

شکاف عمیق میان نسل زد و نهادهای اجتماعی



کوروش محمدی

رئیس انجمن
آسیب‌شناسی ایران

در هر جامعه‌ای نهادهایی برای جامعه‌پذیر کردن فرزندان تعریف شده‌اند که به‌موجب کارکردهای این نهادها نسل‌ها تربیت یافته و منطبق بر ارزش‌ها و هنجارهای جامعه ایفای نقش می‌کنند، اما باید دید چه اتفاقی می‌افتد که این جامعه‌پذیری در فرزندان ما به صورت ناقص شکل می‌گیرد؟ پاسخ این پرسش را باید در کارکرد نهادهای جامعه‌پذیرکننده یعنی خانواده، آموزش و پرورش، رسانه، همسالان و نهاد دین جست‌وجو کرد که این مسئولیت را بر عهده دارند. روشن است که در سه دهه اخیر در جامعه ایران ضعف کارکردی این نهادها کاملاً مشخص و قابل درک است؛ در واقع انحراف در کارکرد نهادهای اجتماعی از پنج دهه قبل و هم‌زمان با تحولات پیش از انقلاب در حوزه‌های اجتماعی و اقتصادی آغاز شد و بعد از انقلاب سرعت بیشتری پیدا کرد؛ به همین دلیل است که نوجوان نسل امروز را در شرایطی می‌یابیم که در دوران رشد خود تحت آموزش‌های مشخص و منسجمی برای طی کردن فرآیند اجتماعی شدن قرار نداشته است. به‌طور مشخص نهاد آموزش و پرورش در این زمینه به شدت ناکارآمد عمل کرده و حالا ما با فضایی مردابی در نظام تعلیم و تربیت روبه‌رو هستیم که از حدود ۷۰ سال پیش دست‌نخورده باقی مانده و تغییری در رویکردهای این نهاد اتفاق نیفتاده است. من این نهاد را بی‌کارکرد و بی‌خروجی می‌بینم و نقش آن را در تربیت نسل‌های نوجوان جامعه صفر می‌دانم، در واقع در آنچه که امروز در کارکرد نوجوانان جامعه شاهدیم آموزش و پرورش نقش مؤثری ایفا نکرده بلکه باید گفت این فضای بی‌سرن از نهادهای اجتماعی بوده که نسل نوجوان جامعه با همان نسل «زد» را تربیت کرده است. نتیجه اینکه آموزش و پرورش ما در حوزه تعلیم و تربیت یک نظام ناکارآمد بوده و در بسیاری از موارد مخرب هم عمل کرده است.

در کنار آن باید به نهاد خانواده در جامعه ایران هم اشاره کرد که به‌طور کلی رها شده؛ به‌خصوص از سه دهه پیش که سرعت‌گذار جامعه سنتی ایرانی به سمت مدرنیته و صنعتی شدن شدت یافت و بعد از آن شاهد شکل‌گیری و تردید نسل‌های نوجوانی از مطالبات پاسخ‌داده نشده بودیم. بی‌پاسخی نظام اجتماعی‌کننده جامعه به نیازهای نسل زد در این بازه زمانی منجر به شکل‌گیری نسل‌هایی با تلنباری از نیازها و مطالبات شد و این روند بدون هیچ تغییر ادامه یافت تا جایی که چند نسل جامعه با همین رویکرد و با جامعه‌پذیری ناقص وارد میان‌سالگی شده‌اند که تبعات حضور این نسل‌ها در کارکردهای اجتماعی نسل‌های بعد خود را نشان داده است و چه رخه انتقال این ضعف کارکردی به نسل‌های بعدی همچنان ادامه دارد.

بنابراین باید پذیرفت که هیچ کدام از نهادهای مؤثر در فرآیند جامعه‌پذیری فرزندان، یعنی خانواده، رسانه، آموزش و پرورش و دین نتوانسته‌اند ارتباطی منطقی و مؤثر با این نسل برقرار کنند؛ و به تبع این ضعف ساختاری در جامعه‌ای که در حال گذار است و با توجه به جهان پیچیده عصر ما که سرعت تحولات در آن بسیار بالاست و تکنولوژی و رسانه‌های جدید بر تمام کارکردهای اجتماعی آن سایه انداخته، با وجود الگوهای ضعیف و غیرمؤثر، کاملاً طبیعی است که در فضای ارتباطی بین جامعه با نسل زد خلأ بزرگی شکل گیرد که عرصه مناسبی برای جولان رسانه‌ها و شبکه‌های مجازی است. در چنین شرایطی است که شاهدیم این فضای خالی در زندگی نوجوانان و جوانان با همان نسل زد را فضای مجازی و رسانه‌ای پر می‌کند. با وجود چنین روند ناکارآمدی بی‌تردید ۱۰ سال دیگر مانند امروز باید حسرت بی‌تکلیفی متولیان امر در حوزه فرهنگی و اجتماعی را بخوریم؛ چون همواره در مواجهه با تحولات جهانی با نگاه تهدید بر خورد کردیم و به جای برنامه‌ریزی و تولید محتوای مناسب، صرفاً مقاومت و صورت مسئله را پاک کردیم. با عدم پذیرش واقعیت، ماهواره را ممنوع و سایر پلتفرم‌های ارتباط مجازی را فیلتر کردیم اما هرگز تکلیفی برای نهادهای متولی فرهنگ و جامعه‌پذیری قائل نشدیم! غافل از اینکه هیچ شهروند ایرانی نه از وجود ماهواره محروم شده و نه پشت فیلترینگ پلتفرم‌های ارتباطی معطل ماند! این عدم پذیرش و موضع ناکارآمد در مقابل تکنولوژی و تحولات جهانی باعث شد نسل جدید ارتباط متناسب با نیاز خود را از فضایی خارج از نهادهای جامعه‌پذیرکننده دریافت کند. در مورد این نسل نباید انتظار رفتارهای متناسب با ارزش‌ها و کارکردهای جامعه خود را داشته باشیم؛ چون ارتباطی با آنها در حوزه‌های مختلف برقرار نکردیم و شکافی که بین جامعه و نسل‌های نوجوان و جوان ایجاد شده انقدر عمیق است که با هیچ الگو و فرآیندی پر نمی‌شود؛ به همین دلیل کاملاً طبیعی است که نسل «زد» «مایک رابطه منفی و معکوس با حاکمیت و نهادها و هنجارهای جامعه خود برقرار کند.

نسل زد

واقع بین و بی‌اعتماد

گزارش هم‌میهن از جزییات پیمایش تمایزهای نسلی در فضای مجازی



داده‌ها / ۱

نسل زد و مسئله اعتماد اجتماعی

جامعه گام برمی‌دارند.

این آمارها به دست آمده از پیمایش تمایزهای نسلی در فضای مجازی است که داده‌های آن در سطح شهر تهران جمع‌آوری شده است: **۵۸/۲ درصد** از متولدان نسل «زد» میزان اعتماد اجتماعی خود را کم، **۳۷/۶ درصد** از آنها متوسط و **۴/۲ درصد** هم این شاخص را زیاد اعلام کردند. **۶۵/۸ درصد** از همین گروه، میزان هراس از آینده کشور را کم، **۲۴/۲ درصد** از آنها متوسط و **۱۰/۱** هم زیاد اعلام کرده‌اند.

▼ امیدواری به موفقیت فردی در آینده:

این شاخص هم در پیمایش اخیر مورد بررسی قرار گرفته و نتایج آن نشان می‌دهد که **۶۱/۹ درصد** از نسل‌زدها به موفقیت فردی خود در آینده بسیار امیدوارند، **۲۹/۹ درصد** میزان امیدواری خودشان را متوسط دانسته‌اند و **۸/۲ درصد** هم گفته‌اند که امیدواری کمی به آینده فردی خودشان دارند.



سارا سبزی

خبرنگار گروه جامعه

«دیگران فکر می‌کنند ما بی‌خیالیم، خود خواهیم و فقط خودمان را در نظر می‌گیریم. منطقی نیستیم و تحت‌تأثیر قرار می‌گیریم؛ در حالی که آنها مدیا (رسانه) را می‌شناسند و معمولاً تسلط جن‌زی‌ها (نسل زد) روی اتفاقات هیجانی آن بیشتر است.» این را رویای ۲۴ ساله می‌گوید، یکی از متولدان نسل «زد» که بین سال‌های ۱۳۷۵ تا ۱۳۹۰ شمسی متولد شده‌اند و حالا به‌عنوان گروهی تازه‌وارد به بازار کار و آموزش، بیشتر از همیشه دیده می‌شوند. آنها می‌گویند نگاه‌ها در محیط‌های اجتماعی به این نسل با آنچه خودشان را با آن تعریف می‌کنند، مطابقت ندارد. نسلی که از کودکی همراه با دسترسی به اینترنت و گوشی‌های هوشمند رشد کرده و به همین دلیل به‌نام بومیان دیجیتال یا شهروندان جهانی هم شناخته می‌شوند و تفاوت‌های عمده‌ای با نسل‌های پیش از خود دارند؛ اما نه انقدر دور که بتوان آنها را کاملاً متمایز در نظر گرفت.

رویا می‌گوید، در محیط‌های اجتماعی مختلف نگاه‌های مختلفی به آنها وجود دارد که خیلی به واقعیت نزدیک نیست: «در محیط کار می‌گویند شما ادب ندارید و تنیدید، در حالی که اینطور نیست و صرفاً درباره چارچوب‌هایی که همه مثل طولی تکرار می‌کنند، سوال می‌پرسیم. مثلاً احترام به آدمی که رفتار بدی دارد، واجب نیست. ما فقط استانداردهای دیگری داریم؛ مثلاً قدیمی‌ها نسبت به آدم‌های آزارگر خیلی راحت بر خورد می‌کردند، فقط چون در جایگاهی قرار دارند که لایق احترامند. وقتی دسترسی به منابع دیگری داریم و می‌بینیم مردم دنیا با روش بهتری زندگی می‌کنند، چرا به الگوهای قدیمی قانع شویم؟ نمی‌توانی از کسانی که بیشتر زمان‌شان را در مدیا می‌گذرانند انتظار داشته باشی به سقفی کوتاه باشند. این موضوع باعث می‌شود احساس بهتری به خودمان پیدا کنیم. دلیل اینکه می‌گویند نسل «زد» پروو است، شاید همین باشد. اعصاب‌مان به‌هم می‌ریزد وقتی بزرگترها که منابع‌شان تلویزیون و سینمای ایران بوده، فکر می‌کنند از ما بیشتر می‌فهمند،»

یکی از مهم‌ترین بازه‌های زمانی که نام نسل «زد» بیشتر از همیشه شنیده شد، در جریان اعتراضات سال ۱۴۰۱ بود. همان زمان کم‌وبیش تحلیل‌هایی از اولین حضورهای اجتماعی و پررنگ متولدان این نسل شنیده می‌شد؛ حسین شیخ‌رضایی، پژوهشگر فلسفه و تاریخ علم و فعال حوزه مطالعات کودکان و نوجوانان، دو سال پیش و در بحبوحه اعتراضات پاییز ۱۴۰۱ در یک گفتار، ویژگی‌های نسل جدید را موضوع باعث می‌شود احساس بهتری به خودمان پیدا کنیم. دلیل اینکه می‌گویند نسل «زد» پروو است، شاید همین باشد. اعصاب‌مان به‌هم می‌ریزد وقتی بزرگترها که منابع‌شان تلویزیون و سینمای ایران بوده، فکر می‌کنند از ما بیشتر می‌فهمند،»

شاهد این تفاوت در نگاه نسل جدید را در معدود پژوهش‌های ایرانی هم می‌توان پیدا کرد که یکی از جدیدترین نمونه‌های آن «پیمایش تمایزهای نسلی در فضای مجازی» است که توسط مرکز نوآوری و شکوفایی فانوس انجام شده است. این مرکز در یک مطالعه تیپولوژی،

روزانه از تلگرام استفاده می‌کنند، ۵۷ درصد از آنها هم به‌صورت روزانه از یوتیوب استفاده می‌کنند و ۶۴ درصد هم به‌صورت روزانه مخاطب بازی‌های آنلاین هستند.

آنها بیشتر از سایر نسل‌ها از اینستاگرام، تلگرام، یوتیوب و بازی‌های آنلاین استفاده می‌کنند و کمتر از آنها تلویزیون تماشا می‌کنند؛ در واقع **۴۱/۳ درصد** از آنها از تلویزیون به‌صورت روزانه استفاده نمی‌کنند. **بر خلاف دهه شخصی‌ها که بیشترین استفاده کنندگان از پلتفرم‌هایی مانند دیوار، دیجی کالا و علی‌بابا هستند، نسل «زد» تمایل کمتری دارد؛ ۷۶/۵ درصد از دهه شخصی‌ها روزانه از این پلتفرم‌ها استفاده می‌کنند و این آمار در میان نسل «زد» ۶۸ درصد است.**

داده‌ها / ۲

نسل زد و مصرف رسانه‌ای

نسل «زد» به‌طور معناداری بیش از بقیه نسل‌ها در فضای مجازی حضور دارد و بیشترین استفاده آنها هم از اینستاگرام است. آنها می‌گویند که هدفشان از استفاده از فضای مجازی به‌ترتیب سرگرمی، آموزش و یادگیری و برقراری ارتباط با دیگران است

▲ از بین دهه‌هشتمانی‌هایی که بیشتر از یک ساعت از پلتفرم‌های فضای مجازی و تلویزیون استفاده می‌کنند، **۵۸/۲ درصد** زمان خود را در اینستاگرام صرف می‌کنند، **۲۴/۹ درصد** از تلگرام، **۲۳/۵ درصد** از یوتیوب، **۳۱/۷ درصد** از تلویزیون، **۲۳ درصد** از بازی آنلاین و **۷/۷ درصد** از صرف خرید مجازی می‌کنند.

▲ **۸۸ درصد** نسل زدها روزانه از اینستاگرام استفاده می‌کنند، **۸۱ درصد**

داده‌ها / ۳

نسل زد و اقتصاد چرخشی

موجود نبودن جنس جدید از کالاهای موردنظرشان، باعث می‌شود که کالای دست دوم بخرند. **۲۲/۲ درصد** هم دلیل خرید کالای دست دوم را صرفه‌جویی اقتصادی اعلام کرده‌اند.

▲ در بخش دیگری از این پیمایش مشخص شد که دلایل اصلی این نسل برای فروش کالاهای دست دوم، آزادسازی فضای خانه و نیاز مالی است و **۴۵ درصد** از آنها همین عامل را به‌عنوان تمایل برای فروش کالای دست دوم اعلام کرده‌اند. این در حالی است که **۵/۱ درصد** از صاحب‌شوندگان نسل «زدی» این پیمایش اعلام کرده‌اند که اصلاً کالای دست دوم نمی‌فروشند و **۲۸/۲ درصد** هم گفته‌اند، به‌دلیل نیاز مالی این کار را انجام می‌دهند. **۵/۴ درصد** از این گروه هم گفته‌اند، بخشی از درآمدشان در ماه را از این راه به دست می‌آورند.

آنطور که نتایج این مطالعه نشان می‌دهد، به‌نظر می‌رسد تنها حدود **۴۷ درصد** نسل زدها اصلاً کالای دست دوم نمی‌خرند و حدود **۲۵ درصد** آنها اصلاً کالای دست دوم نمی‌فروشند. دلیل اصلی آن که نسل زدها کالای دست دوم می‌خرند، صرفه‌جویی اقتصادی است. آنها به‌طور معناداری کمتر از سایر نسل‌ها به‌دلیل صرفه‌جویی اقتصادی کالاهای دست دوم می‌خرند و بیشتر از آنها به‌دلیل موجود نبودن جنس جدید، تمایل به خرید کالای دست دوم دارند. این تفاوت‌های معنادار را در نتایج این پیمایش هم می‌بینیم:

▲ در این پیمایش مشخص شد که حفظ محیط زیست فقط برای **هشت درصد** از نسل زدها به‌عنوان دلایل خرید کالاهای دست دوم محسوب می‌شود. **۱۲/۱ درصد** از آنها به جمع کردن کالاهای قدیمی علاقه دارند و **۲۲/۵ درصد** آنها گفته‌اند که