

# تأثیر آموزش‌های نرم افزارهای هوشمند موبایلی (تلگرام و اینستاگرام) در ایجاد شکاف نسلی دختران با مادرانشان در نظام آموزش عالی ایران

آمنه بختیاری\*

بهاره نصیری\*\*

## چکیده

پژوهش حاضر با هدف تأثیر آموزه‌های نرم افزارهای هوشمند موبایلی (تلگرام و اینستاگرام) در ایجاد شکاف نسلی دختران با مادرانشان در ساختار نظام آموزشی ایران انجام شده است. در این پژوهش آنچه مورد توجه است، ضرورت اهمیت دادن به پدیده شکاف نسلی دختران با مادران آنان و آموزش‌های لازم در جهت رفع آن است. بنابراین، سعی شده عوامل تأثیرگذار بر ایجاد شکاف نسلی دختران با مادرانشان مورد بررسی و شناخت قرار گیرد تا بتوان به راهکارهای آموزشی در این حوزه نائل گردید. روش تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر روش گردآوری داده‌ها، توصیفی همبستگی است. برای گردآوری داده‌ها، از ابزار پرسش‌نامه محقق ساخته استفاده گردید. جامعه آماری شامل کلیه دختران عضو در فرهنگسرای گلستان منطقه ۸ شهرتهران در سال ۱۳۹۴ است. برای گردآوری داده‌ها از روش نمونه‌گیری طولی از نوع چرخشی (در یک بازه زمانی ۶ ماهه) بهره گرفته شد. با بهره‌گیری از جدول کرجسی و مورگان ۲۰۲ نفر به عنوان حجم جمعیت نمونه انتخاب گردید. برای بررسی اعتبار ابزار اندازه‌گیری از اعتبار محتوا استفاده گردید. سپس با بهره‌گیری از آزمون اس.اچ لاوشه اعتبار محتوا برابر ۰.۶۹ بدست آمد. دلیل روشنی بر اعتبار پرسشنامه طراحی شده است. نتایج نشان داد سؤال‌های از همبستگی دورنی قابل قبولی (ضریب آلفای کرونباخ معادل ۰.۷۲) برخوردار است. در مجموع می‌توان بیان کرد، میزان استفاده از نرم افزارهای هوشمند موبایلی (تلگرام و اینستاگرام) در ایجاد شکاف نسلی دختران با مادرانشان تأثیر گذار بوده است.

واژه‌های کلیدی: اینستاگرام، تلگرام، شکاف نسلی، مادران، نظام آموزش عالی

---

\* دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی و کارشناس پژوهشی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی گروه پژوهشی

مطالعات زنان، فرهنگی

\*\* استادیار و عضو هیأت علمی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی گروه پژوهشی مطالعات زنان (نویسنده

مسئول) bn.nasiri@gmail.com

## مقدمه

جامعه ایرانی امروز بیش از هر زمان دیگر با شکاف‌های متعدد اجتماعی و فرهنگی درگیر است. جامعه‌شناسان این شکاف‌ها را شاخصه بارز جوامع در حال توسعه تلقی می‌کنند و آنها را در دوران گذار اجتناب ناپذیر می‌دانند. شکاف نسلی<sup>۱</sup> به عنوان اختلافی در نگرش یا رفتار جوانان و افراد سالمندتر تعریف شده است جامعه ایرانی در عرصه سیاسی با شکاف میان دموکراسی و اقتدارگرایی، در حوزه اقتصاد و معیشت مردم با شکاف طبقاتی فقیر و غنی، در حوزه فرهنگی با شکاف میان فرهنگ قومی و نظام فرهنگی مسلط، در حوزه ارتباطات با مشکل استفاده نامناسب از نرم افزارهای موبایل و در حوزه "گذر زمانی" با شکاف میان نسل گذشته و جوان مواجه است. همه شکاف‌های یاد شده در جایگاه خود مهم بوده و نظام اجتماعی - سیاسی را در چالش و جامعه پذیری<sup>۲</sup> را با مسائل و مشکلات عدیده‌ای قرار داده است. این شکاف‌ها به دلیل عدم توجه و ارائه راهکارهای مناسب به‌طور فزاینده‌ای در حال افزایش می‌باشند. شکاف‌ها بیان‌گر "خطوط تمایز و تعارض" گروه‌های مختلف جامعه می‌باشند. گروه‌های مختلف جامعه زمانی که بر سر هنجارها، ایستاره‌ها، باورها و ارزش‌ها توافق ضمنی نداشته باشند با هم دچار تعارض می‌شوند. افزایش تعارض‌ها به رویارویی جدی گروه‌ها و بحران در نظام اجتماعی منجر می‌شود. شکاف نسلی<sup>۳</sup> از جمله شکاف‌های مهم و قابل توجه جامعه ایران محسوب می‌شود. "شکاف نسلی"<sup>۴</sup> به معنی وجود تفاوت‌های دانش، گرایش و رفتاری ما بین دو نسل با وجود پیوستگی‌های کلان

## 1. generation gap

۲. جریان کنش متقابل اجتماعی است که از طریق آن، انسان‌ها شخصیت خود را به دست می‌آورند و شیوه زندگی در جامعه خود را می‌آموزند. جامعه پذیری، نقطه اتصال ضروری بین فرد و جامعه است. همچنین فرد را قادر می‌سازد که هنجارها، ارزش‌ها، زبان، مهارت‌ها، عقاید و الگوهای فکر و عمل را که همگی برای زندگی اجتماعی ضروری است بیاموزد (رابرتسون، ۱۳۷۴، ۱۱۲).

## 3. Generation gap

۴. برای این واژه معادل‌های دیگری همانند گسست نسلی، انقطاع نسلی، تضاد نسلی، انسداد نیز در مقالات و کتابهای فارسی به کار رفته است. گسست نسلی، دور شدن تدریجی دو یا سه نسل پیاپی از یکدیگر، از نظر جغرافیایی، عاطفی، فکری و ارزشی است. مفهوم فاصله نسلی نیز با شکاف نسلی مترادف است و فاصله نسلی به اختلافات مهم بین دو نسل در تجربه، ارزش‌ها و هنجارها و به طور کلی به اختلاف و شکاف فرهنگی در خور توجه بین دو نسل، گفته می‌شود (پناهی، ۱۳۸۳، ۴).

متأثر از ساختارهای اجتماعی، فرهنگی و تاریخی است" (آزادارمکی، ۱۳۸۳). در جوامع مدرن امروزی نسل جدید می‌خواهد تمام پدیده‌های اجتماعی (دین، زندگی و واقعیت‌های اجتماعی) را بر پایه عقل تحلیل نماید. یعنی نسل امروزی به مانند نسل قبل همه چیز را بی‌چون و چرا قبول ندارد. نسل امروزی می‌خواهد از تمام پدیده‌های اجتماعی وهم‌زدایی نماید تا با شناخت پوسته اصلی آن راه و مسیر آینده خود را مشخص سازد. چنین آگاهی و شعور در نسل جدید بر پایه تغییر و تحولات در نظام معرفتی و شناختی و حاکمیت علم و عقل بر رفتارهای بشریت می‌باشد (کوزر، ۱۳۸۷: ۲۶۳).

قبل از ورود به بحث عوامل مؤثر بر بروز این پدیده‌ی اجتماعی، شناخت تیپولوژی نسلی جامعه ایران ضروری می‌نماید. با الهام از تیپولوژی نسلی ویلیام استروس و نیل هوی، سیمای نسلی جامعه ایران را بدین‌گونه بازشناسی می‌کنیم: الف) نسل مدنی<sup>۱</sup>: این نسل در دوره‌ی جوانی بحران‌های بزرگ را تجربه نموده‌اند، نسلی که انقلاب را به-وجود آورد. ب) نسل اصلاح‌طلب<sup>۲</sup>: طفولیت این نسل در دوران سخت و بحرانی سپری شده است (اوایل انقلاب و زمان آغاز جنگ). ج) نسل آرمان‌گرا<sup>۳</sup>: نسلی که تا کنون هیچ‌گونه بحرانی را تجربه نکرده است (تاجیک، ۱۳۸۱).

هم چنین با توجه به ساختار جوان جمعیت کشور، سیمای شکاف نسلی بیش از گذشته نمایان است. این شکاف در حوزه‌ی خانواده و با ظهور نرم افزارهایی موبایلی نظیر تلگرام و اینستاگرام نمود عینی‌تری می‌یابد. درگیری‌های متعدد والدین و فرزندان و عدم تفاهم آنها با هم گویای این مسئله است. شکاف نسلی معلول عوامل مختلف می‌باشد. شاید بتوان آشکارترین عامل به‌وجود آورنده‌ی آن را " دو ساختی شدن جامعه " به‌واسطه مدرنیسم دانست. ساخت کهن با اندیشه‌ها، باورها و ارزش‌های ساخت جدید در حالت تعارض و تقابل قرار می‌گیرد. کهن‌گرایان مرتباً از ورود اندیشه‌ها، ارزش‌ها و ابژه‌ها نسلی ساخت جدید ابراز نگرانی می‌کنند، و وجود وسایل جدید ره به منزله تزلزل ارزش‌های حاکم در جامعه می‌دانند در نتیجه با قضاوت‌های مطلق‌گرایانه‌ی خود زمینه‌های هم‌نوایی با نسل جدید را از بین برده و فرصت‌های تحول و پیشرفت را

- 
1. The civic generation
  2. Reformist generation
  3. Idealistic generation

به تهدیدهای جدی بدل می‌کند و موجبات تعارض نسلی<sup>۱</sup> را فراهم می‌نماید. امروزه مدرنیسم در قالب افکار و ارزش‌های نوین به صورت یک لایه‌ی فرهنگی و هویتی قومی درآمده است. مدرنیسم چارچوب‌های فکری و ارزش سنتی را به چالش جدی فرا می‌خواند. نسل اصلاح طلب و آرمان‌گرا به استقبال ارزش‌های نوین و مدرن می‌روند در حالی که ساخت کهن جامعه تحمل جذب و هضم آنها را ندارد (آزادارمکی، ۱۳۸۳). ورود ارزش‌ها و اهداف مدرن و ناتوانی نظام فرهنگی مسلط در ایجاد زمینه برای دست‌یابی به آنها موجبات جدایی و شکاف نسلی را فراهم می‌کند. اختلال در فرایند جامعه پذیری نیز می‌تواند باعث ایجاد شکاف میل نسل‌ها شود. بقا و دوام هر جامعه‌ای در گرو درونی کردن ارزش‌ها یا به قول پارسونز "نگهداشت الگو" می‌باشد. به نظر می‌رسد نظام فرهنگی مسلط نتوانسته است از پتانسیل‌های موجود و نهادهای کارآمد برای درونی کردن ارزش‌ها بهره گیرد. نظام فرهنگی مسلط با اصرار بر ارزش‌ها و باورهای ناکارآمد و منابع هنجاری کهن و همچنین عدم توجه به تنوع فرهنگی و قومی دامنه این شکاف را گسترده‌تر کرده است. تغییر گروه‌های مرجع از دیگر نشانه‌های بروز شکاف نسلی است. افراد و گروه‌ها سعی می‌کنند ارزش‌ها و معیارهای رفتاری گروه‌های دیگر را به عنوان یک قالب مقایسه‌ای و مرجع انتخاب کنند. از آنجائی که گروه‌های سنتی مشروعیت و مقبولیت خود را به عنوان گروه‌های مرجع از دست داده‌اند و گروه‌های مرجع جایگزین نیز وجود نداشته است، نسل سوم (آرمان‌گرا) لاجرم به سوی گروه‌های مرجع خارجی با ابژه‌ها و هویت نسلی نامتعارف روی آورده است (آزادارمکی، ۱۳۸۳). در جامعه ایران گروه مرجع نسل جدید گروهی نیست که از نظر جغرافیایی یا فرهنگی نزدیک به فرد باشد بلکه این گروه‌ها فاصله زیادی از بعد مسافت و فرهنگ با افراد دارند. اینترنت و شبکه‌های مجازی و اپلیکیشنهای موبایلی خود از علل مهم این تأثیر گذاری هستند.

شکاف نسلی و پیامدهای ناخوشایند آن منحصر به یک کشور و سرزمین خاص نیست. امروزه فرایند جهانی شدن و همه گیر شدن الگوهای مسلط فرهنگ مدرن به-

۸. وقتی منابع هویتی، تقویت کننده یکدیگر نباشند و پیوستگی نسلی را به دنبال نداشته باشند، زمینه ظهور و بروز تعارض با گذشتگان خود می‌بیند (آزادارمکی، ۱۳۸۳، ۱۶). تعارض نسلیها در مظاهر فرهنگی و سلوک اجتماعی قشرهای مختلف جامعه، به ویژه میان نسل جدید و قدیم رخ می‌دهد (قبادی، ۱۳۸۲، ۵۴).

## 2. Pattern maintenance

واسطه توسعه فن‌آوری‌های ارتباطی جدید روند شکاف نسلی را تسریع بخشیده است. ناگفته پیداست که تحولات نسلی موجبات توسعه و پیشرفت جامعه را با تزریق ایده‌های نوین به بافت فکری - فرهنگی کهن فراهم می‌کند. پویایی سیستم‌ها با ورود ایده‌های نوین و کارآمد بستگی دارد. مقاومت ساخت کهن در مقابل تغییرات روند تحولات را کند کرده و به رویارویی نسل‌ها می‌انجامد. در حالت شکاف نسلی، تعامل نسل‌ها در چارچوب یک فرهنگ و جامعه خاصی دچار اختلال می‌شود. شناخت ویژگی‌های نسلی، برنامه‌ریزی نسلی، سرایت افکار دموکراتیک به حوزه عمومی و همچنین ذهنیت مطلق‌گرایی و پیرسالار ایرانی می‌تواند از شدت شکاف نسلی بکاهد و زمینه مساعد را برای تعامل بین نسلی به‌وجود آورد (ریتزر، ۱۳۸۳). این پدیده مورد توجه بسیاری از محققین بوده و پژوهش‌هایی نیز در داخل و خارج از کشور در این حوزه انجام گرفته است. در زیر به شماری از این پژوهش‌ها اشاره می‌شود:

محمد رضا آزادی نژاد در پژوهشی تحت عنوان " بررسی تاثیر رسانه های الکترونیکی (اینترنت) در ایجاد شکاف نسلی بین فرزندان و والدین خانواده های تهرانی " ارزش‌های جوانان و والدین آنها را مورد بررسی قرار داده است.

یافته‌های این پژوهش مستدل بر این است که «محتوای اینترنت» و «برقراری ارتباط در این فضای مجازی» بر ایجاد شکاف نسلی میان فرزندان و والدین خانواده‌های تهرانی تأثیر دارند. اما دوست‌یابی به عنوان یکی از شقوق «فرهنگ پذیری» و همچنین برخورداری آنها از اینترنت، تأثیری در شکاف میان این دو نسل ندارد. فرضیه‌های دیگر این تحقیق که با ارزیابی و اندازه‌گیری شاخص‌ها و مؤلفه‌های پیش‌گفته در پی اثبات تأثیر اینترنت بر شکاف نسلی میان والدین و فرزندان خانواده‌های تهرانی بود، رد شد و گواه بر آن دارد که اینترنت بر ایجاد این شکاف‌ها بی‌تأثیر است.

با مروری بر مطالعات انجام گرفته در مورد شکاف نسل‌ها، مقاله حاضر تأثیر استفاده از نرم افزارهای هوشمند موبایلی (تلگرام و اینستاگرام) در ایجاد شکاف نسلدختران با مادرانشان را مورد بررسی قرار می‌دهد. با توجه به اینکه طرح چارچوب نظری از میان نظریات مطرح و با توجه به موضوع پژوهش انتخاب می‌شود، لذا برای چارچوب نظری در این پژوهش از نظریه‌پردازانی همچون نظریه شکاف دانشتیچنور<sup>۱</sup>،

---

1. Tichnor

دونوهومه<sup>۱</sup> و اولاین، نظریه کاشت یا پرورش گربنر گئورگ زیمل<sup>۲</sup> (۱۹۶۸)، پیتر برگر و تامس لاکمن<sup>۳</sup> (۱۹۶۶)، استفاده می‌شود. هم چنین تلاش می‌کند پاسخ دهد که آیا میزان استفاده از نرم افزارهای هوشمند موبایلی در ایجاد شکاف نسلی دختران با مادرانشان تاثیرگذار است؟

**نظریه کاشت یا پرورش گربنر<sup>۴</sup>:** این نظریه یکی از اشکال اثر رسانه‌ها در سطح شناختی بوده و مربوط به این موضوع است که قرار گرفتن در معرض رسانه‌ها، تا چه حد می‌تواند به باورها و تلقی عموم از واقعیت خارجی، شکل دهد؟ نظریه کاشت یا اشاعه برای ارائه الگویی از تحلیل، تبیین شده است؛ تا نشان‌دهنده تأثیر بلندمدت رسانه‌هایی باشد، که اساساً در سطح برداشت اجتماعی، عمل می‌کنند (گونتر، ۱۳۸۴، ۳۰۱). براساس، این نظریه برکنش متقابل میان رسانه و مخاطبانی که از آن رسانه استفاده می‌کنند و نیز برچگونگی تأثیرگذاری رسانه‌ها بر مخاطبان تأکید دارد. فرض اساسی این نظریه این است که بین میزان مواجهه و استفاده از رسانه و واقعیت‌پنداری در محتوا و برنامه‌های آن رسانه ارتباط مستقیم وجود دارد. به این صورت که ساعت‌های متمادی مواجهه با رسانه‌های خاص باعث ایجاد تغییرنگرش و دیدگاه‌های موافق با محتوای رسانه می‌شود. در واقع نظریه پرورش با تعیین میزان و نوع برنامه‌های مورد استفاده از رسانه‌ها، میزان تأثیر مطالعه می‌کند تا به سازوکار و نحوه تأثیر دست پیدا کند (عباسی قادی و خلیلی کاشانی، ۱۳۹۰، ۸۱).

نظریه کاشت نشان‌دهنده تأثیر بلندمدت رسانه‌هایی است که اساساً در سطح برداشت اجتماعی، عمل می‌کنند (حمدزاده کرمانی، ۱۳۹۰، ۳۶۶). از نظر وی رسانه‌ها تمایل به ارائه دیدگاه‌های هم‌شکل و کم و بیش یک سان از واقعیت اجتماعی هستند و مخاطبان آنها بر اساس این چنین مکانیسمی فرهنگ پذیر می‌شوند. گربنر تا آنجا پیش می‌رود که می‌گوید، رسانه‌ها به دلیل نظم و هماهنگی که در ارائه پیام در طول زمان دارند قدرت تأثیرگذاری فراوانی دارند؛ به طوری که باید آنها را شکل‌دهنده جامعه دانست (سورینوتا نکارد، ۱۳۸۴، ۳۹۲).

- 
1. Donomue
  2. Georg Zimmel
  3. Peter Berger & Thomas Luckmann
  4. Gerbner, G.

اکنون داعیه این نظریه این است که استفاده از رسانه بامتغیرهای دیگر در تعامل قرار می‌گیرد؛ به شیوه‌هایی که مواجهه بارسانه‌ای خاص، بر برخی از افراد و گروه‌ها اثر قوی خواهد داشت و بر بعضی از گروه‌ها تأثیری نخواهد گذاشت. بر اساس نظریه کاشت می‌توان استنباط کرد که میزان استفاده و مدت زمان عضویت در شبکه‌هایی نظیر تلگرام و اینستاگرام و واقعی تلقی کردن محتوای شبکه‌های اجتماعی اینترنتی بر شکاف میان مادران و دختران مؤثر است. می‌توان گفت هرچه میزان استفاده و مدت زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی افزایش یابد احتمال تأثیر پذیری کاربر بیشتر است. برعکس هرچه میزان، مدت زمان استفاده و مدت زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی کاهش یابد احتمال تأثیر پذیری کمتر خواهد بود. زمان استفاده طولانی مدت از این نرم افزارها برای نسل جدید لذت بخش و برای نسل گذشته نگران کننده می‌باشد. برگر و لاکمن (۱۹۶۶) تناقض میان پرورش اجتماعی اولیه و ثانویه را یکی از عوامل مؤثر بر شکاف بین نسلی می‌دانند. به عقیده اینان "زمانی که فرد آنچه را که در درون خانواده (پرورش اجتماعی اولیه، که این نوع از پرورش هنگامی به پایان می‌رسد که مفهوم دیگران تعمیم یافته و هر آنچه ملازم با آن است در آگاهی فرد استقرار یافته باشد) با آنچه را که در جامعه (پرورش اجتماعی ثانویه) اشاعه داده می‌شود متناقض ببیند دچار نوعی بحران هویت می‌شود". به نظر این دو متفکر "در جامعه‌ای که وحدت ارزشی از بین برود، انسان با گروه‌های مختلفی سروکار دارد که در هر یک از آنها یک نوع ارزش خاصی حاکم است که گاه در گروه دیگر ارزش نیست" (توکلی، ۱۳۷۸: ۵۱). در چنین وضعیتی که در آن نسل فرزندان با ارزش‌های متنوع و بعضاً متناقض روبرو می‌شود، فرصت بیشتری در گزینش و انتخاب ارزش‌هایش دارد و از این طریق امکان بروز شکاف در ارزش‌های نسل‌ها افزایش می‌یابد. همچنین برگر و لاکمن معتقدند امکان فردگرایی با امکان پرورش اجتماعی ناموفق پیوند مستقیم دارد. بنابراین با گسترش فردگرایی در بین نسل فرزندان پای‌بندی آن‌ها به تعلقات و ارزش‌های نسل پیشین کمتر و شکاف بین نسل‌ها رخ می‌دهد (برگر و لاکمن، ۱۳۸۷: ۲۳۳).

۱۲- پرورش اجتماعی ثانویه عبارت است از درونی کردن خرده جهان‌ها یا مبتنی به نهادها. بنابراین، گستره و سرشت آن بر حسب پیچیدگی تقسیم کار و توزیع اجتماعی دانش، که که ملازم با آن است، تعیین می‌شود، دانشی که در نتیجه‌ی تقسیم کار پدید می‌آید و حاملان آن را نهادها مشخص و معرفی می‌کنند (ابوالحسن تنهایی، ۱۳۹۴)

نظریه شکاف دانش تیچنور<sup>۱</sup>، دونوهومه<sup>۲</sup> و اولاین<sup>۳</sup> می‌گوید: هنگامی که نفوذ رسانه‌های همگانی به درون یک نظام اجتماعی افزایش می‌یابد، بخش‌هایی از جامعه که از موقعیت اقتصادی و اجتماعی بالاتری برخوردارند، این اطلاعات را سریع‌تر از بخش‌های دارای موقعیت پایین‌تر به دست می‌آورند، طوری که شکاف دانش بین این بخش‌ها به جای آنکه کاهش یابد، افزایش پیدامی‌کند. اصل عمده‌ای که باید در اینجا مورد تأیید قرار گیرد قدرت انگیزش و اهمیت آن برای گزارش‌گران است که با متقاعد ساختن بینندگان خود سعی می‌کنند به آنها القا کنند که آنها برای شان با اهمیت‌اند و بدین طریق آنها را با خود همراه سازند، در آن صورت احتمال این که بینندگان مزبور توجه بیشتری مبذول داشته و به گونه‌ای متناسب پاسخ دهند، بیشتر خواهد بود، شکاف دیجیتالی بین دونسل رفته رفته پرمی‌شود، ولی هنوز هم شکاف دیجیتالی به طرز چشمگیری وجود دارد که عمدتاً جنبه اقتصادی دارد (مهدی زاده، ۱۳۸۹).

بر اساس تئوری زیمل (۱۹۶۸) انسان در جوامع پیشین در حلقه‌های اجتماعی<sup>۴</sup> محدودی (مانند شهر، خانواده، خویشاوندان و دوستان) قرار گرفته بود و شخصیت، ارزش‌ها، و ایدئولوژی فردی در همین حلقه‌ها شکل می‌گرفت. به عقیده زیمل "با توجه به این‌که در جهان نوین، تعلق‌ها جدا از هم‌دیگرند و افراد بیشتر است، هرچه تعداد عضویت فرد در تشکلهای بیشتر باشد زمینه تشابه ارزشی بین فرد و جامعه بیشتر می‌شود و بالعکس. از طرفی انشعاب تعلق گروهی یک نوع منحصر به فرد بودن و آزادی را بیدار می‌سازد. وجود حلقه‌های اجتماعی پیش شرط فردگرایی است. به این لحاظ نه تنها انسان‌ها نسبت به یکدیگر ناهمانند می‌شوند، بلکه فرصت این را می‌یابند که در زمینه‌های اجتماعی گوناگون بدون زحمت حرکت کنند" (کوزر، ۱۳۸۷: ۲۶۵).

نظریات زیمل را می‌توان تبیین‌کننده رشد فردگرایی در دنیای جدید دانست. فردگرایی رو به تزاید در نسل جدید سبب بوجود آمدن اخلاقیات و ارزش‌هایی می‌شود که تمام عرصه‌های زندگی، از جمله ملاک‌ها و معیارهای انتخاب را برای نسل جوان متمایز از نسل گذشته می‌نماید. تحت تأثیر این فردگرایی گروه مرجع<sup>۵</sup> در نسل

- 
1. Tichnor
  2. Donomue
  3. Olien
  1. social links
  2. refrence group



جوان نیز دارای تفاوت‌هایی با نسل‌های قبل می‌شود. از دیگر نظریه پردازان مطرح در زمینه شکاف نسلی اینگلهارت است. اینگلهارت داده‌های چند فرهنگی جوامع مختلف را جمع آوری نموده و آنها را با توجه به آثار نسل و سن تحلیل نموده است. وی می‌گوید تغییر ارزشی روندی است که از نسلی به نسل دیگر رخ می‌دهد، نه به طور مداوم از سالی به‌سال دیگر (یوسفی، ۱۳۸۳: ص ۴۲).

اینگلهارت ضمن تقسیم بندی ارزش‌ها به دو دسته ارزش‌های مادی و پسامادی معتقد است که نظریه مادی پسامادی بر دو فرض اساسی استوار است: (۱) فرضیه کمپابی که در آن اولویت فرد بازتاب محیط اجتماعی اقتصادی اش است، به نحوی که شخص بیشترین ارزش ذهنی را به آن چیزهایی می‌دهد که عرضه آن‌ها نسبتاً کم است. (۲) فرضیه اجتماعی شدن که در آن ارزش‌های اصلی شخص تا حد زیادی بازتاب اوضاع حاکم در سال‌های قبل از بلوغ وی است (اینگلهارت، ۱۳۷۳: ص ۶۱). این دو فرضیه با هم مجموعه به هم پیوسته‌ای از پیش بینی‌های مربوط به دگرگونی ارزش‌ها را پدید می‌آورند: در حالی که فرضیه کمپابی دلالت بر این دارد که رونق و شکوفایی اقتصادی به گسترش ارزش‌های فرامادی می‌انجامد، فرضیه اجتماعی شدن مبین این است که ارزش‌های فردی و ارزش‌های یک جامعه هیچ کدام یک شبه تغییر نمی‌کند. برعکس، دگرگونی اساسی ارزش‌ها به تدریج و بیشتر به طرزی نامرئی روی می‌دهد. این دگرگونی در مقیاس وسیع وقتی پدید می‌آید که یک نسل جوان‌تر جانشین نسل مسن‌تر در جمعیت بزرگسال یک جامعه می‌شود (همان، ۷۶).

بر همین اساس اینگلهارت در کار خود حضور مجموعه‌ای از تغییرات در سطح نظام را باعث تغییرات در سطح فردی و به همین ترتیب پیامدهایی برای نظام می‌داند. وی تغییرات در سطح سیستم را توسعه اقتصادی و فناوری، ارضاء نیازهای طبیعی به نسبت وسیع‌تری از جمعیت، افزایش سطح تحصیلات، تجارب متفاوت گروه‌های سنی مثل فقدان جنگ و گسترش ارتباطات جمعی، نفوذ رسانه‌های جمعی و افزایش تحرک جغرافیایی می‌داند (همان، ۵۰). به نظر اینگلهارت یکی از مؤلفه‌های مهم دگرگونی ارزشی جایگزینی نسلی است. اینگلهارت برای چرخه زندگی تأثیر چندانی قائل نیست و تفاوت‌های پایدار بین گروه‌های سنی را بازتاب دگرگونی نسلی می‌داند و نظریه دگرگونی ارزشی که دلالت بر جابجایی

اولویت‌های مادی به سمت اولویت‌های پسامادی دارد را به توسعه اقتصادی جوامع ارتباط می‌دهد تا جایی که برای نهادهای فرهنگی در این دگرگونی چندان وزنی قائل نیست. جوانان به مراتب بیشتر از بزرگ‌ترها بر خواسته‌های پسامادی تاکید می‌ورزند و تحلیل گروه‌های سنی مبین این است که این موضوع به مراتب بیشتر بازتاب دگرگونی نسل‌هاست تا انعکاس سالخوردگی. اینگلهارت دگرگونی حاصل شده در جامعه بر مبنای تحولات اقتصادی و اجتماعی را در قالب دگرگونی فرهنگی در چارچوب سمت‌گیری‌های ارزشی که منجر به تفاوت نسلی می‌شود تعریف می‌کند. در نتیجه دگرگونی‌های فرهنگی مهم به تفاوت در میان نسل‌ها می‌انجامد (همان، ۱۱۵). اینگلهارت در باره تحولات فرهنگی می‌گوید: تحول فرهنگی خیلی وسیعی در فرهنگ معاصر غرب رخ داده است. وی همچنین ابراز می‌دارد که خیزش سطوح توسعه اقتصادی، سطوح بالاتر آموزش و رسانه‌های جمعی منجر به تغییر در مهم‌ترین ارزش‌ها می‌شود.

## روش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر روش گردآوری داده‌ها توصیفی-همبستگی است. همچنین به منظور تدوین چارچوب نظری پژوهش و پیشینه تحقیق، از مطالعه کتابخانه‌ای نیز بهره گرفته شده است. جامعه آماری شامل کلیه دختران عضو در فرهنگسرای گلستان منطقه ۸ شهر تهران در سال ۱۳۹۴ است. برای گردآوری داده‌ها از روش نمونه‌گیری طولی از نوع چرخشی (در یک بازه زمانی ۶ ماهه) بهره گرفته شد. با بهره‌گیری از جدول کرجسی و مورگان ۲۰۲ نفر به عنوان حجم جمعیت نمونه انتخاب گردید. ابزاری که در این پژوهش برای گردآوری داده‌ها انتخاب شد، پرسشنامه محقق ساخته است. پس از تهیه پرسشنامه مقدماتی و آزمون مقدماتی، سؤال‌های پرسشنامه اصلاح و نهایی گردید.

برای بررسی اعتبار ابزار اندازه‌گیری از اعتبار محتوا استفاده گردید. پرسشنامه تهیه شده به تعدادی از اساتید خبره و برگزیده جامعه‌شناسی داده شد سپس با بهره‌گیری از آزمون اس.اچ.لاوشه اعتبار محتوا برابر ۰.۶۹ بدست آمد. دلیل روشنی بر اعتبار پرسشنامه طراحی شده است. با استفاده از روش آلفای کرونباخ پایایی ابزار اندازه‌گیری

مورد محاسبه قرار گرفت. نتایج نشان داد سؤال‌های از همبستگی دورنی قابل قبولی (ضریب آلفای کرونباخ معادل ۰.۷۲) برخوردار است.

### یافته‌ها

فرضیه اول: بین میزان استفاده از نرم افزارهای هوشمند موبایلی (تلگرام و اینستاگرام) و ایجاد شکاف نسلی دختران با مادرانشان رابطه وجود دارد.

فرضیه H0: بین میزان استفاده از نرم افزارهای موبایلی (تلگرام و اینستاگرام) و ایجاد شکاف نسلی رابطه معناداری وجود ندارد.

فرضیه H1: بین میزان استفاده از نرم افزارهای موبایلی (تلگرام و اینستاگرام) و ایجاد شکاف نسلی رابطه معناداری وجود ندارد.

جدول ۱. نتایج آزمون همبستگی پیرسون بین میزان استفاده از نرم افزارهای موبایلی

(تلگرام و اینستاگرام) و ایجاد شکاف نسلی	
۰.۳۱۷	ضریب همبستگی پیرسون r
۰.۰۰۲	سطح معناداری sig

برای بررسی این فرضیه از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است. به سخن دیگر، با بهره‌گیری از آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین میزان استفاده از نرم افزارهای موبایلی (تلگرام و اینستاگرام) و ایجاد شکاف نسلی، نتایج در جدول نشان می‌دهد، ضریب همبستگی بین دو عامل مورد بررسی برابر با ۰/۳۱۷ و سطح معناداری معادل با ۰.۰۰۲ است. بنابراین H0 رد و H1 تأیید می‌گردد. به عبارت دیگر، نتایج نشان می‌دهد بین دو عامل مورد بررسی رابطه معنی داری در سطح ۱٪ وجود دارد، اما شدت رابطه ضعیف و جهت آن مثبت و مستقیم است.

فرضیه دوم: بین عضویت در گروه همسالان از طریق نرم افزارهای موبایلی و ایجاد شکاف نسلی دختران با مادرانشان تفاوت وجود دارد.

فرضیه H0: بین عضویت در گروه همسالان از طریق نرم افزارهای موبایلی و ایجاد شکاف نسلی تفاوت وجود ندارد.

فرضیه H1: بین عضویت در گروه همسالان از طریق نرم افزارهای موبایلی و ایجادشکاف نسلی تفاوت وجود دارد. به منظور بررسی این فرضیه از آزمون مقایسه میانگین‌ها (t-test) بهره گرفته شده که نتایج به شرح زیر است:

جدول ۲. نتایج محاسبه آزمون مقایسه میانگین‌ها (t-test) عضویت در گروه همسالان از طریق نرم افزارهای موبایلی و ایجادشکاف نسلی

متغیرها	T محاسبه شده	df	سطح معنی داری	نتایج
عضویت در گروه همسالان از طریق نرم افزارهای موبایلی و ایجادشکاف نسلی	۳.۰۷۴	۱۹۹	۰.۰۰۳	وجود تفاوت معنی دار

نتایج محاسبه آزمون مقایسه میانگین‌ها (t-test) بین عضویت در گروه همسالان از طریق نرم افزارهای موبایلی و ایجادشکاف نسلی در جدول نشان داده شده است، از آنجا که t محاسبه شده ۳.۰۷۴ با سطح معنی داری ۰.۰۰۳ است. بنابراین، فرضیه H0 رد و فرضیه H1 تأیید گردید. به سخن دیگر می‌توان گفت، تفاوت معنی داری از لحاظ آماری بین عضویت در گروه همسالان از طریق نرم افزارهای موبایلی و ایجادشکاف نسلی مشاهده شده است. این تفاوت در سطح معنی داری ۱٪ است. فرضیه سوم: به نظر می‌رسد بین عضویت در گروه‌های اطلاع رسانی از طریق نرم افزارهای موبایلی و ایجاد شکاف نسلی دختران با مادرانشان تفاوت وجود دارد. فرضیه H0: بین عضویت در گروه‌های اطلاع رسانی از طریق نرم افزارهای موبایلی و ایجاد شکاف نسلی تفاوت وجود ندارد. فرضیه H1: بین عضویت در گروه‌های اطلاع رسانی از طریق نرم افزارهای موبایلی و ایجاد شکاف نسلی تفاوت وجود دارد. به منظور بررسی این فرضیه از آزمون مقایسه میانگین‌ها (t-test) بهره گرفته شده که نتایج به شرح زیر است:

جدول ۲. نتایج محاسبه آزمون مقایسه میانگین‌ها (t-test) بین عضویت در گروه‌های اطلاع رسانی از طریق نرم افزارهای موبایلی و ایجاد شکاف نسلی

متغیرها	T محاسبه شده	df	سطح معنی داری	نتایج
عضویت در گروه‌های اطلاع رسانی از طریق نرم افزارهای موبایلی و ایجاد شکاف نسلی	۲.۲۹۵	۱۹۹	۰.۰۴	وجود تفاوت معنی دار

نتایج محاسبه آزمون مقایسه میانگین‌ها (T-test) بین عضویت در گروه‌های اطلاع رسانی از طریق نرم افزارهای موبایلی و ایجاد شکاف نسلی در جدول نشان داده شده است. از آنجا که  $t$  محاسبه شده ۲.۲۹۵ با سطح معنی داری ۰.۰۴ است. بنابراین، فرضیه  $H_0$  رد و فرضیه  $H_1$  تأیید گردید. به سخن دیگر می‌توان گفت، تفاوت معنی داری از لحاظ آماری بین عضویت در گروه‌های اطلاع رسانی از طریق نرم افزارهای موبایلی و ایجاد شکاف نسلی مشاهده شده است. نتایج نشان داد، تفاوت این دو متغیر در سطح معنی داری ۵٪ است.

فرضیه چهارم: به نظر می‌رسد بین عضویت در گروه‌های تبلیغاتی از طریق نرم افزارهای موبایلی و ایجاد شکاف نسلی دختران با مادرانشان تفاوت وجود دارد. فرضیه  $H_0$ : بین عضویت در گروه‌های تبلیغاتی از طریق نرم افزارهای موبایلی و ایجاد شکاف نسلی تفاوت وجود ندارد. فرضیه  $H_1$ : بین عضویت در گروه‌های تبلیغاتی از طریق نرم افزارهای موبایلی و ایجاد شکاف نسلی تفاوت وجود دارد. به منظور بررسی این فرضیه از آزمون مقایسه میانگین‌ها (t-test) بهره گرفته شده که نتایج به شرح زیر است:

جدول ۳. نتایج محاسبه آزمون مقایسه میانگین‌ها (t-test) بین عضویت در گروه‌های تبلیغاتی از طریق نرم افزارهای موبایلی و ایجاد شکاف نسلی

متغیرها	T محاسبه شده	df	سطح معنی داری	نتایج
بین عضویت در گروه‌های تبلیغاتی از طریق نرم افزارهای موبایلی و ایجاد شکاف نسلی	۹.۵۴	۱۹۹	۰.۰۰۰	وجود تفاوت معنی دار

نتایج محاسبه آزمون مقایسه میانگین‌ها (T-test) بین عضویت در گروه‌های تبلیغاتی از طریق نرم افزارهای موبایلی و ایجاد شکاف نسلی در جدول نشان داده شده است. از آنجا که  $t$  محاسبه شده ۹.۵۴ با سطح معنی داری ۰.۰۰۰ است. بنابراین، فرضیه  $H_0$  رد و فرضیه  $H_1$  تأیید گردید. به سخن دیگر می‌توان گفت، تفاوت معنی داری از لحاظ آماری بین عضویت در گروه‌های تبلیغاتی از طریق نرم افزارهای موبایلی و ایجاد شکاف نسلی مشاهده شده است. نتایج نشان داد، تفاوت این دو متغیر در سطح معنی داری ۱٪ است.

### بحث و نتیجه گیری

شکاف نسلی از جمله شکاف‌های مهم و قابل توجه جامعه ایران محسوب می‌شود. "شکاف نسلی<sup>۲</sup> به معنی وجود تفاوت‌های دانش، گرایش و رفتاری ما بین دو نسل با وجود پیوستگی‌های کلان متأثر از ساختارهای اجتماعی، فرهنگی و تاریخی است" (آزادارمکی، ۱۳۸۳). در جوامع مدرن امروزی نسل جدید می‌خواهد تمام پدیده‌های اجتماعی (دین، زندگی و واقعیت‌های اجتماعی) را بر پایه عقل تحلیل نماید. یعنی نسل امروزی به مانند نسل قبل همه چیز را بی‌چون و چرا قبول ندارد. نسل امروزی می‌خواهد از تمام پدیده‌های اجتماعی وهم‌زدایی نماید تا با شناخت پوسته اصلی آن راه و مسیر آینده خود را مشخص سازد. چنین آگاهی و شعور در نسل جدید بر پایه تغییر و تحولات در نظام معرفتی و شناختی و حاکمیت علم و عقل بر رفتارهای بشریت می‌باشد (کوزر، ۱۳۸۷: ۲۶۳). علاوه بر آن وجود تکنولوژی و پیشرفته‌های هر روزه آن نیز عاملی تأثیر گذار بر روی این مسئله است. به طوری که این امر بر ارزش‌ها، باورها، نگرش‌های نسل کنونی تأثیر گذاشته است. در یک جمع‌بندی کلی می‌توان اذعان کرد که امروزه با توجه به عوامل بیرونی تأثیرگذار بر خانواده، جامعه

#### 1. Generation gap

۴. برای این واژه معادل‌های دیگری همانند گسست نسلی، انقطاع نسلی، تضاد نسلی، انسداد نیز در مقالات و کتابهای فارسی به کار رفته است. گسست نسلی، دور شدن تدریجی دو یا سه نسل پیاپی از یکدیگر، از نظر جغرافیایی، عاطفی، فکری و ارزشی است (اسپارک، ۱۳۶۴، ۲۵۹). مفهوم فاصله نسلی نیز با شکاف نسلی مترادف است و فاصله نسلی به اختلافات مهم بین دو نسل در تجربه، ارزش‌ها و هنجارها و به طور کلی به اختلاف و شکاف فرهنگی در خور توجه بین دو نسل، گفته می‌شود (پناهی، ۱۳۸۳، ۴).

ایرانی با شکاف ارزشی نسلی روبه رو شده است. سبک آرایشی، در میان دختران جامعه ایرانی با تغییرات فراوانی روبرو شده است. یافته‌های تحلیلی پژوهش حاضر، نشان می‌دهد، در خصوص ارزش‌های دینی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی، شناخت دختران با مادران با یکدیگر متفاوت است.

یافته‌های تحلیلی پژوهش حاضر، نشان می‌دهد، در خصوص میزان استفاده از نرم افزارهای هوشمند موبایلی، عضویت در گروه‌های همسالان و عضویت در گروه‌های اطلاع رسانی و گروه‌های تبلیغاتی بر ایجاد شکاف نسلی دختران با مادرانشان تأثیر گذار است. این عدم توافق می‌تواند نمایانگر تغییر ارزشهای جامعه و یا ایجاد و تعدیل ارزشهای فعلی باشد به گونه‌ای که به نقل از دورکیم می‌تواند گفت آن چه در یک جامعه به صورت امر نابهنجار رواج می‌یابد، می‌تواند نشانگر ارزش‌های اخلاقی آینده همان جامعه باشد.

در این پژوهش تعداد چهار فرضیه تحت آزمون قرار گرفت. نتایج به دست آمده از فرضیه‌ها حاکی از آن است که هر کدام از این متغیرها با درجات متفاوتی از شدت مفهوم را تحت تأثیر قرار می‌دهند. برای مثال طبق نظریه کاشت یا پرورش گریز، کنش متقابل میان رسانه و مخاطبانی که از آن استفاده می‌کنند و نیز بر چگونگی تأثیر گذاری رسانه‌ها بر مخاطبان تأکید دارد. این بدان معناست که بین میزان مواجهه و استفاده از رسانه و واقعیت‌پنداری در محتوا و برنامه‌های آن رسانه ارتباط مستقیم وجود دارد. به این صورت که ساعت‌های متمادی مواجهه با رسانه‌های خاص باعث ایجاد تغییر نگرش و دیدگاه‌های موافق با محتوای رسانه می‌شود و در نهایت می‌توان گفت هرچه میزان استفاده و مدت زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی نظیر تلگرام و اینستاگرام افزایش یابد، احتمال تأثیر پذیری بر کاربران بیشتر است.

عضویت در گروه همسالان که به عنوان گروه‌های ثانویه محسوب می‌شود، توسط برگر و لاکمن مطرح گردیده است و در این پژوهش تفاوت معناداری از لحاظ آماری بین میانگین عضویت در گروه همسالان از طریق نرم افزارهای موبایلی و ایجاد شکاف نسلی مشاهده شده است. به نظر دو متفکر در جامعه‌ای که وحدت ارزشی از بین برود، در چنین وضعیتی نسل فرزندان با نسل گذشته با ارزش‌های متنوع و بعضاً متناقض روبه رو می‌شود، و فرصت بیشتری در گزینش و انتخاب ارزش‌هایشان دارد و از این

طریق امکان بروز شکاف در ارزش‌های نسل‌ها افزایش می‌یابد. بنابراین با گسترش فردگرایی در بین نسل فرزندان پای بندی آنها به تعلقات و ارزش‌های نسل پیشین کمتر و شکاف بین نسلی رخ می‌دهد.

عضویت در گروه‌های اطلاع‌رسانی و تبلیغاتی که بسیاری از محققین آن را به عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل به وجود آورنده، شکاف بین نسلی می‌دانند. در این مطالعه هر چه دختران با گروه‌های اطلاع‌رسانی و تبلیغاتی بیشتر در ارتباط قرار می‌گیرند، تغییراتی در نگرش و ارزش‌ها و هنجارهای آنان ایجاد می‌گردد. در نتیجه تمایل بیشتری دارند که ارزش‌ها، نگرش‌ها و هنجارهای نسل‌های گذشته را به زیر سؤال ببرند.

در مجموع می‌توان بیان کرد، میزان استفاده از نرم افزارهای هوشمند موبایلی (تلگرام و اینستاگرام) در ایجاد شکاف نسلی دختران با مادرانشان تأثیر گذار بوده است. به عبارت دیگر، هر چه دختران از نرم افزارهای هوشمند موبایلی بیشتر استفاده نمایند، میزان شکاف نسلی دختران با مادرانشان بیشتر می‌گردد.

براساس نظریه کاشت می‌توان استنباط کرد که میزان استفاده و مدت زمان عضویت در شبکه‌هایی نظیر تلگرام و اینستاگرام و واقعی تلقی کردن محتوای شبکه‌های اجتماعی اینترنتی بر شکاف میان مادران و دختران مؤثر است. می‌توان گفت هرچه میزان استفاده و مدت زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی افزایش یابد احتمال تأثیرپذیری کاربر بیشتر است. برعکس هرچه میزان، مدت زمان استفاده و مدت زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی کاهش یابد احتمال تأثیرپذیری کمتر خواهد بود. زمان استفاده طولانی مدت از این نرم افزارها برای نسل جدید لذت بخش و برای نسل گذشته نگران کننده می‌باشد.

بنابراین، بر اساس نتایج این پژوهش می‌توان پیشنهادهایی در جهت آموزش به خانواده‌ها ارائه کرد: امروزه میزان استفاده از وسایل ارتباط جمعی از جمله تلویزیون، ماهواره، تلفن همراه، اینترنت و شبکه‌های نرم افزاری و اطلاعاتی موجود نسل جدید را به امکانات و قدرت تفاسیر متعدد و متنوعی تجهیز کرده است؛ در واقع استفاده از رسانه باعث خلق دنیای جدیدی برای جوانان شده است که دیگر چندان از دیگران فرمان نمی‌برند و تصمیمات را به تنهایی می‌گیرند. از این رو، به نظر می‌رسد که



مسئولان امر بایستی با استفاده از همین ابزار ارتباطی در کاهش فردگرایی و افزایش و ایجاد انگیزه برای روحیه جمع گرایی اقدامات لازم را انجام دهند.

### منابع

- آزاد ارمکی، تقی، (۱۳۸۳)، رابطه بین نسلی در خانواده ایرانی، مسائل اجتماعی ایران. انجمن جامعه شناسی ایران، تهران: نشر آگه
- احمدزاده کرمانی، روح الله (۱۳۹۱)، بازاندیشی در فرهنگ و رسانه، تهران، چاپار پناهی، محمد حسین، (۱۳۸۳)، "شکاف نسلی موجود در ایران و اثر تحصیلات بر آن"، فصلنامه علوم اجتماعی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی، شماره ۱۷.
- تاجیک، محمدرضا (۱۳۸۱)، جامعه ایرانی و شکاف میان نسل‌ها، راهبرد، مرکز تحقیقات استراتژیک، شماره ۲۶.
- تنهایی، ح.ا، (۱۳۹۴)، بازشناسی تحلیلی نظریه‌های مدرن جامعه شناسی (دوران مدرنیته اخیر، نسل سوم). تهران، انتشارات بهمن برنا.
- رابرتسون، یان، (۱۳۷۴)، درآمدی بر جامعه (تاکید بر نظریه‌های کارکردگرایی، ستیز و کنش متقابل نمادی). ترجمه: حسین بهروان، مشهد: نشر آستان قدس رضوی.
- ریتزر، جورج (۱۳۸۸)، نظریه جامعه شناسی در دوران معاصر، ترجمه محسن ثلاثی، تهران، علمی.
- سورین، ورنر و تانکارد، جیمز. نظریه‌های ارتباطات، علیرضا دهقان، تهران، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳، چاپ سوم، ص ۳۸۹-۳۹۲
- عبای قادی، مجتبی و مرتضی خلیلی کاشانی (1390)، تأثیر اینترنت بر هویت ملی، تهران، پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- قبادی، خسرو، (۱۳۸۲)، گسست پارادایمی بین نخبگان فکر ایران: گسست نسل‌ها. تهران: پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- گوئتر، بری، (۱۳۸۴)، روش‌های تحقیق رسانه‌ای، مینو نیکو، تهران، اداره کل پژوهش‌های سیما، چاپ اول، ص ۳۱۰.
- مهدی زاده، سیدمحمد (۱۳۸۹)، نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی، تهران، نشر همشهری.