رسانه‌های مکتوب، دیداری، شنیداری و اخیراً رسانه‌های نوین و مجازی) به عنوان یکی از عوامل تاثیرگذار در هویت‌یابی نسل‌ها نقش موثری ایفاء می‌کنند. هر یک از رسانه‌ها دارای ویژگی‌ها و تاثیرات خاص در دوران گسترش هستند که این تاثیرات بر روی نسل‌های حاضر در عرصه اجتماع و بالخصوص نسل‌هایی که دوران هویت‌یابی خود را طی می‌کنند، قابل ملاحظه است. به عنوان نمونه، در بین رسانه‌های دیداری و شنیداری نقش تلویزیون به دلیل انتقال پیام به صورت دیداری و شنیداری و سهولت دسترسی آن قابل توجه است. به عنوان نمونه، اگر تلویزیون یک قصه‌گوی فرهنگی فرض کنیم، برنامه‌هایی که از تلویزیون پخش می‌شوند هم بازتاب‌کننده ارزش‌ها و ایده‌های یک جامعه بوده و هم نگرش‌ها و اعتقادات مشاهده‌کنندگان را شکل می‌دهند. بنابراین می‌توان اظهار داشت محتوای ظاهری و معانی درونی محتوای رسانه‌های مختلف، حاوی پیام‌هایی در ارتباط با اولویتهای فرهنگی گروه‌های مختلف، رفتارها و ایدئولوژی‌های آنان است. به همین ترتیب چگونگی توصیف و معرفی گروه‌ها و طبقات مختلف اجتماع در رسانه می‌تواند بر تصور افراد از خود و نیز نگاهی که گروه‌های دیگر از آنان دارند موثر باشد. تاثیر رسانه به گونه‌ای است که کسانی که بیشتر از رسانه استفاده می‌کنند براین عقیده‌اند که چیزهایی که در آن معرفی یا نشان داده می‌شوند بازتاب جهان خارج است و اعتقادات خود را بر اساس اطلاعات ارائه شده از رسانه شکل می‌دهند. از آنجا که افراد در دوران جوانی و نوجوانی دارای بیشترین زمان فراغت برای استفاده از رسانه هستند، بنظر می‌رسد که تاثیر رسانه بر

آنها بیشتر است. در کنار وسایل ارتباط جمعی، امروزه رسانه های نوین و مجازی پا به عرصه اجتماع گذاشته اند، این رسانه ها به دلیل تعاملی بودن و مشارکت بیشتر کاربر در تولید و نشر محتوا دارای تاثیرات بیشتری نسبت به سایر رسانه ها می باشد. بنظر می رسد که عضویت در شبکه های اجتماعی مجازی و استفاده از فراغت مجازی تاثیرگذاری زیاد بر هویت و رفتار کاربران داشته باشد. و بنظر می رسد کسانی که در دوران هویت یابی از رسانه های مشترکی استفاده کنند، ساختار ارزشی و رفتاری تقریبا مشابهی داشته باشند.

از آنجا که امروزه رسانه به عنوان یکی از مهمترین عوامل تاثیر گذار در جامعه پذیری نسلها ایفای نقش می کند، بنظر می رسد که می توان دسته بندی جدیدی برای نسلهای ایرانی و بخصوص نسلهای حاضر در عرصه عمل اجتماعی بر اساس نوع رسانه مورد استفاده مطرح نمود. دسته بندی های پیشین که در دهه گذشته ارائه شده تنها بر مبنای ابژه های نسلی بوده اند و به سایر عواملی که می توانند در تمایز بین نسلها موثر باشند، اهتمام نداشته اند. از سوی دیگر با توجه سرعت رخداد تحولات در جامعه امروز و گذشت یک دهه از ارائه مدل های پیشین دسته بندی نسلها؛ و ورود نسلهای جدید به عرصه کنش اجتماعی لازم است دسته بندی دقیق تری از نسلها در ایران ارائه گردد. با توجه به دسته بندی های پیشین و با مبنای قرار دادن نظریه دوره زندگی که توسط استراوس و هاو ارائه گردیده، در جدول زیر تلاش شده در کنار ذکر ابژه نسلی دسته بندی کلی از سه نسل جوانان، میانسالان و سالمندان را در کشور بر مبنای رسانه مورد استفاده هر نسل نشان داده شود.

جدول ۳. گروه های نسلی بر مبنای رسانه دوران هویت یابی

سن	دوره نسلی	رسانه دوران هویت یابی	ابژه نسلی دوران هویت یابی	گروه های نسلی
+۵۶	متولدین دهه ۳۰ و پیش تر	رادیو- تلویزیون	تجربه رژیم پهلوی، انقلاب اسلامی	سالمندان
۳۰-۵۵	متولدین ۱۳۶۵-۱۳۴۰	تلویزیون، ویدئو، ماهواره	تجربه انقلاب اسلامی، جنگ و شرایط پس از جنگ	میانسالان
۱۵-۲۹	متولدین ۱۳۸۰-۱۳۶۶	ماهواره، اینترنت، شبکه های اجتماعی	جهانی شدن، تسریع و تسهیل تعاملات، تغییرات سیاسی داخلی	جوانان

دسته بندی سه گانه جوانان، میانسالان و سالمندان که در جدول بالا ارائه شده است بسیار کلی است و برخی از نسلها که تفاوتهای قابل توجهی با یکدیگر دارند را در یک گروه قرار داده است. برای رفع این مشکل لازم است که جدول فوق با دسته بندی نسلها که توسط محققین پیش تر انجام شده (آزادارمکی و غفاری، ۱۳۸۳؛ چیت ساز قمی، ۱۳۸۶؛ و کوثری

(۱۳۸۷) مقایسه گردد تا ضمن ایجاد دسته بندی های خرد تری در درون هر یک از گروههای نسلی، مدل جامع تری که قابلیت تفسیر نسلها را در کشور داشته باشد، احصا شود. دسته بندی های داخلی ملاک ابژه نسلی را به عنوان مهمترین وجه تمایز نسلها مطرح نموده اند. در دسته بندی های خارجی در کنار ابژه های نسلی، به رسانه دوران جامعه پذیری و هویت یابی نسلها نیز توجه شده است. برای تاکید بیشتر یادآوری می شود که در حالی که امروزه تمامی نسلهای حاضر در عرصه عمل اجتماع از رسانه های امروز و بالاخص شبکه های اجتماعی مجازی استفاده می کنند ولی تاکید این دسته بندی به وجود و استفاده رسانه ای خاص در دوران هویت یابی و جامعه پذیری یک نسل است. زیرا رسانه ها با توجه به ساختار آنها، تاثیرات مختلفی بر نسلها دارند. بی تردید تاثیر یک رسانه شنیداری یا دیداری که دارای ارتباط یکسویه با مخاطب است، تاثیر بسیار متفاوتی در مقایسه با رسانه ای تعاملی بر کاربران دارد. با توجه به دسته بندی های نسلی در داخل کشور و مقایسه آنها با دسته بندی های خارجی می توان دسته بندی دقیق تر زیر را مطرح نمود:

جدول ۴. دسته بندی نسل های فعال در عرصه اجتماع

سن	دوره نسلی	رسانه دوران هویت یابی	ابژه نسلی دوران هویت یابی	گروههای فرعی نسلی	گروه های سه گانه اصلی نسلی
+۷۰	۱۳۲۵ و پیشتر	رادیو- روزنامه	کودتای ۲۸ مرداد	نسل سختی	سالمنندان
۵۶-۷۰	۱۳۲۶-۱۳۳۹	روزنامه- رادیو- تلویزیون	قیام ۱۵ خرداد، تجربه رژیم پهلوی	نسل انقلاب	
۴۲-۵۵	۱۳۴۰-۱۳۵۳	رادیو- تلویزیون- ضبط صوت	تجربه رژیم پهلوی، انقلاب اسلامی	نسل جنگ	میانسالان
۴۱-۳۰	۱۳۵۴-۱۳۶۵	تلویزیون- ویدئو- کامپیوتر	تجربه جنگ، شرایط پس از جنگ	نسل اول (نسل زادو ولد <sup>۳</sup> )	
۲۹-۱۹	۱۳۶۶-۱۳۷۶	ویدئو، ماهواره، اینترنت، وبلاگها، موبایل بازیهای رایانه ای	جهانی شدن، بهبود شرایط اقتصادی	نسل دوم (نسل گمشده <sup>۴</sup> X)	جوانان <sup>۴</sup>
۱۸-۱۰	۱۳۷۷-۱۳۸۵	شبکه های اجتماعی مجازی، موبایل هوشمند	تسریع و تسهیل ارتباطات و گسترش شبکه جهانی	نسل سوم (نسل رفاه <sup>۵</sup> )	

## ۶. نتیجه گیری

تغییر در سبک زندگی، تعاملات در درون کوچکترین واحد اجتماع خانواده و شیوه زیست اجتماعی بر فرایند هویت یابی و جامعه پذیری انسانها تاثیرگذار بوده و در نتیجه شاهد

ابزارها و بسترهای متنوعی برای این مهم در جوامع مختلف انسانی در جهان هستیم. در کنار ابژه‌های نسلی، این تغییرات موجب تفاوت در کنشهای اجتماعی و نگرشهای نسلهایی می‌شود که در فواصل مختلف زمانی در یک جامعه پا به عرصه حیات و زندگی می‌گذارند. اینگلهارت نظریه تغییرات ارزشی را در بین نسلهای مطرح کرده به دوره زندگی اهمیتی نمی‌دهد. در حالی که استراوس و هاو در نقطه مقابل وی بر این باورند که دوره زندگی و جابه‌جایی افراد در دوره‌های مختلف زندگی می‌تواند ملاک مهمی برای ایجاد تفاوت در بین نسلهای باشد. دسته‌بندی‌های انجام شده در کشور بیشتر با در نظر گرفتن یک شاخص «ابژه نسلی» و با تاکید به نظر اینگلهارت که تجربه نسلی را مطرح می‌نماید، به تفکیک نسلهای مختلف در ایران پرداخته‌اند. بنظر می‌رسد می‌توان از شاخص‌های کمکی دیگری نیز برای این مهم استفاده نمود. در این مقاله با تاکید بر نظریه دوره زندگی استراوس و هاو، و دسته‌بندی نسلهای در کشورهای اروپایی، نسلهای حاضر در عرصه اجتماعی در کشور به سه نسل کلی سالمندان، میانسالان و جوانان دسته‌بندی گردید و برای ارائه تصویر واضح‌تری از هر یک از دوره‌های نسلی سه گانه به گروههای خردتری تقسیم کرده است. رسانه به عنوان یک ابزار حائز اهمیت در هویت‌یابی بر الگوهای رفتاری یک نسل تاثیر می‌گذارد و این تاثیرات در کنار وضعیت اجتماعی - اقتصادی در دوران مذکور در بین افراد یک نسل نهادینه می‌گردد. 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 نموده و موجب ایجاد الگوهای متنوع رفتاری در نسلهای مختلف شده است. از آنجا که دوران هویت‌یابی تاثیرات قابل توجه و پایداری در افراد دارد و تجربیات آن در درون فرد به عنوان تجربه یا ابژه نسلی نهادینه می‌شود، کسانی که در یک دوره نسلی دسته‌بندی می‌شوند با توجه به ابژه‌های نسلی و رسانه شاخص آن، دارای اشتراکات رفتاری و ارزشی زیادی با یکدیگر هستند بنابراین این شناسایی رسانه دوران هویت‌یابی هر نسل در کنار ابژه نسلی می‌تواند به پیش‌بینی الگوهای رفتاری نسلهای بالاخص روابط و تعاملات آنها با دیگر نسلهای کمک کند گرچه لازم است در کنار این دو عامل، به عوامل اجتماعی اقتصادی در هر دوره نسلی نیز توجه داشت. این مقاله ضمن پیشنهاد مدلی برای دسته‌بندی نسلهای با تاکید به دو متغیر ابژه نسلی و رسانه دوران هویت‌یابی، بر این باور است که متغیرهای مذکور بر الگوی رفتاری و ارزشی نسلهای تاثیرگذار بوده و افرادی که در زمانهای مشابه دارای تجربیات نسلی بوده و رسانه‌های مشترکی را در دوران هویت‌یابی استفاده کردند، احتمال زیاد نگرشها و رفتارهای تقریباً مشابهی دارند.

### پی‌نوشت‌ها

۱. این مقاله برگرفته از طرح پژوهشی مصوب جهاددانشگاهی با عنوان رابطه بین مناسبات نسلی و چگونگی گذران اوقات فراغت است که با حمایت مالی معاونت پژوهشی جهاددانشگاهی انجام شده است.
۲. با توجه به اهمیت دسته بندی بسیاری از قسمتهای مقاله کوثری ۱۳۸۷ عینا آورده شده است.
۳. این نسل معادل نسل Baby Boomer در دسته بندی جهانی است
۴. قسمتی از نسل سوم در حال حاضر در گروه جوانان قابل دسته بندی نیستند زیرا ۱۴ سال و کمتر سن دارند.
۵. این نسل معادل نسل X در دسته بندی جهانی است
۶. این نسل معادل نسل هزاره یا نسل Y در دسته بندی جهانی است

### کتاب‌نامه

- آزادارمکی، تقی؛ غفاری، غلامرضا (۱۳۸۳) جامعه شناسی نسلی در ایران، پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاددانشگاهی، تهران
- آزادارمکی، تقی (۱۳۸۶) فرآیند تغییر نسلی بررسی فراتحلیلی در ایران، دوفصلنامه جوانان و مناسبات نسلی، سال اول، ش ۱، بهار و تابستان
- بالس، کریستوفر (۱۳۸۰) ذهنیت نسلی، ترجمه حسین پاینده، ارغنون، ش ۱۹
- جهانبخش، اسماعیل؛ ساروخانی، باقر (۱۳۹۱) فاصله نسلی در حوزه ی معیارهای همسرگزینی و عوامل اجتماعی موثر بر آن، فصلنامه مطالعات علوم اجتماعی ایران، دانشگاه آزاد واحد خلیخال، دوره ۴، ش ۱
- چیت ساز قمی، محمد جواد (۱۳۸۶) بازشناسی مفاهیم نسل و شکاف نسلی، دوفصلنامه جوانان و مناسبات نسلی، سال اول، ش ۱، بهار و تابستان
- ذکایی، محمد سعید؛ فتحی نیا، محمد (۱۳۹۲) نحوه بازنمایی روابط بین نسلی در سریالهای ایرانی پر بیننده، جامعه پژوهی فرهنگی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، سال چهارم، زمستان
- زند، مهناز؛ خزایی، طاهره، آزادارمکی، تقی (۱۳۷۹) بررسی تحولات اجتماعی و فرهنگی در طول سه نسل خانواده تهرانی: با تاکید بر مقایسه مراسم، آداب و کارکردهای حمایتی، مطالعات جامعه شناختی، پاییز و زمستان، ش ۱۶
- ساعی، منصور (۱۳۸۹) نقش رسانه‌ها در انتقال ارزش‌ها و پدیده شکاف هنجاری و ارزشی نسل‌ها، سایت تحقیقات و مطالعات، زمان انتشار: سه شنبه ۱۹ بهمن

فروزنده جعفرزاده پور ۱۷

طالبان، محمد رضا؛ رفیعی بهابادی، مهدی (۱۳۸۹) تحولات دینداری بر اساس تفاوت‌های نسلی در ایران  
\_ (۱۳۵۳-۱۳۸۸) مسائل اجتماعی ایران، سال اول، ش ۲، زمستان  
کاظمی پور، عبدالحمید (۱۳۸۸) نسل ایکس بررسی جامعه شناختی نسل جوان ایرانی، نشر نی  
کوثری، مسعود (۱۳۸۷) نسل ایکس، وای و زد و سیاستگذاری فرهنگی در ایران، فصلنامه راهبرد  
فرهنگ، سال اول، ش ۳، پاییز  
منادی، مرتضی (۱۳۸۶) اوقات فراغت و چالشهای جهانی شدن مقایسه دو نسل، فصلنامه انجمن ایرانی  
مطالعات فرهنگی و ارتباطات، دوره ۳، ش ۸  
میری آشتیانی، الهام (۱۳۸۷) تمایز نسلی در ایران، در مجموعه مقالات چالشهای اجتماعی ایران، سید  
جواد نگارنده و زهرا رضایی، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک، تهران

Aarnio M , Winter T , Kujala UM , Kaprio J(1997) Familial aggregation of leisure-time physical  
activity -- a three generation study, Research Support, Non-U.S. Gov't, Research Support,  
U.S. Gov't, P.H.S.

H owe, Neil; Strauss, William (1991) Generations: The History of America's Future, 1584 to  
2069. New York: William Morrow & Company.

Howe, Neil; Strauss, William (1993) 13th Gen: Abort, Retry, Ignore, Fail? Vintage Books

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