



Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0)

DOI: 10.22067/social.2022.76446.1173

مقاله پژوهشی

تأثیر تفاوت‌های نسلی بر ارزش‌های فردی در محیط کار

افسانه یوسف‌پور (دکتری مدیریت رفتار سازمانی، دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد،

ایران و دکتری مدیریت، دانشکده مدیریت، دانشگاه ورشو، لهستان-دوره مشترک)

ayousefpour@wz.uw.edu.pl

علیرضا خوراکیان (استاد گروه مدیریت، دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران،

نویسنده مسئول)

a.khorakian@um.ac.ir

چکیده

تغییرات تاریخی اخیر، شکاف نسلی در ایران ایجاد کرده است. به نظر می‌رسد که جوانان ایرانی به ارزش‌های متفاوتی مقید هستند که اگر به‌درستی شناخته شوند، بی‌تردید به جلوگیری از درگیری‌ها و چالش‌های متعدد در سازمان‌ها کمک می‌کند. این پژوهش به بررسی تفاوت‌های نسلی در ارزش‌های فردی در ایران می‌پردازد؛ بر این اساس، دو مطالعه تجربی انجام شده است. در اولین مطالعه، ۷۱ خانواده ایرانی (شامل ۲۳۸ فرزند بزرگسال و والدین آنها) از طریق نمونه‌گیری گلوله‌برفی انتخاب شد و برای بررسی تفاوت‌های نسلی در ارزش‌های فردی آنها، پرسشنامه ارزش‌های شوارتز به کار رفت. مطالعه دوم بر جمع‌آوری اطلاعات دقیق‌تر از طریق مصاحبه ساختاریافته با ۱۲۵ تن از اعضای همین خانواده‌ها برای حمایت از یافته‌های مطالعه اول متمرکز است. مطالعه اول تفاوت‌های نسلی را در همه ارزش‌های مورد مطالعه به‌جز خیرخواهی نشان داد؛ به‌طوری‌که نسل جوان، قدرت، موفقیت و لذت‌گرایی را بر هم‌نوایی و سنت ترجیح می‌دهند. به‌طورکلی، نتایج مطالعات اول و دوم با هم مطابقت داشتند.

کلیدواژه‌ها: نسل، ارزش‌های فردی شوارتز، خانواده‌های ایرانی، مدیریت سازمان.

نشریه علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد، سال بیستم، شماره ۱، بهار ۱۴۰۲، شماره پیاپی ۴۳ صص ۴۳-۸۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۲/۰۸ تاریخ تصویب: ۱۴۰۱/۰۵/۰۳

۱. مقدمه

چه چیزی برای ما در زندگی از همه مهم‌تر است؟ عشق یا لذت؟ موفقیت یا استقلال؟ هرکدام از ما اولویت‌های متفاوتی داریم (شوارتز^۱، ۲۰۰۶). ارزش‌های ما از نسلی به نسل دیگر متفاوت است (موسکویچا^۲ و همکاران، ۲۰۱۶؛ اولیفه و هال^۳، ۲۰۱۰؛ ولف و همکاران^۴، ۲۰۱۰). درک صحیح تفاوت‌های نسلی در ارزش‌های فردی کارکنان در سازمان‌ها می‌تواند به رضایت شغلی، تعهد، تمایل به ماندن در سازمان و خلاقیت آن‌ها منجر شود. از طرفی اگر این تفاوت‌ها به‌درستی درک نشوند، می‌توانند به تعارض و نگرش منفی به محیط کار و همکاران شوند (ولف و همکاران، ۲۰۱۰). مسئله این است که مدیران منابع انسانی باید به‌طور کامل از خواسته‌های کارکنان نسل‌های مختلف مطلع باشند تا از ناهماهنگی (آنجلین^۵، ۲۰۱۱) و «میدان نبرد روانی»^۶ بین نسل قدیم و جدید در محیط کار (کوسکه^۷ و همکاران، ۲۰۱۰) جلوگیری کنند. علاوه بر این، تمام کلیشه‌ها (مثبت، منفی و خنثی) در مورد فرهنگ‌ها و نسل‌ها باید یافته شده و بیان شوند، نه اینکه رد شده و از آن‌ها چشم‌پوشی شود. نادیده گرفتن آن‌ها تضمینی برای توقف تأثیر مخرب درک نشدن آن‌ها نخواهد بود (ویچرکوسکا^۸، ۲۰۲۲؛ ویلچنسکا^۹، ۲۰۲۲).

براساس گزارش دلوییت^{۱۰} (۲۰۱۹)، ۳۱ درصد از شرکت‌ها در ۶۰ کشور جهان از مدل تیم‌محور استفاده می‌کنند و در ۶۵ درصد دیگر شرکت‌ها ساختار غیرعمودی است. کار تیمی

1. Schwartz
2. Moskvicheva
3. Oliffe & Hall
4. Wolff
5. Angeline
6. Psychological battlefield
7. Kowske
8. Wiczorkowska
9. Wilczyska
10. Deloitte

مزیت رقابتی برای شرکت‌ها است. وظایف پیچیده امروزی نیازمند متخصصان چند رشته‌ای است. ایجاد فرهنگ سازمانی و استفاده از ابزارهای مدیریتی برای حمایت از تیم‌های چند نسلی و با تخصص‌های متنوع، چالشی بزرگ برای مدیران امروزی است. ماچادوسکا^۱ (۲۰۱۸) پیشنهاد داد که یک سازمان از نظر نسلی هوشمند می‌تواند با تکیه بر هم‌افزایی ایجادشده توسط تنوع دانش و تجربیات نسلی از منابع فکری متنوع کارکنان استفاده کند؛ بنابراین اگر مدیران منابع انسانی می‌خواهند تیم‌های منسجم چندنسلی داشته باشند و از توانایی‌های نیروهای انسانی از نسل‌هایی با طیف وسیعی از ارزش‌ها حداکثر استفاده را ببرند، باید به درک صحیح و شفاف از تفاوت‌های نسلی در ارزش‌های فردی برسند. نسل‌هایی که در طول تغییرات تاریخی چون انقلاب اسلامی، جنگ هشت‌ساله، رشد جمعیت، تغییر اقتصاد، افزایش نرخ تحصیل، تحریم‌ها و اینترنت اجتماعی شده‌اند با نسل‌های دیگر متفاوت‌اند. امروزه اصول اخلاقی و کاری که برای نسل قدیم ارزشمند بوده است، ممکن است دیگر برای نسل جوان ارزشمند تلقی نشود. آن‌ها ممکن است بر سر مسائلی چون اخلاق کاری و تعادل کار-زندگی و غیره با اختلافاتی روبه‌رو شوند (عباسی-شوازی و همکاران، ۲۰۰۳؛ عبدالهیان، ۲۰۰۴؛ حسینی و گروند، ۲۰۱۳) و همین امر می‌تواند چالش‌ها و مسائل زیادی را برای سازمان‌ها به همراه داشته باشد.

طبق اطلاعات به‌دست‌آمده از پایگاه آمار ایران (۱۳۹۸)، نرخ مشارکت نیروی کار براساس سن بدین شرح است: ۱۵-۱۹ ساله (۱۱.۳ درصد)، ۲۰-۲۴ ساله (۴۳ درصد)، ۲۵-۳۴ ساله (۵۷.۷۵ درصد)، ۳۵-۴۴ ساله (۵۸.۶ درصد)، ۴۵-۵۴ ساله (۴۹.۶۵ درصد)، ۵۵-۶۴ ساله (۲۹.۷۵ درصد) و بیشتر از ۶۵ ساله (۱۱.۳ درصد). همان‌طور که مشاهده می‌شود، درصد زیادی از جمعیت جوان در ایران مشغول به کار هستند و نیروهای جوان‌تر نیز به آرامی وارد بازار کار می‌شوند. حال این سؤال پیش می‌آید که وقتی این نیروی جوان در محیط کار با

همکاران مسن تر خود برخورد می‌کنند، چه اتفاقی می‌افتد؟ بررسی عمیق ادبیات نشان می‌دهد، شکاف‌هایی وجود دارد که باید توسط تحقیقات آتی پاسخ داده شود. برپایه مطالعات (ماسکویچوا و همکاران، ۲۰۱۶؛ آزیکوزن و کیلدان^۱، ۲۰۱۳؛ بارنی و همکاران^۲، ۲۰۱۳؛ تولیسته و تام^۳، ۲۰۱۴) نیاز است که از اثر نسل بر ارزش‌های فردی آگاهی بیشتری کسب شود. همچنین مطالعات اندکی در زمینه شناسایی تفاوت‌های نسلی در ارزش‌های فردی در ایران (به‌عنوان مثال، دلخموش و احمدی مبارکه، ۱۳۹۱؛ مسافری قمی و همکاران، ۱۳۹۶؛ اخوان صراف و همکاران، ۲۰۱۶، ۲۰۱۷) مشابه با ساختار تحقیق حاضر انجام شده است؛ بنابراین این مطالعه با این ضرورت به بررسی تفاوت‌ها و شباهت‌های دو نسل در ارزش‌های فردی می‌پردازد تا با رسیدن به درکی عمیق از این مقایسه‌ها از مشکلات احتمالی مدیران منابع انسانی در تیم‌های چند نسلی جلوگیری کند.

۲. مبانی نظری تحقیق

در این بخش در ابتدا به تشریح مدل نظری تحقیق و تعاریف ارزش‌های فردی مرتبط پرداخته می‌شود. سپس تفاوت‌های نسلی، دسته‌بندی نسل‌ها و تأثیر تفاوت‌های نسلی بر ارزش‌های فردی با مروری بر ادبیات شرح داده شده و در انتها فرضیه تحقیق مطرح می‌شود.

۲.۱. مدل ارزش‌های فردی شوارتز

اهداف، رویکردهای فراموقعیتی^۴ هستند که مانند اصول مدیریتی در زندگی افراد عمل می‌کنند (شوارتز، ۱۹۹۲؛ روکیچ^۵، ۱۹۷۳). این اهداف شخصی رویکردهای افراد (دوبه وال و رودنوو، ۲۰۱۴؛ واکیلر^۶ و همکاران، ۲۰۱۵)، احساسات افراد (روکاس و مک کالری^۱، ۲۰۰۴؛

-
1. iii uuuun & Kildan
 2. Barni
 3. Tulviste & Tamm
 4. Trans-situational
 5. Rokeach
 6. Vauclair

سورتیکس و لانکویتسز^۱، ۲۰۱۴) و رفتار افراد (فیشر و بویر^۲، ۲۰۱۵؛ ورپلاکن و هلند^۳، ۲۰۰۲) را توجیه می‌کند. مفهوم ارزش‌ها در مطالعات متفاوتی استفاده شده است (شوارتز، ۲۰۰۱). ارزش‌ها به‌عنوان ابزاری برای راهنمایی و هدایت زندگی فردی و اعمال انسانی به کار رفته‌اند که چندین روانشناس سرشناس مثل روکیچ (۱۹۷۳) و شوارتز (۱۹۹۲) این امر را تأیید کرده‌اند.

تئوری‌های ارزشی زیادی در ادبیات ارزش‌ها مطرح شده است: تئوری‌های روکیچ (۱۹۷۳)، اینگلهارت^۴ (۱۹۷۱) و شوارتز (۱۹۹۲)؛ به‌عنوان مثال، تئوری روکیچ (۱۹۷۳) ارزش‌ها را به دو دسته ابزاری و نتیجه‌ای تقسیم کرده است. ارزش‌های نتیجه‌ای شامل زندگی آسان، زندگی مهیج، احساس رضایت از کار، صلح جهانی، دنیای زیبا، برابری، امنیت خانواده، آزادی، خوشبختی، هماهنگی داخلی، عشق کامل، امنیت ملی، لذت، نجات، احترام به خود، تأیید اجتماعی، دوستی واقعی، خردمندی و ارزش‌های ابزاری شامل جاه‌طلبی، ذهن باز، قدرت، خوشبختی، نظم، شجاعت، سخاوت، کمک و همکاری، صداقت، تخیل و خلاقیت، استقلال، خردمندی یا تأمل، عقلانیت، مهربانی، اطاعت، ادب، پاسخگویی و قابلیت اطمینان، و خودکنترلی هستند.

ولی تئوری ارزش‌های فردی مبنای نظری این تحقیق است؛ چراکه این تئوری در سطح جهانی یکی از مشهورترین و کامل‌ترین تئوری‌های ارزشی است. این تئوری ۵۶ فهرست از ارزش‌ها را مطرح کرده است که در سطح جهانی آزمون و بررسی و تأیید شده‌اند. ارزش‌های مطرح‌شده توسط شوارتز، اهداف انگیزشی اساسی را نشان می‌دهند که نشان‌دهنده الزامات وجودی است و می‌تواند با هر نگرش، چشم‌انداز و تئوری مرتبط شود. این تئوری در بیش

1. Roccas & McCauley
2. Sortheix & Lonnqvist
3. Fischer & Boer
4. Verplanken & Holland
5. Inglehart

از ۷۴ کشور دنیا و ۲۲۰ نمونه بررسی شده است که نشان دهنده جامعیت این ارزش‌ها و ساختار روابط بین آنهاست (شوارتز و بردی، ۲۰۰۱؛ شوارتز و ساگیو، ۱۹۹۵؛ شوارتز و همکاران، ۲۰۱۰).

شوارتز چهار ارزش سطح بالا را ارائه کرده است که عبارت‌اند از:

- گشودگی به تغییر^۱ (که شامل خرده‌ارزش‌های خودجهت‌گیری^۲ و نوگرایی^۳ است)؛
- محافظه‌کاری^۴ (سنت^۵، هم‌نوایی^۶ و امنیت^۷)؛
- تقویت خود^۸ (قدرت^۹ و موفقیت^{۱۰})؛
- تعالی خود^{۱۱} (جهان‌گرایی^{۱۲} و خیرخواهی^{۱۳}).

ارزش‌های گشودگی به تغییر (خودجهت‌گیری و نوگرایی) متضاد ارزش‌های محافظه‌کاری (سنت، هم‌نوایی و امنیت) هستند و ارزش‌های تقویت خود (قدرت و موفقیت) متضاد ارزش‌های تعالی خود (جهان‌گرایی و خیرخواهی) هستند. ارزش‌هایی که در این ساختار دایره‌ای روبه‌روی یکدیگر قرار گرفته‌اند، ارزش‌های متناقض‌اند و آن‌هایی که در کنار یکدیگر قرار گرفته‌اند، ارزش‌های متجانس هستند (شکل ۱).

1. Openness to change
2. Self-direction
3. Stimulation
4. Conservation
5. Tradition
6. Conformity
7. Security
8. Self-enhancement
9. Power
10. Achievement
11. Self-transcendence
12. Universalism
13. Benevolence

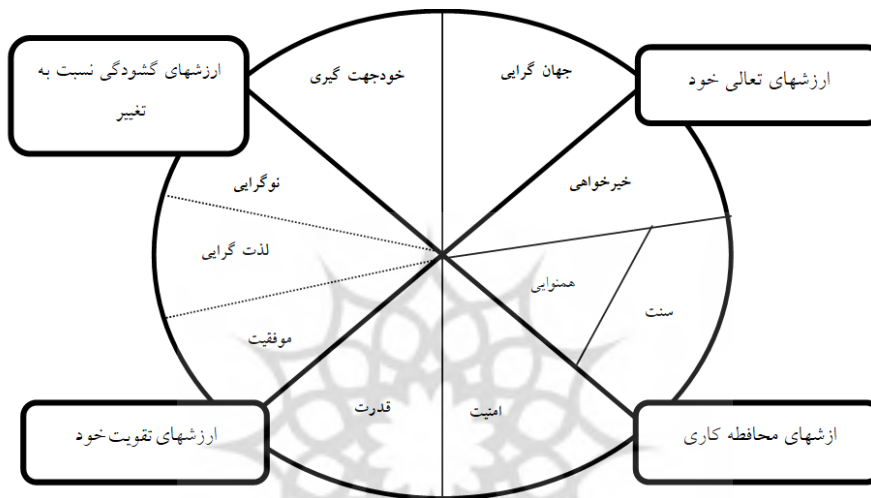
شوارتز ده ارزش را ارائه کرده است (جدول ۱) که این مطالعه تنها شش ارزش از این دسته ارزش‌ها را بررسی می‌کند. این شش ارزش از بین ده ارزش به‌منظور ایجاد امکان برای بررسی عمیق‌تر با روش کیفی در کنار روش کمی انتخاب شدند. به‌علاوه، بررسی عمیق ادبیات، محققان را به این فکر واداشت که تفاوت‌های نسلی در شش ارزش ذکرشده عمیق‌تر خواهد بود و بررسی و مقایسه آن‌ها نتایج درخور توجه‌تری را به همراه خواهد داشت.

جدول ۱. ارزش‌های فردی شوارتز

مأخذ: شوارتز، ۱۹۹۲

قدرت	داشتن موقعیت اجتماعی و پرستیژ، توانایی غلبه بر افراد، سرمایه و ظرفیت‌ها (برتری اجتماعی، اختیار مشروع، رفاه، حفظ تصویر اجتماعی).
خودجهت‌گیری	قدرت فکر کردن و تصمیم‌گیری به صورت مستقل، ساختن و کشف کردن (خلاقیت، آزادی، استقلال، کنجکاوی، انتخاب اهداف شخصی).
موفقیت	موفقیت شخصی با نشان دادن شایستگی مبتنی بر ارزش‌های اجتماعی (موفقیت، با استعداد بودن، بلندپروازی، مصر بودن).
نوگرایی	نشاط و هیجان، نوآوری، و چالش و ریسک در زندگی (شجاع بودن، داشتن یک زندگی متفاوت و هیجان‌انگیز).
لذت‌گرایی	تمایل به لذت بردن از زندگی (لذت، عشق به زندگی، خوش‌گذرانی و رسیدن به خود).
امنیت	امنیت و آرامش، استحکام جامعه، روابط و شخص (امنیت خانواده، امنیت جامعه و کشور، نظم اجتماعی).
سنت	تحسین، وفاداری و تأیید آداب و رسوم و افکاری که فرهنگ سنتی یا مذهب ترویج می‌دهند (تواضع، پذیرفتن سهم فردی و تقدیر فرد در زندگی، از خودگذشتگی، احترام گذاشتن به سنت‌ها، میانه‌رو بودن و...).
هم‌نوایی	محدودیت در اعمال، فعالیت‌ها، خواسته‌ها و آرزوها، تمایل نداشتن به آسیب رساندن به دیگران، شکستن ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی و پیرو انتظارات دیگران بودن (مؤدب بودن، مطیع بودن، نظم فردی داشتن و احترام گذاشتن به پدر و مادر و بزرگ‌ترها).
خیرخواهی	حفظ و بهبود بخشیدن به رفاه مردم (کمک کردن به دیگران، صادق بودن، بخشنده بودن، وفاداری و مسئولیت‌پذیر بودن).

جهان‌گرایی	دلسوز و همدرد بودن، شکرگذار بودن، صبور بودن و حفاظت از رفاه و آرامش مردم و طبیعت (روشن فکری، خرد، عدالت اجتماعی، دنیای در صلح و زیبایی، حفاظت از محیط).
------------	---



شکل ۱. مدل شوارتز

مأخذ: شوارتز، ۱۹۹۴

۲.۲. تفاوت‌های نسلی

ایجاد تیم‌های چندنسلی در سازمان‌ها مستلزم شناخت ویژگی‌های گروه‌های سنی است. تنوع سنی در محل کار مدام در حال افزایش است؛ بنابراین احتمال اینکه رهبر تیم جوان‌تر از اعضای تیم باشد افزایش یافته است. گزارش‌ها نشان می‌دهد که در بیش از نیمی از سازمان‌های با ۵۰۰ کارمند یا بیشتر، درگیری‌هایی بین کارکنان جوان و مسن به وجود آمده است (بورکه، ۲۰۰۵؛ کوگین، ۲۰۱۲).

نیازی به متقاعد کردن کسی نیست که کارکنان قدیمی با جوان تفاوت دارند؛ حتی اگر آن‌ها دارای تحصیلات و صلاحیت‌های حرفه‌ای یکسان باشند. کارمندان مسن‌تر، تجربه طولانی‌تری دارند؛ به‌عنوان مثال، در برخورد با احساسات در محل کار یا حل تعارضات، اما متأسفانه معمولاً به‌اشتباه دلیل این تفاوت‌ها را سن بیولوژیک در نظر می‌گیرند؛ در صورتی که باید دانست کارمندان در زمان متفاوتی از نظر وضعیت اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی اجتماعی رشد یافته‌اند؛ بنابراین باورها، ارزش‌ها، نگرش‌ها و انتظارات و رفتار متفاوتی دارند؛ به‌عنوان مثال، کسانی که در دوره جنگ، بیماری، همه‌گیری و... بزرگ می‌شوند، بیشتر به ارزش‌های مادی‌گرایانه^۲ گرایش دارند؛ در حالی که نسل‌هایی که در دوره‌های امنیت اجتماعی-اقتصادی رشد می‌کنند، به ارزش‌های معنوی و پست‌مدرن^۳ مانند برابری طلبی، تعالی خود و تحمل تنوع، احترام می‌گذارند (اینگلهارت، ۱۹۹۷؛ گلس^۴، ۲۰۰۷).

نسل، گروهی از افراد است که در حساس‌ترین سال‌های شکل‌گیری خود در معرض رویدادهای اجتماعی، سیاسی، سیاسی و اقتصادی مشابهی قرار گرفته‌اند (مانند همه‌گیری‌ها، جنگ‌ها، رونق اقتصادی، بحران‌ها، بلایای طبیعی، نوآوری‌های فناوری و تغییرات سیاسی) (ایگری و رالستون^۵، ۲۰۰۴؛ استراوس و هاوی^۶، ۱۹۹۱) و نگرش‌ها و رفتارهایی که در سال‌های اجتماعی شدن فرد پرورش می‌یابد، به‌رغم افزایش سن ادامه می‌یابند (اینگلهارت، ۱۹۹۷؛ اسمیت و کلورمن^۷، ۱۹۹۷).

1. Cugin
2. Materialistic
3. Post-materialistic
4. Glass
5. Egri & Ralston
6. Strauss & Howe
7. Smith & Clurman

اکثر مطالعات در نشریات مدیریتی دسته‌بندی نسل در غرب را مطالعه کرده‌اند که چهار دسته زیر در حال حاضر در بازار کار هستند: بیبی‌بومرها^۱ (۱۹۶۴-۱۹۴۶)، نسل X^۲ (۱۹۶۵-۱۹۷۹)، نسل Y^۳ (۱۹۸۱-۱۹۹۵) و نسل Z^۴ (۱۹۹۵- تاکنون). مشکل اصلی این است که دشوار است ادعا کنیم افرادی که مثلاً بین سال‌های ۱۹۸۱ و ۱۹۹۵ (نسل Y) در ایالات متحده، لهستان یا ایران متولد شده‌اند، در معرض موقعیت‌های اجتماعی، سیاسی و اقتصادی یکسانی قرار گرفته‌اند؛ مثلاً بیبی‌بومرها در لهستان با تغییر نظام‌مند در بازار، قانون مارشال و انقلاب همبستگی^۵، اجتماعی شده‌اند؛ در حالی که بیبی‌بومرها در ایران با انقلاب سال ۱۳۵۷، جنگ هشت‌ساله و... از طرفی نسل‌های جوان‌تر در طول جهانی‌سازی^۶ اجتماعی شدند. یکی از پیامدهای جهانی شدن دسترسی آسان‌تر و سریع‌تر به اطلاعات و محو کردن تنوع فرهنگی در جهان است. سبک‌های زندگی در سرتاسر جهان تقریباً مشابه هستند. امروزه جوانان می‌توانند همان اخبار، فیلم‌ها و اطلاعات را که آن سوی دنیا در دسترس مردم هستند، دریافت کنند؛ البته باید در نظر داشت که ارزش‌های اسلامی در ایران تا حد زیادی بر رشد این روند اثر کاهشی داشته است؛ با این حال نمی‌توان از تأثیری که جهانی شدن بر نسل‌ها گذاشته است، چشم‌پوشی کرد.

مطالعات گذشته در مورد ارزش‌های بین‌نسلی نشان می‌دهد که جوانان برای موفقیت و به‌طور کلی برای ارزش‌های فردگرایانه ارزش بیشتری قائل هستند؛ در حالی که نسل قدیم ارزش‌های جمع‌گرایانه (سنت، هم‌نوایی و خیرخواهی) را در اولویت قرار می‌دهد (کاگنر^۷،

1. Baby boomers (این کلمه معادل فارسی دقیقی ندارد)

2. Generation X

3. Generation Y

4. Generation Z

5. Systemic change, Martial law, and solidarity revolution

6. Globalization

7. Conger

۱۹۹۷؛ تولگان^۱، ۱۹۹۷؛ ایگری و رالستون، ۲۰۰۴؛ لیونز^۲ و همکاران، ۲۰۰۷، ۲۰۰۵؛ تولویست^۳ و همکاران، ۲۰۱۷؛ چزنار و جوشناک^۴، ۲۰۱۹؛ مارکوس^۵ و همکاران، ۲۰۱۷؛ نا و دوکیت^۶، ۲۰۰۳؛ عباسی و همکاران، ۲۰۱۳؛ فدر، ۱۹۸۷؛ عظیمی و همکاران، ۲۰۲۲). نسل جوان مایل به کسب موقعیت‌های اجتماعی، احترام، برتری، ثروت، شناخته شدن، استقلال، خلاقیت، کشف، ساختن، انعطاف‌پذیری، تغییر، لذت و هیجان‌ات است. نسل قدیم خوش‌بین، سخت‌کوش و صبور بود و برای مدت طولانی در یک محیط کاری می‌ماند و سعی می‌کرد که در هر چیز بهترین خود را ارائه دهد (مسافری قمی و همکاران، ۱۳۹۶). به‌علاوه، دلسوز بودن، شکرگزار، قانع بودن، بردبار بودن و حفظ خوشی و سلامتی دیگران، احترام به سنت‌ها و مذاهب در میان نسل قدیم بیشتر مدنظر است. همچنین آن‌ها تمایل به شکستن انتظارات یا استانداردهای اجتماعی ندارند (لیونز و همکاران، ۲۰۰۵؛ دی دیو و همکاران، ۱۹۹۶؛ روکیچ، ۱۹۷۳؛ فدر، ۱۹۸۷). مطالعات در ایالات متحده و ترکیه نشان می‌دهد که نسل جوان فردگراتر است و اهداف بیرونی (مانند پول و شهرت) را در اولویت قرار می‌دهند (کوسکه و همکاران، ۲۰۱۰؛ اسمولا و ساتن^۷، ۲۰۰۲؛ تونگه^۸، ۲۰۱۰؛ تونگه و همکاران، ۲۰۱۲؛ مارکوس و همکاران، ۲۰۱۷)؛ بنابراین ارزش دارد که با توجه به فرایند جهانی شدن و سرعت گسترش اینترنت، این فرایند در ایران نیز بررسی شود؛ چراکه با در نظر گرفتن ارزش‌های اسلامی در میان نسل جوان و قدیم باز هم نمی‌توان از تأثیر زیادی که گسترش اینترنت بر روند افزایشی فردگرا شدن نسل‌های جوان گذاشته است، چشم‌پوشی کرد.

1. Tulgan
2. Lyons
3. Tulviste
4. rrrrrr & rrrrrr rr
5. Marcus
6. Na & Duckitt
7. Smola & Sutton
8. Twenge

بنابراین فرض این مطالعه این است که نسل جوان (Y و Z) گرایش بیشتری به ارزش‌های فردگرایانه (موفقیت، قدرت و لذت‌گرایی) دارد؛ درحالی‌که نسل قدیم (بیبی بومرها و X) به ارزش‌های جمع‌گرایانه (سنت، خیرخواهی و هم‌نوایی) گرایش دارد.

۳. روش تحقیق

۳.۱. مطالعه اول

این مطالعه خانواده‌ها (فرزندان بزرگسال و والدین) را بررسی کرد. برای کنترل واریانس‌های ناشی از تحصیلات، سطح رفاه، سابقه کار و سطح اجتماعی، ۷۱ خانواده به روش گلوله‌برفی از میان دوستان و آشنایان محقق و افرادی که توسط آن‌ها معرفی شدند، در بازه زمانی چندین ماهه بین مهرماه ۱۳۹۹ تا فروردین ۱۴۰۰ انتخاب شدند. برای این مطالعه از ابزار پرسشنامه استفاده شد که توسط محققان توزیع شد و به تکمیل ۲۳۸ پرسشنامه (۱۱۳ والدین و ۱۲۵ فرزند بزرگسال) منجر شد. علاوه بر این، در ابتدا یک پیش‌آزمون با ۳۰ نمونه آزمایشی انجام شد که موجب چند تغییر جزئی در ترتیب و جمله‌بندی سؤالات شد. نویسنده از پرسشنامه ارزش‌های پرتزه شوارتز (PVQ)^۱ برای اندازه‌گیری متغیرها استفاده کرد. مؤلفه‌ها در قالب یک داستان به صورت سوم شخص ارائه شدند مثلاً: «X دوست دارد به اطرافیانش کمک کند. او می‌خواهد از افراد دیگر مراقبت کند. شما چقدر شبیه X هستید» و پاسخ‌ها از ۱- اصلاً شبیه من نیست تا ۶- خیلی شبیه من است، کدگذاری شدند. درنهایت چند خبره در این زمینه پرسشنامه را بررسی مجدد کردند تا از صحت انتقال پیام اطمینان حاصل شود.

۳.۲. مطالعه دوم

این مطالعه نیز ۵۷ خانواده (فرزندان بزرگسال و والدین) از ۷۱ خانواده مطالعه اول را بررسی کرد. شایان ذکر است که تنها این تعداد از خانواده‌ها با انجام مصاحبه موافقت کردند؛

1. Portrait Value Questionnaire (PVQ)

بنابراین روش نمونه‌گیری، در دسترس بود. در نهایت، ۱۲۵ مصاحبه ساختاریافته (۴۴ مرد و ۸۱ زن- ۵۰ والدین و ۷۵ فرزند بزرگسال) انجام شد. هدف محقق برای مطالعه دوم این بود که یافته‌های اولیه را با نظرات والدین و فرزندان بزرگسال مقایسه کند؛ بنابراین زمان هر مصاحبه بین ۳۰ تا ۶۰ دقیقه بود. علاوه بر این در ابتدا چند مصاحبه به صورت آزمایشی انجام شد و رونویسی‌ها توسط چند خبره بررسی شد تا از صحت انتقال پیام اطمینان حاصل شود. در مطالعه دوم، شش «دوراهی»^۱ به‌عنوان سؤالات مصاحبه در قالب داستانی به مصاحبه‌شوندگان ارائه شد و از آن‌ها در انتها پرسیده می‌شد که اگر جای آن فرد در داستان بودند، چه کار می‌کردند یا چه فکر و احساسی داشتند. مصاحبه‌شوندگان با پاسخ به این سؤالات ارزش‌های فردی خود را نمایان می‌کردند. از پاسخ‌دهندگان خواستیم که واکنش‌های خود را درباره دوراهی‌ها آزادانه بیان کنند. علاوه بر این، برای کمک به خوانندگان در به خاطر سپردن دوراهی‌ها، به آن‌ها اسامی کوتاهی داده شد. در ادامه هنگام بحث درمورد اظهارات مصاحبه‌شوندگان، این اظهارات با ارزش‌های آن‌ها در مطالعه اول مقایسه شد. برای بهبود خوانایی، نموداری راداری در سمت راست هر پاسخ قرار گرفت. جدول ۶، دوراهی‌ها و سؤالات و میزان پاسخگویی (به درصد) را نشان می‌دهد.

۴. یافته‌های تحقیق

۴.۱. مطالعه اول

برای تحلیل پاسخ‌ها و ارزیابی تفاوت‌های نسلی در ارزش‌های فردی از تحلیل کوواریانس چندمتغیره^۲ استفاده شد. متغیرهای وابسته «موفقیت، قدرت، خیرخواهی، لذت‌گرایی، سنت و هم‌نوایی» بودند و متغیر مستقل «نسل» بود. جنسیت و تحصیلات (به

1. Situational dilemmas

2. Multivariate analysis of covariance (MANCOVA)

تعداد سال‌ها) متغیرهای کنترل در نظر گرفته شدند. جدول ۲ میانگین، انحراف معیار، آلفای کرونباخ و همبستگی بین سازه‌ها را نشان می‌دهد.

جدول ۲. آمار توصیفی، آلفای کرونباخ و همبستگی

متغیرها	تعداد	میانگین	انحراف معیار	خیرخواهی	هم نوایی	سنت	موفقیت	قدرت	لذت گرای
خیرخواهی	۲۳۸	۴.۴۳	۱.۰۳	۰.۸۱					
هم نوایی	۲۳۸	۴.۵۷	۱.۲۲	۰.۴۸۱**	۰.۸۲				
سنت	۲۳۸	۳.۸۶	۱.۳۸	۰.۴۸۴**	۰.۷۲۲**	۰.۸۰			
موفقیت	۲۳۸	۳.۸۸	۱.۳۰	-۰.۱۹۰**	-۰.۱۶۹**	-۰.۳۳۰**	۰.۸۳		
قدرت	۲۳۸	۳.۲۱	۱.۵۳	-۰.۳۶۱**	-۰.۳۲۹**	-۰.۵۹۵**	۰.۶۱۷**	۰.۶۲	
لذت گرای	۲۳۸	۴.۴۳	۱.۲۱	۰.۲۱۷**	۰.۰۰۲	-۰.۰۷۱	۰.۲۱۵**	-۰.۰۰۳	۰.۶۴
نسل	۲۳۸	۲.۴۱	۱.۰۰	-۰.۱۲۸*	-۰.۳۵۵**	-۰.۴۳۹**	۰.۲۸۴**	۰.۰۷۰	۰.۳۶۴**

** همبستگی در سطح ۰/۰۱ معنادار است.

به منظور اطمینان از نبود سوگیری روش منفرد^۱، آزمون تک‌عاملی هارمان^۲ با استفاده از نرم‌افزار SPSS به کار رفت (پودساکف^۳ و همکاران، ۲۰۰۳). نتایج تحلیل عاملی اکتشافی چرخش نیافته^۴ به روش تحلیل مؤلفه‌های اصلی^۵ نشان داد، دو عامل مجزا با مقادیر ارزش ویژه بزرگ‌تر از یک، از داده‌ها استخراج می‌شود؛ بنابراین، شبهه تک‌عاملی بودن داده‌های پژوهش، منتفی است. نخستین عامل استخراج شده با بزرگ‌ترین مقدار ارزش ویژه

1. Common method bias
2. Harman's single-factor test
3. Podsakoff, Mackenzie, Lee, & Podsakoff
4. Un-rotated exploratory factor analysis
5. Principal components

(۴۳.۴۴۸)، تقریباً ۳۴.۴۸۸ درصد از کل واریانس را تبیین می‌کند که به میزان قابل توجهی، از ۵۰ درصد واریانس تبیین شده کمتر است. ضمن اینکه، دو عامل استخراج شده تقریباً ۶۵.۲ درصد از کل واریانس را تبیین می‌کنند؛ بنابراین با قطعیت می‌توان گفت که داده‌های گردآمده مناسب و فاقد سوگیری بوده، واریانس تبیین شده منحرف نشده است و در استفاده از داده‌ها نگرانی خاصی درباره نتایج پژوهش وجود ندارد.

به علاوه، در تحلیل عاملی باید شش عامل وجود می‌داشت، اما تجزیه و تحلیل‌ها فقط پنج عامل را نشان داد. همان‌طور که در جدول ۳ نشان داده شده است، هم‌نوایی و سنت ادغام شدند و نام جدید محافظه‌کاری به آن‌ها داده شد؛ چراکه عامل پنجم فقط یک سؤال «روشن» داشت و مؤلفه‌های دیگر بارگذاری نمی‌شدند.

جدول ۳. نتایج تحلیل عاملی

عامل	بارعاملی				
	۱	۲	۳	۴	۵
عامل ۱: خیرخواهی					
Q1			۰.۷۴۹		
Q2			۰.۸۳۷		
Q3			۰.۷۶۵		
Q4			۰.۴۴۲		
عامل ۲: لذت‌گرایی					
Q5			۰.۸۷۸		
Q6			۰.۸۶۲		
Q7			۰.۸۷۷		
عامل ۳: موفقیت					
Q8		۰.۸۵۸			
Q9		۰.۸۸۳			
Q10		۰.۶۵۴			
Q11		۰.۷۷۳			

بارعاملی					عامل
۵	۴	۳	۲	۱	
عامل ۴: قدرت					
۰.۴۴۸			۰.۵۸۹		Q12
۰.۸۳۰					Q13
۰.۷۹۷			۰.۴۱۴		Q14
عامل ۵: هم نوایی/سنت					
				۰.۷۸۱	Q15
				۰.۸۲۴	Q16
				۰.۷۶۶	Q17
-۰.۴۰۶				۰.۶۳۰	Q18
				۰.۶۹۰	Q19
				۰.۸۰۶	Q20
				۰.۷۲۱	Q21
				۰.۶۵۲	Q22

$N=234$. روش استخراج تجزیه و تحلیل مؤلفه‌های اصلی با چرخش واریمکس و نرمال‌سازی کیزر^۱ است.

در تحلیل کوواریانس چندمتغیره اولیه، تفاوت آماری معنادار بین نسل‌ها در متغیرهای وابسته (موفقیت، قدرت، لذت‌گرایی، سنت و هم‌نوایی) به‌جز خیرخواهی بعد از کنترل تحصیلات (به سال) و جنسیت پیدا شد ($F(3,234) = 5.731, p < .001, Wilks' \Lambda = .655$, partial $\eta^2 = .131$) (جدول ۴ و ۵).

این تفاوت نشان می‌دهد که نسل جوان اهمیت بیشتری برای قدرت، لذت‌گرایی، موفقیت قائل است و از آن طرف اهمیت کمتری به محافظه‌کاری (سنت/هم‌نوایی) می‌دهد.

1. The extraction method was principal component analysis with Varimax with Kaiser Normalization) rotation

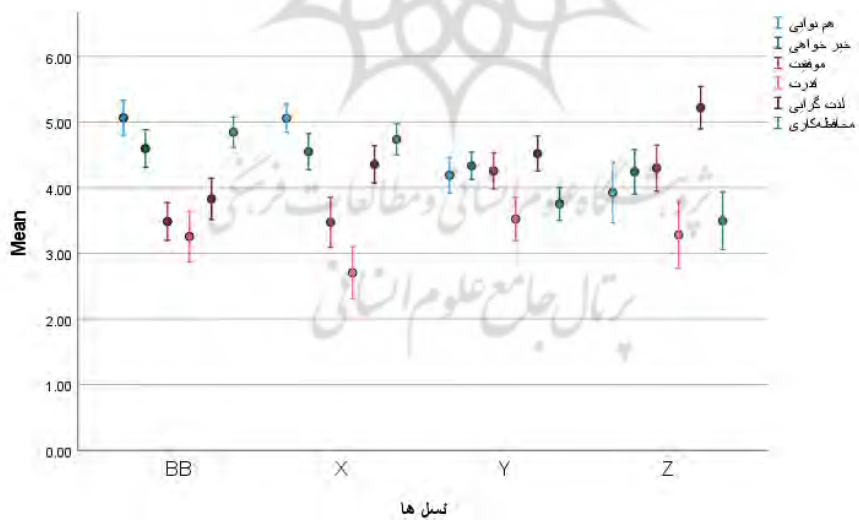
جدول ۴. میانگین، انحراف معیار و تحلیل کوواریانس چندمتغیره

تحلیل کوواریانس چندمتغیره					انحراف استاندارد	میانگین	تعداد	متغیرها
η^2	Sig	F	MS	df				
۰.۰۱۹	۰.۲۱۸	۱.۴۹۱	۱.۵۸۷	۳	خیرخواهی			
					۱.۰۸	۴.۵۹	۵۷	BB
					۱.۰۶	۴.۵۵	۶۰	X
					۰.۹۳	۴.۳۳	۸۰	Y
					۱.۰۷	۴.۲۴	۴۱	Z
۰.۱۲۲	۰.۰۰۰	۱۳.۹۴۳	۱۳.۹۴۳	۳	لذت‌گرایی			
					۱.۱۸	۳.۸۳	۵۷	BB
					۱.۰۹	۴.۳۵	۶۰	X
					۱.۱۹	۴.۵۲	۸۰	Y
					۱.۰۱	۵.۲۱	۴۱	Z
۰.۰۷۸	۰.۰۰۰	۶.۵۳۳	۹.۴۰۱	۳	موفقیت			
					۱.۰۸	۳.۴۸	۵۷	BB
					۱.۴۷	۳.۴۷	۶۰	X
					۱.۲۳	۴.۲۵	۸۰	Y
					۱.۱۰	۴.۲۹	۴۱	Z
۰.۰۵۳	۰.۰۰۶	۴.۲۹۳	۸.۷۱۲	۳	قدرت			
					۱.۴۵	۳.۲۵	۵۷	BB
					۱.۵۳	۲.۷۰	۶۰	X
					۱.۴۸	۳.۵۲	۸۰	Y
					۱.۶۱	۳.۲۸	۴۱	Z
۰.۱۶۵	۰.۰۰۰	۱۵.۲۷۶	۱۷.۴۲۶	۳	محافظه‌کاری (سنت/هم‌نوایی)			
					۰.۸۷	۴.۸۴	۵۷	BB
					۰.۹۱	۴.۷۳	۶۰	X
					۱.۱۲	۳.۷۵	۸۰	Y
					۱.۳۸	۳.۴۹	۴۱	Z

***p < .001.

جدول ۵. کوواریانس‌ها

Sig.	t-Value	Std. Err.	B	
جنسیت				
۰.۲۰۳	۰.۴۳۹	۰.۷۷۶	۰.۱۰۶	خیرخواهی
۰.۰۰۰	-۴.۱۸۶	۰.۱۵۹	-۰.۶۶۶	موفقیت
۰.۲۹۷	-۱.۰۴۶	۰.۱۵۱	-۰.۱۵۸	لذت‌گرایی
۰.۰۰۰	-۵.۷۳۷	۰.۱۸۹	-۱.۰۸۳	قدرت
۰.۵۲۹	۰.۵۳۶	۰.۱۴۲	۰.۰۷۶	محافظه‌کاری
تحصیلات (به سال)				
۰.۷۰۵	۰.۳۷۹	۰.۰۱۷	۰.۰۰۷	خیرخواهی
۰.۱۷۱	۱.۳۷۲	۰.۰۲۰	۰.۰۲۸	موفقیت
۰.۲۸۶	۱.۰۶۹	۰.۰۱۹	۰.۰۲۱	لذت‌گرایی
۰.۷۰۹	-۰.۳۷۴	۰.۰۲۴	-۰.۰۰۹	قدرت
۰.۰۳۵	-۲.۱۲۴	۰.۰۱۸	-۰.۰۳۸	محافظه‌کاری



۲.۴. مطالعه دوم

به‌طور کلی، نتایج کیفی یافته‌های مطالعه اول را تأیید کرد. مصاحبه‌های ساختاریافته برای تأیید اینکه آیا می‌توان نظرات مصاحبه‌شوندگان را از طریق پرسشنامه‌ای که چند روز پیش پر کرده‌اند، پیش‌بینی کرد یا خیر، طراحی شد. قابل توجه است که در بیشتر موارد، مشخصات سنی و ارزشی پاسخ‌دهنده از مطالعه اول می‌توانست اظهارات آن‌ها را پیش‌بینی کند. در این بخش ابتدا به بررسی پاسخ‌های مصاحبه‌شوندگان و مقایسه نتایج با مطالعه اول پرداخته شده و سپس به‌طور کلی درباره نتایج مطالعه دوم بحث می‌شود.

جدول ۶. دوراهی‌ها و پاسخ‌ها

پاسخ‌ها (درصد)				دوراهی‌ها	
بستگی دارد	میان/نظر ی ندارد	مخالف	موافق	۱. فشار خانواده	
۵.۴	۱۰.۸	۹.۵	۷۴.۳	فرزندان بزرگسال	X می‌خواهد در رشته کاراته قهرمان جهان شود. والدین او (یک مهندس نرم‌افزار و یک پزشک) از او می‌خواهند که ورزش را کنار بگذارد و به جای آن پزشکی بخواند. پس از مشاجره با آن‌ها، X خانه را ترک می‌کند.
۳.۹	۱۱.۸	۲۵.۵	۵۸.۸	والدین	
بستگی دارد	میان/نظر ی ندارد	همانند Y	همانند X	۲. ارزیابی شغلی	
۶.۵۷	۳.۹۴	۴۰.۷۸	۴۸.۶۸	فرزندان بزرگسال	عملکرد کاری X توسط رئیس او ضعیف ارزیابی شده است که منجر به بسیاری از احساسات منفی از جمله بی‌خوابی در او شده است. X بسیار ناراحت است و نمی‌داند چگونه رئیس خود را راضی کند. در یک وضعیت مشابه، Y اهمیتی به نظر رئیس خود نمی‌دهد. تازمانی که Y احساس کند توسط همکارانش پذیرفته شده است، ارزیابی/نظر رئیس او را آزار نمی‌دهد.
۲۰.۴	۶.۱۲	۵۱.۰۲	۲۲.۴۴	والدین	
بستگی دارد	میان/نظر ی ندارد	رد کردن ارتقا	پذیرفتن ارتقا	۳. ترجیح دوستان به پیشرفت شغلی	

پاسخ‌ها (درصد)				دور راهی‌ها	
۴۰.۵	۲.۷	۱۶.۲	۴۰.۵	فرزندان بزرگسال	به X پیشنهاد ارتقای شغلی داده شده است؛ با این شرط که اگر ارتقا را بپذیرد، دوستش اخراج خواهد شد. X این پیشنهاد را رد کرده است؛ چرا که از ایده اخراج دوستان خود متنفر است.
۱۵.۷	۳.۹	۱۷.۶	۶۲.۷	والدین	
بستگی دارد	میان/نظر ی ندارد	عدم گزارش	گزارش	۴. هم‌نوایی غیراخلاقی	
۲۸.۴	۱۰.۸	۲۳	۳۷.۸	فرزندان بزرگسال	X رفتاری غیراخلاقی از مدیریت شرکت خود دیده است. او می‌داند که برای ترفیع گرفتن بهتر است چشم خود را ببندد و سکوت کند. در شرایط مشابه، Y تصمیم گرفت این رفتار را گزارش کند، اما اخراج شد.
۱۹.۶	۲	۲۷.۵	۵۱	والدین	
بستگی دارد	میان/نظر ی ندارد	محیط ۲	محیط ۱	۵. انتقال شغلی	
۱۶.۲	۲.۷	۶۰.۸	۲۰.۳	فرزندان بزرگسال	از X خواسته شد که برای کسب تجربه به مدت یک سال به خارج از کشور برود. او باید یکی از دو مکان را انتخاب کند: (۱) یک محیط خسته کننده، اما دارای قابلیت ارتقای شغلی عالی، حقوق خوب و امنیت شغلی و (۲) محیطی بدون چشم‌انداز عالی برای ارتقا، اما کار کردن در آن لذت‌بخش است.
۲۳.۵	۵.۹	۵۴.۹	۱۵.۷	والدین	
بستگی دارد	میان/نظر ی ندارد	کار تیمی	کار فردی	۶. کار تیمی	
۱۶.۲	۶.۸	۵۲.۷	۲۴.۳	فرزندان بزرگسال	X و Y در حال جمع‌آوری داده‌ها برای پایان‌نامه‌های خود هستند. اگر آن‌ها با هم کار کنند، هرکدام باید نیمی از کار را انجام دهند؛ باین‌حال، X ترجیح می‌دهد مستقل از Y باشد و به تنهایی کار کند. اگر در چنین موقعیتی قرار می‌گرفتید، چه کار می‌کردید یا چه فکر/یا احساسی می‌داشتید؟
۲۱.۶	۳.۹	۵۴.۹	۱۹.۶	والدین	
					سؤال اضافی: «شما در مورد تفاوت بین نسل خودتان و نسل فرزند/والدیتان چه فکری می‌کنید؟»

ما با توصیف سؤال آخر در مورد دیدگاه‌ها درباره تفاوت‌های نسلی شروع می‌کنیم و سپس پاسخ‌ها به شش دوراهی دیگر را شرح می‌دهیم.

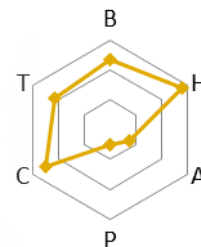
۴.۲.۱. تفاوت‌های نسلی از دیدگاه والدین و فرزندان بزرگسال

اولین ارزشی که از مصاحبه‌ها پدیدار می‌شود، هم‌نوایی است. ۵۲ پاسخ دهنده اشاره می‌کنند که نسل قدیم هم‌نوایی بیشتری دارد:

«من فکر می‌کنم نسل ما مطیع‌تر بود، اما این نسل جدید لجوج است. اونا دوست داشتن تجربه کنند و یاد بگیرند، به تجربیات ما اعتماد ندارند.» (مادر، ۵۴ ساله)



«تفاوت اصلی این دو نسل احترام است. ما قدیم برای پدر و مادرمون احترام زیادی قائل بودیم، اما این دیگه تغییر کرده.» (مادر، ۴۲ ساله)

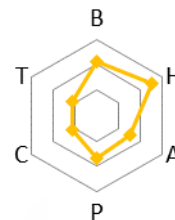


این یافته (هم‌نوایی) با یافته‌های اولین مطالعه همسویی دارد. این مادران برای هم‌نوایی و سنت (محافظه‌کاری) ارزش زیادی قائل هستند (نمودار سمت راست).

1. B=Benevolence خیررووو
 T=Tradition سنت
 C=Conformity نمنند
 P=Power قه
 A=Achievement ممم
 H=Hedonism لذگور

علاوه بر این، پاسخ‌دهندگان جوان بر انعطاف‌پذیری خود تأکید می‌کنند؛ به‌عنوان مثال، مصاحبه‌شونده زیر، سنت و هم‌نوایی را در پایین‌ترین رتبه قرار می‌دهد که این مطلب با تأکید او بر انعطاف‌پذیری نسلش سازگاری دارد:

«در مقایسه با نسل‌های قبلی، نسل ما بسیار انعطاف‌پذیرتره. نسل قدیم کمتر می‌تونست تغییر کنه؛ مثلاً مادر من همیشه به این فکر می‌کنه که دیگران در موردش چه فکری می‌کنند؛ حتی برای انجام کاری ساده مثل رنگ کردن موهاش. وقتی هم ازش می‌خوام کاری متفاوت انجام بده، می‌گه: «من تمام عمرم این کار رو این‌جوری انجام دادم. الان چطوری می‌خوام تغییرش بدم؟ اونا کاملاً مخالف تغییرن.» (فرزند دختر، ۲۷ ساله)

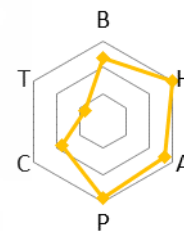


به‌علاوه، احتمالاً به‌دلیل تأکید کمتر بر ارزش‌های سنتی، نسل جوان در ارتباطات گشوده‌تر است. همان‌طور که پاسخ‌دهندگان عنوان کردند:

«من فکر می‌کنم دست‌رسی به رسانه‌های اجتماعی و اینترنت ذهن نسل جدید رو بازتر کرده و تغییرشون داده.» (فرزند دختر، ۳۴ ساله)

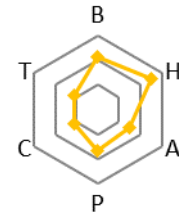


«الان دیگه دخترها و پسرها آزادانه‌تر با هم ارتباط برقرار می‌کنند، اما قدیم این کار مجاز نبود. الان ارتباطات دوباره تعریف شدنند. قبلاً ارتباطات خیلی متعصبانه بود.» (فرزند پسر، ۲۷ ساله)



در طول مصاحبه، پاسخگویان مسن و جوان، صبوری را از مزیت‌های نسل قدیم و نبود سخت‌کوشی را از ویژگی‌های نسل جدید دانستند؛ مثلاً نظرات فرد زیر با توجه به میزان کم ارزشی که به هم‌نوایی و سنت می‌دهد، جالب بود:

«نسل جوان به شدت تنبله. اونا می‌خوان به همه چیز را سریع و بدون تلاش برسن، اما نسل قدیم، صبورتر، کوشاتر، مسئولیت پذیرتر و متعهدتر به خانواده و روابط است.» (فرزند دختر، ۲۷ ساله)



از طرف دیگر، نسل جوان جاه‌طلب‌تر، آزاداندیش‌تر، ریسک‌پذیرتر و خلاق‌تر تلقی شدند که همه این‌ها به‌طور مستقیم با میل به ارزش‌های موفقیت، قدرت و لذت‌گرایی مرتبط است.

۲.۲.۴. فشار خانواده

در این دوراهی، همان‌طور که در جدول ۶ نشان داده شده است، بیشتر پاسخ‌دهندگان ترک خانه را انتخاب کردند که نشان می‌دهد هر دو گروه سنی استقلال را ترجیح می‌دهند؛ به‌عنوان مثال:

«من به دنبال اشتیاقم می‌روم. من معتقدم که آگه کسی واقعاً به چیزی متعهد باشه، صرف‌نظر از اینکه چند بار شکست بخوره، در نهایت موفق می‌شه؛ با این حال، اگر به چیزی بی‌علاقه باشید و شکست بخورید، اون شکست برای شما خیلی سخت تموم می‌شه. من همیشه انتخاب‌هام رو خودم را انجام دادم. علائقم رو با وجود مخالفت والدینم انتخاب کردم. پدرم دوست داشت من پرستار بشم، اما من مدیریت را ترجیح دادم.» (فرزند دختر، ۲۰ ساله)



با این حال، زن جوان دیگری که در هم‌نوایی و سنت در مطالعه اول امتیاز زیادی را کسب کرده بود، می‌گوید که احتمالاً از خواسته‌های خود دست می‌کشد و از تصمیمات والدین خود پیروی می‌کند:

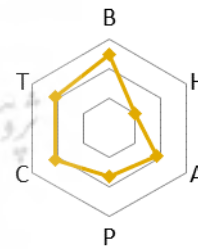
«خانواده من مذهبی هستند و من رو از دنبال کردن علاقه‌ام به هنر و کارگردانی منع کردند. من حقوق خوندم؛ چون خانواده‌ام مخالف هنر بودند، اما در حال حاضر کارگردانی رو هم دنبال می‌کنم.» (فرزند دختر، ۲۰ ساله)



۴.۲.۳. ارزیابی شغلی

در این دوراهی، هم‌نوایی پاسخ‌دهندگان را با همسالان یا مافوق آن‌ها ارزیابی کردیم. حدود نیمی از پاسخ‌دهندگان گفتند که در یک موقعیت مشابه بیشتر شبیه X هستند (با ارزیابی ضعیف احساس ناراحتی می‌کنند) و نیمی دیگر گفتند که بیشتر شبیه Y هستند (خیلی اهمیت نمی‌دهد). به دلیل بازار کار دشوار ایران، برخی پاسخ‌دهندگان گفتند که واکنش آن‌ها به میزان امنیت شغلی بستگی خواهد داشت. هم‌نوایی عمودی زمانی بیشتر است که امنیت کمتری وجود داشته باشد؛ به عنوان مثال، پاسخ‌دهنده‌ای با نمره هم‌نوایی زیاد (نمایه سمت راست) اظهار کرد:

«طبیعی است که از بازخورد منفی ناراحت شویم. می‌تواند برای هرکسی پیش بیاید؛ با این حال، من معتقدم که شخص Y که نگران بازخورد منفی نبود، احتمالاً به امنیت شغلی خود اطمینان دارد؛ در نتیجه اگر شغلی با سطح امنیت بالا داشته‌ام، نگران نظرات منفی مدیران نیز نبودم.» (پدر، ۶۰ ساله)

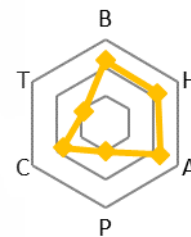


1. Vertical conformism

۴.۲.۴. ترجیح دوستان به پیشرفت شغلی

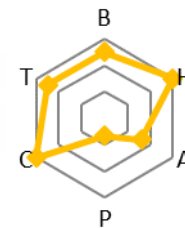
در ادامه ما پاسخ‌دهندگان را با انتخاب بین موفقیت و قدرت (پیشرفت شغلی) در مقابل خیرخواهی (دوستان) مواجه کردیم. پاسخ‌دهندگان مسن‌تر بیشتر از جوان‌ها به پذیرش پیشرفت شغلی تمایل داشتند. همچنین بسیاری از پاسخ‌دهندگان جوان احساس کردند که عوامل دیگری احتمالاً تصمیم‌گیری آن‌ها را تعدیل می‌کند. به علاوه، گفتنی است که زنان بیش از مردان برای دوستی و خیرخواهی ارزش قائل بودند؛ مثلاً نمودار زیر نشان‌دهنده سطح بالایی از خیرخواهی و سطح پایینی از ارزش قدرت است:

«برای من دوستی اولویت است. ترجیح می‌دم دوستم رو نگه کنم تا اینکه در حرفه‌ام پیشرفت کنم؛ حتی اگر مستحق این پیشرفت باشم.» (فرزند دختر، ۲۴ ساله)



با این حال، برخی از این زنان جوان می‌گویند که این به دوستی، مهارت‌های دوست، نیازهای مالی، میزان علاقه و موفقیت شغلی او بستگی دارد؛ مثلاً:

«من با پذیرش این ترفیع مخالف هستم، اگرچه تصمیم من به عمق دوستی ما، نیازهای مالی من و توانایی‌های او و سایر عوامل بستگی دارد و ممکنه با توجه به عوامل مختلفی متفاوت باشه، اما من به‌طور کلی احساس بدی دارم. خیلی از این وضعیت خوشم نمیاد که مجبور بشم انتخاب کنم.» (فرزند دختر، ۲۰ ساله)



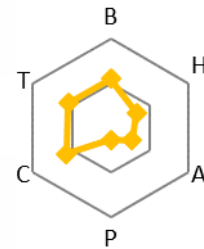
همچنین مادری اظهار کرد که حتی اگر لیاقتش را داشته باشد، «زیر پای دوستش را خالی نمی‌کند». انتخاب او در مقایسه با ارزش‌های او در مطالعه اول (نمودار سمت راست) برای موفقیت، قدرت و خیرخواهی پیش‌بینی‌شدنی است:

«این دقیقاً همون چیزیه که چهار سال پیش برام اتفاق افتاد. رئیس من خواست تا درخواستی برای ترفیع بنویسم، ولی بعداً متوجه شدم که قراره به جای کسی که با او خیلی صمیمی هستم، ترفیع بگیرم. من ارتقا رو رد کردم؛ چون دوست نداشتم زیر پای دوستم رو خالی کنم و الانم از این تصمیم که همیشه از اون به عنوان یکی از افتخارات خودم یاد می‌کنم، خوشحالم.» (مادر، ۵۶ ساله)



یکی از پاسخ‌دهندگان زن به تفاوت کار در بخش خصوصی یا دولتی اشاره کرد و ادعا کرد که ممکن است وضعیت مشابهی در بخش دولتی (به دلیل امنیت شغلی زیاد) روی ندهد:

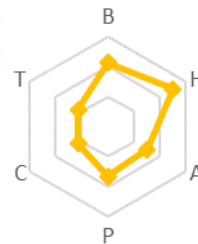
«در آموزش و پرورش این‌طور نیست. هرگز برای من اتفاق نیفتاده، اما اگر این‌جوری می‌شد، هرگز قبول نمی‌کردم؛ چون کسب پول و شهرت و موقعیت اجتماعی و رتبه علمی از این طریق برای من قابل قبول نیست. به چه قیمتی؟ به قیمت تخریب خانواده یا شکستن دل یک انسان؟ نه؛ حتی اگر شایستگی این کار رو داشته باشم، اونو نمی‌پذیرم.» (مادر، ۴۹ ساله)



۵.۲.۴. همنوایی غیراخلاقی

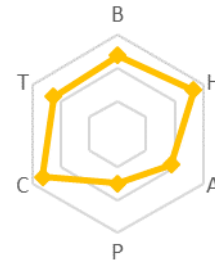
تقریباً نیمی از پاسخ‌دهندگان (جوان و پیر) گفتند که این عمل غیراخلاقی را گزارش خواهند کرد، اما برخی گفتند فقط در صورتی گزارش می‌دهند که رئیس به آنها یا دیگران صدمه جدی وارد کند؛ در غیر این صورت، این کار را انجام نمی‌دهند:

«این بستگی به این دارد که آیا کار غیراخلاقی او باعث آزار من می‌شود یا نه؛ مثلاً اگر من رو اذیت کنه و مزاحم بشه. خب این دیگه چه شغلی می‌شه؟ هر روز به من استرس وارد می‌کنه، اما اگر مدیر فقط حقوق و مزایای من رو کم کنه، برای من درسته که سخته، اما گزارش نمی‌دم. نه به خاطر گرفتن ترفیع؛ بلکه به این دلیل که تمایلی به ایجاد مشکل ندارم؛ چون این فرد قدرتمنده و من فقط یک کارمند سطح پایین هستم.» (فرزند دختر، ۲۷ ساله)



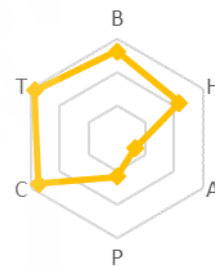
همچنین برخی به اهمیت حفظ شغل و تأمین معاش خانواده اشاره کردند؛ مثلاً این فرد که در مطالعه اول نیز امتیاز زیادی به هم‌نوایی، سنت و خیرخواهی داد:

«من معتقدم وقتی به این شغل نیاز دارم و از فساد گسترده در داخل کشور هم آگاه هستم، فقط باید به کار خودم فکر کنم. اکثریت مدیران کارهای غیراخلاقی انجام می‌دهند و هیچ‌کس اونا رو ارزیابی نمی‌کنه؛ چرا من باید شغلم رو از دست بدهم و امنیت خانواده‌ام رو به خطر بندازم؟» (مادر، ۴۲ ساله)



علاوه بر این، فقدان سیستم گزارش‌دهی مناسب به‌عنوان یکی از موانع گزارش‌دهی ذکر شد:

«متأسفانه در دانشگاه ما (محل کار ایشان) برای این دست کارها نمونه‌های متعددی وجود داره؛ بالین حال، به نظر من، برای جلوگیری از رفتارهای غیراخلاقی بعدی، باید این موضوع گزارش بشه، اما نباید مستقیماً باشه؛ چون سیستم گزارش‌دهی مناسب، امنی و محرمانه‌ای در دانشگاه ما وجود نداره. می‌ترسم اگر اقدام اشتباهی انجام بدم، اخراج بشم.» (پدر، ۵۲ ساله)

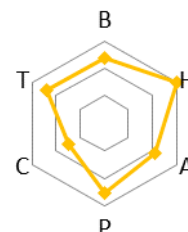


برخی از پاسخ‌دهندگان مسن‌تر گفتند که ترجیح می‌دهند به‌خاطر ارزش‌ها و اعتقادات مذهبی خود این کار را گزارش نکنند. اسلام و فرهنگ ایرانی دروغ را منع کرده است. همچنین با افزایش سن، گزارش‌دهی می‌تواند دشوارتر باشد که به‌دلیل هم‌نوایی بیشتر در نسل قدیمی، درک‌شدنی است.

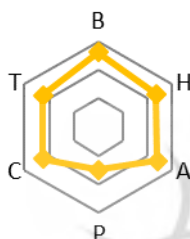
۶.۲.۴. انتقال شغلی

بیشتر پاسخ‌دهندگان در هر دو گروه (۵۸.۴ درصد) می‌گویند که ترجیح می‌دهند در یک محیط‌کاری دلپذیر کار کنند. آن‌ها مایل‌اند از ترفیع، حقوق و دستمزد بیشتر در ازای لذت بردن از کار برای ارتقای سلامت روحی و جسمی، کاهش استرس و خستگی چشم‌پوشی کنند؛ به‌عنوان مثال:

«احتمالاً این شخصی که گفتین می‌خواد یک شغل هیجان انگیز داشته باشه و در محل کار سرگرم باشهف او می‌تونه تو این محیط کارآمد باشد و سلامت روحی و جسمی خودش رو حفظ کنه، اما فردی که در محیط اول کار می‌کنه، در نهایت افسرده می‌شه و آرامش کمتری داره. منم محیط لذت‌بخش رو انتخاب می‌کنم.» (فرزند پسر، ۲۵ ساله)



«اگر مجرد بودم، محیط دوم رو انتخاب می‌کردم؛ باین‌حال، اگر خانواده من با مشکلات مالی مواجه هستند، گزینه اول ارجحیت دارد.» (مادر، ۵۵ ساله)



«اگر در اون موقعیت بودم، نیازهای مالی خودم رو ارزیابی می‌کردم. من به محیط دوم علاقه دارم، اما به دلیل کمبود بودجه، اولی رو انتخاب می‌کنم. من معتقدم شغل، لذت‌بخش‌تر برای زنان است، اما محیط اول برای مردانی که باید مراقب خانواده‌شان باشند، ترجیح داده می‌شود.» (مادر، ۵۸ ساله)



زنان جوان، بیشتر محیط سرگرم‌کننده را ترجیح می‌دهند. ارزش زیاد لذت‌گرایی در زنان جوان این موضوع را توجیه می‌کند؛ البته برخی دیگر بر نقش تأهل و جنسیت در انتخاب یک شغل کسل‌کننده تأکید کردند و همان‌طور که عنوان شد، این امر نشان از میزان زیاد جمع‌گرایی آن‌ها دارد تا فردگرا بودن:

۴.۲.۷. کار تیمی

در این دوراهی هر دو نسل مساوی بودند. بیش از نیمی از هر دو گروه کار گروهی را ترجیح دادند (۶۸ درصد). برخی ادعا کردند که «یک پروژه گروهی سریع‌تر و سرگرم‌کننده‌تر است و یادگیری بیشتری دارد»، اما برخی در خلال صحبت‌هایشان گفتند که به‌طور کلی

ایرانی‌ها در کار گروهی خوب نیستند؛ زیرا آموزش‌ها از کودکی رقابت را تشویق می‌کنند، مثلاً:

«ما در ایران با مفهوم کار تیمی آشنا نیستیم. کار تیمی برای ما اهمیت کمی دارد. ما دائماً سعی می‌کنیم زیر پای همو خالی کنیم (خننده). این از تربیت و آموزش ما ناشی می‌شود. از دوران دبستان به‌طور مستقل کار می‌کردیم و با هم رقابت می‌کردیم. به همه دانش‌آموزان دستور داده می‌شد که مستقل کار کنند و یک قدم جلوتر از همسالان خود باشند.» (مادر، ۵۲ ساله)

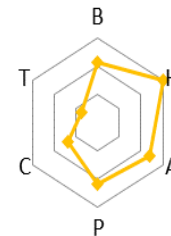


جالب است بدانید، پاسخ‌دهندگانی که کار گروهی را دوست دارند، معمولاً زنان مسن یا مردان جوان‌تر هستند. از طرف دیگر مردان مسن و زنان جوان معمولاً ترجیح می‌دهند به‌تنهایی کار کنند که این مطلب می‌تواند به نیاز بیشتر به موفقیت و قدرت مرتبط باشد. هرچه نیاز به موفقیت بیشتر باشد، ترجیح کار تیمی کمتر است؛ همان‌طور که دو پاسخ‌دهنده اشاره کردند:

«من یک معلم بودم و بیشتر کارهایی که قرار بود برای بهبود موقعیت خود انجام بدم به‌تنهایی باید انجام می‌شد. ما این کار را به‌تنهایی انجام دادیم تا در ارزیابی‌ها موفق بشیم و ترفیعات بیشتری بگیریم، اما من به‌صورت فردی کار کردن رو دوست هم داشتم؛ چون می‌خواستم از ذهن و خلاقیت استفاده کنم و تحقیقاتی رو که انجام می‌دادم، برای نشان دادن خودم ثبت کنم.» (پدر، ۵۶ ساله)



«من دوست دارم با دیگران رقابت کنم و نمرات بالاتری کسب کنم.» (فرزند دختر، ۱۸ ساله)



۵. نتیجه گیری

۵.۱. مطالعه اول

نتایج اولین مطالعه نشان می‌دهد که نسل جوان برای قدرت، موفقیت و لذت‌گرایی ارزش قائل است؛ در حالی که نسل قدیم به محافظه‌کاری اهمیت بیشتری می‌دهد. پس از انقلاب اسلامی ارزش‌های اسلامی در سراسر ایران گسترش یافت. نظام جدید بر ارزش‌های پست مدرن و معنوی تأکید می‌کرد تا ارزش‌های مادی؛ در نتیجه، اطاعت و رفتار مناسب، پرهیز از آسیب و زیر پا گذاشتن موازین اجتماعی، ادب، احترام به والدین و بزرگ‌ترها، انضباط، انسجام اجتماعی و ارزش‌های سنتی در افراد تقویت شد، اما جهانی شدن و اینترنت هم این معادله را تا حد زیادی تغییر داده است. نتایج مطالعات دیگر نیز از یافته‌های پژوهش حاضر مبنی بر اینکه نسل جوان به هم‌نوایی و سنت کمتر اهمیت می‌دهند، حمایت می‌کند (دی دیو و همکاران، ۱۹۹۶؛ روکچ، ۱۹۷۳؛ فیدر، ۱۹۸۷؛ کانگر، ۱۹۹۷؛ تولگان، ۱۹۹۷؛ اگری و رالستون، ۲۰۰۴؛ لیون و همکاران، ۲۰۰۷، ۲۰۰۵؛ تولویست و همکاران، ۲۰۱۷؛ چزنار و جوشناک، ۲۰۱۹؛ مارکوس و همکاران، ۲۰۱۷؛ نا و داکیت، ۲۰۰۳، عباسی و همکاران، ۲۰۱۳؛ عظیمی و همکاران، ۲۰۲۲). روند ملی شدن و بازسازی نیز نحوه توزیع قدرت در ایران را تغییر داد و به فاصله زیاد قدرت منجر شد. مردم قدرت را تحسین می‌کنند؛ زیرا به آن‌ها امتیازات و موقعیت‌های فوق‌العاده‌ای می‌دهد (جوادیان و دستمالچیان، ۲۰۰۹). نتایج مطالعه اول در مورد قدرت نیز با تحقیقات دیگر مطابقت دارد (لیون و همکاران، ۲۰۰۵)؛ زیرا نسل جوان به دلیل بیکاری و وضعیت اقتصادی نابه‌سامان احساس ناتوانی می‌کند. همچنین نتایج این مطالعه و مطالعات دیگر نشان داد که نسل جوان برای موفقیت (به‌عنوان مثال، کاگنر، ۱۹۹۷؛ تولگان، ۱۹۹۷). لذت‌گرایی (به‌خصوص Z) ارزش زیادی قائل است (شکل ۱). از سوی دیگر، طبق مطالعات گذشته، خیرخواهی برای افراد مسن اولویت دارد (چزنار و جوشناک، ۲۰۱۹)؛ با وجود این، مطالعه اول هیچ تفاوت نسلی در محور توجهی را در این زمینه پیدا نکرد.

۲.۵. مطالعه دوم

به‌طورکلی، نتایج مطالعه دوم با مطالعه اول تطبیق دارد و این فرضیه تحقیق را تأیید و تقویت می‌کند. مطالعه دوم نشان می‌دهد که نسل قدیمی سازگاری و هم‌نوایی بیشتری دارد. براساس نظرات مصاحبه‌شوندگان، این سازگاری در نسل قدیم در احترام به سنت ریشه دارد و همین امر نیز به بی‌میلی برای تغییر در آن‌ها منجر می‌شود، ولی نسل جوان خود را انعطاف‌پذیرتر و سریع‌تر در پذیرش تغییر می‌بیند. به‌علاوه، اشاره شده است که نسل‌های جوان ارتباط بازتری با هم‌تایان مرد/ زن خود دارند و نظرات خود را آزادانه‌تر از نسل قدیم بیان می‌کنند. در ایران زن و مرد فقط در خانواده یا حلقه‌های اجتماعی نزدیک با هم ارتباط اجتماعی دارند. در یک محیط حرفه‌ای، جایی که هر دو جنس کار می‌کنند، افراد از یکدیگر فاصله فیزیکی می‌گیرند. مدارس تفکیک‌شده هستند (اواسون، ۲۰۱۶)، اما نسل جوان در تلاش است تا مهارت‌های ارتباطی خود را از طریق گروه‌های دوستان، دانشگاه‌ها و رسانه‌های اجتماعی (تأکید بر نقش اینترنت در تغییر ارزش‌های بین‌نسلی) بهبود بخشد. علاوه بر این، نسل جوان نیز خواستار، خودخواه، بی‌دقت، بی‌صبر، دارای ذهن باز، ریسک‌پذیر، خلاق و با هوش فناوری زیاد، توصیف شدند. نتایج به‌دست‌آمده با مطالعات پیشین نیز همسویی دارد (دی دیو و همکاران، ۱۹۹۶؛ روکچ، ۱۹۷۳؛ فیدر، ۱۹۸۷؛ کانگر، ۱۹۹۷؛ تولگان، ۱۹۹۷؛ اگری و رالستون، ۲۰۰۴؛ لیون و همکاران، ۲۰۰۷، ۲۰۰۵؛ تولویست و همکاران، ۲۰۱۷؛ چزنار و جوشناک، ۲۰۱۹؛ مارکوس و همکاران، ۲۰۱۷؛ نا و داکیت، ۲۰۰۳، عباسی و همکاران، ۲۰۱۳؛ عظیمی و همکاران، ۲۰۲۲).

در دوراهی اول، بیشتر پاسخ‌دهندگان، «ترک خانه» را در دوراهی اول انتخاب کردند. به‌طورکلی، هر دو گروه سنی بیشتر استقلال را به تسلیم شدن در برابر فشار خانواده ترجیح دادند. والدین نیز برخی از مشاغل (موضوعات هنری) را نامناسب و ناامن دانستند؛ در نتیجه،

برخی از فرزندان ترجیح دادند با والدین خود سازش کنند تا اینکه خانه را ترک کنند. همچنین افسردگی، پشیمانی، مشکلات روحی و جسمی و فرسودگی شغلی از عوامل اصلی باورهای تحمیلی از سوی والدین عنوان شدند.

در دوراهی دوم، به طور کلی، حدود نیمی از پاسخ‌دهندگان گفتند که «در یک موقعیت مشابه بیشتر شبیه X هستند (با ارزیابی بد احساس ناراحتی می‌کنند) و نیمی دیگر گفتند که بیشتر شبیه Y هستند (خیلی اهمیت نمی‌دهد)». در طول مصاحبه، پاسخ‌دهندگان اعلام کردند که واکنش آن‌ها به امنیت شغلی (کار در بخش خصوصی یا دولتی) بستگی دارد. امنیت شغلی، درآمد و منابع کافی و پایدار برای رفع نیازهای اولیه و حق عضویت یا تشکیل اتحادیه، سه دغدغه اصلی کارگران امروزی است. به راحتی می‌توان فهمید که چرا پاسخ‌دهندگان به امنیت شغلی اهمیت می‌دهند و هم‌نوایی بیشتری با رئیس خود دارند. کمتر از ۴ درصد کارگران ایرانی از امنیت شغلی برخوردارند. کارکنان، امروزه بیش از نسل‌های قبلی از ازدست‌دادن شغل خود می‌ترسند؛ زیرا بیش از ۹۵ درصد از کارگران ایرانی قراردادهایی دارند که به صورت یک، سه یا شش‌ماهه تمدید می‌شود (فایننشال تریبون، ۲۰۱۹). به طور کلی، در دوراهی دوم و سوم دیده می‌شود که عوامل محافظه‌کاری (هم‌نوایی و سنت) در ایران امروزی به‌ویژه در نسل جوان رو به کاهش است که این یافته با مطالعات پیشین انجام‌شده در غرب، همان‌طور که اشاره شد، سازگاری دارد. هرچند وقتی پای وضعیت سخت اقتصادی و تأمین مخارج خانواده در میان باشد، هم‌نوایی با رئیس (هم‌نوایی عمودی) در نسل جوان نیز افزایش پیدا می‌کند.

در دوراهی سوم «ترجیح دوستان به پیشرفت شغلی»، پاسخ‌دهندگان مسن‌تر بیشتر از جوان‌ترها ترفیع را به قیمت اخراج دوستان خود پذیرفتند. این مطلب می‌تواند به این دلیل باشد که در اوضاع سخت اقتصادی وقتی فردی نان‌آور خانواده است، نمی‌تواند از دست

دادن شغلش را خطر کند که این خود نشان‌دهنده میزان زیاد جمع‌گرایی است، نه تکروری و ترجیح خود به دوست؛ با این حال، به دلیل وضعیت سخت اقتصادی ایران و سبک زندگی پرهیاهو، مردم زمان و منابع کمتری دارند (سخت‌مندی کمتر). وقتی تولید ناخالص داخلی سرانه از سال ۲۰۱۲ تا الآن بیش از ۷۰ درصد کاهش یافته است (از ۷۹۲۷ دلار در سال ۲۰۱۲ به ۲۲۸۲ دلار در سال ۲۰۲۰) چطور می‌توان دیگران را در اولویت قرار داد؟ افرادی که اغلب کمبود اقتصادی را تجربه می‌کنند، به نیازهای اقتصادی و نیازهای ایمنی بیشتر (مانند رشد اقتصادی بیش از حفاظت از محیط زیست) اهمیت می‌دهند (اینگلهارت، ۲۰۱۸).

در دوراهی چهارم، حدود نیمی از پاسخ‌دهندگان، «گزارش دادن» را انتخاب کردند؛ حتی اگر گزارش به اخراج منجر شود. علاوه بر این، برخی از پاسخ‌دهندگان به اهمیت حفظ شغل خود و تأمین معاش خانواده اشاره کردند. برخی از پاسخ‌دهندگان ادعا کردند که ترجیح می‌دهند آن را براساس ارزش‌ها و اعتقادات مذهبی خود گزارش کنند. نبود سیستم گزارش‌دهی مناسب نیز یکی از موانع محسوب شد؛ بنابراین نیمی از پاسخ‌دهندگان موفقیت را کنار گذاشتند و به جای آن ترجیح دادند که راه درست را انتخاب کنند.

در دوراهی پنجم، بیشتر پاسخ‌دهندگان در هر دو گروه گفتند که «ترجیح می‌دهند در یک محیط کاری دلپذیر کار کنند تا محیطی که خسته‌کننده باشد». پاسخ‌دهندگان جوان‌تر (به خصوص خانمی جوان‌تر) در مقایسه با پاسخ‌دهندگان مسن‌تر تمایل بیشتری به انتخاب محل کار دلپذیر داشتند. آن‌ها تمایل خود را برای افزایش آرامش، آسایش، شادابی، شادی و تندرستی و کاهش مشکلات روحی و جسمی، فرسودگی شغلی، استرس، افسردگی و فرسودگی ذکر کردند. این مطلب با میزان زیاد لذت‌گرایی به خصوص در نسل جوان در مطالعه اول و مطالعات پیشین همسویی دارد.

در نهایت در دوراهی آخر، «کارتیمی» هر دو نسل مساوی بود. بیشتر پاسخ‌دهندگان اظهار داشتند که از کار در یک تیم لذت می‌برند. آن‌ها استدلال کردند که هنگام کار در یک گروه، کار سریع‌تر تکمیل می‌شود، کار لذت‌بخش‌تر است و یادگیری زیادی دارد؛ با این حال،

بسیاری از پاسخ‌دهندگان اذعان داشتند که ایرانی‌ها، به‌طورکلی در کار گروهی خوب نیستند. آن‌ها معتقدند که این نتیجه سیستم آموزشی است که کار و رقابت فردی را تشویق می‌کند.

۳.۵. محدودیت‌ها و پیامدها

به‌طورکلی، ارزش‌ها پایدار هستند (شوستر^۱ و همکاران، ۲۰۱۹)؛ باین‌حال، بیماری گُوبد-۱۹ ممکن است ارزش‌های افراد را تغییر دهد. تاریخ نشان می‌دهد که تهدیدات وجودی اصلی، مانند بحران مالی ۲۰۰۸ (سورکیتس^۲ و همکاران، ۲۰۱۹)، تهدید جنگ (دانیل^۳ و همکاران، ۲۰۱۳) و حملات تروریستی ۱۱ سپتامبر (ورکاسالو^۴ و همکاران، ۲۰۰۶) باعث تغییر ارزش‌های افراد می‌شود؛ بنابراین همه‌گیری کرونا نیز می‌تواند نتیجه مطالعه حاضر را تاحدی تغییر دهد. انتظار می‌رود که شکاف بین نسل جوان (Y و Z) و پیر (BB و X) در مورد ارزش‌های جمع‌گرایی (سنت، هم‌نوایی و سخاوتمندی) افزایش پیدا کند. به‌علاوه این مطالعه، تنوع تجارب نسلی را نادیده گرفته است و زیرگروه‌های نسل‌ها مثل زیرگروه نسل Y همان‌طور که ماچادوسکوا^۵ (۲۰۲۰) پیشنهاد داده است، در نظر گرفته نشدند.

مقاله حاضر با هدف کمک کردن به سازمان‌ها و مدیران منابع انسانی به بررسی تفاوت‌های و شباهت‌های بین نسلی در ارزش‌های فردی پرداخت. نتایج این مطالعه روابط فرضی را تأیید می‌کند. همان‌طور که پیش‌تر گفته شد، این مطالعه از طرق مختلف به ادبیات موجود کمک می‌کند؛ باین‌حال، ساختار تحقیق از چند لحاظ محدود بود: ابتدا روش نمونه‌گیری گلوله‌برفی انتخاب شد. به‌دلیل ماهیت غیرتصادفی این روش، نتایج این مطالعه را نمی‌توان به کل جامعه تعمیم داد. جدای از آن، تشویق پاسخ‌دهندگان به شرکت در مصاحبه

1. Schuster
2. Sortheix
3. Daniel
4. Verkasalo
5. Moczydlowska

و تکمیل پرسشنامه یکی از چالش‌های ما در جمع‌آوری داده‌ها بود؛ زیرا داده‌ها باید فقط در بین اعضای خانواده جمع‌آوری می‌شدند؛ بنابراین این مطالعه می‌تواند در نمونه بزرگ‌تر یا در فرهنگ دیگری، جایی که ممکن است انتظار یافته‌های متضاد داشته باشیم، تکرار شود. علاوه بر این، این سؤال را که آیا والدین و فرزندان با توجه به پدیده جهانی شدن و اینترنت (تنوع فرهنگی و نسلی را کم‌رنگ می‌کند) از نظر ارزشی دارند به یکدیگر نزدیک می‌شوند یا نه، فقط می‌توان در مطالعات طولی پاسخ داد.

علاوه بر این، این مطالعه پیامدهای عملی درخور توجهی برای جامعه‌شناسان و مدیران منابع انسانی که تیم‌های چندنسلی را هدایت می‌کنند، دارد؛ به‌عنوان مثال، پاسخ‌دهندگان ذکر کردند که کار گروهی را ترجیح می‌دهند، اما اذعان داشتند که ایرانی‌ها به‌طورکلی در کار تیمی خوب نیستند. آن‌ها معتقد بودند که این نتیجه تأکید نظام آموزشی بر تلاش و رقابت فردی است. به‌علاوه، زنان جوان‌تر کمک‌کننده‌تر و خیرخواه‌تر بودند و بیشتر به رفاه دیگران اهمیت می‌دادند. این اطلاعات برای مدیران منابع انسانی و جامعه‌شناسان حیاتی است؛ مثلاً آن‌ها می‌توانند از یافته‌های پژوهش حاضر برای همکاری مؤثر با نسل‌های مسن‌تر و جوان‌تر استفاده کنند؛ به‌عنوان مثال، نسل جدید که در کار با فناوری جدید مهارت بیشتری دارد، می‌تواند مسئولیت آموزش نسل قدیمی‌تر را بر عهده بگیرد؛ درحالی‌که نسل قدیم می‌تواند به نسل جدید انتخاب‌شده درمورد فرایندها و فرهنگ سازمانی آموزش دهد؛ به این ترتیب، این دو نسل با یکدیگر تعامل می‌کنند و تلاش می‌کنند تا به توافق برسند. به‌خوبی می‌دانیم که تضادهای نسلی حتی در درون یک فرهنگ نیز منبع اختلاف است، چه برسد به بین اعضای تیم از فرهنگ‌ها و نسل‌های مختلف؛ ازاین‌رو از جمله مراسم بین‌المللی غذا می‌تواند در این زمینه مفید باشد تا یخ‌های روابط را بین افراد از دو نسل یا فرهنگ‌های متفاوت بشکند.

کتابنامه

۱. دلخوش، م.، و احمدی مبارکه، م. (۱۳۹۱). ویژگی‌های مختص به فرهنگ در ارزش‌های ایرانیان: بررسی در سه نمونه از سه نسل. *روان‌شناسی تحولی: روان‌شناسان ایرانی*، ۹(۳۴)، ۱۰۷-۱۲۷.
۲. مسافری قمی، م.، رستگار، ا.، آذر، ا.، و دامغانیان، ه. (۱۳۹۶). شناسایی نسل‌ها در محیط کار در ایران. *مدیریت فرهنگ سازمانی*، ۱۵(۴)، ۹۴۷-۹۷۵.
3. Abbasi-Esfanjir, A., Sam, S., & Amirian, R. (2013). Generation gap in values: Comparison of the young and elderly. *Journal of Specialized Social Science*, 10(38), 162-185
4. Abbasi-Shavazi, M. J., McDonald, P., & Hossein Chavosh, M. (2003). *Changes in family, fertility behavior and attitudes in Iran*. Working Papers in Demography (No. 88). Research School of Social Sciences, Australian National University.
5. Abdollahyan, H. (2004). The generations gap in contemporary Iran. *WeltTrends*, 12, 74-85.
6. Akhavan-Sarraf, A. R., Abzari, M., Nasr Isfahani, A., & Fathi, S. (2016). The impact of generational groups on organizational behavior in Iran. *Human Systems Management*, 35(3), 175-183.
7. Akhavan-Sarraf, A.-R., Abzari, M., Nasr-Isfahani, A., & Fathi, S. (2017). Generational differences in job engagement: a case study of an industrial organization in Iran. *Industrial and Commercial Training*, 49(3), 106-115.
8. Angeline, T. (2011). Managing generational diversity at the workplace: Expectations and perceptions of different generations of employees. *African Journal of Business Management*, 5, 249-255.
9. uuuuuuu, ,, & dddd,, A. .. 2211... nn iiiiiiiii ii ff tee uuus hhhhh hle parents of pre-school students want their children to acquire. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 116, 3700-3704.
10. Azimi, S., Andonova, Y., & Schewe, C. (2022). Closer together or further apart? Values of hero generations Y and Z during crisis. *Young Consumers*, 23(2), 179-196.
11. Barni, D., Alfieri, S., Marta, E., & Rosnati, R. (2013). Overall and unique similarities between parents' values and adolescent or emerging adult children's values. *Journal of Adolescence*, 36(6), 1135-1141.
12. Burke, P. (2005). *History and social theory*. UK: Polity Press.

13. Cugin, J. (2012). Are generational differences in work values fact or fiction? Multi-country evidence and implications. *The International Journal of Human Resource Management*, 23(11), 2268-2294.
14. Conger, J. A. (1997). How generational shifts will transform organizational life. In F. Hesselbein, M. Goldsmith, & R. Beckhard (Eds.), *The organization of the future* (pp. 17-24). San Francisco: Jossey-Bass.
15. ... & 2211)). hhe lll nnnl"" "" " www nnn hlrrr personal values shape the future business environment of industry 4.0? *Naše gospodarstvo / Our economy*, 65, 57-65.
16. Deloitte. (2019). *Leading the social enterprise: Reinvent with a human focus, global human capital trends*. Retrieved from <https://www2.deloitte.com/ro/en/pages/human-capital/articles/2019-deloitte-global-human-capital-trends.html>
17. Di Dio, L., Saragovi, C., Koestner, R., & Aubé, J. (1996). Linking personal values to gender. *Sex Roles*, 34(9), 621-636.
18. Dobewall, H., & Rudnev, M. (2014). Common and unique features of Schwartz's and Inglehart's value theories at the country and individual levels. *Cross-Cultural Research*, 48(1), 45-77.
19. Egri, C. P., & Ralston, D. A. (2004). Generation cohorts and personal values: A comparison of China and the United States. *Organization Science*, 15(2), 210-220.
20. Evason, N. (2016). *Iranian Culture*. The cultural Atlas. Retrieved from <https://culturalatlas.sbs.com.au/iranian-culture>
21. Feather, N. T. (1987). Gender differences in values: Implications of the expectancy-value model. In F. Halisch, & J. Kuhl (Eds.), *Motivation, Intention, and Volition*. Berlin, Heidelberg: Springer.
22. Fischer, R., & Boer, D. (2015). Motivational basis of personality traits: A meta-analysis of value-personality correlations. *Journal of Personality*, 83(5), 491-510.
23. Fischer, R., & Smith, P. B. (2006). Who cares about justice? The moderating effect of values on the link between organisational justice and work behaviour. *Applied Psychology*, 55(4), 541-562.
24. Fontaine, J. R. J., Poortinga, Y. H., Delbeke, L., & Schwartz, S. H. (2008). Structural equivalence of the values domain across cultures: Distinguishing sampling fluctuations from meaningful variation. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 39(4), 345-365.
25. Glass, A. (2007). Understanding generational differences for competitive success. *Industrial and Commercial Training*, 39(2), 98-103.
26. Hosseini, H., & Geravand, M. (2013). Measurement of factors affecting the gap ff ssssss sss ooosr ... uuuuuu nn ppr ppeeeeee ff aa eeeeeee hle yyyyyy

- koohdasht. *Woman in Development and Politics (Women's Research)*, 11(1), 101-118.
27. Hosseini, H., & Geravand, M. (2013). Measurement of factors affecting the gap between men and women in Iran. *Journal of Women's Research*, 11(1), 101-118.
28. Inglehart, R. (1971). Changing value priorities and European integration. *JCMS: Journal of Common Market Studies*, 10(1), 1-36.
29. Inglehart, R. (1971). The silent revolution in Europe: Intergenerational change in post-industrial societies. *American Political Science Review*, 65(4), 991-1017.
30. Inglehart, R. (2018). *Cultural evolution: People's motivations are changing, and reshaping the world*. Cambridge University Press.
31. Javidan, M., & Dastmalchian, A. (2003). Culture and leadership in Iran: The land of individual achievers, strong family ties, and powerful elite. *Academy of Management Executive*, 17, 127-142.
32. Javidan, M., & Dastmalchian, A. (2009). Managerial implications of the GLOBE project: A study of 62 societies. *Asia Pacific Journal of Human Resources*, 47(1), 41-58.
33. Kowske, B. J., Rasch, R., & Wiley, J. (2010). The generational attitude problem: An empirical examination of generational effects on work attitudes. *Journal of Business Psychology*, 25, 265-279.
34. Lyons, S. T., Duxbury, L., & Higgins, C. (2007). An empirical assessment of generational differences in basic human values. *Psychological Reports*, 101(2), 339-352.
35. Lyons, S., Duxbury, L., & Higgins, C. (2005). Are gender differences in basic human values a generational phenomenon? *Sex Roles*, 53(9-10), 763-778.
36. Marcus, J., Ceylan, S., & Ergin, C. (2017). Not so "Traditional" anymore? Generational shifts on Schwartz values in Turkey. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 48(1), 58-74.
37. M. (2020). *Współczesne zarządzanie – koncepcje i wyzwania*, Warszawa, Oficyna Wydawnicza SGH, 275291.
38. (2021). *Organizacja inteligentna generacyjnie*. Wydawnictwo Difin S.A., Warszawa.
39. Moskvicheva, N., Bordovskaia, N., Dudchenko, Z., & Borisova, E. (2016). Relationship between adolescents' and parents' life values and attitudes toward future profession. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 217, 160-168.

40. Na, E.-Y., & Duckitt, J. (2003). Value consensus and diversity between generations and genders. *Social Indicators Research*, 62(1), 411-435.
41. Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J. Y., & Podsakoff, N. P. (2003). Common Method Biases in Behavioral Research: A Critical Review of the Literature and Recommended Remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88(5), 879-903.
42. Roccas, S., & McCauley, C. (2004). Values and emotions in the relational models. In N. Haslam (Ed.), *Relational models theory: A Contemporary Overview*. London: Routledge.
43. Rokeach, S. J. (1973). Values and violence: A test of the subculture of violence thesis. *American Sociological Review*, 38(6), 736-749.
44. Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. *Advance in Experimental Social Psychology*, 25(1), 1-65.
45. Schwartz, S. H. (2006). A theory of cultural value orientations: Explication and applications. *Comparative Sociology*, 5(2-3), 137-182.
46. Schwartz, S. H., & Bardi, A. (2001). Value hierarchies across cultures: Taking a similarities perspective. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 32(3), 268-290.
47. Schwartz, S. H., & Sagiv, L. (1995). Identifying culture-specifics in the content and structure of values. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 26(1), 92-116.
48. Schwartz, S. H., Caprara, G. V., & Vecchione, M. (2010). Basic personal values, core political values, and voting: A longitudinal analysis. *Political Psychology*, 31(3), 421-452.
49. Schwartz, S. H., Melech, G., Lehmann, A., Burgess, S., Harris, M., & Owens, V. (2001). Extending the cross-cultural validity of the theory of basic human values with a different method of measurement. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 32(5), 519-542.
50. Smith, J.W. and Clurman, A. 1997. *Rocking the ages: The Yankelovich report on generational marketing*. New York: Harper Collins.
51. Smola, K., & Sutton, C. D. (2002). Generational differences: Revisiting generational work values for the new millennium. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 23(4), 363-382.
52. Sorthaix, F. M., & Lönnqvist, J.-E. (2014). Personal value priorities and life satisfaction in Europe: The moderating role of socioeconomic development. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 45(2), 282-299.
53. Strauss, W., & Howe, N. (1991). *Generations: The history of America's future, 1584 to 2069* (Vol. 538). New York: Quill
54. Tulgan, B. (1997, Summer). Generation X: Slackers? Or the workforce of the future? *Employment relations today* (pp. 55-64). New York: Wiley.

55. Tulviste, T., & Tamm, A. (2014). Brief report: Value priorities of early adolescents. *Journal of Adolescence*, 37(5), 525-529.
56. Tulviste, T., Kall, K., & Rämmer, A. (2017). Value priorities of younger and older adults in seven European countries. *Social Indicators Research*, 133(3), 931-942.
57. Twenge, J. M. (2010). A review of the empirical evidence on generational differences in work attitudes. *Journal of Business and Psychology*, 25(2), 201-210.
58. Twenge, J. M., Campbell, W. K., & Freeman, E. C. (2012). Generational differences in young adults' life goals, concern for others, and civic orientation, 1966–2009. *Journal of Personality and Social Psychology*, 102(5), 1045-1062.
59. Vauclair, C.-M., Fischer, R., Ferreira, M. C., Guerra, V., Hößler, U., Karabati, S., ..., & Spieß, E. (2015). What kinds of value motives guide people in their moral attitudes? The role of personal and prescriptive values at the culture level and individual level. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 46(2), 211-228.
60. Verplanken, B., & Holland, R. W. (2002). Motivated decision making: Effects of activation and self-centrality of values on choices and behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(3), 434-447.
61. Wiczorkowska, G. (2022). *Zarządzanie ludźmi: optyka metodologiczna i psychologiczna*. ggggee tt y oonnnnm ::: <https://grazynawiw.blogspot.com/?zx=1b8a2fd9daafd0eb>
62.). *Trafność stereotypów generacyjnych*. [Niepublikowana rozprawa oott rr IIII IIIIIIIII IIII]
63. Wolff, A., Ratner, P., Robinson, S., Oliffe, J., & McGillis Hall, L. (2010). Beyond generational differences: a literature review of the impact of relational diversity on nurses' attitudes and work. *Journal of Nursing Management*, 18(8), 948-969.