

فرهنگ و فاصله نسلی در شهر اصفهان

رضا اسماعیلی*

مقدمه

تأثیرگذاری، گونه‌های فرهنگ پویا و ایستا یا مولد و مقلد را می‌توان از یکدیگر تفکیک کرد. به لحاظ ریاضی اگر فرهنگ و اجزای آن را در یک طرف (به تعداد n تا) و جامعه و عناصر آن را در طرف دیگر (به تعداد m تا) قرار دهیم از ترکیب آن $n \times m$ ماتریس تشکیل خواهد شد که هر یک به لحاظ ساختار و ترکیب و چگونگی تغییرات آن باید جداگانه مورد بررسی علمی قرار گیرند.

در این مقاله که حالت ویژه‌ای از این ماتریس مورد بحث قرار می‌گیرد، پیچیدگی‌های جامعه به مقوله نسل‌های مختلف اجتماعی با ملاک طبقه‌بندی سنی تقلیل داده شده است. به منظور ترسیم واضح‌تر موضوع نسل‌ها، الگوی سه‌تایی مورد استفاده قرار گرفته است. این الگو به خلاف الگوی دوتایی (نسل قدیم و نسل جدید) از انعطاف بیشتری برخوردار است و توانایی بیشتری برای تبیین تغییرات اجتماعی - فرهنگی دارد. همچنین به لحاظ مبانی نظری انطباق بیشتری با طبقه‌بندی نسلی که زیست‌شناسان مطرح کرده‌اند و طبقه‌بندی

مقوله «فرهنگ» و «جامعه» از جمله مقولاتی هستند که نمی‌توان آنها را از یکدیگر تفکیک کرد. فرهنگ به مانند شریانی است که در پیکره اجتماع جریان دارد و جامعه کالبدی است که فرهنگ را در درون خود جای داده است. بدون فرهنگ حیات اجتماع متصور نیست و بدون ملاحظه جامعه، سخن گفتن از مقوله فرهنگ چیزی جز بازی خیال‌پردازانه‌ای بیش نیست.

هر دو مقوله فرهنگ و جامعه جزو مقولات پیچیده و چند وجهی هستند. جامعه شامل گروه‌ها، اقشار و طبقات مختلف اجتماعی است که در عین کثرت و تنوع در قالب ساختار اجتماعی نظم و انسجام یافته است. فرهنگ هم به لحاظ نوع و قلمرو، از کثرت فراوانی برخوردار است؛ فرهنگ عامه، فرهنگ عمومی، فرهنگ شفاهی و مکتوب، فرهنگ منطقه‌ای، ملی و جهانی، فرهنگ سیاسی، اقتصادی و... از جمله گونه‌های مختلف فرهنگ به‌شمار می‌رود. قلمرو فرهنگ به لحاظ اجزا و عناصر تشکیل‌دهنده مشتمل بر نظام ارزشها، باورها، اعتقادات و نظام هنجارها دارای قوانین، سنت‌ها، عرف و عادات متنوع می‌باشد. به لحاظ

* - پژوهشگر مسائل اجتماعی - فرهنگی.

متأسفانه اطلاعات ما در زمینه تغییرات نظام ارزشی و تحولات فرهنگی نسل‌ها در جامعه ایرانی اندک است. کمی مطالعات تجربی فراگیر موجب شده است که قضاوت‌ها در این باره به تجربه‌های مشخصی محدود گردد. کمبود مطالعات علمی در این زمینه و غالب بودن رویکرد سیاسی به تحولات فرهنگی موجب شده که ما از مناسبات اجتماعی و فرهنگی، شناخت دقیق و واقع‌بینانه‌ای نداشته باشیم.

- بروز رخداد سیاسی - اجتماعی انتخابات هفتمین دوره ریاست جمهوری و طرح مجدد مقوله فرهنگ از سوی نامزد مورد حمایت مردم آقای خاتمی و نقش مهم عناصر و کارگزاران فرهنگی در این انتخابات و پیامدهای فرهنگی آن (توسعه فرهنگی، افزایش کمی و تعداد و شمارگان فرهنگ چاپی اعم از کتاب و روزنامه، افزایش تقاضای کالاهای فرهنگی با تنوع بیشتر و کیفیت برتر).

در مجموع با عنایت به نکات مطرح شده می‌توان گفت که موقعیت مقوله «فرهنگ» و تغییرات در آن، در جامعه ما محوری می‌باشد. گرچه در دوره‌های مختلف از نظر ساخت و کارکرد با نوساناتی روبه‌رو بوده است.

ارتباطات و انتقال فرهنگ نیز از جمله مقولاتی بوده است که در سطوح داخلی و بین‌المللی مورد دغدغه مسئولان قرار گرفته است. کارکرد نهادهایی چون خانواده، آموزش و پرورش، رسانه‌ها و وسایل ارتباط جمعی سنتی و مدرن در زمینه انتقال ارزشها و هنجارهای مطلوب، همواره مورد بررسی و حتی نگرانی مسئولان حوزه فرهنگ و اجتماعی بوده است. در سطح بین‌المللی موضوع رابطه فرهنگی کشورهای صاحب صنعت و به‌طور عمده غرب با فرهنگ اسلامی از جمله مقولات بحث‌انگیز در عرصه ارتباط بین‌المللی روابط ایران اسلامی با سایر کشورها بوده است.

همکاریها، تقابل‌ها و ستیزه‌های این دو حوزه، با همه شدت و ضعف‌هایش از جمله مواردی بوده است که نقش عامل فرهنگ در ارتباط بین‌المللی را پر اهمیت کرده است.

در زمینه انتقال فرهنگی از نسل پیشین به نسل

معرفت‌شناختی به لحاظ معرفت‌عرفانی به تعبیر مولوی (دوره خامی، پختگی و سوختگی) و همچنین طبقه‌بندی روان‌شناسان و جامعه‌شناسان دارد. طبقه‌بندی سه‌گانه با ملاک‌هایی اجرایی برای ارائه خدمات و رفاه اجتماعی با دستگاههای اجرایی انطباق بیشتری دارد.

طرح موضوع

تغییرات فرهنگی و انتقال فرهنگ از جمله موضوعاتی است که در یک دهه پیشین مورد توجه مسئولان و برنامه‌ریزان و مجریان و اندیشمندان عرصه فرهنگ و اجتماع قرار گرفته است. این توجه را باید معطوف به نکاتی چون موارد ذیل دانست:

- فرهنگی بودن انقلاب اسلامی و طرح ایده‌های آرمان‌گرایانه در جهت استقرار جامعه مطلوب در سطح داخلی و بین‌المللی و همچنین تربیت انسان مؤمن و معنویت‌گرا و تحقق انسان کامل.

- بسیج عظیم اقشار مختلف اجتماعی به‌خصوص جوانان در مقابله با هجوم دولت عراق از طریق باورها و اعتقادات مردم در دوره هشت‌ساله که خود مؤید نقش تعیین‌کنندگی فرهنگ در معادلات روابط خارجی و داخلی بود.

- اتخاذ رویکرد توسعه اقتصادی - اجتماعی و فرهنگی در قالب دوره سازندگی به‌عنوان رویکرد مطلوب دوران پس از جنگ، گرچه در این دوره مقوله فرهنگ نسبت به مقوله اقتصاد و فن‌آوری از سهم نازل‌تری برخوردار بود.

- ظهور اقشار بالنده اجتماعی نظیر زنان و جوانان در عرصه «اجتماع»، «سیاست» و فرهنگ و سمت‌گیری آنان برای تحقق زندگی با کیفیت بالاتر.

کنونی، پس از گذشت دو دهه از انقلاب اسلامی، بحث‌های جدی مطرح شده است. شدت این مباحث تا حدی است که گاهی نهادها و سازمانهای دست‌اندر کار فرهنگی و اجتماعی به لحاظ برخی کارکردها مورد انتقاد یکدیگر واقع شده و عدم توفیق در زمینه رعایت هنجارها و ارزشهای اجتماعی از سوی برخی از اقتدار جامعه؛ به خصوص جوانان را ناشی از عدم کارایی لازم نهادهای اجتماعی کننده و فرهنگ‌پذیر می‌دانند.

همچنین عدم کارایی انتقال فرهنگ، از جانب برخی نهادهای فرهنگی، در قالب مفاهیمی چون انقطاع فرهنگی، شکاف نسل‌ها، بی‌توجهی و هتک حرمت ارزشها، مطرح شده است.

حال این سؤال مطرح است که تا چه حد موارد مطرح شده صادق است؟ و اگر صادق است میزان و شدت آن چگونه است؟ و ما در چه مرحله‌ای از آن قرار داریم؟ علت‌های آن کدام‌اند؟ زمینه‌های آن چیست؟ و چه راه‌حلی قابل بحث می‌باشند؟

متأسفانه اطلاعات ما در زمینه تغییرات نظام ارزشی و تحولات فرهنگی نسل‌ها در جامعه ایرانی اندک است. کمی مطالعات تجربی فراگیر موجب شده است که قضاوت‌ها در این باره به تجربه‌های مشخصی محدود گردد. کمبود مطالعات علمی در این زمینه و غالب بودن رویکرد سیاسی به تحولات فرهنگی موجب شده که ما از مناسبات اجتماعی و فرهنگی، شناخت دقیق و واقع‌بینانه‌ای نداشته باشیم.

این نوشتار تلاش دارد توصیفی از نگرشهای اجتماعی - فرهنگی نسل‌های مختلف سنی ارائه دهد. هدف اصلی این بررسی، فراهم ساختن اطلاعات مناسب جهت تأمل و اندیشه درباره پرسشهای فوق به شیوه علمی و در نهایت وارد شدن به مباحث نظریه‌پردازی در حوزه تغییرات فرهنگی با توجه به عامل نسل‌هاست.

در این مقاله سه گروه سنی کمتر از ۳۰ سال به‌عنوان نسل جوان^۱ و ۳۰ تا ۴۶ سال به‌عنوان نسل میانسال و بالاتر از ۴۶ سال به‌عنوان نسل قدیم جامعه از یکدیگر تفکیک شده‌اند.

منظور از مقوله فرهنگ در این گزارش، نگرشها و رفتارهای اجتماعی - فرهنگی نسل‌ها در دوازده مقوله می‌باشد که یافته‌های آن حاصل مطالعات میدانی است که در تابستان ۱۳۷۸ به سفارش دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی استان اصفهان با عنوان «نگرشها و رفتارهای اجتماعی - فرهنگی مردم شهر اصفهان انجام شده است»^۲ جامعه مورد مطالعه، کلیه افراد ۱۶ سال و بالاتر ساکن در شهر اصفهان بوده‌اند. حجم نمونه مورد مطالعه ۴۶۱ نفر از شهروندان بوده است که متناسب با حجم جمعیت شهر اصفهان در ۴ منطقه انتخاب شده‌اند. ابزار جمع‌آوری اطلاعات پرسشنامه^۳ ۱۴۷ سؤالی بود. شیوه جمع‌آوری اطلاعات مصاحبه بوده است که به کمک ۸ نفر از پرسشگران آموزش‌دیده، اطلاعات مورد نیاز جمع‌آوری شده است.^۴ به دلیل گستردگی داده‌های این مطالعه، پس از انجام پردازش‌های لازم^۵ بر اساس چهار متغیر کلیدی جنسیت، میزان تحصیلات، گروه سنی و پایگاه اجتماعی - اقتصادی تدوین و تنظیم شده است.

در ذیل اهم یافته‌های مطالعه انجام شده بر اساس لایه‌های مختلف متغیر سن (گروه سنی) توصیف می‌گردد. به‌علت کوتاه شدن مطلب و از ساده‌تر کردن فقط میزان درصد ذکر شده و از آوردن فراوانی‌های مطلق خودداری شده است.

۱- طبقه‌بندی افراد کمتر از ۳۰ سال به‌عنوان نسل جوان، مورد قبول شورای عالی جوانان و برنامه‌ریزی‌های امور جوانان در سیاستها و برنامه‌های رسمی می‌باشد.

۲- خوانندگان محترم برای اطلاع بیشتر از اصل گزارش پژوهش می‌توانند به دفتر پژوهش اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان اصفهان مستقر در بنیاد فرهنگی امیرقلی امینی مراجعه فرمایند.

۳- در اینجا وظیفه خود می‌دانم از مصاحبه‌گران که دانشجویان رشته سینمای دانشکده سوره و رشته مطالعات اجتماعی مرکز آموزش عالی حضرت زینب(س) بوده‌اند تشکر نمایم.

۴- بجاست از همکاری آقای وحید قاسمی در این زمینه تشکر نمایم.

۱- نگرش پاسخگویان درباره خانواده و ازدواج

جدول شماره ۱: نگرش نسل‌های مختلف سنی درباره خانواده و ازدواج در شهر اصفهان

مقوله	کل	تا ۲۹ سال	گروه سنی ۳۰-۴۵ سال	۴۶ سال و بالاتر	شاخص آماری قضایوت
میانگین سن مناسب ازدواج دختران	۲۰/۱	۲۱/۲	۲۰/۷	۲۰/۳	F= ۳/۳۷ P= ۰/۰۳۵
میانگین سن مناسب ازدواج پسران	۲۵/۵	۲۵/۷	۲۵/۴۳	۲۵/۱۷	F= ۱/۰۰ P= ۰/۳۷
تفاوت سن مرد و زن در ازدواج*	۴/۲	۳/۶۳	۴/۲۶	۴/۴	F= ۳/۵۸ P= ۰/۰۳
لزوم خواستگاری برای ازدواج	موافق ۹۵/۱ مخالف ۴/۹	۹۴/۵ ۵/۵	۹۶/۴ ۳/۶	۹۴/۳ ۵/۷	$\chi^2 = ۰/۸۲$ P= ۰/۶۷
لزوم جشن نامزدی برای ازدواج*	موافق ۵۷/۷ مخالف ۴۲/۳	۶۱/۴ ۳۸/۶	۵۷ ۴۳	۴۷/۸ ۵۲/۳	$\chi^2 = ۳/۸۱$ P= ۰/۱۵
وجود مهریه برای ازدواج*	موافق ۸۶/۶ مخالف ۱۳/۴	۸۳/۴ ۱۶/۶	۸۸ ۱۲	۹۲/۶ ۷/۴	$\chi^2 = ۴/۵۶$ P= ۰/۱۰
لزوم برگزاری مراسم باشکوه عروسی	موافق ۳۰/۷ مخالف ۶۹/۳	۳۳/۵ ۶۶/۵	۲۷/۵ ۷۲/۵	۲۸/۲ ۷۱/۸	$\chi^2 = ۱/۳۷$ P= ۰/۵۰
وجود جهیزیه کافی برای ازدواج*	موافق ۷۵/۳ مخالف ۲۴/۷	۶۸/۸ ۳۱/۲	۸۱/۲ ۱۸/۸	۷۹/۵ ۲۰/۵	$\chi^2 = ۷/۳۷$ P= ۰/۰۳
معاشرت قبل از ازدواج دختر و پسر*	موافق ۷۱ مخالف ۲۹	۷۸/۲ ۲۱/۸	۶۶/۷ ۳۳/۳	۵۸/۵ ۴۱/۵	$\chi^2 = ۱۲/۳۷$ P= ۰/۰۰۲
لزوم رضایت پدر و مادر هنگام ازدواج	موافق ۹۴/۳ مخالف ۵/۷	۹۲/۵ ۷/۵	۹۵/۵ ۴/۵	۹۶/۶ ۳/۴	$\chi^2 = ۲/۴۰$ P= ۰/۳۰
ازدواج با قوم و خویش*	موافق ۳۰/۵ مخالف ۶۹/۵	۲۴/۴ ۷۵/۶	۳۲/۸ ۶۷/۲	۴۰/۸ ۵۹/۲	$\chi^2 = ۷/۱۵$ P= ۰/۰۳
ازدواج با بیش از یک زن	موافق ۱۲/۴ مخالف ۸۷/۶	۱۳/۷ ۸۶/۳	۱۰/۲ ۸۹/۸	۱۲/۳ ۸۷/۷	$\chi^2 = ۰/۹۲$ P= ۰/۶۳
اظهار نظر پدر و مادر در امور فرزندان بعد از ازدواج*	موافق ۵۱/۹ مخالف ۴۸/۱	۴۵/۸ ۵۴/۲	۵۰ ۵۰	۶۸/۹ ۳۱/۱	$\chi^2 = ۱۱/۵۷$ P= ۰/۰۰۳
اجرای برنامه تنظیم خانواده	موافق ۹۷/۷ مخالف ۲/۳	۹۷/۷ ۲/۳	۹۷/۸ ۲/۲	۹۶/۳ ۳/۷	$\chi^2 = ۰/۵۹$ P= ۰/۷۴
تعداد فرزند برای زن و شوهر	۲/۵	۲/۴۱	۲/۶۱	۲/۶۱	F= ۰/۸۲ P= ۰/۴۴

علامت * نشان‌دهنده تفاوت نظر گروه‌های سنی در مقوله مورد نظر است. نماد χ^2 شاخص آماری جهت قضایوت درباره تفاوت نظر گروه‌های مختلف به لحاظ آماری است. نماد P نشانه سطح معنی‌داری است.

جدول شماره ۱ بیانگر این مطلب است که بین نسل‌های مختلف در نگرش‌های خانواده و ازدواج تفاوت وجود دارد. میانگین مناسب سن ازدواج دختران در گروه سنی کمتر از ۳۰ سال ۲۱/۲، گروه‌های سنی ۳۰-۴۵ سال ۲۰/۷ و ۴۶ سال و بالاتر ۲۰/۳ سال می‌باشد.

با افزایش سن پاسخگویان فاصله سنی مناسب بین دو زوج هنگام ازدواج افزایش می‌یابد. جوانان فاصله سنی ۳/۶۳ سال، نسل میانی ۴/۲۶ سال و نسل بالاتر از ۴۶ سال فاصله بین ۴/۴ سال را مناسب می‌دانند.

۱۶/۶ درصد گروه زیر ۲۹ سال و ۱۲ درصد گروه میانسال و فقط ۷/۴ درصد گروه بالای ۴۶ سال با لزوم مهریه برای ازدواج مخالف‌اند. ۶۸/۸ درصد گروه سنی کمتر از ۳۰ سال،

۸۱/۲ درصد گروه سنی ۳۰ تا ۴۵ سال، ۷۹/۵ درصد گروه سنی بالاتر از ۴۶ سال وجود جهیزیه کافی را برای ازدواج لازم می‌دانند.

۷۸/۲ درصد جوانان، ۶۶/۷ درصد میانسال و ۵۸/۵ درصد نسل گذشته با معاشرت قبل از ازدواج دختر و پسر موافق هستند.

۷۵/۶ درصد گروه سنی کمتر از ۳۰ سال، ۶۷/۲ درصد گروه سنی ۳۰ تا ۴۵ سال و ۵۹/۲ درصد گروه سنی ۴۶ سال و بالاتر با ازدواج فامیلی مخالف هستند.

۵۴/۲ درصد نسل جوان، ۵۰ درصد نسل میانه و ۳۱/۳ درصد نسل گذشته با اظهار نظر پدر و مادر در امور فرزندان پس از ازدواج مخالف هستند.

در بقیه نگرش‌های مطرح شده در جدول شماره ۱ به لحاظ نسلی، فاصله نگرشی وجود ندارد.

۲- میزان استفاده از رسانه‌ها

جدول شماره ۲: نگرش نسل‌های مختلف سنی در مورد استفاده از رسانه‌ها در شهر اصفهان

شاخص‌های آماری	مقوله		
	گروه سنی تا ۲۹ سال	گروه سنی ۳۰-۴۵ سال	۴۶ سال و بالاتر
	هیچ به‌ندرت گاهی زیاد	هیچ به‌ندرت گاهی زیاد	هیچ به‌ندرت گاهی زیاد
$\chi^2 = 0/16$ $P = 0/00$	۱۵/۵ ۳۸/۱ ۳۱/۹ ۱۴/۶	۱۴/۷ ۲۵/۷ ۴۳/۴ ۱۶/۲	۱۲/۶ ۱۸/۴ ۳۲/۲ ۳۶/۸
$\chi^2 = 0/19$ $P = 0/00$	۱۱/۶ ۳۷/۳ ۳۲ ۱۹/۱	۷/۵ ۲۶/۱ ۳۰/۶ ۳۵/۸	۶/۹ ۲۶/۴ ۱۹/۵ ۴۷/۱
$\chi^2 = 0/24$ $P = 0/00$	۴۱/۱ ۲۹/۵ ۲۰/۵ ۸/۹	۱۷/۲ ۳۸/۸ ۳۲/۸ ۱۱/۲	۲۱/۲ ۲۳/۵ ۲۲/۴ ۳۲/۹
$\chi^2 = 0/25$ $P = 0/00$	۲۱/۸ ۲۳/۶ ۲۷/۱ ۲۷/۶	۴۷ ۲۳/۹ ۲۳/۹ ۴۷	۲/۳ ۱۴/۸ ۲۸/۴ ۵۴/۵
$\chi^2 = 0/35$ $P = 0/00$	۴۴/۶ ۲۶/۸ ۱۷/۴ ۱۱/۲	۲۶ ۲۴/۴ ۳۴/۶ ۲۶	۷/۱ ۲۹/۴ ۲۷/۱ ۳۶/۵

همان‌طور که از جدول شماره ۲ استنباط می‌شود در میزان استفاده از رسانه‌ها بین نسل‌های مختلف سنی، تفاوت وجود دارد. به عبارت دیگر می‌توان گفت که کالاهای فرهنگی چون روزنامه، مجله، کتاب، ویدئو و نوارهای صوتی بیشتر مورد استفاده نسل‌های جوانتر می‌باشد.

به‌عنوان مثال ۱۴/۶ درصد از گروه سنی جوانان اظهار داشته‌اند که هیچ وقت از روزنامه استفاده

نمی‌کنند در صورتی که این میزان برای گروه سنی ۴۶ سال و بالاتر ۳۶/۸ درصد بوده است. نکته مهم آن است که بین نسل‌های مختلف و استفاده از رسانه‌ها اختلاف وجود دارد. مثلاً این اختلاف در مورد استفاده از ویدئو در بین نسلها بیشتر است.

تقاضای بیشتر برای رسانه‌ها و افزایش سهم رسانه‌ها در زندگی جوانان از جمله ویژگیهای نسل جوان جامعه شهری اصفهان می‌باشد.

۳- روابط و مشارکتهای اجتماعی

جدول شماره ۳: نوع مشارکت نسل‌های مختلف سنی در فعالیتهای و مؤسسات اجتماعی در شهر اصفهان

شاخص آماری قضارت	۴۶ سال و بالاتر		گروه سنی ۳۰-۴۵ سال		گروه سنی ۲۹ تا سال		شرکت در مؤسسات اجتماعی
	بلی	خیر	بلی	خیر	بلی	خیر	
$\chi^2 = 23/8$ $P = 0/00$	۱۹/۳	۸۰/۷	۳۰/۱	۶۹/۹	۴۷/۶	۵۲/۴	شرکت در باشگاه ورزشی*
$\chi^2 = 5/69$ $P = 0/50$	۱۴/۶	۸۵/۴	۲۰/۳	۷۹/۷	۲۷/۲	۷۲/۸	شرکت در انجمنهای علمی - فرهنگی
$\chi^2 = 37/72$ $P = 0/00$	۴۶/۳	۵۳/۷	۵۳/۹	۴۶/۱	۲۲/۱	۷۷/۹	شرکت در انجمنهای خانه - مدرسه*
$\chi^2 = 5/70$ $P = 0/06$	۲۵/۶	۷۴/۴	۱۵/۹	۸۴/۱	۱۳/۹	۸۶/۱	شرکت در اتحادیه‌های صنفی
$\chi^2 = 83$ $P = 0/6$	۱۹/۷	۸۰/۳	۲۰/۵	۷۹/۵	۲۴	۷۶	شرکت در فعالیتهای انجمن اسلامی
$\chi^2 = 5/36$ $P = 0/07$	۷/۶	۹۲/۴	۶/۳	۹۳/۷	۱۳/۷	۸۶/۳	شرکت در فعالیتهای جهاد دانشگاهی

فعالیت‌های اجتماعی نظیر باشگاه‌های ورزشی و انجمن‌های خانه و مدرسه تفاوت وجود دارد.

همان‌طور که در جدول شماره ۳ ملاحظه می‌شود، بین نوع مشارکت نسل‌های مختلف سنی در

جدول شماره ۴: نحوه گذراندن اوقات فراغت نسل‌های مختلف سنی در شهر اصفهان

شاخص‌های آماری	گروه سنی تا ۲۹ سال				گروه سنی ۳۰-۴۵ سال				۴۶ سال و بالاتر				نوع گذراندن اوقات فراغت
	زیاد	هرگز به ندرت گاهی	زیاد	هرگز به ندرت گاهی	زیاد	هرگز به ندرت گاهی	زیاد	هرگز به ندرت گاهی	زیاد	هرگز به ندرت گاهی	زیاد	هرگز به ندرت گاهی	
$\chi^2 = -/0.6$ $P = 0/0.7$	۳۶/۵	۲۹/۳	۲۱/۵	۲/۶	۳۹/۶	۲۱	۱۹/۴	۰	۳۵/۲	۳۶/۳	۲۵	۳/۳	تماشای تلویزیون
$\chi^2 = 0/1.2$ $P = 0/0.02$	۱۲/۸	۲۱/۶	۳۵/۷	۳۰	۸/۷	۲۴/۶	۲۸/۶	۱۸/۱	۳۲/۷	۲۷/۳	۲۳	۱۷	گوش دادن به رادیو*
$\chi^2 = -/2.1$ $P = 0/0.0$	۵/۳	۲۱/۶	۳۶	۳۶/۹	۳/۷	۱۴/۷	۲۹/۳	۵۲/۲	۲/۲	۷/۹	۲۰/۲	۶۹/۷	رفتن به سینما*
$\chi^2 = 0/1.8$ $P = 0/0.0$	۲۸/۶	۳۲/۶	۳۰/۳	۸/۴	۱۴/۷	۳۶	۳۹/۷	۹/۶	۱۶/۹	۲۸/۱	۱۹/۱	۳۶	مطالعه*
$\chi^2 = 0/0.3$ $P = 0/0.20$	۳۰/۱	۳۸	۲۶/۲	۵/۷	۲۸/۹	۳۳/۷	۲۵/۲	۲/۲	۲۷/۳	۵۰	۲۱/۶	۱/۱	معاشرت با اقوام
$\chi^2 = -/2.2$ $P = 0/0.00$	۲۱/۱	۲۶/۵	۲۳/۲	۱۹/۳	۱۱/۱	۲۵/۹	۳۳/۳	۲۹/۶	۲/۶	۲۵/۳	۱۷/۲	۵۲/۹	ورزش*
$\chi^2 = 0/2.2$ $P = 0/0.0$	۱۳/۷	۳۱	۲۵/۸	۱۹/۵	۲۳/۱	۲۸/۸	۲۷/۶	۱۰/۴	۲۹/۳	۳۳/۷	۱۸/۷	۷/۱	رفتن به مسجد*
$\chi^2 = -/0.8$ $P = 0/0.2$	۲۶/۷	۲۶/۲	۳۰/۷	۱۶/۴	۱۱/۲	۲۸/۱	۳۳/۱	۱۲/۹	۱۱/۲	۲۸/۱	۳۶/۱	۱۳/۶	قدم زدن*
$\chi^2 = 0/1.1$ $P = 0/0.0$	۹/۳	۱۰/۶	۱۶/۳	۶۳/۹	۲/۲	۸/۸	۱۶/۱	۷۳	۲/۵	۶/۷	۷/۹	۸۰/۹	رفتن به قهوه‌خانه و کافه*
$\chi^2 = -/0.8$ $P = 0/0.3$	۲۲/۵	۳۳/۹	۳۱/۳	۱۲/۳	۱۱/۲	۲۲/۹	۳۳/۳	۱۱/۴	۱۲/۵	۳۶/۳	۳۶/۳	۱۴/۸	رفتن به پارک*
$\chi^2 = -/0.6$ $P = 0/0.0$	۱۶/۳	۱۸/۱	۲۷/۳	۳۸/۳	۸	۱۰/۹	۳۲/۱	۲۸/۹	۵/۸	۱۶/۳	۱۸/۶	۵۹/۳	انجام کارهای دستی*
$\chi^2 = 0/0.1$ $P = 0/0.40$	—	۲۲/۳	۵۵/۲	۲۰/۵	—	۲۳/۱	۲۸/۵	۲۸/۴	—	۱۳/۱	۶۱/۹	۲۵	گردش و تفریح
$\chi^2 = -/1.0$ $P = 0/0.008$	۲/۵	۱۶/۱	۳۸/۸	۳۰/۶	۵/۱	۱۲	۲۹/۴	۵۱/۵	۲/۳	۱۷	۲۲/۷	۵۸	بازدید از موزه و نمایشگاه
$\chi^2 = -/0.8$ $P = 0/0.2$	۸/۴	۹/۸	۱۹/۶	۶۲/۱	۱/۵	۱۳/۳	۱۴/۸	۷۰/۳	۳/۸	۸/۳	۱۴/۳	۷۲/۶	شرکت در انجمن‌ها و گروه‌ها*
$\chi^2 = 0/0.06$ $P = 0/0.44$	۳۱/۷	۳۰/۷	۲۱/۶	۶	۳۷/۹	۳۳/۳	۲۵	۳/۸	۳۳/۸	۳۰/۳	۲۱/۳	۲/۵	استراحت در منزل

بر اساس نتایج جدول شماره ۴ بین شیوه‌های گذران اوقات فراغت در گروه‌های مختلف سنی در مورد گوش دادن به رادیو، رفتن به سینما، مطالعه و انجام ورزش، رفتن به مسجد، قدم زدن، رفتن به قهوه‌خانه و کافه، رفتن به پارک، انجام کارهای دستی و شرکت در انجمن‌ها و گروه‌ها تفاوت وجود دارد.

بر اساس نتایج جدول شماره ۴ میزان رغبت نسل‌های جوان نسبت به دو نسل دیگر در استفاده از وسایل ارتباط جمعی تصویری مثل تلویزیون، سینما از سایر گروه‌های سنی بیشتر است. مطالعه نیز شامل این قاعده می‌گردد. انجام فعالیت‌هایی چون ورزش، قدم زدن، رفتن به پارک، رفتن به قهوه‌خانه و کافه‌ها، انجام کارهای دستی بیشتر مورد توجه جوانان می‌باشد. رفتن به مساجد را گرچه نمی‌توان کاملاً یک پدیده اوقات فراغتی تصور کرد، اما به لحاظ اینکه فعالیت‌های مذهبی در ساعت خارج از کار و فعالیت رسمی فرد انجام می‌گیرد به گونه‌ای می‌توان آن را در حیطه بهره‌برداری از اوقات فراغت گنجانید.

بر اساس نتایج این جدول با افزایش سن، میزان رفتن به مسجد افزایش می‌یابد. ۱۹/۵ درصد نسل جوان اظهار داشته‌اند که «هرگز» به مسجد نمی‌روند. این میزان برای گروه سنی ۳۰-۴۵ ساله ۱۰/۴ درصد و برای گروه سنی ۴۶ ساله و بالاتر ۷/۱ درصد بوده است. با وجود این از ارقام نمی‌توان استنباطی خاص از چگونگی گرایش مذهبی پاسخگویان به عمل آورد.

در جمع‌بندی کلی باید اظهار داشت رفتار و رغبت گروه‌های سنی در گذران اوقات فراغت با یکدیگر در حال فاصله‌گیری است. افزایش سهم وسایل ارتباط جمعی در زندگی، بهره‌برداری از زندگی توأم با نشاط و شادی و تغییر تعبیر از معنای زندگی و کیفیت آن و ویژگی‌ها و مقتضیات دوره‌های مختلف سنی از جمله عوامل مرتبط با تغییر نگرش و رفتارهای مربوط به پدیده اوقات فراغت می‌باشند.



۵- نگرشهای جنسیتی

به مرد و زن در جامعه» تفاوتی وجود ندارد. از نظر ۵۸/۴ درصد پاسخگویان، در جامعه فقط به مردان اهمیت می‌دهند، در صورتی که ۱۶/۳ درصد پاسخگویان معتقدند که در جامعه به زنان اهمیت می‌دهند. ۲۵/۴ درصد نیز اعتقاد دارند که جامعه به یک اندازه به زن و مرد اهمیت می‌دهد.

در مورد برتری جنسیتی با احتمال به دنیا آمدن مجدد ۲۲/۳۴ درصد از گروه سنی جوانان ترجیح می‌دهند دختر متولد نشوند. این میزان برای گروه سنی ۳۰ تا ۴۵ ساله برابر با ۲۰ درصد و برای گروه سنی بالاتر از ۴۶ سال ۱۸/۳ درصد است. درباره برتری جنسیتی با احتمال به دنیا آمدن مجدد با جنسیت پسر برای گروه سنی کمتر از ۳۰ سال، ۴۷ درصد، گروه سنی ۳۰ تا ۴۵ ساله، ۴۵/۶ درصد و گروه سنی بالاتر از ۴۶ سال ۵ درصد بوده است.

بر اساس نتایج مطالعه انجام شده ۶۲/۱ درصد از پاسخگویان با موضوع کار کردن خانم‌ها در بیرون از منزل موافق هستند. ۳۷/۹ درصد نیز با آن مخالف بوده‌اند. ۶۸/۷ درصد پاسخگویان گروه سنی زیر ۳۰ سال، ۵۷/۱ درصد گروه سنی ۳۰ تا ۴۵ سال و ۵۲/۷ درصد گروه سنی ۴۶ سال و بالاتر با این موضوع موافق بوده‌اند. به لحاظ آماری بین گروههای مختلف سنی درباره نگرش کار کردن خانم‌ها بیرون از منزل تفاوت وجود دارد. این تفاوت را می‌توان به منزله تفاوت نقشهای جنسیتی زنان در نزد نسل‌های مختلف سنی تلقی کرد. نسل جوان بیشتر گرایش به این موضوع دارد که زنان را به عنوان همکار و شریک و یاور در کنار خود داشته باشد. از نظر گروههای مختلف سنی درباره «اهمیت دادن جامعه

۶- رضایت اجتماعی

جدول شماره ۵: میزان رضایت نسل‌های مختلف سنی در شهر اصفهان

شاخص آماری	گروه سنی کمتر از ۳۰ سال			گروه سنی ۳۰ تا ۴۶ سال			گروه سنی ۴۶ سال و بالاتر			میزان رضایت از...
	راضی	تاحدی راضی ناراضی	تاریاضی	راضی	تاحدی راضی ناراضی	تاریاضی	راضی	تاحدی راضی ناراضی	تاریاضی	
$\chi^2 = -/0.9$ $P = 0.02$	۷۵/۸	۱۹/۸	۴/۴	۶۸/۳	۲۷/۳	۴/۳	۶۴/۴	۳۱	۴/۶	رضایت از سلامت
$\chi^2 = -/1.3$ $P = 0.001$	۶۷/۸	۲۶/۴	۵/۷	۵۱/۱	۳۶/۹	۹/۴	۵۳/۴	۴۰/۹	۵/۷	رضایت از تغذیه
$\chi^2 = 0.052$ $P = 0.11$	۵۳/۸	۲۹/۶	۱۶/۶	۴۸/۲	۲۹/۵	۲۲/۳	۶۶/۷	۲۵/۳	۸	رضایت از مسکن
$\chi^2 = -/0.4$ $P = 0.20$	۳۹/۹	۵۰/۴	۹/۶	۳۲/۹	۴۷/۹	۱۹/۳	۴۰/۲	۵۰/۶	۹/۲	رضایت از وضعیت مالی
$\chi^2 = 5/12$ $P = 0.003$	۳۱/۶	۴۵/۳	۲۳/۱	۳۷	۴۰/۹	۲۲	۵۰	۳۶	۱۴	رضایت از بخت و اقبال در زندگی*
$\chi^2 = -/0.4$ $P = 0.18$	۵۴/۴	۲۷/۸	۷/۸	۵۳/۴	۳۶/۱	۱۰/۵	۶۲/۸	۳۱/۴	۵/۸	رضایت از زندگی به طور کلی
$\chi^2 = 0.002$ $P = -/0.48$	۷۰/۴	۲۳/۹	۵/۸	۶۹/۱	۲۶/۵	۴/۴	۷۱/۲	۲۱/۶	۶/۸	رضایت از وضعیت خانوادگی
$\chi^2 = 0/10$ $P = 0/01$	۵۰/۴	۳۳/۵	۱۶/۱	۵۴/۷	۲۷/۳	۱۸	۶۵/۹	۲۷/۳	۶/۸	رضایت از شهر محل زندگی

جدول شماره ۶: نگرش نسل‌های مختلف سنی درباره عقاید و باورها در شهر اصفهان

شاخصهای آماری	گروه‌های سنی تا ۲۹ سال			گروه سنی ۳۰ تا ۴۵ سال			گروه سنی ۴۶ ساله و بالاتر		
	موافق	تاحدی موافق	مخالف	موافق	تاحدی موافق	مخالف	موافق	تاحدی موافق	مخالف
$\chi^2 = -11$ $P = 0.007$	۶۹/۴	۲۳/۶	۶/۹	۶۹/۵	۱۸/۸	۱۱/۷	۵۱/۸	۲۳/۷	۱۴/۵
به دنبال پول بودن مردم	۲۳/۷	۳۲/۶	۴۳/۷	۱۹/۸	۳۹/۷	۴۰/۵	۲۳/۸	۱۹	۵۷/۱
$\chi^2 = -0.5$ $P = 0.12$	۱۶/۷	۱۳/۴	۶۹/۹	۲۱/۵	۱۳/۸	۶۴/۶	۱۳/۶	۱۲/۵	۷۳/۹
موفقیت همیشگی پولدارها	۴۱	۲۵/۴	۳۳/۷	۵۱/۶	۲۰/۶	۲۷/۸	۴۷/۷	۲۱/۲	۳۴/۱
$\chi^2 = 0.04$ $P = 0.18$	۶۶/۵	۲۵/۷	۷/۸	۶۴/۲	۲۴/۶	۱۱/۲	۶۲	۲۵/۳	۱۴/۵
انجام شدن کارها به کمک واسطه	۳۱/۳	۳۳/۲	۳۵/۵	۳۶/۶	۳۲/۸	۳۰/۵	۳۰/۶	۲۴/۱	۳۵/۳
$\chi^2 = 0.02$ $P = 0.34$	۱۷	۲۰/۲	۶۲/۸	۱۱/۵	۱۳	۷۵/۶	۸	۱۷/۲	۷۴/۷
به فکر خود بودن در دنیا**	۷۸/۲	۹/۷	۱۲	۷۸	۱۲/۱	۹/۸	۶۸/۲	۸/۲	۲۳/۵
$\chi^2 = -0.7$ $P = 0.05$	۶۰/۶	۲۸	۱۱/۵	۶۲/۷	۲۷/۶	۹/۷	۶۲/۷	۲۱/۷	۱۵/۷
تنها تر شدن نسبت به گذشته	۶۳/۲	۲۳/۲	۱۳/۶	۶۶/۷	۲۲/۷	۱۰/۶	۶۰/۷	۲۳/۸	۱۵/۵
$\chi^2 = -0.02$ $P = 0.48$	۶۴	۱۹/۲	۱۶/۸	۶۶/۱	۱۷/۷	۱۶/۱	۶۰/۵	۲۱/۱	۱۸/۴
عدم اطاعت از هر قانون	۲۸/۴	۲۰/۹	۵۰/۷	۳۵/۱	۲۶/۱	۳۸/۸	۳۱/۸	۱۶/۵	۵۱/۸
$\chi^2 = 0.04$ $P = 0.17$	۵۱/۹	۳۳/۵	۱۴/۶	۵۶/۲	۳۰/۷	۱۳/۱	۵۲/۴	۳۱/۷	۱۵/۹
از بین رفتن عاطفه‌ها بر اثر زندگی ماشینی	۲۱/۴	۳۲/۸	۴۵/۸	۱۸/۶	۲۶/۵	۵۴/۹	۳۹/۷	۲۷/۹	۳۲/۴
$\chi^2 = -0.07$ $P = 0.07$	۴۷/۹	۳۲	۲۰/۱	۵۴/۱	۲۶/۳	۱۹/۵	۵۸	۳۰/۹	۱۱/۱
مهم بودن بخت** واقبال در زندگی									

بر اساس نتایج جدول شماره ۶، نگرش گروه‌های مختلف سنی در مقوله‌هایی چون «به فکر خود بودن در دنیا»، «باز نکردن مشت خود پیش هر کس» و «مهم بودن بخت و اقبال در زندگی» متفاوت است. موضوع قابل توجه، توافق بیشتر گروه‌های سنی جوان‌تر؛ گویه «باز نکردن مشت خود پیش هر کس» می‌باشد. این مقوله درجه اعتماد اجتماعی بین مردم را می‌سنجد. $78/2$ درصد نسل جوان، 78 درصد نسل 30 تا 45 سال، $68/8$ درصد گروه سنی 46 سال و بالاتر با این موضوع موافق هستند.

گرچه در سایر باورها بین نسل‌های مختلف سنی، تفاوتی وجود ندارد، اما به لحاظ باور شایع بین مردم جای تأمل وجود دارد. به عنوان مثال 90 درصد پاسخگویان با این گویه که «بدون کمک واسطه نمی‌توان کاری کرد»، موافقت کامل یا نسبی داشته‌اند. همچنین 87 درصد پاسخگویان با این گویه که «دیگر به سختی می‌توان دوست صمیمی پیدا کرد»، موافقت کامل یا نسبی داشته‌اند. بیش از نیمی از پاسخگویان با این گویه که «نسل‌های آینده از ما خوشبخت‌تر هستند» موافقت کامل یا نسبی داشته‌اند. 90 درصد پاسخگویان با این گویه که «این روزها همه به دنبال پول هستند» توافق کامل یا نسبی داشته‌اند. گروه‌های سنی پایین‌تر نسبت به سایر گروه‌ها با این موضوع موافقت بیشتری داشته‌اند.

در جمع‌بندی باید گفت نظام باورهای نسل‌های مختلف در برخی از جنبه‌ها در حال جابه‌جایی است. افزایش سهم نظام ارزشی مادی، بی‌اعتمادی نسبت به دیگران و تأکید به عوامل موفقیت از مسیرهای غیرمشروع از جمله باورهای جدید زندگی اجتماعی نسل‌های امروزی است.

۸- ارزشهای اجتماعی

دریافته درجه اهمیت شش نوع ارزشهای اجتماعی پرسیده شده در این مطالعه، بین گروه‌های مختلف تفاوت زیادی وجود ندارد. درباره اهمیت مقام در زندگی بین نظام ارزشی گروه‌های مختلف تفاوت وجود دارد. این موضوع برای گروه‌های سنی بالاتر از اهمیت کمتری برخوردار است. 36 درصد از

افراد متعلق به گروه سنی زیر 30 سال، $31/8$ درصد از افراد متعلق به گروه سنی $30-45$ سال و $27/6$ درصد از افراد بالاتر از 45 سال موضوع مقام را برای زندگی کاملاً مهم دانسته‌اند.

۹- باورها و پندارها

باورداشت گروه‌های مختلف در مقولاتی چون «مقدر بودن روزی هر کس به قدر قسمت او»، «مؤثر بودن قضا و قدر در زندگی» و «حال‌نگری و فکر نکردن به فردا» متفاوت است.

$50/2$ درصد پاسخگویان زیر 30 سال، $56/2$ درصد گروه‌های سنی بین 30 تا 45 سال، $64/2$ درصد گروه‌های سنی 46 سال و بالاتر بر این باور هستند «که روزی هر کس به قدر قسمت او» مقدر شده است. $70/2$ درصد گروه‌های سنی بالاتر از 46 سال، $65/7$ درصد افراد بین 30 تا 46 سال و $50/9$ درصد نسل جوان معتقدند که تأثیر «قضا و قدر» در زندگی مهم می‌باشد. $28/6$ درصد نسل‌های کمتر از 30 سال بر این پندارند که «چون فردا شود فکر فردا باید کرد». $30/5$ درصد گروه‌های سنی 30 تا 45 سال، و $33/3$ درصد گروه‌های سنی بالاتر از 46 سال بر این باور می‌باشند. در مواردی چون معین بودن سرنوشت اشخاص در زندگی از قبل، بد ذات بودن مردم، بد اقبال بودن بعضی از مردم و ترسیدن از چشم بد، بین گروه‌های مختلف تفاوتی وجود ندارد. اما درجه اهمیت این باورها و پندارها نزد عموم مردم قابل تأمل است. به عنوان مثال نزدیک به 60 درصد پاسخگویان با این موضوع که باید از چشم بد ترسید موافقت کامل داشته‌اند و 55 درصد پاسخگویان بر این باور هستند که برخی از مردم بد ذات هستند.

همان‌طور که در جدول شماره ۷ مستفاد می‌شود بین میزان انجام اعمال مذهبی گروه‌های مختلف سنی در برخی از زمینه‌ها تفاوت وجود دارد. گروه‌های سنی بالاتر به نسبت بیشتری در مجالس روضه و نماز جماعت مسجد حاضر می‌شوند و باور مثبت‌تری نسبت به انجام نذر و نیاز از خود نشان می‌دهند.

۱۰- رفتارهای مذهبی

جدول شماره ۷: انجام اعمال مذهبی توسط گروههای مختلف

شاخص آماری	گروه سنی تا ۲۹ سال				گروه سنی ۳۰-۴۵ سال				۴۶ سال و بالاتر			
	هرگز به ندرت گاهی زیاد		هرگز به ندرت گاهی زیاد		هرگز به ندرت گاهی زیاد		هرگز به ندرت گاهی زیاد		هرگز به ندرت گاهی زیاد		هرگز به ندرت گاهی زیاد	
$\chi^2 = 0/12$ $P = 0/001$	۱۳/۱	۲۶/۸	۲۹/۳	۱۰/۸	۱۹/۱	۲۶/۶	۲۹	۵/۳	۲۷/۹	۳۲/۲	۲۲/۱	۵/۸
$\chi^2 = 0/18$ $P = 0/000$	۱۱/۸	۳۶/۲	۳۳/۶	۱۷/۵	۲۲/۱	۳۶/۸	۳۰/۱	۹	۲۸/۳	۳۲	۲۰/۵	۹/۱
$\chi^2 = 0/09$ $P = 0/01$	۱۲/۳	۵۰	۲۵/۳	۱۰/۳	۱۸/۳	۲۸/۵	۲۷/۲	۵/۹	۲۶/۱	۲۶/۶	۲۱/۶	۵/۷
$\chi^2 = 0/03$ $P = 0/23$	۳۷/۲	۲۵	۲۰/۶	۶/۷	۲۸/۲	۳۵/۲	۲۳	۳	۳۳/۳	۳۳/۳	۱۸/۲	۳/۳
$\chi^2 = 0/13$ $P = 0/006$	۸	۲۵/۹	۳۶/۲	۲۹/۹	۱۰/۲	۲۷/۷	۲۳/۸	۱۸/۲	۱۵/۱	۲۷/۲	۲۹/۱	۱۸/۶
$\chi^2 = 0/14$ $P = 0/000$	۶۹	۱۳/۶	۹/۲	۷/۵	۸۲/۱	۱۲/۷	۲/۲	۳	۹۰/۷	۳/۵	۲/۳	۳/۵

۱۱- آگاهیهای اجتماعی

جدول شماره ۸: چگونگی آگاهی گروههای مختلف سنی درباره موضوعات اجتماعی در شهر اصفهان

شاخص آماری	گروه سنی تا ۲۹ سال		گروه سنی ۳۰-۴۵ سال		۴۶ سال و بالاتر	
	درست	غلط	درست	غلط	درست	غلط
$\chi^2 = 0/79$ $P = 0/67$	۷۳/۸	۲۶/۲	۷۸/۷	۲۱/۳	۷۷/۸	۲۲/۲
$\chi^2 = 0/91$ $P = 0/67$	۵۲/۵	۴۷/۵	۵۵/۶	۴۴/۴	۴۵/۷	۵۴/۳
$\chi^2 = 8/95$ $P = 0/01$	۷۰/۲	۲۹/۸	۸۱/۸	۱۸/۲	۵۹/۶	۴۰/۴
$\chi^2 = 0/23$ $P = 0/89$	۷۹/۸	۲۰/۲	۸۲/۳	۱۷/۷	۸۰	۲۰
$\chi^2 = 0/49$ $P = 0/78$	۹۲/۶	۷/۴	۹۳/۴	۶/۶	۹۰/۵	۹/۵
$\chi^2 = 1/29$ $P = 0/50$	۹۵/۹	۴/۱	۹۲/۶	۷/۴	۹۳/۴	۶/۶
$\chi^2 = 0/54$ $P = 0/76$	۶۹/۹	۳۰/۱	۷۲/۶	۲۷/۴	۷۵/۶	۲۴/۴
$\chi^2 = 0/81$ $P = 0/66$	۹۰	۱۰	۹۱/۴	۸/۶	۸۷/۱	۱۲/۹

همان‌طور که در جدول شماره ۸ ملاحظه می‌شود، آگاهی گروه‌های مختلف سنی در زمینه «اطلاع از تسوسی بودن فردوسی» با یکدیگر متفاوت است. نادرست بودن اطلاعات سهم عمده‌ای از مردم درباره جمعیت شهر اصفهان، تعداد نمایندگان شهر اصفهان قابل تأمل است. حدود ۱۰ درصد پاسخگویان نیز از طول دوره انتخاب ریاست جمهوری اطلاع درستی ندارند.

بحث و نتیجه‌گیری

همان‌طور که در مباحث مقدماتی مطرح شد، به اهمیت مقوله فرهنگ در سطوح داخلی و بین‌المللی در دهه‌های اخیر افزوده شده است. تغییرات فرهنگی به‌عنوان یکی از مهمترین مباحث فرهنگ‌شناسی جایگاه مقوله فرهنگ را در معادلات اجتماعی و سیاسی در سطوح ملی - منطقه‌ای و بین‌المللی، وارد مرحله مهمتری ساخته است. در سطح داخلی تغییرات فرهنگی موجب شده است، مباحث جدید و جدی در جامعه در حال گذار ایران مطرح گردد. این مباحث همواره با حالت نگرانی از طرف مسؤولان مورد توجه واقع شده است. از جمله مهمترین این مباحث دگرگونی و تحولات نظام ارزشی، کمرنگ شدن نظام ارزشی و شکاف نسل‌ها است. به همین دلیل عوامل و نهادهای اجتماعی‌کننده‌ای چون خانواده، آموزش و پرورش و وسایل ارتباط جمعی و جریانه‌ها و نهادهای سنتی و مدرن فرهنگ‌پرور مورد انتقاد واقع شده‌اند. انتقادها تا حدی است که به نظر برخی بین نسل‌های مختلف انقلاب شکاف ایجاد شده است.

بر اساس نتایج مطالعه، نمی‌توان مبحث شکاف نسل‌ها را در جامعه شهری اصفهان نگران‌کننده دانست. یافته‌ها نشان می‌دهد که نسل‌های ما در مرحله انقطاع و شکاف نسلی قرار ندارند. آنچه که در این میان قابل تأمل است فاصله‌گیری نسل‌ها به لحاظ فرهنگی است. فاصله‌گیری نسل‌ها در صورت عدم برخورد هوشمندانه، می‌تواند به شکاف نسلی منجر شود و در نهایت به انقطاع نسلی

بینجامد. فاصله‌گیری نسل‌ها در برخی از موارد طبیعی است و در برخی از جنبه‌ها ناشی از تغییرات ساختی در عرصه اجتماع و سیاست در جامعه می‌باشد. به نظر می‌رسد ما شاهد شکل‌گیری نسلی جدید هستیم که خواست‌های متفاوت‌تر از زندگی و عناصر آن را دارد.

بر اساس نتایج مطالعه کنونی از ۱۰۵ متغیر مورد مطالعه در زمینه نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی مردم شهر اصفهان در ۴۷ مورد بین نسل‌های مختلف تفاوت وجود دارد. به عبارت دیگر نسل‌های مختلف در ۴۴/۷ درصد از متغیرهای مورد بررسی با یکدیگر اختلاف نظر دارند. طبق نتایج مطالعه مبحث انقطاع نسلی در زمینه نگرش‌های اجتماعی - فرهنگی در جامعه شهری اصفهان را نمی‌توان در حال حاضر مطرح ساخت. یافته‌ها نشان می‌دهد که در مواردی چون؛ استفاده از رسانه‌های ارتباطی، ابزارهای گذران اوقات فراغت، عقاید و باورها، رفتارهای مذهبی، جامعه شهری اصفهان در حالت فاصله‌گیری نسلی شدیدتری قرار گرفته است. در زمینه نگرش‌های مربوط به خانواده و ازدواج، روابط و مشارکت‌های اجتماعی، نگرش‌های مربوط به جنسیت، رضایت اجتماعی، ارزش‌های اجتماعی، باورها و پندارها، آگاهیه‌های اجتماعی، جامعه شهری در حالت فاصله‌گیری نسلی بسیار آرام قرار دارد. نکته مهم در این زمینه ملاحظه دگرگونی و تغییرات فرهنگی در پیوستار تحولات نسلی است. در صورتی که نسل اجتماعی را به نسل قدیم و فعلی طبقه‌بندی نماییم تغییرات فرهنگی به‌وجود آمده در نسل جوان شدیدتر از میزان واقعی نمایان شده و حتی آسیب‌گونه ظاهر می‌گردد، در صورتی که نسل اجتماعی را در سه برش مورد بررسی قرار دهیم، برخی از جنبه‌های تغییرات یک امر عادی و طبیعی به‌شمار آمده و در برخی از جنبه‌ها جامعه بشری را می‌توان در آستانه واقع شدن انقلاب آرام اجتماعی - فرهنگی دانست. معرف این موضوع شکل‌گیری نسل جدید اجتماعی است که از زندگی و کیفیت آن خواسته‌های جدیدی را طلب می‌کند.