

# چند مطالعه بین‌المللی درباره نسل Z

مروری بر چند مطالعه بین‌المللی درباره نسل Z با تاکید بر مقوله هویت و ارزشهای اخلاقی

## در تلاقی نو/جوانی و تکنولوژی

حسین شیخ‌رضا یی

محسن آزموده | مطالعه نسلی (generation Study) گونه‌ای از پژوهش و تحقیق است که محور خود را بر مبنای مفهوم «نسل» (generation) استوار می‌کند. کلمه generate از ریشه لاتین «generāre» به معنای «به وجود آوردن» و «تولید کردن» آمده است. کلمه «نسل» در علوم اجتماعی به گروهی اطلاق می‌شود که در یک بازه زمانی مشابه به دنیا آمده و زندگی می‌کنند، اکثر آنها سن و سال تقریباً یکسانی دارند و ایده‌ها، اندیشه‌ها و گرایشهای فکری و فرهنگی و سبک زندگی‌شان شبیه به یکدیگر است. بر این اساس مطالعه نسلی در علوم اجتماعی، به ویژگی‌ها و خصایص مشابه و تقریباً یکسان افرادی می‌پردازد که یک نسل را تشکیل و تفاوت‌های نسل‌ها را از این جهت مورد مطالعه قرار می‌دهند. سابقه مطالعه نسلی جوامع انسانی، به قرن نوزدهم میلادی می‌رسد، اگرچه از میانه سده بیستم، با افزایش سرعت تحولات اجتماعی و سیاسی و فرهنگی جوامع، این شکل از تحقیق پیرامون جوامع انسانی اهمیت و جذابیت بیشتری یافته است، به خصوص که بازه‌های زمانی که افراد را در یک نسل قرار می‌دهند، کوتاه‌تر شده است، یعنی اگر قبلاً به علت تغییرات کند و بطئی در جوامع هر 25 سال را یک نسل می‌خواندند، امروز بازه‌های زمانی یک نسل، به 15 سال و 10 سال کاهش یافته است. در ایران هم مطالعه نسلی همسو با پویا شدن تحولات نسل‌ها، رونق بیشتری پیدا کرده است، به ویژه که نه فقط پدران و مادران دیگر زبان مشترکی برای گفت‌وگو با فرزندان‌شان نمی‌یابند که گاه خواهرها و برادرهایی با چند سال فاصله سنی تصور می‌کنند، به

جهان‌های متفاوتی تعلق دارند.

در وقایع و رویدادهای اخیر در ایران، مطالعه نسلی یکی از پربسامدترین تحلیل‌ها بود. همه از اهمیت تفاوت‌های نسلی و ویژگی‌های خاص و متمایز دهه هشتادی‌ها و تمایزهای ایشان به ویژه با دهه شصتی‌ها سخن می‌گفتند، اما بیشتر این اظهارنظرها مبتنی بر مشاهدات و تجربیات شخصی بود. در ایران کمتر پیمایش‌های روشمند علمی و تحقیقات مستند در این باره صورت گرفته است. حسین شیخ‌رضایی، پژوهشگر فلسفه و تاریخ علم و فعال حوزه مطالعات کودکان و نوجوانان، در گفتار حاضر که در انجمن نویسندگان کودک و نوجوان ارائه شده، به مرور چند مطالعه بین‌المللی درباره نسل Z می‌پردازد و می‌کوشد مشابهت‌های نسل Zها با دهه هشتادی‌های ایران را نشان دهد. این گفتار، اطلاعات بسیار جذاب و تأمل‌برانگیزی درباره نسل نوجوان و جوان در بر دارد و نشان می‌دهد که دهه هشتادی‌ها یا همان نسل Z امروز بیش از هر نسلی «جهانی» (global) هستند و دغدغه‌ها و ایده‌ها و آرزومندی‌های مشابهی دارند. شناختن این ویژگی‌ها و عدم درک این مشابهت‌ها، موجب می‌شود که نسل‌های پیشین که عمدتاً تصمیم‌گیرندگان اصلی جامعه هستند، دچار خطا شوند و انرژی خود و پتانسیل شگفت‌انگیز نسل جوان و نوجوان را هدر دهند.

در زمانه‌ای زندگی می‌کنیم که مساله نو/جوان و پیوندش با سیاست مهم شده است. اتفاقات مهمی در کشور ما رخ داده و اکثریت تصور می‌کنند یکی از نیروهای پیش‌برنده این اتفاقات نو/جوانان بوده‌اند. جان‌هایی از دست رفته و افرادی به درجات مختلف لطماتی دیده‌اند. جالب است که اکثریت ما در مواجهه با این نسل و اتفاقات اخیر دچار نوعی غافلگیری شده‌ایم. از این حیث، تمرکز بیشتر برای شناخت این نسل اهمیت دارد. من شخصا متخصص این حوزه نیستم و در این زمینه کار میدانی نکرده‌ام. بنابراین به عنوان علاقه‌مند به این بحث، می‌خواهم عمدتاً بر چند مطالعه بین‌المللی که در این زمینه صورت گرفته متمرکز شوم و در انتها هم نکاتی را درباره کشور خودمان بگویم.

### چارچوب مفهومی

ما در اینجا از رابطه میان تکنولوژی و تحولات اجتماعی صحبت می‌کنیم، یعنی از یکسو تغییر و تحولاتی در عرصه فناوری و ارتباطات صورت گرفته و از سوی دیگر دگرگونی‌هایی اجتماعی، مشابه آنچه در ماه‌های اخیر دیده‌ایم، رخ داده است. ارتباط میان این دو امر، یکی امر مصنوع و دیگری امر اجتماعی، چگونه است و چطور می‌توان میان آنها ارتباط برقرار کرد؟ ایده رایج و غالب موجبیت (دترمینیسم)

تکنولوژی و اثرگذاری یکطرفه تکنولوژی است. این دیدگاه سابقه‌ای نسبتاً طولانی دارد و به خصوص میان انسان‌شناسان رواج زیادی دارد. این دیدگاه موتور محرک و اصلی تغییرات فرهنگی و مناسبات اجتماعی را تغییرات تکنولوژیک می‌داند. نامگذاری دوره‌های تاریخی بر اساس دستاوردهای تکنولوژیک، مثل دوره مفرغ و دوره آهن و ...، رواج و غلبه این دیدگاه را میان مورخان و انسان‌شناسان نشان می‌دهد. در روزگار جدید، متفکرانی از این دیدگاه دفاع کرده‌اند؛ مثلاً محقق به نام لین وایت معتقد است تکنولوژی رکاب اسب مهم‌ترین عامل در تشکیل جامعه فئودالی بوده، چون باعث شده جنگ‌ها خیلی خشن‌تر و عمیق‌تر شوند و بنابراین سازمان‌ها و نهادهایی پدید آیند که جنگجو تربیت کنند ... یا مثلاً ادعا شده نقش سیم خاردار در تمدن آمریکا بیشتر از هر عامل دیگری است، زیرا باعث شده دامپروران بتوانند دام‌های خود را جایی محصور کنند. همچنین نقل‌قولی از مارکس هست که می‌گوید اگر آسیاب دستی داشته باشید، جامعه‌ای فئودالی خواهید داشت و اگر آسیاب بخاری داشته باشید، جامعه‌ای صنعتی. در هر صورت، این تصور هست که تکنولوژی موتور محرک تحولات اجتماعی است؛ تکنولوژی منطق تحول درون‌زایی دارد و اثرگذاری آن بر جامعه یکسویه دارد، یعنی اگر تکنولوژی بنا به منطق درونی خود تحول پیدا کند، جامعه نیز تحول می‌یابد.

این دیدگاه ساده و تک‌عاملی است. مثلاً می‌گوید بچه‌های نسل جدید به علت وجود اینترنت چنین شده‌اند و ... ویژگی دیگر آن سلب مسوولیت اجتماعی از افراد است. برای مثال، این تصور و امید در بسیاری پدید آمده بود که نسل نو/جوان تکلیف همه‌چیز را روشن می‌کند و لازم نیست نسل‌های دیگر تلاش بیشتری صورت دهند. عاملیت نسل جدید هم صرفاً محصول تکنولوژی است. گویی موتوری به نام تکنولوژی دیجیتال روشن است و آدم‌ها به صورت خودبه‌خودی کارشان را تحت‌تاثیر آن انجام می‌دهند و ما نسل‌های قبلی هم از این قطار پیاده هستیم.

در نقطه مقابل، دیدگاه مهندسی قرار دارد که تکنولوژی را خنثی می‌داند. این نگاه هم تا حدی در گفتار روزمره رایج است. مثل اینکه گفته می‌شود از چاقو می‌توان هم در جراحی و هم در دزدی استفاده کرد. اینجا گویی فرض بر این است که خود تکنولوژی مقتضیاتی ندارد و همه‌چیز توسط نیت کاربران معلوم می‌شود. هر دو این دیدگاه‌ها قابل نقد است ولی ما فعلاً مجال بررسی تفصیلی آنها را نداریم. مهم این است که بدانیم جز این دو موضع، مواضع دیگری هم در میانه طیف در دسترس است. یکی از پیشنهادها که توسط متفکری به نام وینر در مقاله‌ای مشهور با عنوان «آیا مصنوعات سیاست دارند؟» طرح شده، این است که همه تکنولوژی‌ها را نمی‌توان با یک نگاه تحلیل کرد. برخی

تکنولوژی‌ها ذاتا سیاسی هستند و برخی ذاتا چنین نیستند. مثلا از دید وینر، تکنولوژی هسته‌ای ذاتا سیاسی است، یعنی اگر به سمت تکنولوژی هسته‌ای برویم، باید نوعی نظم و آرایش سیاسی خاص را هم در اجتماع ایجاد کنیم، مثل سطح امنیتی بالا برای جلوگیری از جاسوسی و سرقت مواد رادیواکتیو و...؛ در مقابل، مثلا توربین‌های بادی این‌طور نیست.

دیدگاه دیگری که می‌کوشد وسط طیف بایستد، اما بیشتر به سمت نگاه خنثای مهندسی گرایش دارد، بر ساخت‌گرایی اجتماعی است، به این معنا که وقتی تکنولوژی وارد جامعه‌ای می‌شود، چیزی درون خود تکنولوژی نیست که نوعی نظم اجتماعی را تحمیل کند، بلکه تعبیر و تفسیر آدم‌ها از آن مهم است. یعنی از قبل شکاف‌ها و تقسیم‌هایی درون جامعه داریم و وقتی مصنوع یا تکنولوژی جدیدی می‌آید شروع به یارگیری‌های اجتماعی می‌کند و گروه‌های اجتماعی تازه‌ای می‌سازد. بنابراین عامل پیش‌برنده و اصلی اجتماع است نه تکنولوژی. مثال ساده، دوچرخه‌های اولیه است که وقتی برای نخستین‌بار وارد جامعه شد، از سوی گروه‌های مختلف اجتماعی با واکنش‌های گوناگونی مواجه و با تثبیت آن مناقشه اجتماعی شکل فعلی دوچرخه تثبیت شد. بنابراین طبق این دیدگاه، بافت اجتماعی‌ای که تکنولوژی به آن وارد می‌شود، اهمیت پیدا می‌کند.

متفکران دیگری می‌گویند هر تکنولوژی فی‌نفسه درون خودش هم وجوه سیاسی و هم وجوه غیرسیاسی دارد. مثلا اینکه اینترنت به کسانی که پیش‌تر صدایی نداشتند صدا می‌دهد، وجه ذاتی آن است که همیشه با اینترنت همراه است و البته که پیامدهایی سیاسی دارد. اما اینکه مثلا اینترنت تصور ما را از زمان عوض می‌کند، ذاتی آن نیست. در هر حال، در بحث از رابطه تکنولوژی‌های ارتباطی اخیر با نسل موسوم به Z، نباید موجبیت‌گرایانه بحث کرد و گفت تنها عامل اثرگذار اینترنت بوده است. قطعا عوامل دیگری هم در شکل‌دهی به ویژگی‌های این نسل موثر بوده، مثل اینکه این نسل عموما در خانواده‌هایی تک‌فرزند یا دوفرزند بزرگ شده‌اند، به‌خوبی از ایشان مراقبت شده، به کتاب و منابع دسترسی داشته‌اند و... حتی درون خود تکنولوژی اینترنت و فضای سایبری هم پلتفرم‌های مختلف اثرات متفاوت داشته‌اند. مثلا پلتفرم توییتر به دلیل نوع خاص امکاناتی که به افراد می‌دهد، مثل تعداد کلمات و نوع تایم‌لاین و...، به‌شدت محیط پرخاشجویانه‌تری از اینستاگرام و فیس‌بوک است. بنابراین تنوع درون خود یک تکنولوژی هم اقتضات متفاوتی دارد و این باز سبب کمرنگ شدن موجبیت تکنولوژی می‌شود.

## نسل به چه معنا

در علوم اجتماعی شاخه تثبیت‌شده‌ای به اسم مطالعات نسلی وجود دارد که می‌کوشد با محوریت مفهوم نسل، جامعه را مطالعه کند. این مطالعات صرفاً نظری هم نیست، مثلاً برخی از این مطالعات بر نحوه خرید نسل‌های مختلف متمرکز است و توسط شرکت‌ها و کارخانه‌ها حمایت می‌شود. تعبیر «نسل» به معنای متفاوت به کار رفته است. در گفتار حاضر، نسل به معنای دموگرافیک یعنی یکسانی سن نیست. همچنین نسل به معنایی که در هرم خانواده به کار می‌رود، یعنی نسل پدربزرگ‌ها و نسل پدرها و نسل فرزندان و... هم نیست. همچنین به معنای سن رشد و مستقل شدن فرد از خانواده (بین 25 تا 30 سال) هم نیست. نسل در بحث کنونی، به معنای شناختی- اجتماعی و جامعه‌شناختی به کار می‌رود. در این معنا، کسانی متعلق به یک نسل هستند که اولاً تقریباً در یک بازه زمانی یکسان متولد شده باشند و ثانیاً و مهم‌تر اینکه تقریباً رویدادهای یکسانی را تجربه کرده باشند و با ارجاع به حافظه‌ای یکسان، به رویدادها بنگرند و موقعیت یکسانی در ساختار اجتماعی داشته باشند. به‌طور خلاصه، نسل یعنی کسانی که آگاهی مشترک دارند و چیزهایی را که می‌بینند و تجربه می‌کنند، در مقولات نسبتاً مشترکی تجزیه و تحلیل می‌کنند.

## تقسیم‌بندی نسل‌ها

یک تقسیم‌بندی شناخته‌شده نسل‌ها مربوط به امریکا است که مشخصاً جز در مورد نسل Z، چندان با تاریخ کشور ما همخوان نیست. در این تقسیم‌بندی هرچه جلوتر می‌رویم، بازه زمانی هر نسل کوتاه‌تر می‌شود:

1. از 1920 تا 1945 (بین دو جنگ جهانی) نسل «سنت‌گرا» است؛ 2. از 1945 تا 1965 نسل متعلق به زاد و ولد بعد از جنگ است؛ 3. از 1965 تا 1980 نسل ایکس (x) است؛ 4. از 1980 تا 1995 نسل وای (y) است؛ 5. از 1995 تا 2010 نسل زد (z) است. در 1995 اولین مرورگرهای اینترنت به بازار آمد و مردم از طریق کامپیوتر خانگی به اینترنت دسترسی پیدا کردند. بنابراین نسل Z جهان پیش از اینترنت را تجربه نکرده است. در کشورهای مختلف، با توجه به تحولات تکنولوژیک، زمان شروع نسل Z تغییر می‌کند. مثلاً در روسیه، سال 2000 را شروع این نسل در نظر گرفته‌اند. نکته بسیار مهم‌تر در شکل‌گیری این نسل ظهور و فراوانی گوشی‌های هوشمند است که دسترسی به کل اینترنت و تمام رسانه‌ها را در یک قالب واحد میسر کرد.

در ایران در سال 1995 (حدود 1374) اولین دسترسی‌ها در دانشگاه‌ها به اینترنت وجود داشت، اما اصلاً عمومی نبود. اگر شروع را سال 2000، یعنی حدود 1379 در نظر بگیریم، نسل Z با دهه هشتادی‌های ما

منطبق می‌شود. اما اگر بخواهیم مساله گوشی‌های هوشمند را در نظر بگیریم، باید شروع را حدوداً سال 1385 (2006) در نظر بگیریم که ورود گوشی‌های هوشمند به ایران است. این ورود تقریباً با جاهای دیگر دنیا همزمان است. بنابراین نسل Z یا دهه هشتادی‌های ایران را می‌توان متولدان 1380 یا به شکل دقیق‌تر 1385 به بعد در نظر گرفت. نسل‌های پیش از نسل Z مهاجران اینترنت هستند، اما نسل Z بومیان اینترنت هستند.

## هویت و ارزش‌های اخلاقی

در ادامه به چند تحقیق که با محوریت هویت و ارزش‌های اخلاقی در مورد نسل Z صورت گرفته، اشاره می‌کنم.

## نسل Z در جوامع فردگرای غربی

کتاب *Gen Z, Explained: The Art of Living in a Digital Age* در سال 2021 منتشر شده است. چهار محقق در استنفورد مطالعه‌ای زمانی روی دانشجویان خود در آمریکا و بریتانیا از طریق گفت‌وگوی عمیق و گروه‌های کانونی انجام داده‌اند. حرف اصلی کتاب این است که نسل Z در آمریکا با پارادوکسی مواجه است، از سویی در اینترنت و فضای سایبر صدای بلندی دارد یا می‌تواند داشته باشد و توجه جهانی را به خود جلب کند و چیزهایی را به شکل جمعی و توده‌ای یا حتی فردی وایرال کند، کامنت بگذارد، لایک کند؛ اما در جهان واقعی عاملیت کمی دارد، یعنی در سیستم تصمیم‌گیری اقتصادی، مالی و اجتماعی تاثیر اندکی دارد.

نسل Z همچنین در مقایسه با نسل‌های دیگر تصور متفاوتی از «دیگری» دارد. این نسل از کدهای اجتماعی متفاوتی استفاده می‌کند. کدهای اجتماعی این نسل در فضای مجازی تعریف می‌شود و عموماً برای نسل‌های قبلی قابل‌فهم نیست، مثلاً استفاده از ایموجی‌ها و مِم‌ها (تصاویر و گفتار تکرارشونده)، مختصرنویسی، استفاده از ضمیر مخاطب دوم شخص، بلاک کردن، ریپورت کردن و ... همچنین تصور این نسل از دیگری، کسی است که با او مشارکت و همکاری دارد. مقدار زیادی از پروژه‌ها روی اینترنت از طریق همین همکاری صورت می‌گیرد، نمونه مهم و بزرگ ویکی‌پدیا است که با مشارکت شهروندان نوشته می‌شود و از آن مهم‌تر یک مرکز تصمیم‌گیرنده ندارد و از طریق همکاری متقابل پیش می‌رود. نمونه‌های دیگر، نرم‌افزارهای منبع باز است، یا رمان‌های آنلاینی که با مشارکت خوانندگان نوشته می‌شوند یا سایت‌های بسیار بزرگی که افراد اطلاعات و محصولات خود را در آنجا به اشتراک می‌گذارند، مثل سایت دریبیل که گرافیک‌های دنیا لوگو و طراحی‌هایشان را آنجا به

اشتراک می‌گذارند یا pinterest در زمینه تصویر، بنا بر این تصور این نسل از دیگری، دیگری مشارکتی و در حال همکاری و هم‌رسانی است. اما این همکاری‌ها دو خصلت اساسی دارند. اول اینکه خصلت پیمان‌های یا بخشی (ماجولار) دارند، در نتیجه هر بخشی را یک نفر انجام می‌دهد و این بخش‌ها، به شکل‌های بسیار متنوعی آرایش پیدا می‌کنند. مثل نحوه چیدمان اشیای یک اتاق که با توجه به وظیفه محول‌شده، می‌تواند آرایش‌های متفاوتی بگیرد و انعطاف‌پذیر باشد. دوم اینکه این مجموعه‌های مشارکتی ساختار سلسله‌مراتبی هر می‌دارند، یعنی یک نفر در رأس هرم وجود ندارد که تصمیم‌گیرنده اصلی باشد، بلکه کارها به شکل توزیع‌شده انجام می‌شود. این شکل آرایش سازمانی را ارگانیک یا مرکززدایی‌شده یا غیرسلسله‌مراتبی می‌خوانند. این ویژگی در تمام پایش‌ها دیده می‌شود. همچنین برای این نسل، مفهوم زمان تغییر کرده است، یعنی نسل Z بیست و چهار ساعته است، شب و روز و تعطیل و غیرتعطیل برایش معنا ندارد، بلکه همیشه «آنلاین» یا «آن» است و همچنین چندمنظوره است.

طبق تحلیل نویسندگان این کتاب، نسل Z برای حل پارادوکس مذکور (تفاوت فضای مجازی و فضای واقعی) و مواجهه با آن سه راهکار در پیش گرفته است.

1- هویت ریزبافت یا بینابخشی: حداقل در آمریکا و بریتانیا، نسل Z از طریق تعریف نوع خاصی از هویت با این پارادوکس مواجه شده‌اند. نسل‌های پیشین در تعریف هویت خود به رده‌ها و مقولات ثابت بزرگ، مثل ملیت، نژاد، رنگ پوست، جنسیت، مذهب و... اشاره می‌کردند که معمولاً در انتخاب آنها نقشی نداشتند. اما اصلی‌ترین کار نسل Z برای مقابله با پارادوکس مذکور، برساختن هویت‌های کوچک بوده است. به جای تعریف خود ذیل هویت‌های بزرگ پیشین، افراد این نسل خود را ذیل گروه‌هایی کوچک تعریف می‌کنند و براساس آن «خرده‌هویت» می‌سازند. مهم‌ترین امر برای برساختن خرده‌هویت‌ها در آمریکا و بریتانیا طبق تحقیقات این کتاب جنسیت است. نسل Z با استفاده از مفهوم جنسیت که در وهله نخست به نظر امری پیشینی و داده‌شده می‌آید و با دور شدن از دوگانه‌های رایج جنسی، خرده‌هویت‌های فراوانی برای خود ساخته است. همچنین مفهوم هویت آنلاین پدید آمده که با هویت آفلاین فرق می‌کند. هویت آنلاین یعنی شکلی که فرد خودش را از طریق پروفایلش به دیگران نشان می‌دهد. ریزبافتی و تنوع اینجا هم خودش را نشان می‌دهد. معمولاً این نسل یک اکانت و یک تصویر ندارد، بلکه مجموعه‌ای از اکانت‌ها دارد. مثلاً در اینستاگرام انواع پروفایل اصلی و فیک و... دارد. بنابراین با تنوع پروفایل‌ها که هر کدام نشان‌دهنده یکی از لایه‌های هویتی است، مواجه هستیم. به‌طور خلاصه، هویت نسل Z سیال،

متکثر و آشکارکننده لایه‌های پنهان هویتی است که از طریق انواع هویت‌های آنلاین بروز پیدا می‌کند. این هویت‌ها دینامیک هستند و هر فرد هویت خود را می‌سازد.

2- گروه هم‌تایان: در مطالعه مذکور از افراد سوال شده که در مواقع مواجهه با مشکل به چه کسی مراجعه می‌کنید. اولین و بالاترین پاسخ (54 درصد) «خودم» است، یعنی فرد از خودش راهنمایی می‌گیرد که نشانه نوعی خودمختاری و استقلال است. دومی (بالاتر از خانواده) دوست است. یعنی ارزش و اهمیت خانواده که نمونه‌ای از نظام سلسله‌مراتبی سنتی است کم شده و ارزش دوست و گروه‌های هم‌تا به شدت زیاد شده است. کلمه fam (مخفف family) برای اشاره به دوست به کار می‌رود. یعنی دوست fam شده و پدر و مادرها friend شده‌اند. همراه با شکل‌گیری گروه‌های هم‌تا، نوعی بدبینی به نسل‌های قبل هم پدید آمده است، زیرا اولاً نسل‌های قبل به لحاظ دیجیتال بی‌سواد هستند. مطالعه‌ای مربوط به کشورهای آسیایی نشان می‌دهد که اکثر پدر و مادرها تقریباً از 12 سالگی به بعد دانش کمتری در مقایسه با فرزندان خود در زمینه دیجیتال دارند. ثانیاً پدر و مادرها مسبب وضع موجود هستند، به خصوص در مورد مشکلات زیست‌محیطی مثل گرمایش جهانی. ثالثاً نماد ارزش‌های منسوخ هستند، مثل سلسله‌مراتب قدرت. در نتیجه، نوعی احساس خودکفایی و خوداتکایی در این نسل هست. شعار معروفی هست که «فاصله هر چیز در اینترنت یک کلیک است»، پس نیازی به افراد بزرگ‌تر و با تجربه‌تر نیست.

3- تغییر نگاه به مقوله راهبری و مدیریت: به دلایلی که ذکر شد، تصور این نسل از راهبر و مدیر فرق می‌کند. مدیر و راهبر کسی است متعلق به گروه که کارها را تسهیل می‌کند. او مغز متفکر نیست و اتوریته ندارد و از جایگاه برابری با بقیه برخوردار است و نقش او کاملاً می‌تواند چرخشی باشد. یعنی او در واقع بیشتر تسهیلگر است تا رئیس.

بخشی از این کتاب به مهم‌ترین دغدغه‌های نسل Z در آمریکا و بریتانیا می‌پردازد. به شکل معناداری، برخی از مهم‌ترین این دغدغه‌ها مسائل «جهانی» است، یعنی مسائلی که خصلت‌های منطقه‌ای ندارد. مثلاً اولین مورد آینده سیاره زمین و محیط زیست (60 درصد)، دوم رشد نابرابری، سوم جنگ و خصومت، چهارم جنایت و خشونت، پنجم افول رشد اقتصادی و... است.

در انتهای کتاب، ده خصلت یا ویژگی اخلاقی اصلی نسل Z در این دو کشور که عمده‌تاً لیبرال دموکرات هستند، فهرست شده است: 1. خوداتکایی و خودرانی، 2. هویت‌یابی در قالب هویت‌های ریزبافت و در جمع‌های کوچک، 3. تلاش برای ایجاد گروه‌ها و جوامع متنوع‌تر (مخالفت



با سوگیری و تبعیض)، 4. قدرت تشخیص اینکه چه کسی دروغ می‌گوید و چه کسی قابل اطمینان است زیرا در فضای مجازی مدام باید چک کرد که چه کسی دروغ می‌گوید یا چه اطلاعاتی فیک است، 5. روحیه همکاری و مشارکت در ساختارهای غیرسلسله‌مراتبی، 6. مدل اجتماعی برای مدیریت و راهبری در مقابل مدل هرمی، 7. ترجیح ساختارهای سیال و ماژولار (بخشی و پیمان‌های)، 8. توهم‌زدایی از گذشته و نگرش مثبت به زمان حال و این باور که ما می‌توانیم جهان را از طریق کنش‌های جمعی تغییر دهیم، 9. استفاده از مم‌ها به مثابه عناصری فرهنگی، 10. تعارض‌ها و پارادوکس‌های این نسل، مثل تعارض بین این تصور که می‌تواند کاری بکند اما در دنیای واقعی خیلی نمی‌تواند کاری بکند.

### نسل Z در جوامع جمع‌گرا

مطالعه مفصلی در سال 2019 در روسیه در دانشگاه سنت پترزبورگ صورت گرفته که در بخش نخست آن از نسل وای (Y)، یعنی نسل قبل از نسل Z، خواسته شده که بگویند چه تصویری از نسل جدید دارند. جالب است که نگاه بزرگ‌ترها به این نسل خیلی منفی است. آیتم‌های اصلی بیان‌شده اینهاست: 1. نسل Z خیلی خودبیانگر است، منتها به معنای منفی، یعنی هر کاری می‌کند تا در جهان مجازی دیده شود. 2. نسل Z آزاد است، با این تفسیر منفی که برایش ناشناس و مخفی ماندن در شبکه‌های اجتماعی مهم است. 3. دوست دارند سریع یاد بگیرند، منتها فقط چیزهایی را یاد می‌گیرند که دوست دارند، یعنی منفعت‌طلب هستند و دنبال این هستند که چطور می‌توان مشهور و معروف و پولدار شد. 4. هر کاری را باید به سریع‌ترین شکل انجام دهند و در نتیجه زمان یادگیری، معاشرت، دوست پیدا کردن و ... برای‌شان کم شده است. 5. اطلاعات زیاد، ولی با عمق کم دارند. 6. مسوولیت ناپذیرند. 7. ارزش‌های فردگرایانه دارند. این مطالعه نشان می‌دهد که در روسیه، به عنوان کشوری شرقی‌تر، نگرش نسل قبل به نسل جدید منفی است و تقریباً هیچ چیز مثبتی در آن نمی‌بیند.

در همین مطالعه، ارزش‌های اخلاقی خود این نسل تجزیه و تحلیل شده است. اصلی‌ترین ارزش با 32 درصد وزن خوداظهاری و خودبیانگری است. بعد از آن، با 24 درصد وزن، همکاری متقابل است. این دو ویژگی شبیه مطالعه امریکا است و از باقی ویژگی‌ها وزن بیشتری دارد. محققان علت اشتراک این ویژگی‌ها و ایجاد و تقویت آنها را اینترنت می‌دانند. اینترنت است که فضای خوداظهاری را فراهم می‌آورد و محل مشارکت با هم‌تایان و تعریف هویت‌های ریزبافت و اختصاصی‌تر است.

مطالعه دیگری در سال 2020 در کشورهای آسیایی صورت گرفته که عمدتاً کشورهای شرق آسیا را مد نظر دارد. ویژگی‌های اخلاقی نسل Z در اینجا

هم جالب توجه است. چند ویژگی اصلی مثل خوداظهاری و کار مشارکتی با مطالعات دیگر مشترک است، اما سایر ویژگیها جالب و خاص جامعه خودشان است.

1. بومی دیجیتال هستند. 2. هویت‌های متعدد و تکه‌پاره در هر دو جهان آفلاین و آنلاین دارند. 3. نسل نگران که دغدغه‌های گلوبال و جهانی آن بیشتر است. 4. خلاقیت، یعنی کار مشارکتی و کارآفرینی. 5. به اشتراک‌گذاری اطلاعات با سایر کاربران. 6. نسل رو به آینده: 67 درصد فکر می‌کنند، می‌توانند کاری برای آینده بکنند و 84 درصد تصور می‌کنند تکنولوژی مایه امید به آینده است.

در سال 2021 مطالعاتی در لهستان صورت گرفت که از این نظر اهمیت دارد که جامعه‌ای نسبتاً شرقی و جمع‌گراتر، در مقایسه با جوامع اروپای غربی و آمریکای شمالی است. مهم‌ترین ویژگی نسل Z در این جامعه به روایت این مطالعه تضعیف ارزش خانواده است. یعنی در نسل‌های قبلی، خانواده جز در دوره کوتاهی بعد از جنگ، همیشه بیشترین ارزش را داشته است (بیش از 60 درصد)، اما برای نسل Z این ارزش به شکل معناداری کاهش یافته (30 الی 40 درصد) و از طرف دیگر ارزش دوستان به شدت افزایش یافته و تقریباً اندازه خانواده شده است.

## دهه هشتادی‌های ایران

با استفاده از مطالعات مذکور و البته به شکل گمانه‌زنی، یعنی اولاً با بهره گرفتن از ویژگی‌های مشترک مطالعات بالا و ثانیاً با در نظر گرفتن ویژگی‌های خاص جامعه ایران، می‌توان حدس‌هایی برای فهم ویژگی‌های نسل Z (دهه هشتادی‌ها) در ایران زد. همان‌طور که ذکر شد، هر جامعه آرایش اجتماعی و سیاسی و اقتصادی خاصی دارد و آن آرایش خاص، در نحوه تعامل با تکنولوژی جدید موثر است. بر این اساس، مهم‌ترین امری که به نظر می‌رسد، می‌شود در بافت ایران در حوزه اخلاق و هویت به اینترنت نسبت داد، زیر سوال رفتن «اقتدار» است، یعنی چیزی شبیه آنچه مطالعه لهستان نشان داده است. عنصر اصلی در گفتمان رسمی در فرهنگ ما، در بسیاری از بخش‌ها، «اقتدار» است. اقتدار یعنی در یک ساختار، جایگاه منحصر به فردی وجود دارد و آن جایگاه از نوعی یگانگی و تکینگی و در نتیجه نفوذ و قداست برخوردار است. مثلاً در خانواده، پدر به عنوان نان‌آور خانواده جایگاه منحصر به فردی دارد و در نتیجه اقتدار دارد. در مدرسه، مدیر و معلم چنین است و در نظام دینی، مرجع تقلید اقتدار دارد. زیر سوال رفتن تکینگی و منحصر به فرد بودن، در نهایت به زیر سوال رفتن اقتدار منجر می‌شود. اگر یک تکنولوژی باعث شود که بدیل‌های یک

چیز زیاد شوند، به تدریج از اقتدار آن در حوزه‌های گوناگون کاسته می‌شود و این اتفاقی است که برای همه منابع اقتدار رخ داده یا در حال رخ دادن است. می‌توان گمانه‌زنی کرد که این ویژگی از بقیه ویژگی‌های اینترنت برای دهه هشتادی‌ها در ایران مهم‌تر است. مثلاً قبلاً علت اقتدار معلم در کلاس دانش او بود، اما الان با يك جست‌وجو در گوگل می‌توان بسی بیشتر از دانش معلم را پیدا کرد و این دانش دیگر منحصر به معلم نیست. همچنین است در مورد اقتدار عالمان دینی که قبلاً روایت‌هایی منحصر به فرد ارائه می‌کردند. از اقتدار سیاسی هم به همین طریق کاسته شده است. اتفاقات اخیر نمونه‌ای گویا از این است که چگونه يك نسل تصوری متفاوت از اقتدار سیاسی و نحوه واکنش جمعی دارد.

ویژگی دوم دهه هشتادی‌ها این باور است که ما توان انجام کار دسته‌جمعی داریم. این الگوی کار را در بسیاری از جانداران هم می‌بینیم، مثل ماهی‌های کوچکی که به تنهایی نمی‌توانند کاری بکنند، اما دسته‌جمعی و در قالب يك پیکره واحد و به شکل توده‌ای در مقابل خطرات و تهدیدات واکنش نشان می‌دهند و گاه خیلی هم ترسناک می‌شوند. کل آن مجموعه کار قهرمانانه‌ای انجام می‌دهد، اما هیچ‌يك به تنهایی قهرمان نیست. این ویژگی در جاهای مختلف دیده شده است، مثل جنبش حمایت از زندگی سیاهان در آمریکا در سال‌های اخیر یا در واکنش به مسائل محیط‌زیستی وقتی امری هشتگ می‌خورد و... این ویژگی در ایران هم اهمیت زیادی دارد و نشان‌دهنده وارد شدن کنشگری جدید به صحنه است که قبلاً در محاسبات دیده نمی‌شود، اما حالا حضور دارد و اثرگذار است.

از سوی دیگر، کار دسته‌جمعی یا گله‌ای این ویژگی منفی را هم دارد که آدم‌ها احساس می‌کنند باید راجع به همه‌چیز حرف بزنند. هری فرانکفورت فیلسوف امریکایی مفهومی تحت عنوان حرف مفت معرفی کرده است. این ناشی از فشار هم‌تایان است. فرانکفورت چرند و پرند یا حرف مفت را سخنی می‌داند که صدق و کذبش اهمیتی ندارد، بلکه فقط برای گفته شدن و بیان شدن مطرح می‌شود. مشارکت در کنش‌های جمعی و توده‌ای و فشار هم‌تایان این خطر را هم دارد که افراد برای خالی نبودن عریضه در فضای مجازی بیش از قبل حرف مفت بزنند. اینها البته گمانه‌زنی‌هایی درباره ویژگی‌های دهه هشتادی‌ها در ایران بود که حتماً باید به محک مطالعات میدانی بخورد.

پژوهشگر فلسفه و مطالعات علم

---

نسل Z همچنین در مقایسه با نسل‌های دیگر تصور متفاوتی از «دیگری» دارد. این نسل از کدهای اجتماعی متفاوتی استفاده می‌کند. کدهای اجتماعی این نسل در فضای مجازی تعریف می‌شود و عموماً برای نسل‌های قبلی قابل‌فهم نیست، مثلاً استفاده از ایموجی‌ها و مم‌ها (تصاویر و گفتار تکرارشونده)، مختصرنویسی، استفاده از ضمیر مخاطب دوم شخص، بلاک کردن، رپورت کردن و ... همچنین تصور این نسل از دیگری، کسی است که با او مشارکت و همکاری دارد.

---

مهم‌ترین امری که به نظر می‌رسد، می‌شود در بافت ایران در حوزه اخلاق و هویت به اینترنت نسبت داد، زیر سوال رفتن «اقتدار» است، یعنی چیزی شبیه آنچه مطالعه لهستان نشان داده است. عنصر اصلی در گفتمان رسمی در فرهنگ ما، در بسیاری از بخش‌ها، «اقتدار» است. اقتدار یعنی در يك ساختار، جایگاه منحصر به فردی وجود دارد و آن جایگاه از نوعی یگانگی و تکینگی و در نتیجه نفوذ و قداست برخوردار است. مثلاً در خانواده، پدر به عنوان نان‌آور خانواده جایگاه منحصر به فردی دارد و در نتیجه اقتدار دارد.

منبع: □□□□□□ □□□□□□ □□ 26 □□ 1401 □□□□□□