

ارزش‌ها اولویت‌ها و چشم‌اندازهای جوانان ایرانی

پژوهشی در باب جوامع جوانان ایرانی





پایگاه تبیینی
و تحلیلی جریانشناسی
www.Didban.ir



مطالب این بولتن صرفاً جهت اطلاع
رسانی بوده و نقل از آن به هیچ
عنوان جایز نمی باشد.

ارزش ها، اولویت ها و چشم اندازهای جوانان ایرانی

مترجم: سیده مهدی عزیزی

درباره ی موسسات «رسانه جهانی (Inter Media)»
و «رسانه ی خرد (Small Media)»

شرکت تحقیقاتی «رسانه ی جهانی و مشاوره اروپا (Europe Consulting)» یک مرکز مستقل و غیر انتفاعی تحقیقاتی است. ما تحقیقاتی روشنگرانه (insights-driven) را در کشور های در حال توسعه تدارک می بینیم. رسالت ما شامل موارد ذیل است: انجام تحقیقات و ارائه مشاوره به بنیادها، موسسات دو و چندجانبه و سازمانهایی که به آزادی بیان، قدرت شهروند آگاه و آزاد کردن ظرفیت رسانه و تکنولوژی پایبند هستند. ما تحقیقاتی عملی و آموزش های تخصصی و همچنین کارگاه های بین المللی اشتراک دانش (دانش افزایی) برگزار می کنیم. مرکز تحقیقاتی «رسانه ی جهانی و مشاوره اروپا» همچنین با گروه «رسانه ی جهانی» که در واشنگتن دی سی (Washington, DC) و نیروبیای کنیا (Nairobi, Kenya) پایگاه دارد تشریک مساعی می کند. علاقه مندان می توانند اطلاعات بیشتری در مورد فعالیت های «رسانه جهانی» را در وبسایت ما به آدرس <http://www.intermedia.org> مشاهده کنند و همچنین به مرکز آنلاین علمی ما در انجمن توسعه جهانی به آدرس <http://www.audiencescapes.org> مراجعه کنند.

رسانه خرد یک مرکز تحقیقات عملیاتی برای توسعه دادن و حمایت کردن از جریان آزاد اطلاعات در جوامع بسته است. مرکز این موسسه در لندن است و شرکت رسانه خرد و متحدانش به فعالیت هایی از قبیل به عهده گرفتن تحقیقات و ارائه دوره های کارآموزی عملی و نظری و همچنین حمایت از اجرای ایده ها می پردازند. وبسایت این شرکت به آدرس <http://www.smallmedia.org.uk> ممکن است اطلاعات بیشتری در اختیار شما قرار دهد.

درباره ی مولف اصلی

کلارا دبلجاک (Klara Debeljak)، مدیر و عضو
دائمی موسسه رسانه ی جهانی

کلارا در سال ۲۰۰۹ به موسسه رسانه ی جهانی پیوست و سرپرستی بخش تحقیقات کمی و کیفی و بخش مشاوره برای مشتریان رسانه جهانی و ارتباطات راهبردی و بخش بین المللی توسعه را به عهده گرفت. با مرکزیت دفتر لندن موسسه رسانه جهانی کلارا تحقیقات حوزه های جنوب شرقی اروپا، خاور میانه، آسیای مرکزی، جنوب شرقی آسیا، حوزه ی اقیانوس آرام و آفریقا را مدیریت می کند؛ که شامل تحقیقات میدانی در غنا، کنیا، تانزانیا و زامبیا می شود.

او قبل از پیوستن به موسسه رسانه ی جهانی رئیس تیم بازخوردگیری (EchoSonar) در انگلیس بود که تمرکز اصلی آن بر تحلیل محتوای رسانه ای برای مشتریان جهانی بود. او همچنین به عنوان یک مدیر تحقیقاتی در موسسه بین المللی تحقیقات رسانه ای «مدیا تنور» (Media Tenor) در آفریقای جنوبی خدمت کرده بود که در آنجا با فعالیت هایی راهبردی آوازه ای از مدیریت خردمندانه و عالی در مطالعات تحلیل محتوا رسانه ای برای مشتریان بین المللی بدست آورده بود.

سپاس گزاری

این گزارش بدون کمک و همکاری بعضی از کارمندان موسسه رسانه ی جهانی نمی توانست آماده شود، که در اینجا لازم است از ایشان تشکر کنیم: دکتر گری پاور (Gerry Power) رئیس اجرایی دفتر، که با توصیه هایی راهبردی ما را در این پژوهش یاری کردند. چاترین موزس (Cathryn Moses) که در هنگام پیشرفت کار و همچنین با حمایت اجرایی به ما کمک کردند، و ایبک الیسو (Aibek Iliasov) مدیر تحقیقاتی که بر کنترل کیفیت اطلاعات نظارت داشتند.

موسسه رسانه جهانی همچنین از مشاوره های بسیار ارزشمند بازنگری کنندگان این گزارش در موسسه رسانه خرد و شورای بریتانیا؛ و نیز از همکاری نزدیک با دکتر لورن فرانک (Dr. Lauren Frank) استادیار دانشگاه ایالتی پورتلند (Portland State University) متشکر است.

موسسه رسانه ی جهانی همچنین سه همکار دیگر داشت که برای تامین هزینه های اصلی برای این پروژه همکاری کردند، سرویس جهانی بی بی سی، و دویچه وله (Deutsche Welle) و یورو نیوز (euronews)، که در جمع آوری داده ها و کنترل کیفیت آن در این پژوهش مشارکت داشتند. همچنین موسسه تحقیقات علمی «ک.ای اند سویس پیکس» (KA Research and Swisspeaks) و جیمز لیونز (Jamie Lyons) نیز طرح کلی گزارش ها را طراحی کردند.

برای اطلاعات بیشتر در مورد این از طریق زیر با کلارا دبلجاک تماس حاصل نمایید:

(+ ۴۴۲۰۷۲۵۳۹۳۹۸ یا debeljakk@intermedia.org)

هزینه های اصلی تحقیقات این گزارش، توسط سرویس جهانی بی بی سی، و دویچه ول و یورو نیوز تامین شد. مسوولیت یافته ها و نتایج این تحقیق فقط بر عهده نویسندگان می باشد و لزوما نظر مقامات رسمی سه مرکز فوق الذکر را منعکس نمی کند.

یک داستان نیمه گفته شده

دیباچه

اگر خواهان ساختن آینده ای جهانی که منصفانه، عادلانه و پاسخگو نسبت به نیازها و توقعات شهروندان در سراسر جهان باشد، هستیم؛ پس ضروری است که سیاست گزاران و تصمیم گیران نسبت به نظرات جوانان در اقتصادهای در حال ظهور؛ که جمعیت جوان بالایی دارند حرف شنوی داشته باشند.

امروزه حدود ۶۰ درصد از جمعیت کشورهای کمتر توسعه یافته زیر ۲۵ سال سن دارند، و تعداد جوانان در آن کشورها در ۴۰ سال آینده بیش از ۶۰ درصد نیز می شود. در سال ۲۰۰۹، ۱٫۲ میلیارد نوجوان مابین ۱۰-۱۹ سال در جهان وجود داشت، که ۱۸ درصد از جمعیت جهانی را تشکیل می داد. در ۲۰۵۰ منطقه زیرخط صحرا در آفریقا بیش از هر منطقه ی دیگری علی الخصوص مناطق آسیایی نوجوان خواهد داشت.

بررسی جوامع جوان یک تحقیق ابتکاری است که در آن به طور ویژه بر جوانان مابین ۱۶-۲۵ سال تمرکز می شود. علاوه بر بررسی جمعیت شناختی جوانان و الگوهای سنتی و اجتماعی استفاده آنان از رسانه ها و نیز بررسی علایق جوانان، ما خواهان بررسی این هستیم که جوانان به چه چیز بیش از همه در زندگی خود ارزش می دهند و آرزوها و امیدهای آنها چیست و رویکرد آنان به آزادی بیان و حقوق بشر و اعتماد ایشان به نهادهای مختلف چگونه است. هر دو موسسه ما نسبت به چالش هدایت کردن تحقیقات کلان در محیط های دشوار با خبر و آگاه هستند، و ضروری است که روش های خود را برای اجرای چنین کارهایی روشن کنیم.

ما امیدواریم که دانش و آگاهی حاصل از «پژوهش در باب جوامع جوانان ایرانی» و مطالعات آتی در مجموعه «ابتکار پژوهش در باب جوانان»، تصمیم گیری و سیاست گذاری ملی و بین المللی را به گونه ای آگاه سازد که به نیازها و خواسته های جوانان، با همه تنوعی که این نیازها و خواسته ها ممکن است داشته باشند، پاسخ دهند.

دکتر گری پاور، از موسسه رسانه ی جهانی و مشاوره اروپا.
محمود عنایت، مدیر رسانه ی خرد.

ابتکار عمل بررسی جوامع جوان

اتفاقات اخیر در شمال آفریقا و خاورمیانه، نشان داد که جوانان چگونه نقشی موثر و کلیدی را در تحرکات اجتماعی، سیاسی و فرهنگی بازی می کنند. با توجه به تعداد ۶۰ درصد جوانان در کشورهای کمتر از همه توسعه یافته - و توجه به اینکه این تعداد در ۴۰ سال آینده بسی بیش از این نیز خواهد شد، - توجه نسبت به جوانان برای فهم عمیق ارزش ها، اولویت ها و جنبه های فکری و رفتاری آنان بیش از هر زمان دیگری حیاتی و مهم می نماید. علی رغم افزایش تعداد جوانان در سراسر جهان و افزایش تاثیر آنها در کشور های در حال توسعه، اطلاعات اندکی در مورد زندگی آنان - مخصوصا در مورد ارزش ها، اولویت های زندگی

و گرایشات سیاسی و اجتماعی آنها - در این جوامع در دسترس قرار دارد. به علاوه آگاهی ناچیزی از نیازهای اطلاعاتی جوانان داریم: این که آنان اطلاعات مورد علاقه خود را چگونه و کجا به دست می آورند، مصرف می کنند و به اشتراک می گذارند و یا اینکه چگونه از رسانه های سنتی و یا تکنولوژی های جدید جهت باخبر شدن (و با خبر ماندن) از توسعه های جوامع خودشان و یا فراتر از آن استفاده می کنند. برای نشان دادن این شکاف و ایجاد یک فهم بهتر از جوانان تحت مطالعه در این تحقیق (و همین طور شناخت جامعه ی آنها)، موسسه رسانه جهانی یک تحقیق ابتکاری با عنوان جوامع جوان آغاز کرده است.

ابتکار جهت دست یافتن به سه موضوع ویژه طراحی شده است:
۱- برای فهم این مطلب که جوامع جوان مورد بررسی چگونه در مورد خودشان و جایگاهشان در جهان فکر کنند.

۲- برای احراز کردن اولویت های ارزشی جوانان در جوامع مورد بررسی

۳- برای شناسایی عادات رسانه ای و شیوه های کسب خبر و استفاده از رسانه و تکنولوژی

اولین مطالعه در این طرح ابتکاری در سال ۲۰۱۲ با مشارکت شرکت خدمات جهانی بی بی سی و دویچه وله و یورونیوز در ایران انجام شد.

فاز دوم از پژوهش ابتکاری جوامع جوان در سال ۲۰۱۳ در میانمار و تونس انجام می شود.

برای دریافت اطلاعات بیشتر در مورد فاز دوم پروژه ی تحقیقاتی جوامع جوان و امکان مشارکت در آن لطفا از طریق ذیل تماس بگیرید:

debeljakk@intermedia.org

خلاصه ی اجرایی

از زمان بروز جنبش سبز در سال ۲۰۰۹ در ایران، جوانان ایرانی در کانون توجه رسانه های بین المللی قرار گرفته اند. زنان و مردان جوان ایرانی که پا به پای هم در سال ۲۰۰۹ در تظاهرات خیابانی شرکت می کردند، ناظران غربی را شگفت خود کردند، و بسیاری، جوانان را به مثابه کسانی دیدند که ماشه موج تغییر سیاسی در ایران را خواهند چکاند و این همان چیزی بود که بسیاری در غرب مدت ها بود انتظار آن را می کشیدند. (با این همه) در حالی که این جنبش تا کنون اصلا موفق نشده است (و پیش بینی که می پنداشت این حرکت پیروز می شود نیز فعلا غلط از آب درآمده)، دید رسانه های غربی نسبت به جوانان ایرانی از سال ۲۰۰۹ (۸۸) تا کنون هنوز به میزان زیادی تغییر نکرده است. در حالی که دیگر گروه های جوانان ایرانی به میزان بسیار اندک - اگر نخواهیم بگوییم هیچ - مورد توجه رسانه های جهانی هستند، گروه جوانان شهرنشین تحصیل کرده و لیبرال با گروهک های ضد حکومتی خود که هسته اصلی جنبش سبز را شکل می

فهم یک نسل متنوع

در این فصل به بررسی طیف‌های مختلف جوانان ایرانی پرداخته می‌شود، و طرح کلی اولویت‌های ارزشی زیربنایی و معتقدات آنان ارائه می‌شود.

چهار بخش از جوانان ایرانی یافته‌ی کلیدی ۱

جوانان ایرانی در مورد نگرش‌های سیاسی و اجتماعی خود طیفی گسترده از اظهارات داشتند و یک گروه همگن را تشکیل نمی‌دهند.

جوانان ایرانی یک پارچه نیستند، بلکه گروه‌های بسیار متضادی در میان جامعه‌ی ایرانی قرار دارد. در حالی که آنان در بسیاری امور مشترکند، جوانان در ایران طیف گسترده و متفاوتی را در مورد ارزش‌ها، اعتقادات (که بر روی همه‌ی جنبه‌های زندگی‌شان تأثیر می‌گذارد، تأثیراتی از قبیل اینکه: چگونه در مورد خودشان و جایگاه کشورشان در جهان فکر می‌کنند، و اینکه کنش آنها در برابر این مطلب در رابطه با کشورشان چیست، و اینکه چگونه از رسانه‌های جهانی و تکنولوژی‌های جدید استفاده می‌کنند) بیان کردند. فهم این تنوع برای کسانی که به رابطه و همکاری با جوانان علاقه دارند - از مقامات محلی و ملی گرفته تا تجارت‌ها و رسانه‌ها و حتی جامعه بین‌المللی توسعه و سیاست‌گذاری - ربط دارد و برای آن اهمیت دارد.

برای درک بهتر این تنوع ما گروه‌هایی مجزا از جوانان ایرانی بر اساس اظهاراتی که در مورد ارزش‌های شخصی و اعتقاداتشان داشتند تشکیل دادیم. (۲) هدف از این رویکرد تقسیم کردن جوانان با ویژگی‌های شخصیتی و ارزش‌ها و معتقدات مشابه در گروه‌های جداگانه بود.

این گروه بندی با استفاده از سه معیار زیر تعیین شد:

۱-اولا، جوانان تا چه میزانی اظهار داشتند که در ارزش‌گذاری، آرمان‌هایی از قبیل «همنویی با جامعه، سنت و آداب و رسوم، یا استقلال و خودفرمائی و انگیزه‌مندی و قدرت» تأثیر دارند. (۳)

۲-ثانیا، عواملی که آنها برای نیل به موفقیت نام بردند چه بود؟ (خدا/الله، ذکاوت، پول)

۳-ثالثا، اینکه کدام یک از جوانان شرکت‌کننده در این پژوهش احساس می‌کردند که ایران برای تامین آینده‌اش نیاز به اتخاذ روش جدیدی از تفکر دارد.

تحلیل (پاسخ‌های ارائه‌شده به) این معیارها، چهار گروه مجزا از ایرانیان را آشکار کرد که ما این گروه‌ها را با عناوین زیر نام‌گذاری کردیم:

غیر سنت‌گرا، معتدلان، محافظه‌کاران، محافظه‌کاران افراطی و ویژگی‌های کلیدی هر گروه، شامل ارزش‌های شخصی و اعتقادات، ویژگی‌های جمعیتی و نگرش‌ها در مسائل سیاسی و اجتماعی در نگاره ۱ خلاصه شده است.

در حالی که این چهار گروه به طور واضح در بسیاری از معتقدات متفاوت هستند، و این معتقدات متفاوت زمینه‌ی نگرش و رفتار آنهاست، باید به تأثیر شدید خانواده و نقش قوی و مرکزی مذهب نیز توجه کنیم که بر همه گروه‌ها تأثیر داشته است.

دادند هنوز مورد توجه رسانه‌ها قرار دارند. نتیجتاً تصویری که از جوانان ایرانی در غرب ارائه می‌شود یک جانبه و غیر واقعی است و طیف گروه‌های متضاد جوانان که در ایران زندگی می‌کنند را منعکس نمی‌کند.

فرایند این گزارش برای ارائه کردن فهمی عمیق‌تر از جوانان ایرانی (به عنوان یک کل، که از تمرکز بر یک گروه خاص در آن خود داری شده) تدارک دیده شده است. هدف اصلی این گزارش پاسخ دادن به سوالات ذیل است:

۱-ارزش‌های اساسی و کلیدی جوانان ایرانی که زمینه نگرش و رفتار آنان است چیست؟ و این مطلب چگونه در میان گروه‌های مختلف از جوانان متغیر است؟

۲-برای زنان و مردان جوان در ایران چه اموری در زندگیشان دارای ارجحیت است؟ و نگرانی اصلی آنان نسبت به آینده چیست؟

۳-نگرش جوانان ایرانی نسبت به اوضاع جاری سیاسی و اجتماعی در ایران چگونه است؟ عقیده آنان نسبت به (چند و چون) حمایت از حقوق بشر، آزادی بیان و حقوق سیاسی موثرشان چیست؟ کدام حزب (موسسه سیاسی) بیشتر اعتماد عمومی را به خود جلب کرده است؟ و احساس نیاز به تغییر در ایران میان عموم مردم چگونه است؟

۴-کدام رسانه جمعی و وسایل ارتباط جمعی در میان مردم رجحان دارد؟ نقش رسانه‌های سنتی در اطلاع‌رسانی چیست؟ و اینترنت، رسانه‌های اجتماعی و تلفن همراه چگونه مهم هستند؟

مبنای پاسخ به این سوالات، گزارش تحقیق (میدانی) در سطح ملی است که از ۱۰۰۲ جوان ساکن ایران، با سنی مابین ۱۶-۲۵ سال توسط نظر سنجی به دست آمده است. این بررسی از طریق تلفن صورت گرفت و نمایانگر سطح ملی بود. به همین نحو سعی بر این بود که نمونه آماری ما استاندارد باشد پس از جوانان ایرانی با جنسیت مختلف، شهرنشین یا روستایی، سن مختلف، سطح سواد متفاوت، نواحی مختلف، سطح مالی مختلف، با عقاید سیاسی و اجتماعی مختلف نظر سنجی شد. (۳)

برخی از یافته‌های این تحقیق ممکن است غافلگیر کننده به نظر برسد حال آنکه برخی دیگر از این یافته‌ها، دستاوردهای تحقیقات انجام شده در گذشته را که تصورات و رویکردهای جامعه عمومی ایران را بررسی نموده بودند تایید می‌کند.

به هر حال هرچند، توجه به پیشینه پژوهشی مهم است، اما اکثر نتایج به دست آمده در این تحقیق با نتایج حاصل از بررسی‌های قبلی کاملاً تطبیق نمی‌کند. چرا که صورت بندی سوالات، نمونه مورد آزمایش و زمان آزمایش متفاوت بوده است.

ما امیدواریم که نظرات به اشتراک گذاشته شده در این گزارش، برای آگاهانه کردن استراتژی‌های توسعه و سیاست‌گذاری که خواهان رابطه نزدیک با جوانان هستند مفید و کارآمد باشد. به علاوه ما امیدواریم که این بررسی با بیان نیمه پنهان خصوصیات نسل جدید ایرانیان که تا کنون بیان نشده است (و چون داستانی نیمه گفته شده، می‌ماند) - به ایجاد تصویری کامل‌تر از از جوانان ایرانی کمک کند.

محافظه کاران افراطی

سنتی ترین، کم سواد ترین و گروهی که بیشتر از همه محتمل است که از حکومت موجود حمایت می کند.

گرایش های سیاسی و اجتماعی

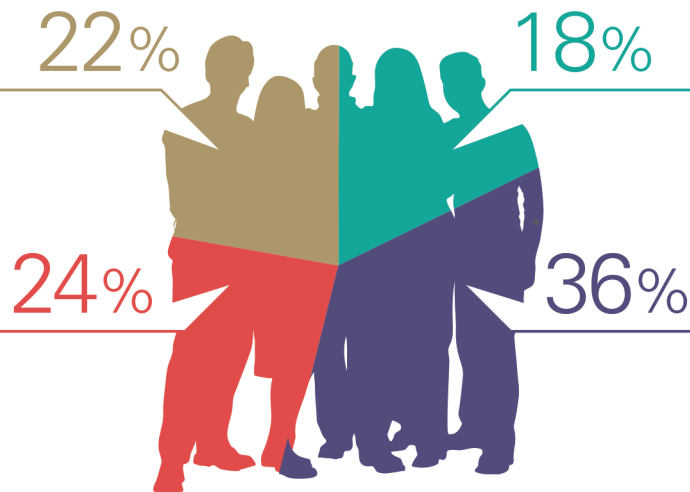
- اعتماد قوی و فراوان به نهادهای حکومتی
- اعتقاد به اینکه حقوق بشر در ایران مورد حمایت است

محافظه کاران

دومین گروه از لحاظ جایگاه و سنت گرایي و هم رنگ با جماعت

گرایش های سیاسی و اجتماعی

- اعتماد قوی و فراوان به نهادهای حکومتی
- اعتقاد به اینکه حقوق بشر در ایران مورد حمایت است



غیرسنت گرایان

دارای بالاترین سطح تحصیلات لیبرال ترین و روشن فکر ترین گروه نسبت به تغییر.

گرایش های سیاسی و اجتماعی

- کمترین اعتماد نسبت به نهادهای حکومتی
- بیشتر از همه معتقدند که ایران در شرایط فقدان حمایت از حقوق بشر قرار دارد.

معتدلان

گروه میانی در ارزش های شخصی و اعتقادات

گرایش های سیاسی و اجتماعی

- اعتمادی متوسط به نهادهای حکومتی
- درک معتدل از حقوق بشر در ایران

ارزش های شخصی

تقسیم جوانان بر این اساس که معتقدند موفقیت در زندگی وابسته است به:

میزان بالایی از هم رنگی با جماعت

احترام گذاشتن به آداب و سنن



خیلی بالا 98%
خیلی بالا 98%
خیلی بالا 98%
نسبتاً زیاد 75%



خیلی بالا 86%
خیلی بالا 82%
خیلی بالا 80%
کم 34%



هوش 94%
81%
91%
49%
مهارت 94%
85% (درونی)
91%
42%



پول داشتن 57%
28%
88%
79%
پارتنری 9%
روابط خصوصی 4%
83% و درونی)
75%



سخت کوشی 80%
84%
79%
28%



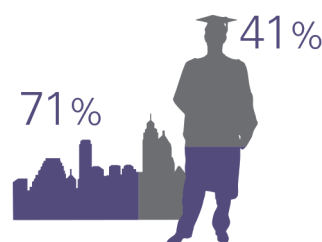
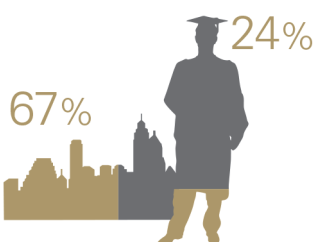
مشیت الهی 95%
96%
96%
68%

نکته: هم رنگی با جماعت در میان آنهایی که بزرگترها بر ایشان خیلی مهم هستند درصد بیشتری دارد. احترام گذاشتن به آداب و سنن در میان آنان که از آداب مذهبی پیروی می کنند درصد بیشتری دارد.

ویژگی های جمعیتی

زندگی در مناطق شهری

تحصیلات عالی تر داشتن



تأثیرات خانواده

یافته کلیدی ۲

خانواده به عنوان نهاد اصلی اجتماع باقی مانده است و تأثیری فراوان و قابل توجه در نگرش و رفتار جوانان ایرانی دارد. در ایران خانواده به عنوان پایه و مبنای ساختارهای اجتماعی مطرح شده است، و نقشی بسیار برجسته در میان نهادهای اجتماعی دارد. خانواده ها در اکثر جنبه های زندگی جوانان ایرانی دخالت دارند، از هدایت کردن در مسیر تحصیل تا انتخاب رشته و حتی تا انتخاب شریک زندگی. به علاوه، خانواده به معنای سنتی آن پیش از آغاز زندگی شخصی به میان می آید و روابط خانوادگی بر همه ی روابط اجتماعی دیگر در اولویت قرار می گیرد. در بررسی جوامع جوانان، اهمیت خانواده به روش های گوناگون به نمایش گذاشته شده است.

اعتماد به خانواده به عنوان هسته اصلی منبع اطلاعاتی:

خانواده در میان ایرانیان جوان نه تنها به عنوان یکی از منابع اطلاعاتی اصلی و منابع اخبار جاری به حساب می آید، بلکه خانواده همچنین می تواند یکی از آن مواردی باشد که جوانان بیشترین اعتماد را در تفکر و نگرش نسبت به آنها دارند. (نگاره ۲ را ببینید)

تأثیر خانواده در مشارکت در فعالیت های سیاسی:

در میان همه ی منابع تأثیر، جوانان ایرانی ابراز کردند که خانواده بیشترین تأثیر را بر فعالیت های سیاسی و اجتماعی آنان داشته است (نگاره ۲ را ببینید). تأثیر والدین (پدر و مادر) بر مشارکت سیاسی فرزندان در میان دخترها بیشتر از پسران است، و از دیگر سوی این تأثیر نسبت به سن رابطه ی عکس دارد و هرچه سن بیشتر شود فرزندان کمتر مایل هستند که والدین بر گرایشاتشان در زندگی نظارت و تأثیر داشته باشند.

انتخاب اولویت های زندگی

در این بررسی، بیش از ثلث جوانان در ایران، خانواده را به عنوان یکی از دو اولویت اصلی زندگی شان انتخاب کرده اند. (نگاره ۳ را ببینید) در حالی که به نظر می رسد اولویت دادن به خانواده در میان جوانانی که محافظه کاری بیشتری دارند کمی قوی تر است، حتی اکثریت گروه لیبرال - غیر سنت گرا - نیز میل دارند که خانواده را یکی از دو اولیوی به حساب بیاورند که در زندگی آنها بیش از همه مهم هستند.



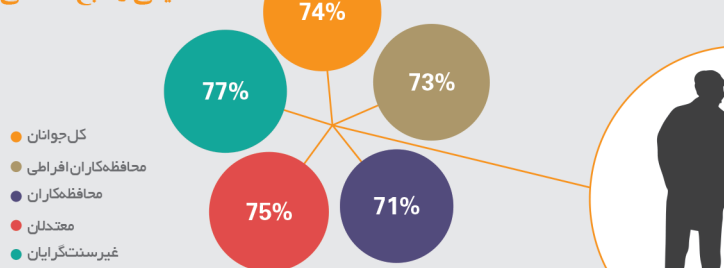
۷

اولویت های جوانان ایرانی

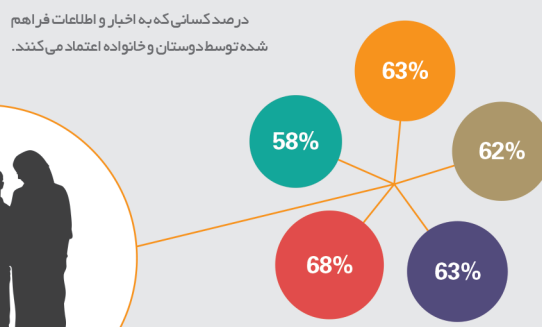
نگاره ۲

تأثیر خانواده

خانواده به عنوان یکی از منابع اطلاعاتی

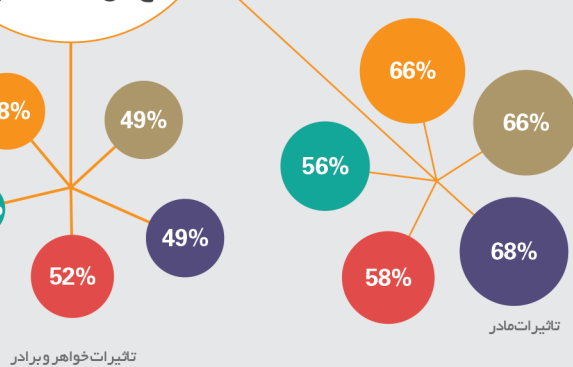
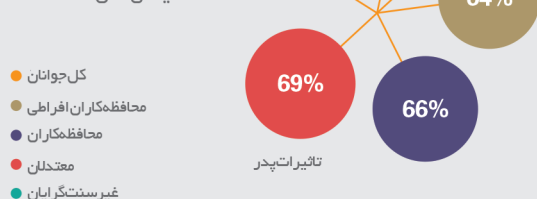


درصد کسانی که به اخبار و اطلاعات فراهم شده توسط دوستان و خانواده اعتماد می کنند.



خانواده به عنوان منبع تأثیر

درصد کسانی که بیان داشته اند که عضویت آنها در یک خانواده ی خاص تأثیر قوی بر ملاحظات سیاسی شان داشته است



تأثیرات خواهر و برادر

تأثیرات پدر

نقش مرکزی مذهب

یافته کلیدی ۳:

مذهب نقشی مرکزی را در زندگی جوانان ایرانی ایفا می کند. این نقش (و میزان فراوان آن) در اظهارات جوانانی که اعتقاد دارند که پیروی از اعمال مذهبی مهم و تعیین کننده است، و مسائل مذهبی تأثیری مهم بر وضع زندگی شان دارد؛ منعکس شده است.

مذهب دومین معیار مهم برای پاسخ دهندگان ما بود که تأثیری عظیم بر خود شناسی و جهان بینی و ایدئولوژی (باید و نباید های) آنها داشت.

بعضی نویسندگان بیان داشته اند که تأثیر اسلام در سه دهه گذشته رو به کاهش بوده است و اشاره کرده اند که، در حالی که اکثریت قریب به اتفاق ایرانی ها خود را مسلمان می دانند اما بسیاری از آنها اعمال مذهبی که برای مسلمانان بسیار مهم است - مثل نماز - را به جای نمی آورند.

برای مثال رکسانه ورزی در کتابش با عنوان «جنگ ارواح: جوانان، رسانه و شهادت در ایران بعد از انقلاب» نوشته است که: ۷۵ درصد از جامعه عمومی و همین طور ۹۰ درصد از بچه مدرسه ای ها نماز نمی خوانند. از دیگر سوی یک بررسی ملی در سال ۲۰۰۹ نشان داد که ۴۷ درصد از مردم ایران به طور منظم و هفتگی در مسجد حضور پیدا می کنند.

هر چند ممکن است تأثیر مذهب در ایران رو به کاهش باشد و درصد مسلمانانی که به اعمال مذهبی خود پایبندند در ایران در حال سقوط باشد، بررسی جوامع جوانان نشان می دهد که حداقل برای زمان حال، پیروی از مذهب نقشی مهم و اساسی را در زندگی بیشتر جوانان ایرانی ایفا می کند.

این مسئله چنین به تصویر کشیده شده است که درصد بالایی (۹۳ درصد) از جوانان ۱۶ تا ۲۵ ساله خود را به عنوان مسلمان معرفی کرده اند. همچنین این مساله خود را در اکثریت فراوانی که پیروی از آداب مذهبی برایشان خیلی مهم است و اعتقاد دارند که مشیت الهی نقشی اساسی در موفقیت آنها در زندگی دارد نشان داده است. این مطالب برای ۳ گروه از چهار گروه از جوانان یعنی گروه معتدلان، محافظه کاران و محافظه کاران افراطی که روی هم رفته ۸۲ درصد از جوانان را تشکیل می دهند صدق می کند. (نگاره ۱ را ببینید)

از این گذشته این سه گروه اعتماد کامل و فراوانی به رهبران دینی برای جهت گیری ها و مشارکت های سیاسی شخصی خود دارند. به طور مثال ۳۹ درصد از همه محافظه کاران افراطی و ۳۶ درصد از محافظه کاران و ۲۹ درصد از گروه معتدلان اظهار داشتند که رهبران مذهبی تأثیر فراوان و مهمی در جهت گیری ها و مشارکت های سیاسی آنان دارد.

تنها گروه غیر سنتی ها (لیبرال ها) از این قاعده پیروی نمی کنند. آنها گرایش دارند که کمتر در مقابل آداب و سنن مذهبی تسلیم باشند و معتقدند که موفقیت در زندگی بیشتر تابع روابط شخصی و ثروت است تا مشیت الهی.

قسمتی از غیر سنت گراها که تمایلات لیبرالی بیشتری دارند، سعی بر به جلو راندن مرزهای رفتاری و به چالش کشیدن احکام خشک اسلامی دارند. تعداد زیادی از اظهارات این افراد اصلاح طلب،

هوشمندانه است، و نشان دهنده ی سبک پوشش و موسیقی و فیلم مورد استفاده و همچنین روابط اجتماعی در بین خودشان است. برای مثال چندین رسانه گروهی گزارش دادند که تعداد زیادی از دختران ایرانی لباس های مدرن و سبک غربی می پوشند و روسری هایشان را برای به نمایش گذاشتن بیشتر موهای خود عقبتر می کشند. زوج های جوان در اجتماع دست هم را می گیرند و جوانان به موسیقی های غربی گوش فرا می دهند و مجالس شبانه (پارتی) تشکیل می دهند. (۴) همه ی این اعمال تخطی کردن از احکام اسلامی است.

شواهد داستان گونه اشاره دارند که این انحرافات از آداب و سنن اجتماعی در بین جوانان در ایران رو به شیوع بیشتر گذاشته است. با این حال، این تغییرات لزوماً نباید به این معنا که جوانان در ایران مادی و بی دین شده اند تفسیر شود (جوانانی که حتی ۸۶ درصد از گروه غیرسنت گراهای آن ها هم خود را مسلمان اعلام کرده اند)، این گونه تغییرات را ترجیحاً می توان این گونه معنا کرد که جوانان مایلند که در همین چارچوب فرهنگی موجود، آزادی اجتماعی و توان زندگی لیبرالی بیشتر و آزادی بیان داشته باشند.

اولویت های زندگی و نگرانی های برای آینده

در این بخش تصویری کلی از مسائلی که در زندگی جوانان دارای اهمیت و اولویت است و همین طور نگرانی های اصلی و کلیدی آنها در باب آینده خود و کشورشان به تصویر کشیده شده است.

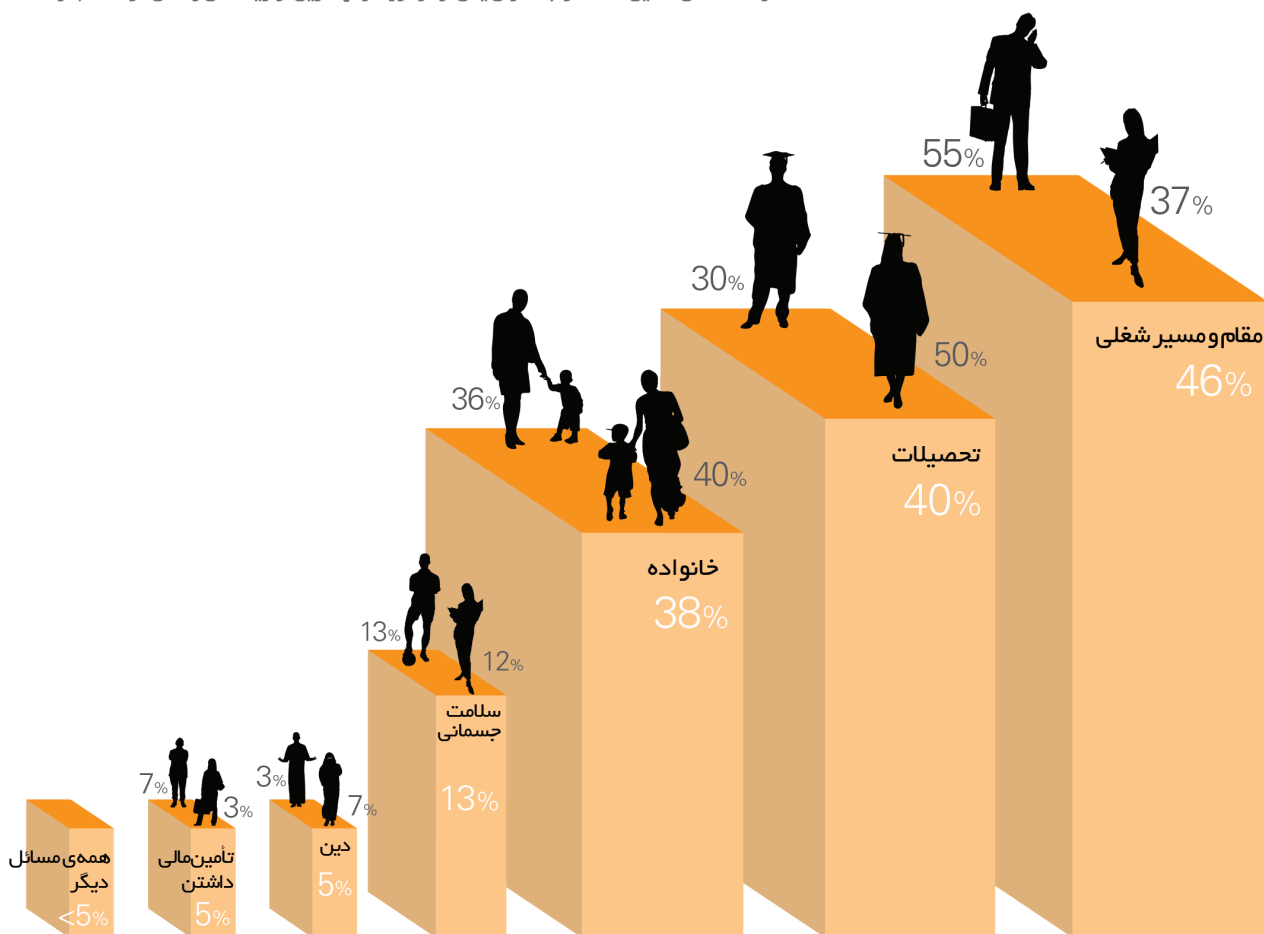
یافته کلیدی ۴

نگرانی برای شغل، آینده شغلی و همین طور کلیت مسائل زندگی، اولویت های اصلی و کلیدی برای جوانان ایرانی است. از بسیاری جهات، نگرانی ها و ترجیحات زندگی جوانان در ایران، تفاوت چندانی با همپایانشان در غرب ندارد. (۵) نگرانی های اصلی همه ی گروه های چهار گانه جوانان ایرانی بر تحصیلات، پیدا کردن شغل پس از اتمام تحصیل و به دست آوردن توانایی توان تامین خانواده متمرکز شده است. به عبارت دیگر نگرانی های آنها در مسائلی که تأثیر فراوان در زندگی روزانه و معاش آنها دارد بیشتر است، (مسائلی از قبیل: تحصیلات، آینده شغلی و آینده مالی).

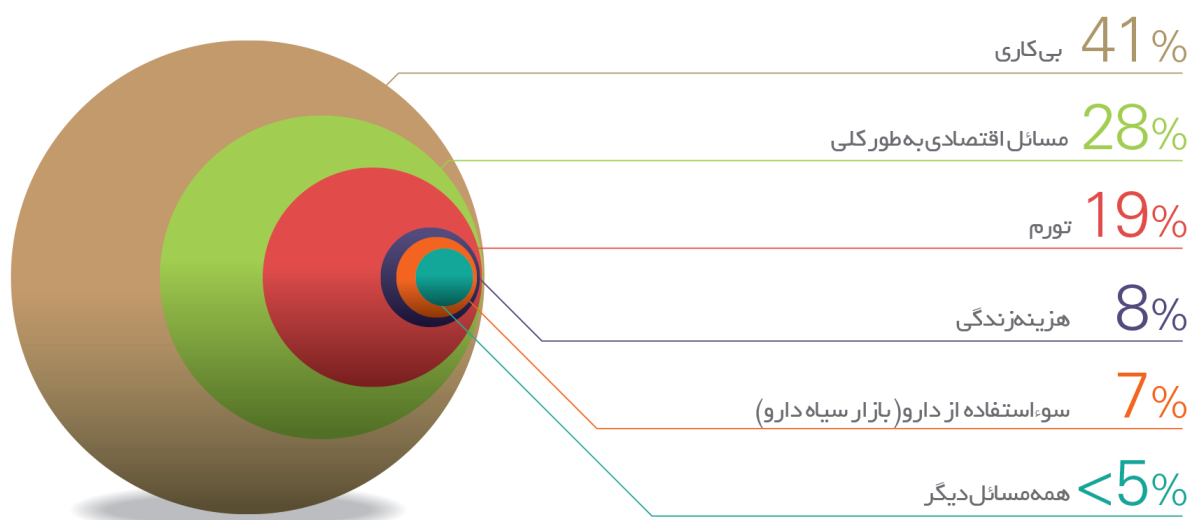
اهمیت مسائل زندگی در زندگی خصوصی جوانان وقتی بیشتر می شود که دوران تحصیل آنها تمام می شود. برای مثال، درحالی که فقط ۳۵ درصد از جوانان مابین ۱۶-۱۸ سال اظهار کرده اند که آینده شغلی یکی از دو مورد از مهمترین اولویت های آنهاست، این میزان در بین جوانان بین ۱۹-۲۱ سال به ۴۸ درصد و در میان جوانان بین ۲۲-۲۵ سال به ۵۱ درصد افزایش می یابد.

به طور مشابه، جوانان با سن بالاتر نسبت به جوانان کم سن و سال تر، بسیار بیشتر محتمل است که از مسائل اقتصادی جاری که اثرات آن زندگی آنها را به چالش کشانده است با خبر باشند؛ از این قرار که ۴۷ درصد از همه ی ۲۲-۲۵ ساله ها، در مقایسه با ۳۸ درصد از ۱۹-۲۱ ساله ها و ۳۱ درصد از ۱۶-۱۸ ساله ها، اظهار کرده اند که بیکاری یکی از چالش های مبرم زندگی آنهاست.

درصد کسانی که این مسئله را به عنوان یکی از دو مورد از مهمترین اولویت های زندگی خود اعلام کرده اند.



درصد کسانی که این مسئله را به عنوان یکی از دو مورد از مهمترین چالش های فعلی ایران نام برده اند



تأثیر جنسیت بر آرزوهای زندگی

یافته‌کلیدی ۵

اولویت‌های مردان و زنان جوان بعد از دوران دبیرستان با هم متفاوت است: مردان بیشتر بر شغل و آینده شغلی متمرکزند، و زنان بیشتر علاقه‌ی شان بر تحصیلات و خانواده متمرکز است. بعد از دوران مدرسه، اولویت‌های زندگی مردان و زنان جوان تفاوت پیدا می‌کند، بعد از ۱۸ سال مردان به طور فزاینده در مورد شغل و حرفه نگران می‌شوند در حالی که زنان بیشتر بر خانواده متمرکز می‌کنند. همچنین تا چند سالی بیش از مردان - تا حدود سن ۲۱ سال - به توجه خود به تحصیلات ادامه می‌دهند (در حالی که گرایش به تحصیلات در میان مردان پس از ۱۸ سال سقوط می‌کند).

این تفاوت در اولویت‌های زندگی در بخش بزرگی از مردان و زنان جوان از نقش مهمی که جنسیت در اعتقادات و آداب و رسوم دارد نشأت گرفته است، که به همین نحو این مسائل در سبک زندگی مردان و زنان پس از دبیرستان تأثیر گذاشته است. بسیاری از مردان ایرانی بعد از دبیرستان به جای حضور در دانشگاه گذراندن خدمت سربازی را انتخاب می‌کنند (۶) و یا گاهی بعد از دانشگاه، در حالی که زنان جوان ادامه دادن تحصیلات را - به عنوان راهی برای ترک خانه، به تأخیر انداختن ازدواج، و یا بدست آوردن آزادی و استقلال بیشتر - انتخاب می‌کنند. (۷)

اولویت‌های زندگی جوانان همچنین منعکس‌کننده چالش‌های کشورشان است.

چالش‌های اصلی زندگی جوانان همچنین دقیقاً منعکس‌کننده‌ی درک جوانان از چالش‌های اصلی کشورشان، یعنی نرخ بالای بیکاری، افزایش تورم و به طور کلی مشکلات اقتصادی است. از دیگر سوی به نظر نمی‌رسد مسائل سیاسی که رسانه‌های غربی بر پوشش دادن آنها تمرکز دارند مانند ظرفیت هسته‌ای ایران، یا ثبات سیاسی کشور در مرکز توجه ذهنی آنان قرار داشته باشد. این مطلب حتی در مورد گروه غیر سنت‌گرا که بیش از همه از وضعیت جاری کشور دوری می‌گزینند و بی‌اعتمادترین افراد نسبت به حاکمان ایران هستند نیز درست است. (۸)

مهاجرت از ایران

یافته‌کلیدی ۶

حدود یک سوم جوانان ایرانی اظهار داشتند که اگر فرصتی به دست بیاورند مایل به ترک ایران هستند. به هر حال چالش‌های اقتصادی روزافزون جوانان را به جست‌وجوی به دنبال زندگی بهتر در خارج از ایران هدایت می‌کند. (۹)

در «مطالعه جوامع جوان»، یک سوم از ۱۶-۲۵ ساله‌ها گفتند که در صورت به دست آوردن فرصت مایل به ترک کشور هستند.

این میل به ترک میهن در میان بهترین تحصیل کرده‌ها بسیار بیش‌تر است؛ که نشان‌دهنده استمرار روند فرار مغز هاست (که در گزارش صندوق بین‌المللی پول IMF در سال ۲۰۰۶ ارائه شد که ایران بیشترین میزان فرار مغزها را در جهان دارد).

در حالی که برای بیشتر مردم دلیل اولیه برای ترک ایران احتمالاً مسائل اقتصادی است، اما به هر حال تفسیر اطلاعاتی که نشان می‌دهد عواملی (سیاسی - اجتماعی) از قبیل بی‌اعتمادی به حکومت، یا میزان حقوق بشر و آزادی بیان نیز در این میل به ترک کشور سهمیم بوده‌اند نیز مهم است. به عبارت دیگر، جوانانی که اعتماد کمتری به حکومت دارند و فکر می‌کنند که حقوق بشر و آزادی بیان در این کشور مورد تهدید واقع شده است، به احتمال بیشتری می‌خواهند که ایران را ترک کنند. تمایل به ترک کشور در گروه غیر سنت‌گرا که از حکومت سرخورده هستند و شرایط حاکم را خوش نمی‌دارند بیش از همه است و این تمایل در میان دو گروه محافظه‌کار از همه کمتر است. (به نگاره‌های ۵ و ۶ مراجعه کنید).

نگرش‌های سیاسی و اجتماعی

این بخش بر احساسات و نظرات جوانان بر مسائل مختلف سیاسی و اجتماعی متمرکز است. نمای کلی نگرش آنها (نسبت به مسائلی از قبیل کارآمدی سیاسی، حقوق بشر، آزادی بیان و اعتماد آنها نسبت به سازمان‌های حکومتی گوناگون و نگرش جوانان نسبت به نیاز ایران به تغییر) در این فصل مطرح شده است. جوانان ایرانی گرایش‌ات متضاد و متناقضی را در مسائل سیاسی و اجتماعی اظهار کردند، از کسانی که به شدت از حاکمان ایران حمایت می‌کردند و به دولت اعتماد داشتند، و اعتقاد داشتند که ایران نیازی به تغییر ندارد گرفته؛ تا کسانی که بسیار متضاد با آنها بودند.

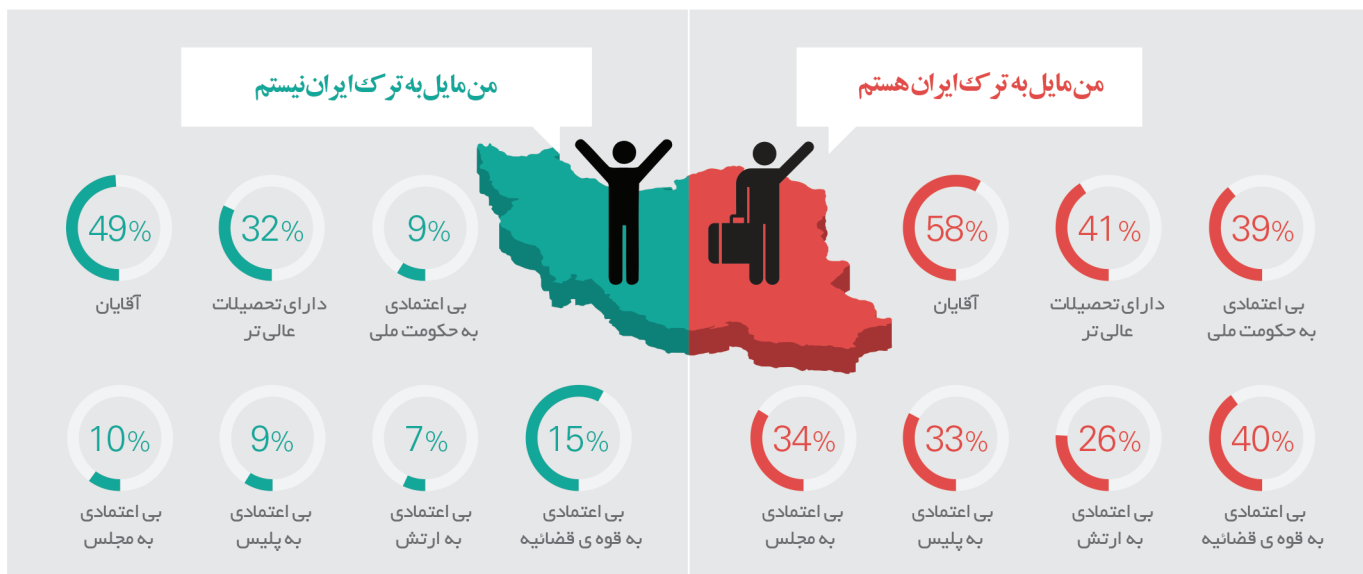
این تفاوت در گرایش‌ات سیاسی و اجتماعی قویاً ریشه در تنافر در ارزش‌های شخصی در بین جوانان دارد، و به همین دلیل با دسته‌بندی چهارگانه‌ای که در ابتدای این گزارش ذکر شد هماهنگی دارد. به نظر می‌رسد که شاخص‌های جمعیت‌شناختی کم‌اهمیت‌ترند، اما واضح است که تحصیلات تأثیری معنا دار بر عقاید سیاسی و اجتماعی دارد. قشر جوان با تحصیلات عالی‌تر، به احتمال بیشتر نقشی انتقادی در مواجهه با دولت ایفا می‌کند، این انتقادات از مطالبه آزادی بیان و حقوق بشر گرفته تا میزان مشارکت جوانان در تصمیم‌گیری‌های کشور را در بر می‌گیرد.

حقوق بشر

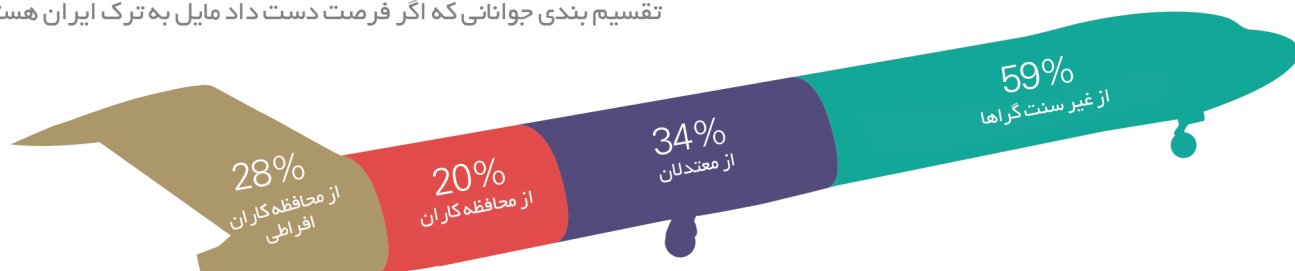
یافته‌کلیدی ۷

اکثریت ایرانیان اظهار داشتند که حقوق بشر در ایران رعایت می‌شود: تنها لیبرال‌ترین گروه بود که احساس می‌کرد که حقوق بشر به اندازه کافی در ایران رعایت نمی‌شود.

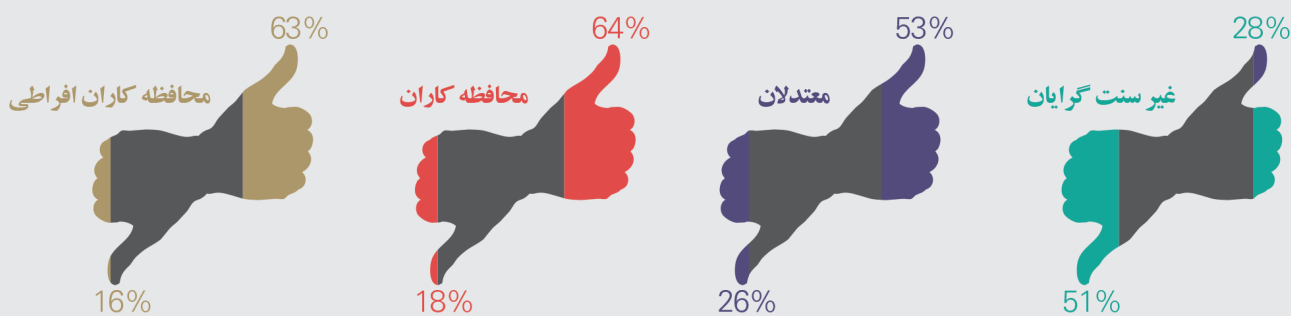
چندین سازمان بین‌المللی اشاره داشتند که حقوق بشر پس از به ریاست جمهوری رسیدن آقای احمدی‌نژاد و علی‌الخصوص پس از سرکوب اعتراضات ضدحکومت، وضعیتی بسیار وخیم‌تر پیدا



تقسیم بندی جوانانی که اگر فرصت دست داد مایل به ترک ایران هستند



در صد افرادی که با این عبارت موافق یا مخالف بوده اند: حقوق بشر در ایران مورد حمایت قرار دارد.



لطفاً توجه کنید: دیگر گزینه های موجود برای پاسخ، تامل در این موارد بوده اند: نه موافق و نه مخالف (ممتنع)، نمیدانم، پاسخ نمی دهم و در صد کسانی که نمی دانم و پاسخ نمیدهم را انتخاب کردند ۲۸ درصد بودند.

موافق مخالف

کرده است. به عنوان مثال گزارشگر ویژه سازمان ملل متحد در سال ۲۰۱۱ از افزایش هشدار دهنده اجرای حکم اعدام از زیر ۱۰۰ نفر در سال ۲۰۰۵ به ۶۷۰ نفر در سال ۲۰۱۱ خبر داد. همچنین سازمان‌های دیگری مانند «ناظر حقوق بشر» گزارش دادند که توجه و نظارت دولت بر فعالیت‌های جامعه مدنی، فعالان حقوق بشر، دانش‌جویان و روزنامه‌نگاران بیشتر شده است. از دیگر سویی، به نظر می‌رسد که ایرانیان جوان، در مورد این موضوعات دچار دسته‌بندی هستند.

به نظر می‌رسد که ناامیدی به همراه احساس فقدان حمایت از حقوق بشر، در میان لیبرال‌ترین جوانان ایران «غیر سنت‌گرا» متمرکز شده است که فقط یک چهارم از آنها فکر می‌کردند که حقوق بشر در ایران به حد مطلوب مورد حمایت قرار می‌گیرد. در مقابل، بیش از نیمی از گروه میانه‌رو که معتدل نام‌گذاری شدند، و همین‌طور دو سوم از سنت‌گراها و سنت‌گرایان افراطی اظهار داشتند که نگرانی بسیار اندکی در مورد تخطی از حقوق بشر (در ایران) دارند. (نگاره ۷ را ببینید)

به علاوه، هر چند میزانی از این اختلاف از عقاید مختلف نشأت می‌گیرد، اما بخشی از آن نیز از تفاوت در فهم معنی حقوق بشر ناشی می‌شود. اگر چه در این بررسی از همه‌ی پاسخ‌دهندگان سوالات دقیقاً مشابهی پرسیده شد اما فهم آنها از محتوای حقوق بشر و این که این کلمه چه وقت مفهوم می‌یابد در میان گروه‌های مختلف متفاوت بود. این تفاوت در فهم احتمالاً ریشه در تفاوت‌های موجود در عقبه تحصیلی و همین‌طور اختلاف در اولویت‌بندی ارزش‌ها داشته است.

آزادی بیان

یافته کلیدی ۸

حدود یک سوم از جوانان ایرانی اظهار داشتند که آزادی بیان در جامعه‌شان محدود و در مضیقه است و آنها احساس می‌کنند که نمی‌توانند عقایدشان را در ملا عام و (آزادانه) در جامعه بیان کنند. همانند حقوق بشر، به طور کلی مساله آزادی بیان در ایران مدت‌ها برای موسسات جهانی نگران‌کننده بوده است. آزادی بیان و آزادی مطبوعات مخصوصاً بعد از انتخابات ریاست جمهوری (۸۸) کاهش یافت، که نتیجه آن این بود که اسم ایران به عنوان یکی از ۵ کشور اول از لحاظ کمترین میزان آزادی مطبوعات - در سال‌های ۲۰۱۱، ۲۰۱۰، ۲۰۰۹ - در فهرست این کشورها ثبت شود. در ابتدای سال ۲۰۱۲ سازمان عفو جهانی (Amnesty International) گزارش داد که سرکوب آزادی بیان انتخابات مجلس - مارس ۲۰۱۲ - بیشتر از هر وقتی شدت گرفته است. این سازمان به موجهی از

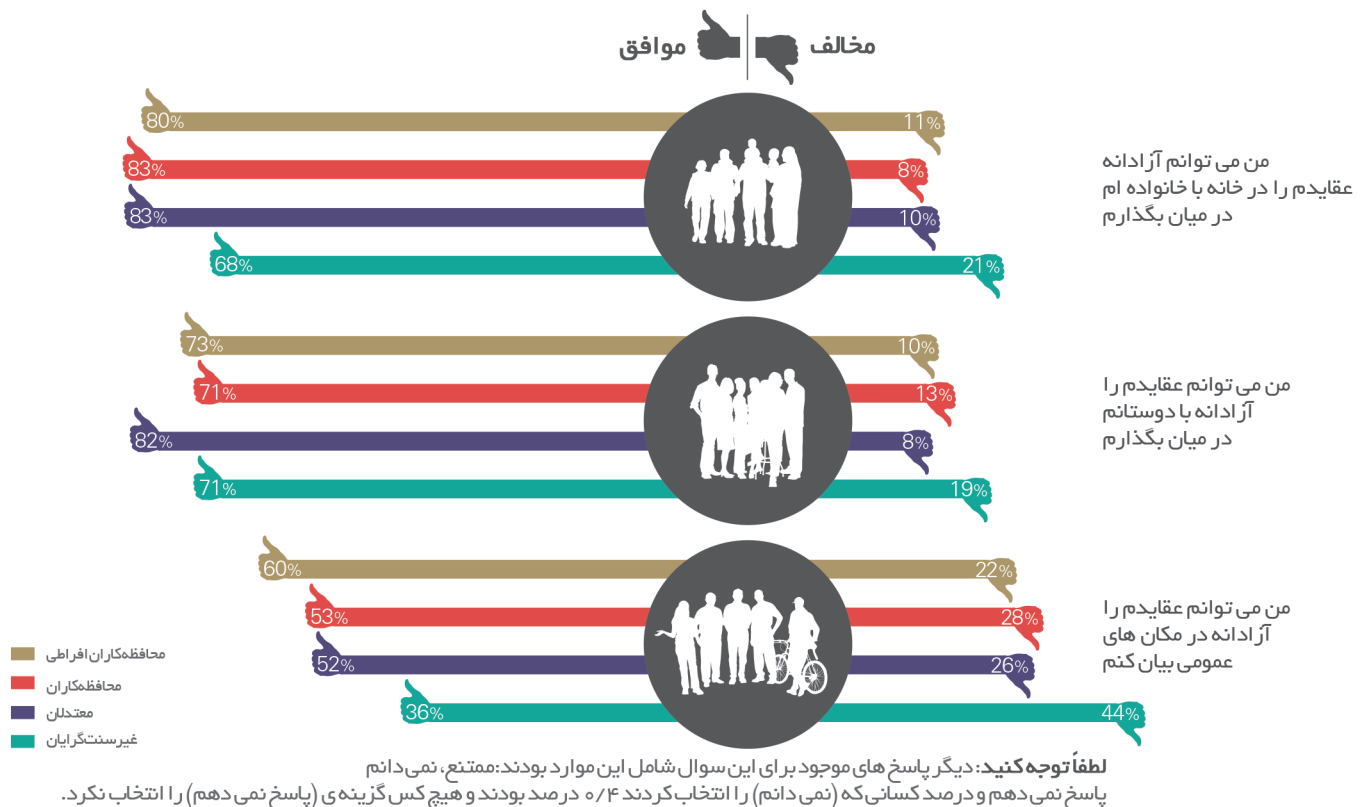
دستگیری حقوق‌دانان، دانشجویان، روزنامه‌نگاران، فعالان سیاسی و نزدیکانشان، همانند اقلیت‌های مذهبی و قومی، سینماگران و افرادی که دارای روابط خارجی بودند خصوصاً در میان رسانه‌ها اشاره می‌کند. (۱۰)

به طور کلی در این مساله نیز مانند مساله حقوق بشر دیدگاه‌های متعارضی میان جوانان ایرانی وجود دارد.

اولاً، «بررسی جوامع جوان» نشان داد که وقتی که مسئله آزادی بیان پیش می‌آید بیشتر جوانان تفکیکی کامل بین حیطه شخصی و حیطه عمومی - محیط خانواده و یا گروه‌های دوستی صمیمی - قائل هستند و این مطلب یک عامل اساسی برای بیان کردن عقایدشان است.

ثانیاً، از دیگر سویی، یک سوم از جوانان ایرانی (به صورت دقیق تر ۲۹ درصد از کل)، احساس می‌کنند که توانایی آنها در بیان نظراتشان در اجتماع محبوس شده و از میان رفته است. این مطلب مخصوصاً برای گروه غیر سنت‌گرا صدق می‌کند که بیش از نیمی از آنها احساس می‌کنند که نمی‌توانند عقایدشان را آزادانه در اجتماع بیان کنند (نگاره ۸ را ببینید). این مطلب تعجب‌آور نیست چرا که گروه غیر سنت‌گرا به احتمال بیشتر همانهایی هستند که با نگرش‌ها و بیان نظراتشان مسئولین حکومتی را به چالش می‌کشند. در این بررسی، درجه بالایی از نارضایتی از حکومت در بین این گروه از جوانان مشاهده شد، که از دلایل مختلفی نشأت می‌گرفت؛ به عنوان مثال عده‌ی زیادی به خاطر بی‌اعتمادی به نهادهای دولتی، و این عقیده جدی که دولت نماینده‌ی انتخاب (رای) آنها نیست، و عدم اطمینان به سودمندی سیاست‌های کشورشان، از حکومت ناراضی بودند.

تعداد زیادی از ایرانیان جوان که احساس می‌کردند که آزادی بیان آنها در مضیقه است به فضای مجازی روی آوردند. با وجود نظارت و سانسور فزاینده حکومت، وبلاگ‌ها و شبکه‌های اجتماعی نسبت به جهان واقعی - هنوز می‌توانند گمنامی بیشتری را برای کاربران‌شان فراهم کنند و تریبونی را برای جوانان فراهم آورند که (عقاید و احساسات) خودشان را آزادانه تر بیان کنند. در نتیجه، تعداد بیشتری از جوانان احساس می‌کنند که حق آزادی بیان آنها محدود شده است، برای همین احتمال بیشتری دارد که از شبکه‌های آنلاین برای اعمال حق آزادی بیان خود استفاده کنند. همچنین این مسئله ممکن است، یکی از دلایل استفاده بیشتر گروه غیر سنت‌گرا - کسانی که بیشترین از همه معتقد به کمبود آزادی بیان هستند - از شبکه‌های اجتماعی و بلاگ‌ها و به طور کلی از اینترنت باشد.



اعتماد به رژیم

یافته کلیدی ۹

نهادهای سیاسی از میزان بالایی از اعتماد در بین جوانان ایرانی (مگر گروه جوانان لیبرال)، برخوردارند. این گروه لیبرال همچنین کمتر از همه دولت فعلی را نماینده خود می دانند و همین طور کمترین اعتماد را نسبت به سودمندی سیاست های آن دارند. در سال ۲۰۰۸، موسسه افکار عمومی جهان (World Public Opinion)، یک بررسی در مورد جامعه عمومی ایرانیان انجام داد که نتایج آن نشان دهنده ی این موارد بود: «محافظه کاران و عناصر میانه روی کل جمعیت ایران، حمایتی سرسختانه از دولت ملی خود دارند، و از سوی میزان فراوانی از بدبینی نسبت به حکومت از جانب اصلاح طلبان وجود دارد». بررسی بعدی در سال ۲۰۰۹ تصویر مشابهی را به نمایش گذاشت، که مشخص می ساخت که سرکوب جنبش سبز در سال ۲۰۰۹ اثر اندکی در مرعوب ساختن مخالفان رژیم داشته است و تغییراتی حداقلی در درصد کسانی که دائماً از حکومت خود ابراز نارضایتی می کنند ایجاد کرده است.

با وجود اختلافاتی در نمونه، زمان و بیان سوالات، توافق و هماهنگی جالب توجهی در نتایج به دست آمده از بررسی های موسسه افکار عمومی جهان (World Public Opinion) و بررسی جوامع جوان وجود داشت که نشان می دهد که افکار عمومی جوانان منعکس کننده ی نظرات جامعه ی عمومی در ۲۰۰۸ و ۲۰۰۹ است.

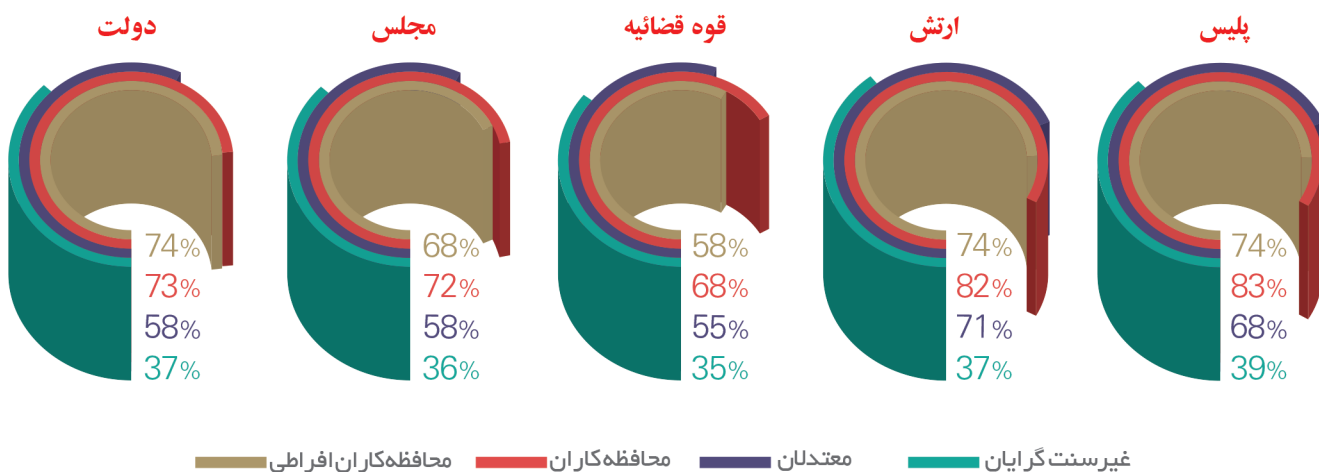
دو گروه از سنتی ترین جوانان که در این بررسی با نامهای محافظه کاران افراطی و محافظه کاران نامگذاری شده اند، میزان بسیار بالایی را از اعتماد نسبت به همه ی نهادهای سیاسی حکومت بیان کردند. این اعتماد در بین گروه میانه، کمی ملایم تر و متوسط تر بود؛ و در گروه غیر سنت گراها بسیار اندک بود (نگاره ۹ را ببینید) با این وجود حتی در بین دو گروه کاملاً محافظه کار، حمایت از حکومت یک نواخت نیست و تعداد زیادی از محافظه کاران نیز نسبت به رژیم ایران انتقاد دارند. به طور مثال تعداد زیادی از وبلاگهای متعلق به سنت گراها و محافظه کاران وجود دارد که اخیراً در آنها موضع گیری های منتقدانه ای نسبت به بعضی از اعمال برگزیدگان حکومت - مثلاً سو استفاده از قدرت سیاسی و سکوت طرف مقابل - گرفته شده است.

هنوز، روی هم رفته درجه بالایی از اعتماد نسبت به حکومت در میان ایرانیان جوان یافت می شود که شاید اگر با فکر باز مورد توجه قرار گیرد مخصوصاً با توجه به مسائل اقتصادی اخیر که وضعیت رژیم کنونی را بدتر کرده است، این میزان از اعتماد حیرت آور است. به هر حال بررسی اخیر که توسط ابراهیم محسنی از دانشگاه مری لند (Maryland) نشان داد که اکثریت ایرانیان عامل وضعیت اقتصادی بد فعلی را حکومت نمی دانند و حکومت را در این مورد مقصر نمی دانند بلکه عامل این وضعیت اقتصادی را تحریم های اقتصادی و مخالفان حکومت می دانند.

نگاره ۹

اعتماد به نهاد های حکومتی ایران

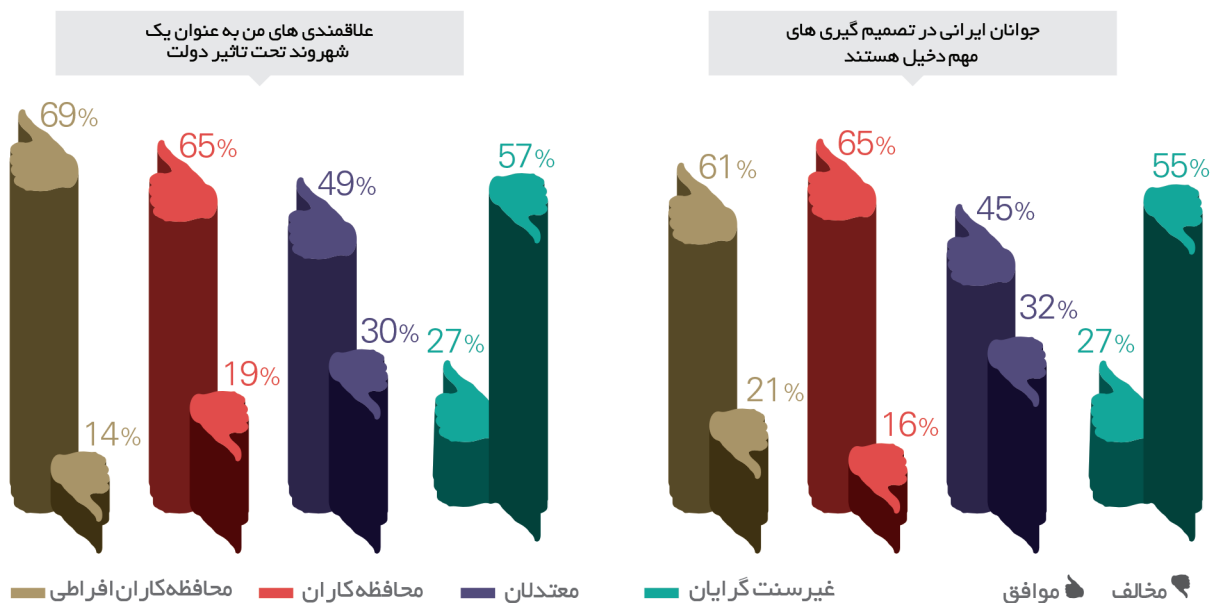
درصد کسانی که به هریک از این نهاد ها اعتماد داشتند



نگاره ۱۰

درجه تأثیر سیاست بر جوانان

در صد کسانی که با این عبارت موافق یا مخالف هستند



لطفاً توجه کنید: دیگر گزینه های موجود برای پاسخ موارد زیر بودند: ممتنع، نمی دانم پاسخ نمی دهم و تنها ۳ درصد برای هریک از این دو سوال گزینه ی (نمیدانم) یا (پاسخ نمی دهم) را انتخاب کردند.

تفکر دارد. حتی در میان محافظه‌کاران افراطی نیز - که بیش از همه سنت‌گرا و محافظه‌کار و پیرو اجتماع هستند - بیش از یک سوم از این عقیده حمایت می‌کنند (نگاره ۱۱ را ببینید) به هر حال، ماهیت و مسیر تغییری که جوانان بدان دعوت می‌کنند واضح نیست. داده‌های این بررسی اشاره دارد که روی هم رفته، جوانان برای تغییری می‌کوشند که اقتصاد ایران را بهبود بخشد، برای جوانان تحصیلات، شغل و آینده شغلی بهتری فراهم کند، و به طور کلی در بهبود دادن به زندگی آنها کمک کند. تغییرات با ماهیت سیاسی روی هم رفته کمترین اهمیت را دارند، اگرچه به نظر می‌رسد که بیش از همه گروه غیرسنت‌گراها بر چنین تغییراتی صحنه می‌گذارند.

سرانجام، همچنین کاملاً مشخص نیست که جوانان چه کسی را برای ایجاد چنین تغییراتی مسئول می‌بینند. درحالی که تعداد زیادی از کارشناسان بین‌المللی اشاره داشته‌اند که هیچ تغییری از داخل در ایران نیاز نیست، این یافته‌ها نشان داد که فقط اقلیتی از جوانان ایرانی (۴۲ درصد) برای زمان حال اعتقاد دارند که شهروندان یکی از کسانی هستند که قدرت فراهم کردن چنین تغییراتی را دارند.

اعتماد به دولت ایران و دیگر سازمانهای سیاسی، همچنین رابطه‌ی قوی با احساس جوانان در مورد مفید بودن و سودمندی سیاست‌های (اعمال شده‌ی حکومت) دارد. کسانی که به رژیم اعتماد دارند به احتمال زیاد دولت را نماینده‌ی خود می‌دانند و معتقدند که جوانان در شکل دادن آینده‌ی ایران سهیم هستند (نگاره ۱۰ را ببینید)

دگرگون ساختن ایران

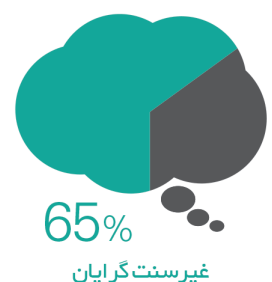
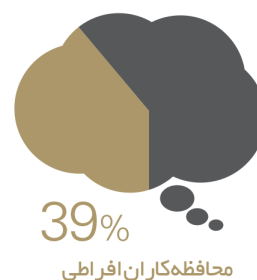
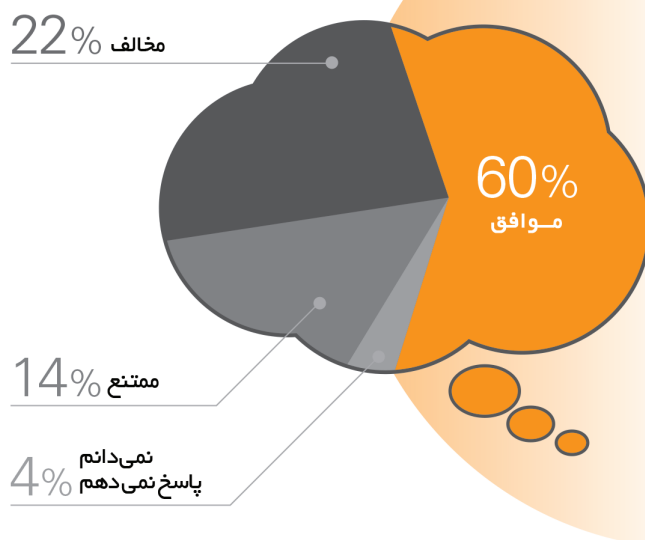
یافته‌کلیدی ۱۰

جوانان حمایت شدیدی از تغییر دادن تفکر در ایران را نشان دادند، اما تعداد کمی از آنان اعتقاد داشتند که حکومت مایل به همکاری با مردم در این تغییر باشد. قطع نظر از کسانی که معتقدند که (دیگرانی) مسئول وضعیت اسفناک اقتصادی ایران هستند، جوانان ایرانی باور دارند که این کشور برای تامین آینده خود نیاز به تغییر دارد. دو سوم از گروه غیرسنت‌گرایان و محافظه‌کاران و سه چهارم از گروه معتدلان موافقت کردند که ایران نیاز به اقتباس روشهای جدیدی از

نگاره ۱۱

آیا ایران برای تامین آینده‌اش نیاز به پذیرفتن روش تفکر جدیدی دارد؟

درصد افرادی که در هر یک از چهار گروه موافق هستند



در صد کسانی که با این عبارت موافق یا مخالف هستند



عادات رسانه‌ای و ارتباطاتی

در این قسمت در مورد الگوهای استفاده از رسانه‌ها توسط جوانان و اعتماد آنان به پایگاه‌های رسانه‌ای مختلف سنتی و جدید، بحث شده است.

الگوی های استفاده از رسانه‌ها

یافته کلیدی ۱۱

رسانه‌های سنتی به عنوان منبع اصلی اخبار و اطلاعات برای جوانان ایرانی باقی مانده است، اما اینترنت، بلاگها، و رسانه‌های اجتماعی نقش مهمی علی‌الخصوص برای لیبرال‌ترین گروه، ایفا می‌کنند. ایران یک جامعه تلویزیونی است، (به این معنا که) تقریباً همه ی خانواده‌های معمولی تلویزیون دارند و به صورت هفتگی تلویزیون تماشا می‌کنند، استفاده از رادیو اندک است و استفاده از تکنولوژی‌های جدید -مخصوصاً در میان جوانان- رو به افزایش گذاشته است. تلویزیون همچنین منبع اصلی اخبار و اطلاعات است، در حالی که رادیو و رسانه‌های جدید اصولاً برای تفریح، موزیک و ارتباطات اجتماعی (socialising) استفاده می‌شوند.

همانند گرایش‌های سیاسی و اجتماعی، الگوهای استفاده از رسانه‌ها برای اخبار و اطلاعات نیز در بین گروه‌های جوانان بسیار متفاوت است (نگاره ۱۳ را ببینید)

■ در ابتدا جوانان متعلق به گروه غیر سنت گرا ها، روی هم رفته بیش از همه از رسانه‌ها استفاده می‌کردند، آنها اخبار و اطلاعات را

از هر دوی رسانه‌های سنتی و جدید دریافت می‌کردند.

■ در ثانی، گروه غیر سنت گراها همچنین بیش از همه بر رسانه‌های جدید یعنی، بلاگها، شبکه‌های اجتماعی و اینترنت برای اخبار و اطلاعات متکی بودند. در حالی که بخشی از این مطلب به خاطر دسترسی خانگی بهتر این گروه به اینترنت است (۱۱)، این اطلاعات همچنین اشاره دارد که این استفاده بیشتر مرتبط با نبود آزادی بیان در فضای واقعی برای آنهاست.

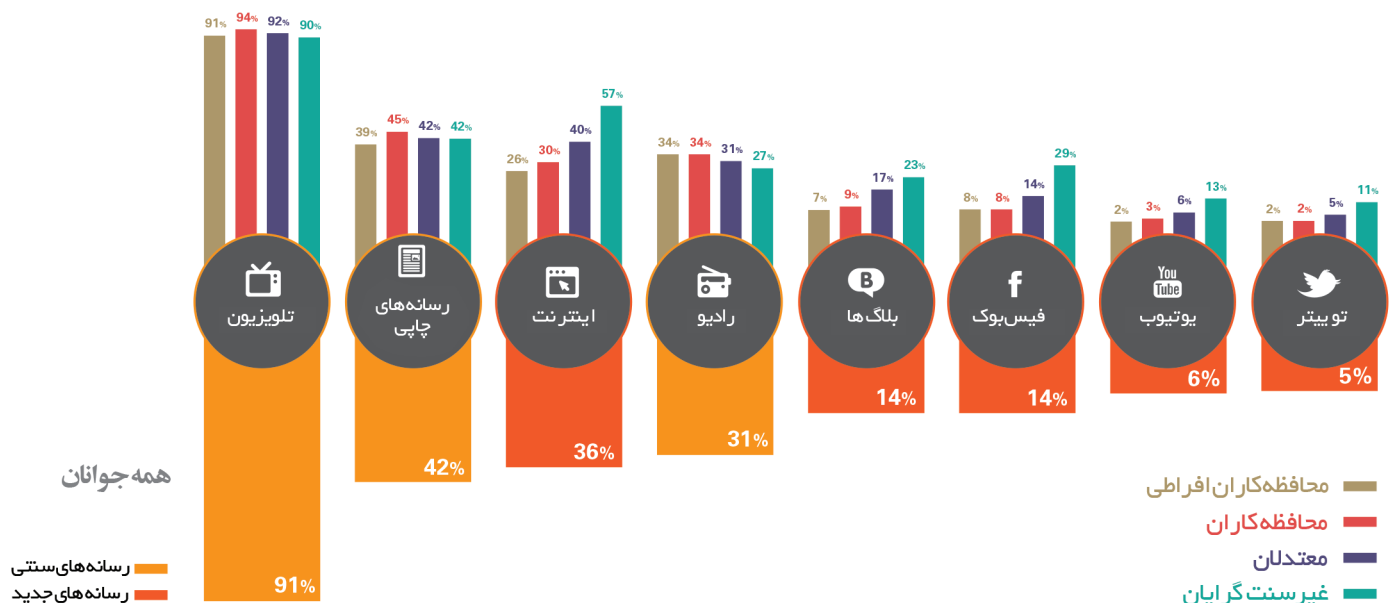
■ در ثالث، گروه معتدلان و مخصوصاً گروه‌های محافظه‌کار و محافظه کاران افراطی، اعتماد بسیار بیشتری را به رسانه‌های سنتی مخصوصاً بر شبکه‌های تلویزیون داخلی دارند. بعضی از کارشناسان اشاره کرده اند که در ایران جوانان بسیاری وجود دارند که در فضای وب فعالیت‌های سیاسی دارند. (۱۲) به هر حال «بررسی جوامع جوان» نشان داد که وقتی که صحبت از استفاده از رسانه‌های جدید به دنبال اخبار و اطلاعات پیش می‌آید، این استفاده در میان گروه‌های محافظه‌کار به اندازه گروه‌های لیبرال تر شایع نیست. (۱۳)

سرانجام، همچنین مهم است که اشاره کنیم که، علی‌رغم اینکه استفاده از رسانه‌های جدید روی هم رفته رو به افزایش گذاشته است، مکالمات شفاهی هنوز دارای نقش مهمی در اخبار و اطلاعات جوانان است. حدود سه چهارم از جوانان ایرانی بیان کرده اند که برای کسب اخبار و اطلاعات به دوستان و خانواده (به صورت هفتگی) توجه می‌کنند.

نگاره ۱۳

استفاده ی هفتگی از رسانه های عمومی برای اخبار و اطلاعات

درصد افرادی که از رسانه‌های زیر به صورت هفتگی استفاده می‌کردند



اعتماد به رسانه

یافته کلیدی ۱۲

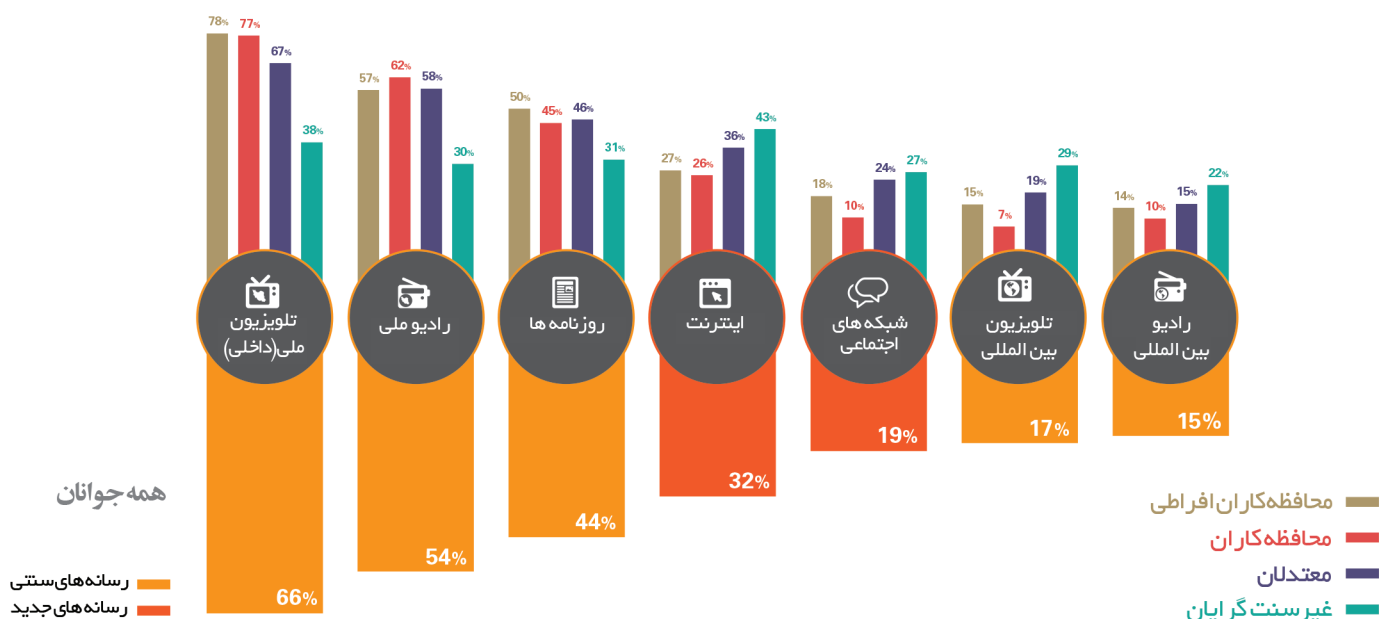
جوانان میانه و محافظه کار اعتماد بیشتری به رسانه های ملی دارند، در حالی که لیبرال ها اعتماد بیشتری را نسبت به اینترنت احساس می کنند. الگوی اعتماد به رسانه ها به طور کلی از الگوهای استفاده از رسانه ها تبعیت می کند. رسانه های سنتی به صورت قابل ملاحظه ای مورد اعتماد تر از منابع رسانه ای جدید به حساب می آیند. این مطلب تا اندازه ای به بسامد استفاده از این رسانه ها وابستگی دارد و می توان گفت که

هر چه میزان استفاده از این رسانه های جدید بیشتر شود، اختلاف فروان میان اینترنت، بلاگها و شبکه های اجتماعی با رسانه های سنتی از حیث قابل اعتماد بودن کمتر می شود. هم راستا با اعتماد نسبتاً قوی به نهادهای حکومتی، بیشتر ایرانیان همچنین اظهار داشتند که اعتماد بیشتر بر اطلاعاتی که توسط رسانه های حکومتی ارائه می شود- نسبت به اطلاعات فراهم شده توسط منابع خارجی- دارند. تنها گروه غیرسنت گراها با این الگو (که توسط بقیه اجرا می شد) انطباق نداشت. این گروه اعتماد بیشتری را به اینترنت نسبت به رسانه های سنتی داشت، و همچنین اظهار داشتند که به میزان یکسان نسبت به منابع خارجی و رسانه های داخلی اعتماد دارند.

نگاره ۱۴

اعتماد به انواع رسانه ها

درصد افرادی که به رسانه های زیر اعتماد دارند



ملاحظات نهایی

بر مبنای یافته‌های اساسی تحقیق «بررسی جوامع جوان» ملاحظات زیر به سیاست‌گذاران و اعضای جامعه بین‌المللی علاقمندان به رابطه با جوانان ایران پیشنهاد می‌شود:

نگرش‌های متضاد

ابتدا باید پذیرفت که جوانان چیزی بیش از صرفاً یک طبقه‌ی سنی هستند. این مطلب برای تایید این نکته که: «جوانان در ایران یک گروه به هم پیوسته نبوده و در عوض متضمن طیفی از نگرش‌ها و ایده‌های متفاوت، با سبک زندگی‌های مختلف هستند» مهم است. تلاش‌ها برای ارتباط گرفتن با جوانان ایرانی وقتی بیش از همیشه موثر خواهد بود که آنها به علائق خاص و نیازهای مختلف گروه‌های جوانان توجه نشان دهند و به همه آنها به صورت یک گروه عمومی همگن نگاه نکنند.

مشغولیت‌های استراتژیک

درثانی، باید پذیرفت که مشغولیت‌های استراتژیک مربوط به مهمترین مسائل و موضوعات برای جوانان می‌شود، در مورد ایران، برای اکثریتی از جوانان این موضوعات کلیدی شغل، آینده شغلی و چالش‌های اقتصادی است، که این موارد (برای جوانان) مهمتر از مسائل سیاسی است.

نقش‌نهادهای تاثیرگذار

در ثالث، نقش‌نهادهای تاثیرگذار، مثل خانواده، اعتقادات و آموزش در زندگی جوانان ایرانی شایان توجه است، در ایران، خانواده و اعتقادات به عنوان محرک اصلی بر اکثر جوانان (در اموری از قبیل اینکه) چگونه جوانان تصمیم‌های زندگی‌شان را اولویت‌بندی و ارزیابی می‌کنند باقی مانده است، همچنین تاثیر بسزایی در رفتارهای آنان برای کسب اخبار و اطلاعات و همچنین مشارکت در اجتماع و روابط عمومی دارد. همچنین سطح تحصیلات، نقشی کلیدی و تمایزدهنده و تاثیر بسیار قوی، بر جوانان در مورد ارزش‌های شخصی، گرایش‌ها و رفتار جوانان (که در ضمن ارزش‌های شخصی قرار دارد) دارد.

زمینه فرهنگی

رابعاً، باید توجه داشت (تضمین کرد) که در استراتژی برقراری رابطه با جوانان ایرانی اثر زمینه‌های فرهنگی بر فهم برخی مفاهیم خاص اجتماعی و سیاسی مانند «حقوق بشر» و «آزادی بیان» را در نظر بگیرد. ادراک این قبیل مفاهیم در جوامع مختلف می‌تواند تا میزان نسبتاً زیادی وابسته به شرایط اجتماع و فرهنگ باشد، و بنابراین امکان دارد که این قبیل ادراکات تا میزان نسبتاً زیادی بین گروه‌های مختلف جوانان در کشورها، به میزان قابل توجهی متفاوت باشد.

آزادی بیان و استفاده از رسانه‌های آنلاین

خامساً، استفاده‌ی بهینه از رسانه‌های آنلاین (معمولاً) در جهت کمک به حمایت از آزادی بیان می‌باشد. در ایران، دسترسی بیشتر

و استفاده حجیم تر از رسانه‌های آنلاین، قرین با احساس قوی تر نسبت به آزادی بیان است. رسیدگی به دسترسی بیشتر به پایگاه‌های دیجیتال برای جوانان، برای تقویت کردن اعتماد آنها به توان بیان عقایدشان است.

میل به تغییر

سرانجام، میل قوی به تغییر در ایران شاید تماماً به علت چالش‌های سیاسی نباشد. هر چند که احتمالاً مولفه تغییر در تفکر نقش قوی تری را نسبت به چالش‌های اقتصادی ایفا می‌کند، اما این محرکه‌ها بیشتر مربوط به زندگی شخصی و (مشکلات در) نیازهای اساسی زندگی روزانه مثل کمبود شغل و نقصان آموزش و پرورش و نگرانی برای مسیر و آینده شغلی است.

روش‌شناسی (روش پژوهش)

«بررسی جوامع جوان ایران»، یک بررسی بر مبنای مطالعات ملی است، که (نمونه‌ی مورد آزمایش آن) ۱۰۰۲ نفر از جوانان مابین ۱۶ تا ۲۵ سال ساکن ایران بود. نمونه‌گیری با توجه به سرشماری سال ۲۰۰۶ ایران انجام گرفت.

مصاحبه‌ها از طریق تلفن و به وسیله‌ی تحقیقات ka انجام گرفت. مصاحبه‌ها توسط مصاحبه‌کنندگان فارسی زبان اجرا شد. همه‌ی مصاحبه‌ها در مابین ۱۵ مارس تا ۲۹ آوریل ۲۰۱۲ انجام گرفت. برای اطمینان یافتن از این مسئله که نمونه آماری ما استاندارد بوده و همه‌ی جوانان حتی آنها که در منزل تلفن ثابت ندارند و یا ترجیح می‌دهند که تنها از تلفن همراه استفاده کنند، (سهمی در نمونه‌ی آماری داشته‌اند) دو شکل نمونه‌گیری پذیرفته شد و نیمی از مصاحبه‌ها با تلفن ثابت بود و نیمی دیگر با تلفن همراه. پاسخ‌دهندگان به صورت تصادفی انتخاب شدند. برای اطمینان داشتن از مصاحبه‌ها فقط یک نفر به واسطه‌ی خانواده‌اش مصاحبه شد.

میزان پاسخ‌گویی بررسی جامع - از موردهایی که از هر خانواده یک مصاحبه به ثمر نشست - ۳۸ درصد بود. همچنین بسیار شایان توجه است که میزان پاسخ‌گویی شهر به شهر متفاوت بود، همچنین بین گروه‌های مختلف جوانان - جمعیتی یا اجتماعی - متفاوت بود. در دیگر بررسی‌های تلفنی اخیر نیز میزان پاسخ‌گویی متفاوت بود: بررسی WorldPublicOpinion. Org در سال ۲۰۰۹ میزان پاسخ‌گویی را ۳۴٫۸ درصد اعلام کرد، بررسی پویش جهانی (Globescan's) (۱۴) در سال ۲۰۰۹ با میزان پاسخ‌گویی ۶۸ درصد انجام شد، بررسی موسسه TomorrowTerror Free در سال ۲۰۰۹ نیز به میزان ۵۷٫۸ درصد مشارکت در پاسخ‌گویی داشت و مطالعه‌ی RAND Corporation در سال ۲۰۰۹ نیز از مشارکت در پاسخ‌گویی ۶۵ درصد برخوردار بود.

قبل از شروع کار اجرایی، حدود ۳۰ مصاحبه اجرا شد تا اطمینان حاصل شود که پرسشنامه‌ها در حد قابل قبول هستند و آنچه برای یک پرسشنامه‌ی خوب لازم است را فراهم می‌کنند. همه‌ی سوالات از لحاظ وضوح و متناسب بودن با فرهنگ پاسخ‌دهندگان بررسی شدند، تا اطمینان حاصل شود که سوالات به آسانی قابل فهم هستند و به میزان لازم با زمینه‌ی (فرهنگی) ایرانیان هماهنگ هستند.



پی‌نوشت

۱- جزئیات بیشتر در بخش روش شناسی این گزارش گنجانده شده است.

۲- به منظور تعیین گروه‌های مجزا بر مبنای ۱۶ مورد که مربوط به باورهای در مورد عوامل موفقیت و نیاز ایران به تغییر بود از ابزارهای تجزیه و تحلیل خوشه‌ای استفاده شد. به معنی شناسایی مجزا تجزیه و تحلیل خوشه‌ای استفاده شد. در معتبرترین شکل چهار گروه ایجاد شد. نتایج تجزیه و تحلیل نشان داد که گروه‌ها به طور اساسی در عواملی چون اعتماد به حکومت، اعتماد به رسانه‌ها، درک از حقوق بشر و آزادی بیان و عدالت در ایران متفاوت هستند.

۳- برای تعریف هریک از معیارهای استفاده شده در این پژوهش به بخش روش شناسی همین گزارش مراجعه کنید.

۴- برای مثال، به این منابع در آدرس‌های ذیل‌الذکر مراجعه کنید: Social rules clash with reality for Iran's youth. Reuters. 6 October 2011. Available online: <http://www.reuters.com/article/06/10/2011/us-iran-youthidUSTRE7951Y72011006>, and Despite prohibitions on women's dress and make-up. ABCNews. 20 February 2012. Available online: <http://abcnews.go.com/WNT/story?id=131514&page=2>.

۵- به عنوان مثال یک گزارش از Prince's Trust در سال ۲۰۱۱ نشان داد که از اولیت‌ها و اهداف اکثریت قاطعی از جوانان انگلیسی برای زندگی آینده پیدا کردن یک شغل خوب و درآمد برای تامین خانواده است.

(http://www.princestrust.org.uk/about_the_trust/what_we_do/research/broke_not_broken/download_the_report/report_page.aspx).

۶- در ایران خدمت سربازی برای مردان از ابتدای ۱۸ سال اجباری است. البته دانش‌جویان تا زمان اشتغال به تحصیل معاف هستند.

۷- این انتخاب‌های زندگی به وسیله محدودیت‌های اقتصادی و دیگر تغییرات اجتماعی شکل گرفته در سه دهه گذشته در ایران بر دو پدیده‌ی دیگر اثر گذار بوده است. اول، ایجاد فاصله‌ای میان تعداد دانشجویان مرد و زن است، که در سال ۲۰۰۱ برای اولین بار تعداد دانشجویان زن بیش از مرد شد و این روند اکنون به جایی رسیده است که ۶۰ درصد دانشجویان ایرانی را خانم‌ها تشکیل می‌دهند. دوم، سن ازدواج در ایران به سرعت در حال افزایش است. براساس آخرین گزارش میزان مردان مجرد در سنی مابین ۲۵-۲۹ سال از ۲۱ درصد در سال ۱۹۸۶ به ۳۶ درصد در سال ۲۰۰۶ افزایش یافته است؛ و این نسبت در دوره‌ی مشابه در بین خانم‌ها

در مرحله‌ی نهایی بررسی، ۵ درصد از مصاحبه‌ها برگشت داده شدند. و ۱۵ درصد اضافی از مصاحبه‌ها توسط سرپرستان مصاحبه‌گران دوباره واریسی و اجرا شد، تا مصاحبه‌های ضبط شده و مصاحبه‌های زنده باهم مقایسه شوند. همچنین داده‌های نهایی، به جهت (تشخیص میزان) ثبات پاسخ‌ها و تعیین میزان عدم پاسخگویی در هر زیرگروه دومرتبه بررسی شدند. همچنین باید خاطر نشان کرد که پاسخ‌دهندگان اختیار داشتند که در صورت عدم تمایل هر سوالی را بی‌پاسخ بگذارند. اما به هر حال تعداد کسانی که به سوالی پاسخ ندادند - حتی سوال‌های حساس و مهم - بسیار اندک (کمتر از ۳ درصد) بود.

مجموعه‌ی داده‌های نهایی - برای دستیابی به تقسیم شهری/روستایی - بر اساس شهری یا روستایی بودن (پاسخ‌دهندگان) تقسیم بندی شد. میزان اشتباه در این پژوهش ۳٫۱ درصد بود.

مشخصات ارزشهای شخصی

کاوش در (چگونگی فرایند) گزینش ارزش‌های شخصی در این تحقیق با توجه به مقاله‌ی مشهور Shalom H. Schwartz (۱۹۹۲) در حوزه‌ی مضمون و ساختار ارزش‌ها انجام شد: توصیه‌های نظری و آزمایشهای تجربی در ۲۰ کشور. در این بررسی ارزشهای زیر یافت شدند: سنن ملی (و مذهبی)، هم‌رنگی با جماعت، خودفرمانی (استقلال)، تحرک، سخاوتمندی و قدرت.

این ارزشها در عبارت تالی بررسی می‌شوند:

- سنن ملی (و مذهبی)
- پیروی از سنن مذهبی برای من بسیار مهم است.
- هم‌رنگی با جماعت
- بزرگترها در جامعه برای من بسیار اهمیت دارند.
- خودفرمانی
- من بیشتر ترجیح می‌دهم که خلاق (کارآفرین) باشم تا کارمند و یا کارگر
- من مایل‌ترم که به تنهایی کار کنم تا با دیگران
- این مهم است که من در زندگی ام تصمیمات خودم را - آزاد از تاثیر دیگران - به کار ببندم.
- تحرک
- یک زندگی هیجان‌انگیز برای من مطلوب‌تر از یک زندگی مطمئن است.
- سخاوتمندی
- من بیش از اینکه به شادکامی خود فکر کنم به خرسندی دیگران می‌اندیشم.
- قدرت
- برای من حائز اهمیت است که بتوانم بر عقاید دیگران تاثیر گذار باشم.

- 2UNICEF (2011). The State of the World's Children 2011. Available online: http://www.unicef.org/sowc2011/pdfs/SOWC-2011-Main-Report_EN_02092011.pdf. pipa/pdf/may09/IranianPublic_May09_rpt.pdf.
- 3 Varzi, R. (2006). Warring Souls: Youth, Media and Martyrdom in Post-Revolution Iran. London and Durham: Duke University Press (p. 203).
- 4Terror Free Tomorrow (2009). Results of a New Nationwide Public Opinion Survey of Iran before the June 2009 .12 Presidential Elections. Available online: <http://www.terrorfreetomorrow.org/upimagestft/TFT20Iran20Survey20Report200609.pdf>.
- 5Harrison, F. (2007). Huge cost of Iranian brain drain". BBC News. Available online: http://news.bbc.co.uk/1/hi/world/middle_east/6240287.stm.
- 6 Human Rights Council (2012). Report of the SpecialRapporteur on the situation of human rights in the Islamic Republic of Iran. Available online: <http://daccess-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/G12/114/12/PDF/G1211412.pdf?OpenElement>.
- 7Human Rights Watch (2012). World Report 2012: Iran. Available online: <http://www.hrw.org/world-report2012-/world-report-2012-iran>.
- 8 Reporters Without Borders. Press Freedom Index. Available online: <http://en.rsf.org/>.
- 9 Amnesty International (2012). Iran: New report findssurge in repression of dissent. Available online: <http://www.amnesty.org/en/news/iran-new-report-finds-surgerepression-dissent28-02-2012->.
- 10 Richman, A., Nolle, David B. and Assal El, Elaine (2009). Iranian Public Is Not Monolithic: Iranians Divide Over Their Government, But Unite on Forgoing Nuclear Weapons. Available online: http://www.worldpublicopinion.org/pipa/pdf/may09/IranianPublic_May09_rpt.pdf.
- 33 Young Publics Research Paper Series | No.1 - Iran | May 2013
- 11 Richman, A. (2010). Post-Election Poll in Iran Shows Little Change in Anti-Regime Minority. Available online:

از ۱۴ درصد به ۲۴ درصد افزایش یافته است.

۸- مهم است که در اینجا تاکید کنیم که پاسخ دهندگان مجبور به انتخاب یک گزینه نبودند. و آنها به صورت تشریحی به این سوال پاسخ دادند و دو مورد که بیش از همه توسط جوانان نوشته شد در این گزارش ذکر شد.

۹- از پاسخ دهندگان سوال نشد که آیا به طور موقت مایل به ترک ایران هستند و یا برای همیشه.

۱۰- در میان ۵ گزینه که در آن گزینه ی یک به معنی «کاملاً مخالف»، و گزینه ۵ به معنی «کاملاً موافق» است، شما با این جمله چقدر موافق یا مخالف هستید: «حقوق بشر در کشور من رعایت و حمایت می شود».

۱۱- همچنین بعضی از مطالعات قبلی که بر ایران تمرکز کرده بودند نیز اشاره کرده اند که در ایران بیشتر به دنبال تغییر اقتصادی هستند تا تغییر در رژیم. برای مثال مراجعه کنید به:

Democracy Digest (2012). Iran's GreenMovement - lying low or at a dead end? Available online: <http://www.demdigest.net/blog/?s=IranE80299s+Green+Movement>.

۱۲- برای مثال مراجعه کنید به:

Foreign Policy Centre (2012). Iran Human Rights Review: Youth. Available online: <http://fpc.org.uk/fsblob/1482.pdf>.

۱۳- ۶۹ درصد از غیر سنت گرایان، - در مقایسه با ۶۶ درصد از گروه میانه و ۵۴ و ۴۹ درصد از گروه های محافظه کار و محافظه کار افراطی - در منزل و یا از طریق تلفن همراه به اینترنت دسترسی دارند.

29 Sreberny, A. and Khiabany, G. (2010). Blogistan: the internet and politics in Iran. London: I.B. Tauris.

۱۴- در اینجا مهم است که اشاره کنیم که سوال در مورد اینکه از چه منبع خبری استفاده می شود از سوال در مورد اینکه چه میزان و با چه تناوبی به منابع رجوع می شود به صورت جداگانه انجام گرفت. عبارت سوال به اینگونه بود: مردم از منابع خبری متنوعی برای کسب اخبار و اطلاعات استفاده می کنند. در مورد هریک از این منابع - اگر از آنها استفاده می کنید- لطفاً بگویید که چند وقت یکبار به آن رجوع می کنید.

منابع و مآخذ:

-1 Kull, S., Ramsay, C., Weber S. and Lewis, E. (2010). An Analysis of Multiple Polls of the Iranian Public. Available online: http://www.worldpublicopinion.org/pipa/pdf/feb10/IranElection_Feb10_rpt.pdf.

IranElection_Feb10_rpt.pdf.

-15 Terror Free Tomorrow (2009). Results of a New Nationwide Public Opinion Survey of Iran before the June ,12 2009 Presidential Elections. Available online:

<http://www.terrorfreetomorrow.org/upimagestft/TFT20Iran20Survey20Report200609.pdf>.

-16 RAND Corporation (2011). What Do Iranians Think?

Available online:

http://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/technical_reports/2011/RAND_TR910.pdf.

-17 Schwartz, H. Schwartz's (1992) Universals in the Content and Structure of Values: Theoretical Advances and Empirical Tests in 20 Countries. Available online:

http://infolab.stanford.edu/~jure/pub/misc/darja_clanek.pdf.

<http://www.worldpublicopinion.org/pipa/articles/brmiddleeastnafricara/653.php>.

-12 Small Media (2012). A New Era for Iran's Conservative Bloggers: Filtering, Detention, Prison. Available online:

<http://storify.com/smallmedia/a-new-era-for-iran-sconservative-bloggers-filteri>.

-13 Abdo, G. Iran's nuclear resistance. The Middle East Channel.

25 October 2012. Available online: http://mideast.foreignpolicy.com/posts/25/10/2012/irans_nuclear_resistance

-14 Kull, S., Ramsay, C., Weber S. and Lewis, E. (2010). An Analysis of Multiple Polls of the Iranian Public. Available online:

<http://www.worldpublicopinion.org/pipa/pdf/feb10/>



Designer: K.Zakeri



www.didban.ir

|www.didban.ir