



نیک‌خواه، هدایت‌ا...؛ ظهیری‌نیا، مصطفی؛ بهروزیان، بهروز و فلاحی، احمد (۱۳۹۷). مطالعه جامعه‌شناختی ارزش‌های بین نسلی (مطالعه موردی: ساکنان شهرستان رودبار جنوب بر اساس نظریه زمینه‌ای). *جامعه‌شناسی نهادهای اجتماعی*، ۵(۱۱)، ۲۸۱-۳۱۰.

مطالعه جامعه‌شناختی ارزش‌های بین نسلی (مطالعه موردی: ساکنان شهرستان رودبار جنوب بر اساس نظریه زمینه‌ای)

هدایت‌ا... نیک‌خواه^۱، مصطفی ظهیری‌نیا^۲، بهروز بهروزیان^۳ و احمد فلاحی^۴

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۱۰/۲

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۲/۱۷

چکیده

هدف پژوهش حاضر شناخت تفاوت ارزشی بین نسل جوان و بزرگسال با استفاده از رویکرد برساخت‌گرایی اجتماعی در بین ساکنان شهرستان رودبار جنوب می‌باشد. روش پژوهش، کیفی و داده‌های کیفی با استفاده از تکنیک مصاحبه عمیق گردآوری و جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات و ارائه نظریه نهایی از استراتژی نظریه زمینه‌ای استفاده گردیده است. بر اساس روش نمونه‌گیری هدفمند و نیز معیار اشباع نظری، ۲۷ نفر (۱۵ جوان و ۱۲ بزرگسال) از جامعه مورد مطالعه در این پژوهش مشارکت داشتند که فهم و درک آن‌ها نسبت به تفاوت ارزشی بین نسلی مورد بررسی قرار گرفت؛ به‌منظور بررسی تفاوت ارزش‌های بین نسلی، ابتدا جهت‌گیری ارزش‌های جوانان و بزرگسالان مشخص و سپس در قالب یک مدل پارادایمی به تفاوت ارزشی پرداخته شد؛ بر اساس یافته‌های پژوهش پدیده‌ی «ارزش‌های رفاه‌طلبانه»، مقوله محوری جوانان و پدیده‌ی «بازاندیشی معطوف به گذشته» به‌عنوان مقوله محوری بزرگسالان تعیین و مقوله هسته‌ای پژوهش «گسست و طرد ارزش‌های بین نسلی» انتخاب گردید. در حالت کلی می‌توان گفت، باوجود شرایط و موقعیت‌های تقریباً یکسان بین دو نسل، نوع واکنش به موقعیت‌های مشابه متفاوت است. گرایش جوانان به ارزش‌های مدرن و مادی ناشی از جدا افتادگی جوانان از ارزش‌های نسل پیشین به‌مرور افزایش یافته است و نوعی گسست و طرد ارزشی در بین دو نسل شکل گرفته است.

کلیدواژه‌ها: برساخت‌گرایی اجتماعی؛ بازاندیشی به گذشته؛ رفاه‌طلبی؛ گسست ارزش‌های بین نسلی؛ مدل پارادایمی.

۱- استادیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه هرمزگان، hnik2000@yahoo.com

۲- دانشیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه هرمزگان، mozen54@yahoo.com

۳- دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه کاشان (نویسنده مسئول)، b.behroozian@gmail.com

۴- کارشناس ارشد پژوهش علوم اجتماعی دانشگاه هرمزگان، falahiahmad2015@yahoo.com

۱- مقدمه و بیان مسأله

ارزش به‌عنوان یک پدیده اجتماعی، از زمان تشکیل اجتماعات اولیه تاکنون در زندگی انسان نقش مهمی داشته است. به‌زعم وبر، زندگی بشر از یک‌رشته انتخاب‌ها تشکیل شده است که افراد از طریق آن‌ها نظامی از ارزش‌ها را برپا می‌کنند. ذات ارزش عبارت است از انتخاب و تصدیق آزادانه (آرون، ۱۳۸۷: ۲۳۵). راکیچ نیز معتقد است که ارزش، عقیده پایداری درباره شیوه‌ی خاصی از رفتار یا هدف نهایی است که از نظر فردی یا اجتماعی در برابر شیوه رفتار یا هدفی دیگر قابل ترجیح است (داریاپور، ۱۳۸۶: ۴).

در دوران گذشته انتقال ارزش‌ها از نسلی به نسل دیگر را مشارکت روزمره کودکان در زندگی بزرگ‌ترها تضمین می‌کرد و هرکجا که مردم کار می‌کردند و نیز هرکجا که به تفریح و سرگرم‌کننده خود می‌پرداختند، کودکان با بزرگ‌ترها مختلط بودند و به‌این ترتیب هنر زندگی کردن را از روی تماس‌های روزمره می‌آموختند (فرزانه و چراتی، ۱۳۹۰: ۱۲۰).

اما با وقوع انقلاب صنعتی و فرآیند نوسازی جوامع صنعتی و جوامع درحال توسعه، تداوم تاریخی و ساختاری نسل‌ها دچار تغییر و تحول شد به‌طوری‌که در پی روند نوسازی، ابتدا جوامع پیشرفته و سپس جوامع در حال پیشرفت، تغییرات سریع و شدید و حوادث بزرگ مقطعی و تاریخی، نظیر جنگ‌ها، جنبش‌ها و انقلاب‌های اجتماعی را تجربه کردند که سبب شد بین اجتماع سنتی دیروز و جامعه مدرن امروز، شکاف وسیع و عمیقی به وجود آید (توکل و قاضی نژاد، ۱۳۸۵: ۹۶). به‌طوری‌که برخی اندیشمندان علوم اجتماعی بر این نظرند که در فرآیند استقرار مدرنیته و گذار جامعه سنتی به جامعه‌ی مدرن، بسیاری از عناصر مهم سنتی ساختار فرهنگی جامعه درهم‌شکسته می‌شوند و عناصر و ساختارهای جدیدی جایگزین آن‌ها می‌شود (زاهدی و خضر نژاد، ۱۳۹۲، ۶۹). بدون شک آحاد جامعه با توجه به نیازها، مقتضیات زمان و مکان، پیشرفت‌های فناورانه و ارتباطی دستخوش تحولات اجتماعی و فرهنگی شده‌اند. این تغییرات، تحولاتی را در ارزش‌ها، نگرش‌ها و باورهای مردم، سبک زندگی و تعاملات مردم در جهان به وجود آورده است؛ ازجمله این تأثیرات می‌توان به مسئله روابط و تعاملات بین نسل‌ها اشاره نمود (جعفرزاده‌پور، ۱۳۹۰: ۲۰۶).

مشاهده رفتار جوانان و هم‌چنین نتایج برخی از پژوهش‌ها، حاکی از وجود ارزش‌ها و هنجارهایی در جوانان است که با ارزش‌ها و هنجارهای بزرگسالان، متفاوت به نظر می‌رسد (جهان‌بخش، ۱۳۹۵). جوانان بیشتر داری جهت‌گیری ارزش‌های عاطفی هستند درحالی‌که والدین دارای ارزش‌های اقتصادی و اجتماعی هستند (فاضلی و همکاران، ۲۰۱۶). والدین از بی‌توجهی فرزندانشان به معیارها ملاک و ارزش‌های آن‌ها گلایه‌مند هستند و در بسیاری موارد

از آن به‌عنوان یکی از مشکلات مهم زندگی خود یاد می‌نمایند. فرزندان نیز متقابلاً نسبت به ارزش‌ها و معیارهای والدین درک کاملی ندارند و خواسته‌ها، انتظارات، نیازها، اعمال و رفتار و اعتقادات آن‌ها در بسیاری موارد موجب نگرانی والدین قرار گرفته و بعضاً موجب تنش‌هایی در خانواده‌ها بین والدین و فرزندان و بین فرزندان کوچک‌تر و بزرگ‌تر شده است (گودرزی، ۱۳۸۹: ۴۴۲).

از نسل جوان کنونی با سطح اشتغال، تحصیل و... کاملاً متفاوت، نباید انتظار همان آرمان‌ها و علائق نسلی قبل را داشت و چنین انتظاری غیرقابل قبول است (کمالی، ۱۳۸۷: ۳۳۲). آنچه از نسل گذشته به‌عنوان ارزش مطرح گردیده که در دوران نوجوانی به‌عنوان باید و نبایدهای زندگی، خود را نمایان می‌سازد، از مرحله نوجوانی به بعد با دیده‌ی شک و تردید به آن‌ها نگریده می‌شود و نوجوان با حساسیت و تأمل فراوان به آن‌ها نگاه می‌کند (کمر بیگی، ۱۳۸۹: ۱۸۷). چون نسل جوان نیازهایی را جستجو می‌کند که متفاوت از نسل قدیم است (آزاد ارمکی، ۱۳۸۳: ۵۶۹). این امر ناشی از دگرگون شدن ارزش‌ها به‌واسطه‌ی تحولاتی بود که تمام ابعاد زندگی را به‌طور بی‌سابقه‌ای تحت تأثیر خود قرارداد و محیطی متفاوت را برای پرورش نسل جدید فراهم کرد؛ در نتیجه نسل جدید، نسلی متفاوت از گذشتگان خویش است.

در این پژوهش، جهت‌گیری ارزشی به‌مثابه یک کنش اجتماعی معنادار که با انگیزه‌های ذهنی خاصی صورت می‌گیرد، در نظر گرفته شده است. بر این اساس، تغییر ارزشی بین دو نسل در یک بستر معنایی خاص و توسط کنش‌گران صورت می‌گیرد. با توجه به این مباحث نمی‌توان آن را صرفاً با یک رویکرد اتیک (بیرونی)، محقق محور و یک‌سونگر مورد مطالعه و بررسی قرار داد، بلکه اتخاذ رویکرد امیک (درونی) از آن منظر دارای اهمیت است که به میانجی آن می‌توان به فهم و درک افراد از جهت‌گیری ارزشی نائل آمد، دستیابی به این فهم نیازمند رسوخ به گنه دایره معنایی و رمزگان زبانی کنش‌گران درگیر با مسئله مورد بررسی است. در همین راستا، این پژوهش درصدد است تا به بازسازی مجاری و برساخت اجتماعی جهت‌گیری‌های ارزشی از منظر افراد (جوانان و بزرگسالان) درگیر در این مسئله بپردازد؛ از این رو، سؤال اصلی پژوهش حول این محور است که افراد مورد مطالعه (جوانان و بزرگسالان) ارزش‌های خود را چگونه درک، معنا و بازنمایی می‌کنند؟ و دیگر این که آیا ارزش‌های دو نسل، همسو و در یک جهت است یا خیر؟

۱-۱- اهمیت و ضرورت پژوهش

ایران جامعه‌ای در حال گذر یا در حال توسعه است. در چنین جامعه‌ای نظام‌ها و ساختارهای سنتی نظیر اجتماعات عشایری و روستایی با گسترش شهرنشینی، تحرکات جمعیتی و اجتماعی

و تشدید تعاملات بین فرهنگ‌ها، اقوام و ملل متفاوت، اغلب مردم، به‌ویژه جوانان، در برابر الگوهای محلی، ملی و جهانی متفاوت و بعضاً متعارض قرار می‌گیرند. بسیاری از این جوانان با کنده شدن از بنیادهای سنتی و در ضعف یا نبود ساختارهای نوین مدنی یا تشخیص ندادن الگوهای مناسب، به تعارض، سردرگمی و بلا تکلیفی دچار می‌شوند و خود را بین سنت و مدرنیته سرگردان می‌بینند (جوادی یگانه و عزیزی، ۱۳۸۷: ۲۱۴).

ساکنان استان کرمان به‌ویژه شهرستان رودبار جنوب نیز از این تغییرات عمده در عصر مدرن مصون نمانده‌اند. اهمیت و ضرورت پژوهش در میدان مورد مطالعه از آنجایی ناشی می‌شود که این منطقه محل زندگی و تلاقی ارزش‌ها و آداب و رسوم طوایف و فرهنگ‌های گوناگون بلوچی، بندری و بومیان شهر است؛ از طرف دیگر، وجود مقولاتی مانند جهانی‌شدن، شهرنشینی، نفوذ رسانه‌های جدید (مانند تلویزیون، ماهواره، گوشی‌های همراه پیشرفته و وب سایت‌های اینترنتی)، مهاجرت و تحصیل در کلان‌شهرها و... زمینه‌آشنایی ساکنان این منطقه (به‌ویژه جوانان) را با فرهنگ و ارزش‌های افراد دیگر استان‌ها را فراهم کرده است که سبب پدید آمدن نسلی (جوانان) با هنجارها، ارزش‌ها و انتظارات متفاوت از گذشتگان است، و به نظر می‌رسد دو نسل از یکدیگر منفک و جدا شده‌اند. از آنجایی که انسان موجودی انتخاب‌گر است و همواره به آنچه از نظر خودش ارزش بیش‌تری دارد، گرایش دارد، اهمیت، اصلی این پژوهش در این است که نسل جوان و میان‌سال شهر رودبار جنوب کرمان، در عصر مدرن چه نوع ارزشی‌های را پیگیری می‌کنند؟

۲- پیشینه پژوهش

۲-۱- پژوهش‌های تجربی

در جوامع غربی تغییراتی زیادی در حوزه خانواده و ارزش‌های آن اتفاق افتاده است؛ تغییراتی که عوامل متعددی منجر به بروز آن‌ها شده و درعین حال پیامدهای گوناگونی برای جوامع متعدد داشته است. یکی از این تغییرات، تفاوت ارزشی و نگرشی بین اعضای جوان و میان‌سال است که زمینه جدایی ارزشی بین نسل‌ها است. کلاک‌هون را از پایه‌گذاران طرح جامع و درازمدت مطالعات مقایسه‌ی نظام ارزش‌ها جوامع و فرهنگ‌ها در سال ۱۹۴۹ می‌دانند. مطالعات فراگیر وی هدایت گر محققین بعدی و منبع نظریه‌های مربوط به ارزش در علوم اجتماعی و فلسفه قرار گرفت (سیلز^۱، ۱۹۶۸: ۲۸۹-۲۸۶). محققین بعدی هرکدام به‌نوعی به بررسی ارزش در جوامع پرداختند. نتایج پژوهش هانک، سالزبورگر و سیلورستین^۲ (۲۰۱۷)، با هدف «کیفیت روابط انتقال بین نسلی

1- Sills

2- Hank, Salzburger & Siverstein

والدین به فرزندان در آلمان» بیان‌گر آن است که کیفیت انتقال در شرق آلمان بهتر از غرب است و بیشتر ارزش‌های اقتصادی اجتماعی انتقال می‌یابد تا ارزش‌های عاطفی. مطالعه هانسن و لوتی^۱ (۲۰۱۲)، با عنوان «ارزش‌های کاری پیش‌روی نسل‌ها»، نشان می‌دهد که نسل خاموش نسبت به دو نسل دیگر، بیشتر بر استقلال و شأن شغلی تأکید داشتند. برای دو نسل ایکس و نسل رفاه و رونق، ایمنی و موقعیت کاری دارای اهمیت بیشتر بوده است. در کل می‌توان گفت که تفاوت کمی در ارزش‌های کاری در میان سه نسل وجود دارد. باین‌حال تأثیر نسل بر ارزش کاری بسیار بیشتر از تأثیر سن است. پژوهش ری بک و دو مانک^۲ (۲۰۱۰)، با هدف «ارزش‌ها و تغییر در یک نسل: در کلانتان مالزی»؛ نتایج این مطالعه، با استفاده از نتایج دو مطالعه‌ی متفاوت که درباره ارزش‌های فرهنگی (مانند مذهب اسلام، کمک متقابل، آداب‌ورسوم، خویشاوندی و جامعه روستایی) و مدرنیزاسیون (داشتن تحصیلات، پول، ماشین و پزشک بودن) که یکی در سال ۱۹۶۹ و دیگری در سال ۲۰۰۶ در کلانتان^۳ انجام شده است، به‌دست آمده است. نتایج حاکی از تسلط اسلام در نظام ارزشی و مفهومی همه‌ی کلانتانیایی‌هاست. همچنین شاهد کاهش اهمیت دیگر ارزش‌های فرهنگی در طی این سال‌ها هستیم. درباره مدرنیزاسیون، پزشک بودن به‌عنوان اولویت اول در مطالعه‌ی اول، به تحصیلات در مطالعه‌ی دوم تغییر کرده است. در زمینه‌ی دیگر متغیرها نیز شاهد کاهش اهمیت آن‌ها در طی بازه‌ی زمانی سی‌و‌دو سال بوده‌ایم.

پارکز و رابرتسون^۴ (۲۰۰۸) در تحقیقی تحت عنوان «شکاف ارزشی در حوزه‌ی نگرش به نقش‌های جنسیتی» پرداخته‌اند. این پژوهش به این نتیجه دست یافتند که جوانان مذکر ۱۸ تا ۲۲ ساله گرایش دارند در امور ارزشی بزرگ‌سال خود مشارکت کنند. این در حالی است که این گرایش در میان جوانان دختر به دو بخش نقش‌های جنسیتی و غیر جنسیتی تقسیم می‌شود و نشانگر شکاف نگرشی بین دختران جوان و بزرگ‌سالان در مورد نقش‌های اجتماعی است. مجیما و سویج^۵ (۲۰۰۷)، به بررسی تغییرات قابل پیش‌بینی از ارزش‌های مادی به فرا مادی در بریتانیا با استفاده از اطلاعات سال‌های ۱۹۸۱، ۱۹۹۰، ۱۹۹۹ پرداخته‌اند. این پژوهش نشان داد که ارزش‌های فرهنگی پیچیده‌اند و به آسانی به دو قسم ارزش‌های مادی و فرامادی خلاصه نمی‌گردند. در این پژوهش از لحاظ سیاسی، ماهیت معنی‌دار حالت‌ها را با تمایز میان ارزش‌های آزادی‌خواهان و سلطه‌جویان و میان شهروندان مطیع و شورش‌گر شناسایی می‌کند و تغییرات

1- Hansen & Leuty
2- Raybeck & Munck
3 - Kelantan
4- Parks & Robertson
5- Majima & Savage

عمده‌ای میان ۱۹۸۱ و ۱۹۹۹ وجود دارد، به طوری که افراد جوان به تدریج در حال دور شدن از ارزش‌های فرا مادی هستند.

پژوهش فاضلی و کلانتری (۱۳۹۱)، در زمینه‌ی «ارزش‌های دموکراتیک نسل‌ها، با روش تحلیل ثانویه» است که در سه بعد (تساهل و مدارا، آزادی و مشارکت سیاسی) و در بین سه نسل (نسل اول افراد ۱۷ تا ۲۳ ساله، نسل دوم افراد ۳۴ تا ۴۷ ساله و نسل سوم افراد ۴۸ سال و بالاتر) به نتایج زیر دست یافته‌اند: تمایل به ارزش‌های دموکراتیک، در هر سه نسل زیاد و به این لحاظ می‌توان در فرضیه ثبات ارزش‌های سیاسی نسل‌ها تردید داشت و در عوض این فرضیه را طرح کرد که نسل‌ها می‌توانند برای تغییرات اجتماعی، ارزش‌های خود را تغییر دهند. علاوه بر آن، داده‌های به دست آمده نشان می‌دهند ارزش‌های سیاسی مردم در سال‌های گذشته دچار تغییرات قابل ملاحظه‌ای شده است. همچنین نتایج پژوهش فرزانه و چراتی (۱۳۹۰)، با هدف «بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر تفاوت اجتماعی والدین و جوانان شهر ساری، روش کمی، حجم نمونه، ۵۳۲» حاکی از آن است که منش اقتصادی جوانان بسیار کم و معکوس بر تفاوت ارزشی میان آن‌ها با والدینشان اثر گذاشته در حالی که منش اقتصادی والدین اثر تقریباً زیاد و معکوسی بر تفاوت ارزشی گذاشته است. منش سیاسی جوانان والدین به طور متوسط تفاوت ارزشی را تبیین کرده است؛ اما این تبیین نزد جوانان معکوس بوده است. بیشترین تفاوت در حوزه منش اجتماعی دیده شده است در حالی که منش اجتماعی تا حدی تبیین کننده تفاوت ارزشی نزد جوانان بوده است، این منش به قدر متوسط و معکوس این تفاوت را نزد والدین نشان می‌دهد. همچنین منش فرهنگی در هر دو مورد ضمن اینکه به طور متوسط تبیین کننده تفاوت بوده است اما در نزد هر دو این تفاوت معکوس بوده است. در مجموع می‌توان تفاوت ارزشی را نزد هر دو گروه جوان والدین ملاحظه کرد.

مقدس و نوروزی (۱۳۹۰)، ارزش‌های مذهبی دختران و مادران شهرهای لار و جهرم را در سه بعد، بعد جمعی رفتار مذهبی، بعد فردی رفتار مذهبی و اعتقادات به روش پیمایشی مورد بررسی قرار دادند که نتایج زیر به دست آمد: عامل اجتماعی شدن در خانواده بر ارزش‌های مذهبی دختران نقش اساسی ایفا می‌کند و بین مادران و دختران در بعد جمعی رفتار مذهبی و ارزش‌های مذهبی تفاوت وجود دارد اما در حوزه اعتقادات و بعد فردی رفتار مذهبی بین مادران و دختران تفاوتی وجود ندارد. به طور کلی مادران مذهبی‌تر از دختران هستند.

اکثر پژوهش‌های انجام شده در ایران با روش کمی یا تحلیل ثانویه انجام شده در حالی که برای درک یک پدیده باید به شرایط اجتماعی و درک اعضای آن محیط توجه شود. لذا این پژوهش با رویکردی آمیک درصدد بررسی ارزش‌های نسل جوان و بزرگسال رودبار جنوب است.

۲-۲- چارچوب مفهومی پژوهش

شکل‌گیری هر نسل جدید مترادف است با رخ دادن فرآیندهای ذهنی شدید؛ یا به عبارتی دیگر، در این دوره نَفَسِ مفرد خود را بخشی از فرآیندی جمعی می‌داند که او را همراه خود به پیش می‌برد. موسیقی، مَدِ لباس، اصطلاحات و تعابیر زبانی و نحوه رفتار اجتماعی ظاهراً ترجمانِ بلافصلِ آن اجزائی از نَفَسِ اند که جایگاه خود را در انبوه ارزش‌های نسلی می‌یابند. در جریان گذار هر نسل، آحاد آن نسل کم‌تر در فرهنگ اجتماعی غوطه‌ور می‌شوند، رفتارشان بیشتر متعارف است تا غیرمتعارف و گرایش فزاینده‌ای به مشاهده روشن‌تر نَفَس و ابژه‌هایش دارند. ابژه‌های نسلی، همچون خاطراتِ پوشان، تعبیر نسل جدید از هویتش را در شیء (رویدادی) واقعی متبلور می‌کنند. ارزش‌های هر نسل، آمیزه‌ای عجیب و غریب از مفاهیمی است که یا توسط همان نسل ابداع شده و یا به آن تحمیل گردیده است، زیرا پسندهای اشخاص در زمینه موسیقی و نیز تعابیری که در زبان ابداع می‌کنند، با رویدادهای خارج از کنترلشان سنخیت دارد (رویدادهایی مانند جنگ، بحران اقتصادی و نظایر آن). بنابراین، ذهنیتِ نسلی نشان‌دهنده برداشتی است که نسل‌ها از جایگاه خود در تاریخ دارند؛ به عبارت دیگر، ذهنیتِ نسلی مجموعه‌ای از رؤیاست که از تأثیر واقعیت بر آحاد هر نسل سرچشمه می‌گیرد. پس می‌توان گفت، ابژه نسلی عبارت است از شخص، مکان، شیء یا رویدادی که از نظر فرد، مبین نسل اوست و به یادآوردنش احساسی از نسل خود او را در ذهنش زنده می‌کند. همان‌طور که در بیان مسئله هم اشاره شد، مشکل اصلی در تفاوت بین نسلی (خصوصاً نسل انقلابی و مذهبی با نسل بعد از انقلاب) می‌باشد.

مانهایم معتقد است که هر فرد، به دلیل پرورش یافتن در جامعه، در مفهومی دوگانه تعیین می‌یابد: از یک سو، خود را در موقعیتی حاضر می‌بیند و از سوی دیگر، به الگوها و انگاره‌های از پیش ساخته‌شده‌ی اندیشه و کردار در آن موقعیت پی می‌برد. جامعه‌پذیری متأثر از تجربیات زیسته (عینی و ذهنی) یک نسل و هر فرد است. این بدان معناست که علل بسیاری در پذیرش ارزش یا نگرشی در یک نسل یا یک فرد مؤثر است؛ که همین امر موجب واگرایی ارزش‌های بین نسلی می‌شود. از دیگر سوی، جامعه‌پذیری یک امر دوسویه‌ی تأثیر و تأثر است. به این معنا که همچنان که نسل بزرگ‌تر (به لحاظ سن) به نسل‌های بعدی می‌آموزد، به خاطر تعاملی که با نسل‌های دیگر دارد، خود نیز می‌آموزد و همین امر موجب همگرایی ارزش‌های میان نسل‌ها و افراد جامعه می‌شود. از این رو وجود شباهت و تفاوت تا آنجا که یکی در دیگری استحاله نیابد، امری طبیعی است (مانهایم، ۱۳۹۲: ۱۱۲).

اینگلهارت، تغییرات در سطح نظام را عامل تغییرات در سطح فردی و به همین ترتیب پیامدهایی برای نظام می‌داند. وی تغییرات در سطح سیستم را توسعه اقتصادی و فناوری، ارضای

نیازهای طبیعی به نسبت وسیعی از جمعیت، افزایش سطح تحصیلات، تجارب متفاوت گروه‌های سنی مثل فقدان جنگ و گسترش ارتباطات جمعی، نفوذ رسانه‌های جمعی و افزایش تحرک جغرافیایی می‌داند. اینگلهارت در مورد تغییر ارزش‌ها در مراحل مختلف مدرنیزاسیون معتقد است که صنعتی شدن باعث تغییر ارزش‌های سنتی به ارزش‌های سنتی سکولار - عقلانی می‌شود. بعد سنتی سکولار - عقلانی ارزش‌ها منعکس‌کننده تباین بین جوامعی است که مذهب در آن‌ها بسیار مهم است و جوامعی که مذهب در آن‌ها مهم نیست (اینگلهارت، ۱۳۸۲: ۷۶).

بورديو معتقد است که فرد بر اساس ساختمان ذهنی منحصر به فرد خود که تحت تأثیر محیط اجتماعی او قرار دارد جهان و محیط اجتماعی را می‌بیند و بر مبنای آن کنش انجام می‌دهد. طرز نشستن، لباس پوشیدن، سبک زندگی، باورها و نگرش‌ها، تقیدات و پایبندی‌ها، تبعیت از فرهنگ جدید یا سنتی، همه بازتاب ساختمان ذهنی اوست. ساختمان ذهنی هم ماندگار است و هم انتقال‌پذیر، هم جهان اجتماعی را تولید می‌کند و هم تولیدشده‌ی جهان اجتماعی است (ریترز، ۱۳۸۶: ۷۲۲ - ۷۲۱). بورديو مسئله نسل، روابط نسلی و تضاد و تقابل میان نسل‌های مختلف در عرصه‌های اجتماعی، نظیر دانشگاه، سیاست، ادبیات، هنر و غیره را پیگیری و تحلیل نموده است. وی چالش‌های بین نسلی را همانند سایر تعارضات اجتماعی، مستقل از طبقه و نظام قشربندی اجتماعی یا به تعبیر او نظام‌های سلطه و نابرابری در عرصه‌های مختلف، نمی‌داند و در چهارچوب نابرابری و تضاد اجتماعی به تحلیل روابط و تعارضات نسلی در ابعاد اجتماعی، اقتصادی، فکری و فرهنگی می‌پردازد به عقیده بورديو در شرایط کنونی، شکاف میان نسل‌ها، شکافی افقی بوده و در عرصه‌ها و میدان‌های مختلف اجتماعی، اعم از نهادی و غیر نهادی، رویارویی بین جوانان و افراد مسن عملاً حاکی از تعارض میان افرادی با مواضع گوناگون قدرت و ثروت است. به نظر وی، جوان و پیر نه یک امر عینی و واقعی، بلکه یک ساختار اجتماعی هستند که در نتیجه مبارزه بین پیر و جوان در میدان‌های مختلف اجتماعی به وجود می‌آید (توکل و قاضی‌نژاد، ۱۳۸۵: ۱۰۷-۱۰۶).

با توجه به نظریات فوق می‌توان گفت که کنش‌گر در متنی قرار دارد که متشکل از هنجارها و ارزش‌ها، نمادها و دیگر کنش‌گران می‌شود و از آنجایی که فرد در خلأ زندگی نمی‌کند بلکه با وضعیت و محیط اطرافش در ارتباط و تعامل می‌باشد، هرگونه عاملی که سبب اختلال با دیگر کنش‌گران اطراف شخص شود یا هرگونه عاملی که موجب انتقال ناقص هنجارها و ارزش‌های مندرج در نظام فرهنگی شود، موجبات سرگردانی و حیرانی کنشگر می‌شود و در نهایت به ایجاد فقدان تفاهم میان کنش‌گر و دیگر کنش‌گران (والدین، سیاستمداران، مسئولان ذی‌ربط آموزش و پرورش و گروه‌های همسالان و بزرگسالان) می‌شود. به این صورت که هرگونه شکاف

ارزشی هنجاری میان حال و گذشته باید‌ها و نباید‌های متفاوتی را فراروی نسل‌های مختلف قرار می‌دهد و گسستی ژرف را میان آنان موجب می‌شود. این امر زائیدهٔ اختلال در فرایند انتقال ارزش‌ها و هنجارها، نارسایی در فرایند اجتماعی شدن و کاهش مقبولیت و مشروعیت گروه‌های مرجع ارزشی است. بر اثر فروپاشی اعتماد بین نخبگان و هنجارآوران و نسل جدید، وفاق نسلی متزلزل می‌شود. با الهام از نظریات مزبور، پژوهش حاضر در پی پاسخ مناسب در این زمینه که طبیعت تغییر نسلی در چه جهتی عمل می‌کند: هم‌گرا، تعاملی و یا واگرا؟

۳- روش تحقیق

روش‌شناسی کیفی، رهیافت روش‌شناختی مورد استفاده برای انجام این پژوهش بوده و از رویکرد برساخت اجتماعی (تفسیرگرایی اجتماعی) و روش نظریه زمینه‌ای به‌عنوان روش اجرای عملیات تحقیق استفاده شده است. در پژوهش کیفی پژوهش‌گر درصدد آزمون نظریات و فرضیات از قبل تعیین شده نیست، بلکه کوشش می‌کند از خلال بررسی و مطالعه فرایندهای اجتماع، به یک برداشت و درک نظری از واقعیت مورد مطالعه دست یابد. لذا از این جهت، این پژوهش، فاقد فرضیات اولیه است (استربرگ، ۲۰۰۱: ۶۱). به‌عبارت دقیق‌تر، چیزی به نام واقعیت ناب و ساده وجود ندارد، همهٔ واقعیت‌ها از همان ابتدا واقعیاتی هستند که از بستر جهان و توسط فعالیت‌های ذهنی برگزیده شده‌اند. در نتیجه همواره واقعیتهایی تفسیر شده هستند، حال چه به‌طور مصنوعی از بسترشان منتزع شده باشند یا در بستر خاص خودشان مورد بررسی قرار گرفته باشند. در هر دو حال، افق‌های تفسیری بیرونی و درونی در آن‌ها وجود دارد (فلیک، ۱۳۸۹: ۹۵).

۳-۱- میدان مورد مطالعه و شیوه‌ی نمونه‌گیری

جمعیت آماری مورد مطالعه در این پژوهش جوانان (پسران) و بزرگسالان (پدران) در شهرستان رودبار جنوب است. برای نمونه‌گیری از نمونه‌گیری هدفمند و نظری استفاده شد. نمونه‌گیری هدفمند^۱، محقق کیفی با افرادی گفت‌وگو می‌کند که در زمینه‌ی موضوع مورد مطالعه یا جنبه‌هایی از آن دارای اطلاعات و شناخت مناسب و نسبتاً کافی باشند. هم‌چنین نمونه‌گیری نظری^۲ هنگامی مهم است که در کشف عرصه‌های نو یا دست‌نخورده و ناشناخته می‌پردازیم؛ زیرا نمونه‌گیری نظری پژوهش‌گر را قادر می‌سازد که مسیرهای نمونه‌گیری‌ای را برگزیند که می‌توانند بیش‌ترین بازده نظری را در پی داشته باشد (اشتراوس و کوربین، ۱۳۹۳: ۷۸-۸۳). با توجه به روش به‌کاررفته در پژوهش (روش کیفی) حجم نمونه از قبل تعیین نمی‌شود، بلکه در فرآیند

1- Purposive Sampling

2- Theoretical Saturation

جمع‌آوری اطلاعات با رسیدن به درجه‌ی اشباع مشخص می‌شود. بر همین اساس، با استفاده از راهبرد نمونه‌گیری هدفمند و ملاک اشباع با ۲۷ نفر (۱۵ نفر جوان و ۱۲ نفر بزرگسال) مصاحبه شد.

۳-۲- ابزار پژوهش

در این مطالعه جهت جمع‌آوری داده‌ها از فن مصاحبه عمیق استفاده شده است. این نوع مصاحبه به دلیل انعطاف‌پذیری و عمیق بودن آن برای پژوهش‌های کیفی از این دست مناسب است. روش اجرا در این پژوهش به این صورت بود که پرسش‌هایی با عنوان «راهنمای مصاحبه» طراحی شدند که پاسخ‌های باز و تفسیری داشتند و پاسخ نمونه‌ها، روند آن‌ها را هدایت می‌کردند. سؤالات با تمرکز بر مطالب تحت پوشش، در یک راهنمای مصاحبه آورده شدند. توالی آن‌ها برای شرکت‌کننده متفاوت بود. فرم مصاحبه نیز شامل دو دسته از سؤالات بود: ۱. سؤالات اساسی ۲. سؤالات پیگیری؛ سؤالات اساسی در این پژوهش، دایره وسیع‌کوش و سؤالات پیگیری، دایره محدود دانش را شامل می‌شدند. سؤالات اساسی شامل: «وضعیت موجود را چگونه ارزیابی می‌کنید، تفاوت یا تغییر در الگو و رفتار هم‌دوره‌های خودتان در مقایسه با نسل (فرزندان یا پدران) به چه میزان است؟» و سؤالات دیگری چون «تجربه و احساسات را از بودن در این وضعیت برایم بگو» و سؤالات پیگیری مانند: «می‌توانی برایم یک مثال بزنی» یا «آیا منظورت این است... چه گونه...؟ و...». در اینجا هدف پژوهش‌گر، رسیدن به عمق تجربه پاسخ‌گویان و همچنین کشف معنایی است که آن‌ها برای اندیشه و رفتارشان قائل هستند. در این پژوهش از روش نظریه زمینه‌ی^۱ که یکی از روش‌های تحلیل داده‌های کیفی است، جهت تحلیل داده‌ها استفاده شده است (محمد پور، ۱۳۹۲: ۱۷۸). ساختار اصلی تحلیل داده‌ها در نظریه زمینه‌ای بر مبنای سه شیوه‌ی کدگذاری است: ۱- کدگذاری باز^۲، ۲- کدگذاری محوری^۳، ۳- کدگذاری انتخابی^۴. اولین مرحله کدگذاری باز است و به فرآیند تحلیلی اطلاق می‌شود که طی آن، مفاهیم اولیه و سپس مقولات عمده مبتنی بر آن‌ها، شناسایی شده، خصیصه‌ها و ابعادشان در داده‌ها کشف می‌شود. دومین مرحله، کدگذاری محوری است. در واقع فرآیند اتصال مقوله‌ها به یکدیگر بر اساس خواص آن‌ها (زیر مقوله‌ها)، کدگذاری «محوری» نامیده می‌شود، زیرا کدگذاری در حول کدگذاری مقوله‌ای صورت می‌گیرد که مقوله‌ها را در سطح خصیصه‌ها و ابعاد به هم مرتبط می‌سازد. سومین

1- Grounded Theory

2- Open Coding

3- Axial Coding

4- Selective Coding

مرحله کدگذاری، کدگذاری انتخابی است. این نوع کدگذاری فرآیند یکپارچه‌سازی و پالایش مقوله‌ها در جهت خلق نظریه است. یکپارچگی موردنظر در نتیجه تعامل تحلیل‌گر با داده به وجود می‌آید و یکی از دشوارترین مراحل کار است. محقق باید در داده‌ها غرق شود و به تعمق پردازد تا بتواند پیوند بین مقوله‌ها را یافته، آن‌ها را پالایش کرده، باهم یکپارچه نماید و نهایتاً نظریه را استخراج کند (همان، ۱۹۱).

۳-۳- قابلیت اعتماد

برای رسیدن به معیار قابلیت اعتماد^۱ (معادل اعتبار و روایی در تحقیقات کمی)، از سه تکنیک متعارف و بسیار مرسوم استفاده به عمل آمد که عبارت‌اند از: اول: کنترل یا اعتبار یابی توسط اعضاء^۲؛ در این روش، از مشارکت‌کنندگان خواسته شد تا یافته‌های کلی را ارزیابی کرده و در مورد صحت آن نظر دهند. دوم: مقایسه‌های تحلیلی^۳؛ در این روش به داده‌های خام رجوع گردید تا ساخت بندی نظریه با داده‌های خام مقایسه و ارزیابی گردد... سوم: استفاده از تکنیک ممیزی^۴؛ در این زمینه، چند متخصص در کار نظریه زمینه‌ای، برای مراحل کدگذاری، مفهوم‌سازی و استخراج مقولات، نظارت داشتند.

۴- یافته‌های پژوهش

۴-۱- مشخصات زمینه‌ای مشارکت‌کنندگان

بیش از این‌که به بررسی یافته‌های این مطالعه پردازیم برای آشنایی خوانندگان، به‌اختصار به معرفی مشخصه‌های زمینه‌ای مصاحبه‌شوندگان می‌پردازیم تا خوانندگان این پژوهش درک درستی از وضعیت زمینه‌ای مشارکت‌کنندگان داشته باشند. همان‌طور که در جدول شماره ۱ مشاهده می‌شود، پانزده نفر از مصاحبه‌شوندگان جوانان (پسر) و دوازده نفر بزرگ‌سال (پدران) هستند، محدوده سنی مصاحبه‌شوندگان پسر بین ۱۸ تا ۲۹ سال است که از این میان هفت نفر ۱۸ تا ۲۱ سال، پنج نفر ۲۲ تا ۲۵ سال و سه نفر ۲۶ سال به بالا سن داشتند؛ محدوده‌ی سنی پدران نیز بین ۴۲ تا ۶۵ سال است که پنج نفر ۴۲ تا ۴۷ سال، پنج نفر ۴۸ تا ۵۳ سال و دو نفر ۵۴ سال به بالا سن داشتند. از نظر سطح سواد، ۴ نفر از مصاحبه‌شوندگان بی‌سواد، هشت نفر

- 1- Trustworthiness
- 2- Member Check
- 3- Analytical Comparison
- 4- Auditing

دارای مدرک زیر دیپلم (ابتدایی و سیکل)، دوازده نفر دارای مدرک دیپلم و فقط سه نفر از جوانان (پسران) دانشجو یا دارای مدرک کارشناسی بودند.

جدول ۱: مشخصات زمینه‌ای مشارکت‌کنندگان پژوهش

تحصیلات				سن						متغیر	
دانشجو یا لیسانس	دیپلم	زیر دیپلم	بی‌سواد	۵۴سال تا به بالا	۴۸ تا ۵۳سال	۴۲ تا ۴۷سال	۲۶ تا ۲۹سال	۲۲ تا ۲۵سال	۱۸ تا ۲۱سال		
۳	۱۰	۲	-	-	-	-	۳	۵	۷	(جوان) پسر	
-	۲	۶	۴	۲	۵	۵	-	-	-	پدران	
۳	۱۲	۸	۴	۲	۵	۵	۳	۵	۷	جمع	
۲۷				۲۷						-	کل

۴-۲- تحلیل مفاهیم اکتشافی

سؤال یک پژوهش: جوانان چه درک و تفسیری از ارزش‌های خود دارند؟ معانی ذهنی، کنش‌ها و پیامد این ارزش‌ها برای آنان چگونه است؟ در جدول شماره ۲، نمونه‌ای از نحوه‌ی ساخته‌شدن پدیده‌ی «ارزش‌های رفاه‌طلبانه» و چگونه حرکت از کدگذاری باز به محوری و گزینشی بازگو شده است. در ادامه به‌اختصار به هریک از مقوله‌های عمده با ارجاع به درک و دیدگاه افراد مطالعه پرداخته و ارتباط مقوله‌ها با پدیده محوری در قالب یک مدل پارادایمی ترسیم شده است.

گروه مرجع (فشار گروه‌های هم‌سالان)

زمانی که یک الگوی رفتاری خاصی بین گروه معینی رایج شود، اعضای گروه ناچار به تبعیت می‌شوند. تحلیل مصاحبه‌های مشارکت‌کنندگانی که تحت تأثیر گروه هم‌سالان هستند نشان می‌دهد که جوانان در بستر گروه دوستان و هم‌کلاسی‌ها، برای درگیر شدن با پدیده‌های جدید تشویق شده و احياناً تحت فشار قرار می‌گیرند. برخی از مشارکت‌کنندگان به همه‌گیر شدن ارزش‌های جدید مانند تفریح و گردش، پرسه‌زنی، ارتباط با جنس مخالف و رقابتی شدن این پدیده‌ها در میان دوستان اشاره می‌کنند:

ببینید ما در سنی هستیم که نمی‌خوایم در مقابل دوستانمون کم بیاریم و متلک بارون شیم، همیشه سعی کردم با دوستان همراه بشم و باهم خوش بگذرونیم، اگه

نمی‌خوایم تنها و بی‌رفیق بشیم باید رفتار و فرهنگ دوستانو بپذیری (مهدی، ۲۴ ساله).

قرار گرفتن مشارکت‌کنندگان در چنین بستری برای آن‌ها نوعی فشار هنجاری جهت تبعیت از گروه به همراه دارد:

وقتی رفیق و دوستان صمیمیت کارهای را انجام می‌دن و بدون هیچ ابای اون رو تو جمع با افتخار و لذت خاصی تعریف می‌کنن، خب تحت تأثیر قرار می‌گیری و دلت می‌خواد حداقل یه بار تجربه کنی (سامان، ۲۶ ساله).

جدول ۲: مقوله‌های استخراج‌شده عمده‌ی مربوط به درک و تفسیر ارزش‌های جوانان

ردیف	مقوله‌ها	مفاهیم خام	پدیده محوری ارزش‌های جوانان	مقوله نهایی پژوهش
۱	گروه مرجع	فشار دوستان برای داشتن این نگرش و ارزش، عقب نماندن از دوستان،	ارزش‌های رفاه‌طلبانه	گست و طرد ارزش‌های بین نسلی
۲	عدم مطلوبیت کیفیت زندگی	بیکاری، بی‌توجهی دولت، کم‌توجهی به اعضای خانواده، کاهش رفاه، احساس تنفر از خود و محیط، نبود آرامش روانی		
۳	نفوذ رسانه‌های جمعی	فیلم‌های جذاب خارجی، شبکه‌های مجازی، اینترنت و...		
۴	روحیه نوگرایی	پوشیدن لباس‌های جدید و به‌روز، میل به رفاه بیشتر، تجربه فعالیت‌های نو، تقلید از دیگران، نپذیرفتن را و روش سنتی، دستیابی به سود		
۵	استقلال‌طلبی	داشتن حق انتخاب در شریک زندگی، استقلال مالی، اعتقاد به انتخاب آزاد، رهایی از سنت، متکی به خود، انتخاب محل زندگی، منفعت‌طلب بودن افراد، عدم دخالت بزرگ‌ترها، دنبال آرزوها		
۶	رفتار فراغتی جدید	خوش‌گذرانی، رفیق‌بازی، رفع نیاز با دوست‌دختر، احساس نیاز داشتن به اوقات فراغت، موتورسواری، تماشای ماهواره، پرسه زنی و...		
۷	مادی‌گرایی و مادی‌گرایی	درگیری مادی، رقابت مالی، طمع، مقایسه،		
۸	چشم‌وهم‌چشمی	طمع‌ورزی، حسود بودن، زیاده‌خواهی، برتری‌جویی، میل به برنده شدن، چشم‌وهم‌چشمی		

وضعیت نامطلوب کیفیت زندگی

هر جامعه زمانی از پویایی و نشاط لازم برخوردار خواهد بود که شهروندان آن از کیفیت زندگی کافی و مطلوب برخوردار باشند. کیفیت زندگی را به توانایی سازگاری، شیوه زندگی و اعتماد به نفس نیز تعریف کرده‌اند. به‌طور کلی می‌توان گفت کیفیت زندگی دارای ابعاد مختلف فیزیکی، روانی و اجتماعی است که پهنه وسیعی از زندگی فرد را در برمی‌گیرد. جوانان مشارکت‌کننده با چالش‌های مهمی در زمینه‌های تخریب فیزیکی و محیطی، محرومیت اجتماعی، ناامنی، بیکاری، نابرابری‌های اقتصادی، کمبود مسکن و... روبرو هستند که این مشکلات، کیفیت زندگی را به شدت کاهش می‌دهند. آنان شرایط نابرابر مذکور را تفسیر و ارزیابی کرده و بر تغییر وضعیت موجود تأکید دارند:

من الان ۲۶ سالمه و هیچی تو زندگی از خودم ندارم اتفاقاً خیلی هم تلاش کردم اما به در بسته خوردم دارم دیوونه می‌شم تا کی این همه فلاکت و بدبختی دولت نمی‌خواد واسه ما جوونا کاری انجام بده (سامان، ۲۶ ساله).

نفوذ رسانه‌های ارتباط جمعی جدید

رسانه‌های ارتباط جمعی، ابزاری است که از اوایل قرن بیستم به تدریج وارد زندگی بشر شد و امروزه سایه گسترده آن با اثرات مثبت و منفی‌اش، در همه عرصه‌های زندگی او مشاهده می‌شود. «وسایل ارتباط جمعی»، وسایل گوناگون ارتباطی هستند که بخش وسیعی از مخاطبان را بدون هیچ‌گونه ارتباط مشخصی بین فرستندگان و گیرندگان پیام، فرا می‌گیرد. این نوع عامل جامعه‌پذیری، فرد را با طیف فوق‌العاده وسیعی از مردم که تنها به‌طور غیرمستقیم شناخته می‌شوند، آشنا می‌کند. امروزه حضور وسایل ارتباط جمعی در جامعه‌پذیری افراد به حدی مسلم دانسته شده است که به‌سادگی فراموش کرده‌ایم که تا همین چند نسل پیش، ظهور اجتماعی مردم به تماس‌های چهره به چهره با همسایگان محدودی بود که از جهت‌های بسیار به یکدیگر شباهت داشتند. رسانه‌های ارتباط جمعی بر میزان دانش و شعور اجتماعی جوانان افزوده و از طرف دیگر آنان را نیز «خانه‌نشین» کرده است. این نکته بیانگر آن است که امکانات مورد بحث باعث ایجاد یک سری سرگرمی‌ها جایگزین شده که خود بر کاهش روابط و تعاملات اجتماعی در قالب سر زدن‌های دوستانه، رفت‌وآمد خانوادگی و فامیلی و غیره تأثیر می‌گذارد:

الآن هرچه بخواهی در فضای مجازی پیدا می‌شود، روزها وقتی که از واتس‌آپ استفاده می‌کنم دیگر زمان از دستم می‌رود (امیرعلی، ۲۰ ساله).

یکی دیگر از مشارکت‌کنندگان می‌گوید:

مثلاً همین ماهواره، از بس برنامه‌های متنوع و جذابی دارد که آدم دلش نمی‌یاد از جلو تلویزیون بلند شه و بخواد به دیدن کسی بره. فوقش با به زنگی از اوضاع‌واحوال هرکسی خبردار می‌شیم (حسین، ۲۱ ساله).

روحیه‌ی نوگرایی

با ظهور فناوری‌های نوین ارتباطی و برقراری ارتباط با سبک‌های نوپدید؛ تحولی در نگرش و رفتار افراد جامعه مخصوصاً جوانان ایجاد شده است. تمایل به مدرن شدن (تغییر سبک زندگی) را می‌توان ارمغان مدرنیته در عصر حاضر به شمار آورد که ارزش‌هایی همچون مصرف‌گرایی، نسبی‌اندیشی و فردگرایی حاکم است و نوعی سبک زندگی را تبلیغ می‌کنند که مبتنی بر مصرف‌گرایی است. مدرنیته با امکانات خود از طریق خلق تنوع، جوانان را با انتخاب‌های گوناگون و پیچیده مواجه می‌سازد. امروزه جوانان با گسترش وسایل ارتباط جمعی و فناوری‌های جدید رایانه‌ای، ارتباطات گسترده‌ای با جوامع و فرهنگ‌های گوناگون یافته‌اند و موقعیت آن‌ها در شناخت و فهم ارزش‌ها، باورها و انتخاب‌های مطلوب، پیچیده‌تر و مشکل‌تر شده است و چه‌بسا زمینه‌های موجود، باعث شده تا جوانان به رفتارها و رفتارهای متضاد با ارزش‌های جامعه‌ی خویش رو آورند. جوانان با الگو قرار دادن سبک‌های به‌روز گرایش به نوع شدن و تنوع‌پذیری دارند:

آدم باید به سر وضع خودش برسه یعنی باید پا به‌پای مد حرکت کنه نمی‌دونم چطور بعضی‌ها لباس‌های قدیمی می‌خرند، چند بار به پدرم گفتم که برای خرید لباس برای برادر کوچکم بروم ولی قبول نکرد (مهدی، ۲۴ ساله).

یکی دیگر از مشارکت‌کنندگان عنوان می‌کند:

باید روزبه‌روز بهتر از دیروز باشیم، باید بچه‌ها درس بخوانند و مدرسه و دانشگاه بروند چیزی جدیدی یاد بگیرند و بیایند به ما هم آموزش بدهند چه اشکالی دارد؟ (سعید، ۲۳ ساله).

رفتار فراغتی جدید

تفریح کردن، سرگرمی و لذت بردن از زندگی یکی از نیازهای انسان به‌ویژه نوجوانان و جوانان است. رفتار فراغتی جوانان امروزی بیشتر مبتنی بر الگوهای جدید زندگی است. الگوهای فراغتی جوانان شهری از شکل سنتی و منفعلانه به شکل مدرن و فعالانه تغییر یافته است، به‌عبارت‌دیگر، اکنون الگوهای فراغتی دیگر محدود به استراحت در خانه، تماشای تلویزیون، ویدئو و ماهواره، مطالعه کتاب، ورزش و گشت‌وگذار با دوستان نیست، بلکه شامل پارک، کافی‌شاپ‌ها و مراکز

خرید رفتن با جنس مخالف و... است. در این دوره رفتارهای فراغتی مذهبی و سنتی کمتر در نظر گرفته شده، فراغت بیشتر حالت فردی دارد. گاهی بسیار پرهزینه و مخرب است. در واقع می‌توان گفت رفتار فراغتی جوانان امروزه با فعل پذیری توأم است و بیش‌تر فعالیت‌هایی را شامل می‌شود که تأثیر زیاد و پنهانی در آینده فرد دارند و فرد بدون آگاه بودن از پیامدهای احتمالی آن، برای گریز از فشارهای روحی و روانی به آن‌ها رجوع می‌کند. به‌طوری‌که جوانان در مصاحبه‌های خود مکرراً اظهار می‌کردند که بیشتر تمایل به رفیق‌بازی، دوست‌دختر داشتن، پرسه زنی و برقراری رابطه کامل با جنس مخالف را دارند:

الآن بیش‌تر اوقات وقتم رو صرف خیابون گردی و پاساژ گردی کردم، نمی‌دونم این وضعیت باید تا کی ادامه داشته باشه، تنها وقتی خودم رو به با این جور چیزها سرگرم می‌کنم هم لذتجو می‌برم و هم ذهنم آروم و بی‌دغدغه است (سامان، ۲۶ ساله).

در این دوره جوانان بیشتر به دنبال زندگی آسوده و بدون دردسری هستند و از را و روش اجدادی خود پیروی و اطاعت ندارند و بیشتر به دنبال چیزهای جدید و نو می‌گردند.

استقلال طلبی (خودانگیزی)

ظهور جنبش فردگرایی را می‌توان به‌عنوان یکی از مهم‌ترین خصایص جامعه مدرن به شمار آورد. استقلال طلبی نوعی فردگرایی مثبت است که معطوف به خودباوری، خودشکوفایی، اعتمادبه‌نفس و استقلال فردی است که همگی دارای بار ارزشی مثبت هستند. استقلال طلبی با واژگانی نظیر خودانگیزی، خود مرجعی، مسئولیت‌پذیری مترادف است (معدفر و صبوری‌خسروشاهی، ۱۳۸۹: ۹۶). استقلال طلبی (فردگرایی مثبت) جریانی رهایی‌بخش است. چراکه انسان در این وضعیت از شرایط سخت و تحت اجبار جامعه سنتی رهایی یافته و بر اساس اراده و تمایل خود عمل می‌کند:

من از نوزده‌سالگی روی پای خودم وایسام و دستمو روی احد ناسی دراز نکردم، حتی بوده به خیلیا کمک کردم، تو این دوره زمونه فقط خودت باید هوای خودتو داشته باشی (علی، ۲۸ ساله).

برخی از مشارکت‌کنندگان، پیشرفت‌های تحصیلی و حرفه‌ای را بسیار مهم قلمداد می‌کردند. آن‌ها تمرکز خود را بر مطالعه و کار علمی قرار داده بودند. آرزوی افتخارآفرینی و «کسی شدن» شدن در زمینه‌ای را داشتند که سال‌های زیادی از عمر خود را مصروف آن ساخته بودند: من فقط یه هدف دارم و اون اینه که انقد فرد موفق باشم که همه منو بشناسن یعنی به اون جایی برسم خانوادمو با من بشناسن نه برعکسش مثلاً بگن این بابای یا داداشه فلانیه نه این‌که بگن این پسر فلانیه (امیرعلی، ۲۰ ساله).

مادی‌گرایی و مادی‌اندیشی

اساساً مادی‌گرایی و بحران مصرف از معضلات بزرگ جهان امروز، در میان بشر معاصر است. برخی برای ارضای این عطش درونی و میل به مصرف از زندگی معنوی خود چشم‌پوشی کرده اند؛ مادی‌گرایی آن‌قدر با جوانان عجین شده که داوطلبانه برای رفع نیازهای مصرفی خویش، همه زندگی خود را در سودای رفع نیازهای پدید آمده از تبلیغات و چشم‌وهم‌چشمی‌ها، می‌گذارند. اکثر جوانان به رفاه مادی ابراز علاقه شدید می‌کنند این حس پیوسته رو به فزونی است و روزبه‌روز تشدید می‌شود، به طوری که ارزش‌های مادی یکی از مضمون‌های عنوان شده توسط عده‌ای از مشارکت‌کنندگان بود که اهداف مختلفی همچون رفاه نسبی در زندگی، ثروتمندی و جبران کاستی‌های گذشته و نقص‌های کنونی را دنبال می‌کنند:

الآن دوره‌ای شده که باید به دنبال پول باشی، همه این جوری شدند و فقط مخصوص

عده‌ی خاص نیست. باید ببینی دیگران چه دارند چه می‌پوشند چه می‌خورند ماهم

از آن‌ها تقلید می‌کنیم. دیگر بر هیچی کنترلی نداریم (یاسر، ۲۹ ساله).

تغییرات سبک زندگی باعث شده که انتظارات جوان این دوره باهم سالانه دهه‌های پیشینِ شان که به همان نسل پدر و مادرهایشان بازمی‌گردد، بسیار متفاوت باشد. انتظاراتی که در بیشتر موارد نه خانواده‌ها از پس برآوردن برمی‌آیند و نه جامعه:

روزهایی که من در دانشگاه بودم، فکر می‌کردم که پس از پایان تحصیل می‌توانم

شغلی بسیار مناسب با حقوقی مکفی را پیدا کنم اما این روزها که چند ماهی است

درگیر پیدا کردن شغل هستم دیدم برای من که سابقه کاری هم ندارم به فرض

اینکه شغلی مرتبط هم پیدا شود، با حقوق پایه وزارت کار است درحالی‌که به باور

من این روزها برای تأمین معاش لااقل باید ماهانه ۳ میلیون تومان درآمد داشته

باشم (علی، ۲۸ ساله).

چشم و هم‌چشمی و رقابت‌جویی

رقابت و مقایسه‌گرایی نوعی احساس چشم‌وهم‌چشمی و نیاز به داشتن آن چیزی‌هایی است که دیگران دارند. ارزش‌های جوانان تا حدی ناشی از مقایسه‌ی اجتماعی و اقتصادی خود با مردم سایر نواحی، شهرها و ... بوده است. جوانان خود را با یکدیگر مقایسه نموده و احساس می‌کنند باید از امکاناتی برخوردار باشند که دیگران نیز برخوردارند، آنان با نگاه الگوهای زندگی خود و مقایسه خود با آن‌ها درصدد بهبود وضعیت خود می‌باشند:

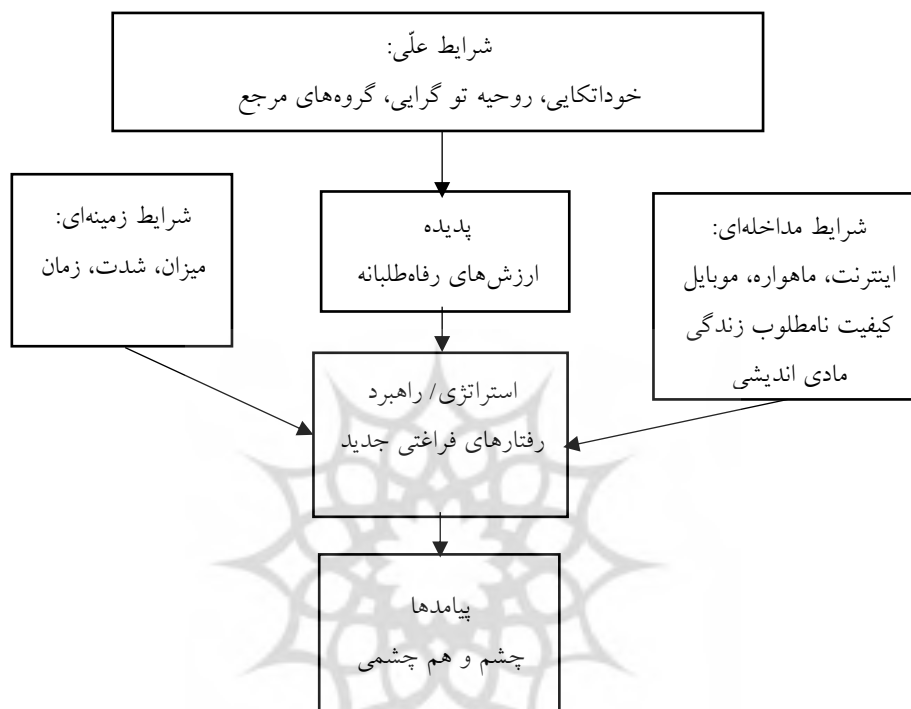
وقتی می‌بینیم پسران هم سن و سال من در تهران یا دیگر شهرها از چه امکاناتی برخوردارند به خودم چرا نباید من این امکانات را داشته باشم مگه من چیم از اونا کمتره؟ (امیرعلی، ۲۰ ساله).

از طرفی دیگر، تغییرات اقتصادی در عصر حاضر یک سری از افراد از نظر مالی و سایر امکانات بر دیگران برتری داشته که این عامل باعث ایجاد رقابت در بین افراد با یکدیگر شده است. امروزه همه به یک اندازه مال و ثروت ندارند و نوعی نابرابری دیده می‌شود؛ این امر باعث احساس رقابت و چشم‌وهم‌چشمی در بین افراد شده است. جوانان این احساس رقابت را عاملی در جهت افزایش بهبود اقتصادی خود می‌دانند:

"مثلاً اگر کسی چیزی داشته باشد منم می‌خواهم مثل همانا باشم. قبلاً این جور نبود و مال و ثروت چندان مهم نبود و همه مثل هم بودیم (حامد، ۲۱ ساله)".

با توجه به مفاهیم به‌دست‌آمده از ارزش‌های جوانان، مقوله محوری در این بخش پژوهش «ارزش‌های رفاه‌طلبانه» است که می‌تواند کلیه‌ی سؤال‌ها و مباحث فوق را پوشش داده و نیز جنبه تحلیلی داشته باشد. مقوله ارزش رفاه‌طلبانه با «خودخواهی» و «خودگرایی» همراه است. بر اساس این مقوله آسایش و لذت غایت زندگی است، به‌عبارتی دیگر، روح راحت‌طلبی و دل بستگی به لذت‌های آنی و زودگذر از ویژگی اصلی ارزش‌های رفاه‌طلبانه است. الگوپذیری نسل جوان از ارزش‌های جهانی و مصرف‌گرایی است؛ یعنی ارزش‌های جوانان به‌سوی ارزش‌های رفاهی جهت داده‌شده است. سه شرط علی که بر پدیده‌ی «ارزش‌های رفاه‌طلبانه» تأثیر دارند عبارت‌اند از: فشار گروه دوستان، روحیه نوگرایی، خوداتکایی و مادی‌اندیشی. ۱- فشارهای گروه‌های دوستان یکی از شرایط علی زمینه‌ساز ارزش‌های رفاهی است. این فشار در بین گروه دوستی چه درون و بیرون از فضای مدرسه (دانشگاه) دامنه وسیعی داشته و دانش در اختیار آن‌ها قرار می‌دهد. ۲- روحیه نوگرایی: جوانی، دنیای تحول، تغییر و بحران است. تحولات جسمی و غریزی، سبب بروز تحولات روحی و دگرگونی عواطف و تغییرات است. جوان، دائماً احساس دگرگونی و نیاز به تغییر دارد و این تغییر، در مشی و اندیشه و نگاه او، در آرایش و پوشش او و حتی در رفتارها و برخوردها و روابط او به چشم می‌خورد. جوان، آرمان‌خواه و تجدّد طلب است. ۳- خودباوری، خوداتکایی و خود را مهم پنداشتن یعنی داشتن اعتمادبه‌نفس کافی برای رسیدن به آنچه نیاز وی است و به آن علاقه دارد.

در زمینه‌ی «ارزش‌های رفاه‌طلبانه»، شرایط مداخله‌گر عبارت‌اند از: نفوذ رسانه‌های جمعی جدید، کیفیت نامطلوب زندگی و مادی‌اندیشی است. راهبرد برای رفع ارزش‌های رفاه‌طلبانه از دید جوانان الگوهای جدید فراغتی است. به‌طوری‌که خیابان‌گردی (پرسه‌زنی)، خوش‌گذرانی و لذت‌های متنوع و رفتارهای پرخطر مثل اعتیاد و روابط نامتعارف جنسی با جنس مخالف به یک اصل و الگوی رفتاری تبدیل‌شده است. پیامد عمده شرایط و فرآیندهای بحث شده، منتج به مقایسه‌گرایی (چشم‌وهم‌چشمی) مشارکت‌کنندگان است.



شکل ۱: مدل پارادایمی پدیده‌ی «ارزش‌های رفاه‌طلبانه»

سؤال دوم پژوهش: بزرگ‌سالان چه درک و تفسیری از ارزش‌های خود دارند؟ معانی ذهنی، کنش‌ها و پیامد این ارزش‌ها برای آنان چگونه است؟ در جدول شماره ۳، نمونه‌ای از نحوه‌ی ساخته‌شدن پدیده‌ی «بازاندیشی معطوف به گذشته» و چگونه حرکت از کدگذاری باز به محوری و گزینشی بازگو شده است.

جدول ۳: مقوله‌های عمده مربوط به درک و تفسیر ارزش‌های بزرگ‌سالان

ردیف	مقوله‌ها	مفاهیم	مقوله محوری بزرگ‌سالان	مقوله نهایی
۱	واقع‌گرایی	مصلحت‌اندیشی، قانع بودن، ریسک نکردن، تجارب فردی و اجتماعی	بازاندیشی معطوف به گذشته	گسست و طرد ارزش‌های بین‌نسلی
۲	استفاده از رسانه‌های جمعی جدید	راديو، ماهواره، اینترنت، تلویزیون و ...		
۳	ابراز ناخوشایندی از شیوه‌ی زندگی	بی‌حجابی، تنبلی و بی‌عار بودن جوانان، بی‌احترامی به بزرگ‌ترها		
۴	همگرایی با ارزش دینی و سنتی	حفظ ارزش‌های دینی، آموزش دینی افراد کم‌اعتقاد، یاد خدا، انجام واجبات دینی، برداشته شدن وسایل ضد دین.		
۵	نوع‌دوستی (خیرخواهی)	یاری‌رساندن به دیگران، مسئول افراد دیگر بودن، وفاداری به جمع، متعهد بودن به انجام وظایف		
۶	خویشاوند گرایی (قوم‌گرایی)	اعتماد نکردن به غریبه‌ها، دیدن آشنایان، رفت‌وآمد با خویشاوندان، ازدواج فامیلی، اشتغال فامیلی		

در زیر به‌اختصار به هر یک از مقوله‌های اصلی و مدل پارادایمی با ارجاع به درک و دیدگاه افراد مورد مطالعه از آن‌ها، پرداخته شده است.

واقع‌گرایی

افراد میدان مورد مطالعه بر این باوراند که آینده و محیط اجتماعی در کنترل وی نیست و تقدیر و سرنوشت، یا وضعیت اجتماعی، وضعیت و آینده‌ی هر کسی را رقم می‌زند. بر اساس این مقوله شرایط موجود تقریباً تغییرناپذیر است و به‌راحتی نمی‌توان به خواست‌ها آمال و رؤیایا دست یافت. افراد واقع‌گرا در مقابل آرمان‌گراها هستند که بدون برنامه و هدف با تقلید و پیروی از دیگران، اهداف و آرزوهای بلندپروازانه را دنبال می‌کنند. احتیاط و عدم ریسک‌پذیری، مصلحت‌اندیشی، تجارب فردی و اجتماعی، تصمیم‌گیری و آینده‌نگری منطقی بر اساس زمان حال از نمونه رفتارهایی هستند که نشان از واقع‌گرایی در میان افراد مورد مطالعه است. اکثر مشارکت‌کنندگان با توجه به شرایط اجتماعی و فرهنگی جامعه در برابر تغییرات مقاوم‌اند و آمادگی مواجهه با برخی از پدیده‌های نو را ندارند. به‌عبارتی دیگر، از درگیر شدن با پدیده‌های جدید

گریزان است و سعی می‌کند با چیزهایی بسازد که خوب بودن آن‌ها در گذر زمان و فرهنگ عمومی تأیید و تثبیت شده است:

در طول زندگی یاد گرفتیم که روزگار همیشه اون طوری که ما می‌خواهیم نمی‌چرخد و مجبور هستی برخلاف خواسته‌ها عمل کنی. جوان‌ترها فکر می‌کنن ما ریسک‌پذیر نیستیم و مخالف تغییر هستیم، در صورتی که ما مصلحت‌اندیش هستیم و در کارهایمان سبک و سنگین می‌کنیم و بعد به کار را شروع می‌کنیم، این حرص و زیاده‌خواهی که الان رواج یافته واقعاً منطقی نیست (طهماسب، ۶۵ ساله).

ابراز ناخوشایندی از وضع اجتماعی-فرهنگی موجود (شیوه‌ی زندگی)

شیوه‌ی زندگی^۱ ناظر بر بینش و منش توأمان زندگی است. بینش و منشی که مضاف بر ارزش‌گذاری درباره امور زندگی است که از دل این بینش و منش سبک‌های خاص زندگی به وجود می‌آید. با مدرن شدن زندگی بشری و ظهور سرمایه‌داری و تولد چرخه سرمایه‌داری "تولید-مصرف"، مصرف‌زدگی یکی از مؤلفه‌های اصلی دنیای امروز و شیوه زندگی است. این شیوه‌ی زندگی که مصرف جز لاینفک آن است که صرفاً ناظر بر مصرف تولیدات و کالاهای مادی و تزئینی نیست، بلکه هرگونه تولید مادی، لوکس، هنری و فرهنگی را نیز در برمی‌گیرد. مشارکت‌کنندگان بزرگ‌سالان از مصرف‌گرایی، چشم و هم‌چشمی، کم‌رنگ شدن توجه و احترام به بزرگ‌ترها و... ابراز نارضایتی و ناخرسندی می‌کنند:

واقعاً ناراحتیم از این‌که امروزه نمی‌توانیم به جوانانمان دو کلمه حرف حساب بزنیم، جوانان هم مقصر نیستند، تقصیر زندگی است وگرنه کی دوست دارد همچین چیزی بشود، امروزه این قدر تو لاک گرفتاری و بدبختی‌های زندگی هستیم که وقت برای چنین چیزهایی نداریم (کاظم، ۴۴ ساله).

استفاده از وسایل ارتباط جمعی جدید

در گذشته، افراد منطقه از طریق ارتباط و تعامل با دیگر افراد منطقه اطلاعات مورد نظر را کسب می‌کردند؛ وسائل ارتباط جمعی (تلویزیون، ماهواره و...) یا نبود یا دسترسی به آن برای همه امکان‌پذیر نبود؛ بنابراین، نحوه ارتباط مردم به صورت حضوری و رودررو بوده است؛ اما امروزه، مردم از وسایل و تکنولوژی‌های ارتباطی در سطح وسیع استفاده می‌کنند. این وسایل عبارت‌اند از: ماهواره، تلویزیون، تلفن همراه. در کنار این‌ها از یک سری امکانات صوتی و تصویری دیگر نظیر ویدئو و سی‌دی نیز به‌طور گسترده‌ای استفاده می‌شود؛ بنابراین این وسایل ارتباطی از نظر

بزرگسالان رودبار جنوب از میزان تعاملات و ارتباطات بین مردم در قالب شب‌نشینی‌ها و سر زدن‌های مداوم گذشته یا همان «صله‌ی ارحام» کاسته است:

با زیاد شدن تلویزیون و ماهواره در همه خانه‌ها خیلی چیزها نسبت به قدیم عوض شده و انقد برنامه‌های جذاب پخش می‌شه که حتی افراد مسن سریال و فیلم‌ها را تماشا می‌کنند (اکبر، ۴۶ ساله).

همگرایی با ارزش‌های دینی

مذهب و سنت با ظهور نوگرایی و جوامع مدرن بدون شک تغییراتی یافته و برخی وجوه آن تحت شرایط جدید جهانی قرار گرفته است؛ اما نمی‌توان گفت که لزوماً این تحولات سبب تضعیف مذهب و رسوم سنتی شده است. مردم چنان زندگی خود را سازمان‌دهی می‌کنند که عناصر سنتی با شیوه‌های جدید زندگی یکپارچه شوند. مشارکت‌کنندگان بزرگسال نسبت به از دست دادن یا تزلزل در ارزش‌های دینی و باورهای سنتی خود مخصوصاً در بین جوان ابراز نگرانی می‌کنند. آن‌ها بر این باورند که سواد و تحصیلات جدید از طریق آموزه‌ها و مطالب جدید و غیر سنتی ممکن است راه را برای نابودی و یا تردید در بسیاری از مبانی اعتقادی جوانان هموار سازد. بر همین اساس، آنان تأکید دارند که سواد مدرن و رسانه‌های جمعی باید در کنار حفظ باورها و ارزش‌های سنتی حرکت کرده و آن را مورد تهدید قرار ندهند. لذا همگرایی و هماهنگی با ارزش‌ها دینی و سواد جدید در بین مردم رودبار جنوب بسیار مورد توجه است:

نگرانی ما این است که باسواد شدن جوانان روی ارزش‌های مذهبی مان تأثیر منفی بگذارد، یعنی باعث تزلزل شود. جوانان باید سواددار شوند و انسان‌های عاقلی باشند نه این‌که باعث جهالت و بی‌دینی شود (داراب، ۴۲ ساله).

نوع دوستی (خیرخواهی)

نوع دوستی به صورت از خودگذشتگی برای دیگران تعریف می‌شود که به‌عنوان یک رفتار اجتماعی پسندیده، مورد تأیید همه انسان‌های بهنجار، در هر زمان و با هر ملیتی می‌باشد. نوع دوستی از جمله ویژگی‌ها و صفاتی است که انسان را از تنگ‌نظری و حصار خودمحوری خارج ساخته، موجب می‌شود تا برابر دیگران، از خود ایثار، فداکاری و گذشت نشان دهد و با آن‌ها پیوند صمیمانه برقرار کند. نگرانی و حساسیت به شرایط دیگر افراد جامعه، فداکاری و گذشت و کمک به نیازمندان، در صورت توانایی، دغدغه‌ی تعدادی از شرکت‌کنندگان بود. این افراد انفاق داشته‌های خود برای رهنیدن دیگران از دشواری‌ها و تلاش برای رفاه و ترقی آن‌ها را برای خود

فرض و لذت‌بخش می‌دیدند. این گروه، جامعه را «خانواده‌ای بزرگ» می‌دیدند، سعادت آن را آرزو می‌کردند و خود را در مقابل رنج‌ها و سختی‌های آن مسئول می‌دانستند:

اره قدیم‌ها هرکسی به فکر همسایه و فامیلش بود و اگر کسی چیزی نداشت به او

کمک می‌کردیم ولی حالا همه‌چیز دگرگون شده دوست دارم دوره قدیم دوباره

برگردد (حاتم، ۶۲ ساله).

نوع‌دوستی انجام کار درستی برای دیگری بدون چشم‌داشت است که افراد مذهبی اعتقاد دارند با این کار به خدا نزدیک‌تر می‌شوند. این افراد بخشی از زمان و دارایی خود را به این کار اختصاص می‌دهند؛ چراکه امید دارند خداوند پاداش مادی و معنوی به آن‌ها بدهد:

جوونا باید درک کنند که کمک کردن به دیگران به معنی از دست دادن مال و

پولشان نیست بلکه چون این‌کار خدارو خوشحال می‌کنه باعث میشه رزق روزیت

بیش‌تر بشه (کاظم، ۴۴ ساله).

خویشاوندگرایی (قوم‌گرایی)

خویشاوندگرایی یا طایفه‌گرایی از مشخصات جوامع سنتی و روستایی است. در این جوامع افراد تمایل به برقراری ارتباط با افراد بیگانه و ناآشنا را ندارند و به افراد ناشناس اعتماد ندارند. مشارکت‌کنندگان مایل‌اند روابط قومی و قبیله‌ای خود را حفظ کند و از سردی و کمرنگ شدن روابط فAMILIARY هراس دارند؛ به‌عبارتی‌دیگر تمایل دارند از طریق مواردی چون ازدواج دختر و پسرهایشان پیوند بین اقوام را محکم کنند:

روابط خویشاوندی الآن دیگر خیلی کم شده دیگر نمی‌شه مثل قدیم روی فامیل

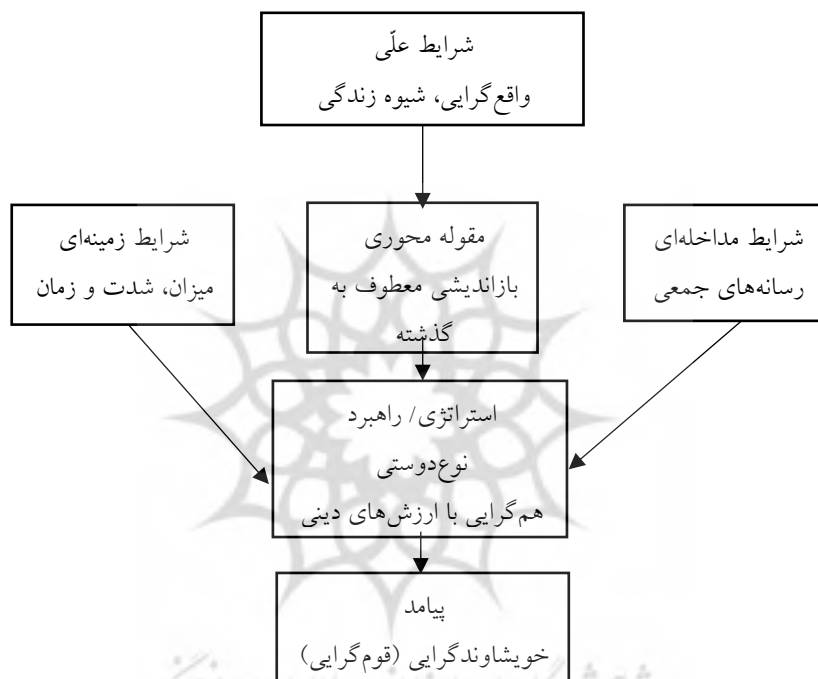
حساب باز کرد، الآن همه بیشتر به خود وزندگی خودشان فکر می‌کنند (حاتم،

۶۲ساله).

با توجه به مفاهیم به‌دست‌آمده از ارزش‌های بزرگسالان، مقوله محوری در این بخش پژوهش «بازاندیشی معطوف به گذشته» است که می‌تواند کلیه‌ی سؤال‌ها و مباحث فوق را پوشش داده و نیز جنبه تحلیلی داشته باشد. مفهوم بازاندیشی معطوف به گذشته بیانگر نوعی احساس ناخرسندی از وضعیت ارزش‌های جوانان و تمایل به بازگشت به ارزش‌های اجتماعی سنتی است. بر اساس این مفهوم، مشارکت‌کنندگان ضمن یادآوری ارزش‌های قدیمی و سنتی گذشته‌ی خود نسبت به این ارزش‌ها تا حد امکان تأکید کرده و در مقایسه با گذشته از وضعیت تغییر یافته کنونی ابراز تأسف می‌کنند. هم‌چنین بازاندیشی ارزشی معطوف به گذشته به‌عنوان احساس محوری و ارزیابی اساسی مشارکت‌کنندگان بزرگسال (پدران) از ارزش‌های خود هستند که متأثر از یک سری شرایط و بسترهاست. واقع‌گرایی و شیوه زندگی به‌عنوان شرط علی زمینه‌ساز

جهت گیری ارزشی بزرگسالان اند. شرایط مداخله گر عبارت است از: «رسانه های جمعی» مخصوصاً تلویزیون ایران زمینه نارضایتی افراد را از تغییر شیوه زندگی (شرایط اجتماعی فرهنگی جامعه) فراهم کرده است. مشارکت کنندگان از سبک زندگی و الگوی رفتاری رایج در بین جوانان اصلاً راضی نیستند.

مشارکت کنندگان بزرگسال راهبردهای مختلفی برای رفع مشکل پدیده «بازاندیشی معطوف به گذشته» بیان کرده اند که از این قرارند: «نوع دوستی» و «هم گرایی با ارزش های دینی». راهبردهایی که برای پدیده «بازاندیشی معطوف به گذشته» مطرح شده اند، چنین پیامدی دارند: «خویشاوندگرایی» مشارکت کنندگان. مشارکت کنندگان، تعلق خاصی به قوم، قبیله و... دارند و خود و اقوام خود را از لحاظ گوناگون بهتر از سایر طوایف می دانند.



شکل ۲: مدل پارادایمی پدیده بازاندیشی معطوف به گذشته

مقاله‌ی محوری

مقاله‌ی محوری این پژوهش، گسست و طرد ارزش‌های بین نسلی است. در همه‌ی مصاحبه‌های انجام‌شده، همه‌ی مصاحبه‌شوندگان بر مفهوم گسست ارزشی، تأکید جدی داشتند و در بحث‌های خود، مستقیم یا غیرمستقیم به گسست و طرد ارزش‌های بین نسلی اشاره می‌کردند. از این رو مفهوم گسست و طرد ارزش‌های بین نسلی به‌عنوان پدیده‌ی مرکزی انتخاب شد.

پدیده‌ی «گسست و طرد ارزش‌های بین نسلی» مبانی و علت‌های متعددی دارد. به‌درستی، عوامل زیادی دست‌به‌دست هم می‌دهند تا گسست و طرد ارزش‌های بین نسلی محقق شود. اولین شرط علی، سن می‌باشد؛ شرایط متفاوت سنی خود یکی از عوامل اثرگذار در درک و فهم ارزش‌های نسل متقابل مخصوصاً در بین جوانان است. شرط علی دیگر، در گسست و طرد ارزش‌های بین نسلی، «تقابل سنت و مدرنیته» است. اساسی‌ترین چالشی که ایران و ایرانی، حداقل در چند دهه اخیر، با آن روبه‌رو بوده است؛ تقابل و رویارویی سنت و تجدد و چگونگی گذر از این تنگنای تاریخی است. در این مواجهه، برخی تنها راه به سمت جهانی‌شدن و الگوبرداری از کشورهای پیشرفته می‌دانند و بزرگ‌سالان نیز بر حفظ سنت‌های گذشته اصرار می‌کنند.

سومین شرط علی در گسست و طرد ارزش‌های بین نسلی، «به‌روز نشدن ارزش‌های سنتی» است. این مفهوم، بیان‌گر وضعیتی است که در آن، ارزش‌های سنتی با کم‌ترین تغییر نسل در نسل منتقل شده‌اند، اما شرایط اجتماعی جدید نیاز به الگوهای خاص دارد تا بتواند به حیات خود ادامه دهد. به‌روز نشدن ارزش‌های سنتی باعث تقابل نسل جوان و بزرگ‌سال در مقابل هم شده است. شرط علی دیگری که در پدیده‌ی گسست و طرد ارزش‌های بین نسلی اثرگذار است، وجود «تهاجم فرهنگی» است. تضاد فرهنگی یا تهاجم فرهنگی به معنی انتقال معانی میان نظام‌های فرهنگی بدون رضایت دوطرفه است. در تهاجم فرهنگی، ارزش‌های اصلی هر نظام مورد تردید قرار می‌گیرد و به‌مرور زمان نظام‌های ارزشی و فرهنگی از بین می‌روند. جوانان با پذیرش فرهنگ‌های وارداتی در تقابل با ارزش‌های محلی-وطنی قرار می‌گیرند.

شرایط مداخله‌گر

شرایط مداخله‌گر گسست و طرد ارزشی، به‌مثابه‌ی پدیده‌ی مرکزی پژوهش عبارت‌اند از: وجود رسانه‌های مستقل و خصوصی، حالتی که در آن، گروه‌ها، اقوام و قشرهای مختلف جامعه، برای بیان مطالبات و خواسته‌های خود رسانه‌های صوتی و تصویری داشته باشند؛ جامعه‌پذیری متفاوت است. جامعه‌پذیری، فرایند کنش متقابل اجتماعی که فرد در طول آن، شیوه‌های معمول زندگی در جامعه خود را درونی می‌سازد و کسب شخصیت می‌کند. با پیشرفت تکنولوژی، تغییرات در

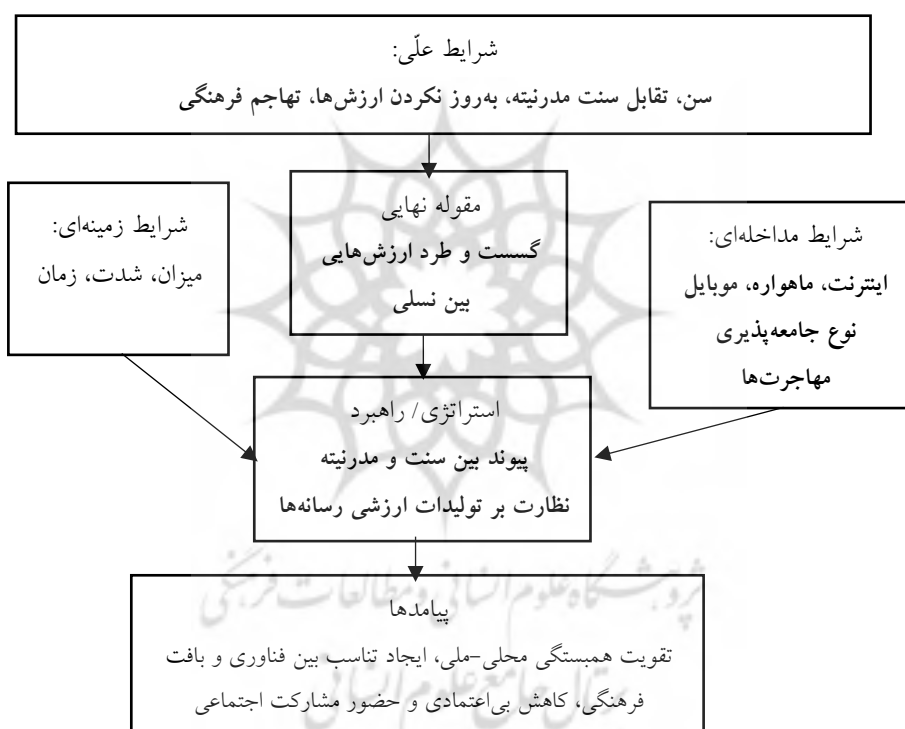
بنیان خانواده‌ها، واحدهای آموزشی جدید و... جامعه‌پذیری به شیوه‌ی جدیدی نسبت به گذشته انجام می‌شود. مهاجرت (مخصوصاً مهاجرت تحصیلی و شغلی جوانان) یکی دیگر از شرایط مداخله‌ای است که زمینه‌ی گسست و طرد ارزش‌های بین نسلی را فراهم می‌کند.

راهبردها

راهبردهایی که در این پژوهش برای جلوگیری از گسست و طرد ارزش‌های بین نسلی شناسایی شدند، از این قرارند: پیوند بین سنت و مدرنیته و نظارت بر تولیدات رسانه‌ها.

پیامدها

پیامدهای راهبردهای پدیده‌ی گسست و طرد ارزش‌های بین نسلی از این قرارند: تقویت همبستگی محلی-ملی، ایجاد تناسب بین فناوری و بافت فرهنگی، کاهش بی‌اعتمادی و حضور مشارکت اجتماعی.



شکل ۳: مقوله هسته‌ای: گسست و طرد ارزش‌های بین نسلی

۵- بحث و نتیجه‌گیری

از آنجاکه موضوع کلی پژوهش حاضر بر ساخت اجتماعی شناخت ارزش‌های بین نسلی در میان جوانان و بزرگسالان در منطقه‌ی رودبار جنوب از رویکرد مردم آن منطقه است، لذا در مورد هر یک از نسل‌ها (جوانان و بزرگسالان) بحث مستقلی به عمل آمده و سپس در ادامه به بررسی تفاوت ارزشی بین نسلی پرداخته شد.

مقولات به دست آمده فوق در فرایند ساخت نظریه زمینه‌ای سیر داستانی نشان از تفاوت جهت‌گیری ارزش‌های بین نسلی (جوانان و بزرگسالان) در شهرستان رودبار جنوب است. همان‌طور در مدل‌های پارادایمی مشاهده می‌شود هر دو نسل (جوانان و بزرگسالان) با وجود شرایط و علل تقریباً یکسان، دارای ارزش‌های متفاوتی هستند که در یک راستا و همسو نمی‌باشند. جوانان در شرایط یکسان دارای ارزش‌های فراغتی جدید و استقلال‌طلبی هستند که جزء ارزش‌های مادی و رفاهی هستند در حالی که بزرگسالان نوعی هم‌گرایی با ارزش‌های دینی، آداب و رسوم قدیمی (نوع دوستی) که واکنشی به شرایط موقعیت موجود است که بازاندیشی معطوف به ارزش‌های سنتی (گذشته)، جهت‌گیری ارزش‌های بزرگسالان را نشان می‌دهد. بین جهت‌گیری ارزش‌های جوانان و بزرگسالان تفاوت خاصی وجود دارد. با توجه مقوله‌های عمده در دو نسل (مادی‌گرایی، رقابت و مقایسه‌گری و تمایل به ارزش‌های رفاهی در جوانان و نوع دوستی، هم‌گرایی با سنت، تمایل به بازگشت به رسوم گذشته)، گسست ارزش‌های بین نسلی به عنوان مقوله نهایی در تفاوت ارزش‌های بین جوانان و بزرگسالان انتخاب گردید.

تفاوت زیاد میان دو نسل را می‌توان بر اساس شرایط سنی تلقی کرد که انتظار می‌رود پس از عبور از مرحله جوانی این اختلاف از میان برود. در حالی که در برخی زمینه‌ها این تغییر جدی اتفاق افتاده است. با این وصف نمی‌توان این تفاوت را به افزایش سن نسبت داد. اگر تغییرات ارزش‌ها و نگرش‌ها در میان سایر گروه‌های سنی را در فاصله معین بررسی کنیم، معلوم می‌شود که در برخی زمینه‌ها، ارزش‌ها و نگرش‌های همه گروه‌های سنی با شتاب فوق‌العاده زیادی تغییر کرده است؛ که می‌توان گفت ما با شکاف نسلی همراه با گسست ارزشی و فرهنگی مواجه هستیم. در حالت کلی می‌توان گفت، گرایش جوانان به ارزش‌های مدرن و مادی ناشی از جدا افتادگی جوانان از نسل‌های پیشین به مرور افزایش یافته است. جهت‌گیری ارزشی جوانان از یک سو باعث بهبود و ارتقای سطح زندگی آنان نسبت به گذشته و از سویی باعث کاهش پایداری به ارزش‌ها و باورهای دینی و سنتی در میان جوانان شده است. از این رو، بزرگسالان این منطقه در برخورد با ارزش‌های رفاه‌طلب جوانان آن را ابتدا ارزیابی کرده و سعی در بازاندیشی ارزشی نسبت به ارزش‌های آنان دارند.

به‌طور کلی تفاوت و شکاف نسلی در حال گسترش است و در صورت نبود مدیریت صحیح فرایندهای فرهنگ پذیری نوجوانان و بازتولید فرهنگی جوانان از سوی دولت و رسانه‌ها، تعارضات نسلی و در نهایت گسست نسلی آینده مسیر توسعه جامعه را به مخاطره خواهد انداخت. امروزه جامعه ایرانی بیش از همیشه تاریخ خود نیازمند مصونیت فرهنگی است. جلوگیری از تعارضات نسل‌ها نیازمند برنامه‌ریزی کارآمد و از سوی دیگر، همان‌طور که هابرماس می‌گوید در شکل‌گیری اولیه ارزش‌ها، روند جامعه‌پذیری بیشترین تأثیر را دارد و در جریان تکامل و ترویج ارزش‌ها، شبکه‌های ارتباطی و ایدئولوژی سیاسی تأثیرگذار است. لذا، چنین به نظر می‌رسد دولت و رسانه‌های جمعی بیش‌ترین نقش را در تأمین کارآمدی برنامه‌ریزی‌های فرهنگی و ذهنیت نسلی بخصوص در نسل جوان دارند.

منابع

- آرون، ر. (۱۳۸۷). *مراحل اساسی سیراندیشه در جامعه‌شناسی*. ترجمه باقر پرهام. تهران: علمی فرهنگی.
- آزاد ارمکی، تقی (۱۳۸۳). رابطه بین نسلی در خانواده ایرانی. در مجموعه مقالات بررسی مسائل اجتماعی ایران (۵۶۸-۵۹۱). تهران: انجمن جامعه‌شناسی ایران.
- اشتراوس، آ. و کوربین، ج. (۱۳۹۳). *اصول روش تحقیق کیفی: نظریه‌مبنایی، رویه‌ها و شیوه‌ها*. ترجمه بیوک محمدی. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- اینگلهارت، رونالد (۱۳۸۲). *تحول فرهنگ در جامعه پیشرفته صنعتی*. ترجمه مریم وتر. تهران: انتشارات کویر.
- توکل، محمد و قاضی نژاد، مریم (۱۳۸۵). شکاف نسلی در رویکردهای کلان جامعه‌شناختی: بررسی و نقد رهیافت‌های نسل تاریخی و تضاد با تأکید بر نظرات مانهایم و بوردیو. *نامه علوم اجتماعی*، ۲۷، ۱۲۴-۹۵.
- جعفرزاده‌پور، فرزانه (۱۳۹۰). تغییرات ارزشی بین نسلی: بازنمایی ارزش‌ها در شخصیت‌های میان‌سال و جوان مؤنث و مذکر در سریال‌های ایرانی تلویزیون. *انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، ۲۴، ۴۲-۲۶.
- جوادی یگانه، محمدرضا و عزیزی، جلیل (۱۳۸۷). هویت فرهنگی و اجتماعی در بین جوانان شهر شیراز با توجه به عامل رسانه. *تحقیقات فرهنگی*، ۳، ۲۱۳-۱۸۳.
- جهان‌بخش، اسماعیل (۱۳۹۵). عوامل شکاف نسلی در ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی والدین و فرزندان در استان اصفهان. *مطالعات جامعه‌شناختی*، ۲۱، ۶۶-۴۵.

- داریاپور، زهرا (۱۳۸۶). ساختار ارزشی و مناسبات نسلی. *جوانان و مناسبات نسلی*، ۱، ۱-۲۴.
- ریتزر، ج. (۱۳۸۶). *نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر*. ترجمه محسن ثلاثی، تهران: نشر علمی.
- زاهدی، محمدجواد و خضر نژاد، عمر (۱۳۹۲). نوسازی و فرایند تحول ارزش‌ها در حوزه‌ی خانواده: بررسی نمونه‌ای دگرگونی ارزش‌های خانوادگی در شهر بوکان. *انجمن جامعه‌شناسی ایران*، ۱۴(۱)، ۶۸-۹۷.
- سازمان ملی جوانان (۱۳۸۰). *ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان*، تهران: سازمان ملی جوانان.
- فاضلی، محمد و کلانتری، میترا (۱۳۹۱). ارزش دموکراتیک نسل‌ها. *جامعه‌شناسی ایران*، ۱۰۸-۱۰۹، ۸۴.
- فرزانه، سیف‌اله و چراتی، عیسی (۱۳۹۰). بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر تفاوت ارزشی (مطالعه موردی والدین و جوانان ۱۵ تا ۲۴ ساله شهر ساری). *جامعه‌شناسی مطالعات جوانان*، ۶، ۱۱۹-۱۴۰.
- فلیک، ا. (۱۳۸۹). *درآمدی بر تحقیقات کیفی*. ترجمه هادی جلیلی، تهران: نشر نی.
- قاضی نژاد، مریم (۱۳۸۳). *نسل‌ها و ارزش‌ها: بررسی و تحلیل جامعه‌شناختی تفاوت‌های گرایش‌های ارزشی نسل جوان و بزرگسال* (رساله‌ی دکتری جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی تهران).
- کمالی، افسانه (۱۳۸۷). *مسائل اجتماعی ایران* (انجمن جامعه‌شناسی ایران). تهران: نشر آگاه.
- کمر بیگی، خلیل (۱۳۸۹). شکاف نسلی و جوامع در حال گذار، بررسی و تبیین مسئله شکاف نسلی در ایلام. *فرهنگ ایلام*، ۲۶ و ۲۷، ۲۱۳-۱۸۶.
- گودرزی، سعید (۱۳۸۹). تغییر ارزش‌های جوانان و عوامل مرتبط بر آن. *رفاه اجتماعی*، ۳۹، ۴۲۱-۴۴۲.
- مانهایم، ک. (۱۳۹۲). *ایدئولوژی و اتوپیا (مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی شناخت)*. ترجمه فریبرز مجیدی، تهران: سمت.
- محمد پور، احمد. (۱۳۹۲). *ضد روش*. تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
- معیدفر، سعید و صبوری خسروشاهی، حبیب (۱۳۸۹). بررسی میزان فردگرایی فرزندان در خانواده. *پژوهش‌نامه علوم اجتماعی*، ۱۶، ۹۳-۱۱۱.

- مقدس، علی‌اصغر و نوروزی، فاطمه (۱۳۹۰). مقایسه‌ی ارزش‌های بین دو نسل دختران و مادران شهرهای لار و جهرم. *مطالعات زنان*، ۹(۳)، ۷-۳۶.
- نیازی، محسن و شفائی مقدم، الهه (۱۳۹۳). بررسی عوامل مؤثر بر میزان تقدیرگرایی زنان. *جامعه‌پژوهی فرهنگی*، ۱۳، ۱۴۷-۱۲۳.
- Esterberg, K. G. (2001). *Qualitative research methods and process* (2th ed.). London: Open University Press.
- Fazeli, E., Golmakani, N., Taghipour, A., & Shakeri, M. T. (2016). Intergenerational comparison of value of children among urban women population in Mashhad, Iran, 2014. *Journal of Midwifery and Reproductive Health*, 4(4), 732-740.
- Hank, K., Salzburger, V., & Silverstein, M. (2017). Intergenerational transmission of parent-child relationship quality: Evidence from a multi-actor survey. *Social science research*, 67, 129-137.
- Hansen, J. I. C., & Leuty, M. E. (2012). Work values across generations. *Journal of Career Assessment*, 20(1), 34-52.
- Majima, S., & Savage, M. (2007). Have there been culture shifts in Britain? A critical encounter with Ronald Inglehart. *Cultural Sociology*, 1(3), 293-315.
- Parks, J. B., & Robertson, M. A. (2008). Generation gaps in attitudes toward sexist/nonsexist language. *Journal of Language and Social Psychology*, 27(3), 276-283.
- Raybeck, D., & De Munck, V. (2010). Values and change over a generation: Kelantan, Malaysia. *Cross-Cultural Research*, 44(2), 97-115.
- Sills, D. L. (1968). *International encyclopedia of the social sciences* (vol. 3). New York: Macmillan and the Free Press.