

تاریخ دریافت: ۹۰/۰۶/۲۳

تاریخ پذیرش: ۹۰/۰۸/۰۲

طبقه متوسط جدید، تفاوت (یا گسست) نسلی و بایسته‌های سیاست‌گذاری رسانه

نوشته

وحید یامین پور*

چکیده

رسانه ملی در کوران رقابت با انواع رسانه‌های نوین طبقه باید مبتنی بر تعریف دقیق خود از وضعیت مخاطبان سیاست‌های خود را تنظیم نماید. ایران معاصر بنا بر انبوهی از ادبیات تولیدشده در حوزه جامعه‌شناسی توسعه و جامعه‌شناسی تغییرات اجتماعی، محمل تغییراتی در نگرش و سبک زندگی بوده است. این تفاوت‌ها بیشتر خود را در طبقه متوسط جدید شهری به‌عنوان مهم‌ترین کنشگران اجتماعی و سیاسی ایران معاصر نشان می‌دهد. مقاله حاضر با بررسی نسبت این طبقه، به‌ویژه نسل‌های متأخر آن با انواع رسانه‌های نوین به بازشناسی ویژگی‌های فرهنگی و سیاسی طبقه متوسط جدید در ایران خواهد پرداخت. از طرفی به علت تغییر در معنا و کارکرد خانواده‌ها و تحولات جمعیتی و تحولات ارزشی در بخشی از نخبگان سیاسی، در روابط میان‌نسلی اختلالاتی به وجود آمده است که کاهش ارتباطات کلامی و گسست عاطفی، احساس آتومی سیاسی و اختلال در جامعه‌پذیری از آن جمله است. مقاله حاضر به سیاست‌گذاران رسانه‌ای کشور این امکان را خواهد داد تا با در دست داشتن تصویر واقع‌بینانه‌ای از وضعیت نگرشی و ویژگی‌های تاریخی و فرهنگی ایران در برنامه‌ریزی برای تأمین برنامه‌ها یا تولید محتوا اقدام کنند.

کلیدواژه: طبقه متوسط جدید، تفاوت (یا گسست) نسلی، جامعه‌پذیری سیاسی، سیاست‌گذاری رسانه.

مقدمه

هویت اجتماعی ایرانیان در چند دهه اخیر بیشتر از چه زمینه‌ای تأثیر پذیرفته است و یا به عبارتی، بیشتر به کدام زمینه ربط پیدا می‌کند؟ آنچه امروزه در جامعه شاهد آن هستیم، ترکیب ناموزون و نامتعادلی از عناصر برگرفته از حوزه‌های مختلف ملی، بین‌المللی و دینی و غیردینی است. از سوی دیگر، عناصر هویتی در میان گروه‌های سنی جامعه ایرانی تا حد قابل توجهی از

هم متمایز است؛ این زمینه بحث ما در حوزه تفاوت (یا گسست) نسلی است. فرض این است که برای مثال، گروه‌های سنی بالاتر بیشتر متأثر از حوزه‌های ملی، تاریخی، سنتی و مذهبی می‌باشند؛ در مقابل، گروه‌های سنی جوان‌تر بیشتر تحت تأثیر حوزه‌های بین‌المللی، نوین و مادی و یا به‌طور کلی، بیشتر متأثر از نتایج جهانی‌سازی می‌باشند. این اتفاق مطلوب یا غیرمطلوب نمی‌تواند از توجه سیاست‌گذاران رسانه پوشیده بماند. سیاست‌گذاری رسانه‌ای را عبارت از اصول و هنجارها و راهبردهایی کلی و کلان که بر هدایت کلان رسانه‌ها در نیل به اهداف مشخص یک نظام حاکم است، تعریف کرده‌اند (هاچیسون، ۱۹۹۹: ۹۸، به نقل از خاشعی، ۱۳۹۰: ۲)؛ بنابراین، سیاست‌گذاری رسانه‌ای هم روش و ابزار رسیدن به هدف و هم راهبردها را شامل می‌شود؛ لذا سیاست‌گذاری رسانه‌ای آمیزه‌ای از تجربیات گذشته، مصححت عامه جامعه و آینده‌نگاری رسانه‌ای است. سیاست‌گذار رسانه‌ای باید به چگونگی و قابلیت اجرا و عملیاتی شدن یک سیاست در جامعه نیز توجه داشته باشد. در طی قرن چهاردهم خورشیدی (۲۰۰۰-۱۹۲۰م.) دوره‌های عدم توازن در توجه به جنبه‌های اساسی هویت ایرانی (هویت تاریخی و هویت دینی) وجود داشته است. در دوران پهلوی (پیش از انقلاب اسلامی) به شکلی افراطی بر ایرانیت تأکید شده و جنبه‌های دینی و مذهبی تا حد قابل توجهی مغفول مانده بود. در مقابل، در سال‌های نخست پس از انقلاب اسلامی، هویت تاریخی ایرانی کمتر مورد توجه قرار گرفته است. بی‌توجهی به هریک از ارکان یادشده، با توجه به پیشینه تاریخی و مذهبی جامعه ایرانی، می‌تواند منجر به نوعی اختلال هویتی در جامعه ایرانی گردد. با توجه به تأثیر جهان‌شمول رسانه‌های جهانی به‌ویژه رسانه‌های غربی، امروزه بی‌توجهی به هویت و ریشه تاریخی آثار جبران‌ناپذیری را برای افراد جامعه به دنبال دارد. آنچه در کوی و برزن شاهد آنیم، نمادهای ظاهری است که بی‌ارتباط با هویت معنایی افراد جامعه ایرانی نیستند. گرایش به "مد" گویای سطحی شدن ویژگی‌های رفتاری و هویتی جوانان است. این ویژگی‌ها که عمدتاً از دنیای برون‌مرزی و با نگاه کورکورانه دریافت و پیاده می‌شوند، در نبود یک زمینه هویتی نسبتاً پایدار و تاریخی قدرت ظهور می‌یابند.

در یک کلام، اینکه جامعه ایرانی، همانند همه جوامع دیگر تحت تأثیر کانون‌های مختلفی بوده و هویت اجتماعی آن نیز در پرتو همین تعاملات شکل گرفته است. در عین حال، نوعی بی‌سازمانی اجتماعی در حوزه‌های تربیتی و رفتاری نشانه‌های گسست هویتی را نمایان کرده است. با این همه، برای برخی از جامعه‌شناسان به‌ویژه ناظران خارجی رشد میزان معنابهی از جوانان ایرانی معتقد به اهداف انقلاب اسلامی و متعهد به قانون اساسی مسئله‌ای جدید و قابل مطالعه می‌نماید. هرچند رهبران دینی و سیاسی ایران به‌طور مداوم از بروز ناهنجاری‌های اخلاقی و بی‌توجهی به دین در میان جوانان ایرانی ابراز نگرانی می‌کنند، همواره به آن روی سکه اجتماعی، یعنی ظهور فزاینده نسلی از جوانان بنیادگرا و ضد غرب در ایران هم اذعان

کرده‌اند. در نهایت، وضعیت به‌ظاهر متعارض تغییرات اجتماعی در ایران باعث شده است تا متفکران اجتماعی از تعبیر متفاوتی چون گسست نسلی یا تفاوت نسلی در ایران سخن بگویند. در تحلیل علل و ویژگی‌های تفاوت (یا گسست نسلی) در ایران نمی‌توان از تحولات در سبک زندگی و نگرش عمومی به دین و ارزش‌ها که در حوزه مطالعات جامعه‌شناسی توسعه یا جامعه‌شناسی تغییرات اجتماعی می‌گنجد، چشم‌پوشی کرد. با این ملاحظه، باید به شکل‌گیری طبقه متوسط جدید شهری، کارکردها و ویژگی‌های جامعه‌شناختی آن توجه کرد؛ زیرا مهم‌ترین ویژگی مشهود ما در جامعه امروز ایران از کنار این طبقه آغاز می‌شود. طبقه‌ای که فعال‌ترین مشارکت سیاسی و اجتماعی را دارد و از طرفی، جدی‌ترین و مستمرترین مخاطبان رسانه‌ها هستند.

۱. زمینه‌های شکل‌گیری اختلال هویتی و تفاوت نسلی در ایران معاصر

نوسازی رضاخان با شکل گرفتن اجباری نهادهای مدرنی چون ارتش، ادارات جدید دولتی و رسانه‌های مدرن، زمینه‌ساز شکل‌گیری یک طبقه اقتصادی و معیشتی مشترک شد. این طبقه به‌تدریج در موقعیت‌های اجتماعی و فرهنگی رفتارها و کنش‌های مشابهی را از خود نشان دادند؛ برای مثال، تعداد افراد شاغل در ارتش رضاخان در طول ۱۵ سال از ۱۹۲۵ تا ۱۹۴۱ به یکباره تا بیش از ۳ برابر (۱۲۵ هزار نفر) افزایش یافت و این خود نخستین هسته شکل‌گیری طبقه متوسط جدید شهری (Middle Class) را تشکیل داد. (عراقی، ۱۳۸۶: ۳۵).

ممکن است تصور شود که با پیوستن طبقه متوسط به طبقه پایین، این طبقه در ایران در حال کوچک‌تر شدن است، ولی شواهد نشان می‌دهد که طبقه متوسط در حال رشد است. باز هم باید توجه شود که طبقه متوسط بر پایه سه متغیر ثروت، منزلت و قدرت تعریف می‌شود. حتی اگر ثروت به‌تنهایی مراد باشد نیز طبقه متوسط به‌ویژه لایه‌های پایین و متوسط آن تا امروز رشد کند خود را حفظ کرده است. کافی است نقل و انتقال ملک در تمامی شهرهای کشور، نوسازی بافت‌ها، رشد عمودی شهرها در تمامی محله‌ها و مناطق تحلیل گردد تا معلوم شود طبقه متوسط ایرانی در گرماگرم کاهش عددی طبقه متوسط کشورهای پیشرفته، رو به رشد بوده است.^۱

دیوان‌سالاری طبعاً نیروی انسانی متناسب با خود را تولید خواهد کرد. گسترش روزافزون نهادهای اداری جدید از دو جهت قابل مطالعه است: نخست از این حیث که این نهادها با ویرانی نهادهای سنتی یا دست‌کم، کم‌اثر کردن آن‌ها مجال گسترش می‌یافتند و این خود جامعه سنتی ایران را در یک شوک تاریخی فرو می‌برد و دیگر اینکه این تغییر نه فقط یک تغییر در نهادها و ساختارهای اقتصادی و اجتماعی که تغییری با مبنای انسان‌شناختی است. به عبارت دیگر، تربیت نیروی انسانی متخصص و متناسب با نهادهای مدرن، خود حرکتی در جهت نهادینه کردن سیستم تعلیم و تربیت غربی و جایابی نظام ارزش غرب در خلل و فرج جامعه نیمه‌سنتی ایران آن روز به حساب می‌آید. این روند تا جایی است که برخی اساساً از طبقه متوسط جدید با نام "بوروکرات" نام می‌برند که دربردارنده معانی بهره‌مندی از مهارت فنی و

قدرت اداره سازمان‌های دولتی است. این تعبیر به‌خوبی نشانگر اثرپذیری تربیت این طبقه از آموزش‌های غربی است (فیض‌اللهی، ۱۳۷۶: ۵۳).

برخی متفکران مانند بوردیو اساساً طبقه متوسط را با عقلانیت مصرف تعریف می‌کنند. با این تعریف، طبقه متوسط جدید کمر بند انتقالی طبقات است که نه به سبک زندگی بورژوازی قدیمی قانع است که اخلاق را وظیفه خود می‌داندست و نه شبیه طبقه کارگر است. طبقه متوسط جدید یا خرده‌بورژوازی به اخلاق تفنن و تفریح بیشتر اعتقاد دارد. اینان از سر تفنن و سرگرمی مصرف می‌کنند که وی آن را اخلاق خوش‌گذرانی می‌نامد. از طرفی در اثر فرایند جهانی شدن و گسترش روزافزون فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، دامنه مقاومت فرهنگی (Cultural Resistance) نسل جدید نیز گسترش می‌یابد (Bourdieu, 1993: 78).

بنابراین، در تعریف ویژگی‌های طبقه متوسط اجتماعی ناچار به سبک زندگی مصرفی این طبقه باید توجه شود؛ برای مثال می‌توان شیوه گذران وقت و اوقات فراغت را بررسی کرد. برخی اساساً پیدایش مقوله مدرن فراغت را برآمده از آغاز زیست تاریخی طبقه متوسط جدید می‌دانند. در ایران، رفتن به کلاس‌های زبان برای پیشرفت درسی و کاری و یا رفتن به باشگاه ورزشی برای حفظ سلامت، شادابی و تناسب اندام جزء گرایش‌های رفتاری طبقه متوسط اجتماعی است (رفعت‌جاء، ۱۳۸۷)، آن‌چنان‌که بالا رفتن مصرف رسانه نیز جزء همین اخلاق دسته‌بندی می‌شود.

علاوه بر جایگاه و موقعیت اقتصادی مشابه که زمینه شکل‌گیری طبقاتی طبقه متوسط جدید را رقم می‌زند، به اجمال می‌توان تحصیل‌کردن و علاقه به تحصیلات عالی، نرمش و کاهش تعصب دینی و نوگرایی به مفهوم مدرن را می‌توان از مهم‌ترین ویژگی‌های این طبقه در ایران ارزیابی کرد. طبقه متوسط ایران لزوماً غربگرا نیست، اما در بسیاری از جنبه‌ها دلیلی برای تعارض با برگرفتن ارزش‌های غربی نمی‌بیند و در نهایت، به‌طور ظاهری به آن‌ها گرایش دارد. به عبارت دیگر، او «متجددمآب» است و حتی در روش دینداری خود متناسب با ظاهر نسبتاً لوکس و مدرن رفتار می‌کند. این مسئله گاهی به نوعی تفریط در دینداری یا به اصطلاح تساهل و تسامح در دین می‌انجامد تا آنجا که برخی نظریه‌پردازان غربی معتقدند با افزایش جمعیت طبقه متوسط جدید که کمتر در بند سنن و آیین‌های دینی خود است، از سطح افراطی‌گری و بنیادگرایی در جهان کاسته خواهد شد و تنش‌ها و درگیری‌های اجتماعی، اگر نه سیاسی کاهش می‌یابد (بورژوازی بالنده...، ۱۳۸۷). این همان چیزی است که اصلاح‌طلبان ایرانی در جدال‌های سیاسی روی آن حساب می‌کنند.

اما مهم‌ترین ویژگی این طبقه نسبت آن با رسانه‌هاست. یک اصل در تحلیل کنش سیاسی طبقه متوسط جدید همواره حضور دارد و آن اینکه برخلاف تصور رایج، افراد این طبقه در دوران ما بیش از آنکه به دنبال خواسته‌های طبقاتی‌اش باشد، در جستجوی رضایت فکری هستند. هرچند به‌طور کلاسیک در جامعه‌شناسی اقشار و نابرابری‌های اجتماعی، طبقه متوسط

به عنوان مبلغ تجمل گرایی، و متصف به اخلاق بورژوازی دانسته می شود، تاریخ معاصر ایران نشان داده است که رواج گفتمان های حتی ضد امپریالیستی نیز توانسته بدنه اجتماعی این طبقه را به تحرک وادارد. دهه های ۴۰ و ۵۰ شمسی در ایران سال های گرایش شدید بخشی از نیروهای اجتماعی طبقه متوسط تهران نشین مانند روشنفکران، دانشجویان و حتی مزدبگیران به عناصر ضد امپریالیستی گفتمان مارکسیستی است. در واقع، این طبقه در آن سال ها واجد نوعی عقلانیت ضد مصرفی و ضد آمریکایی و به طور کلی ضد غربی است. روشنفکرانی مانند جلال آل احمد که خود به عاملی برای مبارزه ادبی و فرهنگی با غرب تبدیل می شود، نمادی از اصرار طبقه متوسط اجتماعی بر مطالبات فکری خویش است (یامین پور، ۱۳۸۸: ۱۴)؛ بنابراین، این نکته ای حائز اهمیت است که همواره طبقه متوسط جدید را به عنوان بخشی از بدنه اجتماعی شناخت که فعالانه برای برخورداری از سطح جدی تری از تحلیل و فهم اوضاع زمانه خود سعی در برقراری ارتباط با روشنفکران و فرآورده های روشنفکری دارد. بنابراین باید دانست که نمی توان از ارتباط این طبقه با رسانه ها چشم پوشی کرد. رسانه ها و سایر فرآورده های روشنفکری نقش گروه های مرجع را برای این طبقه ایفا می کنند. ارضای حس و نیاز به رضایت فکری و اقناع سیاسی و فرهنگی، اقشار مختلف طبقه متوسط اجتماعی به ویژه دانشجویان و متخصصان تحصیل کرده را به سوی استفاده بیشتر از رسانه ها سوق می دهد. نیاز و علاقه اینان به وسایل ارتباط جمعی به عنوان حد فاصل نخبگی با خود طبیعتاً بسیار بیشتر از ارتباط سایر طبقات اجتماعی (چه طبقه های پایین مانند روستائیان یا طبقات بالای برخوردار و یا حتی طبقه متوسط سنتی) است (فیاض، ۱۳۸۸: ۵).

ارتباط با رسانه بی تردید برای نوجوانان این طبقه بخشی از زندگی عادی به حساب می آید. برخی این نسل (متولدان سال های ۱۳۷۰ تا ۱۴۰۰) را با اعتیاد به فناوری های نوین ارتباطی همچون تلفن همراه، دریافت پیام های کوتاه طی شب و استفاده از پایگاه های شبکه بندی اجتماعی تعریف می کنند و حتی آنان را یک نسل ضد اجتماعی می دانند (خاشعی، ۱۳۹۰: ۸). برخی از ویژگی های فرهنگی و اجتماعی این نسل عبارت اند از:

۱. رشد چشمگیر استفاده از فناوری های نوین ارتباطی و اطلاعاتی همچون بازی های رایانه ای و شبکه های مجازی به گونه ای که به این نسل، نسل شبکه (نت) (Net Generation) می گویند. از جهت دیگر، این نسل را نیز نسل دیجیتال زده (Digital Natives) نیز می گویند.
۲. آشنایی بسیار بالا و بدون واسطه با فرهنگ لیبرال جهان از طریق رسانه های ماهواره ای، رسانه های مجازی و مجله های هنری و ورزشی.
۳. تجربه فروپاشی خانواده برای این نسل که به علت اشتغال شدید پدر و مادر در خارج از خانه رخ داده است. نتیجه این اتفاق در همنشینی های طولانی مدت این نسل با گروه های همسالان دیده می شود.

۴. اعضای این نسل مصرف‌کنندگان فعال و قهاری هستند که نفوذ بالایی هم بر تصمیمات خرید والدینشان دارند؛ لذا بیش از هر نسل دیگری قویاً در معرض بازاریابی شرکت‌های تجاری‌اند.

۵. افراد این نسل دارای رایانه شخصی، وب نوشته شخصی، تلفن همراه و اشتراک در شبکه‌های مجازی همانند فیس‌بوک هستند.

۶. افراد این نسل به‌طور منظم به موسیقی و سایر محتواهای مجازی از طریق دانلود کردن و یا به اشتراک‌گذاری (Peer to Peer File Sharing) می‌پردازند.

۷. تجربه سبک زندگی جنسی و رمانتیک و همچنین، نداشتن وفاداری و وابستگی متقابل به طرف مقابل در زندگی این نسل بارز است.

۸. گرایش بالای این نسل به جریان‌های معنوی نوظهور و انحرافی و همچنین، گروه‌های مرجع اجتماعی سکولار حائز اهمیت است (کوثری، ۱۳۸۷: ۷۳).

رسانه‌ها با فراهم آوردن اسباب و لوازم، به ادراک ما از سایر گروه‌ها، سازمان‌ها و رویدادها شکل می‌دهند. به نظر مک‌کوئیل، نهاد رسانه به کار تولید، بازتولید و توزیع معرفت به معنای وسیع آن، یعنی نمادهایی یا مرجع‌هایی معنادار و قابل تجربه در جهان اجتماعی اشتغال دارد. این معرفت ما را توانا می‌سازد تا به تجربه خود معنا ببخشیم، به دریافت‌های ما از این تجربه نظم و نسق می‌دهد و ما را یاری می‌کند تا معرفت‌های گذشته را محفوظ نگهداریم و به درک امروزی خود استمرار بخشیم. رسانه‌ها وظیفه انتشار انواع معرفت را برعهده دارند، پس به جای دیگر نهادهای معرفتی (آموزش و پرورش، دانشگاه و...) هم عمل می‌کنند (ملک‌پور، ۱۳۹۰). بنابراین می‌توان مدعی بود در ایران رسانه‌ها طبقه متوسط را بازتولید کرده و به ابعاد فرهنگی و سبک زندگی متناسب با این طبقه قوام بخشیده‌اند. این همان انتظاری است که نظریه‌های کلاسیک جامعه‌شناسی ارتباطات نیز به آن اشاره دارند.^۲

۲. اثرات تغییرات معنایی و کارکردی خانواده در تفاوت (یا گسست نسلی)

روشن است که رسانه در مسیر برنامه‌ریزی‌های کلان و آینده‌نگاری‌های خود ناچار از داشتن برآوردی واقع‌بینانه از وضعیت خانواده و روابط میان‌نسلی در جامعه است؛ چه آنکه حفظ و تقویت خانواده هم مطابق بر اصول متعدد قانون اساسی و هم در اندیشه بانیان و حاکمان انقلاب اسلامی همواره یکی از اهداف نظام اسلامی به شمار می‌آید. هرچند این تفکر برای روشنفکران غرب‌گرا بیشتر در چارچوب‌های نظری لیبرالیستی بخشی از گرایش‌های پدرسالارانه جمهوری اسلامی دانسته شده است (بشیریه، ۱۳۷۸: ۳۴). تغییر در سبک زندگی روزمره از پدیده‌هایی است که توجه کارشناسان را به خود معطوف و نگرانی‌هایی را نسبت به آینده خانواده در آنان ایجاد کرده است. خانواده در ایران مندرج در یک نظام معنایی دینی فهم شده است؛ اما شواهد اجتماعی به نگرانی‌هایی در حوزه عرفی شدن این نظام معنایی دامن زده است. معناداری از خانواده طبعاً در شکل و محتوای روابط میان‌نسلی و در نهایت، کارکرد آن اثرگذار خواهد بود.

سؤال این است که آیا پس از انقلاب اسلامی الگوی روشن و قابل ارائه‌ای برای ساختن یک خانواده اسلامی برای حفظ همبستگی (Solidarity) و جلوگیری از گسیختگی روابط میان‌نسلی ارائه شده است؟ شورای فرهنگی- اجتماعی زنان ایران در سند "سیاست‌های تشکیل، تحکیم و تعالی خانواده در نظام اسلامی" مصوب مهر ۸۳، ترسیم الگوی خانواده متعادل و تبیین ویژگی‌های الگویی خانواده آرمانی را در اسلام به عنوان یکی از راهبردهای اساسی و قابل اجرا مطرح می‌کند و دفتر مطالعات زنان حوزه علمیه شهر قم (که از ابتدا به عنوان مهم‌ترین کانون تعیین‌کننده جهت‌گیری‌های کلی مذهبی در ایران شناخته شده است) نیز "ساختار خانواده در اسلام"، "کارکردهای خانواده از نگاه دینی"، "سیاست‌ها و راهبردهای کارآمدی خانواده" و سایر مباحث مربوط به خانواده را از جمله مداخل پژوهشی، پیشنهاد می‌کند. آنچه در دسترس ما قرار دارد، عمدتاً آیات و سیره و احادیث دسته‌بندی‌شده درباره حقوق و تکالیف همسران و توصیه‌های اخلاقی به آن‌هاست، بدون آنکه الگویی منسجم به دست دهد و برای هزاران پرسش امروز زنان و مردان، پاسخی فراهم آورد؛ به عبارت دیگر، درحالی‌که انتظار می‌رفت از میان گزاره‌های دستوری اسلام الگویی جامع برای خانواده اسلامی- ایرانی ارائه شود، تاکنون چنین اتفاقی رخ نداده است.

از منظر مطالعات جامعه‌شناختی، تغییر در شرایط اجتماعی و اقتصادی، موجب تغییر در کارکردهای خانواده خواهد شد؛ به عبارت دیگر، با تغییر شرایط اقتصادی و اجتماعی و تغییر در تعاریف بعضی کارکردها و حذف برخی دیگر، ممکن است شاهد مواردی نظیر پذیرش ارضای نیازهای جنسی خارج از چارچوب خانواده، کاهش وظایف حمایتی مرد در قبال همسر، تضعیف کنترل و نظارت خانواده بر فرزندان و نادیده گرفتن تفاوت‌های جنسیتی در پذیرش نقش‌های اصلی و... باشیم. در مقابل این دیدگاه، از منظر دینی، کارکردهای خانواده متعادل، ارزش‌های مطلق است که به دلیل ریشه داشتن در طبیعت انسان و هدف از آفرینش وی، نباید تابع شرایط اجتماعی تعریف شود.

این خانواده، از یک سو، هنوز گرفتار بعضی سنت‌های غلط گذشته مانند بی‌عدالتی و ظلم به زنان است و از سوی دیگر، آموزه‌های مدرن مانند انکار تفاوت‌های جنسیتی، اختلاط نقش‌ها، فردگرایی و اصالت لذت‌های دنیایی، سلامت، ثبات و حتی کیان خانواده را به خطر انداخته و آسیب‌های جدی اجتماعی به وجود آورده است. از طرفی افزایش آمار طلاق به عنوان اتفاقی رو به تزايد خود یکی از مهم‌ترین شواهد این تحقیق برای اثبات اثر ملموس گسست نسل‌ها در افزایش طلاق خواهد بود؛ طلاق که بیش و پیش از آنکه مبدأ سنتی داشته باشد، حاکی از نوعی عدم تمایل دختران جوان برای ادامه زندگی مشترک با مردان است. به عبارتی، مهم‌ترین زمینه اشتراک در زیست، علاقه به تعهدات طرفینی است که امروزه به نفع نوعی از ظهور تحولات هویتی در حوزه اخلاق جنسی تغییر ماهیت می‌دهد (شورای عالی حوزه...، ۱۳۸۹: ۷). برخی جامعه‌شناسان به‌خصوص در حوزه مطالعات زنان، حتی فرهنگ جدید اقتصادی را با نتایجی

در حوزه شکل و ماهیت خانواده عجین می‌دانند؛ برای مثال، برخی معتقدند که تحولات فرهنگی، اجتماعی و فناورانه‌ای دهه‌های گذشته تأثیرهای عمیقی در خانواده برجای نهاده و آن را به لحاظ کارکردی تضعیف، و از مدیریت موقعیت‌های جدید ناتوان کرده است. در این نگاه، خانواده ایرانی، همچون خانواده در دیگر نقاط جهان، در برابر هجوم ارزش‌های جدید خودباخته شده و در روند خطی پیوسته‌ای از موضع خود عقب می‌نشیند و میدان را به رقیبان می‌سپارد. اما با دقت بیشتر روشن می‌شود که خانواده ایرانی به مثابه موجودی زنده، در برابر این حوادث گاه مقاومت می‌کند، گاه تسلیم می‌شود، گاه عناصری را جذب و با اجزا و عناصر خود ترکیب می‌کند و به واکنشی جدید می‌رسد، و گاه نیز خواسته‌های خود را بر حوزه‌های دیگر تحمیل می‌کند.^۳

به تعبیر پژوهشگران، این اتفاق بی‌سابقه در ایران مهم‌ترین نتیجه حضور در یک سپهر فرهنگی جدید و تحولاتی عمیق در هویت نسل‌های جدید است (گیدنز و سالن، ۱۳۸۷: ۸۰). بسیاری از شهرهای ایران به‌ویژه شهرهای توسعه‌یافته‌ای چون تهران، به عنوان کلان‌شهری که در روند تغییرات اجتماعی در معرض تغییرات حاصل از مدرنیته بوده و است، در دهه‌های اخیر، ظاهر دیگری یافته و دستخوش دگرگونی‌های ارزشی بسیاری شده است. در این دهه‌ها، زنان که هم حضور بیشتری در عرصه‌های شغلی و تحصیلی یافته‌اند و هم در اثر تغییر سبک زندگی، غالباً مسئولیت خرید و تهیه اقلام مصرفی خانواده‌ها را برعهده گرفته‌اند، بیشتر مخاطب مدها و تبلیغات مصرفی شده و نحوه حضور و الگوهای ارزشی و نگرشی و رفتاری آن‌ها، تأثیرات فردی و اجتماعی مهم‌تری بر جای گذاشته است. از طرفی، جریان غربگرایی زنان در ایران درصدد است تا در بین زنان شاغل و غیرشاغل تبلیغ کند که آن‌ها بیش از همه چیز باید زیبا و فریبا باشند و باید از هر چیزی که زیبایی و طراوت آن‌ها را به خطر می‌اندازد، اجتناب کنند. گیدنز در ارتباط با نقش خانواده و اهمیت خانواده هسته‌ای در عصر مدرنیته می‌گوید:

در شرایط مدرنیته هیچ‌یک از چهار محور اصلی اعتماد و امنیت وجودی محیط‌های پیش‌مدرن دیگر به همان اندازه اهمیت ندارند. روابط خویشاوندی، به‌خصوص در قالب خانواده هسته‌ای هنوز هم نزد بیشتر مردم مهم است، اما این روابط دیگر حامل پیوندهای اجتماعی کاملاً سازمان‌یافته در طول زمان و مکان نیست. این سخن که مدرنیته موجب زوال خانواده می‌شود، بی‌چون و چرا درست است (رفعت‌جاه، ۱۳۸۶: ۴۵).

به عبارتی، در جوامع مدرن و جوامعی که مدرنیته بدان‌ها راه یافته، در فرایند هویت‌یابی، دشواری‌ها و آشفتگی‌هایی به وجود می‌آید. رواج فردگرایی، مادی‌گرایی و لذت‌جویی در این گونه جوامع، جریاناتی بیمارگونه را گسترش می‌دهد که یکی از مظاهر آن، رواج خودشیفتگی و بروز شخصیت‌های خودشیفته است. او معتقد است که در جامعه مدرن، آدم‌ها مدام به خودشان مشغول‌اند و در پرتو معیارها و ارزش‌های مدرن به بازان‌دیشی و تأمل درباره خودشان می‌پردازند؛ در نتیجه، بروز چالش‌های هویتی، یکی از ویژگی‌های جوامع مدرن است.

این وضعیت برای نهادهای رسمی دین در جمهوری اسلامی ایران هم نگران‌کننده بوده است. دفتر مطالعات و تحقیقات زنان حوزه علمیه قم در سال ۱۳۹۰ در بیانیه‌ای روند دنیاگرایی و فاصله‌گیری از ارزش‌های اسلامی را در برخی مناسبات خانوادگی، رفتارهای اجتماعی اعضای خانواده و رفتارهای خانواده در پاسداشت برخی شعائر مذهبی گوشزد می‌کند. این بیانیه با عنوان "دلالت‌ها و عوامل مؤثر بر کنش‌های خانواده ایرانی" با بررسی نمودهای تحول کنش در خانواده ایرانی، هنجارها را راهنمای مشترک رفتار در شرایط مشخص معرفی کرده است و مطالعه کنش‌های خانواده را به معنای بررسی عملکرد اعضای خانواده و قواعد حاکم بر رفتار آنان عنوان می‌کند. در این نگرش سبک پوشش و آرایش حکایتگر چگونگی تربیت جنسی خانواده و نظم حاکم بر روابط خانواده با یکدیگر و افراد مرتبط با خود دانسته می‌شود.

از این رو، مطالعه رفتار فراغتی مردم را در زمینه مصرف محصولات فرهنگی و غیرفرهنگی، مدیریت بدن، ازدواج و تشکیل خانواده، نقش‌های خانگی، روابط زناشویی و فضای کالبدی نمایانگر ذائقه و تمایلات رفتاری خانواده است و بالا بودن سرعت انتقال ارزش‌های جدید در جوامع، نظام و هنجارهای اخلاقی متعدد در خانواده‌های ایرانی، معلول تعدد الگوهای سبک زندگی و منابع معنابخش فهمیده می‌شود.

جامعه‌شناسان مباحث تفصیلی قابل اعتنایی در خصوص علت گرایش جوانان به انحرافات اجتماعی و به‌خصوص خشونت دارند؛ برای مثال، کوهن (۱۹۸۲) معتقد است جوانان پس از احساس ناامنی و بی‌کفایتی در جامعه از خود می‌پرسند که مسئول این بی‌کفایتی و عدم آمادگی برای حضور مؤثر اجتماعی کیست؟ کوهن خود در پاسخ به این سؤال می‌گوید، او خود را مسئول نمی‌شناسد و احساس می‌کند که دیگران با او صادق نبوده‌اند. در نتیجه به دیگران بی‌اعتماد می‌شود و از جامعه فاصله می‌گیرد. از آنجاکه تمامی هنجارهای اجتماعی، خانواده را مقدس می‌شمارد، جوان نمی‌تواند نفرت و خشم خود را متوجه آن کند، لذا آن را به بیرون از خانه می‌برد و با تشکیل گروه‌های اجتماعی هم‌نوا با خود به مقابله با هنجارهای اجتماعی برمی‌خیزد؛ بنابراین، یکی از مهم‌ترین علل گرایش جوانان به گروه همسالان بیرون از خانواده، مخدوش شدن روابط میان‌نسلی است (سخاوت، ۱۳۸۳: ۱۴).

جامعه‌شناسان در این بزنگاه، تحلیل را به سمت بررسی نسبت میان کاهش و ضعف روابط خانوادگی، گسست نسلی و در نتیجه، کاهش نظارت اجتماعی می‌برند.

۳. شکاف ارزشی حاصل از تحول در سطح نخبگان در طبقه متوسط جدید ایران

فرضیه این بخش از مقاله این است که با تحول در نگاه نخبگان به‌ویژه نخبگان سیاسی، جامعه ایرانی آستن نابسامانی و اختلال هویت ارزشی خواهد بود و ناچار می‌تواند زمینه‌ساز شکاف نسلی و پس از آن، مخدوش شدن امنیت اجتماعی باشد.

برای کسانی که در چارچوب گسست نسلی مسائل اجتماعی جوانان را بررسی می‌کنند، تحولات نسلی، همراه با ورود نیروهای مهارت‌یافته و آموزش‌دیده یعنی نیروهایی که به نوعی تکنوکرات هستند، به چرخه قدرت دیده می‌شود. برخی روشنفکران سال‌های اخیر ایران، تغییر و تحول نخبگان در سیاست، دگرگونی، عضویت و ورود نخبگان سیاسی به چرخه قدرت کشور را نوعی فرایند "استحاله" تفسیر می‌کنند. به این معنا که انقلابی‌ها دغدغه‌های زندگی روزمره و عادی پیدا می‌کنند و پراگماتیست می‌شوند و این ماجرا به تدریج نسل‌های جوان‌تر را با تغییر نگرش سیاسی مواجه می‌کند (سمتی، ۱۳۸۲: ۹۹). با ابتناء بر این نوع نگرش، نخبگان سیاسی با نقش واسطه‌گری خود در تحولات سیاسی و اجتماعی کشور، باعث تغییر و تحول در نسل جدید جامعه می‌شوند و در نهایت، نسل جوان جامعه و فرزندان خانواده‌هایی که در اصل از درون انقلاب جوشیده‌اند، تحت تأثیر نخبگان دچار تغییر و تحول می‌شوند.

از این نظر، تحول در سطح نخبگان و تغییر بنیادین نگاه آنان جامعه را آستن تحولاتی ارزشی می‌کند که می‌تواند در حوزه شکاف بین نسلی مؤثر واقع شود. در تحلیل مؤلفه سازنده گسست یا تفاوت نسلی در ایران باید وضعیت متحول در سطح نخبگان تبیین گردد. آنچه در این زمینه مهم است، اینکه مهم‌ترین تحولات در طبقه متوسط اجتماعی که فعال‌ترین طبقه کنشگر سیاسی اجتماعی هستند، رخ خواهد داد.

بر خلاف آنچه که برخی از نویسندگان ابراز داشته‌اند، کنش سیاسی طبقه متوسط جدید کنش همواره قابل پیش‌بینی، محافظه‌کارانه و سربه‌زیری نیست. در واقع، برخی رخدادهای سیاسی سال‌های اخیر نشان می‌دهد برای مثال، کارمندان - که به لحاظ کمی مهم‌ترین قشر اجتماعی این طبقه به حساب می‌آیند - می‌توانند به‌طور خودآگاه ظرفیت سیاسی خود را در رقم زدن یک تحول سیاسی سازماندهی کنند. انتخابات مجلس ششم شورای اسلامی با پیروزی قاطع اصلاح‌طلبان و در چرخشی انتخابات نهم ریاست جمهوری با پیروزی قاطع اصولگرایان را می‌توان از این جمله ارزیابی کرد.

تحلیل کنش فرهنگی و سیاسی طبقه متوسط جدید به‌عنوان رفتارهای محافظه‌کارانه یا صرفاً مدافع انقلاب اسلامی واقع‌گرایانه نیست. قشر مدیران که بخشی اثرگذار در طبقه متوسط جدید به شمار می‌رود، به‌اشتباه به‌عنوان حامیان و مروجان اقتدار آرمانی نظام جمهوری اسلامی دانسته می‌شوند (مهاجرنیا، ۱۳۸۲: ۸۶).

شاید نخستین دگرگونی جدی سیاسی در سال‌های پس از انقلاب که تحلیل کنش فرهنگی و سیاسی طبقه متوسط جدید را اندکی پیچیده می‌کند، انتخابات دوم خرداد ۷۶ باشد. در تحلیل این رخداد غالب روشنفکران اصلاح‌طلب از چارچوب نظری ماکس وبر در تحلیل تحولات سیاسی و جامعه‌شناختی استفاده کرده‌اند. روشنفکران اصلاح‌طلب رحلت ملکوتی امام خمینی (ره) را در سال ۶۸، آغاز تغییر نگرش از گونه قدرت کاریزماتیک به عقلانیت مدرن ارزیابی می‌کنند. از نظر ماکس وبر رهبری فرهمندانه با شخصیت منحصر به فرد خود جمع فراوانی از مؤمنان را در یک منظومه

هدفمند آرمانی سازماندهی می‌کند و با شکل‌گیری یک قداست برآمده از این فرهنگندی، هویتی تازه و معنایی جدید و فراگیر را به پیروان خود می‌بخشد؛ ولی این مشروعیت، گذراست و در فرایندی دچار روزمرگی خواهد شد. روشنفکران اصلاح‌طلب معتقدند سال‌های ابتدایی دهه هفتاد سال‌های جانشین شدن عقلانیت مدرن و گرایش مردم به فرآورده‌های نواندیشان دینی سکولار باعث رویگردانی آنان از تلقی سنتی از دین و پیوستن آنان به جریان مردم‌سالاری‌خواهی و تجدیدنظرطلبی در اصول پایدار گذشته است. نواندیشی دینی عنوانی است که غالباً برای طیفی از نظریه‌های جدید مبتنی بر تجدیدنظر در اصول تفکر اسلامی به کار برده می‌شود (بشیریه، ۱۳۷۸: ۲۵). نظریه‌پردازان این حوزه عمدتاً با استفاده از رویکرد کلام جدید غرب در تفسیر مسیحیت و تطبیق آن بر اسلام، به دنبال تغییر نگرش بنیادی از حاکمیت فقهی و دینی به پذیرفتن سکولاریسم در عرصه مدیریت سیاسی و اجتماعی و تکثرگرایی (پلورالیسم) در عرصه فهم دین هستند.^۴

حضور پررنگ و اثرگذار شاگردان جریان روشنفکری دینی سکولار در لایه‌های مختلف سیاسی دولت اصلاحات با عناوین مشاور، کارگزار و یا روزنامه‌نگار تحت حمایت دولت، باعث به وجود آمدن حجم وسیعی از ادبیات سکولار و تجدیدنظرطلبانه در فضای فرهنگی و سیاسی کشور شد.^۵ برخی تحلیل‌های ناظر بر رخداد دوم خرداد ۷۶ بر مدرنیزاسیون پس از جنگ تحمیلی و نقش آن در پیدایش طبقه متوسط متکی است. این وضعیت خواه از آن تفسیر مثبت یا منفی شود، محصول عملکرد دولت کارگزاران سازندگی بوده است. در گزارش هشت‌ساله عملکرد دولت در سند «سیمای سازندگی» که در سال ۱۳۷۶ منتشر شد، به گسترش «طبقه متوسط» به عنوان یکی از شاخص‌های کیفی دوره سازندگی اشاره شده است.

طبقه متوسط همچنین در رخداد‌های سیاسی پس از انتخابات دهم ریاست جمهوری در ایران نقش تعیین‌کننده‌ای داشت. برخی جامعه‌شناسان رویدادهای پس از انتخابات را نه برآمده از وضعیت اقتصادی یا نیروی محرک بسیج سیاسی مخالفان، بلکه یک حس بی‌فایده‌گی و سرخورده‌گی سیاسی در بین طبقه عمدتاً متوسط شهری می‌دانند. حسین بشیریه در این رابطه می‌گوید:

یک جنبش سیاسی- اجتماعی که پایه در طبقه متوسط عمدتاً شهری داشت، حول دو نامزد اصلاح‌طلب (یعنی موسوی و کروبی) شکل گرفت که بخش بزرگی از جمعیت را تحت نام جنبش سبز برای تغییر و اصلاحات بسیج کرد.^۶

۴. ملاحظات سیاست‌گذاری رسانه با فهم روابط بین‌نسلی

راهبردهای رسانه‌ای طبعاً بدون در نظر گرفتن خصلت‌های نسلی نمی‌تواند تدوین شود. رسانه باید بداند برای کدام مخاطب و با کدام ویژگی‌های فرهنگی برنامه تولید می‌کند. این ضرورت برای بخش تأمین برنامه‌های خارجی از اهمیت بیشتری برخوردار است.

یکی از مهم‌ترین گروه‌های هدف برنامه‌های رادیو و تلویزیون ملی، آنچنان که در کتاب سبز سازمان صداوسیما (مهم‌ترین محورهای برنامه‌سازی تدوین‌شده در مرکز طرح و برنامه سازمان

صدا و سیما) آمده، نسل‌های سوم و چهارم انقلاب است؛ زیرا این نسل‌ها هستند که در پی هویت‌جویی و متمایز ساختن خود با نسل‌های گذشته‌اند. آنچنان که گفته شد، اعتیاد و اشتغال همین نسل مورد مطالعه به رسانه‌های نوین در همین راستا تحلیل می‌شود. همین دو نسل هستند که به هر مؤلفه‌ای نوین از سپهر فرهنگی متوسل می‌شوند تا هویت خود را بسازند. اموری نوین که بخش عمده‌ای از آن‌ها محصولات و خدمات رسانه‌ای فرهنگ لیبرال غربی است که ویژگی بارز آن‌ها نبود محدودیت‌ها و ممنوعیت‌های سنتی است؛ به دلیل تغییراتی که در نتیجه فرایند جهانی شدن و گسترش فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی پدید آمده است (خاشعی، ۱۳۹۰). بنابراین، بدون در نظر گرفتن تفاوت‌های نسلی و همچنین شکاف‌های اجتماعی، طراحی سیاست‌های رسانه‌ای ممکن و معتبر نخواهد بود.

بدیهی است مواضع و عمل رسانه‌ای رسانه ملی، نه آن الفاظ و جملاتی است که از دهان گویندگان اخبار یا مجری‌های برنامه‌های گفتگومحور خارج می‌شود بلکه احساس ته‌نشین شده‌ای است که در پس این ارتباطات کلامی از انبوه نمادها، نشانه‌ها و عناصر تصویری به مخاطب دست می‌دهد؛ زبان تصویر، لفظ نیست، قوه ناطقه‌ای است که باید در یک متن و پیوستار فهم شود. این بدان معناست که ما معتقدیم یک اثر تصویری نظیر یک مجموعه (سریال) از منطقی خاص برخوردار است و وحدتی دارد که یک واقعیت یا مفهوم را به شکلی خاص بازنمایی می‌کند.

کریستین متر در فهم اثر تصویر قائل به یک زبان مستقل است. این زبان مستقل آنچنان که در بادی امر ممکن است فهمیده شود، به معنای استفاده از واژگان یا اجزای زبان رسمی نیست بلکه منظور متر از این زبان مستقل، قائل بودن به نوعی "قوه ناطقه" است که از ترکیب اجزای مختلف تشکیل‌دهنده یک فیلم سینمایی یا تلویزیونی به وجود می‌آید. درواقع، او به دنبال این مسئله بغرنج است که یک فیلم چگونه فهمیده می‌شود، نه اینکه ساده‌لوحانه به این بیاندیشیم که کاراکترهای فیلم به هم چه می‌گویند. حتی در نظری فراتر به تدریج در میان نظریه‌های فهم سینما و تصویر به عرصه تحلیل گفتمان و ساختار چندلایه وارد می‌شویم (ت. السیسور و ا. پوپ، ۱۳۸۳: ۲۱).

این مطلب از آن جهت مهم است که بدانیم تحلیل وضعیت رسانه و سینما و به‌طور عام، نقد تصویر نه یک نقد ظاهرگرایانه و متکی بر الفاظ و جملات که نقدی گفتمانی با ابتناء بر المان‌های متعدد تصویری است. نقد تلویزیون نقد جملاتی نیست که مجری‌ها و گویندگان یا بازیگران یک فیلم یا مجموعه تلویزیونی بر زبان می‌آورند. درهم آمیختگی شکل و محتوا، و تناسب این دو در هنر تصویری باعث می‌شود بدون اتکای تام بر ظاهر یک اثر، کل آن به مثابه یک پیام ترکیبی مطالعه شود. همان‌طور که چادری بودن یا محاسن‌دار بودن پرسوناژهای یک درام آن اثر را دینی نمی‌کند. برای ضد دین دانستن یک اثر هم به بی حجاب بودن یا بی محاسن بودن پرسوناژها نمی‌توان اتکا کرد.

اکنون این دغدغه رخ می‌نماید که آیا در انواع برنامه‌های صبحگاهی و ظهرگاهی که به‌طور خاص برای زنان خانه‌دار تهیه و پخش می‌شود و همچنین، درام‌های پرتکرار خانوادگی (به‌ویژه اپراهای صابونی و مجموعه‌های طولانی خارجی) به ملاحظات سه‌گانه پیش‌گفته توجه می‌شود، یا همچنان چهره آشنای طبقه متوسط جدید شهری است که از قاب تلویزیون مشاهده می‌شود. بدون توجه به این ملاحظات ممکن است زنان در این برنامه‌ها و مجموعه‌ها فارغ از ساختار سستی خانواده تعریف شوند. حضور آزادانه زنان در جامعه، اشتغال زنان، فرزندگزینی، تحصیلات تکمیلی و تخیل مردانه آن‌ها نسبت به تفریحات یا روابط میان‌فردی لایه‌لای آموزش خانه‌داری، آشپزی، بهداشت فردی یا مهارت‌های ارتباطی به آن‌ها همه و همه می‌تواند با آنچه در مواضع اعلامی رسانه ملی برای مخاطبان ایرانی گفته می‌شود، در تضاد یا تنافر قرار گیرد. این سبک جدید زندگی حتی در شیوه ارتباط کلامی و البته غیرکلامی مجری‌های زن برنامه‌های ترکیبی با مهمانان مرد و کارشناسان قابل ملاحظه و تحلیل است. زنانی که در ظاهر محجبه و حتی چادری‌اند، ولی در رفتار و تعامل به لحاظ نشانه‌شناختی تناسبی با فهم سستی یا انقلابی از دین ندارند.

بالا رفتن ادبیات ملی‌گرایانه در سال‌های اخیر آن روی سکه این گرایش است. ممکن است رفتار فرهنگی رسانه ملی این‌گونه فهمیده شود که دوران تأکید بر ادبیات دینی و انقلابی گذشته است و بهتر است با رفتارهای شیک ملی‌گرایانه نظیر وطن‌پرستی و سرزمین‌مادری و گذشته‌پرافتخار ملی به دنبال اقناع مخاطبان باشند.

برای مثال، تلویزیون ملی در ایام انتخابات برای ایجاد شور و نشاط انتخاباتی بیش از هر وقت دیگری با پخش سرودهای ملی و با کوتاه آمدن از قواعد رایج پوشش زنان یا مدل‌های غرب‌گرایانه پوشش در جوانان در مصاحبه‌های تلویزیونی برای همه‌گیر نشان دادن رسانه تلاش می‌کند. این در حالی است که ادبیات دینی یا انقلابی با تأکید بر تکلیف‌گرایی یا تعهد شرعی در یک نظام دینی کمتر از حد مورد انتظار حامیان سستی انقلاب است.

با تکیه بر تمامی مطالبی که در تحلیل وضعیت روابط میان‌نسلی و مؤلفه‌های شکل‌دهنده آن گفته شد، می‌توان ملاحظات خاصی را در عرصه سیاست‌گذاری رسانه ملی برشمرد. این ملاحظات به‌طور کلی در سه حوزه متمرکز خواهد بود: نخست، توجه به کاهش ارتباطات کلامی و گسست عاطفی است؛ مخدوش شدن جامعه‌پذیری و انتقال هنجارها و بروز از خودبیگانگی با کاهش یا عدم حضور در مشارکت‌های اجتماعی و تغییر رفتار سیاسی تحت تأثیر تحول در سطح نخبگان نیز به‌عنوان مهم‌ترین ملاحظات باید مورد توجه رسانه قرار گیرد:

۱.۴. کاهش ارتباطات کلامی و گسست عاطفی

ارتباط کلامی عامی پیونددهنده درونی دو نسل به یکدیگر است. بروز ناهم‌بانی هم در به کار بردن واژگان یا زبان ملفوظ و هم منطق نوع توضیحات و استدلال‌ها یا زبان معقول بین دو نسل

گذشته و جدید یکی از این ویژگی‌هاست. جذب شدن به گروه همسالان در ازای هم‌زمانی و هم‌سخنی یکی از نخستین نتایج این وقفه در ارتباطات کلامی است. برخی جرم‌شناسان همچون ادوین ساترلند بخشی از گرایش‌های مجرمانه را ذیل عنوان "معاشرت‌های ترجیحی" یا "همنشینی افتراقی" (Differential Association) تدوین کرده‌اند و آن را ناشی از جایگزین شدن ارتباطات کلامی همسالان با روابط سستی والدینی می‌دانند (ساترلند و کرسی، ۱۹۷۴). نوجوان خواسته‌های خود را با نسل بالغ در میان نمی‌گذارد و خودبه‌خود نوعی انزوای ارتباطی را دامن می‌زند. همین اتفاق به تدریج زمینه ساز رخدادهای بزرگ‌تری می‌شود. کاهش فصل مشترک‌های عاطفی مهم‌ترین این اتفاقات است.^۷

اشتغال والدین به علت مشکلات اقتصادی نسبت به گذشته بیشتر شده است. پدر خانواده مجبور است برای رفاه خانواده خود بیشتر کار کند و گاه مادر نیز در این امر به کمک همسر خود می‌آید که این امر والدین را از مسئولیت‌های منزل دور کرده است؛ در نتیجه والدین ظرفیت روحی و روانی کافی را برای روبه‌رو شدن با فرزندان خود و حل مسائل آنان نداشته باشند که این به مرور زمان باعث کاهش ارتباطات کلامی و سرد شدن روابط عاطفی است.

اهمیت میزان استفاده کودکان از وسایل ارتباط جمعی به سبب اثر آن در کاهش سطح ارتباطات کلامی با والدین است. اتفاقی که به مرور به گسست عاطفی و در نهایت، گسست هنجاری می‌انجامد. تحقیقات متعددی که در آمریکا و انگلستان در مورد تأثیر تلویزیون بر روی بچه‌ها به عمل آمده، می‌توان ابتدا این نتیجه را گرفت که تلویزیون مثل سایر وسایل، چون بچه‌ها را با مسائل و ارزش‌های افراد بالغ در تماس قرار می‌دهد، اضطراب‌های آنان را در مورد آینده و به‌طور کلی احساس عدم امنیتشان را افزایش می‌دهد و خیلی زود پیچیدگی، شرایط خانوادگی و اجتماعی و انسانی را بر آن‌ها آشکار می‌سازد. وقتی کودکی با خانواده یا همسالان خود روابط رضایت‌بخشی ندارد، تمایل پیدا می‌کند که به تلویزیون رو کند و آنجا می‌تواند برای مدتی عرصه مسائل زندگی و احتمالاً تنش خود را کاهش دهد (قرمزچشمه، منیری و میرخانی، ۱۳۸۴).

در نبود ارتباطات کلامی مشابه به تدریج هم‌زمانی از بین رفته و زمینه‌های شکل‌گیری روابط عاطفی مخدوش می‌شود. منظور از فصل مشترک یعنی نسل جوان و بالغ در لحظات متنوع و زودگذر در کنار هم باشند و از مصاحبت با هم بهره‌مند شوند. از آنجاکه وجود فصل مشترک‌های عاطفی، عامل پیوند میان نسل‌هاست، در صورتی که این فصل مشترک‌های عاطفی کاهش یابد یا از بین برود، خود موجب ایجاد گسست نسلی می‌شود.

۲.۴. مخدوش شدن جامعه‌پذیری و انتقال هنجارها

منظور از فرایند یادگیری، الگوپذیری نسل جوان از نسل بالغ است. به عبارت دیگر، فرزندان سعی می‌کنند که رفتارشان را با افراد بالغ انطباق دهند که معمولاً پسرها از رفتار پدران و

دختران از رفتار مادرانشان الگوبرداری می‌کنند. اگر در روند الگوسازی اختلالی روی دهد، یعنی فرزندان از شخصیت دیگری به جزء والدین خود الگوبرداری کنند و انطباق رفتاری با آن انجام بدهند، در صورت ادامه چنین وضعیتی، بحران در الگوسازی فرزندان با نسل بالغ پیش می‌آید که این خود عاملی تقویت‌کننده برای پدیده گسست نسل‌هاست. درواقع، چنانچه در رفتارهای جوانان تفاوت‌های شدیدی با والدین مشهود باشد، می‌توان قائل به نوعی به‌هم‌ریختگی در روابط بین نسلی شد. این مسئله خود در عدم تعهد به فرهنگ بومی نشان می‌دهد. هرگاه دلبستگی نسل جوان به فرهنگ و ارزش‌های فرهنگی نسل بالغ کاهش یافت و نسل جوان با دیده تردید و بی‌اعتمادی به گرایش‌های نسل بالغ نگرست، گفته می‌شود پدیده گسست نسل‌ها شکل یافته است.

زندگی در عصر کنونی به‌گونه‌ای است که باعث جذب توجه افراد می‌شود و به افراد فرصت پردازش تأمل در مورد مسائل خود و یافتن پاسخ‌های بنیادین را نمی‌دهد؛ بنابراین، از خود بیگانه‌تر و دورتر می‌شود و احساس تنهایی می‌کند که این وضعیت در دو نسل جدید و بالغ صادق است، اما نسل جدید بیش از نسل بالغ از خودبیگانگی را تجربه می‌کند. به عبارت دیگر، نسل بالغ و جدید به سبب اینکه از خودبیگانگی نسبی را متأثر ساخته است، قادر به پیوند میان خود نیستند و پیوندهای پیشین نیز در حال گسستن است.

۳.۴. بروز از خودبیگانگی و تغییر رفتار سیاسی

محروم شدن فرصت‌های مشارکت اجتماعی از حضور جوانان را می‌توان نشانه فاصله گرفتن نسل‌ها از یکدیگر و نیز جدایی نسل جوان از جامعه و نهادهای اجرایی و تصمیم‌گیری تلقی کرد. تاکنون از زمینه‌های شکل‌گیری بحران هویتی به‌ویژه در طبقه متوسط جدید سخن گفتیم. آگاهی جوانان از شرایط شخصی و اجتماعی بر چگونگی رفتار شهروندی و گرایش آنان به مشارکت در امور تأثیر عمده دارد. چنانچه خوی فردی شدن تقویت یابد، تحقق شهروندی و مشارکت فرد در امور مشکل‌تر می‌شود. با حضور فناوری‌های پیشرفته اطلاعاتی امروزه ارتباطات گسترده‌تر و کنترل‌ناپذیرتر از گذشته شده است. توسعه ارتباطات پیامدهایی را در بر داشته است.

در یک جمع‌بندی کلی باید گفت: بخشی از جوانان امروز ایران در سطح قابل توجهی نسبت به فرایندهای سیاسی، احساس از خودبیگانگی می‌کنند و این روند به علت اختلالات موجود در فرایند جامعه‌پذیری سیاسی آنان تشدید شده است. نسبت قابل توجهی از جوانان در ارزیابی خود و تصور از هویت خویش، وضعیت نابسامان و آنومیک جامعه را در ذهن خود تصویر کرده و احساس می‌کنند، در حالتی از گسستگی بین خود و جامعه قرار دارند. همان‌طور که گفته شد، پیدایش و شکل‌گیری طبقه متوسط در طول دوره هشت‌ساله ۱۳۶۸-۱۳۷۶، یکی از ویژگی‌های اساسی تحولات سیاسی اجتماعی دهه دوم حاکمیت نظام جمهوری اسلامی بود که بخش عمده این طبقه، نیروهای دانشگاهی و دانشجویانی بودند که در اثر رشد و توسعه جهشی در بخش آموزش و به‌ویژه آموزش عالی پرورش یافتند.

این مطالب که به ظاهر با تاریخ سیاسی معاصر ایران یا به عبارت دقیق تر، به تاریخ سیاسی ایران پس از انقلاب مرتبط است، از آن رو حائز اهمیت است که می تواند به ما در اثبات یا رد شکاف نسلی ارزشی در میان جوانان کمک کند. برخی روشنفکران متمایل به غرب از تعبیر "مشروعیت روان شناختی" در تحلیل اثر تفاوت نسلی در وضعیت سیاسی و اجتماعی ایران استفاده می کنند. محمدرضا جلالی در مقاله ای با عنوان "روانشناسی سیاسی انقطاع نسل ها"، به نسبت سنجی این تحولات ارزشی با گسست نسلی می پردازد (جلالی، ۱۳۸۲: ۸۹).

مشروعیت روان شناختی با توجه به معنای مشروعیت مبنی بر استوار بودن بنیان حاکمیت بر خواست و نظر مردم و استقرار ادواری ارکان حکومت بر اساس انتخاب مردم، در قیاس با مشروعیت مردم سالار به انطباق یا نسبت الگوهای رفتاری، ارزشی و هنجارهای حاکمیت مستقر با الگوهای رفتاری اشاره دارد. از این رو، مشروعیت روان شناختی زمانی که تطابق بالایی میان الگوهای اعتقادی و تبلیغی حاکمیت و حاکمان و الگوهای رفتاری عینی و ذهنی مردم وجود داشته باشد، حاصل می شود. البته باید توجه داشت در صورتی که رفتارهای شخصی همسو با ارزش های حاکمیت باشد، مشروعیت روان شناختی بالاست و در صورت همسو نبودن با ارزش های حاکمیت مشروعیت روان شناختی در رده پایین قرار دارد. مسلم است در صورت وجود شکاف میان هنجارهای تبلیغی رسمی و متداول عرفی، به پدیده انقطاع نسل ها نزدیک تر می شویم.

سیاست رسانه	آسیب محتمل	ملاحظات روابط میان نسلی
• پرهیز از ترویج سبک زندگی فردگرایانه • تعادل در ترویج رسانه های نوین (نظیر اینترنت) • تأکید بر خانواده گرایی در تصویرسازی از فرهنگ ایرانی	• جایگزین شدن ارتباطات کلامی همسالان با روابط سنتی والدینی (همنشینی فترقی) • کاهش فصل مشترک های عاطفی	۱ کاهش ارتباطات کلامی
• توجه به ارزش های تکرار شونده در درام های خانوادگی خارجی • پرهیز از تکرار پنداره گسست نسلی در خانواده های ایرانی	• تردید و بی اعتمادی به گرایش های نسل بالغ • عدم تعهد به فرهنگ بومی	۲ مخدوش شدن جامعه پذیری
• کاهش شتاب تبلیغات ملی گرایانه در بزنگاه های سیاسی • تأکید بر خصلت های ضد امپریالیستی طبقه متوسط جدید	• کاهش مشارکت سیاسی و اختلال در فرآیند جامعه پذیری سیاسی • پایین آمدن مشروعیت روان شناختی	۳ احساس آنومی سیاسی و از خود بیگانگی

نتیجه گیری

حضور فعال و رقابتی انواع رسانه‌ها در زندگی امروز جوانان ما برنامه‌ریزی برای رسانه ملی را دشوارتر کرده است. راهبردهای رسانه ملی طبعاً بدون در نظر گرفتن خصلت‌های نسلی نمی‌تواند تدوین شود. رسانه باید بداند برای کدام مخاطب و با کدام ویژگی‌های فرهنگی برنامه تولید می‌کند. ایران معاصر از زمان مواجهه با مؤلفه‌ها و ارزش‌های غرب مدرن تن به تغییرات در نگرش شهروندان به هنجارها و ارزش‌های مستقر سنتی داده است. این تغییرات در طبقه متوسط جدید که فعال‌ترین کنشگران جامعه شهری جدیدند، سریع‌تر و عمیق‌تر بوده است. از طرفی، سرعت و شتاب تغییرات اجتماعی به بروز اختلالاتی در روابط میان‌نسلی انجامیده است. این اختلالات را چه تفاوت نسلی بدانیم و چه با تحلیلی بدبینانه‌تر گسست یا شکاف نسلی بخوانیم، بدون در نظر گرفتن آن، طراحی سیاست‌های رسانه‌ای ممکن و معتبر نخواهد بود.

آنچه حائز اهمیت است اینکه نمی‌توان از ارتباط طبقه متوسط جدید شهری به‌ویژه نسل‌های جوان و نوجوان آن با رسانه‌ها چشم‌پوشی کرد. رسانه‌ها و سایر فرآورده‌های روشنفکری نقش گروه‌های مرجع را برای این طبقه ایفا می‌کنند. ارضای حس و نیاز به رضایت فکری و اقناع سیاسی و فرهنگی، اقشار مختلف طبقه متوسط اجتماعی به‌ویژه دانشجویان و متخصصان تحصیل‌کرده را به‌سوی استفاده بیشتر از رسانه‌ها سوق می‌دهد. نیاز و علاقه اینان به وسایل ارتباط جمعی به‌عنوان حداثی‌های نخبگی با خود طبیعتاً بسیار بیشتر از ارتباط سایر طبقات اجتماعی (چه طبقه‌های پایین مانند روستائیان یا طبقات بالای برخوردار و یا حتی طبقه متوسط سنتی) است.

افراد این نسل دارای رایانه شخصی، وب‌نویس شخصی، تلفن همراه و اشتراک در شبکه‌های مجازی همانند فیس‌بوک هستند. از طرفی رشد چشمگیر استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی همچون بازی‌های رایانه‌ای و شبکه‌های و آشنایی بسیار بالا و بدون واسطه با فرهنگ لیبرال جهان از طریق رسانه‌های ماهواره‌ای، رسانه‌های مجازی و مجله‌های هنری و ورزشی باعث می‌شود در تعریف نسبت آن‌ها با رسانه دقت بیشتری شده و رسانه به‌طور خاص برای آن‌ها سیاست‌گذاری کند.

با تکیه بر تمامی مطالبی که در تحلیل وضعیت روابط میان‌نسلی و مؤلفه‌های شکل‌دهنده آن گفته شد، می‌توان ملاحظات خاصی را در عرصه سیاست‌گذاری رسانه ملی برشمرد. این ملاحظات به‌طور کلی در سه حوزه متمرکز است: نخست، توجه به کاهش ارتباطات کلامی و گسست عاطفی است؛ مخدوش شدن جامعه‌پذیری و انتقال هنجارها و بروز ازخودبیگانگی با کاهش یا عدم حضور در مشارکت‌های اجتماعی و تغییر رفتار سیاسی تحت تأثیر تحول در سطح نخبگان به‌عنوان مهم‌ترین ملاحظات باید مورد توجه رسانه قرار گیرد. با توجه به تمام

آنچه گفته شد، پیشنهاد می‌شود رسانه‌ها نکات ذیل را به عنوان مهم‌ترین ملاحظات سیاست‌گذاری رسانه‌ای مد نظر قرار دهند:

۱. تعادل در ترویج استفاده از ابزارهای نوین ارتباطی نظیر اینترنت و خودداری از سوق دادن افراطی جوانان در استفاده از این ابزار؛
۲. تقبیح سبک زندگی فردگرایانه و تجردگزینی؛
۳. تصویرسازی مداوم از خانواده‌گرایی و خانواده‌مداری در فرهنگ ایرانی؛
۴. استفاده از احساسات ضد امپریالیستی طبقه متوسط جدید و پرهیز از تبلیغ انگاره‌های ملی‌گرایانه به‌ویژه در بزنگاه‌های سیاسی؛
۵. وارونه‌کرده برساخته «گسست نسلی» به این معنا که ظهور فرزندان همگرا با ارزش‌های دینی و انقلابی از دل خانواده‌هایی واگرا با دین و انقلاب در کانون توجه قرار گیرد و نه برعکس؛

پی‌نوشت‌ها

۱. مطابق اعلام رسمی معاونت برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی ریاست جمهوری ایران، تعداد کارکنان دولت در عرض فقط سی سال پس از انقلاب به بیش از چهار برابر یعنی حدود ۲/۵ میلیون نفر در سال ۱۳۸۵ افزایش یافته است (مطلبی، ۱۳۸۶: ۸۴) که این آمار شامل نیروهای نظامی و انتظامی، کارمندان وزارتخانه‌های اطلاعات، دفاع و پشتیبانی نیروهای مسلح و شرکت‌های تحت پوشش شرکت‌های دولتی نمی‌شود.
۲. از نظر لررنر به جامعه‌ای نو می‌گویند که مشارکت‌جوست و انسان نو، انسانی دارای توانایی همدلی (Sempathy) زیاد. که این دو در کنار یکدیگر و به موازات هم تکوین می‌یابند و هریک در ایجاد دیگری مؤثر است. به‌زعم لررنر این روند در تمامی جهان یکسان اجرا می‌شود؛ بدین معنا که در همه‌جا الگوی غربی نوسازی از افزایش شهرنشینی آغاز می‌شود که منجر به افزایش سواد و افزایش سواد به افزایش کاربرد رسانه‌ها و افزایش کاربرد رسانه‌ها با مشارکت اقتصادی و سیاسی بیشتر و مشارکت سیاسی بیشتر، با افزایش رأی‌دهندگان همراه بوده است (باهنر، ۱۳۸۷: ۳۲).
۳. در این زمینه می‌توان به هشدارهای دفتر مطالعات و تحقیقات زنان درباره ضرورت اصلاح نظام آموزشی بر اساس ویژگی‌ها و مسئولیت‌های اختصاصی زن و مرد و بیانیه تحلیلی دفتر مطالعات و تحقیقات زنان به مناسبت روز زن مراجعه کرد.
۴. در این زمینه می‌توان به کتاب‌ها و مقالات روشنفکران سکولاری چون محمد مجتهد شبستری، عبدالکریم سروش، حسین بشیریه، محسن کدیور و مهدی حائری یزدی و تشکیل حلقه‌های بحث روشنفکری مانند حلقه کیان یا نشست‌های ماهانه روشنفکران اصلاح‌طلب اشاره کرد.
۵. در این زمینه می‌توان به تولیدات فرهنگی کسانی چون سعید حجاریان، اکبر گنجی، حسین آقاجری، عبدالنوری، محمدرضا جلالی‌پور، حسن یوسفی اشکوری و عمادالدین و باقی در انتشار روزنامه‌هایی چون: جامعه، نشاط، صبح امروز، عصر آزادگان، بیان، مشارکت، طوس، بهار، همبستگی و... اشاره کرد.
۶. مشروح مصاحبه دکتر حسین بشیریه با نشریه لوگوس، ۱۳ آذر ۱۳۸۸.
۷. مک‌گایر، ورود ابزارهای رسانه‌ای را به ورود بیگانه تعبیر کرده است و می‌گوید، به‌طور متوسط شش روز در هفته، بیگانه‌ای درخانه شما حضور دارد. بیگانه‌ای که آزادانه در همه جای خانه سر می‌زند و تأثیر می‌گذارد. این بیگانه وظیفه ساده‌ای دارد و آن محدود کردن توانایی ما و بچه‌ها در تشخیص رؤیا از واقعیت است. ما به او

اجازه می‌دهیم که در هر ساعتی وارد خانه‌مان شود. اگر ما درباره بیگانگان و غریبه‌ها به بچه‌هایمان هشدار می‌دهیم، متأسفانه درباره این بیگانه هیچ هشدار به بچه‌ها نمی‌دهیم. این بیگانه یکسره حرف می‌زند و هرچه می‌خواهد می‌گوید و دیگران هم سراپا گوش می‌شوند. جان تیلورگاتر (Gutter 1999) درباره وسعت دنیای مجازی می‌گوید: تلویزیون و رسانه‌ها با صرف وقت کودکان به دنیای مجازی، فرصت تجربه دنیای حقیقی و آشنا شدن با واقعیت‌های جذاب، نشاط‌آور و حتی مخاطره‌آمیز را از آنان سلب می‌کند و این امر آنان را بی‌حوصله، حسود و... بار می‌آورد. گاتر برای جبران این موضوع، اعتقاد دارد که کودک را با دنیای واقعی آشنا کنید، طبیعت مابقی کارها را انجام می‌دهد. در گزارش ان.وای.تی، زنان در آمریکا بیشتر از اینکه به فکر مراقبت از کودکان خود باشند، تلویزیون تماشا می‌کنند. در این گزارش آمده است که این زنان در مرتبه اول، تلویزیون تماشا می‌کنند و خرید خانه و صحبت با تلفن در رده‌های بعدی ارتباط قرار دارند. مراقبت از کودکان و صحبت کردن با آن‌ها در مراتب پایین‌تر قرار دارند. همان‌طور که ملاحظه می‌شود، صرف وقت زیاد برای رسانه، به‌منزله کاهش میزان ارتباط‌های انسانی به‌ویژه با کودکان است. این روند، به افزایش فردگرایی و کاهش جمع‌گرایی منجر خواهد شد که عامل مهمی در آسیب دیدن انسجام خانواده و کاهش ارزش‌های خانواده قلمداد می‌شود. این مسئله در نهایت، به میزان اعتماد عمومی و امنیت اجتماعی ناشی از آن لطمه می‌زند. جرج گرینر و تری گراس که در دهه ۱۹۷۰م. در مدرسه ارتباطات "انبرگ" کار می‌کردند، به این نکته رسیدند که تماشاگران افراطی که خیلی زیاد تلویزیون نگاه می‌کنند، دنیای واقعی را خطرناک‌تر و ترسناک‌تر از کسانی می‌بینند که خیلی کم تلویزیون نگاه می‌کنند. تماشاگران افراطی تلویزیون، به همسهریان خود کمتر اعتماد می‌کنند و از دنیای واقعی هراس بیشتری دارند. گرینر و گراس دریافتند که خشونت در ساعات پربیننده تلویزیون، در ایجاد ترس تماشاگران افراطی نسبت به خطرات دنیای واقعی مبالغه می‌کند؛ برای مثال، تماشاگران افراطی، تمایل کمتری به اعتماد داشتن به دیگران نسبت به تماشاگران معمولی دارند (quoted in : www.prob.org)

منابع

- گیدنز، آنتونی و سالن، کارن. جامعه‌شناسی، ترجمه حسن چاوشیان، نشر نی، ۱۳۸۷.
- باهنر، ناصر. رسانه‌ها و دین، مرکز تحقیقات صدا و سیما، ۱۳۸۷.
- بشیری، حسین. جامعه مدنی و توسعه سیاسی در ایران، نشر علوم نوین، ۱۳۷۸.
- "بوزوازی بالنده در بازارهای نوظهور"، ایران اکونومیست، ۴ اسفند ۱۳۸۸، iraneeconomist.com/v2/content/view/36941/81
- ت.السیسور و ا.پوپ. مروری بر مطالعات نشانه‌شناختی سینما، ترجمه فرهاد ساسانی، انتشارات سوره، ۱۳۸۳.
- پیران، پرویز. "مفهوم پیچیده طبقه اجتماعی در جامعه پیچیده ایران"، روزنامه اعتماد، ۲۶ اسفند ۱۳۸۷.
- رفعت‌جاء، مریم. "هویت انسانی زن در چالش آرایش و مد"، فصلنامه مطالعات راهبردی زنان، شماره ۳۸، ۱۳۸۶.
- جلالی، محمدرضا. روان‌شناسی سیاسی، انقطاع نسل‌ها، چاپ شده در کتاب "گسست نسل‌ها" با اهتمام علی‌اکبر علیخانی، نشر پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی، ۱۳۸۲.
- جمعی از نویسندگان. دلالت‌ها و عوامل موثر بر کنش‌های خانواده ایرانی، دفتر مطالعات و تحقیقات زنان حوزه علمیه قم (بیانیه تحلیلی)، ۱۳۹۰.
- خاشعی، وحید. "بایسته‌های اجتماعی در سیاست‌گذاری رسانه‌ای جمهوری اسلامی"، فصلنامه رسانه، شماره ۸۰، سال بیستم، شماره ۴، ۱۳۹۰.
- رفعت‌جاء، مریم. "چشم‌اندازها و نظریه‌های فراغت"، به نقل از: پایگاه انسان‌شناسی و فرهنگ: ۱۳۸۷ در: anthropology.ir

سختاوت، جعفر. "علل ساختاری اعتیاد در ایران، چاپ شده در کتاب آسیب‌های اجتماعی ایران (مجموعه مقالات)، انجمن جامعه‌شناسی ایران، ۱۳۸۳.

سمتی، هادی. "گسست نسلی در ایران؛ افسانه یا واقعیت"، چاپ شده در گسست نسل‌ها، با اهتمام علی‌اکبر علیخانی، نشر پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی، ۱۳۸۲.

شورای عالی حوزه، مرکز مدیریت حوزه‌های علمیه خواران، خانواده و کالاهای فرهنگی جدید، بیانیه تحلیلی دفتر مطالعات و تحقیقات زنان به مناسبت روز زن، قم، نشر هاجر، ۱۳۸۹.

عراقی، غلامرضا. "بررسی مفهوم طبقه متوسط جدید و تأثیراتش پس از انقلاب اسلامی"، فصل‌نامه علوم سیاسی، شماره ۲ (پیاپی ۲۸)، ۱۳۸۶.

فیض‌اللهی، علی. "بررسی فرایند پیدایش و رشد طبقه متوسط جدید در ایران"، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه اصفهان، ۱۳۷۶.

فیاض، ابراهیم. "طبقه متوسط در جنگ نرم، گزارش مرکز مطالعات و آموزش وزارت کشور"، ۱۳۸۸. قرمزچشمه، منبری و میرخانی، الهام. نقش رسانه‌های جمعی بر بزهکاری کودکان و نوجوانان، ۱۳۸۴، در: <http://www.cidso.com/tahghigh/tv.htm>

کوثری، مسعود. "نسل‌های ایکس، وی و زد و سیاست‌گذاری فرهنگی در ایران"، فصل‌نامه راهبرد فرهنگ، سال اول، شماره ۳، ۱۳۸۷.

مطلبی، مسعود. "نقش و کارکرد سیاسی طبقه متوسط جدید در جمهوری اسلامی"، فصل‌نامه تخصصی جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد آشتیان، ۱۳۸۶.

ملک‌پور، فاطمه. "نقش رسانه در کاهش ارزش‌ها و هنجارهای خانواده"، ۱۳۹۰، در: http://semnan.trib.ir/index.php?option=com_content&task=blogcategory&id=262&Itemid=327
یامین‌پور. "نقش‌های سیاسی فرهنگی طبقه متوسط جدید"، گزارش مرکز مطالعات و آموزش وزارت کشور، ۱۳۸۸.

Bourdieu, Pierre. Acts of Resistance: Against the New Myths of our Time. Cambridge: Polity Press, 1993.
Giddens, Antony. The consequences of Modernity, London: Cambridge, 1991.