

**The threat of cross-border media to the social identity of generations:
(Case study of Iran International Network)**

Jalil Dara, * Mahmoud Rahbar Ghazi**

Zahra Jafari***

Abstract

This study examines the impact of cross-border media on social identity among different generations, which have been selected as a case study (Iran International Network). This study was conducted using a quantitative method. SPSS sample power software is used to determine the sample size, which, with an effect size of 0.03 and a power of 0.90, a sample size of 520 people seemed sufficient. The findings of this study showed that the use of the International Network in all models has a negative and significant effect. The amount of use of International in models 3 to 5 has a negative and significant effect, which has a negative effect in models 4 and 5, and these results. In addition, the different significant effects on identity indicate differences in the thinking of different generations. Overall, the findings indicate that the sources of identity in the postmodern world are more diverse, changing, and examined.

Keywords: Social identity, Iran International, virtual networks, generation gap, cultural pluralism

*Associate Professor, Department of Political Science, Faculty of Humanities, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran.

j.dara@modares.ac.ir

**Associate professor, Department of Political Science, Faculty of Literature and Humanities, University of Mohagheh Ardabili, Ardabil, Iran
m.rahbarqazi@uma.ac.ir

***Ph.D. Candidate, Department of Political Science, Faculty of Humanities, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran (Corresponding Author) jafari_z@modares.ac.ir

Introduction

In the last few decades, the emergence and spread of virtual social networks have played an irreplaceable role in deepening or directing this gap. By providing a space beyond physical borders and official controls, these platforms have become the main channel of communication, information, and socialization for the younger generation. In this new media context, cross-border media have emerged with their own goals and ideas. The “Iran International” network, as one of the most influential of these media among the Persian-speaking audience, claims to present a different narrative of Iran’s social and political developments. This research believes that the activity of this network goes beyond simple information provision and moves in line with a project to influence the process of “identity discovery” of the younger generation of Iran and create a kind of “cultural identity crisis”; which can lead to the weakening of traditional and national identity-building components.

To explain this complex process, this study uses the theoretical framework of Stuart Hall, a prominent cultural theorist. Focusing on the role of media in the era of globalization, Hall believes that media are not neutral institutions, but rather powerful tools for the production and dissemination of meaning. Through the “representation” of reality, they shape beliefs, values, and ultimately, the identity of individuals. According to Hall, in the current world conditions, identities are no longer fixed and inherent, but are constantly being constructed and reconstructed in the arena of conflict between different discourses and through the process of “decoding” media messages.

Accordingly, this study examines the impact of cross-border media, using the Iran International network as a case study, on the “social identity” of different generations in Iran. The central question is how and what strategies this network uses to influence the identity-building process of the younger generation (70s and 80s) in contrast to previous generations, and how the audience of each generation “reads” its messages based on their social and generational contexts. The ultimate goal is to explore one of the less studied

aspects of the media's impact on Iranian society, namely its role in deepening the generational gap through de-identification and redefinition of identity.

Materials & Methods

The research is quantitative and cross-sectional, meaning that the data were collected at a specific point in time. To collect the data, cluster random sampling method was used. The data was collected through questionnaires. Our statistical population is those born in the decades (80s, 70s, 60s, 50s) in the 6th and 7th districts of Tehran. The variables measured include age, gender, education, social class, use of the Iran International satellite network, and social identity. To determine the sample size, SPSS sample power software was used, which determined the effect size of 0.03 and the power of 0.90, and the sample size of 520 people seemed sufficient.

Discussion & Result

The level of use of the Iran International network has a negative and significant effect on social identity.

The perception of the independence of this network also showed a similar reducing effect.

The age variable was confirmed as a determining factor, indicating a generational gap in influence.

The findings confirm Stuart Hall's theory that global media create an identity crisis by producing alternative discourses. The younger generation, due to their disconnection from traditional sources of identity and living in the digital space, is more exposed to these effects. The perception of the network's credibility intensifies its effect.

Conclusion

This study showed that the Iran International network weakens social identity, especially among the younger generation, through two pathways: usage and perceived credibility. This makes it all the more necessary to adopt smart

strategies such as strengthening attractive domestic media and promoting media literacy. Future research could qualitatively study how the audience reads the content of this network.

Bibliography

Abbasi Ghadi, Mojtaba & Khalili Kashani, Morteza. (2011). The Impact of the Internet on National Identity. Tehran: Strategic Studies Research Institute. {In Persian}

Aggarwal, M., Rawat, M. S., Singh, S., Srivastava, S., & Gauba, P. (2017). Generation gap: An emerging issue of society. *International Journal of Engineering Technology Science and Research*, 4(9), 973-983.

Alikhani, Ali Akbar. (2003). A Look at the Phenomenon of Generation Gap. Tehran: Jihad University Institute for Humanities and Social Sciences. {In Persian}

Armaki, Azad, Taghi, & Ghafari, Gholamreza. (2004). *Generational Sociology*. Tehran: Institute for Humanities and Social Sciences. {In Persian}

Axia (2024). *Amazing Statistics of Social Networks Revealed*. Available at: <https://axayaco.com/amazing-statistics-of-social-networks/> {In Persian}

Bagheri, Ghasem. (2011). *Investigating the Impact of Satellite Networks on the Security of the Islamic Republic of Iran: Case Study of BBC and VOA Networks* (Master's thesis, Political Geography, Islamic Azad University, Tehran Central Branch). {In Persian}

Baker, Therese L. (1998). *Doing Social Research* (H. Naebi, Trans.). Tehran: Roshan Publications. {In Persian}

Banduran, A. (1986). *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*. Englewood Cliffs, Nj: Prenticehall.

- Banduran, A. (1994). Social Cognitive Theory and Mass Communication. In Bryant & D. Zilmann (Eds), *Media Effects: Advance in Theory and Research*.
- Bolin, G. (2014) "Media Generations: Objective and Subjective Media Landscapes and Nostalgia among Generations of Media Users." *Journal of Audience & Reception Studies*, 11 (2): 108- 131.
- Burk.1991;836;koger;1996;9 Identity Process and social stress;American Sociological Review. Vol 56;1991
- Darzi Rakavandi, Adel. (2015). *Generation Gap and Its Forming Factors: A Study of 20-24 Year Old Youth and Their Fathers* (Master's thesis, Sociology, Islamic Azad University, Tehran Central Branch). {In Persian }
- Duncan, Steve. (2005).Is There A Generation Gap.taken from
- Fathi, Soroush & Motlagh, Masoumeh. (2011). *Globalization and Generation Gap (A Sociological Study of Generation Gap with Emphasis on Information and Communication Technology)*. *Public Policy Strategic Studies Quarterly*, 5(2), 142-154. {In Persian }
- Giddens, Anthony. (1999). *Consequences of Modernity* (M. Salasi, Trans., 1st ed.). Tehran: Markaz Publishing. {In Persian }
- Moghaddaei, Morteza & Zibakalam, Sadegh. (2020). The Role of Advanced Media Tools in Creating Generation Gap in Iran with a Look at the Second Step Statement of the Revolution. *Intercultural Studies Quarterly*, 15(42), 35-62. {In Persian }
- Hall, S. (2015). *Cultural Identity and Diaspora*. In *Colonial discourse and post-colonial theory* (pp. 392-403). Routledge.
- Hall, S., & Du Gay, P. (Eds.). (1996). *Questions of cultural identity: SAGE Publications*. Sage.
- Hall, Stuart. (2004). *The Local and the Global: Globalization and Ethnicity* (B. Barakat, Trans.). *Arghanoon Quarterly*, No. 24, Institute for Cultural Studies and Research. {In Persian }

Hall, Stuart. (2017). *Meaning, Culture and Social Life* (A. Golmohammad, Trans., 3rd ed.). Tehran: Ney Publishing. {In Persian}

Halperin, R., & Dror, Y. (2016). Information privacy and the digital generation gap: An exploratory study. *Journal of Information Privacy and Security*, 12(4), 166-180.

Hemmatian, Nazanin & Tajik Esmaili, Somayeh. (2020). Investigating the Relationship Between Telegram Usage and Generation Gap (Case Study: Youth in Tehran and Their Parents). *Strategic Cultural Studies*, 1(1), 153-182. {In Persian}

Hemmatian, Nazanin & Tajik Esmaili, Somayeh. (2021). Investigating the Relationship Between Telegram Usage and Generation Gap (Case Study: Youth in Tehran and Their Parents). *Strategic Cultural Studies Quarterly*, pp. 153-182. {In Persian}

Henry, Ryan (1998), *The Information Revolution and International Security*, Center for Strategic and International Studies.

Herring, S. C. (2008). Questioning the generational divide: Technological exoticism and adult constructions of online youth identity. MacArthur Foundation Digital Media and Learning Initiative.

Hosseini, Seyed Jalal. (2022). 70 Percent of Protesters Are Under 20 Years Old. *Etemad Newspaper*. Available at: <https://www.etemadonline.com/> {In Persian}

Hosseinzadeh, Fahimeh. (2007). New Social Movements: Threat or Opportunity. *Internal Politics Journal, Ministry of Interior*, 1(2), Spring 2007. {In Persian}

Iman, Mohammad Taghi & Keizqan, Tahereh. (2002). Investigating Factors Affecting the Social Identity of Women. *Al-Zahra University Humanities Research Quarterly*, 12th & 13th Year, No. 44-45, Spring 2003. {In Persian}

IRNA (2022). Fact-checking a Claim: Is Iran International an Independent Media?. Available at: <https://www.irna.ir/news/84885092/> {In Persian}

Javidi, Esrafil; Ahmadi, Habib; & Rajabi, Mahrok. (2021). A Sociological Study of the Impact of Virtual Social Networks on the Generation Gap: Case Study of Shiraz University Students. *Social Development Quarterly*, 16(2). {In Persian}

Kalantari, Ammar. (September 13, 2022). Fact-checking a Claim: Is Iran International an Independent Media?. IRNA. Available at: <https://www.irna.ir/news/84885092/> {In Persian}

Kamali Dehghan, Saeed (22 Sep 2018). "Terrorists kill Iranian children and soldiers in military parade attack" *Guardian*.

Kazemi, Shoa Mear Avar & Moeini. (2014). *Social Pathologies with Emphasis on Foundational Theories and Confrontational Strategies* (4th ed.). Avaye Noor Publications.

Logan, R. K. (2010). *Understanding new media: extending Marshall McLuhan*. Peter Lang.

Mansouri Sadeh, Mansoureh. (2012). *The Role of Globalization in Cultural Identity of Youth with Emphasis on Internet and Satellite* (Master's thesis, Communication Research, Islamic Azad University, Central Tehran Branch). {In Persian}

McRobbie, Angela. (2023). *The Uses of Cultural Studies: A Textbook* (A. Safari, Trans.). Tehran: Scientific and Cultural Publications. {In Persian}

Moghaddaei, Morteza; Azghandi, Alireza; Taheri, Abolghasem; & Salahi, Malek Yahya. (2018). Cultural Policy and Management of Generation Gap in Iran. *Intercultural Studies*, 13(34), 113-141. {In Persian}

Mokhtarpour, M., & Kiani, M. (2020). Theoretical Explanation of the Use of Cyberspace and the Evolution of Family Structure in Iran with Emphasis on the

Concept of Generation Gap. IAU International Journal of Social Sciences, 10(3), 77-88.

Moller, Herbert, 1968, Youth as a force in the modern world comparative studies , in Society and History ,vol:10,No.3, April 1968.

Nazemi Ardakani, Mehdi & Nejatpour, Majid. (2016) Information Revolution and Its Impact on Soft War. Strategic Policy Research Quarterly, 4th Year, No. 16. {In Persian }

Patil, S.K. (2014). A sociological perspective of generation gap, International Journal of Innovative Research and Development 3(3), 312-4.

Razeqi, Nader; Hatami Taher, Ferdows; & Mohammadi, Nariman. (2018). Virtualization of Generational Actions: A Study of the Process of Constructing Generational Meanings in Virtual Social Networks. Socio-Cultural Strategy Quarterly, 27(7), 227-260. {In Persian }

Rocher, Guy. (1991). Social Action (H. Zanjani Zad, Trans., 2nd ed.). Mashhad: Ferdowsi University Publications. {In Persian }

Safarinia's Social Identity Questionnaire, based on the two dimensions of individual and collective identity derived from Richard Jenkins' theories (2008), by Safarinia and Roshan (2011). {In Persian }

Seif, Hamed. (2021). Representation of the Islamic Republic and Pahlavi on Manoto Television Channel (Master's thesis, Allameh Tabataba'i University). {In Persian }

Seyed Jalal Hosseini, Political Deputy of Basij Organization (2022). 70 Percent of Protesters Are Under 20 Years Old. Etemad Newspaper. Available at: <https://www.etemadonline.com/> {In Persian }

Siibak, A., Vittadini, N., & Nimrod, G. (2014). Generations as media audiences: An introduction. *Participations*, 11(2), 100-107.

Sullivan, Tom; Sanders, Dan; Hartley, John; & Fiske, John. (2006). *Key Concepts in Communication* (M. H. Raeeszadeh, Trans.). Tehran: Fasele No Publishing. {In Persian}

Thomason, S. J., Weeks, M. R., & Galperin, B. (2022). An exploratory analysis of generational differences in the World Values Surveys and their application to business leaders. *Ethics & Behavior*, 1-14.

Torkan Manshad, Ahmad. (2021). *A Comparative Study of News Related to Iranian Women on the Websites of BBC Persian, Iran International, and Voice of America Television Channels* (Master's thesis, University of Religions and Denominations). {In Persian}

Wehmeier, S., & Ashby, M. (Eds.). (2000). *Oxford advanced Learner's dictionary of current English: a history*. Oxford University Press

Windahl, Sven; Signitzer, Benno; & Olson, Jean. (2018). *Using Communication Theory* (A. Dehghan, Trans., 1st ed.). Scientific and Cultural Publications. {In Persian}

Xenos, M., & Foot, K. (2008). Not your father's Internet: The generation gap in online politics. *Civic life online: Learning how digital media can engage youth*, 51-70 .

Yazdani, Enayatollah & Ghadiri, Ali. (2011). *Generation Gap: A Sociological Study of Generational Distance from the Islamic Revolution to Present*. *Islamic Revolution Studies Quarterly*, 24(8), 207-238. {In Persian}

پیش از انتشار

تهدید رسانه‌های برون مرزی بر هویت اجتماعی نسل‌ها : (مطالعه موردی شبکه
ایران اینترنشنال)

جلیل دارا*

محمود رهبرقاضی**

زهرا جعفری***

چکیده

این پژوهش به بررسی تأثیر رسانه‌های برون مرزی بر هویت اجتماعی در بین نسل مختلف می‌پردازد که به صورت موردی (شبکه‌ی ایران اینترنشنال) را انتخاب کرده است. از چارچوب نظری استوارت هال، که نقش رسانه‌ها در شکل‌دهی به باورها و بحران هویت فرهنگی در عصر جهانی‌شدن تعیین کننده است استفاده کرده ایم. این مطالعه با روش کمی انجام شده. برای تعیین حجم نمونه از نرم افزار spss sample power استفاده شده که با تعیین حجم اثر ۰/۰۳ و توان ۰/۹۰ حجم نمونه ۵۲۰ نفر کافی به نظر می‌رسید. یافته‌های این پژوهش نشان داد، استفاده از شبکه اینترنشنال در همه مدل‌های تأثیر منفی و معنی‌دار دارد میزان استفاده از اینترنشنال در مدل‌های ۳ تا ۵ تأثیر منفی و معنی‌دار دارد ادراک استقلال شبکه اینترنشنال در مدل‌های ۴ و ۵ تأثیر منفی و معنی‌دار دارد این نتایج، دیدگاه هال را تأیید می‌کند که رسانه‌های جهانی، ساختارهای اطلاعاتی را در دست گرفته و بافت اجتماعی جوامع را دگرگون می‌سازند. علاوه بر این، تأثیر معنادار متغیر سن بر هویت، حاکی از تفاوت در ساختار فکری

نسل‌های مختلف بود در مجموع، یافته‌ها حاکی از آن است که منابع هویت در جهان پست‌مدرن، متنوع‌تر، متغیرتر و مسئله‌دار شده‌اند.

*دانشیار، گروه علوم سیاسی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران،

ایران j.dara@modares.ac.ir

**دانشیار، گروه علوم سیاسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه محقق

اردبیلی، اردبیل، ایران m.rahbarqazi@uma.ac.ir

***دانشجوی دکتری، گروه علوم سیاسی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت

مدرس، تهران، ایران (نویسنده مسئول) jafari_z@modares.ac.ir

کلید واژه‌ها: هویت اجتماعی، ایران اینترنت‌شنال، شبکه‌های مجازی، شکاف نسل‌ها، کثرت‌گرایی فرهنگی

۱. مقدمه

توسعه روزافزون استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی به قدری گسترده است که جامعه‌شناسانی چون زیگمونت باوم از اجتماعی شدن آنلاین سخن می‌گویند، امروزه شبکه‌های اجتماعی مجازی به ابزارهایی برای اجتماعی کردن و جامعه‌پذیری تبدیل شده‌اند. تامپسون نیز معتقد است که رسانه‌های جمعی، انتقال و هدایت دامنه‌ی گسترده‌ای از نمادها، هنجارها، ارزش‌ها و عقاید در درون جوامع را به عهده گرفته‌اند تا آنجا که برخی اندیشمندان بر این باور هستند که رسانه‌ها کل زندگی فرهنگی و اجتماعی را دگرگون می‌کنند (تامپسون، ۱۳۹۳: ۶۳). دور از انتظار نیست که فضای مجازی، فضای حقیقی را تحت سیطره خود بیاورد چرا که به تدریج با توجه به

درگیری ذهن و زمان و زندگی مردم فضای مجازی بر تصور و تفکر ها حکمرانی خواهد کرد در نهایت فرهنگ و ساختار های اجتماعی یک جامعه متحول می شود. در جوامع امروزی به دلایل مختلفی، چون جهانی شدن، تبلیغ سکولاریسم، افزایش فرد گرایی، کاهش اقتدار والدین بویژه پدر در کنار افزایش شبکه های مجازی و استقبال وصف ناپذیر جوانان از آن باعث شده فرزندان فاصله بیشتری با والدین از نظر هویت اجتماعی سیاسی احساس کنند. جامعه شناسی نسلی و هویتی در ادبیات جامعه شناختی ایران در دهه ی اخیر جایگاه محوری داشته؛ به گونه ای که می توان دهه ی ۸۰ را بستر برجسته شدن دگرگونی فرهنگی و مناسبات نسلی دانست. جوانان به طور سنتی در خط مقدم استفاده از فناوری اطلاعات جدید بوده اند و در صدر آمار استفاده از اینترنت باقی مانده اند شهروندان جوان امروزی جزو اولین کسانی هستند که با فناوری های دیجیتال احاطه شده اند. آنها نه تنها تسلط خود را با روش های جدید برقراری ارتباط از طریق آنها نشان می دهند، بلکه به تعیین خطوط پذیرش آنها نیز کمک می کنند. (مایکل زئوس، ۲۰۰۸) جهانی شدن و مدرنسیم، ظهور شبکه های نوین و همچنین انقلاب ارتباطات و اطلاعات باعث شده که شکاف نسلی در جامعه ما عمیق تر شود که در صورت عدم کنترل و برنامه ریزی آگاهانه می تواند امنیت ملی را با چالش روبه رو سازد، به طوری که این وقایع را در اعتراضات ۱۴۰۱ شاهد بودیم که نسل های جوان اعتراضات رادیکالی را به خیابان ها کشانده بودن، به طور قطع رسانه می تواند یک فرصت و یک تهدید قلمداد شود فرصتی که عصر اطلاعات را به عصر آگاهی مبدل سازد فضای فکری گسترده ای را برای تکثر گرایی عقاید فراهم سازد و بستر ساز ارتباطات سریع شود این امکان را به وجود آورده که انسان ها بتوانند با یک تلفن همراه سفر کنند یا با استفاده از آن به کسب درآمد و شهرت بپردازند اما در عین حال

شبکه های مجازی می تواند یک تهدید برون مرزی باشد که هویت اجتماعی جوانان را متأثر سازد و دچار تزلزل کند به ایجاد شکاف نسلی عمیق دامن بزند . یکی از شبکه های مجازی برون مرزی که در این پژوهش مورد بررسی قرار می گیرد شبکه ایران اینترنشنال است با توجه به جذب مخاطب و تاثیر گذاری ایران اینتر نشنال در شبکه های نوین مجازی لازم است پژوهشی در خصوص تهدید این شبکه بر جوانان و ایجاد شکاف نسل ها صورت گیرد شبکه خبری ۲۴ ساعته فارسی زبان که ۱۲ ملیون دنبال کننده دارد دلیل انتخاب این شبکه وسعت فعالیت های هویت ستیزانه این شبکه می باشد که با یک ارزیابی ساده از محتوای پست های تبلیغاتی آن مشخص می شود که به دنبال تصویر سازی منفی از هویت اجتماعی است هرچند شبکه ایران اینترنشنال در «راهنمای معیارهای حرفه ای» خود نوشته: «ما متعهدیم که در کارمان مستقل، بی طرف و صادق باشیم و با بالاترین معیارهای دقت و اعتماد کار کنیم اما نتیجه واکاوی پست های آن این رسالت مبنی بر اطلاع رسانی و گفتن اخبار به دست نمی آید بلکه اخبار گزینشی را از طریق مختلف باز سازی می کند و به جای گزارش بر تحلیل آن اسرار دارد شبکه ایران اینترنشنال به دنبال ایجاد شکاف در جامعه می باشد.

فرض ما در این پژوهش تاثیر گزاری شبکه ایران اینتر نشنال بر هویت نسل های مختلف درچهار دهه (۵۰، ۶۰، ۷۰، ۸۰) می باشد که با استفاده از جامعه ی آماری در مناطق ۶ و ۷ تهران صورت گرفته، امروز شبکه های اجتماعی زیادی در دسترس قرار دارند اما به دو دلیل ما شبکه اینستاگرام را انتخاب می کنیم اول این : اینستاگرام پر داندلودترین برنامه در بین شبکه های اجتماعی درجهان می باشد و ماهانه ۲,۳ میلیارد کاربر در اینستاگرام فعال می باشند اینستاگرامها هر ماه ۱۱,۷ ساعت را در این پلتفرم سپری می کنند به طور متوسط روزانه ۴,۲ میلیارد پست در اینستاگرام لایک می شود مردم ایران

حتی با توجه به فیلترینگ جزو ده کشور اول استفاده از اینستاگرام هستند دلیل دوم قدرت تاثیر گذاری شبکه ایران اینتر نشنال در اینستاگرام می باشد در این پژوهش ما از دیدگاه هویت فرهنگی استوارت هال که در دوره مدرن، هویت اجتماعی یک پارچه در حال زوال است هویت های متناقض و ناسازگار تشکیل می شود، و بحث برانگیزترین مساله در تاملات جهانی شدن را تنش میان امر «محلی» و «جهانی» در تغییر هویت ها می داند استفاده می کنیم سوال ما در این پژوهش این است که شبکه ایران اینترنشنال به عنوان یک شبکه برون مرزی که مخاطبان زیادی در شبکه های اجتماعی دارد چه تهدیداتی بر هویت اجتماعی نسل های مختلف در ایران دارد با توجه به چشم انداز نظری هال، که منابع هویت در دنیای پست مدرن متنوع تر، متغیرتر و مساله دارتر شده است.

۲. پیشینه تحقیق

احمد ترکان منش (۱۴۰۰) در کار پژوهشی به مقایسه اخبار مربوط به زنان ایرانی در وبسایت تلویزیون های بی بی سی فارسی، ایران اینترنشنال و صدای آمریکا پرداخته، هدف از این تحقیق شناخت پوشش دهی مطالب مربوط به زنان ایرانی در رسانه های مذکور است. یافته های تحقیق نشان داد که بین وبسایت های خبری مورد بررسی در نیم سال اول سال ۱۴۰۰ با متغیرهای محتوای موضوعی، رعایت عینیت در خبر، نحوه استفاده از اقناع، جهت گیری، سبک ارائه مطالب، محتوای تصویری، محل وقوع رویداد، برجسته کردن مشکلات زنان ایرانی و منابع خبری تفاوت معنی دار و همچنین با متغیرهای ارزش های خبری، عناصر خبری، نوع دیدگاه فمینیستی و ماهیت مطلب عدم تفاوت معنی دار وجود دارد. یافته ها نشان داد که حجم مطالب مربوط به

زنان ایرانی در نیم سال اول سال ۱۴۰۰ در وب سایت ایران اینترنشنال حدود چهار برابر وب سایت‌های صدای آمریکا و بی بی سی فارسی است.

همتیان و اسماعیلی (۱۴۰۰) پژوهشی تحت عنوان بررسی رابطه میزان استفاده از تلگرام با شکاف نسلی نوشته، که به دنبال ارائه راهبرد هایی در حوزه سیاست گذاری فرهنگی است نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌ها نشان داد که میان استفاده از تلگرام با اهمیت دین، هم‌نوایی با ارزش‌های مردسالارانه، پذیرش گروه‌های مرجع سنتی، تغییر معیارهای داور اخلاقی، سودجویی، و شهروندی جهانی دانستن خود رابطه وجود دارد. جاویدی و احمدی (۱۴۰۰) مطالعه جامعه شناختی تاثیر شبکه های اجتماعی مجازی را بر شکاف نسل ها را انجام داده‌اند یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که بین متغیرهای میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، سابقه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و میزان رضایت از شبکه‌های اجتماعی مجازی با شکاف نسلی رابطه معنادار مثبتی وجود دارد نتایج معادلات ساختاری نشان می‌دهد که متغیرهای شبکه‌های اجتماعی مجازی، سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی تأثیر معناداری بر شکاف نسلی دارند، و میزان این تأثیر به ترتیب برابر با ۱/۰۲، ۰/۰۲۲- و ۰/۰۹۳- است. بر اساس نتایج پژوهش می‌توان به این نتیجه دست پیدا کرد که نسل‌های کنونی در معرض انتشار و نمایش پیام‌های متنوع رسانه‌ای قرار دارند.

زیبا کلام و مقتدائی (۱۳۹۹) در مقاله، نقش ابزارهای رسانه‌ای پیشرفته در ایجاد شکاف نسل‌ها در ایران با نگاهی به بیانیه گام دوم انقلاب، نشان داده‌اند که انقلاب ارتباطات و اطلاعات و متعاقب آن ظهور ابزارهای رسانه‌ای پیشرفته و سریع مانند اینترنت، ماهواره و شبکه‌های اجتماعی مجازی از طریق کاهش نقش نهادهایی مانند خانواده و مدرسه، در امر جامعه‌پذیری اختلال وارد نموده و انتقال ارزش‌ها، آموزه‌های اجتماعی، سیاسی

و فرهنگی را از نسلی به نسل دیگر با چالش روبرو می‌کنند. نتیجه تحقیق بیانگر تأثیر ابزارهای رسانه‌ای پیشرفته و سریع در ایجاد شکاف بین نسل‌ها در ایران می‌باشد. رازقی، نادر و همکاران، (۱۳۹۷)، مجازی شدن کنش‌های نسلی: مطالعه‌ی فرآیند برساخت معناهای نسلی در شبکه‌های اجتماعی مجازی گسترش شبکه‌های مجازی و اینترنت، را نگاشته‌اند شبکه‌های مجازی، شیوه‌های اجتماعی شدن را دچار چالش اساسی کرده است. سوزده‌های مجازی، جهان ذهنی خاص خود را بر می‌سازند که به کلی می‌تواند به لحاظ معناها و ابژه‌ها همچنین سیالیت و سرعت تغییر، متفاوت از جهان عینی و واقعی باشد نتایج پژوهش نشان داد: استفاده و عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی، سبب برساخت شکاف‌های معنایی درون‌نسلی، سرگردانی معنایی و سیالیت ابژه‌گی و نوعی دو مرکزی شدن معناهای نسلی شده است که این مسئله می‌تواند تمایز معنایی و هویتی بین نسل‌ها، همچنین شکاف نسلی را سبب شود.

مقتدایی و ازغندی (۱۳۹۷) درباره سیاستگذاری فرهنگی و مدیریت شکاف نسلی در ایران کار پژوهشی انجام داده‌اند یافته‌های تحقیق بیانگر آن است که نحوه تعامل سه نهاد دین، دولت و خانواده تأثیر بسزائی در کاهش یا افزایش شکاف نسلی دارد همچنین گسترش شهر نشینی و افزایش جمعیت و انقلاب اطلاعات و ارتباطات نسل جدید را با دنیای جدیدی مواجه کرده و ارزشها، هنجارها و فرهنگ او را دچار تغییر و تحول می‌نماید.

عادل درزی (۱۳۹۴) موضوع، شکاف نسلی و عوامل موثر بر شکل گیری آن (مورد مطالعه جوانان پسر ۲۰-۲۴ ساله و پدران آن) در منطقه ۵ تهران را نوشته است. در این پژوهش آنچه مورد توجه است، ضرورت اهمیت دادن به پدیده شکاف نسلی میان جوانان و والدین آن هاست. یافته‌های پژوهش نشانگر این بودند که متغیرهای

تحصیلات اعتماد اجتماعی، اعتقادات دینی و استفاده از رسانه های جمعی به عنوان عوامل تاثیر گذار در بروز شکاف نسلی شناخته شده اند.

منصوره منصوری سده (۱۳۹۱)، نقش جهانی شدن در هویت فرهنگی جوانان (با تاکید بر اینترنت و ماهواره) را کار کرده نتایج این تحقیق به این صورت بوده، اینترنت نقش بیشتری در مقایسه با ماهواره در تغییر هویت فرهنگی جوانان دارد افزایش میزان استفاده از تکنولوژیهای نوین ارتباطی نقش منفی در هویت ملی ندارد. با افزایش میزان استفاده از تکنولوژیهای نوین ارتباطی هویت مذهبی کاهش می یابد. تکنولوژیهای نوین ارتباطی نقش مستقیمی در ایجاد شکاف نسلی دارند و تکنولوژیهای نوین ارتباطی نقش مستقیمی بر تمایل کردن جوانان به سبک زندگی غربی دارند.

استفانی جی توماسون، مایکل آر ویکس، بلا گالپرین (Stephanie J. Thomason, 2022) بررسی های ارزش های جهانی و کاربرد آنها برای رهبران انجام داده است. ما پرسیدیم که آیا نسل ها در برداشت هایشان در مورد مسائل اخلاقی از توجیه جنایت و سوالات مربوط به حریم خصوصی متفاوت هستند یا خیر؟ در مطالعه اکتشافی خود با استفاده از داده های بررسی ارزش های جهانی، متوجه شدیم که نسل های Y و Z نسبت به هم تیان قدیمی تر خود احتمال بیشتری برای توجیه جنایاتی مانند تقلب در مالیات یا سرقت اموال دارند و از حریم خصوصی بیشتر در موضوعاتی مانند خودکشی و سقط جنین حمایت می کنند آنها همچنین اهمیت خدا و غرور ملی را پایین تر می آورند مفاهیم برای کارفرمایانی که مایل به ایجاد انگیزه و انگیزه برای نیروی کار چند نسلی هستند ارائه می شود، نسل جدید نسبت به نسل های قبل تر هویت شکننده ای دارند و کمتر درگیر مسائل اخلاقی می شوند.

مختارپور، م. و کیانی، م. (۲۰۲۰). در پژوهش تبیین نظری استفاده از فضای مجازی و تحول ساختار خانواده در ایران با تاکید بر مفهوم شکاف نسلی، اشاره می‌کنند نسل جدید و قدیم با فضای مجازی آشنا هستند اما والدین اغلب فکر می‌کنند برای استفاده از فناوری و فضای جدید خیلی پیر هستند. بین والدین و فرزندان در نگرش و پایبندی به ارزشهای غیر مادی و مادی تفاوت وجود دارد و البته نگرش و پایبندی والدین به ارزشهای غیرمادی بیشتر از فرزندان است. این پژوهش نشان می‌دهد، یکی از اثرات حضور در فضای مجازی کاهش سرمایه اجتماعی در خانواده است که باعث شکاف نسلی شده دسترسی آسان به فضای مجازی و کم هزینه بودن آن باعث حضور بیشتر اعضای خانواده در فضای مجازی است که باعث تغییر در سبک زندگی افراد شده این بدان معناست که هر چه مردم بیشتر از فضای مجازی استفاده کنند، شکاف ارزشی بین والدین و فرزندان عمیق‌تر می‌شود تحلیل شواهد نظری و تجربی تحقیقات نیز نشان می‌دهد که در جریان مدرنیته، سنت‌ها نیز بازنایشی می‌شوند.

آگاروال، ام.، روات، ام. اس، سینگ، اس.، سریواستاوا، اس، و گائوبا، پی، Agarwal, M., Rawat, M. S., Singh, S., 2017) Srivastava, S., and Gauba, P.، شکاف

نسلی: مسئله نوظهور جامعه شکاف نسلی یک مشکل جدی است که در بین جوانان و نسل های بزرگتر آنها به دلیل عوامل مختلف مشاهده می‌شود. بین فرزندان و والدین شکاف است، اما انتظار می‌رود در مورد پدربزرگ و مادربزرگ و نوه ها شکاف بیشتر باشد. این تعارض زمانی که شدید می‌شود، با رفتار مشکل ساز جدی نوجوان همراه می‌شود. در این مقاله اطلاعاتی را از نظرسنجی حدود ۲۰۰ نفر جمع آوری کردیم تجزیه و تحلیل آماری به وضوح نشان می‌دهد که بین نسل های مختلف به دلایل زیادی مانند عدم ارتباط، دیدگاه های مختلف، متغیرهای فرهنگی و تأثیر عوامل مختلف وجود

دارد با تجزیه و تحلیل داده ها به این نتیجه رسیدیم که هر دو نسل موافق بودند که هر دودر درک یکدیگر با مشکل مواجه هستند با توجه به نتایج این نظرسنجی می توان گفت که این پل را می توان به راحتی با بحث و گفتگو، گذراندن وقت با یکدیگر، درک یکدیگر و از طریق ارتباط مناسب ساخت.

سیبک و همکاران (Siibak, A., Vittadini, N., & Nimrod, G 20014) تحقیقی تحت عنوان نسل ها به منزله مخاطب رسانه ها را با هدف شناسایی ارتباط بین رسانه ها و فرهنگ مصرف رسانه ای نسل ها انجام داده اند که نشان می دهد هر نسل سبک متفاوتی در گرایش به رسانه ها دارند از نظر نویسنده ارتباط قوی بین هر نسل با رسانه وجود دارد رسانه می تواند بر ساخت اجتماعی نسل ها به منزله هویت های فرهنگی اثر گزار باشند. پیشرفت های رسانه ای و فناوری های نوین در باز تعریف هویت نسلی خاص و حس تعلق به یک نسل موثر بوده اند به این صورت که نسل ها با مصرف رسانه و فناوری های دیجیتال با گفتمان ها و روایت هایی که به دنبال سال های شکل گیری هویت ایجاد شده اند به عادت های مصرفی در محله تثبیت هویت نسلی شکل داده اند. بولین (Bolin, G2014,2014)، نسل های رسانه ای: چشم اندازهای عینی و ذهنی رسانه ای و نوستالژی در میان نسل های کاربران نوشته است این مقاله از منظر بین فرهنگی و بین نسلی به بحث و بررسی می پردازد. در پژوهش نسل های رسانه ای ، بررسی تاثیرات ذهنی رسانه بر نسل های کاربران رسانه ها با استفاده از نظریه های کارل مانهایم و دیدگاه میان فرهنگی و بین نسلی چشم اندازهای رسانه ای و تاثیرات آن ها بر چگونگی ادراک نسل ها را مورد بررسی قرار داده نتایج این تحقیق حاکی از این است که خاطرات به ویژه در سال های اولیه شکل گیری در هر نسل نقش عمده ای در تفاوت های موجود بین نسل ها داشته است.

هرینگز (Herring, S, 2008)، زیر سوال بردن شکاف نسلی: عجیب و غریب تکنولوژی و ساخت هویت، کودکانی که در اواسط تا اواخر دهه ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ متولد شده‌اند، "نسل اینترنت" نامیده می‌شوند: اولین نسلی که در دنیایی بزرگ شدند که اینترنت همیشه در آن حضور داشت. بررسی‌ها نشان می‌دهد که این نسل (که گاهی «نسل خالص»، نسل من، «نسل دیجیتال» (The digital generation) یا هزاره‌ها (millennials) نیز نامیده می‌شود بیشتر به صورت آنلاین معاشرت می‌کنند، رسانه‌های سرگرمی بیشتری دانلود می‌کنند، و در مقایسه با بزرگسالان یا جوانان نسل قبلی، برای اهداف وسیع تری با وب مشورت می‌کنند در نتیجه، اعضای نسل جوان اغلب نسبت به معلمان، والدین، پدربزرگ‌ها و مادربزرگ‌ها و حتی خواهر و برادرهای بزرگتر خود، در اینترنت باهوش تراند. شکاف سنی با توجه به فناوری در اینجا به عنوان شکاف دیجیتال نسلی یا به سادگی شکاف نسلی نامیده می‌شود. آگاهی روزافزون از تفاوت‌های مبتنی بر سن در مهارت‌ها و استفاده از فناوری، گمانه زنی‌های بی حد و حصر در مورد ماهیت و تأثیرات آن‌ها را به وجود آورده است.

۳. مبانی مفهومی و نظری

از نظر آنتونی گیدنز، پژوهشگر معروف مطالعات جامعه‌شناسی سرعت فناوری‌های نوین در عصر ما آنچنان اهمیت دارد که اگر به دنبال فهم آن نباشیم و نتوانیم بر مباحث و نظریات آن مسلط باشیم قادر نخواهیم بود دانشور پدیده‌های پیچیده اجتماعی باشیم و در شناخت دقیق مسائل اجتماعی سیاسی با مشکل مواجه خواهیم شد (گیدنز، ۱۳۷۹: ۲۶-۲۷). ویلیام پری (William Perry) وزیر دفاع ایالات متحده نیز در پنجم ماه می سال ۱۹۹۴ یاد آور شد که ما در جهانی به سر می‌بریم که اطلاعات آن را پیش

می برد (ناظمی و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۴۶) عصر ما با رسانه‌ها انقلاب اطلاعات و ارتباطات، گره خورده است و امروزه یکی از بسترهای قدرت رسانه است لذا تا کنون نظریات متعددی در خصوص رسانه شکل گرفته که به برخی از آن‌ها اشاره می‌کنیم.

نظریه کاشت (planting theory) جرج گربرنر (George Gerbner) ۱۹۶۹، بر روش‌هایی تمرکز دارد که از طریق آن رویارویی گسترده و مکرر با رسانه‌ها در طی زمان به تدریج دیدگاه ما را در مورد دنیا و واقعیت اجتماعی شکل می‌دهد. براساس این نظریه هرچه بیشتر با این رسانه‌ها ارتباط برقرار کنیم، دیدگاه ما به جهان به دیدگاه رسانه‌ها شبیه‌تر خواهد بود. گربرنر و همکارانش معتقد بودند نظریه کاشت بدون جهت نیست بلکه بیشتر شبیه فراگردی جاذبه‌ای است به این معنا که هر گروه از بینندگان ممکن است در جهت متفاوتی حرکت کند اما همه گروه‌ها تحت تأثیر جریان مرکزی واحدی هستند. لذا کاشت بخشی از یک فراگرد دائمی و پیشرونده تعامل میان پیامها و زمینه‌های قبلی است (ویندال و دیگران، ۱۳۸۷: ۳۷۳). لذا نظریه کاشت یک رابطه خطی ساده را بیان نمی‌کند و مبتنی بر مدل‌های محرک پاسخ نیست؛ بلکه به یک رابطه استمرار و تغییر تدریجی در دراز مدت متوجه است. مطابق این نظریه، رسانه‌های جمعی تأثیر زیادی بر نگرشها، باورها و قضاوت‌های مصرف‌کنندگان درباره جهان اجتماعی دارند. این نظریه مبتنی بر این پیشفرض است که رسانه‌ها بر افکار و رفتار استفاده‌کنندگان خود تأثیرگذارند. اثبات وجود تفاوت بین کم مصرف‌ها و پر مصرف‌های رسانه‌ای می‌تواند تقویت‌کننده فرضیه تأثیر رسانه‌ها باشد.

نظریه بازاندیشانه (Rethinking theory) هویت آنتونی گیدنز یکی از کاربردی‌ترین نظریات است گیدنز هویت فردی را در فضای مدرنیته بررسی می‌کند در جوامع

امروزی ساختار روابط اجتماعی دچار تحولات گسترده شده و افراد به واسطه حجم زیاد اطلاعات و ارتباطات دچار سردرگمی و اضطراب شده‌اند در این فضا بنخاطر ساختار جهانی شبکه‌های مجازی عدم شفافیت حکمرانی اعتماد اجتماعی شکننده می‌شود دنیا اجتماعی همبستگی و انسجام خود را از دست می‌دهد و شکل پراکنده به خود می‌گیرد و با گذشت زمان شخصیت و هویت افراد نیز دچار از هم پاشیدگی می‌شود (گیدنز، ۱۳۹۸: ۲۳۹). به اعتقاد گیدنز در فضای مدرنیته که هنوز هم ادامه دارد و در فضای اطلاعاتی امروزی جهان، بسیاری از سنت‌ها، اقتدار و مرجعیت خود را از دست داده‌اند و افراد در فضای بازاندیشانه، که متأثر از دیالکتیک جهان محلی است انتخاب، تصمیم‌گیری و عمل می‌کنند (قادی: ۲۸، ۱۳۹۰). به اعتقاد گیدنز، جهان مدرن متأخر، به شدت بازتابی است، اطلاعات فراوان مبادله می‌شود و بازتاب این اطلاعات در زندگی، سبک زندگی الگوهای رفتاری افراد را شکل می‌دهد (گیدنز، ۱۳۷۸: ۶۲). گیدنز می‌گوید: در تمدن‌های پیش مدرن که سنت حاکمیت دارد، بازاندیشی تا اندازه زیادی محدود به بازتفسیر و توضیح سنت است. بر این اساس، کفه گذشته از کفه آینده سنگینتر است. اما در دوره مدرن، ماهیت بازاندیشی تغییر می‌کند در این دوره، اندیشه و کنش در یکدیگر منعکس می‌شوند تأیید و تصویب عملکردها با ضمانت سنت، دیگر کارآیی نخواهد داشت. در دوره مدرن عملکردهای اجتماعی دائماً در معرض بازسنجی قرار می‌گیرند و اطلاعات جدید منجر به اصلاح می‌شوند (گیدنز، ۱۳۷۷: ۴۷-۴۴). فرد به کمک تکنیکهای گوناگون، فرصتهای متنوعی برای توسعه شخصیت خود فراهم می‌کند. تجربیات تازه و متنوع، زمینه را برای تنوع روشهای عمل مهیا می‌سازد. چنین شرایطی زمینه را برای بریدن از الگوهای رفتاری جاافتاده آماده می‌کند که البته این امر ممکن است خطراتی هم در پی داشته باشد. مهم‌ترین عامل

تقابل جامعه‌ی ایرانی وجود تضاد‌های ساختاری در طبقه متوسط و تقابل بین ساختار سنتی و مدرن است. فرایند تغییرات سریع زندگی در ایران مدرن، باعث شده تا فرد برای انطباق خود با تحولات جدید به بازاندیشی در هویت خود دست بزنند و این تغییرات موجب جنبش‌ها می‌شود (حسین زاده، ۱۳۸۶). بیشتر جمعیت کشور ما را جوانان تشکیل داده‌اند، و با توجه به اینکه جوانان و نوجوانان به نسل اینترنت مشهور هستند متأثر از پیامدهای جهانی شدن و مدرنیته قرار می‌گیرند و به تقابل با سنت می‌پردازند و دنبال بازاندیشی هویت ملی خود هستند. از این رو نظریه هویت بازاندیشانه گیدنز در بحث تأثیرات رسانه بر هویت قابل ملاحظه است و هر پژوهشگری که در زمینه رسانه کار می‌کند لازم دارد تا از نظریات این جامعه‌شناس بهره ببرد.

نظریه‌ی برجسته‌سازی (Highlighting theory) مدعی تأثیر رسانه‌ها بر شناخت و نگرش مردم و تعیین اولویت‌های ذهنی آنان از طریق انتخاب و برجسته‌سازی بعضی از موضوعات و رویدادها در قالب خبر و گزارش خبری است. به این معنا که رسانه‌ها با برجسته ساختن بعضی از موضوع‌ها و رویدادها، بر آگاهی و اطلاعات مردم تأثیر می‌گذارند. رسانه‌ها گرچه نمی‌توانند تعیین کنند که مردم «چگونه» بیندیشند، اما می‌توانند تعیین کنند که «درباره‌ی چه بیندیشند». این نظریه توسط روکیچ و دیفلور (Rocage and Diflor) برای ترکیب الگوهای آثار محدود و آثار قدرتمند ارائه شد. در نظریه برجستگی میزان ثبات ساختاری نظام اجتماعی، محوری کاری رسانه‌ها، زمینه‌های شکل‌گیری رسانه باید در نظر گرفته شود. منظور روکیچ از برجسته‌سازی رسانه‌ها این است که رسانه‌ها، به ویژه در اخبار و گزارش‌های خبری و برنامه‌های مستند، این قدرت را دارند که به گونه‌ای تحلیل کنند که توجه عموم را به مجموعه‌ای از مسائل و موضوعات معین و محدود معطوف سازند و از دیگر مسائل و موضوعات

دیگر چشم پوشی کنند. نتیجه این می‌شود که برخی از مسائل خاص توسط بسیاری از مردم در سپهر عمومی و خارج از قلمرو رسانه‌ها به بحث گذاشته می‌شود، درحالی که به مسائل و موضوعات دیگر توجه نمی‌شود (سولیوان، هارتلی، ساندرز و فیسکف ۲۰۱۳:۲۶).

هربرت مارشال مک لوهان (Herbert Marshall McLuhan) نظریه‌پرداز مشهور رسانه که نظریه دهکده جهانی را ارائه داده او در ابتدای کتاب درک رسانه اشاره می‌کند که (رسانه پیام است) یکی از مهم‌ترین کارکرد رسانه اثر گذاری بر عادت‌های رفتاری ماست و نقش رسانه بر شکل‌گیری تصور و تفکر ما بر کسی پوشیده نیست، وی در نشریه مهم خود در سال ۱۹۶۴، با عنوان درک رسانه: گسترش انسان، پیش بینی‌های زیادی انجام داد. از جمله پیش‌بینی‌های او مبنی بر اینکه اینترنت به «دهکده جهانی» تبدیل می‌شود، ما را بیشتر از تلویزیون به هم متصل می‌کند. کاهش شکاف بین مصرف کنندگان و تولیدکنندگان؛ حذف فضا و زمان به عنوان موانع ارتباطی؛ و ذوب شدن مرزهای ملی او همچنین به خاطر ابداع عبارت «رسانه پیام است» مشهور است. این پیش‌بینی‌ها پیدایش جلد جدید را رابرت لوگان، دوست و همکار که با مک لوهان کار می‌کرد، تشکیل می‌دهد. در درک رسانه‌های جدید، لوهان به طور ماهرانه درک رسانه را برای تجزیه و تحلیل «رسانه‌های جدید» به روز می‌کند. این کتاب برای دستیابی به نسل جدیدی از خوانندگان و همچنین جذابیت برای دانش پژوهان و دانشجویانی که با درک رسانه آشنا هستند طراحی شده است (Logan, 2010).

استوارت هال (Stuart Hall) نقش زیادی در مطالعات هویت فرهنگی داشته است لذا در این پژوهش از نظریه‌های وی بهره می‌گیریم، از نظر این پژوهشگر فرهنگی، زبان فرهنگ ادراکات مشترک را می‌سازد و در واقع زبان نوعی رسانه است که به واسطه‌ی

آن افکار، تصورات، ادراکات و احساسات در قالب یک فرهنگ نمایان می‌شود (گلمحمدی، ۱۳۹۱: ۱۶) فرهنگ فرایند اصلی یا (سازنده) تعریف می‌شود که از لحاظ شکل دادن فاعلان اجتماعی و رویداد های تاریخی به اندازه ی زیر بنای اقتصادی یا مادی اهمیت دارد و بازتاب صرف رویداد ها نیست. هویت‌هایی که دنیای اجتماعی و فرهنگی جوامع مدرن را برای هویت‌های متمایز طولانی مدت جنسیت، نژاد، طبقه و ملیت تعریف می‌کنند، رو به افول هستند و اشکال جدیدی از شناسایی و تکه تکه کردن فرد مدرن را به وجود می‌آورند. به زعم هال فرهنگ همان جایی است که روابط قدرت هم در انجا تثبیت شده و هم از هم گسسته می‌شود. هال یکی از متفکرین نادر در حوزه فرهنگ است به این معنا که نوشته‌های وی هم مناظرات نظری متفاوتی در باب فرهنگ گشوده است و هم اصطلاحات سیاسی و اجتماعی متمایزی را ارائه می‌دهد با قرار دادن مفهوم قدرت در کانون مطالعات فرهنگی، هال وظیفه مطالعات فرهنگی را به عنوان یک پروژه فرهنگی مشخص می‌کند (هال، ۱۳۸۶). تغییر ساختاری عصر مدرن با تغییر چشم اندازهای فرهنگی، طبقه، جنسیت، سکسوالیته، قومیت، نژار و ملیت که پیش تر از این پناهگاه محکمی برای هویت محسوب می‌شدند، جایگاه افراد را تغییر داده و درهم می‌ریزند. «این تغییرات در حال تغییر دادن هویت شخصی ما سست کردن درک ما از خودمان به عنوان سوژه های یکپارچه هستند (Hall, 1996). این همان چیزی است که از آن به عنوان سوژه مرکززدایی شده نام برده می‌شود که به بحران هویت تعبیر می‌شود.

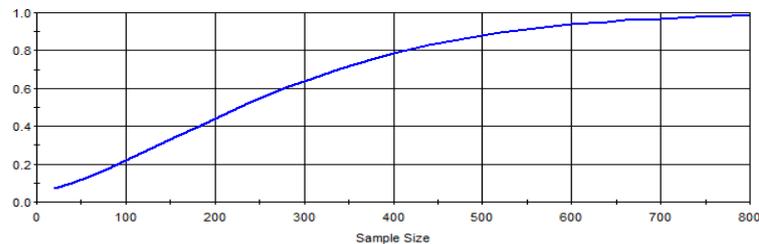
چندفرهنگ گرایی و اتحاد در تفاوت از مسائل مورد توجه هال است استوارت بر نقش رسانه در اثر گذاری تفکر مردم اعتقاد زیادی دارد وی مقاله یک پارچگی در اخبار تحلیلی تلویزیون را به رشته تحریر در آورده که در مقالات کاربردی در مطالعات

فرهنگی دانشگاه بیرمنگام مرکز مطالعات فرهنگی به چاپ رسیده (صفری، ۱۴۰۲: ۱۸) در این مقاله اشاره می‌شود که بی بی سی به جای گزارش اخبار، بیش از حد بر تحلیل و اظهار نظر تمرکز می‌کند. در مقاله «چیستی هویت‌های فرهنگی». هال، پروبلماتیک هویت‌های مدرن و به چالش کشیده شدن هویت‌های سنتی را بحث می‌کند از نظر هال هویت‌های قدیم که برای مدت زیادی جهان اجتماعی را استحکام بخشیده بودند در حال زوال هستند و جای خود را به هویت‌های جدیدی می‌سپارند و فرد مدرن به‌عنوان سوژه یکپارچه در حالی فروپاشی است. به زعم هال «بحران هویت» بخشی از فرایند گسترده‌تر تغییری است که ساختارها و فرایندهای مرکزی جوامع مدرن را از جای خود خارج می‌کند و به چارچوب‌هایی آسیب می‌رساند که تکیه‌گاه محکمی برای افراد در جهان اجتماعی بودند. هال در این مقاله به بحث «بحران هویت» در عصر حاضر می‌پردازد و اینکه چه چیزی در عصر حاضر باعث این بحران شده و پیامدهای آن چیست. در این زمینه، مدرنیته و جهانی شدن آن از مهمترین عوامل موثر معرفی می‌شود هال (Hall, S., & Du Gay, P. (Eds.). (1996) در «مقدمه: مقاله چه کسی به هویت نیاز دارد؟» سعی می‌کند تا گفتمان‌های جدید و قدیم مربوط به هویت را مرور کند. به زعم هال، هویت‌ها به واسطه شرایط خاصی در عصر جهانی شدن، شرایط متناقض گونه‌ای پیدا کرده‌اند. هال به مفهوم پاره پاره گشتن به عنوان مرحله‌ای مهم در فرایند تعیین هویت تأکید می‌ورزد تا جایی که بیان می‌دارد که سوژه که قبال تجربه‌ی داشتن هویتی یکپارچه و پایدار را داشته تبدیل به هویتی پاره پاره و متشکل از چندین هویت شده که بعضاً متضاد با هم و یا در تناقض هستند این تناقضات بیش از هرچیز در سطح گفتمانی اتفاق افتاده که نقدهای دقیق و بی‌شماری بر پیکره این مفهوم وارد کرده است.

۴. روش شناسی

پژوهش از نوع کمی و مقطعی (Cross-sectional) می‌باشد، به این معنی که داده‌ها در یک نقطه زمانی خاص جمع‌آوری شده‌اند. برای جمع‌آوری داده‌ها، از روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای استفاده شده داده‌ها از طریق پرسشنامه‌ها جمع‌آوری شده است جامعه ی آماری ما متولدین دهه‌ی (۸۰،۷۰،۶۰،۵۰) در منطقه ی ۶ و ۷ تهران می‌باشد. متغیرهای مورد اندازه‌گیری شامل سن، جنس، تحصیلات، طبقه اجتماعی، استفاده از شبکه ماهواره‌ای ایران اینترنت‌شال و هویت اجتماعی است.

Power as a Function of Sample Size



برای تعیین حجم نمونه از نرم افزار spss sample power استفاده شد که با تعیین حجم

اثر ۰/۰۳ و توان ۰/۹۰ حجم نمونه ۵۲۰ نفر کافی به نظر می‌رسید.

به منظور سنجش متغیرها یک پرسشنامه استفاده شد که تعریف نظری و عملیاتی

متغیرهای تحقیق بدین ترتیب بود:

(هویت اجتماعی social Identity) هویت اجتماعی احساس تعلق و همبستگی به یک

جامعه است به گونه ای که عضوی از یک جامعه از سایر جوامع متمایز باشد و فرد در

مقابل معیارها و ارزش های جامعه خود احساس تعهد و تکلیف کند و در امور مختلف آن مشارکت جوید. انتظارات جامعه را خود پاسخ دهد و در مواقع بحرانی سرنوشت جامعه و غلبه بر بحران جامعه برای او مهم باشد. (تقی ایمانی، ۱۳۸۲). هویت اجتماعی عبارت از تصور، درک و ارزیابی فرد نسبت به خود از منظر دیگران یا جامعه است که در نتیجه آن، احساس کند از منظر دیگران یا جامعه دارای جایگاه، ارزش و احترام است (Burk, 1991; 836; Koger, 1996; 9). هویت اجتماعی تعریفی است که فرد از خودش بر اساس عضویت در رده های و گروه های گوناگون اجتماعی می کند. در خصوص هویت پیش فرضی وجود دارد مبتنی بر اینکه هویت اجتماعی واحد، یکپارچه و خالص است و هرگاه این یکپارچگی و خلوص با ورود عناصر فرهنگی و اجتماعی جدید مخلدوش گردد بحران هویت به وجود آید. دو نوع دیدگاه در مورد هویت اجتماعی وجود دارد، یکی دیدگاه جامعه شناسانه است که زمان و مکان و محیط و ساختار را مورد توجه قرار می دهد که هویت یک امر برساخته است، آنتونی گیدنر از جمله مشهورترین طرفدار این نظریه است دیدگاه تعامل گرایان نمادین نیز بر جنبه اجتماعی هویت تاکید دارد یک عده هم اعتقاد دارند هویت اجتماعی، یک امر طبیعی و روانی است. به نظر گی روشه، هر شخص به وسیله و از طریق محیط های مختلفی که بدان تعلق دارد یا بدان رجوع می نماید، هویت خود را توسعه می بخشد یعنی می تواند تعریفی از آن چه به مثابه شخص - فرد یا اجتماعی مطرح است برای خود و دیگران ارائه نماید، زیرا آنچه شخصیت اجتماعی نامیده می شود، در واقع همین هویت است که برای شخص، جایی در جامعه تعیین می کند و نوعی وحدت و انسجام به هستی و عمل او می بخشد (روش، ۱۳۷۰: ۱۸۲). در این تحقیق به منظور تعریف عملیاتی این متغیر از پرسشنامه ۲۰ ماده ای هویت اجتماعی (صفارنیا و روشن، ۱۳۹۰) استفاده شده

است. پرسشنامه هویت اجتماعی صفاری نیا با توجه به دو بعد هویت فردی و جمعی برگرفته از نظریات ریچارد چنکینز (2008) ساخته شده است. پرسشنامه هویت اجتماعی صفاری نیا خود گزارشی است و مشتمل بر ۲۰ گویه می‌باشد که ۱۰ گویه دوم آن نشان دهنده بعد فردی و ۱۰ گویه اول نشان دهنده بعد جمعی است.

تعدادی از نمونه سوالات پرسشنامه هویت اجتماعی:

۱- احساس تعلق به جامعه دارم به گونه ای که در رفتارم تاثیر می‌گذارد.

۲- از مقبولیت اجتماعی لازم برخوردار دارم.

۳- توانایی توصیف خویشتن را دارم.

ضریب آلفای کرونباخ در این پژوهش با مقدار ۰/۷۸ نشان می‌دهد که این متغیر از پایایی خوبی برخوردار بوده است.

۲. شبکه ماهواره‌ای ایران اینترنشنال (ایران اینترنشنال، Iran International).

ایران اینترنشنال یک شبکه ماهواره‌ای مستقر در لندن است که اخبار و اطلاعات مربوط به ایران و جهان را به دو زبان فارسی و انگلیسی پخش می‌کند، به ویژه در مواقعی که فضای خبری در ایران متشنج است، تلاش می‌کند تأثیر بسزایی در بین مردم ایران داشته باشد. در این پژوهش به منظور سنجش این متغیر از ۴ گویه استفاده شد که عبارتند از: استفاده یا عدم استفاده از شبکه ماهواره‌ای ایران اینترنشنال، میزان استفاده از شبکه ماهواره‌ای ایران اینترنشنال، میزان ارائه اخبار مستقل توسط شبکه ماهواره‌ای ایران اینترنشنال، و میزان اعتماد به اخبار ارائه شده توسط شبکه ماهواره‌ای ایران اینترنشنال.

۳. متغیرهای دموگرافیک: در این پژوهش از متغیرهای سن، جنسیت، سطح تحصیلات و طبقه اجتماعی فرد به عنوان متغیرهای کنترل استفاده شد.

۵. تحلیل یافته‌های پژوهش

آمار توصیفی

انحراف	میانگین	حداک	حداقل	تعداد	استاندارد	نر
10.81860	32.6071	53.00	16.00	۵۰۴	۱.سن	
.50043	1.4921	2.00	1.00	۵۰۴	۲. جنسیت	
3.31330	1.4881	52.00	.00	۵۰۴	۳. تحصیلات	
1.38004	1.9365	22.00	.00	۵۰۴	۴. طبقه	
۱.۲۰ ۱۳۶	2.5079	5.00	۱/۰۰	۵۰۴	۵. استفاده از اینترنت نشنال	
2.21771	2.3730	32.00	۱,۰۰	۵۰۴	۶. میزان استفاده از اینترنت نشنال	
1.10678	2.1984	5.00	1.00	۵۰۴	۷. استقلال اینترنت نشنال	
1.14913	2.3929	5.00	۱/۰۰	۵۰۴	۸. اعتماد به اینترنت نشنال	
.۵۲ ۷۲۰	3.5702	5.00	۱/۹۰	۵۰۴	۹. هویت اجتماعی	

۱-۵ یافته های توصیفی

جدول فوق آمار توصیفی در مورد توزیع داده ها برای هر متغیر در مجموعه داده را ارائه می دهد. متغیر «سن» دارای میانگین سنی ۳۲,۶۱ با انحراف معیار ۱۰,۸۲ است و محدوده سنی ۱۶ تا ۵۳ سال است. متغیر «جنس» دارای میانگین ۱,۴۹ با انحراف معیار ۰,۵۰ است ۱ نشان دهنده جنسیت مرد است، در حالی که ۲ نشان دهنده زنان است. متغیر تحصیلات دارای میانگین ۱,۴۹، با گستره وسیعی از ۰ تا ۳ است. متغیر "طبقه" دارای میانگین ۱,۹۴ با انحراف معیار ۱,۳۸ است. این متغیر احتمالاً نشان دهنده طبقات اجتماعی یا دسته های مختلف است. متغیرهای استفاده از شبکه اینترنتی، میزان استفاده از شبکه ایران اینترنتی، ادراک شهروندان از مستقل بودن اخبار شبکه ایران اینترنتی و اعتماد به اخبار شبکه ایران اینترنتی به ترتیب دارای میانگین ۲,۵۱، ۲,۳۷، ۲,۲۰ و ۲,۳۹ هستند. متغیر "هویت اجتماعی" دارای میانگین ۳,۵۷ با انحراف معیار ۰,۵۳ است نتایج نشان می دهد که سن و جنس دارای پراکندگی مشخصی هستند و میانگین آنها نشان دهنده توزیع نمونه ها در این متغیرهاست. تحصیلات با میانگین پایین و انحراف معیار بالا نشان دهنده پراکندگی زیاد در سطح تحصیلات شرکت کنندگان است. طبقه اجتماعی نیز با توجه به حداقل و حداکثر مقدار توزیع گسترده ای دارد. متغیرهای استفاده از شبکه اینترنتی، میزان استفاده از شبکه ایران اینترنتی، ادراک شهروندان از مستقل بودن اخبار شبکه ایران اینترنتی و اعتماد به اخبار شبکه ایران اینترنتی که ابعاد مختلفی از شبکه ایران اینترنتی هستند، توزیع آنها در نمونه ها متفاوت است. متغیر هویت اجتماعی نیز دارای پراکندگی کم با میانگین بالاست، که نشان می دهد اکثریت نمونه ها سطح بالایی از هویت را گزارش کرده اند.

جدول. ماتریس همبستگی میان متغیرهای پژوهش

	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹
۱.سن	۱/۰۰								
۲.جنسیت	۰/۰۴	۱/۰۰							
۳.تحصیلا	۰/۱۶	۰/۰۹	۱/۰۰						
ت									
۴.طبقه	۰/۰۱	۰/۰۹	۰/۰۲	۱/۰۰					
			-						
۵.استفاده	۰/۱۷	۰/۱۲	۰/۰۰	۰/۰۲	۱/۰۰				
از	-	-	-	-					
ایترنشال									
۶.میزان	۰/۱۴	۰/۰۱	۰/۰۲	۰/۰۳	۰/۴۰	۱/۰۰			
استفاده از	-	-		-					
ایترنشال									
۷.استقلال	۰/۱۳	۰/۰۷	۰/۰۱	۰/۰۰	۰/۲۴	۰/۰۸	۱/۰۰		
ایترنشال	-	-	-						
۸.اعتماد	۰/۲۹	۰/۰۸	۰/۰۱	۰/۰۱	۰/۵۲	۰/۲۶	۰/۴۴	۱/۰۰	

										به
ایترنشال										
۰/۰۰	۰/۴۱	۰/۲۶	۰/۲۲	۰/۳۱	۰/۰۰	۰/۱۶	۰/۱۱	۰/۵۲	۰/۰۹	هویت
۱	-	-	-	-	-	-	-	-	-	اجتماعی

۲-۵ یافته های تحلیلی

در جدول همبستگی بالا، برای محاسبه همبستگی میان دو متغیر مختلف از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است. اعداد در جدول نشان دهنده میزان همبستگی میان دو متغیر مختلف است که از -۱ تا ۱ می تواند متغیر باشد. اعداد مثبت نشانگر همبستگی مستقیم بین دو متغیر و اعداد منفی نمایانگر همبستگی معکوس بین دو متغیر می باشد. اعداد نزدیک به ۰ نشان دهنده عدم همبستگی میان دو متغیر است. در جدول همبستگی بالا، متغیر هویت اجتماعی با سایر متغیرها به صورت زیر مرتبط است؛ ۱. با سن: همبستگی منفی نسبتاً زیادی با ضریب ۰,۵۲ دارد. ۲. با جنسیت: همبستگی منفی نسبتاً متوسطی با ضریب ۰,۱۱ دارد. ۳. با تحصیلات: همبستگی مثبت متوسطی با

ضریب ۰,۱۶ دارد. ۴. با طبقه: همبستگی خاصی ندارد. ۵. با استفاده از اینترنت‌نشال:

همبستگی متوسط منفی با ضریب -۰,۳۱ دارد. ۶. با میزان استفاده از اینترنت‌نشال:

همبستگی متوسط منفی با ضریب -۰,۲۲ دارد. ۷. با استقلال اینترنت‌نشال: همبستگی منفی

متوسطی با ضریب -۰,۲۶ دارد. ۸. با اعتماد به اینترنت‌نشال: همبستگی متوسط منفی با

ضریب ۰,۴۱ دارد. این اطلاعات می‌توانند به شما کمک کنند تا نقش هویت اجتماعی

در روابط مختلف و متغیرهای دیگر را بیشتر درک کنید.

جدول . مدل رگرسیون سلسله مراتبی تبیین هویت اجتماعی پاسخگویان

	مدل ۱	مدل ۲	مدل ۳	مدل ۴	مدل ۵
سن	۰/۵۰**	۰/۴۶**	۰/۴۶**	۰/۴۴**	۰/۴۱**
جنس	۰/۰۸*	۰/۰۶	۰/۰۶	۰/۰۵	۰/۰۵
تحصیلات	۰/۰۷	۰/۰۷*	۰/۰۸*	۰/۰۸*	۰/۰۸*
طبقه اجتماعی	-۰/۰۱	-۰/۰۱	-۰/۰۱	-۰/۰۱	-۰/۰۰
استفاده از اینترنت‌نشال		-۰/۲۲**	-۰/۱۹**	-۰/۱۵**	-۰/۰۸
میزان استفاده از			-۰/۰۸*	-۰/۰۸*	-۰/۰۸*

ایترنشال					
استقلال ایترنشال				-۰/۱۵**	-۰/۰۹*
اعتماد به ایترنشال					-۰/۱۷**
عرض از مبدا	۲/۶۱**	۲/۹۶**	۲/۹۸**	۳/۱۳**	۳/۲۳**
F	۴۹/۷۸**	۴۹/۷۲**	۴۲/۴۵**	۳۹/۸۴**	۳۷/۶۰**
ضریب تعیین	۰/۲۸	۰/۳۳	۰/۳۳	۰/۳۶	۰/۳۷

۳-۵ یافته های استنباطی

جدول ارائه شده حاوی نتایج پنج مدل آماری است که تأثیر متغیرهای مختلف بر متغیر وابسته هویت اجتماعی را نشان می دهد. برای تفسیر این جدول، به بررسی ضرایب رگرسیون (علامت دار با یک ستاره و دو ستاره برای معنی داری آماری) و ضریب تعیین (R^2) و آماره F می پردازیم. نتایج نشان می دهد که سن در تمام مدلها تأثیر مثبت و معنی داری روی هویت اجتماعی دارد. البته ضرایب کاهش یافته از مدل ۱ تا مدل ۵، نشان دهنده کاهش تأثیر سن در مدل های پیچیده تر است. جنسیت در مدل ۱ تأثیر معنی دار و مثبت دارد ولی در مدل های بعدی تأثیر آن کم شده و از بین می رود. تحصیلات نیز در همه مدلها تأثیر مثبت و معنی دار دارد. طبقه تأثیر منفی ولی غیرمعنی دار در تمام مدلها دارد. استفاده از شبکه ایترنشال در همه مدل های تأثیر منفی و معنی دار دارد. میزان استفاده از ایترنشال در مدل های ۳ تا ۵ تأثیر منفی و معنی دار دارد. ادراک استقلال شبکه ایترنشال در مدل های ۴ و ۵ تأثیر منفی و معنی دار

دارد. سرانجام، اعتماد به شبکه اینترنشنال در مدل ۵ تأثیر منفی و معنی‌دار دارد. عرض از مبدا (ضریب ثابت) در تمام مدل‌ها معنی‌دار است و مقدار آن در مدل‌های پیچیده‌تر (مدل ۴ و ۵) افزایش یافته است. آماره F در تمام مدل‌ها مقدار بالایی دارد که نشان‌دهنده معناداری مدل‌هاست. سرانجام، ضریب تعیین (R^2) از مدل ۱ تا مدل ۵ افزایش یافته است، که نشان‌دهنده توضیح بیشتر واریانس متغیر وابسته هویت اجتماعی توسط مدل‌های پیچیده‌تر است. با توجه به ضرایب و معناداری آماری آنها، به نظر می‌رسد که سن یکی از مهم‌ترین متغیرهاست که در تمام مدل‌ها تأثیر مثبت و معنی‌دار دارد. سایر متغیرها مانند استفاده از اینترنشنال و میزان استفاده از اینترنشنال تأثیر منفی بر متغیر وابسته دارند. با پیچیده‌تر شدن مدل‌ها (افزایش تعداد متغیرهای مستقل)، ضریب تعیین افزایش یافته و مدل‌ها قادر به توضیح بیشتر واریانس متغیر وابسته هستند.

۶. نتیجه‌گیری

جوامع مختلف در مقاطع زمانی متفاوت با پدیده شکاف نسل‌ها مواجه بوده‌اند شکاف نسلی به معنی وجود تفاوت‌های دانشی، گرایشی و رفتاری مابین دو نسل جوانان و بزرگسالان به خصوص در بعد هویتی است؛ که ساختارهای اجتماعی و فرهنگی جامعه را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد. پس از انقلاب ارتباطات در کشورمان در دهه ۱۹۹۰ میلادی شکاف نسلی وارد مرحله‌ی تازه‌ای شد. تفاوت در نگاه به دین و حجاب، رفتارهای اجتماعی، دوستی با جنس مخالف، تغذیه، موضع‌گیری‌های سیاسی و ... در نسل‌های مختلف قابل مشاهده است. شکاف نسل‌ها همیشه وجود داشته اما چالش پیشرو، تبدیل شکاف نسل‌ها به گسست نسل‌هاست و دو اتفاق مهم یکی مدرنیسم و دیگری انقلاب اطلاعات (جهانی شدن) موجب طغیان تغییرات سریع گشته که نسل‌های قبل هنوز توان درک آن را ندارند و نسل‌های جدید که نسل اینترنت

هم هستند در میانه انقلاب اطلاعات خواهان تغییرات سریع هستند و در شناخت هویت خویش دچار سر در گمی می‌شوند. جوانان به‌طور سنتی در خط مقدم استفاده از فناوری اطلاعات جدید بوده‌اند و در صدر آمار استفاده از اینترنت باقی مانده‌اند و خود را به‌عنوان اولین پذیرندگان ویژگی‌هایی مانند پیام‌رسانی فوری، اشتراک‌گذاری فایل‌های هم‌تا به هم‌تا و ابزارهای شبکه‌های اجتماعی متمایز می‌کنند شهروندان جوان امروزی جزو اولین کسانی هستند که با فناوری‌های دیجیتال احاطه شده‌اند آنها نه تنها تسلط خود را با روش‌های جدید برقراری ارتباط و ارتباط از طریق آنها نشان می‌دهند، بلکه به تعیین خطوط پذیرش آنها نیز کمک می‌کند (Xenos, 2008). شبکه‌های مجازی ساختار ارتباطی و اطلاعاتی را در دست‌گرفته‌اند و منجر به تغییر بافت اجتماعی جوامع شده‌اند امروزه بحث اجتماعی شدن آنلاین مطرح است که نشان از مرجعیت شبکه‌های اجتماعی برای هویت‌سازی می‌دهد طبق دیدگاه استوارت هال، در دنیای پست مدرن بخاطر رخداد جهانی شدن و تاثیرات آن بر هویت فرهنگی هویت چندتکه و مرکز‌زدا شده است. حال تاثیر جهانی شدن بر هویت را از طریق نظام بازنمایی توضیح می‌دهد از آنجا که زمان و فضا هماهنگ‌کننده‌های اصلی در نظام‌های بازنمایی هستند، جهانی شدن با دگرگونی ساختار و رویه‌های هماهنگ‌کننده زمان و فضا، پدیده هویت ملی را به چالش کشیده این دگرگونی در فضا، با درهم شکستن مفهوم خطی زمان، و جدایی فضا از مکان، امکان‌پذیرگشته. سیاست فضا و زمان و جدایی فضا از مکان، باعث جدا شدن هویت‌ها از مکان‌ها، تاریخ‌ها و سنت‌های خاص می‌شود و ما را با دامنه‌ایی از هویت‌های متفاوت روبرو می‌کند که هر کدام برای ما جذاب هستند از نظر حال همیشه این تنش میان عام‌گرایی و خاص‌گرایی وجود داشته و تنها در عصر جهانی شدن شدت گرفته، به این صورت که واکنش‌های آن هم‌زمان در دو مسیر به جریان می‌افتد، از یک سو میل به فرا رفتن از خود و جهانی شدن دارد، و از سوی دیگر تمایل به محدود

شدن، به محلی شدن دارد (هال، ۱۳۸۳: ۲۴). هال بیان می‌کند که همه این هویت‌های یکپارچه در حال زوال و فروپاشی هستند سوژه پست مدرن بر خلاف سوژه‌های قدیمی که دارای یک هویت یکپارچه و درونی بودند، اکنون از چندین هویت متناقض و حتی غیر قابل سازش به صورت همزمان تشکیل شده است. به عبارت دیگر منابع هویت در دنیای پست مدرن متنوع‌تر، متغیرتر و مساله دارتر شده. به زعم حال هویت به شیوه‌ایی تاریخی تعریف شده و نه بیولوژیکی، بنابراین پایه پای تغییرات تاریخی، سوژه در زمان‌های متفاوت هویت‌های مختلفی می‌پذیرد و اسطوره یک هویت یکپارچه و جهانشمول به خاطر تسلی خویشتن به وسیله روایتی آرامبخش از خود است. به تعبیر مشهور فوکویی از من نپرسید که چه کسی هستم و از من نخواهید که همواره همان کس باقی بمانم یافته‌های این پژوهش نیز هویت فرهنگی از دیدگاه استوارت هال را تایید می‌کند که هویت یک امر طبیعی نیست که از نسل‌های مختلف انتقال یابد بلکه شرایط فرهنگی و اجتماعی، سیاسی و اقتصادی بر هویت تاثیرگذار است. نتایج نشان می‌دهد که سن در تمام مدل‌ها تأثیر مثبت و معنی‌داری روی هویت اجتماعی دارد که نگرش‌های افراد در نسل‌های مختلف تغییر می‌کند هر نسل متناسب با زمانه‌ی خود وارد مرحله‌ی جامعه‌پذیری می‌شود و مرجع‌های الگو برداری در دوره متفاوت است در عصر حاضر با ظهور فناوری‌های نوین ارتباطی، حق انتخاب و تنوع انتخاب افراد از بین تنوع مراجع در فضای جهانی به قدری وسیع است که همین امر هویت شخصی افراد را متحول می‌کند و بازاندیشی هویتی را در زندگی روزمره موجب می‌شود شبکه‌ی ایران اینتر نشنال به عنوان یک اهرم فرهنگی بیگانه تاثیر منفی بر ابعاد هویت اجتماعی دارد که تاثیر آن بر نسل جوان که بیشتر از این شبکه استفاده می‌کنند مشخص است هرچند این رسانه بی‌طرفی را یکی از معیارهای بنیادی خود اعلام کرده و نوشته است: «خبرنگاری بی‌طرف مبتنی بر واقعیات و اطلاعات مستند، و پرهیز از

پیش‌داوری‌های شخصی و سیاسی است. در واقع همین بی‌طرفی است که خبرنگاری را از کار تبلیغاتی متمایز می‌کند به عبارتی بی‌طرفی یعنی جانب‌داری نکردن و ارائه‌ی طیفی از دیدگاه‌های مختلف (ایرنا، ۱۴۰۱) اما این شبکه به صورت هویت ستیزانه اخبار را پوشش می‌دهد و به جای این که اطلاع‌رسانی کند به تحلیل و پیش‌داوری اقدام می‌کند و اخبار را به صورت گزینشی انتخاب می‌نماید. در دوره‌های که در ایران تنش به وجود می‌آید سعی در تشدید تنش دارند مشکلات در ایران را بزرگ‌نمایی و سعی بر این دارند هویت اسلامی را از هویت ایرانی جدا کنند و با توجه به سناریونویسی در مشکلات ایران به دنبال تحریف واقعیت هستند که نوعی خودتحقیری را در بین جوانان تبلیغ می‌کند که این سناریو نویسی‌های هویت ستیزانه نیازمند پاسخی فکری و فرهنگی از سوی سیاست‌مداران و اندیشمندان است که بحث‌های آینده‌پژوهی در حوزه جنگ نرم و فضای مجازی را به طور جدی دنبال کنند. ویلیام استروس و نیل هوی معتقدند که هر نسل ویژگی منحصر به فردی دارد که بیانگر نگاه غالب اعضایش می‌باشد و در بردارنده سراسر دوره زندگی آن نسل می‌باشد.

در ایران اسلامی، سه نسل مختلف وجود دارند که از نظر هویت با هم دیگر تفاوت‌هایی دارند (یزدانی و قادری، ۱۳۹۰) در ابتدا، نسلی که فرایند جامعه‌پذیری آنان به سالهای دهه ۳۰ و ۴۰ باز می‌گردد، این نسل در درون خود تجربه‌هایی، مانند فضای باز دهه ۱۳۲۰، کودتای ۲۸ مرداد ۱۳۳۲ و پیامدهای آن تا قیام پانزده خرداد ۱۳۴۲ را دارد. نسل دوم، نسلی است که روند جامعه‌پذیری آنان به دهه ۵۰ برمیگردد و وقایع مهمی، مانند مبارزات دهه ۵۰، پیروزی انقلاب اسلامی، مقابله با جدایی طلبیها و مخالفان نظام اسلامی، جنگ تحمیلی و حوادث پس از آن تا دهه ۶۰ و ۷۰ را در برمی‌گیرد این نسل به خوبی قدر امنیت و آرامش حاکم بر کشور را می‌داند و وحشت جنگ را به چشم دیده‌اند اقتدار جمهوری اسلامی که به تنهایی در برابر جبهه‌ی غرب

و شرق ایستاد را با تمام وجود لمس کرده‌اند، در آخر هم نسل سوم را می‌بینیم نسلی که فرایند جامعه پذیری آنان به سالهای پس از پیروزی انقلاب اسلامی برگشته و تجربه‌هایی عینی در پیروزی انقلاب اسلامی، جنگ تحمیلی و حوادث پس از آن نداشته‌اند این نسل سختی‌های دوران گذشته را نکشیده‌اند متاثر از فضای مجازی و جهانی شدن قرار گرفته و از نظر هویتی به میزان زیادی با چالش روبه‌رو هستند که نیازمند توجه فراوان هستند چرا امروزه جنگ قدرت در جبهه‌های فرهنگی جریان دارند و استراتژی‌های اطلاعاتی و ارتباطی ستون‌های اصلی قدرت هستند نسل سوم درصد زیادی از جمعیت ایران را تشکیل می‌دهند. در این نسل، برخی از ویژگیها، مانند غیر فلسفی بودن، غیر ایدئولوژیک بودن، علاقه به جهان بیرون از ایران، علاقه به زندگی غیر سیاسی، تمایل به دین اخلاقی، علاقه مندی به نهادهای هنری و فرهنگی ایرانی، متکی به توانایی‌ها و منابع درآمد خود، توانایی بیشتر به کار جمعی و خصلت‌های دموکراتیک، توجه به ابعاد زیباشناسانه زندگی، آمادگی برای یادگیری از دیگر ملتها، تفکر واقع بینانه و کاربردی در زندگی و بسیاری دیگر مشاهده می‌شود (علیخانی، ۱۳۸۲: ۱۷۲) باید پذیرفت در سال‌های اخیر با توجه به افزایش نقش شبکه‌های اجتماعی در زندگی روزمره مردم به تدریج تغییرات زیادی در مجموعه هویت اجتماعی، رفتارهای مردم به خصوص نسل جوان تر رخ داده شبکه‌های مجازی منجر به تغییر در عادات و عقاید و فرهنگ مردمان گشته است که نیازمند آینده پژوهی بیشتر در مورد هویت فرهنگی است.

۷. منابع

ارمکی، آزاد، تقی و غفاری، غلامرضا (۱۳۸۳). جامعه‌شناسی نسلی، تهران: پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی.

آنجلا مک رابی (۱۴۰۲). کاربردهای مطالعات فرهنگی، یک درسنامه مترجم امیر صفری، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.

کلاتری، عمار (۲۲ شهریور ۱۴۰۱). راستی آزمایی یک ادعا آیا ایران اینترنتی است؟ یک رسانه مستقل است؟ ایرنا، قابل دسترسی در سایت : <https://www.irna.ir/news/84885092/>

ایمان، محمدتقی و کیذقان، طاهره (۱۳۸۱). بررسی عوامل مؤثر بر هویت اجتماعی زنان، بهار، ۸۲، فصلنامه علمی پژوهشی علوم انسانی دانشگاه الزهرا (س) سال دوازدهم و سیزدهم، شماره ۴۴ و ۴۵.

باقری، قاسم (۱۳۹۰). بررسی تاثیر شبکه های ماهواره ای بر امنیت جمهوری اسلامی ایران مطالعه موردی شبکه های BBC و VOA، پایان نامه کارشناسی ارشد، گرایش جغرافیا سیاسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران.

بیکر، ترزال (۱۳۷۷). نحوه انجام تحقیقات اجتماعی، ترجمه هوشنگ ناییبی، تهران: انتشارات روشن.

پرسشنامه هویت اجتماعی صفاری نیا با توجه به دو بعد هویت فردی و جمعی برگرفته از نظریات ریچارد چنکینز (۲۰۰۸) توسط صفاری نیا و روشن (۱۳۹۰).

ترکان منش، احمد (۱۴۰۰). بررسی مقایسه ای اخبار مربوط به زنان ایرانی در وبسایت تلویزیون های بی بی سی فارسی، ایران اینترنتی و صدای آمریکا، کارشناسی ارشد، دانشگاه ادیان و مذاهب.

جاویدی، اسرافیل، احمدی، حبیب و رجبی، ماهرخ (۱۴۰۰). مطالعه جامعه شناختی تأثیر شبکه های اجتماعی مجازی بر شکاف نسلی: مورد مطالعه دانشجویان دانشگاه شیراز. فصلنامه توسعه اجتماعی ۱۶(۲).

حسین زاده، فهمیه (۱۳۸۶). جنبش های اجتماعی نوین: تهدید یا فرصت، مجله سیاست داخلی وزارت کشور، سال اول، شماره دوم بهار ۱۳۸۶.

درزی رکاوندی، عادل (۱۳۹۴). شکاف نسلی و عوامل شکل گیری آن مور و مطالعه جوانان ۲۴_۲۰ ساله و پدران آنان، پایان نامه دوره ارشد گرای جامعه شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران.

رازقی، نادر؛ حاتمی طاهر، فردوس و محمدی، نریمان (۱۳۹۷). مجازی شدن کنش های نسلی: مطالعه فرآیند برساخت معناهای نسلی در شبکه های اجتماعی مجازی، فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی، ۲۷(۷)، ۲۲۷-۲۶۰.

روشه، گی (۱۳۷۰). کنش اجتماعی، ترجمه هما زنجانی زاده، چاپ دوم، مشهد: دانشگاه فردوسی.

سولیوان، تام؛ ساندرز، دانی؛ هارتلی، جان؛ فیسک، جان (۱۳۸۵). مفاهیم کلیدی ارتباطات، ترجمه میر حسین رئیس زاده، تهران: نشر فصل نو.

حسینی، سیدجلال (۱۴۰۱)، (۷۰ درصد معترضان زیر ۲۰ سال سن دارند)، روزنامه اعتماد، قابل دسترسی در سایت: <https://www.etemadonline.com/>

سیف، حامد (۱۴۰۰). بازنمایی جمهوری اسلامی و پهلوی در شبکه تلویزیونی من و تو، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی.

عباسی قادی، مجتبی و خلیلی کاشانی، مرتضی (۱۳۹۰). تاثیر اینترنت بر هویت ملی، تهران: نشر پژوهشکده مطالعات راهبردی.

علیخانی، علی اکبر (۱۳۸۲). نگاهی به پدیده گسست نسل ها، تهران: پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.

فتحی، سروش و مطلق، معصومه (۱۳۹۰). جهانی شدن و فاصله نسلی (مطالعه جامعه شناختی فاصله نسلی: با تاکید بر فن آوری اطلاعات و ارتباطات، فصلنامه مطالعات راهبردی سیاستگذاری عمومی، ۵(۲)، ۱۴۲-۱۵۴.

کاظمی، شعاع مهر آور، معینی (۱۳۹۳). آسیب‌های اجتماعی با تاکید بر تئوری‌های زیربنایی و راهکارهای مقابله‌ای، چاپ چهارم ناشر، آوای نور چاپ چهارم گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸). پیامدهای مدرنیته، ترجمه محسن ثالثی، چاپ اول، تهران: نشر مرکز.

مقتدایی، مرتضی و زیبا کلام، صادق (۱۳۹۹). نقش ابزارهای رسانه‌ای پیشرفته در ایجاد شکاف نسل‌ها در ایران با نگاهی به بیانیه گام دوم انقلاب، فصلنامه علمی مطالعات میان فرهنگی، ۱۵(۴۲)، ۳۵-۶۲.

مقتدایی، مرتضی؛ ازغندی، علیرضا؛ طاهری، ابوالقاسم، و صلاحی، ملک یحیی. (۱۳۹۷). سیاستگذاری فرهنگی و مدیریت شکاف نسلی در ایران. مطالعات میان فرهنگی، ۱۳(۳۴)، ۱۱۳-۱۴۱.

منصوری سده، منصوره (۱۳۹۱). نقش جهانی شدن در هویت فرهنگی جوانان با تاکید بر اینترنت و ماهواره، کارشناسی ارشد، گرایش تحقیقات ارتباطات، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرکز.

ناظمی اردکانی، مهدی و نجات پور، مجید (۱۳۹۵). انقلاب اطلاعات و تاثیر آن بر جنگ نرم، فصلنامه پژوهش‌های راهبردی سیاست، سال چهارم، شماره ۱۶.

هال، استوارت (۱۳۹۶). معنا، فرهنگ و زندگی اجتماعی، ترجمه احمد گل محمد، چاپ سوم، تهران: نشر نی.

هال، استوارت (۱۳۸۳). بومی و جهانی: جهانی شدن و قومیت، ترجمه بهزاد برکت، فصلنامه ارغنون. شماره ۲۴، مؤسسه مطالعات و تحقیقات فرهنگی.

همتیان، تاجیک اسماعیلی (۱۳۹۹). بررسی رابطه میزان استفاده از تلگرام با شکاف نسلی (مورد مطالعه: جوانان شهر تهران و والدین آنها). مطالعات راهبردی فرهنگ، (۱)۱، ۱۵۳-۱۸۲.

همتیان، تاجیک اسماعیلی (۱۳۹۹). بررسی رابطه میزان استفاده از تلگرام با شکاف نسلی (مورد مطالعه: جوانان شهر تهران و والدین آنها). مطالعات راهبردی فرهنگ، (۱)۱، ۱۵۳-۱۸۲.

همتیان، نازنین، تاجیک اسماعیلی، سمیه، (۱۳۹۹). بررسی رابطه میزان استفاده از تلگرام با شکاف نسلی (مورد مطالعه: جوانان شهر تهران و والدین آنها). مطالعات راهبردی فرهنگ، (۱)۱، ۱۵۳-۱۸۲.

همتیان، نازنین و تاجیک اسماعیلی، سمیه. (۱۴۰۰). بررسی رابطه میزان استفاده از تلگرام با شکاف نسلی (مورد مطالعه: جوانان شهر تهران و والدین آنها). فصلنامه علمی مطالعات راهبردی فرهنگ، صص ۱۵۳-۱۸۲.

ویندال، سون؛ سیگنایترز، بنو و اولسون، جین (۱۳۹۷). کاربرد نظریه‌های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، چاپ اول، انتشارات علمی و فرهنگی.

یزدانی، عنایت‌الله و قادری، علی (۱۳۹۰). شکاف نسل‌ها بررسی جامعه شناختی فاصله نسل‌ها از انقلاب اسلامی تاکنون. فصلنامه مطالعات انقلاب اسلامی، ۲۴(۸)، ۲۰۷-۲۳۸.

Aggarwal, M., Rawat, M. S., Singh, S., Srivastava, S., & Gauba, P. (2017). Generation gap: An emerging issue of society. *International Journal of Engineering Technology Science and Research*, 4(9), 973-983.

Banduran, A. (1986). *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*. Englewood Cliffs, Nj: Prenticehall.

Banduran, A. (1994). *Social Cognitive Theory and Mass Communication*. In Bryant & D. Zilmann (Eds), *Media Effects: Advance in Theory and Research*.

Bolin, G. (2014) "Media Generations: Objective and Subjective Media Landscapes and Nostalgia among Generations of Media Users." *Journal of Audience & Reception Studies*, 11 (2): 108- 131.

Burk.1991;836;koger;1996;9 Identity Process and social stress;American Sociological Review.Vol 56;1991

Duncan, Steve. (2005).Is There A Generation Gap.taken from

Hall, S. (2015). *Cultural Identity and Diaspora*. In *Colonial discourse and post-colonial theory* (pp. 392-403). Routledge.

Hall, S., & Du Gay, P. (Eds.). (1996). *Questions of cultural identity: SAGE Publications*. Sage.

Halperin, R., & Dror, Y. (2016). Information privacy and the digital generation gap: An exploratory study. *Journal of Information Privacy and Security*, 12(4), 166-180.

Henry , Ryan (1998) , *The Information Revolution and International Security* , Center for Strategic and International Studies.

Herring, S. C. (2008). *Questioning the generational divide: Technological exoticism and adult constructions of online youth identity*. MacArthur Foundation Digital Media and Learning Initiative.

Kamali Dehghan, Saeed (22 Sep 2018). "Terrorists kill Iranian children and soldiers in military parade attack" *Guardian*.

Logan, R. K. (2010). *Understanding new media: extending Marshall McLuhan*. Peter Lang.

Mokhtarpour, M., & Kiani, M. (2020). *Theoretical Explanation of the Use of Cyberspace and the Evolution of Family Structure in Iran with Emphasis on*

the Concept of Generation Gap. IAU International Journal of Social Sciences, 10(3), 77-88.

Moller, Herbert, 1968, Youth as a force in the modern world comparative studies, in Society and History, vol:10, No.3, April 1968.

Patil, S.K. (2014). A sociological perspective of generation gap, International Journal of Innovative Research and Development 3(3), 312-4.

Siibak, A., Vittadini, N., & Nimrod, G. (2014). Generations as media audiences: An introduction. *Participations*, 11(2), 100-107.

Thomason, S. J., Weeks, M. R., & Galperin, B. (2022). An exploratory analysis of generational differences in the World Values Surveys and their application to business leaders. *Ethics & Behavior*, 1-14.

Wehmeier, S., & Ashby, M. (Eds.). (2000). *Oxford advanced Learner's dictionary of current English: a history*. Oxford University Press

Xenos, M., & Foot, K. (2008). Not your father's Internet: The generation gap in online politics. *Civic life online: Learning how digital media can engage youth*, 51-70.