

Identify Indicators of Generational Differences with an Emphasis on Changes Affected by Social Media

Kamyar Neyestani Esfahani*

Abstract

This study aims to explain generational differences with an emphasis on changes influenced by virtual social media. Adopting a qualitative approach and grounded theory methodology, data were collected through structured in-depth interviews with 21 experts in media and cultural studies. The findings reveal that virtual social media plays a fundamental role in reconstructing worldviews, belief systems, social agency, and individual outcomes across generations, ultimately contributing to the formation of new identity and behavioral patterns.

In recent years, the expansion of the Internet and the rapid growth of social media have brought about profound cultural transformations within Iranian society. These technological developments have significantly reshaped patterns of interaction, socialization, and identity formation among adolescents and young adults, contributing to emerging forms of generational differentiation. The primary aim of this study is to identify and conceptualize the key indicators of generational differences with an emphasis on changes influenced by virtual social media, and to develop a systematic conceptual model explaining these differences. To achieve this objective, a qualitative research design based on grounded theory methodology was employed. Data were collected through in-depth interviews with experts in psychology, culture, and media studies, and were analyzed using open, axial, and selective coding procedures. The findings reveal that generational differences can be analytically organized into three core dimensions: mental frameworks, social

* PhD Candidate in Media Management, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Branch, Tehran, Iran, neyestani.media@gmail.com

Date received: 03/04/2025, Date of acceptance: 18/04/2025



agency, and individual outcomes. The dimension of mental frameworks consists of four interrelated sub-components: worldview and ideology, structuring of beliefs and cognitive attitudes, goal prioritization, and motivation–expectations. The dimension of social agency encompasses two key components: social behavior and social adaptation, reflecting patterns of social engagement and norm negotiation. Individual outcomes were conceptualized through two components: emotional and affective patterns and patterns of selection, consumption, and self-presentation. Finally, the study identifies several moderating conditions—including global transformations, cultural and social contexts, proximal social environments, and individual and family characteristics—that shape and mediate the formation of generational differences. Based on these findings, a comprehensive conceptual model of generational differentiation influenced by virtual social media is proposed.

Keywords: Generational differences, Cultural change, Social media, Virtual social networks, Internet.

Introduction

Generational differences have long been a subject of interest in sociological and cultural studies. These differences emerge from variations in historical experiences, social conditions, and dominant cultural forces that shape the worldview and lifestyle of each generation. In contemporary societies, the rapid expansion of communication technologies—particularly virtual social media—has intensified these differences by transforming patterns of interaction, value formation, and identity construction.

From the perspective of media generations theory, each generation is deeply influenced by the dominant media technologies encountered during its formative years. Generation Z, often referred to as the social media generation, has grown up in an environment characterized by constant connectivity, user-generated content, and algorithm-driven communication. In contrast, older generations experienced media transitions more gradually, resulting in distinct cognitive, cultural, and behavioral orientations.

Within the Iranian socio-cultural context, these transformations have led to noticeable shifts in beliefs, social norms, family relationships, and patterns of social participation. Accordingly, the present study seeks to conceptualize generational differences influenced by virtual social media through an in-depth, theory-driven qualitative analysis.

Materials and Methods

This study employed a qualitative, exploratory research design based on grounded theory methodology. The research was applied in terms of purpose and exploratory in nature, aiming to generate a conceptual model grounded in empirical data. The study population consisted of experts and specialists in the fields of media and culture.

Data were collected through structured, in-depth interviews conducted with 21 participants selected using theoretical sampling. Interviews continued until theoretical saturation was achieved. Each interview was transcribed verbatim and analyzed systematically.

Data analysis followed the three main stages of grounded theory coding: open coding, axial coding, and selective coding. Initially, 94 open codes were extracted from the interview data. These codes were then organized into 22 axial categories based on conceptual similarities and relationships. Finally, through selective coding, the categories were integrated into eight core concepts and three central dimensions: mental frameworks, social agency, and individual outcomes. These dimensions provide an integrated analytical structure for recognizing and explaining the underlying mechanisms and sub-components of generational differentiation.

Results and Discussion

The analysis of the interview data revealed that virtual social media significantly contributes to the construction of generational differences at multiple levels. At the cognitive level, social media influences worldviews and ideological orientations by reshaping perceptions of religion, morality, culture, and socio-political values. Differences in belief systems were found to be closely linked to patterns of media consumption and exposure.

In terms of social agency, the findings indicate that social media affects social behaviors, social adaptation, and patterns of participation. Changes were observed in family relationships, social commitments, marriage patterns, career aspirations, and civic engagement. Younger generations demonstrated greater individualism, flexibility, and selective participation in social norms compared to older generations.

At the level of individual outcomes, social media was found to shape emotional experiences, motivational structures, and consumption patterns. Emotional expression, identity performance, and symbolic consumption were particularly prominent among younger media generations. These findings are consistent with

previous research highlighting the role of media in the social construction of generational identities.

Conclusion

The present study demonstrates that virtual social media plays a decisive role in shaping generational differences by influencing mental frameworks, social agency, and individual outcomes. The findings suggest that generational gaps should not be understood solely as age-based phenomena but rather as outcomes of differential media experiences and socio-cultural conditions.

By providing a grounded conceptual model of generational differences, this study contributes to a deeper understanding of the cultural and social implications of social media in contemporary society. The results may inform policymakers, educators, and cultural institutions seeking to address intergenerational challenges and promote social cohesion in the digital age.

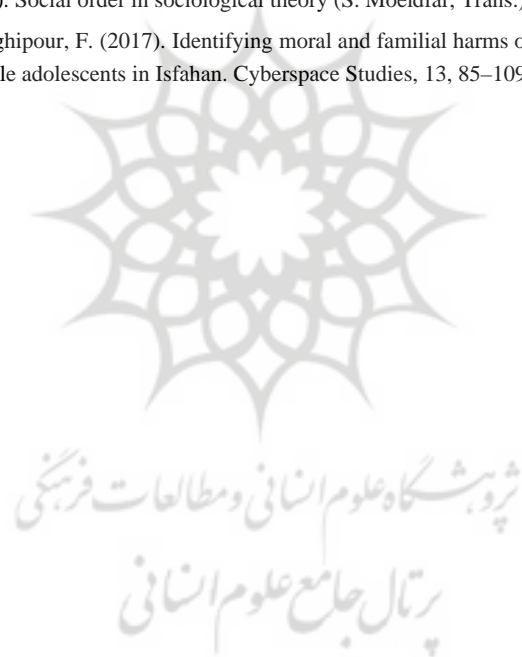
Bibliography

- Abbaszadeh, M., & Adlipour, S. (2018). The semantic reconstruction of mobile social networks in the everyday life of Iranian youth. *Culture in Islamic University*, 3, 427–457.
- Azad Armaki, T. (2001). Intergenerational gap within the family. *Journal of the Iranian Sociological Association*, 57, 57–69.
- Azad Armaki, T., & Ghiasvand, A. (2004). An analysis of the value system across socio-cultural regions of Iran. *National Studies*, 20, 135–162.
- Behran, S., & Pouryahi, A. (2014). The role of virtual social networks in changes in users' cultural identity. *Journal of Communication Sciences*, 103–126.
- Bengston, V. L. (1970). The generation gap: A review and typology of social-psychological perspectives. *Youth & Society*, 2, 7–32.
- Bolin, G. (2014). Media generations: Objective and subjective media landscapes and nostalgia among generations of media users. *Journal of Audience & Reception Studies*, 11, 108–131.
- Faramarziani, S., Hashemi, S., & Farhangi, A. (2016). The role of virtual media in changes in social values with emphasis on Telegram and Facebook social networks. *Social Development*, 10, 123–148.
- Farghani, M., & Mohajeri, R. (2018). The relationship between the extent of virtual social network use and changes in youth lifestyle. *New Media Studies*, 13, 259–292.
- Fathi, S., Pirahari, N., & Shirinbayan, A. (2011). Examining the impact of information and communication technologies on the generational gap. *Journal of Youth Sociological Studies*, 141–164.

333 Abstract

- Inglehart, R. (2016). *Cultural transformation in advanced industrial societies* (M. Vatar, Trans.). Tehran: Kavir.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2009). Consumer use and business potential of virtual worlds: The case of Second Life. *The International Journal on Media Management*, 11, 93–101.
- Lotfi Jalalabadi, M., & Zarvandi, J. (2023). The impact of social media use on cultural changes with an emphasis on lifestyle. *Rahpouyeh-e Communication and Culture*, 3(2), 71–86.
- Mead, M. (2006). *Culture and commitment: A study of the generation gap* (A. Dastgheib, Trans.). Shiraz: Navid Shiraz.
- Moawad, G., & Ebrahem, G. (2016). The relationship between use of technology and parent–adolescent social relationships. *Journal of Education and Practice*, 7, 168–178.
- Moeidfar, S. (2004). Generational gap or cultural rupture. *Social Sciences Letter*, 55, 55–80.
- Mohammadkhani, K. (2017). *Leadership in higher education*. Tehran: Islamic Azad University, Science and Research Branch.
- Mohammadpour, S., & Azadinejad, M. (2013). The impact of electronic media on the emergence of generational gaps between parents and children in Tehran. *Media Studies*, 22, 104–114.
- Motahhari, M. (2007). *An introduction to Islamic worldview: Monotheistic worldview*. Tehran: Sadra.
- Motahhari, M. (2007). *Human and faith: An introduction to Islamic worldview*. Tehran: Sadra.
- Napoli, A. (2014). Social media use and generational identity: Issues and consequences on peer-to-peer and cross-generational relationships. *Journal of Audience & Reception Studies*, 182–206.
- Naqib al-Sadat, S. (2021). The role of mobile social networks in students' intergenerational relations. *Interdisciplinary Studies of Communication and Media*, 2, 101–142.
- Navah, A., Rashidi, S., & Rostami, A. (2019). The impact of virtual social networks on youths' social identity: A study of 18–30-year-olds in Ahvaz. *Economic Sociology and Development*, 391–421.
- Panahi, M. (2001). Generational distance, family conflicts, and coping strategies. *Quarterly Journal of Humanities*, Alzahra University, 75, 75–114.
- Panahi, M. (2004). The existing generational gap in Iran and the effect of education on it. *Quarterly Journal of Social Sciences*, Allameh Tabataba'i University, 35, 37–69.
- Rezayian, A., & Edrisi, A. (2018). The impact of social networks on the lifestyle of the fourth generation. *Intercultural Studies*, 9, 9–36.
- Sampasa-Kanyinga, H., Goldfield, G., Kingsbury, M., Clayborne, Z., & Colman, I. (2019). Social media use and parent–child relationship: A cross-sectional study of adolescents. *Journal of Community Psychology*, 48, 793–803.
- Shalchi, B., & Kolahi, H. (2018). The structural relationship between intergenerational gap and internet addiction among adolescents. *Family and Research*, 15(40), 97–115.
- Sharma, V., & Singh, K. V. (2024). The influence of Generation Z's addiction to social media on emotional well-being. *Educational Administration: Theory and Practice*, 30(4), 7277–7283.

- Siibak, A., Vittadini, N., & Nimrod, G. (2014). Generations as media audiences: An introduction. *Journal of Audience & Reception Studies*, 11, 100–107.
- Soleimani Sasani, M., & Akbari, A. (2020). An analysis of cultural and media consumption among media generations on social media: A study of virtual space users in Tehran. *Sociological Studies*, 27(2), 325–359.
- Strauss, W., & Howe, N. (1991). *Generations: The history of America's future, 1584–2069*. New York, NY: William Morrow.
- Sultana, S. (2017). Social networking sites and family relationships: A study on youths of Dhaka city. *Journal of Humanities and Social Science*, 22, 46–52.
- Tabibi, J., Maleki, M., & Delshoghaei, B. (2024). *Preparing theses, dissertations, research proposals, and scientific articles (11th ed.)*. Tehran: Ferdows.
- Tajik, M., & Kazemini, N. (2013). The relationship between internet cyberspace and users' cultural and religious changes. *Cultural Management*, 17–30.
- Worsley, P. (1999). *Social order in sociological theory* (S. Moeidfard, Trans.). Tehran: Tebyan.
- Zamani, A., & Taghipour, F. (2017). Identifying moral and familial harms of virtual social network use among male adolescents in Isfahan. *Cyberspace Studies*, 13, 85–109.



شناسایی شاخص‌های تفاوت نسلی با تأکید بر تأثیرات رسانه‌های اجتماعی مجازی

کامیار نیستانی اصفهانی*

چکیده

این پژوهش با هدف تبیین و تحلیل تفاوت‌های نسلی با تأکید بر تغییرات متأثر از شبکه‌های اجتماعی مجازی انجام شده است. پژوهش حاضر با رویکرد کیفی و با استفاده از روش نظریه‌پردازی داده‌بنیاد انجام شده و داده‌ها از طریق مصاحبه‌های عمیق و ساختاریافته با ۲۱ نفر از کارشناسان و متخصصان حوزه رسانه و فرهنگ گردآوری شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد رسانه‌های اجتماعی مجازی نقش بنیادینی در بازساخت جهان‌بینی، نظام باورها، کنشگری اجتماعی و بروندهای فردی نسل‌ها ایفا می‌کنند و به شکل‌گیری الگوهای جدید هویتی و رفتاری منجر شده‌اند.

جامعه کنونی ایران در سال‌های اخیر به واسطه نفوذ اینترنت و توسعه رسانه‌های اجتماعی تغییرات فرهنگی متفاوتی را تجربه کرده است. تحولات ناشی از فناوری و کنشگری در این فضا، جامعه‌پذیری نسل نوجوان و جوان را تحت تأثیر قرار داده و تغییرات قابل‌مطالعه‌ای را سبب گردیده است. هدف اصلی این پژوهش، شناسایی شاخص‌های تفاوت نسلی با تأکید بر تغییرات متأثر از رسانه‌های اجتماعی مجازی به منظور شناخت نظام‌مند و ارائه مدل مفهومی در راستای مهندسی فرهنگی و رسانه‌ای مناسب بوده است. برای دستیابی به این هدف با استفاده از رویکرد کیفی و روش نظریه‌پردازی داده‌بنیاد، شاخص‌های تفاوت نسلی طی مصاحبه‌های عمیق با کارشناسان و متخصصان روانشناسی، فرهنگی و رسانه‌ای با بهره از مراحل تحلیلی نظریه مذکور کدگذاری، شناسایی و مفهوم‌سازی شدند. در این چارچوب شاخص‌های تفاوت نسلی در سه مفهوم اصلی

* دانشجوی دکتری مدیریت رسانه، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
neyestani.media@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۱/۱۴، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۱/۲۹



«دایره ذهنی»، «کنشگری اجتماعی» و «بروندادهای فردی» تفکیک و شناخت پژوهشی از سازه‌ها و زیرمؤلفه‌های مرتبط با این مفاهیم تبیین و ارائه شده است. شاخص اصلی دایره ذهنی از چهار زیر مؤلفه «جهان‌بینی و ایدئولوژی»، «ساختاربندی باورها و نگرش ذهنی»، «اولویت‌گذاری اهداف» و «انگیزش-انتظارات» تشکیل شده است. شاخص کنشگری اجتماعی شامل دو مؤلفه «رفتار اجتماعی» و «انطباق اجتماعی» می‌باشد و بروندادهای فردی در قالب دو مؤلفه «احساسات و هیجانات» و «الگوی انتخاب مصرف و عرضه» مفهوم‌سازی گردید. در نهایت با در نظر گرفتن شرایط تعدیل گر «تحولات جهانی»، «شرایط فرهنگی و اجتماعی»، «محیط پیرامونی» و «ویژگی‌های فردی و خانوادگی» مدل مفهومی حاصل از پژوهش پیشنهاد گردیده است.

کلیدواژه‌ها: تفاوت نسلی، تغییرات فرهنگی، رسانه، شبکه‌های اجتماعی مجازی، اینترنت.

۱. مقدمه

سرعت تحولات و بسط ارتباطات در جهان، توجه بیشتر جوانان و نوجوانان به برنامه‌های جهانی‌سازی و از همه مهم‌تر کنونی شدن فعالیت رسانه‌ها و گسترش روزافزون انواع آن، هسته اصلی اجتماع یعنی خانواده را به‌عنوان نهاد اولیه جامعه‌پذیری و پرورش نسل بعد تحت تأثیر قرار داده و تغییراتی را در سبک زندگی نسل جوان و نوجوان سبب گردیده است. اگر در فرآیند اجتماعی کردن کودکان، نوجوانان و جوانان، فرهنگ یک جامعه تا حد مطلوبی از نسلی به نسل دیگر منتقل شود و بازتولید فرهنگی به نحو احسن انجام پذیرد؛ میزان اشتراک فرهنگی دو نسل بالا می‌رود و اختلاف فاحشی به وجود نمی‌آید. در مقابل اگر فرآیند اجتماعی کردن به علل داخلی و خارجی دچار مشکل شود و به‌طور ناقص انجام گیرد و فرهنگ جامعه در حد مطلوبی به نسل بعد منتقل نشود، تداوم فرهنگی جامعه دچار مشکل شده و بین نسل جدید و قدیم شکاف می‌افتد (پناهی، ۱۳۸۳). رسانه‌ها به‌عنوان فراهم‌کنندگان چارچوب‌های تجربه برای مخاطبان، نگرش‌های کلی فرهنگی برای تفسیر اطلاعات را در جوامع امروزی برای افراد ایجاد می‌کنند و در دوران کنونی بخشی جدایی‌ناپذیر از زندگی مردم شده‌اند؛ 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 طریق همین رسانه‌ها دریافت می‌کند. به عبارتی در دوران معاصر که به عصر ارتباطات و جامعه اطلاعاتی معروف است، بخش عظیمی از جامعه‌پذیری نسل‌ها از طریق رسانه‌ها انجام می‌شود و نفوذ و تأثیر آن‌ها تا جایی است که

اولویت ذهنی و حتی رفتاری ما را تعیین می‌کنند و اگر چگونگی فکر کردن را به ما یاد ندهند، اینکه به چه چیزی فکر کنیم را به ما می‌آموزند. همان‌طور که از واژه رسانه برمی‌آید، رسانه‌های جمعی از چند لحاظ میانجی هستند؛ یکی اینکه غالباً میان ما به‌عنوان دریافت‌کننده و آن بخش از تجربه بالقوه‌ای که از خارج ادراک یا تماس مستقیم ماست، قرار می‌گیرند؛ دوم ممکن است، میان ما و سایر نهادهایی که با آن سروکار داریم (قانون، صنعت، دولت و غیره) قرار گیرند؛ سوم امکان دارد پیوندی میان این نهادهای گوناگون ایجاد کنند؛ چهارم رسانه‌ها، مجراهایی هستند که توسط آن‌ها دیگران با ما و ما با دیگران ارتباط برقرار می‌کنیم و پنجم اینکه غالباً رسانه‌ها با فراهم آوردن اسباب و لوازم، به ادراک ما از سایر گروه‌ها، سازمان‌ها و رویدادها شکل می‌دهند. (مک کوئیل (McQuail)؛ ۱۳۸۲: ۸۳). در گذشته از تلویزیون به‌عنوان «دایه الکترونیک» کودکان تعبیر می‌شد حال آنکه گوشی‌های هوشمند جایگزینی برای آن استعاره شده‌اند. این ابزار نه تنها قابلیت‌های تلویزیون را تأمین می‌کند بلکه فراتر از آن امکان انتخاب لحظه‌ای و تعاملی را نیز فراهم می‌سازد. در حال حاضر علاوه بر برنامه‌های ارتباطی و تعاملی واتس‌آپ و تلگرام، شبکه‌های اجتماعی مجازی نظیر اینستاگرام و تیک‌تاک با قابلیت‌های متمایز جای خود را در میان مخاطبان ایرانی باز کرده‌اند. این شبکه‌ها با در دسترس قرار دادن انبوهی از برنامه‌های تفریحی، اعم از موزیک ویدئو، دوربین مخفی، سریال و اخبار مخاطب بالایی پیدا کرده و با به‌کارگیری الگوریتم‌های هوش مصنوعی تنوع بی‌انتهایی را برای کاربران فراهم ساخته‌اند. همچنین در دنیای امروز، شبکه‌های اجتماعی مجازی به محلی برای حضور اقشار مختلف جامعه، به‌ویژه جوانان و مکان تبادل آرا و افکار ایشان و تأمین نیازهای متناسب با زندگی اجتماعی آنان تبدیل شده‌اند. در این بین به دلایل متعدد از جمله تحول سریع زیرساخت فناوری و ارتباط‌گیری نسل جوان با آن، فاصله اطلاعاتی بین والدین و فرزندان که از آن به شکاف دیجیتالی یاد می‌شود، به‌طور محسوس‌تری زیاد شده است به‌گونه‌ای که در برخی موارد کنترل و نظارت کافی بر روی عملکرد فرزندان در زمان کار با رایانه و بخصوص اینترنت وجود نداشته و این امر آسیب‌هایی برای خانواده به ارمغان آورده است. پرورش کودکان و نوجوانان یا «فرزند پروری» که در ادبیات علمی به «فرایند تقویت و حمایت از پیشرفت فیزیکی، عاطفی، اجتماعی و فکری فرزند از نوزادی تا بزرگسالی» تعبیر می‌شود در اثر تغییرات اخیر ناشی از توسعه فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی، عرصه‌های نوینی را در پیش روی خود می‌بیند. عرصه‌هایی که غفلت از آن‌ها

می‌تواند آسیب‌های جبران‌ناپذیری را به لحاظ فرهنگی و اجتماعی به جامعه وارد کند و نهادهای تربیتی و آموزشی جامعه را از مسیر منظم و ساختارمند خود خارج کرده و زمینه تفاوت، شکاف و گسست نسلی را ایجاد و یا تقویت نماید. جامعه‌ی ایران با دارا بودن جمعیت جوان و با توجه به شرایط متغیر جهانی، با چالش‌های مهمی در زمینه وسایل ارتباطی جدید روبه‌رو است و جوانان دارای علائق، خواسته‌ها و نیازهایی هستند که در پی پاسخ به آن‌ها در کندوکاو هستند. جوامع در حال گذار که در مسیر فاصله‌گیری از صورت‌بندی سنتی اجتماع خود هستند طبعاً با شکاف‌های پیچیده‌تر و متنوع‌تری مواجه خواهند شد. در این جوامع، از یک‌سو، شکاف‌های قومی، قبیله‌ای، فرهنگی و زبانی مربوط به جوامع سنتی، کماکان فعال‌اند و از سوی دیگر، جای پای شکاف‌های جوامع مدرن، هم چون شکاف طبقات، شکاف نسل‌ها، شکاف اقتصادی، شکاف فرهنگی، شکاف سنت و تجدد نیز مشاهده می‌شود (تاجیک، ۱۳۸۷). تفاوت نسل‌ها در صورتی که مورد مطالعه واقع نشده و برنامه‌ریزی لازم برای جبران تأخیرهای فرهنگی صورت نپذیرد؛ تجارب و مهارت‌های ارزشمند رفتاری و عملکردی نسل‌های زنجیروار را عقیم می‌گذارد و راه‌های پیشرفت را مسدود می‌کند. شکاف و گسست نسلی جامعه را از تکاپو و اشتیاق نسل‌های جوان و تازه‌نفس محروم می‌سازد و عرصه را بر خلاقیت و نوآوری تنگ می‌کند. با توجه به اینکه تغییر و تحول امری گریزناپذیر است، شناسایی مکانیسم‌های این تحول در نظام فرهنگی نسل والدین و فرزندان مخصوصاً در سطح خرد و میانه می‌تواند امکان مهندسی در نقشه و ساختار فرهنگی اجتماعی آینده ایران را فراهم آورد و از وقوع بی‌هویتی یا اغتشاش هویتی و یا چند هویتی در بین نسل‌های متفاوت بکاهد و فرصت لازم را جهت تغییر و تبدیل روندهای تغییر ارزشی نادرست را برای سیاست‌گذاران حوزه فرهنگی فراهم آورد؛ لذا این پژوهش درصدد بوده تا شاخص‌های تفاوت نسلی را با تأکید بر تغییرات متأثر از رسانه‌های اجتماعی مجازی شناسایی و مدلی مفهومی در زمینه ارائه نماید.

۲. پیشینه تحقیق در مطالعات داخلی و خارجی

۱.۲ تحقیقات داخلی

در زمینه گسست نسلی و تغییرات فرهنگی متأثر از شبکه‌های اجتماعی اینترنتی تحقیقات متعددی صورت پذیرفته است. از جمله یافته‌های پژوهش لطفی جلال آبادی و زروندی (۱۴۰۲) بیان می‌دارد که تأثیر شبکه‌های اجتماعی در سه طبقه اصلی قابل دسته‌بندی است؛

باورها و اعتقادات (خدا باوری، اخلاق باوری، هویت و خود باوری)، ارزش‌ها و هنجارها (ارزش‌های کاری، ارزش‌های خانواده) و عوامل رفتاری و نمادها (مد، مصرف، وظایف اجتماعی، مسئولیت اجتماعی). از سویی دیگر نتایج پژوهش نقیب السادات و همکاران (۱۴۰۰) نیز نشان می‌دهد بین مدت‌زمان استفاده از شبکه‌های اجتماعی همراه و تحکیم مناسبات نسلی دانشجویان با والدین همبستگی منفی وجود دارد. بنا بر یافته‌ها، شبکه‌های اجتماعی همراه، روند نوسازی در عرصه روابط خانوادگی را تسریع و پیوندهای سنتی در خانواده را تضعیف می‌کنند (نقیب السادات، ۱۴۰۰). سلیمانی ساسانی و اکبری (۱۳۹۹) در پژوهش خود به تحلیل مصرف رسانه‌ای پرداخته‌اند و یافته‌های حاصل از آن پژوهش نشان داده است که از بُعد مصرف، تمایزات فراوانی بین نسل‌ها وجود دارد و «مصرف متظاهرانه» را می‌توان در مصرف نسل‌های رسانه‌ای مشاهده کرد. نمایش زیبایی یا فیزیک بدن، معرفی علایق فرهنگی و سبک زندگی خود به دیگران، لایک کردن، مشاهده استوری و پرسه زنی در کانال‌ها و اشتراک‌گذاری وقایع مهم زندگی در قالب عکس و فیلم را می‌توان از مصادیق مصرف متظاهرانه است. همچنین نتایج نشان داد که با کاهش سن نسل رسانه‌ای بر انگیزه استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای این موارد افزوده می‌شود (سلیمانی ساسانی و اکبری، ۱۳۹۹). در پژوهشی دیگر نواح و همکاران (۱۳۹۸) نشان می‌دهند میان متغیرهای مستقل میزان حضور در فضای مجازی، انگیزه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با متغیرهای وابسته هویت اجتماعی، هویت ملی و هویت دینی جوانان ارتباط معناداری وجود دارد (نواح و همکاران، ۱۳۹۸). عباس زاده و عدلی پور (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان «بازسازی معنایی شبکه‌های اجتماعی موبایلی در زندگی روزمره جوانان» دریافتند که استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی، پیامدهای اجتماعی و فرهنگی گسترده و بعضاً متناقضی برای جوانان، همچون استحاله حجاب و پوشش، فرسایش اعتقادات دینی، تشدید مصرف‌گرایی، فرسایش سرمایه اجتماعی درون‌گروهی (کاهش تعاملات خانوادگی و صلۀ رحم، شکاف نسلی، شکل‌گیری اختلافات جدید بین زن و شوهر) و تسهیل و حفظ و گسترش روابط اجتماعی (افزایش سرمایه اجتماعی) در پی داشته است (عباس زاده و عدلی پور، ۱۳۹۷). در مطالعه‌ای دیگر که رضائیان و ادیسی (۱۳۹۷) دنبال نموده‌اند یافته‌ها بیانگر آن است که بین میزان استفاده و نوع شبکه‌های اجتماعی مجازی و ابعاد سبک زندگی همبستگی مستقیمی وجود دارد، به گونه‌ای که هرچه میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی افزایش یابد، گرایش به سبک

زندگی مدرن نیز، بالاتر می‌رود (رضاییان و ادیسی، ۱۳۹۷). پژوهش شالچی و کلاهی (۱۳۹۷) باهدف بررسی نقش شکاف میان نسلی در تبیین آسیب‌پذیری در مقابل اعتیاد به اینترنت در نوجوانان، نشان می‌دهد یکی از دلایل اصلی شکاف میان نسلی، فقدان ارتباط میان والدین و فرزندان است. در پژوهش‌های انجام‌شده در خارج از ایران، پژوهش ویرسینگ و شارما (Veer Singh & Sharma) (۲۰۲۴) با عنوان تأثیر اعتیاد نسل Z به رسانه‌های اجتماعی بر زیست عاطفی آنها نشان داد که نگرش جوانان به طور قابل توجهی تحت تأثیر رسانه‌های اجتماعی است (ویرسینگ و شارما، ۲۰۲۴). سمپسا کانینگا (Sampasa-Kanyinga) و همکاران (۲۰۲۰) دریافتند که استفاده زیاد از رسانه‌های اجتماعی (استفاده روزانه بیش از ۲ ساعت) بر روی روابط منفی بین والدین و فرزندان اثرگذار است (سمپسا کانینگا و همکاران، ۲۰۲۰). سلطانا (Sultana) (۲۰۱۷) طی مطالعه‌ای باهدف بررسی رابطه میان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و تأثیرات آن بر روابط خانوادگی در بین جوانان، دریافت که استفاده از شبکه‌های اجتماعی همچون فیس‌بوک و اینستاگرام، منجر به محدودیت زمان برقراری ارتباط با اعضای خانواده و همچنین تضعیف انسجام و همبستگی روابط میان جوانان و والدین می‌گردد که این روند، گسست روابط خانوادگی را به دنبال دارد (سلطانا، ۲۰۱۷). در مطالعه‌ای دیگر که در مصر انجام دادند نتایج حاکی از آن بود که همبستگی آماری بالایی بین استفاده نوجوانان از فناوری و تعامل اجتماعی با والدینشان وجود دارد. (موواد و ابراهیم، ۲۰۱۶). بو و ون (Bowe & Wohn) (۲۰۱۵) در پژوهشی باهدف تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر تفاوت‌های نسلی، دریافتند میان نسل‌های قدیم و بومیان دیجیتال، تفاوت نسلی بارزی وجود دارد. براساس این پژوهش، رسانه‌های اجتماعی برای تعامل با خانواده و خویشاوندان، مفید واقع نشده و با استفاده از آنها، الگوهای همبستگی میان افراد مسن و جوان تا حدودی دچار دگرگونی شده است (بو و ون، ۲۰۱۵). سیبک (Siibak) و همکاران (۲۰۱۴) پژوهشی را باهدف شفاف‌سازی ارتباط بین مخاطبان رسانه‌ها و فرهنگ مصرف رسانه‌ای نسل‌ها انجام دادند. یافته‌ها نشان دادند رسانه‌ها بر ساخت اجتماعی نسل‌ها به‌منزله هویت‌های فرهنگی تأثیر گذاشته‌اند (سیبک و همکاران، ۲۰۱۴).
گزیده یافته‌های تمامی تحقیقات مرتبط، در جدول (۱) که پیش رو قرار دارد به طور کامل مورد توجه قرار گرفته است.

جدول ۱. گزیده یافته‌های پژوهش

پژوهشگر	گزیده یافته‌های پژوهش
لطفی جلال آبادی و زروندی (۱۴۰۲)	تأثیر شبکه‌های اجتماعی در سه طبقه اصلی دسته‌بندی شدند: باورها و اعتقادات، ارزش‌ها و هنجارها و عوامل رفتاری و نمادها.
نقیب السادات و همکاران (۱۴۰۰)	بین مدت‌زمان استفاده از شبکه‌های اجتماعی همراه و تحکیم مناسبات نسلی دانشجویان با والدین همبستگی منفی وجود دارد.
سلیمانی ساسانی و اکبری (۱۳۹۹)	با کاهش سن نسل رسانه‌ای بر انگیزه استفاده از رسانه‌های اجتماعی افزوده می‌شود و «مصرف متظاهرانه» را می‌توان در مصرف نسل‌های رسانه‌ای مشاهده کرد.
نواح و همکاران (۱۳۹۸)	بین انگیزه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با متغیرهای وابسته هویت اجتماعی، هویت ملی و هویت دینی جوانان ارتباط معناداری وجود دارد.
عباس زاده و عدلی پور (۱۳۹۷)	استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی، پیامدهای اجتماعی و فرهنگی گسترده و بعضاً متناقضی برای جوانان در پی داشته است.
فرقانی و مهاجری (۱۳۹۷)	بین مؤلفه‌های سبک زندگی با میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه رابطه وجود دارد.
رضائیان و ادیسی (۱۳۹۷)	هرچه میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی افزایش یابد، گرایش به سبک زندگی مدرن نیز، بالاتر می‌رود.
شالچی و کلاهی (۱۳۹۷)	یکی از دلایل اصلی شکاف میان نسلی، فقدان ارتباط میان والدین و فرزندان است
زمانی و تقی پور (۱۳۹۶)	آسیب‌ها اخلاقی ناشی از شبکه‌های اجتماعی در میان فرزندان پسر شناسایی شده است.
بیران و پوریحیی (۱۳۹۳)	بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و تغییرات هویت فرهنگی کاربران همبستگی معنی‌داری وجود دارد.
تاجیک و کاظمینی (۱۳۹۲)	فناوری ارتباطی منجر به تقویت فردیت جدید با نیازها، تمایلات، ذائقه‌ها، نگرش‌ها و ارزش‌های جدیدی شده است ولی این امر باعث گسست باورها و مفروضات هسته فرهنگی جامعه ایرانی با ریشه دینی نشده است.
محمد پور و آزادی نژاد (۱۳۹۲)	محتوای اینترنت و برقراری ارتباط در این فضای مجازی بر ایجاد شکاف نسلی میان فرزندان و والدین خانواده‌های تهرانی تأثیر دارند.
فتحی و همکاران (۱۳۹۰)	بین فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات و شکاف نسلی رابطه معناداری وجود دارد.
آزاد ارمکی (۱۳۸۳)	با وجود تغییر در کلیت ساختار اجتماعی همچنان دین و خانواده برای همه نسل‌ها از اهمیت بالایی برخوردار بود.
آزاد ارمکی (۱۳۸۰)	جامعه ایرانی با توجه به عوامل بیرونی اثرگذار خانواده و افزایش جمعیت جوان و نیازهای آن‌ها، با تفاوت نسلی روبرو شده است.

پژوهشگر	گزیده یافته‌های پژوهش
پناهی (۱۳۸۰)	نسل جدید به‌طور معناداری بیش از نسل قبل به مقام اهمیت می‌دهد. در مورد ارزش‌های فرا مادی شامل درستکاری، آبرو و علم نسل گذشته بیشتر از نسل جدید آن‌ها را مهم تلقی کرده‌اند.
ویرسینگ و شارما (۲۰۲۴)	نگرش جوانان به طور قابل توجهی تحت تأثیر رسانه‌های اجتماعی است.
سیمپسا کانینگا و همکاران (۲۰۲۰)	استفاده زیاد از رسانه‌های اجتماعی) بر روی روابط منفی بین والدین و فرزندان اثرگذار است.
سلطانا (۲۰۱۷)	استفاده از شبکه‌های اجتماعی منجر به محدودیت زمان برقراری ارتباط با اعضای خانواده و همچنین تضعیف انسجام و همبستگی روابط میان جوانان و والدین می‌گردد.
موواد و ابراهیم (۲۰۱۶)	همبستگی آماری بالایی بین استفاده نوجوانان از فناوری و تعامل اجتماعی با والدینشان وجود دارد.
بو و ون (۲۰۱۵)	میان نسل‌های قدیم و بومیان دیجیتال، تفاوت نسلی بارزی وجود دارد.
سبیک و همکاران (۲۰۱۴)	رسانه‌ها بر ساخت اجتماعی نسل‌ها به‌منزله هویت‌های فرهنگی تأثیر گذاشته‌اند.
بولین (۲۰۱۴)	خاطرات رسانه‌ای در سال‌های شکل‌گیری هر نسل نقش عمده‌ای در تفاوت‌های موجود بین نسل‌ها داشته‌اند.
ناپولی (۲۰۱۴)	رسانه اجتماعی نقش مهمی در پیکربندی دوباره هویت نسلی ایفا کرده است.

۲.۲ چارچوب نظری

به عقیده مید (Margaret Mead)، دگرگونی‌های اجتماعی شتابان، فرایند انتقال فرهنگ از نسلی به نسل دیگر و یا فرایند اجتماعی شدن را دچار مشکل و وقفه نموده و بین دو نسل اختلاف تجربه و فرهنگ ایجاد کرده است. براساس این دیدگاه، دگرگونی‌های سریع و وسیع در جامعه موجب تفاوت شرایط رشد و تربیت فرزندان نسبت به والدینشان شود و نتیجتاً یک فاصله نسلی بین آن‌ها به وجود آید. این فاصله نسلی خود باعث اختلاف فرهنگی مهمی بین دو نسل می‌گردد (مید، ۱۳۸۵). براساس این مباحث، به‌طورکلی می‌توان گفت هر چه در یک جامعه تغییرات اجتماعی سریع‌تر، وسیع‌تر و عمیق‌تری روی دهد، فاصله بین دو نسل والدین و فرزندان بیش‌تر می‌شود و اختلافات و مسائل بین نسلی بیشتری به وجود خواهد آمد. عامل دیگر شکاف نسلی، نارسایی و انسداد در فرآیند «انتقال ارزش‌ها و هنجارها» به نسل جدید است. به اعتقاد پارسونز (Parsons)، ما در جامعه با مسئله‌ای به نام انتقال ارزش‌های اساسی به افراد روبه‌رو هستیم و این ارزش‌ها هستند که

کیفیت عمل افراد را تعیین می‌کنند و در بقای نظم سهیم‌اند (ورسلی، ۱۳۷۸). بنگستون (Bengeston)، به‌طور خاص شکاف نسل‌ها را به‌عنوان یکی از پدیده‌های جاری در جوامع مدرن موردنظر قرار داده است. وی در بحث شکاف نسل‌ها، سه دیدگاه را از هم تمییز می‌دهد؛ اول، کسانی که معتقد به «شکاف عمیق» هستند؛ دوم کسانی که شکاف نسلی را یک توهم و خیال می‌دانند که توسط وسایل ارتباط جمعی تحمیل شده است و سوم افرادی که به پیوستگی و تفاضل‌گزینشی بین نسل‌ها معتقدند؛ به این معنا که سعی دارند با تفکیک موضوعات مختلف از هم در مورد هر بخش جداگانه داوری کرده و میزان گسست یا پیوستگی را بررسی کنند (بنگستون، ۱۹۷۰). بر همین اساس دیدگاه‌های موجود در باب وجود یا عدم وجود شکاف نسلی در ایران را به چهار دسته تقسیم کرده است. دسته اول معتقدان به وجود شکاف نسلی در ایران که خود به دودسته بدبینان و خوش‌بینان به شکاف نسلی منفک می‌شوند. دسته دوم آنان که قائل به تفاوت نسلی هستند نه شکاف بین نسل‌ها، دسته سوم دیدگاهی که مسئله اصلی را نه گسست نسلی، بلکه گسستی فرهنگی می‌داند؛ و سرانجام، دیدگاهی که با بیم و امید، شرایط فعلی را در صورت عدم مدیریت صحیح، دارای پتانسیل گسترش تفاوت نسلی تا سرحد شکاف نسلی تلقی می‌کند (معیدفر، ۱۳۸۳). دیدگاه چهارم که در این پژوهش نیز قالب است شامل دیدگاه‌هایی است که معتقدند در صورت تداوم سیاست انعطاف‌ناپذیری نسبت به تحولات جدید و تفاوت‌های نسلی پدیده شکاف یا گسست نسلی قریب‌الوقوع است. توجه به الگوهای نسلی در ادبیات خارج از کشور نیز می‌تواند گستره مفهومی مناسب‌تری پیش روی این گفتار قرار دهد. استراوس و هاو (Strauss & Howe) (۱۹۹۱) نسل‌های حاضر در عرصه اجتماع را به چهار گروه دسته‌بندی کرده و توضیحاتی در مورد ویژگی‌های و ابژه‌های نسلی هر گروه مطرح و همچنین رسانه مورد استفاده در دوران جامعه‌پذیری هر نسل را در جامعه آمریکایی معرفی نمودند. آن‌ها در کتاب خود از چهار نسل مدنی، واکنش‌گرا، آرمان‌گرا و سازگار سخن می‌گویند و نسبت هر کدام از نسل‌ها را با رسانه موجود در آن دوره‌ها تحلیل کرده‌اند. نسل واکنش‌گرا یا نسل گمشده X کسانی هستند که در سال‌های ۱۹۶۱ تا ۱۹۸۱ پا به عرصه عمل اجتماعی گذاشتند. این نسل، گمشده و ناشناخته در فضای شلوغ و پر آشوب رسانه‌ای است. نسل بعدی نسل Y است که در بین سال‌های ۱۹۸۲ تا ۲۰۰۰ پا به عرصه گذاشته‌اند. آخرین دسته نیز نسل Z نام دارد که به متولدین قرن بیست و یکم بعد از سال ۲۰۰۰ تاکنون نسبت داده می‌شود. آن‌ها در جهانی اینترنتی بزرگ‌شده‌اند و تمامی امکانات فناورانه رسانه‌ای به حد

کمال برای آنان وجود داشته است (استراوس و هاو، ۱۹۹۱). در این چارچوب دو نسل Z (کمتر از ۲۵ سال) و Y (۲۶ تا ۴۰ سال) در این پژوهش هدف‌گذاری شده است. در حوزه آثار اجتماعی رسانه‌ها، نظریه یادگیری اجتماعی (Social learning) باندورا (A. Bandura) به‌طور ویژه با بحث تغییرات فرهنگی و اجتماعی این پژوهش در ارتباط است. بر اساس این نظریه، انسان‌ها بیشتر آنچه را که برای راهنمایی و عمل در زندگی نیاز دارند، صرفاً از تجربه و مشاهده مستقیم یاد نمی‌گیرند، بلکه عمده آن‌ها به‌طور غیرمستقیم و به‌ویژه از طریق رسانه‌های جمعی آموخته می‌شود. بنا به این نظریه، یادگیری از راه مشاهده (Observation)، تقلید (Imitation) و الگوبرداری (Modeling) انجام می‌شود و به عامل تقویتی نیازی ندارد. فرد از طریق مطالعه و مشاهده‌ی نمونه‌های رسانه‌ای، رفتارهای مناسب را فرامی‌گیرد، یعنی در واقع می‌فهمد کدام دسته از رفتارها پاداش می‌گیرند و کدام یک کیفر می‌بینند. از این طریق، مخاطبان می‌کوشند در زندگی واقعی پاداش بگیرند و بنابراین به تقلید و الگوبرداری از نمونه‌های رسانه‌ای گرایش پیدا می‌کنند (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹). کاپلان و هانالین (Kaplan & Haenlein) در تعریف رسانه‌های اجتماعی عنوان می‌کنند که این رسانه‌ها، گروهی از برنامه‌های مبتنی بر فناوری وب ۲ هستند که این بستر باعث ایجاد و تبادل محتوای تولیدشده توسط کاربران می‌شود. ویژگی اصلی رسانه‌های اجتماعی از جمله مشارکت پذیری، در دسترس بودن، تعاملی و گفتگو محور بودن، قابلیت شکل‌دهی گروه و گستره وسیع اتصال افراد؛ زمینه تداوم حضور و اشتیاق ارتباطی را افزایش داده است (کاپلان و هانالین، ۲۰۰۹). توجه به ویژگی‌های رسانه‌های اجتماعی جدید در این پژوهش کلید تحلیل‌های پیش رو خواهد بود.

۳. روش‌شناسی پژوهش

با توجه به هدف اصلی این پژوهش مبنی بر شناسایی شاخص‌های تفاوت نسلی با تأکید بر تغییرات فرهنگی متأثر از رسانه‌های اجتماعی مجازی، در مرحله اول با استفاده از مطالعه گسترده، پیشینه‌های پژوهشی شناسایی، تطبیق و دسته‌بندی شده و پس‌از آن بر اساس رویکرد کیفی با بهره از مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته، شاخص‌های تفاوت نسلی بر پایه تجارب پژوهشی کارشناسان فرهنگی، رسانه‌ای، روانشناسی و جامعه‌شناسی با استفاده از روش تحلیل نظریه‌سازی داده بنیاد، شناسایی و مدل‌سازی شده است. در این روش گردآوری داده‌ها، تحلیل و نظریه نهایی با یکدیگر در ارتباط تنگاتنگ هستند. پژوهشگر کار

شناسایی شاخص‌های تفاوت نسلی با تأکید بر ... (کامیار نیستانی اصفهانی) ۳۴۵

را با نظریه‌ای که از قبل در ذهن دارد شروع نمی‌کند؛ بلکه کار را در عرصه واقعیت آغاز می‌کند و می‌گذارد تا نظریه از درون داده‌هایی که گرد می‌آورد، پدیدار شود. نظریه‌های داده بنیاد به سبب آن‌که از داده‌ها بیرون کشیده می‌شوند، بیشتر می‌توانند بصیرت افزا باشند، فهم را تقویت کنند و راهنمای عمل قرار گیرند (استراوس و کربین، ۱۹۹۰). در این پژوهش با نگاهی نوین و اثربخش در مجموع با ۲۱ نفر از کارشناسان آگاه به موضوع و محقق در این زمینه، مصاحبه شده است. هریک از کارشناسان مذکور که مورد مصاحبه اصلی قرار گرفته‌اند، حداقل جامعه آماری گسترده‌ای بالغ بر ۳۰ مورد از نسل‌های جدید (زیر ۲۵ سال) و نسل قبل از آن (۲۶ تا ۴۰ سال) که در شهر تهران زندگی می‌کنند را مورد پژوهش قرار داده‌اند. این افراد از فهرست مشارکت‌کنندگان مطلعی که می‌توانستند امکان کشف گوناگونی‌ها را به حداکثر برسانند و مقوله‌ها را از لحاظ ویژگی و ابعاد غنی‌تر کنند، انتخاب شدند. مصاحبه به صورت نیمه ساختاریافته و با سؤال‌های تکمیلی باز انجام گرفت. به جهت تبیین توان علمی، آگاهی از محور پژوهش، زمینه تخصص و سابقه اشراف هر یک از کارشناسان در جدول شماره ۲ ارائه شده است.

جدول ۲. کارشناسان و متخصصان آگاه

ردیف	حوزه پژوهشی و تخصص	سابقه (سال)	جنسیت
۱	هیئت علمی و پژوهشگر حوزه رسانه و مدیریت	۲۰ سال	مرد
۲	هیئت علمی و پژوهشگر حوزه مطالعات فرهنگی	۱۵ سال	زن
۳	هیئت علمی و پژوهشگر حوزه جامعه‌شناسی و فلسفه	۲۲ سال	مرد
۴	هیئت علمی و پژوهشگر حوزه روان‌شناسی	۱۳ سال	زن
۵	هیئت علمی و پژوهشگر حوزه ارتباطات	۱۱ سال	مرد
۶	هیئت علمی و پژوهشگر حوزه برنامه‌ریزی آموزشی	۱۲ سال	زن
۷	پژوهشگر حوزه رسانه و تهیه‌کننده تلویزیون	۱۴ سال	مرد
۸	پژوهشگر حوزه رسانه و تهیه‌کننده تلویزیون	۱۲ سال	زن
۹	پژوهشگر حوزه رسانه و تهیه‌کننده رادیو	۱۵ سال	زن
۱۰	ت پژوهشگر حوزه رسانه و سردبیر خبری	۱۷ سال	مرد
۱۱	مدرس و پژوهشگر حوزه روان‌شناسی	۱۵ سال	مرد
۱۲	پژوهشگر حوزه برنامه‌ریزی آموزشی	۱۳ سال	زن
۱۳	پژوهشگر حوزه برنامه‌ریزی آموزشی	۱۵ سال	مرد

ردیف	حوزه پژوهشی و تخصص	سابقه (سال)	جنسیت
۱۴	پژوهشگر و مدرس حوزه رسانه و مدیریت	۱۸ سال	مرد
۱۵	پژوهشگر و مدرس حوزه رسانه و مدیریت	۱۲ سال	مرد
۱۶	پژوهشگر و مدرس حوزه مدیریت امور فرهنگی	۱۵ سال	زن
۱۷	پژوهشگر و مدرس حوزه مدیریت امور فرهنگی	۱۰ سال	مرد
۱۸	پژوهشگر و مدرس حوزه جامعه‌شناسی	۱۳ سال	مرد
۱۹	پژوهشگر و مدرس حوزه ادیان و مذاهب	۱۲ سال	مرد
۲۰	پژوهشگر و مدرس حوزه مطالعات سیاسی	۱۵ سال	مرد
۲۱	پژوهشگر و مدرس حوزه مطالعات سیاسی	۱۲ سال	مرد

پس از پیاده‌سازی دقیق مصاحبه‌ها با تحلیل سطر به سطر؛ داده‌ها به ایده‌ها، رویدادها و کنش‌های جدا از هم خرد شدند و به هر یک نامی داده شد و بدین ترتیب مفاهیم پدیدار شدند. بعد از آن نوبت به دسته‌بندی برخی مفاهیم ذیل مفهوم انتزاعی‌تر رسید و مقوله‌ها شکل گرفت. پس از شناسایی مقوله‌ها، پژوهشگر شروع به پروراندن آن با استفاده از ویژگی‌های و ابعاد کرد و با استفاده از تحلیل و مقایسه مراحل، کدگذاری باز و مقدمات کدگذاری محوری صورت گرفت. کدگذاری حول محور یک مقوله به‌منظور عمق و ساختار بخشیدن به آن صورت پذیرفت. در نهایت با کدگذاری گزینشی و از راه یکپارچه‌سازی و پالایش مقوله‌ها، یافته‌های پژوهش در قالب مدلی مفهومی تدوین شد. برای افزایش قابلیت اعتماد و اعتبار پژوهش، فرایند کدگذاری توسط دو نفر غیر از کدگذار اصلی کنترل شد و با توجه به تفاوت اندک در انتخاب عناوین کدهای محوری و گزینشی، از انتخاب مناسب کدها اطمینان حاصل شد. سعی شد که ابعاد و ویژگی‌های برجسته هر مقوله، در حد معقول شناسایی شود و با نشان دادن گوناگونی‌ها، دقت و صراحت مقوله‌ها افزایش یابد. به‌منظور ارزیابی الگو، با مقایسه الگوی به‌دست‌آمده با داده‌های خام و داده‌های موجود در بانک اطلاعاتی، میزان مطابقت الگو با اکثر موارد موجود در داده‌ها، تحلیل شد. همچنین با در اختیار قرار دادن مدل ترسیم‌شده به مصاحبه‌شوندگان و دریافت نظر آن‌ها، انطباق آن با مواردی که بیان کرده بودند، واکاوی شد. بهره‌مندی از نظرهای اصلاحی خبرگان غیر شرکت‌کننده نیز، از راه‌های بالا بردن سطح قابل اعتماد بودن مدل به‌دست‌آمده، بود. یافته‌های پژوهش از میان نظرهای متعدد مصاحبه‌شوندگان و با رویکرد دسته‌بندی مفاهیم در چارچوب‌های نظری، در نهایت ۹۴ مقوله کدگذاری باز شد و در مرحله بعدی با

شناسایی شاخص‌های تفاوت نسلی با تأکید بر ... (کامیار نیستانی اصفهانی) ۳۴۷

توجه به ارتباط مقوله‌ها و طی چندین مرحله، کدگذاری محوری در قالب ۲۲ عنوان انجام گرفت. با توجه به کدهای محوری به دست آمده از یافته‌ها، به منظور پیشبرد فرایند کدگذاری، کدهای گزینشی به صورت انتزاعی تر در قالب ۸ کد اصلی دسته‌بندی شدند و در نهایت با در نظر گرفتن اهداف فرعی پژوهش، هسته مرکزی در قالب ۳ شاخص اصلی از داده‌ها استخراج گردید.

جدول ۳. خلاصه روش‌شناسی پژوهش

نوع پژوهش	از نظر هدف: کاربردی	از نظر ماهیت: اکتشافی	از نظر رویکرد: کیفی
روش‌شناسی پژوهش	نظریه‌سازی دانه‌بنیاد		
روش گردآوری داده‌ها	مصاحبه عمیق (ساختاریافته)		
جامعه مورد بررسی	کارشناسان و متخصصان حوزه رسانه و فرهنگ		
روش نمونه‌گیری	نمونه‌گیری نظری		
تعداد مشارکت‌کننده‌ها	۲۱ نفر		

۴. یافته‌های پژوهش

در چارچوب اهداف پژوهش، پس از طی روش‌های گردآوری داده‌ها، طبقه‌بندی و تحلیل آن مطابق با روش عنوان‌شده در بخش قبل صورت پذیرفت. شاخص‌های تفاوت نسلی در قالب سه شاخص اصلی «دایره ذهنی»، «کنشگری اجتماعی»، «بروندادهای فردی» تفکیک و شناخت پژوهشی از سازه‌ها و زیر مؤلفه‌های مرتبط تبیین و ارائه شده است. دایره ذهنی به عنوان یکی از مفاهیم اصلی شناسایی شده متشکل از چهار زیر مؤلفه «جهان‌بینی و ایدئولوژی»، «ساختاربندی باورها و نگرش ذهنی»، «اولویت‌گذاری اهداف» و «انگیزش-انتظارات» می‌باشد. در سطح کنشگری اجتماعی نیز دو مؤلفه «رفتار اجتماعی» و «انطباق اجتماعی» به عنوان زیرشاخه‌های اصلی شناسایی شد. بروندادهای فردی نیز در قالب دو زیر مؤلفه «احساسات و هیجانات» و «الگوی انتخاب مصرف و عرضه» مفهوم‌سازی گردید. در نهایت با در نظر گرفتن شرایط تعدیلگر «تحولات جهانی»، «شرایط فرهنگی و اجتماعی»، «محیط پیرامونی»، «ویژگی‌های فردی و خانوادگی» مدل مفهومی حاصل از پژوهش پیشنهاد گردیده است.

۱.۴ شاخص‌های اصلی

۱. «دایره ذهنی»

همان‌طور که اشاره گردید پس از گردآوری یافته‌ها و طی فرایندهای تحلیلی اولین هسته مرکزی مفاهیم در قالب «دایره ذهنی» استخراج و هویت معنایی یافت که خود شامل مفاهیم اصلی «جهان‌بینی و ایدئولوژی»، «ساختاربندی باورها و نگرش ذهنی»، «اولویت‌گذاری اهداف» و «انگیزش-انتظارات» می‌باشد. دایره ذهنی هر فرد، شالوده نگرش، نوع تفکر و جهت‌یابی وی در زندگی شخصی و اجتماعی را ترسیم می‌سازد.

الف) جهان‌بینی و ایدئولوژی

همان‌طور که در جدول شماره ۴ قابل مشاهده است «جهان‌بینی و ایدئولوژی» زیرشاخه اصلی مفهوم مرکزی «دایره ذهنی» می‌باشد. طی فرایندهای تحلیلی و یکپارچه‌سازی، سازه‌های مفهومی «ادراک هستی»، «انسان‌شناسی» و «روش زیست در جهان»، تفکیک و کدهای محوری و گزینشی حول این شاخص شکل یافته است.

جدول ۴. یافته‌های پژوهش؛ دایره ذهنی - جهان‌بینی و ایدئولوژی

کدگذاری باز	کد محوری	کد گزینشی	هسته مرکزی
نحوه آفرینش جهان	ادراک آفرینش	جهان‌بینی و ایدئولوژی	دایره ذهنی
غایت جهان			
آفریدگار و هدایتگر جهان			
خلقت انسان	انسان‌شناسی	جهان‌بینی و ایدئولوژی	
جایگاه انسان در جهان			
هدف از زندگی و رسالت انسانی			
سرنوشت، جبر و اختیار	روش زندگی	جهان‌بینی و ایدئولوژی	
انتخاب روش زیستن			

بر مبنای تحلیل داده‌ها برخی از مهم‌ترین عناصر جهان‌بینی و ایدئولوژی نسل جوان متأثر از فضای رسانه‌ای انتخابی دستخوش تغییراتی شده است. برتری یافتن دیدگاه‌های تکاملی در خصوص آفرینش و فناپذیری آن زمینه اولیه این تفاوت‌ها را جهت‌دهی

می‌نماید. در این چارچوب تنزل مقام انسانی، پیروی از غرایز و بنیان نهادن اعتقادات ماتریالیستی از دیگر شاخص‌هایی است که در این مؤلفه‌ها شناسایی و کدگذاری شده است. همچنین توجه به برخی فرقه‌ها و بدعت‌های فراگیر در سطح جهانی از دیگر تفاوت‌های این حوزه می‌باشد که به صورت متمرکز در این مفاهیم دسته‌بندی گردیده است. جهان‌بینی در واقع قسمتی از هستی‌شناسی می‌باشد و عناصر آن عبارت‌اند: الف: توجیه جهان هستی ب: توجیه انسان ج: رابطه انسان با هستی (مطهری، ۱۳۸۶).

ب) ساختاربنندی باورها و نگرش ذهنی

مطابق جدول ۵ «باورهای بنیادی»، «باورهای فرهنگی» و «نگرش‌های اجتماعی و سیاسی» زیر مؤلفه‌هایی است که «ساختاربنندی باورها و نگرش» را در این تحلیل شکل داده است.

جدول ۵. یافته‌های پژوهش؛ دایره ذهنی - ساختاربنندی باورها و نگرش

هسته مرکزی	کد گزینشی	کد محوری	کدگذاری باز
دایره ذهنی	ساختاربنندی باورها و نگرش	باورهای بنیادی	اعتقادات و باورها
			مواجه، انتخاب و ادراک دین و مذهب
			میزان پایبندی به دستورات دینی
			نتایج و آثار اعمال
			معیارهای اخلاق
		باورهای فرهنگی	ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی
			عرف و هنجارهای فرهنگی
			جایگاه سنت‌ها
			ادراک و انتخاب عناصر آداب و رسوم
			عناصر زیباشناختی
		نگرش اجتماعی و سیاسی	قانون مداری
			ادراک و پذیرش فاصله قدرت
			ارکان سیاست و حکومت
			وطن‌نگری
			فردمحوری / دگراندیشی
			لذت‌جویی مادی و معنوی

کد مرکزی	کد گزینشی	کد محوری	کد گذاری باز
			سازندگی و اصلاح‌جویی
			ساده زیستی / تجمل‌گرایی

تفاوت در «اعتقادات و باورها»، «مواجهه، انتخاب و ادراک دین و مذهب»، «میزان پابندی به دستورات دینی»، «اعتقاد به نتایج و آثار اعمال» و «معیارهای اخلاقی» از جمله مهم‌ترین مقوله‌هایی است که تفاوت میان نسلی در باورهای بنیادی را متجلی ساخته است. «سیستم ارزش‌گذاری فرهنگی و اجتماعی»، میزان احترام به «عرف و هنجارهای فرهنگی»، «جایگاه سنت‌ها»، «ادراک و انتخاب عناصر آداب و رسوم» و جایگاه هنر و «عناصر زیباشناختی» از دیگر مقوله‌های تفکیک یافته در سطح «باورهای فرهنگی» است. پابندی به «قانون مداری»، «ادراک و پذیرش فاصله قدرت»، «ارکان سیاست و حکومت»، «وطن‌نگری»، «فرد محوری یا دگراندیشی»، «لذت‌جویی‌های مادی و معنوی»، «سازندگی و اصلاح‌جویی»، «ساده زیستی یا تجمل‌گرایی» از دیگر ملاک‌های تفاوت میان نسلی است که در قالب کد محوری «نگرش اجتماعی و سیاسی» تحلیل و دسته‌بندی شده است. براساس یافته‌های حاصل از مصاحبه‌های تخصصی، هژمونی محتوای موجود در رسانه‌های اجتماعی مجازی، تأثیراتی را در باورها و نگرش ذهنی نسل جدید ایجاد نموده است. کاهش عناصر اعتقادی و عدم تمایل به پیروی از هنجارها، سنت‌ها و دستورات دینی از جمله مواردی است که تفاوت میان نسلی را در این مقوله‌ها آشکار می‌سازد. از سویی دیگر تمایل به فردمحوری، تمایل به کاهش فاصله قدرت در ارکان اجتماعی، توجه بیشتر به عناصر مادی و فقدان احساس مسئولیت اجتماعی از دیگر مواردی است که تفاوت‌های مقوله‌ها در این حوزه را جهت‌دهی نموده است. تغییر ذائقه فرهنگی و بیگانگی با عناصر زیباشناختی جاری در فرهنگ و تمایلات مدرنیته از دیگر مقیاس‌های مورد تفاوت در این زمینه می‌باشد. کم رنگ شدن توجه به سنت‌ها و آداب و رسوم تفاوت دیگری است مورد نظر کارشناسان مورد مصاحبه قرار داشته است.

ج) اولویت‌گذاری اهداف

اهداف، میزان جذابیت و قابلیت دسترسی به آن می‌تواند جهت‌های ذهنی و عملکردهای رفتاری متفاوتی را ایجاد نماید. همان‌طور که در جدول ۶ قابل مشاهده است تفاوت در

پایبندی به اصول و ارزش‌ها و اخلاق‌مداری در چارچوب «معیار تحقق اهداف» تبیین شده و تفاوت در اولویت‌های «شهرت‌طلبی»، «موقعیت‌یابی اجتماعی»، یافتن «شغل» در قالب «اهداف اجتماعی» و نیز اولویت‌های کسب «ثروت»، «تحصیلات»، «آبرو»، «عزت‌نفس»، «سلامت جسمی و روحی» و «تشکیل و حفظ خانواده» در دسته «اهداف فردی» مفهوم‌سازی شده است. عبور از اصول و معیارهای فرهنگی و اخلاقی و نیل به اندیشه‌های ماکیاولی در شبکه‌های اجتماعی هرروز به واسطه تولیدات رسانه‌ای مشابه و تأیید مستقیم یا ضمنی الگوهای مجازی، تقویت شده و توسعه می‌یابد. کسب شهرت در جهت ثروت آفرینی و بازتعریف موقعیت‌های اجتماعی در این راستا، کاهش ارزش تحصیلات، آبرو، عزت‌نفس، سلامت روحی و تغییر در ملاک‌های ازدواج و تشکیل خانواده از دیگر معیارهای تفاوت نسلی در این زمینه می‌باشد.

جدول ۶. یافته‌های پژوهش؛ دایره ذهنی - اولویت‌گذاری اهداف

اهداف فردی	کد محوری	کد گزینشی	هسته مرکزی
پایبندی به اصول و ارزش‌ها	معیار تحقق اهداف	اولویت‌گذاری اهداف	دایره ذهنی
اخلاق‌مداری/منفعت‌طلبی			
شهرت	اهداف اجتماعی		
موقعیت اجتماعی			
شغل	اهداف فردی		
ثروت			
تحصیلات			
آبرو			
تشکیل و حفظ خانواده			
سلامت جسمی و روحی			
صیانت از عزت‌نفس			

د) انگیزش - انتظارات

براساس جدول ۷ «امنیت اقتصادی»، «دسترسی به امکانات اجتماعی»، «آزادی در گفتار و رفتار»، «معاشرت و ارتباط»، «مشارکت اجتماعی و سیاسی»، «خودشکوفایی و خلاقیت» مقوله‌های تشکیل‌دهنده مفهوم محوری «سلسله‌مراتب نیازها» در این چارچوب می‌باشند.

همچنین مقوله‌های «اثبات شایستگی»، «تأثیرگذاری اجتماعی»، «کسب احترام و اعتماد»، «پذیرش مسئولیت و کمال یابی» کد محوری «انگیزه‌های رشد» شکل داده است.

جدول ۷. یافته‌های پژوهش؛ دایره ذهنی - انگیزش و انتظارات

کدگذاری باز	کد محوری	کد گزینشی	هسته مرکزی
امنیت اقتصادی	سلسله‌مراتب نیازها	انگیزش - انتظارات	دایره ذهنی
دسترسی به امکانات اجتماعی			
آزادی در گفتار و رفتار			
معاشرت و ارتباط			
مشارکت اجتماعی و سیاسی			
خودشکوفایی و خلاقیت	انگیزه‌های رشد		
اثبات شایستگی			
تأثیرگذاری اجتماعی			
کسب اعتماد و احترام			
پذیرش مسئولیت			
کمال یابی و بلندپروازی			

متأثر از مصرف متظاهرانه در شبکه‌های اجتماعی مجازی، سطوح نیاز و انتظار در میان نسل جوان تغییر یافته و معیارهای تأمین امنیت اقتصادی و امکانات زندگی افزایش یافته است. از سویی دیگر این نسل طالب آزادی اجتماعی بیشتر و ارتباط گسترده‌تر اجتماعی است. جوانان مورد مطالعه نسبت به مشارکت‌های اجتماعی و خودشکوفایی و خلاقیت اشتیاق بیشتری نسبت به نسل پیشین دارند. انگیزه‌های رشد نیز برای کسب جایگاه اجتماعی، احترام و بلندپروازی در نسل جدید توسعه یافته و میل به تأثیرگذاری اجتماعی و اثبات شایستگی را افزایش داده است. البته در دو زیر شاخص کسب احترام و اعتماد و پذیرش مسئولیت نسل جدید در مرتبه‌های پایین‌تری قرار دارد.

۲. کنشگری اجتماعی

براساس یافته‌های حاصل شده، تفاوت‌های نسلی در تعاملات و مراودات اجتماعی ظهور و بروز بیشتری دارد. در این زمینه دو مؤلفه اصلی «انطباق اجتماعی» و «رفتار اجتماعی»

به‌عنوان کدهای گزینشی مفهوم هسته مرکزی یعنی «کنشگری اجتماعی» را شکل می‌دهد. مفاهیم «سلوک اجتماعی»، «موقعیت‌یابی اجتماعی»، «تعهدات اجتماعی» کدهای محوری تشکیل‌دهنده «رفتار اجتماعی» هستند و «جامعه‌پذیری» و «نقش‌پذیری» به‌عنوان کدهای محوری «انطباق اجتماعی» تحلیل و تفکیک شده است.

الف) انطباق اجتماعی

در این زمینه مقوله‌های «اثرگذاری تربیت خانواده»، «تأثیر رسانه‌ها»، «گروه همسالان»، «الگوهای اجتماعی» و «سیستم آموزشی» مفهوم محوری «جامعه‌پذیری» را تشکیل داده است. از سویی دیگر مقوله‌های «سیستم پرورش» اجتماعی، «گروه‌های کاری» و «تعاملات اجتماعی» مفهوم «نقش‌پذیری» در اجتماع را تبیین نموده است. کاهش اثرگذاری خانواده، الگوهای اجتماعی، سیستم آموزشی و پرورشی در جامعه‌پذیری و افزایش ضریب تأثیر رسانه‌ها، گروه‌های همسالان و تعاملات اجتماعی بر بستر رسانه‌ها از جمله تفاوت‌های نسلی در این چارچوب می‌باشد.

جدول ۸. یافته‌های پژوهش؛ کنش‌گری اجتماعی - انطباق اجتماعی

کدگذاری باز	کد محوری	کد گزینشی	هسته مرکزی
اثرگذاری تربیت خانواده	جامعه‌پذیری	انطباق اجتماعی	کنشگری اجتماعی
تأثیر رسانه‌ها/نوع محتوا و ابزار			
گروه همسالان			
الگوهای اجتماعی	نقش‌پذیری	انطباق اجتماعی	کنشگری اجتماعی
سیستم‌های آموزشی و پرورشی			
گروه‌های کاری			
تعاملات اجتماع			

ب) رفتار اجتماعی

جدول ۹ گویای تحلیل در سطوح مفاهیم مرتبط با «رفتار اجتماعی» می‌باشد. «سلوک اجتماعی»، «موقعیت‌یابی اجتماعی»، «تعهدات اجتماعی» کدهای محوری مفهوم «رفتار

اجتماعی» را مشخص می‌سازد. «اجرای آداب و رسوم»، «رعایت ارزش‌ها، هنجارها، عرف»، «اجرای مناسک و آیین‌ها»، «جمع‌گیزی» از جمله مقوله‌ها در سطح تحلیل کدهای باز می‌باشد که مفهوم محوری «سلوک اجتماعی» را ترسیم ساخته است. «همسرگزینی و تشکیل خانواده»، «معاشرت و ارتباطات»، «کسب دانش و مهارت»، «کاریابی یا کارآفرینی» زیر مؤلفه‌های مفهوم «موقعیت‌یابی» می‌باشند و «تأثیرگذاری در جامعه»، «حضور در انتخابات» و «مشارکت در فعالیت‌های جمعی» به عنوان مقوله‌های مفهوم «تعهدات اجتماعی» تبیین شده است.

جدول ۹. یافته‌های پژوهش؛ کنش‌گری اجتماعی - رفتارهای اجتماعی

کدگذاری باز	کد محوری	کد گزینشی	هسته مرکزی
اجرای آداب و رسوم	سلوک اجتماعی	رفتارهای اجتماعی	کنشگری اجتماعی
رعایت ارزش‌ها، هنجارها، عرف			
اجرای مناسک و آیین			
جمع‌گیزی			
همسرگزینی و تشکیل خانواده	موقعیت‌یابی		
معاشرت و ارتباطات			
کسب دانش و مهارت			
کاریابی / کارآفرینی			
تأثیرگذاری در جامعه	تعهدات اجتماعی		
حضور در انتخابات			
مشارکت در فعالیت‌های جمعی			

همان‌طور که در مفهوم دایره ذهنی و زیر شاخص انگیزش و انتظارات اشاره گردید؛ براساس تحلیل داده‌ها از زاویه دید رفتارهای عملی؛ اجرای آداب و رسوم، رعایت ارزش‌ها و هنجارها در میان نسل جدید کاهش یافته و ترجیحات فرد محور نیز جایگزین اولویت‌های جمع محوری شده است. همسرگزینی نیز از جمله تفاوت‌های نسلی است که از شکل سنتی خود تغییرات شگرفی یافته و به سمت مدل‌های غربی و ارتباطات آزادانه پیش رفته است. معاشرت و ارتباطات نیز از سبک خانوادگی و ملاقات چهره به چهره به شکل مجازی و از طریق رسانه‌های اجتماعی تفاوت‌های چشمگیری یافته است. کسب دانش و مهارت به قصد

کاریابی و تأثیرگذاری در جامعه از اولویت‌های پایین‌تری در نسل جدید برخوردار است و نیز علاقه به نقش‌آفرینی مثبت و سازنده در جامعه، مشارکت در انتخابات و فعالیت‌های جمعی نیز جایگاه کم‌اهمیت‌تری در میان جوانان دارد.

۳. برون دادهای فردی

تفاوت‌های نسلی در سطح برون دادهای فردی در دو مفهوم اصلی «الگوی انتخاب - مصرف - عرضه» و «احساسات و هیجانات» تحلیل شده است.

الف) الگوی انتخاب - مصرف - عرضه

جدول ۱۰ گویای کدهای محوری «الگوی رسانه‌ای»، «سبک زندگی» و «علاقه‌مندی‌ها» است که مفهوم اصلی «الگوی انتخاب - مصرف - عرضه» را مشخص نموده است. «مصرف رسانه‌ای»، «بیان نظرات در قالب تولید پیام»، «ارتباط مجازی»، «جسارت کلامی و رفتاری» مقوله‌هایی هستند که کدمحوری «الگوی رسانه‌ای» را تشکیل داده است. در این شاخص‌ها تفاوت‌های قابل ملاحظه‌ای میان نسل‌های مشخص شده در پژوهش وجود دارد. مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی در میان نسل جدید بسیار گسترده بوده و به سبب امکانات در دسترس، تولید پیام توسط کاربران مذکور متنوع و ارتباطات مجازی از وسعت بیشتری برخوردار است. «ارتباط با تکنولوژی»، «سبک زندگی»، «راحت‌طلبی»، «مصرف‌گرایی»، «وضعیت ظاهری»، «غذا»، «پوشاک»، «مسکن» مفهوم محوری «سبک زندگی» را شکل داده‌اند و «مطالعه»، «تفریح و سرگرمی»، «موسیقی»، «زبان» و «هنر» مفهوم محوری «علاقه‌مندی‌ها» را طرح نموده‌اند.

جدول ۱۰. یافته‌های پژوهش؛ برون دادهای فردی - الگوی انتخاب - مصرف - عرضه

کد گذاری باز	کد محوری	کد گزینشی	هسته مرکزی
مصرف رسانه‌ای	الگوی رسانه‌ای	الگوی انتخاب مصرف عرضه	کنشگری اجتماعی
تولید پیام (بیان و انتقال نظرات)			
ارتباط مجازی			
جسارت کلامی و رفتاری			
ارتباط با تکنولوژی	سبک زندگی		

هسته مرکزی	کد گزینشی	کد محوری	کدگذاری باز
			سبک زندگی (مدرن/استی)
			راحت‌طلبی
			مصرف‌گرایی
			وضعیت ظاهری (مد، آراستگی)
			غذا (نوع و میزان)
			پوشاک
			مسکن
		علاقه‌مندی‌ها	مطالعه
			تفریح و سرگرمی
			موسیقی
			زبان
			هنر

انتخاب، صرف زمان و استفاده از فناوری‌های جدید، انتخاب سبک زندگی مدرن، راحت‌طلبی بیشتر، افزایش تمایل به مصرف کالا و خدمات در نسل جدید نسب به نسل قبل از رشد بالاتر برخوردار بوده و شاخص‌های تفاوت سنجی را ملموس می‌سازد. همچنین مدگرایی بیشتر در وضعیت ظاهری و خرید پوشاک، انتخاب غذاهای جدید در مقایسه با غذاهای سنتی و تمایل به سکونت در مسکن و بافت مدرن از دیگر تفاوت‌های نسلی در این زمینه است. کاهش میزان مطالعه، افزایش زمان تفریح و سرگرمی به‌خصوص در بسترهای آنلاین، انتخاب سبک موسیقی‌های جدید و علاقه‌مندی به زبان‌های خارجه در میان نسل جدید از دیگر مصادیق تفاوت نسلی در این حوزه است. همچنین عناصر تشخیص زیباشناختی آثار هنری از تفاوت‌هایی برخوردار است و نسل جدید تمایل بیشتری به مصرف هنرهای پست‌مدرن داشته درحالی‌که نسل‌های قبل شیفته اصالت آثار فاخر هستند. تفاوت در برون‌دادهای فردی بسیار گسترده بوده است و سعی گردیده در تحلیل و تفکیک مفاهیم مهمترین عناوین که مدنظر قرار گیرد.

ب) احساسات و هیجانات

«کنش و واکنش»، «جهت‌گیری» و «مرزهای فرهنگی» محورهایی هستند که مفهوم «احساسات و هیجانات» را شکل داده است. «خشم و عصبانیت»، «سرخوردگی آنی»،

«افسردگی»، «عواطف» مقوله‌های «کنش و واکنش» را در این حوزه مشخص می‌نماید. براساس داده‌ها و تحلیل حاصل شده، نسل جدید از کنش و واکنش بالاتری در بروز هیجانات و احساسات برخوردار بوده و خشم، سرخوردگی، افسردگی و مسائل عاطفی را با درجات بالاتری تجربه می‌نماید. مؤلفه‌های «تعصبات»، «مهرجویی و مهرورزی»، «حسادت»، «قضاوت و پیش‌داوری» مفهوم «جهت‌گیری» را بیان ساخته است.

جدول ۱۱. یافته‌های پژوهش؛ برونداهای فردی - احساسات و هیجانات

کدگذاری باز	کد محوری	کد گزینشی	هسته مرکزی
خشم و عصبانیت	کنش و واکنش		برونداهای فردی
سرخوردگی آنی			
افسردگی			
عواطف			
تعصبات	جهت‌گیری	احساسات و هیجانات	
مهرجویی و مهرورزی			
حسادت			
پیش‌داوری، قضاوت	مرزهای فرهنگی		
بلوغ زود هنگام			
تجربه عشق‌ها آتشین			
تابوشکنی در ارزش‌ها و هنجارهای جنسیتی			

در میان نسل جدید تعصبات نظری و رفتاری، عدم انعطاف، حسادت‌های کور و قضاوت‌های بدون آگاهی در سایه تأیید و القای گروه‌های اجتماعی آنلاین بیشتر گسترش یافته و زمینه جهت‌گیری‌های متفاوت و منفی نگر را فراهم نموده است. به دنبال همین جهت‌گیری منفی، مهرورزی به دیگران نیز کاهش و مهرجویی‌های کاذب در فضای مجازی توسعه یافته است. «بلوغ زود هنگام»، «تجربه عشق‌های آتشین»، «تابوشکنی در ارزش‌ها و هنجارهای جنسیتی» نیز سازه‌های مفهوم «مرزهای فرهنگی» می‌باشند. عبور از مرزهای فرهنگی به‌ویژه در بسترهای مجازی با شدت بیشتری در میان جوانان و نوجوانان رواج یافته است تا حدی که در زندگی واقعی نیز کم‌رنگ شدن یا جابه‌جایی این خطوط صورت گرفته است.

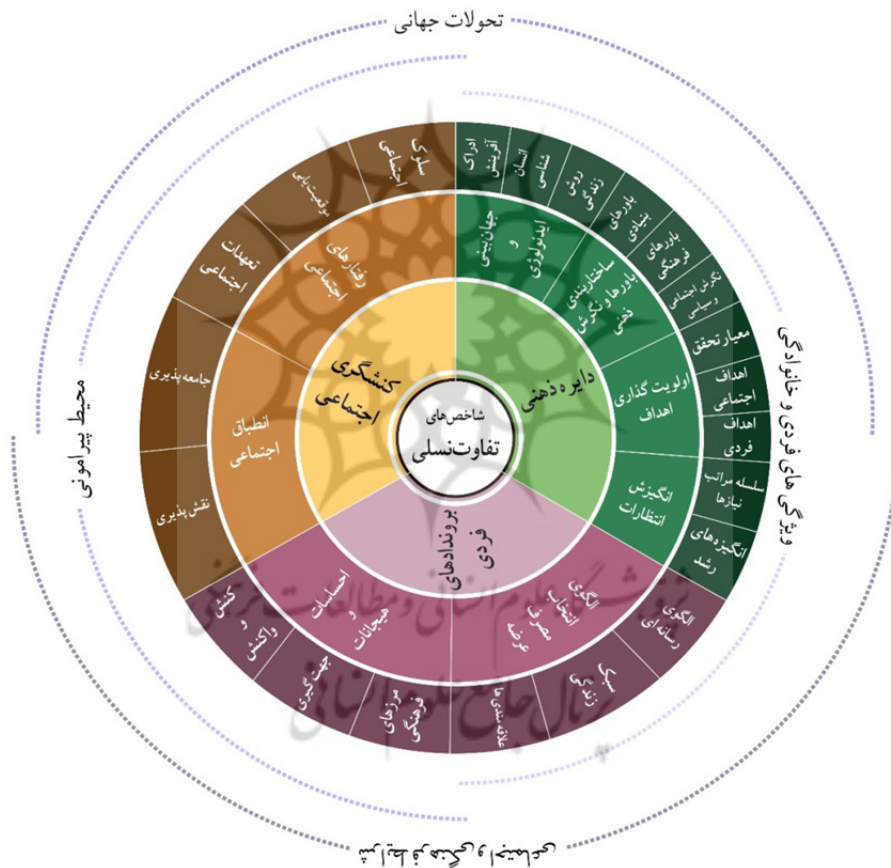
۲.۴ متغیرهای تعدیل گر

بر اساس تحلیل داده‌ها و در نظر گرفتن تمامی جوانب اثرگذار در تعیین شاخص‌های تفاوت نسلی؛ «تحولات جهانی»، «شرایط فرهنگی و اجتماعی»، «شرایط محیطی»، «ویژگی‌های فردی و خانوادگی» به‌عنوان متغیرهای تعدیلگر شناسایی و تبیین گردید. تحولات جهانی در عرصه‌های متفاوت اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، علمی و صنعتی اثرات مداومی بر اذهان و کنش‌های فردی و اجتماعی خواهد داشت. از سویی دیگر شرایط فرهنگی و اجتماعی در هر مقطع زمانی و مکانی ویژگی‌های خود را به جامعه دربرگیرنده تحمیل می‌سازد. محیط نزدیک هر فرد و خصوصیات شخصیتی و دموگرافیک نیز از دیگر زمینه‌های اثرگذار بر شاخص‌ها تحلیل شده در این پژوهش می‌باشد.

۱. مدل مفهومی پژوهش

بر اساس یافته‌های پژوهش که طی تحلیل و مفهوم‌سازی داده‌ها حاصل گردید؛ شاخص‌های تفاوت نسلی با تأکید بر تغییرات متأثر از رسانه‌های اجتماعی مجازی شناسایی و مدل نهایی پژوهش در ذیل ارائه گردیده است. همان‌طور که در شکل ۱ قابل مشاهده می‌باشد شاخص‌های اصلی (هسته مرکزی) تفاوت نسلی در سه سطح اصلی «دایره ذهنی»، «کنشگری اجتماعی»، «پرونده‌های فردی» تفکیک شده است. شاخص دایره ذهنی در اولین لایه تحلیلی متشکل از چهار مفهوم اصلی «جهان‌بینی و ایدئولوژی»، «ساختاربندی باورها و نگرش ذهنی»، «اولویت‌گذاری اهداف» و «انگیزش-انتظارات» می‌باشد. در دومین لایه مقوله‌های اصلی «جهان‌بینی و ایدئولوژی» متشکل از «ادراک آفرینش»، «انسان‌شناسی» و «روش زیست در جهان» می‌باشد. در همین سطح «باورهای بنیادی»، «باورهای فرهنگی» و «نگرش‌های اجتماعی و سیاسی» مقوله‌هایی است که «ساختاربندی باورها و نگرش» را شکل داده؛ «معیار تحقق اهداف»، «اهداف اجتماعی» و «اهداف فردی» به‌عنوان مقوله‌های اصلی «اولویت‌گذاری اهداف» تبیین شده و نیز «سلسله‌مراتب نیازها» و «انگیزه‌های رشد» به‌عنوان مقوله‌های انگیزش-انتظارات» تحلیل شده است. در شاخص کنشگری اجتماعی دو مؤلفه «رفتار اجتماعی» و «انطباق اجتماعی» به‌عنوان مفاهیم اصلی مشخص گردیده است. «سلوک اجتماعی»، «موقعیت‌یابی اجتماعی»، «تعهدات اجتماعی» مقوله‌هایی است که «رفتار اجتماعی» را شکل داده و «جامعه‌پذیری» و «نقش‌پذیری» حول مفهوم «انطباق اجتماعی» تحلیل شده است. اما دیگر شاخص اصلی این

مدل یعنی «برونداهای فردی» در قالب دو مفهوم «احساسات و هیجانات» و «الگوی انتخاب مصرف و عرضه» بیان گردیده است. «کنش و واکنش»، «جهت‌گیری» و «مرزهای فرهنگی» مقوله‌هایی است که مفهوم «احساسات و هیجانات» را شکل داده و «الگوی رسانه‌ای»، «سبک زندگی» و «علاقه‌مندی‌ها» در چارچوب مفهوم «الگوی انتخاب - مصرف - عرضه» مشخص شده است. در نهایت شرایط تعدیلگر «تحولات جهانی»، «شرایط فرهنگی و اجتماعی»، «محیط پیرامونی»، «ویژگی‌های فردی و خانوادگی» به‌عنوان متغیرهای اثرگذار بر هریک از شاخص‌ها در این مدل جانمایی گردیده است.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش - شاخص‌های تفاوت نسلی

۵. نتیجه‌گیری

فناوری‌های نوین ارتباطی و بزرگراه‌های اطلاعاتی آن، به‌ویژه اینترنت منجر به تحول در شدت و میزان ارتباط انسان‌ها در گستره جهان شده و تحولی کم و کیفی در شیوه ارتباط انسان‌ها با یکدیگر ایجاد کرده است. امروزه استفاده از اینترنت به‌عنوان یکی از رسانه‌های الکترونیکی که بیش از دیگر رسانه‌های جدید، شرایط مناسب و مطلوبی برای ارتباط دوسویه مخاطب خود فراهم ساخته است. فضای مجازی و حضور در آن، خود به حقیقتی تبدیل شده است که تصور دنیای واقعی را بدون این جهان مجازی، غیرممکن می‌سازد. ظهور این پدیده اگرچه خود معلول نیازها و تحولات متعددی از سوی انسان و برای انسان بوده، اما پس از ظهور و گسترش آن، خود عامل و منشأ تحولات و پیامدهای بی‌شماری گردیده است. تغییر و تحول‌پذیری از این فن‌آوری جدید ارتباطی، سبب پیدایش و بروز ایده‌ها و رویکردهای نو و خلاقانه‌ای می‌شود که از یک‌سو فاصله با گذشته و پیشینیان را بیشتر می‌کند و از سوی دیگر با ایجاد شتابی مضاعف در این حرکت، فاصله‌ها را بیش‌تر و عمیق‌تر می‌نمایاند. مصرف رسانه‌های اجتماعی در ابعاد مختلف متمایز از مصرف رسانه‌های سنتی تری مانند کتاب و مطبوعات چاپی، تلویزیون و رادیو است؛ زیرا رسانه‌های اجتماعی، رسانه‌هایی دیجیتالی، تعاملی، شبکه‌ای، شخص‌محور و یکپارچه هستند که امکان جستجوی اطلاعات، بازخورد و تعاملات اجتماعی را فراهم می‌کنند، به زمان و مکان وابسته نیستند، «فرصت‌هایی نسبتاً برابر برای دسترسی به محتوا دارند و واجد الگوهای جدید تولید و پخش محتوا هستند. از سوی دیگر، بر اساس رویکرد نظری، فناوری‌های رسانه‌ای در هر نسلی مخاطبان خاص خود را پرورش می‌دهند که از نظر نظام معرفتی و شناختی، با گروه‌های سنی و نسلی قبل و بعد از خود متمایز هستند. مطالعه حاضر نیز با این رویکرد و با استفاده از روش کیفی به گردآوری و بررسی داده‌های تخصصی مرتبط با تفاوت‌های نسلی متأثر از استفاده شبکه‌های اجتماعی مجازی پرداخته است. بر اساس رویکرد نسل‌های رسانه‌ای، نسل «Z» افراد کمتر از ۲۵ سال را می‌توان نسل رسانه‌های اجتماعی تلقی کرد. نسل زد بیش از سایر نسل‌های رسانه‌ای از پیام‌رسان‌ها و شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند و رابطه معناداری بین استفاده از پیام‌رسان‌ها و شبکه‌های اجتماعی و نسل‌های رسانه‌ای وجود دارد. در میان نسل‌های رسانه‌ای، نسل «Y» افراد ۲۶ تا ۴۰ سال را می‌توان نسلی تلقی کرد که ظهور اینترنت را از دوره نوجوانی خود درک کرده‌اند؛ بااین حال آنان در دوره‌های این تجربه را داشته‌اند که میزان استفاده و ضریب نفوذ اینترنت به

نسبت دهه اخیر کمتر بوده و رسانه‌های اجتماعی نیز فراگیر نبوده‌اند. همان‌گونه که پژوهش سلیمانی ساسانی و اکبری (۱۳۹۹) به تحلیل مصرف رسانه‌ای پرداخته و یافته‌های حاصل نشان داده است که از بُعد مصرف، تمایزات فراوانی بین نسل‌ها وجود دارد که با کاهش سن نسل رسانه‌ای بر انگیزه استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای این موارد افزوده می‌شود (سلیمانی ساسانی و اکبری، ۱۳۹۹). با توجه به شاخص‌هایی که در مدل پارادایمی آورده شده (شکل ۱) تفاوت‌های میان نسلی در سه سطح «دایره ذهنی»، «کنشگری اجتماعی»، «برونداهای فردی» تحلیل گردیده است. دایره ذهنی که جهان‌بینی، اهداف، باورها، نگرش و اهداف و انگیزش را دربر می‌گیرد علاوه بر آن که سایر سطوح اجتماعی و فردی را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد نحوه مواجهه، انتخاب و ادراک رسانه‌ای را نیز مدیریت می‌کند. تولید محتوای زرد توسط قشر محدودی در پلتفرم‌های مجازی سبب شده تا نوعی متفاوت از جهان‌بینی ماتریالیستی تقویت و باورهای طبیعت‌گرا و نظریات تکاملی در میان نسل نوجوان که مخاطبان دائمی این شبکه‌ها هستند جایگزین ارزش‌های دینی و فرهنگی گردد. تبدیل تفاوت‌ها به گسست و شکاف در لایه‌های ذهنی پیامدهای بسیار نامطلوبی در درازمدت برای جامعه به همراه خواهد داشت. در سطحی دیگر از این مدل پارادایمی مفهوم «کنشگری اجتماعی» قرار گرفته است. «انطباق اجتماعی» و «رفتار اجتماعی» به‌عنوان شاخص‌های اصلی تفاوت‌های نسلی در این لایه مشخص شده‌اند. جامعه‌پذیری نسل جدید در پرتوی رسانه‌ها به‌خصوص شبکه‌های اجتماعی مجازی صورت می‌پذیرد و به‌نوعی خانواده و سیستم‌های سنتی آموزشی و پرورشی نقش کمتری در این عرصه دارند. گروه‌های اجتماعی که به‌واسطه تولیدات محتوای سرگرمی، تجاری و تبلیغی در شبکه‌های اجتماعی از محبوبیت بالایی برخوردارند در ارائه الگوها و عناصر اجتماعی جایگاه ویژه‌ای یافته‌اند و از این رو سبک زندگی متفاوتی را عرضه می‌کنند که به علت جذابیت‌های تصویری بسیاری از نوجوانان را شیفته خود ساخته است. به دنبال این شیفتگی میزان تعهدات اجتماعی کاهش و سلوک رفتاری نیز برای اجرای ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی دستخوش تفاوت‌هایی شده است. این نتایج به‌طور مستقیم هم‌راستا با یافته‌های پژوهش‌های عباس زاده و عدلی پور (۱۳۹۷) و زمانی و تقی پور (۱۳۹۶) می‌باشد که عنوان داشته‌اند استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی، پیامدهای اجتماعی و فرهنگی گسترده و بعضاً متناقضی برای جوانان همچون فرسایش اعتقادات دینی، تشدید مصرف‌گرایی، فرسایش سرمایه اجتماعی درون‌گروهی به همراه دارد (عباس زاده و عدلی پور، ۱۳۹۷)؛

زمانی و تقی پور، ۱۳۹۶). در سومین سطح این مدل، برون‌دادهای فردی در قالب دو زیر مؤلفه «احساسات و هیجانات» و «الگوی انتخاب مصرف و عرضه» تبیین گردیده است. الگوهای دریافتی از تعاملات اجتماعی آنلاین در شبکه‌های مجازی به‌ویژه در نسل جوان، زمینه‌های انتخاب، مصرف و ارائه را تحت تأثیر خود قرار داده است. وابستگی مداوم به ارتباطات رسانه‌ای مجازی، تمایل به مصرف‌های متظاهرانه و تجملی، راحت‌طلبی، مدرنیته در پوشاک، غذا و موسیقی از جلوه‌های شاخصی در این حوزه می‌باشد. نتایج حاصل‌شده با پژوهش‌های فرقانی و مهاجری (۱۳۹۷) و رضائیان و ادیسی (۱۳۹۷) که تبیین داشته‌اند بین مؤلفه‌های سبک زندگی با میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه رابطه وجود دارد در جهتی مشابه قرار دارد (فرقانی و مهاجری، ۱۳۹۷؛ رضائیان و ادیسی، ۱۳۹۷). در نهایت «تحولات جهانی»، «شرایط فرهنگی و اجتماعی»، «محیط پیرامونی»، «ویژگی‌های فردی و خانوادگی» شاخص‌های شناسایی‌شده در تفاوت نسلی را تحت تأثیر مستمر و دائمی قرار می‌دهد. توسعه فناوری و ابزارهای ارتباطی وابستگی‌های بیشتری ایجاد می‌نماید و از طرفی آنومی، بی‌نظمی‌ها، تناقضات و تأخرهای فرهنگی و اجتماعی زمینه‌گرایش به انزوای مجازی را فراهم می‌سازد. حضور در جوامع شهری و نیازهای مرتبط با فناوری‌های ارتباطی هرروز بر میزان مصرف و تعلقات ذهنی و عاطفی به این زیرساخت اضافه می‌نماید. ویژگی‌های شخصیتی و دموگرافیک افراد نیز در میزان وابستگی و سرسپردگی حائز توجه می‌باشد. با در نظر داشتن شاخص‌های تفاوت نسلی متأثر از رسانه‌های اجتماعی مجازی در این پژوهش، ضرورت بازنگری در برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌ها برای جبران تأخرهای فرهنگی در مواجهه با توسعه فناوری‌های ارتباطی و رسانه‌ای از اهمیت مضاعفی برخوردار می‌باشد.

کتاب‌نامه

- آزادارمکی، ت. (۱۳۸۰). شکاف بین نسلی در خانواده. نامه انجمن جامعه‌شناسی ایران، ۵۷-۶۹.
- آزادارمکی، ت. و غیاثوند، ا. (۱۳۸۳). بررسی وضعیت نظام ارزشی در مناطق فرهنگی اجتماعی کشور. *مطالعات ملی*، ۲۰، ۱۳۵-۱۶۲.
- اینگلهارت، ر. (۱۳۹۵). تحول فرهنگی در جوامع پیشرفته صنعتی. ترجمه: م. وتر، تهران: کویر.
- بیران، ص. و پوریحیی، آ. (۱۳۹۳). نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در تغییرات هویت فرهنگی کاربران. *علوم خبری*، ۱۰۳-۱۲۶.

شناسایی شاخص‌های تفاوت نسلی با تأکید بر ... (کامیار نیستانی اصفهانی) ۳۶۳

پناهی، م. (۱۳۸۰). فاصله نسلی، اختلافات خانوادگی و چگونگی برخورد با آن. فصل‌نامه علوم انسانی دانشگاه الزهراء، ۷۵-۱۱۴.

پناهی، م. (۱۳۸۳). شکاف نسلی موجود در ایران و اثر تحصیلات بر آن. فصلنامه علوم اجتماعی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی، ۳۵، ۳۷-۶۹.

تاجیک، م. و کاظمینی، ن. (۱۳۹۲). رابطه فضای مجازی اینترنت با تغییرات فرهنگی و دینی کاربران. مدیریت فرهنگی، ۱۷-۳۰.

رضاییان، ع. و ادیسی، ا. (۱۳۹۷). تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی نسل چهارم. مطالعات میان فرهنگی، ۹-۳۶.

زمانی، ع. و تقی پور، ف. (۱۳۹۶). شناسایی آسیب‌های اخلاقی و خانوادگی استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در میان فرزندان پسر شهر اصفهان. فضای مجازی، ۱۳، ۸۵-۱۰۹.

سلیمانی ساسانی، م. و اکبری، ا. (۱۳۹۹). تحلیل مصرف فرهنگی و رسانه‌ای نسل‌های رسانه‌ای در رسانه‌های اجتماعی؛ مطالعه کاربران فضای مجازی در شهر تهران. مطالعات جامعه‌شناختی، ۲۷(۲)، ۳۲۵-۳۵۹.

شالچی، ب. و کلاهی، ح. (۱۳۹۷). ارتباط ساختاری شکاف میان-نسلی با اعتیاد به اینترنت در میان نوجوانان. خانواده و پژوهش، ۱۵(۴۰)، ۹۷-۱۱۵.

طیبه، ج.، ملکی، م. و دلشگایی، ب. (۱۴۰۳). تدوین پایان‌نامه، رساله، طرح پژوهشی و مقاله علمی (چاپ یازدهم). تهران: فردوس.

عباس زاده، م. و عدلی پور، ص. (۱۳۹۷). بازسازی معنایی شبکه‌های اجتماعی موبایلی در زندگی روزمره جوانان ایرانی. فرهنگ در دانشگاه اسلامی، ۳، ۴۲۷-۴۵۷.

فتحی، س.، پیراهری، ن. و شیرین‌بیان، ا. (۱۳۹۰). بررسی تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر شکاف نسلی. جامعه‌شناسی مطالعات جوانان، ۱۴۱-۱۶۴.

فرامرزیانی، س.، هاشمی، ش. و فرهنگی، ع. (۱۳۹۵). نقش رسانه‌های مجازی در تغییرات ارزش‌های اجتماعی با تأکید بر شبکه‌های اجتماعی تلگرام و فیس‌بوک. توسعه اجتماعی، ۱۰، ۱۲۳-۱۴۸.

فرقانی، م. و مهاجری، ر. (۱۳۹۷). رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و تغییر در سبک زندگی جوانان. مطالعات رسانه‌های نوین، ۱۳، ۲۵۹-۲۹۲.

محمدپور، س. و آزادی نژاد، م. (۱۳۹۲). بررسی تأثیر رسانه‌های الکترونیکی در ایجاد شکاف بین فرزندان و والدین تهرانی. مطالعات رسانه‌ای، ۲۲، ۱۰۴-۱۱۴.

محمدخانی، ک. (۱۳۹۶). رهبری آموزش عالی. تهران: دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات.

مطهری، م. (۱۳۸۶). مقدمه‌ای بر جهان بینی اسلامی: جهان بینی توحیدی. تهران: صدرا.

مطهری، م. (۱۳۸۶). انسان و ایمان: مقدمه‌ای بر جهان بینی اسلامی. تهران: صدرا.

- لطفی جلال آبادی، م. و زروندی، ج. (۱۴۰۲). تاثیر استفاده از شبکه های اجتماعی بر تغییرات فرهنگی با تاکید بر سبک زندگی. *رهپویه ارتباطات و فرهنگ*: ۳(۲): ۷۱-۸۶.
- معیدفر، س. (۱۳۸۳). شکاف نسلی یا گسست فرهنگی. *نامه علوم اجتماعی*، ۵۵-۸۰.
- مید، م. (۱۳۸۵). فرهنگ و تعهد (پژوهش درباره شکاف نسل ها). ترجمه: ع. دستغیب، شیراز: نوید شیراز.
- نقیب السادات، س. (۱۴۰۰). نقش شبکه های اجتماعی همراه در مناسبات نسلی دانشجویان. *فصلنامه مطالعات میان رشته ای ارتباطات و رسانه*، ۲، ۱۰۱-۱۴۲.
- نواح، ع.، رشیدی، س. و رستمی، ا. (۱۳۹۸). بررسی تأثیر شبکه های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی جوانان مورد مطالعه: جوانان ۱۸ تا ۳۰ سال شهر اهواز. *جامعه شناسی اقتصادی و توسعه*، ۳۹۱-۴۲۱.
- ورسلی، پ. (۱۳۷۸). *نظم اجتماعی در نظریه های جامعه شناسی*. ترجمه: س. معیدفر، تهران: موسسه فرهنگی انتشاراتی تبیان.

- Bengston, V. L. (1970). The generation gap: A review and typology of social-psychological perspectives. *Youth & Society*, 2, 7-32.
- Bolin, G. (2014). Media generations: Objective and subjective media landscapes and nostalgia among generations of media users. *Journal of Audience & Reception Studies*, 11, 108-131.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2009). Consumer use and business potential of virtual worlds: The case of Second Life. *The International Journal on Media Management*, 11, 93-101.
- Moawad, G., & Ebrahim, G. (2016). The relationship between use of technology and parent-adolescent social relationships. *Journal of Education and Practice*, 7, 168-178.
- Napoli, A. (2014). Social media use and generational identity: Issues and consequences on peer-to-peer and cross-generational relationships. *Journal of Audience & Reception Studies*, 182-206.
- Sampasa-Kanyinga, H., Goldfield, G., Kingsbury, M., Clayborne, Z., & Colman, I. (2019). Social media use and parent-child relationship: A cross-sectional study of adolescents. *Journal of Community Psychology*, 48, 793-803.
- Siibak, A., Vittadini, N., & Nimrod, G. (2014). Generations as media audiences: An introduction. *Journal of Audience & Reception Studies*, 11, 100-107.
- Strauss, W., & Howe, N. (1991). *Generations: The history of America's future, 1584-2069*. New York, NY: William Morrow.
- Sultana, S. (2017). Social networking sites and family relationships: A study on youths of Dhaka city. *Journal of Humanities and Social Science*, 22, 46-52.
- Sharma, V., & Singh, K. V. (2024). The influence of Generation Z's addiction to social media on emotional well-being. *Educational Administration: Theory and Practice*, 30(4), 7277-7283.
- Tabibi, J., Maleki, M., & Delshoghaei, B. (2024). *Preparing theses, dissertations, research proposals, and scientific articles (11th ed.)*. Tehran: Ferdows.