

بررسی نقش شبکه اجتماعی وایبر در برساخت هویت نسلی جوانان

توحید علیزاده^۱، نریمان محمدی^۲

چکیده

مطالعه پیش‌رو به بررسی نقش رسانه‌های اجتماعی نوین در شکل‌گیری و برساخت هویت نسلی در میان جوانان می‌پردازد. روش پژوهش کیفی می‌باشد و تکنیک پژوهش مصاحبه روایی است. بر این اساس مصاحبه‌های مجازی آنلایین با ۲۹ نفر از افرادی که از وایبر استفاده می‌کنند، صورت گرفته است. نمونه‌گیری از نوع هدفمند و معیار نمونه‌گیری، اشباع نظری است. داده‌های به دست آمده با روش تحلیل تماتیک، تحلیل شده‌اند.

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد وایبر که رسانه‌ای اجتماعی است همزمان که سبب ساخت زیست‌جهانی مجازی برای سوژه‌های جوان می‌شود، نوعی افتراق هویتی بین آنها و سوژه‌های نسل‌های دیگر را هم به وجود می‌آورد و سبب تقویت شکاف نسلی می‌شود. وایبر به سبب اقتصاد ارزان خود، نوعی استقلال اقتصادی را حداقل در آن بخشی از استفاده‌کنندگان از وایبر که وابستگی اقتصادی به خانواده‌شان دارند را شکل داده است. این استقلال اقتصادی، هم سبب تقویت حضور این افراد در فضای وایبر شده است و هم نوعی شکاف نسلی را بین این افراد و خانواده آنان و حتی سایر نسل‌ها ایجاد کرده است. عضویت در گروه‌های مجازی وایبری، سبب شکل‌گیری شکافی بین شبکه‌سازی‌های غیررسمی و شبکه‌سازی‌های رسمی و گروه‌های رسمی با گروه‌های غیررسمی مجازی شده است. این مسئله می‌تواند به تمایز معنایی و هویتی بین نسل‌های متفاوت چنین شبکه‌سازی‌هایی هم منجر شود و شکاف نسلی و تمایز نسلی را تقویت نماید.

واژه‌های کلیدی

شبکه اجتماعی مجازی، هویت نسلی، وایبر، اثره نسلی.

تاریخ دریافت: ۹۴/۰۲/۰۳ پذیرش: ۹۴/۱۱/۱۰

۱. کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه مازندران، پژوهشگر گروه جوانان و مناسبات نسلی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی

alizade.1982@yahoo.com

Neriman.1984@gmail.com

۲. دانشجوی دکترای جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه دانشگاه اصفهان.

❖ طرح مسئله

زمانی واتیمو^۱ (۱۹۹۲)، متفکر ایتالیایی، جامعه معاصر را جامعه رسانه‌های جمعی نامیده بود؛ جامعه‌ای پست مدرن که در آن، رسانه‌های جمعی، معنای فرهنگ را شکل می‌دادند و تغییرات اجتماعی را کانالیزه می‌کردند. با گذشت بیش از دو دهه از آن زمان، جامعه معاصر بیش از پیش در معرض رسانه‌های اجتماعی قرار گرفته است. با ظهور و گسترش برق‌آسای اینترنت در اوایل هزاره سوم، جوامع بشری بیش از هر دوره دیگری در معرض دگرگونی و تغییر قرار گرفته‌اند. این امر، باعث تغییرات گسترده‌ای در جوامع شده است که دگرگون شدن خیلی از ساختارها و نهادهای اجتماعی، فرهنگی و سیاسی را در پی داشته است، به گونه‌ای که اغلب این ساختارها و نهادها مشروعیت خود را در خطر می‌بینند و ناچار به همسازی خود با این تغییرات هستند. خیلی از دانشمندان اجتماعی از این دوره به منزله انقلابی جدید پس از انقلاب صنعتی یاد می‌کنند. دانیل بل^۲ از آن به جامعه فراصنعتی، مانوئل کاستلز^۳ از آن به جامعه شبکه‌ای و تادائو اووه سائو^۴ از آن به جامعه اطلاعاتی یاد می‌کنند (رفعت‌جاه و شکوری، ۱۳۸۷: ۲). بدون تردید، از مهم‌ترین شاخصه‌های عصر نوین، ظهور رسانه‌های جمعی است که دنیای مدرن را از دنیای سنتی جدا نموده و بشر را با یک تجربه جدید اجتماعی روبه‌رو ساخته است. رسانه‌های همگانی که شاهکار عصر حاضر هستند، بنا بر ویژگی دارا بودن مخاطبان انبوه و امکان گسترش شبکه ارتباطی، به لحاظ فناوری جهان را متحول ساخته‌اند. تردیدی نیست که ساختار چگونه فکر کردن، به چه فکر کردن، و جهان را از چه زاویه‌ای دیدن و اینکه انسان‌ها ارتباط خود را با جهان خارج در چه محوری توجه شوند، تابع این رسانه‌هاست (طباطبایی، ۱۳۸۱: ۹). رسانه‌های راه دور، جدیدترین نوع رسانه‌ها هستند که در آنها زمان و مکان حذف شده و مفاهیم زمان و مکان به مفهوم «اینجا در خانه» تبدیل می‌شود (پیپل و بیلی^۵، ۱۹۹۷: ۶) بنا به نظر مک کوئیل^۶، مشخصه این رسانه‌ها چنین است: ۱. بهره‌وری از فناوری رایانه؛ ۲. انعطاف‌پذیری به شدت بالا؛ ۳. تعامل دو طرفه بالا؛ ۴. سروکار داشتن با فضای عمومی و خصوصی؛ ۵. پایین‌ترین سطح تنظیم‌دهی؛ ۶. ارتباطات

1. Gianni Vattimo
2. Daniel Bell
3. Manuel Castells
4. Tadaow Owhe Saow
5. People & Baily
6. Denis MacQuail

شدید درون و برون جامعه‌ای (فیاض، ۱۳۸۲). نکته قابل توجه در بحث رسانه‌های جدید، جنبه دوگانه ارتباط است: انسان و فناوری (مولانا، ۱۳۷۱: ۱۴۱). از این رو، گرایش‌های معاصر در بررسی ارتباطات، سعی دارند این فرایند را به مثابه یک کل همگرا بررسی کنند که در این بررسی، هر دو جنبه انسانی (به منزله فرستنده و گیرنده پیام و هم جنبه فناوری به منظور حامل پیام) ارزیابی شود. به عبارت دیگر، مفهوم فاصله‌گیری زمانی و مکانی در تعبیر گیدنز (عاملی، ۲۰۰۲: ۴۷-۴۹)؛ افروغ، ۱۳۸۰: ۱۲۰) در جوامع انسانی عصر حاضر، به مدد جنبه‌های فناوری راه را بر برقراری ارتباط بین افراد و با فاصله بسیار دور، تحت هر شرایطی میسر ساخته است. رسانه‌های اجتماعی این امکان را برقرار می‌کنند که جماعت‌ها و گروه‌ها به سرعت شکل بگیرند و ارتباط موثری برقرار کنند. این جماعت‌های آنلاین می‌توانند حول علایق مشترکی مانند عکاسی، یک تیم ورزشی، یک قومیت و ... شکل بگیرند. اغلب شبکه‌های اجتماعی همیشه در حال گسترش اتصالات و ارتباطاتشان هستند و با سایت‌ها، منابع و افراد دیگر پیوند برقرار می‌کنند (مییلد، ۲۰۰۸: ۶).

«وایبر» یکی از رسانه‌های اجتماعی مجازی جدید است که در سال‌های اخیر با استقبال خوبی از سوی کاربران ایرانی مواجه شد. با توجه به این مسئله که بیشتر استفاده‌کنندگان وایبر جوانان هستند، ضرورت بررسی استفاده نسلی این رسانه و ارتباط آن با برساخت هویت نسلی اهمیت پیدا می‌کند. ممکن است که تمایز مصرفی پیام‌رسان‌هایی مانند وایبر، سبب بروز شکاف در هویت فرانسلی از یک طرف و برساخت ابژه‌هایی نوین برای هویت درون نسلی شود. فراتر از این، مطالعه نسل‌ها، با توجه به افزایش سرعت وقوع تغییرات و رشد انفجاری رسانه‌های ارتباطی که باعث کاهش بازه زمانی تغییر ارزش‌ها شده است، در سال‌های اخیر در ایران از اهمیت زیادی برخوردار شده است. چنین شکاف‌هایی ممکن است حوزه‌های دیگر اجتماع از جمله خانواده، آموزش و پرورش و حتی بازار اشتغال و کار را هم تحت تأثیر قرار بدهد. به عبارت دیگر، شکل‌گیری شکاف‌های نسلی در اثر رشد استفاده از رسانه‌های اجتماعی مجازی در میان جوانان ایرانی، می‌تواند تأثیراتی چندلایه‌ای داشته باشد. علاوه بر تأثیرات منفی چنین شکاف‌هایی در تغییر انقلابی و رادیکال ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی، این امر می‌تواند به صورتی مفصل‌بندی شده ساختارهای دیگر اجتماع را به سمت شکاف و گسست هدایت کند. در وهله اول، این شکاف‌ها، ساختار خانواده را با تغییراتی مواجه خواهند ساخت که این مسئله، خود می‌تواند به بدنه

نسل‌شناسی و جامعه‌شناسی، شماره ۳، زمستان ۱۳۹۴

اجتماعی جامعه ایرانی تزریق شود و آثاری منفی را در ساختارهایی چون آموزش و پرورش، دانشگاه، بازار کار و... بر جای بگذارد. فراتر از بروز چنین گسست‌ها و شکاف‌هایی، استفاده از رسانه‌های اجتماعی جدید و به ویژه «وایبر» ممکن است برای نسل جوان، نوعی ابژه مشترک نسلی را شکل بدهد و معانی مشترکی را در ذهنیت اجتماعی آنها ایجاد نماید. این ذهنیت مشترک نسلی می‌تواند عامل مهمی در برساخت و شکل‌گیری هویت نسلی در میان جوانان باشد. هویت نسلی شامل مجموعه ابژه‌ها و ذهنیت‌هایی است که اعضای یک نسل در آن مشترک هستند و در تعریف خود، آنها را در تقابل با ابژه‌ها و ذهنیت‌های دیگر نسل‌ها قرار می‌دهند. نفس وجودی هویت نسلی، نوعی تقابل «خود» با «دیگری» است و هنگامی که چنین تقابلی در معرض دیگر شکاف‌ها و تقابل‌های فرهنگی و اجتماعی قرار بگیرد، ممکن است تأثیرات منفی زیادی بر ساختار اجتماعی بر جای بگذارد. با توجه به اینکه رسانه‌های اجتماعی جدید تأثیرات زیادی (مثبت و منفی) بر بدنه اجتماعی و فرهنگی جامعه وارد می‌کنند، استفاده جوانان از آن ممکن است سبب مفصل‌بندی شکاف‌های اجتماعی، سیاسی و فرهنگی با شکاف‌های نسلی شود که این، خود می‌تواند ساختار کلی نظم و انسجام اجتماعی را با تهدید جدی مواجه کند.

همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد، ظهور رسانه‌های اجتماعی جدید ممکن است سبب تغییراتی در ساختار فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی جامعه جوان ایرانی شود. با در نظر گرفتن این مسئله که بیشتر کاربران «وایبر» در ایران را جوانان تشکیل می‌دهند، این تأثیرات از اهمیتی دوچندان برخوردار می‌شود که این امر، خود لزوم برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری فرهنگی مناسب را مطرح می‌کند. لازمه هر گونه سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی‌ای، شناخت مسئله است. به عبارت دیگر، لازم است ابتدا مسئله به خوبی شناخته و مطالعه شود و در راستای چنین مطالعاتی، سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی صورت بگیرد. در همین راستا، این پژوهش نحوه استفاده از رسانه اجتماعی وایبر در میان جوانان ایرانی را بررسی می‌کند و این مسئله را بررسی می‌کند که این رسانه چه تأثیری در برساخت هویت نسلی در میان جوانان داشته است؛ آیا توانسته است ابژه‌های نسلی برای آنان فراهم نماید؟ تا چه میزان در گسست نسلی نقش داشته است؟ و آیا به تضعیف تفاوت‌های نسلی منجر شده است یا این تفاوت‌ها را تا حد بروز نوعی شکاف نسلی تقویت کرده است. برای نیل به این هدف، «نگاه» نسل جوان استفاده‌کننده از رسانه اجتماعی وایبر بررسی شده است.

مطالعات تجربی پیشین

با وجود گذشت چندین دهه از ظهور اینترنت، هنوز تأثیرات نسلی آن در جامعه ایران چندان بررسی و مطالعه نشده است. طبیعی است که رسانه‌های اجتماعی مجازی و به طور خاص وایبر به سبب عمر کوتاه خود، بسیار کمتر مطالعه و تحلیل قرار گرفته‌اند. در سطح جهانی، مطالعه تأثیرات نسلی و هویتی رسانه‌های اجتماعی جدید بسیار بیشتر از جامعه علمی ایران مورد استقبال پژوهشی بوده است.

آرمور، ۲۰۰۵؛ شورت و ریو، ۲۰۰۹؛ اکسمان، ۲۰۰۴؛ لطیف و دیگران، ۲۰۱۴؛ کمار و دیگران ۲۰۱۳؛ لوریسلا و دیگران، ۲۰۱۴؛ سبیک، ۲۰۱۵؛ ایتو، ۲۰۰۵ از جمله پژوهش‌هایی هستند که در خارج از کشور اجرا شده‌اند. منتظر قائم و شاقاسمی، ۱۳۸۷؛ فرخ‌نیا و لطفی، ۱۳۹۰؛ بوربور حسین بیگی، ۱۳۸۳؛ نوابخش و همکاران، ۱۳۹۰؛ بشیر و افراسیابی، ۱۳۹۱؛ احمدی و همکاران، ۱۳۸۹؛ ذکایی و ولی‌زاده، ۱۳۸۸؛ ناظری، ۱۳۸۷؛ کلانتری و همکاران، ۱۳۸۷؛ منطقی و دین‌پرور، ۱۳۹۱؛ شرف‌الدین و همکاران، ۱۳۹۳ از نمونه مطالعات داخلی هستند که به صورت مستقیم و غیرمستقیم، مسئله این پژوهش را مدنظر قرار داده و آن را بررسی کرده‌اند. در اینجا به دلیل آنکه موضوع پژوهش بر جامعه ایرانی متمرکز است، تنها به مرور مهم‌ترین پژوهش‌های داخلی که ارتباط نزدیکی با پژوهش پیش‌رو دارند، پرداخته می‌شود.

منتظر قائم و شاقاسمی (۱۳۸۷) با یک رویکرد فراتحلیلی و مطالعه اسنادی نشان داده‌اند که اینترنت باعث ایجاد نسلی در ایران شده است که بر اساس دیدگاه نویسندگان، دارای ویژگی‌های نسل Y است. اینترنت به گروه‌های حاشیه‌ای این نسل صدا داده و بنابراین به آنها در کسب مشروعیت کمک کرده است. نتایج پژوهش احمدی و همکاران (۱۳۸۹) نشان می‌دهد که استفاده‌های چندمنظوره رسانه‌ای از تلفن همراه مانند گوش دادن به رادیو و موسیقی، تماشای تلویزیون و ورود به جهان مجازی اینترنت از ویژگی‌هایی است که هویت شخصی مدرن را تقویت می‌کند و کانونی بودن فرد و خواسته‌های او را معنا می‌بخشد. ذکایی و ولی‌زاده (۱۳۸۸) این استدلال را مطرح کرده‌اند که تلفن همراه، میدان جدیدی ایجاد کرده است که جوانان در آن فرصت‌های بیشتری برای سرگرمی، ارتباط و استقلال یافته‌اند و با آسان‌سازی و جبران برخی کاستی‌های حوزه عمومی، به تقویت عاملیت، فردیت و قدرت جوانان یاری رسانده است. با چنین قدرت‌بخشی، تلفن همراه همچنان در چارچوب تفاوت‌های جنسیتی و طبقاتی و نیز تفاوت‌های مربوط به بهره‌مندی از سرمایه اجتماعی عمل می‌کند. کلانتری و همکاران (۱۳۸۷) نشان داده‌اند

❖ سال شانزدهم، شماره سی و دوم، زمستان ۱۳۹۴

که جوانان و نوجوانان از تلفن همراه برای حفظ شبکه‌های اجتماعی خود و شکل دادن روابط جدید استفاده می‌کنند. ارتباطات موبایلی به وسیله‌ای مهم برای تعریف حوزه شخصی افراد تبدیل شده است. تلفن همراه امکان خوداظهاری هویتی را فراهم می‌آورد. تلفن همراه بخشی از عناصر مادی و معنوی هویت فردی را تشکیل می‌دهد. شاید در پاسخ به چستی فرد که بازتاب هویت اوست، بتوان گفت: «من تلفن همراه هستم». به عبارت دیگر، «من فرد در تلفن همراه او هویت و تشخیص پیدا می‌کند». نتایج تحقیق منطقی و دین پرور (۱۳۹۱) حکایت از آن دارد که فناوری‌های تلفن همراه و اینترنت در شکل‌گیری هویت پنهان یا غیررسمی کاربران این فناوری‌ها مؤثر واقع شده‌اند. علاوه بر این، میزان اطلاعات خانواده دانشجویان پاسخ‌دهنده در مورد چگونگی کاربری آنان از جنبه‌های پنهان تلفن همراه و اینترنت به شکل معناداری کمتر از دوستان نزدیک دانشجویان است. مقایسه چگونگی کاربری دختران و پسران دانشجو از جلوه‌های پنهان تلفن همراه و اینترنت نیز دلالت بر آن دارد که کاربران دختر به شکل معناداری بیشتر از کاربران پسر از هویت پنهان استقبال کرده و از آن بهره می‌برند. نوابخش و همکاران (۱۳۹۰) نیز در پژوهش خود به این نتیجه رسیده‌اند که گرایش به استفاده از اینترنت و موبایل در تغییر هویت فردی کاربران مؤثر بوده است. همچنین استفاده از اینترنت و موبایل در تغییر هویت گروهی، تغییر ارزش‌های خانوادگی، تغییر ارزش‌های فرهنگی و ارزش‌های دینی هم مؤثر بوده است.

ادبیات نظری پژوهش

دو مفهوم نظری کلیدی در پژوهش حاضر، شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت نسلی هستند که در این بخش به مرور مهم‌ترین مؤلفه‌های نظری مرتبط با مسئله بررسی شده آنها، پرداخته می‌شود.

شبکه‌های اجتماعی مجازی

رسانه‌های اجتماعی اساساً ابزارهایی هستند که به واسطه پیدایی شبکه‌های ارتباطی چون اینترنت و تلفن همراه پدید آمده‌اند. اصطلاح «شبکه‌های اجتماعی» زیرمجموعه رسانه‌های اجتماعی قرار می‌گیرد. شبکه اجتماعی یا منبع تولیدکننده سرمایه اجتماعی، ترکیبی از کنشگران (کنشگران لزوماً افراد نیستند، بلکه سازمان‌ها و گروه‌ها را نیز در بر می‌گیرند) و روابط

بین آنهاست. به عبارت دیگر، شبکه اجتماعی، الگویی از روابط است که کنشگران را به هم متصل می‌کند. شبکه اجتماعی را می‌توان مجموعه‌ای از افراد یا سازمان‌ها یا مجموعه‌های دیگر اجتماعی دانست که از طریق روابط اجتماعی مانند دوستی، همکار بودن یا تبادل اطلاعات با یکدیگر مرتبط می‌شوند. بدین ترتیب، شبکه اجتماعی، الگویی ارتباطی است که مردم را به هم متصل می‌کند یا پیوندهایی است که افراد را با گروه‌هایی از مردم مرتبط می‌سازد (شارع‌پور، ۱۳۸۶: ۱۷۴). شبکه‌های اجتماعی به علت بی‌مکانی حاکم بر اینترنت، بر علایق افراد و گروه‌ها بنیان نهاده شده‌اند. شبکه‌های اجتماعی بر پایه مشارکت همگانی بنا شده‌اند. بارزترین ویژگی این شبکه‌ها را می‌توان هویت دانست؛ به این معنا که هویت در شبکه‌های مجازی به سمت هرچه واقعی‌تر شدن پیش می‌رود. در شبکه‌های اجتماعی برخلاف عصر ایمیل‌ها، با اطلاعاتی مواجه هستیم که قابل رد و بدل شدن میان افراد گوناگون است.

شبکه‌های اجتماعی مجازی، به منظور هدفی مشترک میان افراد تشکیل می‌شوند. چنین شبکه‌هایی معمولاً محلی برای پیدا کردن دوستان قدیمی، نوشتن خاطرات، بارگذاری عکس و کلیپ‌های دلخواه و شخصی و در حقیقت حیات خلوتی برای کاربر است. شبکه‌های اجتماعی مجازی، گونه‌نوینی از وب‌سایت‌های اینترنتی هستند که شیوه عمل مشترک همه آنها، گرد هم آوردن افراد با علایق و سلائیق مشترک و متفاوت از سراسر جهان است. شبکه‌های اجتماعی در نتیجه عمومی‌تر شدن حوزه‌های مختلف زندگی روزمره و تغییر نگرش از مخاطب منفعل به مخاطب فعال به وجود آمده است (وردی‌نژاد، ۱۳۹۰: ۱۳).

می‌توان ویژگی‌هایی که در ادامه می‌آید را برای شبکه‌های اجتماعی مجازی برشمرد:

۱. امکان مشارکت کردن: رسانه‌های اجتماعی ارسال بازخورد از سوی مخاطب و همگامی با رسانه را تسهیل کرده‌اند و آن‌را تشویق می‌کنند. این رسانه‌ها مرز و خط‌کشی بین رسانه و مخاطب را از بین برده‌اند.

۲. باز بودن: اغلب رسانه‌های اجتماعی برای مشارکت اعضا و دریافت بازخورد هستند. آنها رأی دادن، نظر گذاشتن و به اشتراک گذاشتن اطلاعات را تشویق می‌کنند. به ندرت مانعی برای تولید و دسترسی به محتوا در این رسانه‌ها وجود دارد.

۳. ارتباط دوسویه: رسانه‌های سنتی عمل انتشار را انجام می‌دادند و محتوا را برای مخاطب ارسال می‌کردند، ولی در رسانه‌های اجتماعی فضایی برای گفت‌وگو و محاوره دو طرف وجود دارد و جریان ارتباطی از حالت یک سویه به دوسویه تغییر پیدا کرده است.

۴. شکل‌گیری جماعت‌های آنلاین: رسانه‌های اجتماعی این امکان را برقرار می‌کنند که جماعت‌ها و گروه‌ها به سرعت شکل بگیرند و ارتباط موثری برقرار کنند. این جماعت‌های آنلاین می‌توانند حول علایق مشترکی مانند عکاسی، یک تیم ورزشی، یک قومیت و ... شکل بگیرند. ۵. توانایی برقرار ارتباط: اغلب شبکه‌های اجتماعی همیشه در حال گسترش اتصالات و ارتباطات‌شان هستند و با سایت‌ها، منابع و افراد دیگر پیوند برقرار می‌کنند (مییلد^۱، ۲۰۰۸: ۶).

جامعه‌شناسی هویت نسلی

نسل، یک واقعیت به باز تشخیص تجربیات مشترک افرادی که در فضای تاریخی و فرهنگی متولد شده‌اند، یعنی کسانی که احساس می‌کنند با معاصرینشان مرتبط هستند، بستگی دارد؛ چراکه به لحاظ تاریخی سرنوشت مشترکی دارند. بنابراین، یک نسل به منظور یک واقعیت فقط شامل افرادی که به لحاظ تاریخی هم دوره هستند، می‌شود (چیت‌ساز قمی، ۱۳۸۶: ۸۹). نسل‌ها به طور معمول دارای تفاوت‌هایی از لحاظ فکری، نظام ارزش‌ها، ابژه‌های نسلی، و به‌طور کلی ذهنیت و نوع نگاه به جهان و اجتماع می‌باشند. این امری معمول است، اما در این میان توجه به هویت نسلی که بازتاب تفاوت‌های فوق و همچنین ذهنیت نسلی است، از اهمیت زیادی برخوردار می‌باشد. هویت نسلی شامل مجموعه ابژه‌ها و ذهنیت‌هایی است که اعضای یک نسل در آن مشترک هستند و در تعریف خود، آنها را در تقابل با ابژه‌ها و ذهنیت‌های دیگر نسل‌ها قرار می‌دهند. می‌توان گفت که ابژه‌های نسلی پدیده‌هایی هستند که برای ایجاد حس هویت نسلی ضروری است (سهراب‌زاده، ۱۳۸۸: ۲۶۹).

یکی از نظریه‌پردازان مهم در زمینه نسل و شکاف نسلی، کارل مانهایم^۲ است. از وی می‌توان نخستین نظریه‌پردازی یاد کرد که مفهوم نسل را وضع کرد. مانهایم در تعریف نسل، افرادی را که در درون نسل، دارای دیدگاه مشترک و تجربیات مشترک هستند، از افرادی که این تجربیات مشترک را ندارند، متمایز می‌کند. مانهایم آنها را واحدهای نسلی می‌نامد (کاوالی، ۲۰۰۴: ۱۵۸) مانهایم معتقد است که وقتی از نسل صحبت می‌کنیم در واقع از آگاهی تاریخی اجتماعی صحبت می‌کنیم. به نظر مانهایم مردمی که آگاهی اساسی را از تعلق به یک

1. Mayfield

2. Karl Mannheim

نسل درونی کسب می‌کنند، در یک حس بنیادی که ناشی از اشتراک در تاریخ است، مشارکت دارند و تجربیات جوانی مشترکشان را رویدادها و وقایع اجتماعی بی‌نظیر ساخته است (یوسفی، ۱۳۸۳: ۶۴). واحد نسلی، مرکزی‌ترین عنصر بحث مانه‌ایم است. با این حال او سه بعد را برای نسل تشخیص می‌دهد: جایگاه نسلی، نسل به مانند یک واقعیت و واحد نسلی. جایگاه نسلی، تعیین‌کننده حوزه کسب تجربه است و با افرادی مرتبط است که در دوره زمانی و فضای اجتماعی - فرهنگی یکسانی متولد شده‌اند و وقایع تاریخی مشترکی را تجربه می‌کنند. نسل به‌عنوان یک واقعیت به بازتشخیص تجربیات افرادی بستگی دارد که در فضای تاریخی و فرهنگی مشترک متولد شده‌اند، کسانی که احساس می‌کنند با معاصرانشان مرتبط هستند، چراکه به لحاظ تاریخی سرنوشت مشترکی دارند؛ بنابراین نسل به‌منزله یک واقعیت تنها شامل افرادی می‌شود که به لحاظ تاریخی هم دوره هستند. عنصر مرکزی نظریه نسلی مانه‌ایم این است که مردمی که یک آگاهی اساسی را از تعلق داشتن به یک نسل درونی می‌کنند، در یک حس بنیادی که ناشی از اشتراک در تاریخ است، مشارکت دارند و تجربیات جوانی مشترکشان را رویدادها و وقایع بی‌نظیر ساخته است (همان: ۶۵).

کریستوفر بالاس^۱، یکی دیگر از نظریه‌پردازان مطالعات نسلی است که از نگاهی روانکاوانه به تحلیل هویت نسلی پرداخته است. بالاس معتقد است که هر نسلی ظرف ده سال به هویت خود نائل می‌شود، یعنی زمانی که آحاد آن نسل تقریباً بیست الی سی ساله‌اند. به بیان دیگر، هویت نسلی در فاصله بین عصیان نوجوانی و سی سالگی شکل می‌گیرد. شکل‌گیری هر نسل جدید مترادف است با رخ دادن فرایندهای ذهنی شدید؛ یا به عبارتی دیگر، در این دوره نفس مفرد خود را بخشی از فرایندی جمعی می‌داند که او را همراه خود به پیش می‌برد. وی معتقد است که نسل عبارت است از مجموعه‌ای از انسان‌ها که در ابژه‌های نسلی با یکدیگر سهیم شده‌اند، یعنی کسانی که از ابژه‌های معینی برخوردار شده، آن ابژه‌ها را به خوبی درک کرده‌اند و در نتیجه اکنون به آهستگی، بینشی درباره واقعیت اجتماعی برای خود به وجود می‌آورند. ذهنیت نسلی نشان‌دهنده برداشتی است که نسل‌ها از جایگاه خود در تاریخ دارند؛ به عبارت دیگر، ذهنیت نسلی مجموعه‌ای از رویاهاست که از تأثیر واقعیت بر آحاد هر نسل سرچشمه می‌گیرد (بالاس، ۱۳۸۰: ۱۹). هر نسلی ابژه‌های نسلی، اشخاص، رویدادها و چیزهایی را بر می‌گزیند که برای هویت آن نسل دارای معنای خاصی هستند. ابژه‌های نسلی آن پدیده‌هایی هستند که برای ایجاد

1. Christopher Bollas

نسل شازدهم، شماره سی و دوم، زمستان ۱۳۹۴

حس هویت نسلی به کار می‌بریم. این ابژه‌ها را چه بسا نسل‌های قبلی نیز استفاده کرده باشند، اما برای آنان حکم چارچوب شکل‌دهنده یک نسل را نداشته‌اند؛ حال آنکه، برای کودکانی که بعدها در سنین جوانی با تجربه کردن این ابژه‌ها به نحوی ناخودآگاهانه احساس همبستگی نسلی می‌کنند، چنین حکمی را دارند (بالس، ۱۳۸۰: ۹).

پیر بوردیو^۱ هم با نگاهی تضادگرایانه، مسئله هویت نسلی را تبیین نموده است. وی معتقد است افرادی که هم‌دوره هستند و در زمان حال زندگی کرده و ملکه فرهنگ مشترک دارند، کارکردی که برای آنها با حافظه جمعی که هم‌دوره‌ای‌ها را در طول یک دوره خاص تعیین می‌کند، تعریف کننده یک نسل واحد است (آزاد ارمکی، ۱۳۸۳: ۳۳). به اعتقاد بوردیو، در شرایط معاصر، شکاف نسل‌ها، شکافی افقی بوده و در عصرها و می‌دان‌های مختلف اجتماعی اعم از نهادی یا غیرنهادی، رویارویی بین جوانان و افراد مسن عملاً حاکی از تعارض بین افرادی به مواضع گوناگون قدرت و ثروت است. از نظر بوردیو، جوان و پیر نه یک امر عینی و واقعی، بلکه یک ساختار اجتماعی هستند که در نتیجه مبارزه میان پیر و جوان در میدان‌های مختلف به وجود می‌آیند (توکل و قاضی‌نژاد، ۱۳۸۵: ۱۰۷). وی بر توزیع امکانات و منابع و موقعیت نابرابر نسل‌های مختلف از نظر برخورداری یا محرومیت از امکانات و فرصت‌های موجود اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی در عرصه‌های مختلف در ریشه‌یابی شکاف نسلی تأکید دارد. بوردیو به جای تبیین شکاف نسل‌ها با معیارهای ذهنی و بر حسب تأثیر جریان‌ها و حوادث عمده تاریخی بر روی ذهنیت و آگاهی/هویت ویژه نسلی که بر رهیافت مانهایمی مسلط است، با رویکرد عینی به تبیین تعارضات نسلی بر حسب جایگاه راهبردی و عصری هر نسل در مورد مجموعه‌ای منابع و نبرد نسل‌ها برای استفاده انحصاری از منابع مذکور می‌پردازد (همان: ۱۰۸).

روش پژوهش

روش پژوهش از نوع کیفی است. ابزار گردآوری داده‌های پژوهش، مصاحبه روایی است. جامعه نمونه تحقیق، ۲۹ نفر از افرادی بوده است که در شبکه اجتماعی «وایبر» فعال بوده‌اند که بر اساس روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شده‌اند. نمونه‌های بررسی شده در میان جوانان شهر تهران انتخاب شده‌اند. مبنای اتمام مصاحبه‌ها، اشباع نظری بوده است. مصاحبه‌ها به صورت

1. Pierre Bourdieu

اینترنتی و آنلاین (فلیک، ۱۳۸۷: ۲۸۷) صورت گرفته است. مدت مصاحبه‌ها بین یک ساعت تا یک ساعت و نیم بوده است و سعی شده است که از درون روایت‌های مصاحبه‌شوندگان، به بررسی موقعیت وایبر در جهان رسانه‌ای آنها و نحوه برساخت هویت نسلی پرداخته شود. برای تحلیل داده‌ها از روش تحلیل تماتیک^۱ استفاده شده است. تحلیل تماتیک، روشی برای شناخت، تحلیل و ارائه الگوهای موجود در داده‌های کیفی است. این روش فرایندی برای تحلیل داده‌های متنی است و داده‌های پراکنده و متنوع را به داده‌هایی غنی و تفصیلی تبدیل می‌کند (براون و کلارک، ۲۰۰۶). این روش از تحلیل مبتنی بر استقرای تحلیلی است که طی آن محقق از طریق طبقه‌بندی داده‌ها و الگویابی درون داده‌ای و برون داده‌ای به یک سنخ‌شناسی تحلیلی دست می‌یابد. برای کدگذاری داده‌ها از رویکرد کدگذاری گلیزی^۲ (۲۰۰۵) استفاده شده است که شامل سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری انتخابی و کدگذاری نظری است.

به‌طور کلی، معیارهای ارزیابی تحلیل تماتیک، در راستای همان معیارهای ارزیابی تحقیقات کیفی است. با وجود این، برخی از نویسندگان روش تحقیق کیفی، معیارهای ارزیابی اعتبار تحلیل تماتیک را بیان نموده‌اند. از نظر کینگ^۳ و هاروکس^۴ (۲۰۱۰) این معیارها عبارت‌اند از: استفاده از کدگذاران مستقل، دریافت بازخورد از مشارکت‌کنندگان و پاسخ‌گویان، به‌کارگیری تطابق همگونی و عرضه توصیفی غنی و ثبت سوابق ممیزی. در این مطالعه، از روش «دریافت بازخورد از مشارکت‌کنندگان» استفاده شده است. بدین ترتیب که پس از کدگذاری، یافته‌های پژوهش با مشارکت‌کنندگان به اشتراک گذاشته شده است تا از صحت یافته‌ها و انطباق آنها با اظهارنظرهای مشارکت‌کنندگان اطمینان حاصل شود.

یافته‌های پژوهش

استفاده از رسانه اجتماعی وایبر به دلیل گستره وسیع استفاده از آن از یک طرف و بازه سنی (عمدتاً جوانان) استفاده‌کننده از آن، می‌تواند بر هویت اجتماعی جوانان و به‌طور خاص هویت نسلی آنها تأثیر داشته باشد. یافته‌های پژوهش، بر مبنای کدگذاری مصاحبه‌های صورت گرفته با

1. Thematic analysis
2. Glaser, B. G
3. King, N
4. Horrocks, C

❖ سال شانزدهم، شماره سی و دوم، زمستان ۱۳۹۴
 جوانان استفاده‌کننده از شبکه اجتماعی مجازی وایبر، بر مبنای مقوله‌های پیش‌رو (به‌منزله مقوله‌های مبنایی و انتزاعی) ارائه شده است.

الف) وایبر به مثابه ابزار رهایی از زیست‌جهان فرانسلی

وایبر همانند هر رسانه اجتماعی دیگری می‌تواند دو نوع کارکرد داشته باشد، همزمان که می‌تواند سبب نوعی احساس رهایی در موضوع‌های اجتماعی شود، می‌تواند نوعی مقاومت هویتی را هم شکل بدهد. این امر آن‌گاه که با مسئله «نسل» در هم می‌آمیزد، ابعاد جدی‌تری به خود می‌گیرد. همان‌طور که در ادبیات نظری ذکر شد، افراد یک نسل، دارای ابژه‌های مشترک هستند و چنین ابژه‌هایی در تقابل با ابژه‌های نسل‌های دیگری شکل می‌گیرند. به عبارتی دیگر، برساخت «خود نسلی» تنها در تقابل با «دیگری نسلی» معنا پیدا می‌کند. زیست‌جهان‌های متفاوت نسلی، زمینه را برای برساخت ابژه‌های نسلی فراهم می‌کنند و گاهی هم خود ابژه‌ها نیاز به زیست‌جهانی برای شکل‌گیری دارند. نسل وایبر، زیست‌جهان نسل‌های قبلی را نه تنها ابزار و زمینه‌ای برای پرورش ابژه‌های نسلی خودش نمی‌داند، بلکه اغلب آن‌را مانعی بزرگ در راه رهایی خودش و برساخت هویت نسلی‌اش می‌داند. م، ۲۶ ساله می‌گوید:

«همه جا را کسانی گرفته‌اند که هیچ تناسبی با آنها ندارم. نوعی حس بیگانگی عجیبی با آنها ندارم. بعضی‌ها هستند که باهاشون راحت‌ترم، اما خوب آنها هم انگار عذاب می‌کشند بیرون. حتی نمی‌توانم بلند بخندم. میگن زشته دختر بلند بخنده.»

نسل وایبر، جهان واقعی را جهانی است‌شمار شده از سوی نسل‌های دیگر می‌داند؛ جهانی که گاهی حتی زیستن در آن برایشان عذاب‌آور می‌شود. سخن از واقعیت عذاب‌آوری جهان واقعی برای آنها نیست، بلکه حس عذاب‌آور بودن جهان واقعی اهمیت دارد. که این نسل را به فضای مجازی می‌کشاند؛ فضایی که در آن می‌توانند آزادانه و بدون هیچ‌گونه محدودیت ساختاری نسلی، زندگی کنند. فضای مجازی و به‌طور خاص وایبر، برای آنان، ابزار و رسانه‌ای رهایی‌بخش است که در آن می‌توانند دغدغه‌هایشان را مطرح کنند و با کسانی زندگی کنند که دارای اشتراکات معنایی و حتی واژگانی هستند. م، ۲۶ ساله که جهان واقعی را عذاب‌آور توصیف می‌کرد، فضای وایبر را با واژگانی دیگر توصیف می‌کند:

«شبکه‌های اجتماعی مجازی مثل وایبر خیلی متفاوت هستن از دنیای واقعی. اینجا خیلی

راحت‌ترم. کسی بهم دستور نمیده. هر جایی بخوام می‌روم بدون اینکه نگران باشم که فردا پس فردا برام مشکل پیش بیارند. اما توی دنیای واقعی این‌طور نیست. مثلاً آگه چند بار برم بیرون تو روز یا چه می‌دونم دیر پیام خونه کلی سرزنش میشم و مشکل برام پیش میاد.»

وایبر، برای نسل خودش، جهانی ساخته است که فراتر از واقعیت عمل می‌کند و حتی برخی اوقات، خود تبدیل به یک جهان واقعی می‌شود. رابطه‌ها و کنش‌هایی که در شبکه اجتماعی وایبر شکل می‌گیرند، گاهی اوقات دارای دوامی بیشتر از جهان واقعی هستند. چنین کنش‌ها و رابطه‌هایی گاهی اوقات سبب تقویت پیوندهای سست هم می‌گردند. آنها به ما اجازه می‌دهند شبکه‌های خودمان را مجدداً برقرار کنیم، به طوری که به جای داشتن مجموعه دوستی‌های پایان‌یافته، به‌طور عملی، نوعی اجتماعات روستایی کهن را بازسازی کنیم که در آن همه همدیگر را می‌شناسند. به هر حال، وایبر به منزله شبکه‌ای اجتماعی، هم‌زمان که سبب ساخت زیست‌جهانی مجازی برای سوژه‌های جوان می‌شود، نوعی افتراق هویتی بین آنها و سوژه‌های نسل‌های دیگر را هم شکل می‌دهد و سبب تقویت شکاف نسلی می‌شود. علی، ۱۹ساله روایت خودش از وایبر را این‌گونه بحث می‌کند:

«اول‌ها که وایبر نصب کرده بودم، واقعاً مشکل داشتم با پدر و مادرم. به ویژه پدرم. می‌گفت که این سوسول بازی‌ها چیه! خوب بهم بر می‌خورد. همه دوستهام وایبر داشتند و من نداشتم. آخرش حرف خودم را زدم و نصب می‌کردم. پدرم اصلاً درک نمی‌کرد وایبر چی هست و چی نیست. فقط می‌گفت بده! احساس می‌کردم که از لج من میگه. اینکه خودش توی جوانی چنین کارهایی نکرده بود، برایش دلیلی شده بود که من هم نباید بکنم. بهش نمی‌گفتم اشتباهه؛ اما خوب خودش می‌فهمید که منظورم چی چی هستش.»

پس می‌توان نتیجه گرفت که وایبر، زیست‌جهانی خاص نسل خودش را برساخته است که تا حدود زیادی با زیست‌جهان واقعی تفاوت دارد. نوعی زیست‌جهان دوگانه را سبب شده است که گاهی اوقات سبب افتراق هویتی بین نسل‌ها هم می‌شود و هر کدام زیست‌جهان دیگری را متهم به استثمار زیست‌جهان خودشان می‌کنند. علاوه بر این، همان‌طور که از نمونه نقل قول‌های ارائه شده مشخص است، شبکه‌های اجتماعی مجازی و وایبر به‌طور خاص، سبب شکل‌گیری نوعی از ابژه نسلی در میان جوانان گردیده است. این ابژه نسلی گستره‌ای وسیع را شامل می‌شود: از زبان نوشتاری و گفتاری خاص تا شکل‌گیری ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی و اجتماعی مشخص.

بسیاری از کسانی که از وایبر استفاده می‌کنند، نوعی سبک گفتاری و نوشتاری خاص را دنبال می‌کنند که به کلی متفاوت از سبک گفتاری و نوشتاری جهان عینی است. علاوه بر این، استیکر^۱ و شکلک‌های تصویری در بسیاری از موقعیت‌ها جای نوشتار را گرفته است و کاربران وایبر ترجیح می‌دهند که به جای نوشتن متن‌های طولانی و حتی کوتاه، از چنین استیکرهایی استفاده نمایند. نوع رابطه اجتماعی (به‌ویژه بین دختر و پسر) و کیفیت این رابطه هم در وایبر و دیگر شبکه‌های اجتماعی مجازی، تغییرات وسیعی را تجربه نموده است. اصولاً چنین روابطی به دلایلی از جمله عدم محدودیت و آزادی بیشتر در برقراری ارتباط و همچنین خاصیت ناشناس ماندن در وایبر، از امنیت پایین‌تری برخوردارند، اما آزادی بیشتری را هم برای کاربران به وجود می‌آورند. این امر در راستای نگاه زیگمونت باومن^۲ (۲۰۱۳) به شبکه‌های اجتماعی است. وی معتقد است که شبکه‌های اجتماعی مجازی، همزمان دو کارکرد متضاد را دنبال می‌کنند: آزادی بیشتر و امنیت کمتر. باومن بر این اعتقاد است که این شبکه‌های اجتماعی مجازی همزمان که آزادی انتخاب بیشتر را برای کاربران خود به وجود می‌آورند، امنیت کلی آنها را تحت تأثیر قرار داده و عموماً آن‌را با تهدیدی جدی مواجه می‌سازند.

ب) بازسازی پیوندهای سست نسلی

وایبر علاوه بر تأثیرات فرهنگی و اجتماعی، نوعی تأثیر اقتصادی هم بر نسل استفاده‌کننده از آن گذاشته است. صرفه اقتصادی برقراری تماس و ارسال پیام در آن سبب شده است که بسیاری از اعضای این نسل که دارای استقلال مالی و اقتصادی نیستند، به راحتی و بدون داشتن دغدغه مالی و اقتصادی از آن استفاده نمایند و نگران پیامدهای آن نباشند. درحالی که حتی تماس‌های تلفنی هم برای آنان دارای هزینه‌های زیاد و البته عواقب اجتماعی و خانوادگی چنین هزینه‌هایی است، با هزینه بسیار کمتر می‌توانند در آن حضور داشته باشند. این امر فارغ از جنبه‌های اقتصادی، می‌تواند سبب تقویت پیوندهایی شود که در صورت عدم استفاده از وایبر به کلی از هم می‌پاشیدند؛ اما صرفه اقتصادی بسیار بالای وایبر، سبب تقویت چنین پیوندهایی شده است. درحالی که چنین پیوندهایی در نسل‌های قبلی، اصولاً معنای رابطه نمی‌دادند و با سرعت از

1. Sticker

2. Zygmunt Bauman

صحنه کنش متقابل حذف می‌شدند. بازسازی پیوندهای سست در راستای انتقال پیوندهای واقعی و قوی به فضای وایبر، سبب شده است که نوعی از تقویت ابژه‌های نسلی را شاهد باشیم. نسل استفاده کننده از وایبر، تنها در ارتباط و تعامل با همدیگر، تشکیل یک هویت نسلی را می‌دهند. این ارتباط و تعامل، آنگاه حائز اهمیت می‌شود که به بازسازی پیوندهای سست هم توجه نماییم. تقویت و بازسازی پیوندهای سست می‌تواند گستره هویت‌سازی و معناسازی ابژه‌های نسلی را گسترش بدهد. ل، ۲۰ ساله، از خانواده‌ای با پایگاه اقتصادی پایین است. وی در این مورد می‌گوید:

«پدر من یک کارگر ساده است. همان پولی که در می‌آورد، نمی‌تواند خرج روزانه را بدهد. منم خوب درک می‌کنم. واقعاً زحمت می‌کشد اما نمی‌شود زندگی کرد. من مثل همه دوست دارم با دوستانم حرف بزنم. هر کدومشون یه جایی هستند. اما خوب شما حساب کنید بخواهم با موبایل حرف بزنم چه قدر می‌شود. اما با وایبر راحت و مجانی حرف می‌زنم. این جوریه بهتره. با کلاس تر هم هستش. خیلی هم ارزان تر. واقعاً اگر وایبر نبود، بعد کلاس‌های دبیرستان، دیگه با هیچ کدم از همکلاسی‌هام نمی‌توانستم دوست باشم. اما الان هستم و وایبر باعث شده. دوستش دارم.»

استقلال اقتصادی، همزمان که می‌تواند سبب تقویت ارتباطات نسل جوان با همدیگر شود و پیوندهای سست را بازسازی نماید، می‌تواند نوعی از سبک زندگی خاص جوانان را هم به دنبال داشته باشد. بعد اقتصادی وایبر با بعد اجتماعی و فرهنگی آن مفصل‌بندی می‌شود و نوعی از سبک زندگی نوین را در جوانان تقویت می‌کند. این سبک زندگی که نوعی از سبک هویتی هم می‌تواند به شمار برود، دارای ساختار و محتوایی تا حدودی متفاوت از سبک زندگی عادی و واقعی جوانان است. برای مثال می‌توان به جمله «اینجوری بهتره. با کلاس تر هم هستش. خیلی هم ارزان تر» اشاره نمود. وایبر و به‌طور کلی شبکه‌های اجتماعی مجازی در حال تبدیل شدن به امری ذاتی نسل جوان است؛ بدین‌گونه که افراد این نسل، خودشان را با شبکه‌های اجتماعی، عکس‌هایی که در آن به اشتراک می‌گذارند، افرادی که با آنها در ارتباط هستند، مطالبی که می‌پسندند و گروه‌هایی که در آنها عضو هستند، می‌شناسند. همان‌طور که باومن (۲۰۱۳) اشاره می‌کند: «مرگ اجتماعی در انتظار کسانی است که در پیوستن به جهان سایبر شکست خورده‌اند.» این استقلال اقتصادی، همزمان که سبب تقویت پیوندهای سست می‌شود، می‌تواند نوعی شکاف نسلی و تضاد نسلی را هم ایجاد یا تقویت نماید. عدم استقلال اقتصادی بسیاری از افراد نسل جوان سبب شده است که برخی تضادهای نسلی میدان بروز عینی نداشته باشد؛ اما

اقتصاد ارزان و حتی مجانی وایبر، سبب شده است که نسل جوان بدون داشتن واهمه از عواقب بروز عینی مخالفت خود با والدین و افراد نسل‌های دیگر (به دلیل ترس از قطع کمک‌های اقتصادی) میدان بزرگ‌تری برای مخالفت و بروز چنین تضادهایی داشته باشند. این امر حتی می‌تواند سبب نوعی نقل مکان این افراد از جهان واقعی و عینی به جهان ذهنی و مجازی وایبر شود. همان‌طور که ج، ۱۷ ساله می‌گوید:

«من الان یه جوانی هستم که پدرم خرج زندگیم را میده. درسته از لحاظ مالی وضعمون خوبه خدا را شکر، اما پدرم حاضر نیست مثلاً ماهی دویست سیصد هزار فقط خرج حرف زدن موبایلم را بده. نه که نداشته باشه. نه. داره اما می‌گه برات ضرر داره اینقدر حرف بزنی. اما با وایبر حرف می‌زنم و چت می‌کنم با همه. دیگه پدرم نمی‌تونه کاری بکنه. قرار نیست پولی بهم بده که بدهکارش باشم. نمی‌تونه کاری بکنه. شب‌ها حرف می‌زنم توی اتاقم و اون نمی‌دونه. دورش زدم. بیشتر اوقات به بهانه‌های مختلف توی اتاقم هستم و با دوستان صحبت می‌کنم. پدرم فکر میکنه درس می‌خوانم.»

بنابراین، می‌توان گفت که وایبر به سبب به‌صرفه بودن اقتصادی خویش، توانسته است همزمان که برقراری ارتباط و تعامل افراد نسل جوان را با هم تقویت نماید و پیوندهای سست موجود را تقویت نماید، ابژه‌های مشترک نسلی را نیز برای جوانان تدارک ببیند. حتی می‌توان این ادعا را نیز مطرح کرد که خود وایبر و شبکه‌های اجتماعی مجازی به طور کلی، در حال تبدیل شدن به یک ابژه نسلی برای جوانان هستند؛ به گونه‌ای که افراد این نسل، خودشان را با وایبر، تلگرام، فیس‌بوک و... خود معرفی می‌کنند. این امر می‌تواند همزمان که تقویت هویت نسلی و ابژه نسلی جوانان را به دنبال داشته باشد، سبب شکل‌گیری نوعی شکاف در میان نسل‌های مختلف شود و گسست نسلی را سبب بشود.

ج) گروه‌سازی وایبری به‌مثابه شبکه پیوندهای نسلی

گروه‌سازی یکی از مهم‌ترین امکاناتی است که شبکه اجتماعی وایبر برای کاربران خود فراهم نموده است. هر کاربری که عضو وایبر است می‌تواند به راحتی اقدام به تشکیل یک گروه بکند. اما اینکه چنین گروه‌هایی می‌توانند نقش گروه‌های اجتماعی عینی را ایفاء کنند، جای بحث دارد. به هر حال، نفس ایجاد یک گروه اجتماعی وایبری می‌تواند محفلی را برای بیان انگاره‌ها و دیدگاه‌های جوانانی که در برخی مسائل و موضوعات با یکدیگر اشتراک معنی دارند، شکل بدهد.

مباحث و موضوعاتی که در این گروه‌های وایبری مورد اشتراک قرار می‌گیرد، از تنوع بسیار زیادی برخوردار است و نمی‌توان این انگاره را طرح کرد که چنین مباحث و موضوعاتی می‌توانند ابژه‌های نسلی برای ایجاد هویت نسلی در جوانان استفاده‌کننده از وایبر به وجود بیاورند، اما خود وایبر در وهله اول می‌تواند به مثابه ابژه‌های نسلی مطرح شود (بحث در مورد این ادعا در قسمت قبلی آمد) و در وهله دوم، گروه‌های وایبری هم (فارغ از موضوعات مورد بحث) می‌توانند تبدیل به ابژه‌های نسلی در میان جوانان شوند. بسیاری از جوانان استفاده‌کننده از وایبر و دیگر شبکه‌های اجتماعی مجازی، عضویت در گروه‌های وایبری را جزء جدایی‌ناپذیر زندگی مجازی خودشان می‌دانند و در برخی اوقات، در جهان عینی هم مباحث و انگاره‌های اصلی‌شان حول چنین گروه‌هایی شکل می‌گیرد. استفاده‌کنندگان وایبر می‌توانند در گروه‌های مختلف عضو شوند و در آنجا عکس‌ها و متن‌های خودشان را به اشتراک بگذارند و در مورد آن بحث کنند. فضای وایبر، سبب شکل‌گیری نوعی شبکه خصوصی بین افرادی شده است که احساس می‌کنند دغدغه‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی مشترکی دارند. گروه‌های مجازی در وایبر، می‌توانند نوعی شبکه‌سازی بین افراد عضو را سبب شوند؛ شبکه‌ای که می‌تواند سبب ایجاد پیوندهایی عاطفی، اجتماعی و فرهنگی بین افراد استفاده‌کننده شود.

ط، دختری ۲۵ ساله است که به گفته خودش مدیریت چند گروه وایبری را بر عهده دارد، تجربه خودش را چنین بیان می‌کند:

«من این گروه‌ها را درست کردم و از دوستانم دعوت کردم که عضو بشوند. بعد مدتی آنها هم دوستانشان را عضو کردند. اوایل فقط اسم گروه روش بود و تنها بعضی‌ها می‌آمدند و مطالبی می‌گذاشتند و می‌رفتند، اما حالا هر مطلبی که گذاشته می‌شود، کلی نظر و انگاره مطرح می‌کنند بقیه. بحث در می‌گیرد، دعوا می‌شود و این حرف‌ها اما در نهایت با هم بودن است که لذت بخش است. اینجا اگر کسی دوست نداشته باشد، می‌تواند تنها با یک حرکت، خودش را خارج کند و این خوبی این گروه‌هاست، اما بیرون اینجوری نیست. شما باید کلی دردسر تحمل کنید تا مثلاً از یک گروه خارج شوید و سرکوفت والدین و هزار نفر را تحمل کنید. تازه بیرون که گروه نیستش.

مثلاً من اگر بیرون بروم، چطور می‌توانم مدیر چند گروه باشم؛ اصلاً مگر گروه وجود دارد!» همان‌طور که ذکر شد، عضویت در گروه‌های مجازی وایبری بسیار آسان است و هر فردی می‌تواند به راحتی عضو چنین گروه‌هایی بشود. مزیت گروه‌های وایبری برای نسل جوان این

نسل‌شناسان دهم، شماره سی و دوم، زمستان ۱۳۹۴

است که هم از آزادی زیادی برخوردارند و هم می‌توانند با صرف هزینه‌هایی اندک به برقراری تعامل و ارتباط با یکدیگر بپردازند. امکاناتی که وایبر برای کاربران خود در گروه‌سازی فراهم می‌کند، در جهان واقعی وجود ندارد. در جهان عینی و واقعی، ساخت و ایجاد گروه اجتماعی با محدودیت‌های قانونی و هنجاری بسیاری مواجه است و در صورت ایجاد آن، محدودیت‌های ارتباط برقرار کردن، تعامل و آزادی فعالیت مانع تداوم دلبخواهانه عضویت در آن از سوی نسل جوان می‌شود. شکل‌گیری چنین گروه‌هایی می‌تواند سبب شکاف نسلی و تضعیف پیوند نسل‌ها هم بشود. به هر حال، کسانی که در این گروه‌های مجازی عضویت دارند، بیشتر افراد جوان هستند که به نوعی امکان عضویت در گروه‌های دیگر را ندارند. درحالی‌که افرادی که عضویت گروه‌های واقعی را بر عهده دارند (محدود گروه‌ها) بیشتر افرادی هستند که متعلق به نسل‌های قبلی هستند. گروه‌ها و شبکه‌سازی‌های رسمی جامعه را نسل‌های غیرجوان بر عهده دارند؛ در حالی‌که نسل جوان، شبکه‌سازی و گروه‌سازی‌های غیررسمی را بر عهده می‌گیرند و سعی می‌کنند هویت خودشان را از مسیرهای غیررسمی دنبال کنند. این مسئله قبل از هر چیز می‌تواند سبب شکل‌گیری شکافی بین شبکه‌سازی‌های رسمی و غیررسمی؛ گروه‌های رسمی و غیررسمی مجازی شود. از طرف دیگر، این امر می‌تواند به تمایز معنایی و هویتی بین نسل‌های متفاوت چنین شبکه‌سازی‌هایی هم منجر شود و شکاف نسلی و تمایز نسلی را تقویت کند. بنابراین، گروه‌سازی و شبکه‌سازی وایبری هم می‌تواند سبب شکل‌گیری هویت نسلی برای جوانان شود و ابژه‌های نسلی را برای آنان فراهم کند و هم می‌تواند سبب گسست و شکاف نسلی شود. «دیگری» هویتی نسل جوان در این بعد، نسل‌های دیگری هستند که دارای ابژه‌های هویت‌ساز و معنا‌ساز عینی هستند. نوعی تفکیک معنایی بین ابژه‌های عینی و مجازی، همزمان سبب بر ساخت هویت نسلی برای نسل جوان شده و تفاوت نسلی بین آنها و دیگر نسل‌ها را تقویت کرده است.

د) وایبر؛ واقعی‌سازی جهان مجازی و ابژه نسلی

همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد، وایبر سبب شده است که نسل استفاده‌کننده از آن، نه تنها واقعیت واقعی را به نوعی نا واقعیت فرض کنند، بلکه فضای مجازی وایبری را هم به مثابه یک جهان واقعی، یک واقعیت واقعی فرض کنند. جهان مجازی تنها نامی است که سوژه‌های نسل‌های دیگر بر این جهان گذاشته‌اند و نسل وایبر، خودشان چنین مسئله‌ای را قبول ندارند و

جهان زیست خودشان را واقعی تر قلمداد می کنند. جهانی که در آن به راحتی می توانند به برساخت
اثره های مشترک نسلی اقدام کنند. الف، ۲۸ ساله که دانشجوی کارشناسی ارشد است، می گوید:

«اینکه بعضی ها می گویند وایبر فضایی واقعی نیست و رابطه ها در آن واقعی نیستند، اشتباه
محض است. وایبر مثل فیس بوک نیست که طرف را شناسی. شماره موبایلش هست و من
حداقل تنها با کسانی رابطه دارم که در دنیای به قول شما واقعی هم آنها را تا حدودی
می شناسم. فقط چون از هم دور شده ایم با همین وایبر می توانم باهاشون حرف بزنم و ازشون
حالشان را بپرسم. خوب این کجاش غیرواقعی هستش!».

چنین جهانی، واقعیت های خاص خود را دارد. حتی ادبیات وازگانی خاص خود را هم تولید
می کند؛ ادبیاتی که نسل های دیگر تا حدود زیادی با آن بیگانه هستند. ادبیات گفتاری نسل وایبر
حتی کاملاً متمایز از نسل های دیگر است. آنها با وازگانی گفتاری می نویسند و سبک
نوشتاری شان تفاوت چندانی با سبک گفتاری شان ندارد. عکس ها و ویدئوهایی که در آنجا به
اشتراک می گذارند، متفاوت از حتی عکس ها و ویدئوهای فیس بوک و دیگر شبکه های اجتماعی
مجازی می باشد. آنها در فضای وایبر، به نوعی تولید واقعیت می کنند و ابژه هایی را شکل می دهند
که بین آنها مشترک است؛ از سبک گفتاری گرفته تا سبک عکس گرفتشان. به طور کلی، سبک
زندگی نسل وایبر، دارای شکافی عمیق با نسل های دیگر است. ف، دختری ۱۹ ساله از طبقه
متوسط شهری است. وی عاشق عکاسی است و یک سال است که عضو وایبر است. وی نظر
خودش را در مورد عکس های وایبری و کلاً سبک مصرف وایبری این گونه می نویسد:

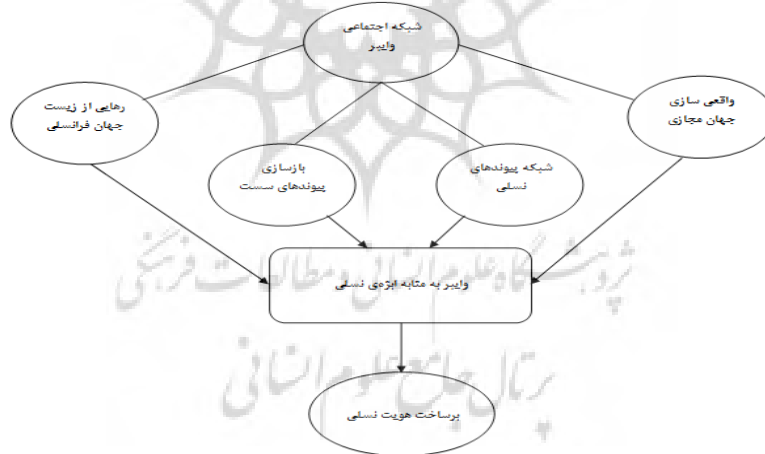
«دیگر دوره و زمانه هایی که عکس هایی با پوشش کامل می گذاشتیم گذشته است. الان
عکس ها بیشتر باید روی صورت زوم کنند. به نوعی دوره، دوره سلفی است. کسی که عکس
سلفی نداشته باشد، اصلاً افت داره؛ کلاسش پایین می آید. من خودم بیشتر عکس های سلفی
می گذارم، دوستانم هم بیشتر اینجوری هستند؛ کسی که عکسی مثلاً با چادر داشته باشد، اصلاً
نمی توانم باهاش حرف بزنم. می فهمید که.»

علاوه بر این، سبک نوشتاری و به طور عام، بیشتر ویژگی های شخصیتی نسل وایبر تفاوت
بارزی با نسل های قبلی دارد. ر، ۲۹ ساله که از وایبر استفاده می کند، اما خودش از به کار بردن
نسل وایبر برای خودش امتناع می ورزد، در این باره می گوید:

«نمیشه گفت نسل وایبر. تفاوت های زیادی بین استفاده کننده ها از وایبر وجود دارد. افراد هم

سن من، کمتر علاقه دارند در وایبر باشند و بیشتر به منظور نیازهایی خاص وارد می‌شوند؛ اما کسانی که زیر بیست و بیست و دو سه سال هستند، زندگی‌شان با وایبر پیوند خورده است. ساعت‌ها در وایبر هستند. گاهی که مطلبی برای من می‌فرستند، واقعاً نمی‌توانم درکش کنم. اصلاً ساختار کلمات و جملاتشان به هم ریخته هستش. احساس می‌کنم فقط هم سن و سال‌های خودشان منظورشان را می‌فهمند. البته، الان دنیای واقعی هم اینجوری شده است. سعی می‌کنم تماسی هم با این افراد نداشته باشم، اما گاهی مجبور می‌شوم و چاره‌ای نیست.»

بنابراین، می‌توان گفت که وایبر به مثابه شبکه‌ای اجتماعی، سبک گفتمانی جدید و خاصی را در میان جوانان شکل داده است. گفتمانی که در نگاه اول ممکن است در یک بستر مجازی و غیرواقعی قابل بحث باشد، اما خود نسل جوان استفاده‌کننده از وایبر چنین اعتقادی ندارند و اصولاً تفکیک معنایی چندانی بین جهان واقعی و جهان مجازی قائل نیستند. وایبر همچون بستری برای شکل‌گیری تعاملات و ارتباطات مجازی بین جوانان، تبدیل به یک ابژه نسلی شده است (البته نمی‌توان منحصرأ به وایبر در این زمینه اشاره کرد، بلکه شبکه‌های اجتماعی مجازی دیگر همچون واتس‌آپ، تلگرام، اینستاگرام و... هم می‌توانند چنین نقشی داشته باشند) و در حال تولید و ایجاد معناهای هویتی برای جوانان است. وایبر و دیگر شبکه‌های اجتماعی مجازی، واقعیت مجازی و معناهای شکل گرفته در آنرا تبدیل به معناهایی واقعی و هویت‌ساز در میان نسل جوان کرده است.



تصویر ۱. نقشه تماتیک برساخت هویت نسلی در مواجهه با شبکه اجتماعی مجازی وایبر

نتیجه‌گیری؛ وایبر به مثابه ابژه نسلی

این پژوهش این پرسش را که شبکه اجتماعی وایبر چه نقشی در برساخت هویت نسلی کاربران دارد، بررسی کرده است. شبکه اجتماعی وایبر در سال‌های اخیر کاربران بسیار زیادی را جذب خود کرد و یکی از محبوب‌ترین شبکه‌های اجتماعی مجازی در میان جوانان ایرانی شد. نسل استفاده‌کننده از وایبر، دارای معناها و تجربیات مشترک جمعی‌ای هستند که آنها را از نسل‌هایی که چنین تجربیاتی ندارند، متمایز می‌نماید. معناها و تجربه‌هایی که حتی منجر به شکل‌گیری سبک زندگی و گفتمان نوشتاری، فرهنگی، اجتماعی و... شده است. این مسئله را می‌توان در راستای دیدگاه مانهایم در مورد نسل قلمداد کرد. همان‌طور که در ادبیات نظری بحث شد، مانهایم در تعریف نسل، افرادی را که در درون نسل، دارای دیدگاه مشترک و تجربیات مشترک هستند، از افرادی که این تجربیات مشترک را ندارند، متمایز می‌کند. مانهایم آنها را واحدهای نسلی می‌نامد که برای وی کلیدی‌ترین مفهوم در تحلیل نسل محسوب می‌شود. با این اوصاف پرسشی که مطرح می‌شود این است که آیا می‌توان نسل استفاده‌کننده از شبکه‌های اجتماعی را به‌منزله یک واحد نسلی در روایت مانهایمی تلقی نمود یا خیر؟ مانهایم بر این باور بود که یک واحد نسلی، در حسی بنیادی که ناشی از اشتراک در تاریخ است، مشارکت دارند و تجربیات جوانی مشترک آنها را وقایع و رخداد‌های بی‌نظیر ساخته است. افراد استفاده‌کننده از وایبر را نمی‌توان به‌طور خاص در تعریف مانهایمی از واحد نسلی جای داد. تجربیات مشترکی که افراد جوان استفاده‌کننده از وایبر در آن شریک هستند، تجربیاتی جدید و نوپدید نیستند. چنین تجربیاتی را می‌توان در دیگر شبکه‌های اجتماعی مجازی و حتی در برخی وبسایت‌های اینترنتی هم مشاهده نمود. می‌توان گفت که استفاده از اینترنت، بسیار بیشتر از وایبر و شبکه‌های اجتماعی می‌تواند در برساخت تجربه‌های مشترک نسلی نقش داشته باشد. منتظر قائم و شاقاسمی (۱۳۸۷) نیز چنین دیدگاهی دارند و نسل استفاده‌کننده از اینترنت را به مثابه نسل Y قلمداد می‌کنند که بر اساس رویکرد مانهایم، می‌توان آنها را یک واحد نسلی قلمداد نمود. با وجود این، تجربیاتی که در شبکه‌های اجتماعی مجازی شکل می‌گیرند را می‌توان تا حدودی نوپدید و متفاوت از تجربیاتی قلمداد نمود که در اینترنت شکل گرفته‌اند. شاید با این اوصاف بتوان شبکه‌های اجتماعی مجازی را به مثابه ابژه‌های نسلی قلمداد نمود که می‌تواند در برساخت هویت نسلی نقش داشته باشند. وایبر را هم می‌توان در همین راستا مورد بحث قرار داد. به عبارتی بهتر،

وقتی گفته می‌شود که وایبر در میان جوانان تبدیل به یک ابژه نسلی شده است و نقشی مهم در بساخت هویت ایفا می‌کند، منظور این نیست که وایبر را یک استثناء در میان شبکه‌های اجتماعی مجازی در نظر بگیریم؛ بلکه وایبر را تنها می‌توان برای نمونه‌ای از شبکه‌های اجتماعی مجازی تلقی کرد.

یافته‌های پژوهش بیانگر این است که وایبر و شبکه‌های اجتماعی مجازی در حال تبدیل شدن به ابژه‌های نسلی برای استفاده‌کنندگان جوان از آن می‌باشد. همان‌طور که ذکر شد، منظور از تبدیل شدن وایبر به ابژه‌های نسلی، این نیست که وایبر به صورتی جدا از سایر شبکه‌های اجتماعی مجازی چنین نقشی را ایفا می‌کند، بلکه می‌توان کلیت شبکه اجتماعی مجازی را، یک ابژه نسلی قلمداد کرد. همان‌گونه که بالس (۱۳۸۰) تأکید می‌کند، ابژه نسلی عبارت است از شخص، مکان، شیء یا رویدادی که از نظر فرد مبین نسل اوست و به یادآوردنش احساسی از نسل خود او را در ذهنش زنده می‌کند. افراد جوانی که از شبکه‌های اجتماعی مجازی و به ویژه وایبر استفاده می‌کنند، این رسانه را به مثابه ابژه‌ای که معرف هستی اجتماعی‌شان است، قلمداد می‌نمایند. وایبر و شبکه‌های اجتماعی مجازی برای استفاده‌کنندگان خویش، جهان‌معنایی متمایزی را ساخته‌اند که واقعیت‌های خاص خود را دارند. حتی ادبیات واژگانی خاص خود را هم تولید می‌کند؛ ادبیاتی که نسل‌های دیگر تا حدود زیادی با آن بیگانه هستند. ادبیات گفتاری نسل وایبر حتی کاملاً متمایز از نسل‌های دیگر است. آنها با واژگانی گفتاری می‌نویسند و سبک نوشتاری‌شان تفاوت چندانی با سبک گفتاری‌شان ندارد. عکس‌ها و ویدئوهایی که در آنجا به اشتراک می‌گذارند، متفاوت از حتی عکس‌ها و ویدئوهای فیس‌بوک و دیگر شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌باشد. آنها در فضای وایبر، به نوعی تولید واقعیت می‌کنند و ابژه‌هایی را شکل می‌دهند که بین آنها مشترک است؛ از سبک گفتاری گرفته تا سبک عکس گرفتن‌شان. لازم به ذکر است که ابژه نسلی، ابزار شکاف نسلی نیست و همان‌طور که بالس هم می‌گوید ابژه نسلی برای نسل‌های دیگر هم دارای احترام است، اما معناساز کلان برایشان نیست. بنابراین به نظر می‌رسد که درست آن است که از وجود تفاوت و تمایز نسلی در جامعه ایران در اثر مواجهه با شبکه‌های اجتماعی مجازی و به ویژه وایبر سخن گفت، هرچند این احتمال هم وجود دارد که چنین تفاوت و تمایزهایی در صورت عدم مدیریت و سیاست‌گذاری مناسب فرهنگی، تبدیل به شکاف و گسست نسلی در جامعه ایران شود.

فضای وایبر، سبب شکل‌گیری نوعی شبکه خصوصی بین افرادی شده است که احساس می‌کنند دغدغه‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی مشترکی دارند. گروه‌های مجازی در وایبر، می‌توانند نوعی شبکه‌سازی بین افراد عضو را سبب شوند؛ شبکه‌ای که می‌تواند سبب ایجاد پیوندهایی عاطفی، اجتماعی و فرهنگی بین افراد استفاده‌کننده شود. فرصتهایی که وایبر برای کاربران خود در گروه‌سازی فراهم می‌کند، در جهان واقعی وجود ندارد. به ویژه در فرهنگ‌های بسته، به راحتی نمی‌توان گروه تشکیل داد و شبکه‌سازی نمود و باید محدودیت‌ها، قوانین و هنجارهای بسیار زیادی را رعایت کرد که گاهی اوقات منجر به عدم موفقیت افراد در تشکیل گروه می‌شود، اما در فضای وایبر به راحتی می‌توان بر چنین محدودیت‌هایی غلبه کرد. شکل‌گیری چنین گروه‌هایی می‌تواند سبب شکاف نسلی و تضعیف پیوند نسل‌ها هم بشود. به هر حال کسانی که در این گروه‌های مجازی عضویت دارند، بیشتر افراد جوان هستند که به نوعی امکان عضویت در گروه‌های دیگر را ندارند. درحالی‌که افرادی که عضویت گروه‌های واقعی را بر عهده دارند، بیشتر افرادی هستند که متعلق به نسل‌های قبلی. این مسئله قبل از هر چیز می‌تواند سبب شکل‌گیری شکافی بین شبکه‌سازی‌های رسمی و غیررسمی؛ گروه‌های رسمی و غیررسمی مجازی شود. از طرف دیگر، می‌توان نوعی شکاف نسلی یا حداقل تقویت تفاوت نسلی را هم مشاهده کرد.

به‌طور کلی، ممکن است که تمایز مصرفی وایبر، سبب بروز شکاف در هویت فرانسلی از یک طرف و برساخت ابژه‌هایی نوین برای هویت درون نسلی شود. فراتر از بروز چنین گسست‌ها و شکاف‌هایی، استفاده از رسانه‌های اجتماعی جدید و به ویژه «وایبر» ممکن است برای نسل جوان، نوعی ابژه مشترک نسلی را شکل بدهد و معانی مشترکی را در ذهنیت اجتماعی آنها ایجاد نماید. این ذهنیت مشترک نسلی می‌تواند عامل مهمی در برساخت و شکل‌گیری هویت نسلی در میان جوانان باشد

منابع و مأخذ

- آزاد ارمکی، تقی (۱۳۸۳). *جامعه‌شناسی نسلی در ایران*، تهران: پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- افروغ، عماد (۱۳۸۰). *چالش‌های کنونی ایران*، تهران: سوره مهر.
- احمدی، ثریا؛ مهدی‌زاده، محمد و عقیلی، وحید (۱۳۸۹). «تأثیر استفاده از تلفن همراه بر شکل‌گیری هویت شخصی مدرن در نوجوانان و جوانان شهر تهران»، فصلنامه *پژوهش‌های ارتباطی*، سال شانزدهم، شماره ۴.
- بالس، کریستوفر (۱۳۸۰). «ذهنیت نسلی: دیدگاهی روانکاوانه دربارهٔ اختلاف نسل‌ها»، ترجمه حسین پاینده، فصلنامه *ارغنون*، شماره ۱۹.
- بشیر، حسن و افراسیابی، محمدصادق (۱۳۹۱). «شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان: مطالعه موردی بزرگ‌ترین جامعه مجازی ایرانیان»، فصلنامه *تحقیقات فرهنگی*، دوره پنجم، شماره ۱.
- بوربور حسین بیگی، مریم (۱۳۸۳). *بررسی رابطه اینترنت و شکاف ارزش‌ها بین دو نسل*، پایان‌نامه برای اخذ درجه کارشناسی ارشد، استاد راهنما: اعظم راودراد، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- چیت‌ساز قمی، محمدجواد (۱۳۸۶). «بازشناسی مفاهیم نسل و شکاف نسلی»، فصلنامه *جوانان و مناسبات نسلی*، شماره ۱.
- ذکایی، محمدسعید و ولی‌زاده، وحید (۱۳۸۸). «فرهنگ جوانان و تلفن همراه»، فصلنامه *تحقیقات فرهنگی*، دوره دوم، شماره ۷.
- رفعت‌جاه، مریم و شکوری، علی (۱۳۸۸). «اینترنت و هویت اجتماعی»، فصلنامه *جهانی رسانه*، شماره ۵: ۷۰ - ۵۴.
- سهراب‌زاده، مهدی (۱۳۸۸). «مقایسه ذهنیت بین نسلی و نسلی در نسل‌های دانشگاهی پس از انقلاب اسلامی»، فصلنامه *تحقیقات فرهنگی*، دوره دوم، شماره ۸.
- شارع‌پور، محمود (۱۳۸۶). «نقش شبکه‌های اجتماعی در بازتولید نابرابری آموزشی»، *مجله تعلیم و تربیت آموزش و پرورش*، شماره ۹۱.
- شرف‌الدین، حسین؛ علم‌الهدی، عبدالرسول و نوروزی، محمدجواد (۱۳۹۳). «ارتباط عقیقانه در شبکه‌های اجتماعی سایبری»، فصلنامه *مطالعات فرهنگ - ارتباطات*، سال پانزدهم، شماره ۲۷: ۳۷ - ۷.
- طباطبایی، صادق (۱۳۸۱). «رسانه‌ها و یکسان‌سازی روابط انسانی»، *مجله نگارستان*، پیش‌شماره ۵.
- فرخ‌نیا، رحیم و لطفی، اعظم (۱۳۹۰). «بررسی تأثیر فضای مجازی اینترنت بر مدگرایی»، فصلنامه *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، شماره ۲۲.
- فلیک، اووه (۱۳۸۷). *درآمدی بر تحقیق کیفی*، ترجمه هادی جلیلی، چاپ دوم، تهران: نشر نی.
- فیاض، ابراهیم (۱۳۸۲). *جزوه درس انسان‌شناسی ارتباطات*، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.
- کلانتری، عبدالحسین و حسینی، حسین (۱۳۸۷). «رسانه‌های نوین و زندگی روزمره: تأثیر تلفن همراه بر هویت و سبک زندگی جوانان»، فصلنامه *رسانه*، شماره ۷۶.
- منتظر قائم، مهدی و شاقاسمی، احسان (۱۳۸۷). «اینترنت و تغییر اجتماعی در ایران: نگاهی فراتحلیلی با تأکید بر جوانان»، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، دوره نهم، شماره ۳ و ۴.

منطقی، مرتضی و دین پرور، احسان (۱۳۹۱). «شکل‌گیری هویت پنهان در کاربران تلفن همراه و اینترنت»، فصلنامه فناوری اطلاعات و ارتباطات در علوم تربیتی، سال سوم، شماره ۱.

مولانا، حمید (۱۳۷۱). *نگار از نوگرایی*، یونس شکرخواه، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه.

ناظری، خدیجه (۱۳۸۷). *بررسی میزان تفاوت معیارهای دوست‌یابی نوجوانان در فضای مجازی و غیرمجازی*، پایان‌نامه برای اخذ درجه کارشناسی ارشد، استاد راهنما: علی اصغر کیا، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی.

نوابخش، مهرداد؛ هاشم‌نژاد، فاطمه و زادش‌پور، وحید (۱۳۹۰). «بررسی آثار اینترنت و موبایل در تغییر هویت جوانان ۱۵ تا ۲۹ سال استان مازندران»، مجله تخصصی جامعه‌شناسی جوانان، سال اول، پیش‌شماره اول.

وردی‌نژاد، فریدون (۱۳۹۰). *شبکه‌های اجتماعی مجازی و چالش‌های هنجاری*، تهران: انجمن کتاب و اطلاع‌رسانی ایران.

یوسفی، نریمان (۱۳۸۳). *شکاف بین نسل‌ها*، تهران: پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.

- Ameli S. R. (2002). *Gloalization, Americanization and British Moslem Identity*, London: Leass Press.
- Armour, S. (2005). *Generation Y: They've Arrived at work with a New Attitude*, USA :Today.
- Axelsson, A. S. (2010). "Perpetual and personal: Swedish young adults and their use of mobile phones", *New Media & Society*, Vol. 12. No (1).
- Bauman, Z & Lyon, D. (2013). *Liquid Surveillance*, USA: Polity Press
- Braun, V. & Clarke, V. (2006). "Using thematic analysis in psychology", *Qualitative Research in Psychology*, Vol. 3, No (2).
- Cavalli, A. (2004). "Generations and Value Orientations", *Journal of social Compass*, Vol 51, No (2).
- Glaser, B. G. (1992). *Basics of grounded theory analysis: Emergence vs. forcing*. Mill Valley, CA: Sociology Press.
- Ito, M. (2005). "Mobile Phones, Japanese Youth, and the Re-placement of Social Contact", *Computer Supported Cooperative Work*, Vol. 31.
- King, N., & Horrocks, C. (2010). *Interviews in qualitative research*, London: Sage.
- Kumar, K & Suntoo, R & Roushdad, A. E., Sh. M & Mocktoolah, A. (2013). "Impact of Online Social Networking on Youth: Case Study of Mauritius", *The Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries*, Vol. 56.
- Latif, H & Uçkun, C. G & Demir, B. (2014). "Examining the Relationship between E-Social Networks and the Communication Behaviors of Generation 2000 (Millennials) in Turkey", *Social Science Computer Review*, Vol. 33, No (1).
- Lauricella, A. R & Cingel, D & Blackwell, C & Wartella, E & Conway, A. (2014). "The Mobile Generation: Youth and Adolescent Ownership and Use of New Media", *Communication Research Reports*, Vol.31, No (4).
- Mayield, A. (2008). *What is SOCIAL MEDIA?*
www.icrossing.co.uk/.../What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdffacebook.
- Oksman, V. (2004). "Mobile Communication as a Social Stage: Meanings of Mobile Communication in Everyday Life among Teenagers in Finland", *New Media & Society*, Vol. 6. No(3).
- People, J & Baily, G. (1997). *Humanity* (An interroduction to cultural Anthropology), West Wadsworth, New York.
- Short, J. C. & Reeves, T. C. (2009). "The graphic novel: A cool format for communication to generation Y" . *Business communication Quarterly*, Vol 5, No (5).

- Siibak, A. (2009). "Constructing the Self through the Photo Selection-Visual Impression Management on Social Networking Websites. Cybersociology", **Journal of Psychological Research on Cyberspace**. Vol.3, No (1).
- Vattimo, G. (1992). "The Postmodern: A Transparent Society?" In *The Transparent Society*, translated by David Webb, Baltimore, Johns Hopkins University Press.

