

## مقاله علمی

# تاملی بر نقش موتورسیکلت در فرآیند هویت‌یابی جوانان:

## مطالعه‌ای در شهرستان علی‌آباد کتول<sup>۱</sup>

مرتضی تجری<sup>۲</sup>؛ مریم رفعت‌جاه<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۰/۱۹ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۹/۱۵ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۹/۲۵

### چکیده

در پژوهش حاضر به بررسی معنا و کاربرد موتورسیکلت در میان جوانان شهرستان علی‌آباد کتول پرداخته و تلاش کرده‌ایم با توجه به نقش اجتماعی و فرهنگی کالاها در زندگی روزمره، معنای موتورسیکلت را از منظر جوانان این منطقه مورد تحلیل قرار دهیم. با استفاده از نظریات مری داگلاس، هلگا دیتمار و مک‌کراکن، موتورسیکلت به‌عنوان کالایی فرهنگی و ابزاری هویتی مورد تحلیل قرار گرفته است. داده‌های این پژوهش در چارچوب رویکردی مردم‌نگارانه و از طریق تکنیک‌های مشاهده‌ی میدانی، مصاحبه‌های گروهی، نیمه‌ساخت‌یافته و عمیق با ۴۰ جوان گردآوری و سپس مورد کدگذاری و تحلیل قرار گرفتند. یافته‌ها نشان می‌دهند که موتورسیکلت برای این جوانان فراتر از وسیله‌ای برای حمل‌ونقل است و معانی نمادینی چون استقلال، قدرت و بزرگی را دربرمی‌گیرد. این معانی از الگوهای فرهنگی بومی مبتنی بر کشاورزی نشأت گرفته و به‌عنوان چارچوبی هویتی مورد پذیرش جامعه قرار گرفته است. در نهایت، این مطالعه با تمرکز بر کاربرد موتورسیکلت و وضعیت استقلال جوانان، چهار تیپ مختلف از جوانان موتورسوار را شناسایی کرده است: نوآموز (در حال ورود به مناسک)، محافظه‌کار (مشغول آزمون استقلال)، فعال (در اوج مناسک و نیل به هویت مستقل) و بالغ (بازگشت به معنا و کارکرد اصلی و مرحله ادغام).  
کلیدواژه‌ها: هویت‌یابی، موتورسیکلت، جوانان، علی‌آباد کتول، بلوغ.

---

۱ این مقاله برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد با عنوان «بررسی انسان‌شناختی هویت اجتماعی در موتورسواران جوان شهرستان علی‌آباد کتول» است که توسط نویسنده اول و با راهنمایی نویسنده دوم انجام شده است.

۲ کارشناسی ارشد انسان‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران. [tajarimorteza@gmail.com](mailto:tajarimorteza@gmail.com)

۳ دانشیار گروه انسان‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران (نویسنده مسئول). [rafatjah@ut.ac.ir](mailto:rafatjah@ut.ac.ir)

## مقدمه

در دنیای معاصر، گذار به بزرگسالی دیگر فرآیندی خطی و یکنواخت نیست، بلکه شبکه‌ای از مسیرهای به‌هم‌پیوسته است که فرد ممکن است در یکی مستقل و در دیگری وابسته باقی بماند؛ چنان‌که جوانی می‌تواند از نظر مالی مستقل باشد اما همچنان با والدینش زندگی کند (جونز، ۱۳۹۳: ۱۲۸). از این رو، بزرگسالی نه نقطه‌ای ثابت بلکه فرایندی چندبعدی و فرهنگی است که در بستر تعاملات اجتماعی شکل می‌گیرد و جامعه آن را تعریف و مشروعیت می‌بخشد (ذکایی، ۱۳۸۱: ۴-۵).

در این میان، هویت‌یابی نیز در پیوندی دیالکتیکی با مفهوم «دیگری» صورت می‌گیرد؛ مقایسه‌ی خود و دیگری کنشی فرهنگی است که از طریق آن مرزهای نمادین هویت ترسیم می‌شود. انسان از رهگذر آیین‌ها، رفتارها و اشیای فرهنگی، تمایز خود را بازنمایی و احساس تعلق اجتماعی خویش را بازتولید می‌کند. اما دگرگونی‌های اقتصادی و فرهنگی دوران جدید، سازوکارهای سنتی هویت‌ساز مانند ازدواج، اشتغال و استقلال اقتصادی را تضعیف کرده و موجب شکل‌گیری نوعی تعلیق هویتی در میان جوانان شده است. در واکنش به این وضعیت، جوانان از طریق کالاها به بازنمایی و معنابخشی تازه‌ای از خود می‌پردازند. به تعبیر کوپیتوف (۱۹۸۶)، اشیاء در بستر روابط انسانی واجد حیات فرهنگی می‌شوند و از سطح ابزار مصرفی به کنشگر نمادین در میدان اجتماعی ارتقا می‌یابند؛ از این رو، کالا نه فقط شیئی مادی، بلکه حامل معنا و حافظه‌ی اجتماعی است.

نمونه‌ی بارز این پدیده در میان جوانان شهرستان علی‌آباد کتول دیده می‌شود؛ جایی که موتورسیکلت به کالایی فراتر از کارکرد اقتصادی خود بدل شده است. موتورسیکلت در این بستر فرهنگی، نماد استقلال، جسارت، مردانگی و تعلق گروهی است. جوانان از طریق تملک و استفاده از آن، مرزهای تمایز خود را با نسل‌های پیشین و سایر گروه‌های اجتماعی مشخص می‌کنند و نوعی هویت جمعی نوین را بازسازی می‌نمایند.

در پرتو نظریه‌ی دیتمار (۱۹۹۲) درباره‌ی «مصرف و هویت»، افراد با تملک کالاها، معناهای عاطفی و اجتماعی خاصی را در خود تثبیت می‌کنند. برای جوانان علی‌آباد کتول، موتورسیکلت نه تنها وسیله‌ی حرکت، بلکه زبان بیانی هویت است. نوعی خودنمایی فرهنگی که به آنان

امکان می‌دهد گذار از نوجوانی به بزرگسالی را تجربه و مشروعیت اجتماعی خویش را از طریق نماد مصرفی کسب کنند.

به بیان دیگر، موتورسیکلت در این بافت محلی به نوعی «مناسک گذار» تبدیل شده است که طی آن، فرد با تسلط بر مهارت راندن و پذیرفته‌شدن در میان گروه همسالان موتورسوار، جایگاه اجتماعی جدیدی به دست می‌آورد. این فرایند نمادین، شکلی از بازتعریف هویت در جهان معاصر است؛ جایی که کالاها و مصرف، به ابزار اصلی معناسازی، تمایز اجتماعی و بازسازی هویت بدل شده‌اند.

جوانان این شهر با ورود به اجتماع و فاصله‌گیری از تصمیمات خانواده، تلاش می‌کنند نقش‌های اجتماعی جدیدی را بپذیرند و از طریق این وسیله، استقلال خود را به نمایش بگذارند. انگیزه و علاقه شدید به داشتن موتورسیکلت، حاصل فشارهای اجتماعی و فرهنگی است که فرد پس از ورود به جامعه تجربه می‌کند. در این مرحله از زندگی، جوانان دیگر متکی به تصمیم‌های والدین نیستند و به‌جای آن بیشتر به تأیید و پشتیبانی همسالان خود نیاز دارند. نقش همسالان در این فرآیند هویت‌یابی بسیار پررنگ است. جوانان این منطقه تحت فشار اجتماعی قرار می‌گیرند تا خود را با استانداردهای گروه همسالان و دیگر افراد مهم زندگی خود، هماهنگ کنند. این فشار به قدری قوی است که برخی از جوانان را در مقابل خواسته‌های خانواده قرار می‌دهد و آن‌ها نیز با ترسیم خطوط تمایز، این فشار بیرونی را به فضای خانواده منتقل می‌کنند. بنابراین، داشتن موتورسیکلت برای بسیاری از جوانان نه تنها یک خواسته شخصی، بلکه بخشی از فرایند اجتماعی شدن و هویت‌یابی آن‌هاست. این خواسته می‌تواند به موضوعی که خانواده‌ها نیز عمیقاً درگیر آن می‌شوند، تبدیل شود، زیرا موتورسیکلت به نمادی از استقلال و هویت جوانان تبدیل شده است. موتورسیکلت، به‌عنوان یک کالای بی‌جان، توانسته است در میان جوانان این شهر معنایی فراتر از کاربرد حقیقی خود پیدا کند و نقشی اجتماعی و فرهنگی ایفا کند. این وسیله، در بستر یک اتمسفر فرهنگی مشترک، معنا یافته است؛ معنایی که نه به ذات خود موتور، بلکه به واسطه کدگذاری فرهنگی اعضای این جامعه شکل گرفته است. از این منظر، تولید کالاها را نباید تنها یک فرآیند مادی دانست، بلکه آن‌ها در چارچوب فرهنگی و شناختی نیز تولید و کدگذاری می‌شوند. به بیان

کوپیتوف<sup>۱</sup> (۱۹۸۶)، کالاها نه تنها به لحاظ مادی خلق می‌شوند، بلکه به لحاظ فرهنگی نیز با معانی خاصی که بدانها داده می‌شود یعنی کدگذاری‌های خاص فرهنگی حیات می‌یابند (کوپیتوف، ۱۹۸۶: ۶۴).

با توجه به اینکه این جوانان در فرآیند هویت‌یابی قرار دارند، موتورسیکلت برای آن‌ها نقشی حیاتی در شکل‌گیری و تثبیت هویت ایفا می‌کند. همان‌طور که دیتمار<sup>۲</sup> (۲۰۰۸) اشاره می‌کند، کالاهای مادی به‌طور نظام‌مند بر درک ما از هویت دیگران تأثیر می‌گذارند و افراد از این کالاها برای بیان اینکه «چه کسی هستند» استفاده می‌کنند (دیتمار، ۲۰۰۸: ۲۷).

بر این پایه، در این پژوهش به دنبال آن هستیم که معنای موتورسیکلت و دلایل اهمیت این کالا را در میان جوانان شهرستان علی‌آباد کتول واکاوی کنیم. هدف ما فهم این است که چرا موتورسیکلت به یک نماد فرهنگی و هویتی برای این قشر تبدیل شده است. از سوی دیگر، به نقش این کالا در شکل‌دهی و تقویت هویت اجتماعی جوانان موتورسوار این منطقه خواهیم پرداخت. این پژوهش سعی دارد روشن کند که چگونه موتورسیکلت نه تنها به‌عنوان یک وسیله نقلیه، بلکه به‌عنوان عنصری نمادین در فرآیند هویت‌سازی اجتماعی این جوانان عمل می‌کند.

### چارچوب مفهومی

در این پژوهش از رویکردهای نظری سه نظریه‌پرداز در حوزه مصرف کالاها بهره گرفته‌ایم، که هر یک به جنبه‌های نمادین کالاها و نقش آن‌ها در برساخت هویت اجتماعی تأکید دارند. این نظریه‌پردازان به شیوه‌های مختلف نشان می‌دهند که کالاهای مصرفی فراتر از کارکردهای ابزاری، معانی فرهنگی و اجتماعی خاصی را در خود جای داده و از طریق این معانی به شکل‌گیری و تقویت هویت فردی و اجتماعی افراد کمک می‌کنند.

مری داگلاس و بارون ایشرود<sup>۳</sup> در کتاب دنیای کالاها: به سوی انسان‌شناسی مصرف<sup>۴</sup> نگاهی انسان‌شناختی به مصرف ارائه می‌دهند که با دیدگاه‌های اقتصادی رایج تفاوت دارد. آن‌ها استدلال می‌کنند که مصرف نه تنها یک فعالیت اقتصادی، بلکه یک پدیده اجتماعی و

1 Kopytoff

2 Helga Dittmar

3 Mary Douglas and Baron Isherwood

4 The world of Goods: Towards an Anthropology of consumption

فرهنگی است. مطابق این استدلال کالاها به دلیل معانی نمادینی که حمل می‌کنند و نه صرفاً برای رفع نیازهای اساسی مورد استفاده قرار می‌گیرند. داگلاس و ایشرود معتقدند که کالاها می‌توانند نقش رسانه‌های غیرکلامی را ایفا کرده و کدهای فرهنگی خاصی را منتقل کنند. از این منظر، مصرف یک فعالیت مناسبی است که به تثبیت معانی اجتماعی کمک می‌کند. این رویکرد نشان می‌دهد که کالاها به دو هدف اصلی خدمت می‌کنند: تثبیت مقولات فرهنگی و ایجاد و حفظ روابط اجتماعی. برخلاف رویکردهای ایدئولوژیک که مصرف‌کننده را عروسک سرمایه‌داری می‌دانند، داگلاس و ایشرود بر نقش فعال مصرف‌کنندگان در شکل‌دهی به معانی نمادین کالاها تأکید می‌کنند. این دیدگاه می‌تواند به انسان‌شناسان در فهم بهتر الگوها و ارزش‌های فرهنگی کمک کند (داگلاس و ایشرود، ۱۹۹۶: ۴۱ و ۴۰).

هلگا دیتمار به‌طور ویژه به پیوند میان دارایی‌های مادی و هویت توجه دارد و بیان می‌کند که افراد از کالاهای مصرفی نه فقط برای رفع نیازهای روزمره، بلکه برای بیان و تقویت هویت خود استفاده می‌کنند. از نظر دیتمار، اشیای مادی حامل معانی نمادینی هستند که به‌عنوان ابزارهای ارتباطی عمل می‌کنند. این کالاها به افراد کمک می‌کنند تا هویت اجتماعی و فردی خود را در تعاملات روزمره تثبیت و تقویت کنند (مایلز، ۱۳۹۶: ۶۰). در این دیدگاه، مصرف کالاها چیزی فراتر از کارکرد ابزاری یا اقتصادی آن‌ها است؛ برای نمونه، استفاده از یک ماشین خاص یا پوشیدن یک لباس برند ممکن است نشان‌دهنده عضویت فرد در یک خرده‌فرهنگ یا طبقه اجتماعی خاص باشد. در این حالت، کالاها به نوعی پوست بیرونی هویت فرد تبدیل می‌شوند که از طریق آن فرد می‌تواند ویژگی‌های درونی خود را بیان کند. دیتمار همچنین اشاره می‌کند که افراد از کالاهای نمادین برای غلبه بر کاستی‌های هویتی خود استفاده می‌کنند و تلاش می‌کنند به تصویری از خود ایده‌آل نزدیک‌تر شوند. این نمادها به آنها کمک می‌کند تا اعتماد به نفس بیشتری پیدا کنند و تصویری حرفه‌ای‌تر از خود بسازند. به‌طور کلی، دیتمار بر این باور است که کالاهای مادی، فراتر از ارزش اقتصادی‌شان، نقش مهمی در شکل‌دهی به هویت، ایجاد روابط اجتماعی و انتقال معانی فرهنگی دارند. از این منظر، مصرف کالاها یک فرایند نمادین و ارتباطی است که در آن افراد از اشیاء برای بیان خود، ایجاد ارتباط با دیگران، و تقویت هویت فردی و اجتماعی خود بهره می‌گیرند.

مک کراکن<sup>۱</sup> مصرف را یک پدیده فرهنگی می‌داند و معتقد است که مطالعه مصرف باید به چگونگی خلق، خرید و استفاده کالاها توجه کند. او بر انتقال معانی فرهنگی به کالاها و تأثیر این معانی بر زندگی روزمره افراد تمرکز دارد (مایلز، ۱۳۹۶: ۱۹).

او همچنین بیان می‌کند که کالاهای مصرفی علاوه بر کارکرد ابزاری، حامل معانی فرهنگی هستند و این معانی از طریق سیستم تبلیغات و مد به کالاها الصاق شده و سپس از طریق مناسک به مصرف‌کننده منتقل می‌شود. این معانی در طول زمان تغییر می‌کنند و مصرف‌کنندگان همواره به دنبال جذب و تطبیق این معانی با خود هستند.

در این سه رویکرد نظری معرفی شده، می‌توان بر نقش و معنای موتور برای جوانان تأکید کرد و نشان داد که این کالا چگونه در شکل‌دهی به هویت اجتماعی آنان مؤثر است و از طریق مصرف آن، روابط اجتماعی ایجاد و تقویت می‌شود.

### پیشینه پژوهش

مطالعات موجود درباره‌ی موتورسیکلت در ایران عمدتاً در چارچوب رویکردهای انتظامی، پزشکی و جامعه‌شناسی انحراف قرار دارند و پدیده‌ی موتورسواری را در قالب رفتار پرخطر یا نابهنجار تحلیل کرده‌اند. برای نمونه، پژوهش‌های زمانی علویچه و همکاران (۱۳۸۷) و نیازی و شفائی‌مقدم (۱۳۹۴) رفتار موتورسواران را ذیل مقوله‌ی «کج‌رفتاری» و ضعف کنترل اجتماعی بررسی کرده و با تمرکز بر ابعاد انتظامی و هنجارشکنی، از زمینه‌های فرهنگی و نمادین این رفتارها غفلت کرده‌اند.

در سطحی دیگر، برخی پژوهش‌ها با رویکردی ساختاری به تحلیل موقعیت طبقاتی و اقتصادی موتورسواران پرداخته‌اند. حسن‌زاده (۱۳۸۹) ترومای ناشی از سوانح موتورسیکلت را محصول نابرابری اجتماعی و احساس طردشدگی دانسته، و آزاد ارمکی و صادقی (۱۳۹۶) موتورسواری را راهبردی معیشتی برای گروه‌های تهیدست شهری در قلمروهای غیررسمی توصیف کرده‌اند. با وجود آنکه این رویکردها نسبت به زمینه‌های اجتماعی حساس‌ترند، اما همچنان در سطح «کارکرد اقتصادی» و «بقا» متوقف می‌مانند و از تبیین معناهای فرهنگی و هویتی این پدیده بازمی‌مانند.

در مقابل، در مطالعات بین‌المللی مانند پژوهش شوتن و مک‌الکساندر (۱۹۹۵) درباره‌ی خرده‌فرهنگ موتورسواران هارلی دیویدسون و تحقیق آرمایاتیا و همکاران (۲۰۱۹) درباره‌ی باندهای موتورسوار زن در اندونزی، موتورسیکلت به‌عنوان «ابژه‌ای فرهنگی» و حامل معناهای اجتماعی و هویتی تحلیل شده است. در این آثار، تأکید اصلی بر تجربه‌ی زیسته، هویت جمعی و کارکرد نمادین کالاها در بازنمایی خود اجتماعی است.

پژوهش حاضر با تکیه بر رویکرد انسان‌شناختی تفسیری و در امتداد سنت فرهنگی مطالعات مصرف، از تقلیل‌گرایی‌های پزشکی، انتظامی و ساختاری موجود در ادبیات پیشین فاصله می‌گیرد و تلاش می‌کند «موتورسیکلت» را نه به‌عنوان ابزار حمل‌ونقل، نشانه‌ی انحراف یا نماد فقر، بلکه به‌مثابه‌ی یک ابژه‌ی فرهنگی و کنشگر نمادین درک کند. در این نگاه، موتورسیکلت عرصه‌ای است برای تجربه و بازنمایی معناهای تازه‌ی مردانگی، استقلال و تعلق اجتماعی؛ فضایی که در آن جوانان علی‌آبادکتول از رهگذر تملک و استفاده از موتور، فرآیند گذار به بزرگسالی را زیسته و بازتولید می‌کنند. بدین ترتیب، این پژوهش با تمرکز بر معناسازی، مصرف نمادین و تجربه‌ی زیسته‌ی جوانان، چشم‌اندازی تازه در فهم رابطه‌ی میان کالا، هویت و فرهنگ در ایران معاصر ارائه می‌دهد و نشان می‌دهد که چگونه یک شیء روزمره می‌تواند به بستری برای بیان خلاقیت، مقاومت و ساخت خرده‌فرهنگ‌های جوانانه بدل شود.

### روش تحقیق

این پژوهش با رویکردی کیفی و در چارچوب روش مردم‌نگاری، به مطالعه‌ی جهان اجتماعی جوانان و کنش‌های آنان می‌پردازد و هدفش پیوند میان فهم بومی کنشگران و تفسیر تحلیلی پژوهشگر است. رویکرد مردم‌نگارانه با تمرکز بر دیدگاه امیک (درونی) به درک واقعیت از منظر افراد مورد مطالعه می‌پردازد، در حالی که از طریق حرکت میان دیدگاه‌های امیک و اتیک (بیرونی)، معانی کنش‌ها را در بسترهای گسترده‌تر اجتماعی تحلیل می‌کند. این روش با تکیه بر حضور در میدان واقعی، تلاش دارد معانی کنش‌ها را در محیط طبیعی و روزمره‌ی زندگی اجتماعی بازیابی کند (لاپاساد<sup>۱</sup>، ۱۹۹۱؛ به نقل از منادی، ۱۳۸۶).

بر این پایه، پژوهش حاضر با رویکردی کیفی و در چارچوب سنت مردم‌نگاری انجام شده است تا معناهای فرهنگی، اجتماعی و نمادین مرتبط با گرایش جوانان شهرستان علی‌آباد کتول به موتورسیکلت، به‌عنوان یک پدیده‌ی هویت‌ساز، مورد بررسی قرار گیرد. داده‌ها از طریق تکنیک‌های مشاهده‌ی میدانی، مصاحبه‌های گروهی، نیمه‌ساخت‌یافته و عمیق گردآوری و سپس مورد کدگذاری و تحلیل قرار گرفتند.

نمونه‌های مورد مطالعه در این پژوهش بر پایه‌ی سه معیار اصلی سن، مکان زندگی و وضعیت شغلی پدر انتخاب شدند. بر اساس این معیارها، با ۴۰ نفر از مردان جوان مناطق شهری و روستایی شهرستان علی‌آباد کتول، مصاحبه‌های گروهی، نیمه‌ساخت‌یافته و عمیق انجام شد. روند مصاحبه‌ها تا رسیدن داده‌ها به مرحله‌ی اشباع نظری ادامه یافت؛ بدین معنا که پس از حدود ۴۰ مصاحبه، داده‌های تازه‌ای که ابعاد جدیدی از پدیده‌ی مورد مطالعه را آشکار سازند، به دست نیامدند.

در انتخاب بازه‌ی سنی، اگرچه بر اساس «سند ملی جوانان کشور» دوره‌ی جوانی در محدوده‌ی ۱۵ تا ۲۹ سالگی تعریف می‌شود، اما در این مطالعه، با توجه به رویکرد مردم‌نگارانه و تکیه بر تعاریف بومی از مفهوم جوانی، بازه‌ی سنی ۱۴ تا ۲۵ سال در نظر گرفته شد. در مشاهدات میدانی مشخص شد که در مناطق روستایی، نخستین تجربه‌ی مواجهه با موتورسیکلت در سنین پایین‌تر (معمولاً حوالی ۱۴ سالگی) و در بستر فعالیت‌های کشاورزی رخ می‌دهد. از این‌رو، انتخاب این بازه‌ی سنی نه صرفاً بر مبنای اسناد رسمی بلکه بر پایه‌ی واقعیت‌های فرهنگی و تجربه‌ی زیسته‌ی جوانان منطقه انجام شد. این انتخاب امکان تحلیل چگونگی تغییر یا تداوم معانی اجتماعی و نمادین موتورسیکلت در میان نسل‌های مختلف جوانی را فراهم ساخت.

از سوی دیگر، با توجه به پیوستگی فضایی و فرهنگی میان شهر و روستا در شهرستان علی‌آباد کتول، مقایسه‌ی دو میدان شهری و روستایی به ما این امکان را داد تا پیامدهای متقابل این دو فضا بر معنا و کارکرد اجتماعی موتورسیکلت مورد بررسی قرار گیرد. در مجموع، از میان ۴۰ نفر، ۲۶ نفر از مناطق شهری و ۱۴ نفر از مناطق روستایی انتخاب شدند. همچنین با توجه به اینکه اکثر جوانان مورد مطالعه از استقلال اقتصادی برخوردار نبودند، نقش خانواده و به‌ویژه شغل پدر در دسترسی و آشنایی اولیه‌ی آنان با موتورسیکلت اهمیت تعیین‌کننده‌ای

داشت. بررسی‌های میدانی نشان داد که نخستین مواجهه‌ی بسیاری از جوانان با موتورسیکلت در خانه و معمولاً از طریق مالکیت پدر بر این وسیله رخ داده است. تأکید بر این متغیر نه بر پایه‌ی تفکیک طبقاتی صرف، بلکه به دلیل نقش معنادار شغل پدر در شکل‌گیری نخستین تجربه‌های زیسته‌ی جوانان با موتورسیکلت بوده است.

لازم به توضیح است که کنش موتورسواری در میدان مورد مطالعه به دلایل محدودیت‌های فرهنگی برای زنان ماهیتی مردانه دارد. از این رو، جامعه‌ی مورد مطالعه به صورت طبیعی متشکل از مردان جوان بود. در خصوص تحصیلات، اگرچه این متغیر به صورت مستقیم در طراحی نمونه وارد نشده است، اما به شکل غیرمستقیم و طبیعی در پژوهش لحاظ گردید. بازه‌ی سنی انتخاب‌شده شامل نوجوانان در حال تحصیل و جوانانی در آستانه‌ی ورود به بازار کار است، که خود طیفی از سطوح تحصیلی را دربر می‌گیرد. از این منظر، داده‌های گردآوری‌شده امکان مشاهده‌ی اثر تحصیلات بر نوع معناگذاری موتورسیکلت را فراهم می‌سازند، هرچند محور اصلی تحلیل، بر فرآیندهای فرهنگی و نمادین هویت‌یابی جوانان متمرکز بوده است.

در نهایت، داده‌ها پس از گردآوری، به صورت صوتی ضبط و واژه‌به‌واژه رونویسی شدند. فرایند تحلیل داده‌ها طی دو مرحله‌ی کدگذاری باز و کدگذاری محوری انجام گرفت. در مرحله‌ی نخست (کدگذاری باز)، داده‌ها به بخش‌های کوچک‌تر تقسیم و بر پایه‌ی شباهت‌ها و تفاوت‌ها تحلیل شدند تا مفاهیم کلیدی و الگوهای اولیه شناسایی گردد. در مرحله‌ی دوم (کدگذاری محوری)، کدهای فرعی به مقوله‌های اصلی پیوند خوردند تا ساختارهای انتزاعی‌تر و معانی نهفته در پس‌کنش‌ها و تجربه‌های اجتماعی جوانان آشکار شود.

جامعه مورد مطالعه علی‌آباد کنول، سومین شهر پرجمعیت استان گلستان، با مساحتی حدود ۱۱۶۰ کیلومتر مربع است که در فاصله ۴۰ کیلومتری از شهر گرگان قرار دارد. مطابق سرشماری سال ۱۳۹۵ جمعیت این شهرستان ۱۴۰,۷۰۹ نفر بود که علاوه بر بومیان کتولی که اکثریت را تشکیل می‌دهند، شاهرودی‌ها، سیستانی‌ها، خراسانی‌ها و اقوامی چون ترکمن‌ها، ترک‌ها، کردهای کرمانج و بلوچ‌ها نیز در این منطقه زندگی می‌کنند. این شهرستان از حیث کشاورزی و دامپروری قوی است، به‌ویژه در مناطق جلگه‌ای که معیشت کشاورزی به‌عنوان منبع اصلی درآمد ساکنان روستایی شناخته می‌شود. روستاهای منطقه، به‌ویژه روستاهای ییلاقی

و کوهپایه‌ای در جنوب شهرستان، به دلیل فاصله کم تا شهر علی‌آباد کتول نقش مهمی در زندگی روزمره مردم ایفا می‌کنند. این روستاها نه تنها برای کشاورزی و دامپروری اهمیت دارند، بلکه جوانان برای گذران اوقات فراغت به‌طور مداوم به این مناطق و جنگل‌های اطراف مانند جنگل کبودال رفت‌وآمد می‌کنند. نزدیکی این روستاها به شهر باعث شده تا ارتباط روزانه و مستمر میان ساکنان روستا و شهر به راحتی برقرار شود.

#### مشخصات نمونه‌های شهری

مکان زندگی	شغل پدر		سن	تعداد
شهر	کشاورز	۶ نفر	۱۴-۲۵ سال	۲۶ نفر
	آزاد	۸ نفر		
	کارمند	۱۲ نفر		

#### مشخصات نمونه‌های روستایی

مکان زندگی	شغل پدر		سن	تعداد
روستا	کشاورز	۶ نفر	۱۴-۲۵ سال	۱۴ نفر
	آزاد	۶ نفر		
	کارمند	۲ نفر		

#### یافته‌ها

##### الف) استقلال، قدرت و هویت

تحلیل داده‌های مصاحبه‌ای نشان می‌دهد که برای جوانان موتورسوار در شهرستان علی‌آباد کتول، موتور نه تنها یک وسیله نقلیه، بلکه نمادی از استقلال، قدرت و هویت اجتماعی است. این جوانان موتورسواری را به‌عنوان نشانه‌ای از غرور و اقتدار شخصی تلقی می‌کنند. در دیدگاه آنان، موتورسواری موجب می‌شود که دیگران، به‌ویژه دوستان و بزرگ‌ترها، نگاه متفاوتی به آن‌ها داشته باشند و آن‌ها را جدی‌تر بگیرند. این نگاه، احساس ارزشمندی و اعتماد به نفس آن‌ها را تقویت کرده و موقعیت اجتماعی آن‌ها را در میان همسالان ارتقا می‌دهد. از سوی دیگر، جوانانی که از موتور استفاده نمی‌کنند، به‌نوعی وابسته به خانواده تلقی می‌شوند و به دلیل نداشتن

وسيله‌ای که نشانگر استقلال و خودمختاری است، در معرض نوعی تحقیر اجتماعی قرار می‌گیرند. موتورسواران از این تجربه به‌عنوان فرصتی برای کسب قدرت اجتماعی و اثبات خود در محیطی که استقلال به‌عنوان ارزش کلیدی تلقی می‌شود، بهره می‌برند.

حس خیلی بدی داشتم، یک حس خاری و حقیری که من کوچیکم چرا سوار نمیشم. دوستانم منو تحقیر می‌کردن که تو بچه نه‌ای. خیلی فشار روم بود. حدود ۵ یا ۶ ماه تحت فشار بودم که می‌گفتم برو مامان بابا رو راضی کن باز از سمتی دیگه می‌گفتم نه اونها راضی نمیشن. هی با خودم حرف می‌زدم متن می‌نوشتم. برای قانع کردن خودم شعر می‌نوشتم مثلاً می‌گفتم: «گر خواهی موتور برانی / مرگ را باید آخرش بدانی - گر موتور را نخواهی دید / زندگی را در صد سالگی خواهی دید». اینجوری خودم رو قانع می‌کردم تا حدود ۱۳ سالگی (علی، دانش آموز ۱۷، شهرنشین، شغل پدر کارمند بخش خصوصی).

به نظر می‌رسد که با افزایش طول دوره وابستگی به خانواده و کاهش دسترسی به مولفه‌های سنتی استقلال‌بخش نظیر ازدواج و اشتغال، جوانان به‌طور خلاقانه توانسته‌اند به موتور، به‌عنوان یک شیء بی‌جان، معنا و هویت ببخشند. موتور در این زمینه از یک وسیله نقلیه ساده فراتر رفته و به نمادی از استقلال و قدرت تبدیل شده است. این جوانان با تکیه بر چنین معانی نمادینی، تلاش می‌کنند تا فشارهای روانی و اجتماعی دوران بلوغ را مدیریت کرده و این مرحله پرفشار از زندگی را با استرس و اضطراب کمتری سپری کنند. این معنابخشی به موتور نه‌تنها به‌عنوان یک استراتژی روانی برای کاهش فشارهای دوران بلوغ عمل می‌کند، بلکه به‌طور اجتماعی نیز جوانان را قادر می‌سازد تا در میان همسالان خود موقعیت و جایگاه اجتماعی بهتری کسب کنند.

#### ب) چارچوب مرجع معنا

برای تحلیل عمیق‌تر معنای استقلال در استفاده از موتورسیکلت، باید استقلال را به‌عنوان پدیده‌ای چندلایه و پیچیده در نظر گرفت که در تعاملات میان نیروهای اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی ریشه دارد. حضور مهاجران در شهرستان و تنوع فرهنگی ناشی از آن، باعث شکل‌گیری یک فضای چندفرهنگی شده است که اگرچه هژمونی فرهنگ بومی کتولی بر این فضای چندفرهنگی غالب است، اما تبادلات فرهنگی میان بومیان و مهاجران بر معانی اجتماعی

مؤثر بوده است. در این راستا، می‌توان حضور مهاجران را به‌عنوان یکی از عوامل مؤثر در بازتولید معنای استقلال تلقی کرد. با وجود تأثیرپذیری فرهنگ بومی از مهاجران، فرهنگ بومی همچنان نیروی مسلطی در شکل‌دهی به مفاهیم اجتماعی است و نقش تعیین‌کننده‌ای در تعریف هنجارهای اجتماعی و جایگاه‌های نقش‌آفرینی افراد، به‌ویژه جوانان، دارد. استقلال برای جوانان در این بستر عمدتاً در پیوند با نقشی که در ساختار اقتصادی بومی، به‌ویژه در حوزه کشاورزی ایفا می‌کنند، تعریف می‌شود. اقتصاد این شهرستان عمدتاً مبتنی بر کشاورزی است و بخش قابل توجهی از جوانان روستایی به‌عنوان نیروی کمکی در کنار والدین خود در حوزه کشاورزی فعالیت می‌کنند. علی‌رغم افزایش مکانیزاسیون در کشاورزی، نقش نیروی انسانی جوان در این بخش همچنان حیاتی است و آنان از سنین پایین وارد بازار کار می‌شوند و نسبت به همتایان شهری خود زودتر به مرحله استقلال می‌رسند. در این چارچوب، موتورسیکلت نه تنها به‌عنوان ابزاری برای تسهیل رفت‌وآمد در مزارع مورد استفاده قرار می‌گیرد، بلکه به دلیل هزینه‌های پایین‌تر آن در مقایسه با خودرو، نقشی محوری در اقتصاد خانوارهای روستایی ایفا می‌کند.

تو روستا فصل کار که باشه موتور جزیبی از زمین میشه مثل بیل و... اما وقتی کار کمتر باشه تفریح و کوه رفتن مهم میشه (محمد، ۲۵ ساله، روستانشین، شغل پدرکشاورز)

الگوی بومی کشاورزی در این منطقه، به‌عنوان یک ساختار هژمونیک، چارچوبی را فراهم می‌آورد که در آن مفهومی خاص از استقلال مشروعیت می‌یابد؛ استقلالی که با الزاماتی نظیر مشارکت در اقتصاد خانواده و استفاده از موتورسیکلت به‌عنوان یک ابزار کار ضروری، پیوند خورده است. استفاده از موتورسیکلت و مشارکت در کارهای روزمره کشاورزی، فرصتی برای جوانان فراهم می‌آورد تا نه تنها مهارت‌های عملی و فنی لازم را فرا گیرند، بلکه هویت اجتماعی خود را نیز در چارچوب‌های محلی بازسازی کنند. این فرآیند اجتماعی شدن، از طریق پیوند میان ابزار کار (موتورسیکلت)، نقش‌های خانوادگی و نسلی، و ساختارهای قومی و اقتصادی، هویتی پایدار و مستحکم برای جوانان ایجاد می‌کند. این پدیده بیانگر نقش تعیین‌کننده زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی محلی در برساخت مفاهیمی مانند «مردانگی» و «استقلال» است. نزدیکی به زمین کشاورزی و استفاده از موتورسیکلت به‌عنوان ابزارهای فرهنگی و اقتصادی، به‌طور مؤثری در شکل‌دهی به این مفاهیم و کمک به جوانان برای

بازتعریف هویت اجتماعی خود در چارچوب‌های محلی و قومی مشارکت دارند. این سازوکارها به تقویت حس استقلال، خوداتکایی، و هویت اجتماعی پایدار جوانان در این منطقه کمک شایانی می‌کنند.

تو تابستان وقتی بابام با تراکتور داره حرکت می‌کنه میره سر زمین، منم پشت سرش تنهایی بعضی وسیله‌هاشو با موتور می‌برم (محمدرضا، ۱۴ ساله، شهرنشین، شغل پدرکشاورز)

جوانان شهرنشین غیرکشاورز به دلیل عدم دسترسی به فرصت‌های مشابه با همسالان روستایی خود و وابستگی طولانی‌تر به خانواده، فشار بیشتری برای دستیابی به نمادهای استقلال، از جمله موتورسیکلت، احساس می‌کنند. این فشار باید در چارچوب فرآیندهای رقابتی و مقایسه‌ای با جوانان روستایی که در چارچوب مرجع اقتصاد کشاورزی فعالیت می‌کنند، تحلیل شود. در نتیجه، جوانان شهرنشین با وارد کردن فشار به خانواده‌های خود از طریق چانه‌زنی‌های مکرر، خواستار خرید موتورسیکلت می‌شوند تا از لحاظ نمادین با همسالان روستایی خود برابری کنند. در این زمینه، جوانان شهرنشین اغلب از «ضرورت‌های ساختگی» برای توجیه نیاز به موتورسیکلت استفاده می‌کنند، مانند استدلال‌هایی که بر پایه سهولت حمل‌ونقل یا افزایش سرعت در انجام فعالیت‌های روزمره استوار است. در مقابل، در جوامع کشاورزی، موتورسیکلت یک وسیله با کارکرد اقتصادی واقعی و پذیرفته‌شده است؛ وسیله‌ای که به دلیل نقش آن در تسهیل فعالیت‌های کشاورزی و بهبود کارایی در حمل‌ونقل بین مزارع و خانه، مشروعیت عملی دارد. در این مناطق، والدین کشاورز به دلیل آشنایی با کارکرد اقتصادی موتورسیکلت و ضرورت‌های عملی آن، نگرانی کمتری نسبت به خطرات احتمالی آن دارند و ریسک‌های مربوط به آن را به‌عنوان بخشی از الزامات کار کشاورزی می‌پذیرند. بنابراین، تمایز اصلی در توجیه استفاده از موتورسیکلت بین جوامع شهری و کشاورزی، در ماهیت نیازهای آنان نهفته است. در جوامع کشاورزی، این وسیله نقلیه به دلیل نقش آن در ارتقاء کارایی اقتصادی خانواده، بخشی ضروری از زندگی روزمره است. از سوی دیگر، در جوامع شهری، موتورسیکلت بیش از آن‌که نقشی عملی و اقتصادی داشته باشد، به‌عنوان نمادی فرهنگی و اجتماعی برای نشان دادن استقلال فردی مورد استفاده قرار می‌گیرد. این تفاوت در کارکرد و معنا، میزان پذیرش و مقاومت والدین در دو جامعه را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد، به طوری که والدین کشاورز به دلیل سودمندی عملی، نگرانی کمتری نسبت به خرید و استفاده

از موتورسیکلت دارند، در حالی که والدین شهرنشین به دلیل نداشتن توجیحات اقتصادی قوی، نسبت به خرید آن مقاومت بیشتری نشان می‌دهند. این مقاومت بیشتر ناشی از نگرانی‌های والدین نسبت به مخاطرات استفاده از موتورسیکلت و همچنین چالش‌های مرتبط با فرآیند استقلال‌یابی فرزندان‌شان در محیط‌های شهری است. در واقع، برای والدین شهرنشین، موتورسیکلت نه به‌عنوان یک ابزار ضروری و عملی، بلکه به‌عنوان یک عامل خطرزا و بالقوه مشکل‌ساز در مسیر استقلال‌یابی جوانان تلقی می‌شود. نکته مهم دیگر در این زمینه، تغییر معنای موتورسیکلت برای جوانان با افزایش سن است. در دوره نوجوانی و اوایل جوانی، به‌ویژه در بازه سنی ۱۴ تا ۲۲ سالگی، موتورسیکلت به‌عنوان یک نماد هویتی برای نمایش استقلال فردی و اجتماعی در میان همسالان عمل می‌کند. در این مرحله از زندگی، جوانان از موتورسیکلت به‌عنوان وسیله‌ای برای نشان دادن خودمختاری و کسب تایید اجتماعی استفاده می‌کنند. اما با گذر زمان و تثبیت هویت اجتماعی و فردی، معنای نمادین موتورسیکلت به‌تدریج کم‌رنگ می‌شود و کارکرد عملی آن به‌عنوان وسیله‌ای برای حمل‌ونقل، به‌طور برجسته‌تری نمایان می‌گردد. این تغییر را می‌توان به‌عنوان بخشی از فرآیند بلوغ و تکامل هویت فردی تفسیر کرد؛ جایی که فرد دیگر نیازی به تایید بیرونی از طریق نمادهای خارجی همچون موتورسیکلت ندارد و تمرکز خود را بیشتر بر روی کاربردهای عملی و روزمره این وسیله می‌گذارد. در این راستا، می‌توان گفت که معنای استقلال مرتبط با موتورسیکلت، به‌ویژه در جوانان، عمدتاً محدود به دوره‌ای از زندگی است که در آن فرد در حال جستجوی تثبیت هویت اجتماعی و فردی خود است. با تغییر شرایط زندگی و ورود به مرحله‌ای از بلوغ اجتماعی و فردی، این معنای نمادین به‌طور طبیعی کم‌رنگ می‌شود و جای خود را به کارکردهای کاربردی و عملی‌تر می‌دهد. در نتیجه، استقلال‌یابی دیگر به تأیید از طریق موتورسیکلت متکی نیست، بلکه بر پایه پذیرش اجتماعی و خودآگاهی فردی شکل می‌گیرد.

من که الان احساس غرور نمی‌کنم. من الان حتی خجالت هم می‌کشم. یک حس بی‌کلاسی بهم دست می‌دهد... الان یک سه چهار سالی هست که برام موتور اهمیتی نداره. من روی موتور خیلی خرج می‌کردم. باک و صندوقی نو می‌خریدم. اما از وقتی رفتم خدمت و گواهی‌نامه ماشین گرفتم، کم‌کم موتور کنار گذاشته شد و فقط برای کارهای ضروری‌ام از اون استفاده می‌کنم (کمیل ۲۵ ساله، شهرنشین، شغل پدر آزاد).

الان فقط برای سر کار رفتن ازش استفاده می‌کنم. الان حس سوار شدنش رو ندارم. من وقتی رفتم دانشگاه آمدم سال ۹۲ این شور داشتن و دور زدن کم شد... یک جورایی بی‌کلاسی می‌دونستم؛ چون قبلش خیلی سوار شده بودیم دیگه تخلیه شده بودیم. دیگه نمی‌تونستیم خودمون رو با موتور سوار شدن قانع کنیم (سعید ۲۴ ساله، شهرنشین، شغل پدر آزاد).  
راهنمایی و دبیرستان خیلی دوست داشتم موتور داشته باشم. کلی کلاس داشت. کلا یکی که تو اون سن موتور سوار شه پیش خودش فکر می‌کنه همه پیشرفت رو تو قیافش می‌بینن. بقیه یک جور دیگه روش حساب باز می‌کنن. اصلاً اون‌ها که موتور نداشت فکر می‌کرد نسبت به بقیه کوچکت‌تره (مهدی، ۲۵ ساله، شهرنشین، شغل پدر غیرکشاورز).

### ج) همسالان، نگهبانان معنا

گروه همسالان منبعی قدرتمند برای حمایت اجتماعی و کاهش احساس تنهایی در دوره بحرانی بلوغ است، اما در عین حال می‌تواند فشارهایی برای پذیرش هنجارهای خاص نیز به همراه داشته باشد. همسالان موتورسوار در این میان، به‌عنوان الگوهای آزادی و خودمختاری به‌شمار می‌روند. در این مرحله، رابطه بین جوانان و والدین به یک نقطه بحرانی می‌رسد؛ جایی که جوانان خانواده خود را مانع اصلی در دستیابی به استقلال می‌دانند و نسبت به آن‌ها رویکردی تقابلی در پیش می‌گیرند. این تقابل به‌ویژه زمانی تشدید می‌شود که فشار همسالان موتورسوار برای داشتن موتورسیکلت و شرکت در گروه‌های اجتماعی مرتبط با آن افزایش می‌یابد. خانواده‌های شهرنشین که خرید موتورسیکلت را ضروری نمی‌دانند و به آن صرفاً به‌عنوان یک وسیله غیرضروری و فاقد توجیه اقتصادی نگاه می‌کنند، معمولاً در برابر درخواست‌های فرزندان برای خرید آن مقاومت بیشتری نشان می‌دهند. این مقاومت اغلب به افزایش تنش میان جوانان و والدین منجر شده و جوانان را به سمت همسالان و گروه‌های دوستی متمایل می‌کند. نکته مهم اینجاست که برای جوانان موتورسوار، موتور صرفاً یک وسیله نقلیه نیست؛ بلکه ابزاری نمادین برای ورود به گروه‌های دوستان و کسب اعتبار اجتماعی است. جوانانی که موتورسیکلت ندارند، اغلب با تحقیر و فشارهای همسالان مواجه می‌شوند و این فشارها ناشی از عدم توانایی آن‌ها در دستیابی به نماد استقلال و خودمختاری است. برای بسیاری از جوانان،

داشتن موتور به معنای عبور از مرحله‌ای از وابستگی به خانواده و پیوستن به گروه‌های اجتماعی جدید است؛ گروه‌هایی که قدرت و استقلال فردی را تأیید و تقویت می‌کنند.

[توی] خیلی از صحبت‌هایی که بین بچه‌ها بود نمی‌تونستی هیچ حرفی بزنی. اون موقع یکی از رفیقام زودتر از بقیه موتور داشت و از خاطراتش تعریف می‌کرد. منم دوست داشتم بتونم در جمع شون باشم. اگه موتور داشتی کلی حرف واسه گفتن داشتی. هر کی براش تو این سن این حالت پیش میاد (مهدی، ۲۵ ساله، شهرنشین، شغل پدر آزاد).

در این چارچوب، دوستان بزرگ‌تر موتورسوار نیز نقش کلیدی در حمایت و تأیید استقلال جوانان ایفا می‌کنند. این دوستان به جوانان تازه موتورسوار کمک می‌کنند تا احساس امنیت بیشتری در محیط‌های اجتماعی کسب کنند و با دادن حس پشتیبانی و حمایت، آنان را در مواجهه با چالش‌های اجتماعی یاری می‌رسانند. از سوی دیگر، نزدیکی به افراد بزرگ‌تر و مستقل‌تر به جوانان این امکان را می‌دهد که خود را در میان همسالان به‌عنوان فردی مستقل و دارای پشتوانه معرفی کنند. این ارتباطات به جوانان موتورسوار احساس قدرت و اقتدار بیشتری می‌دهد و آن‌ها را در چشم دیگران به‌عنوان افراد خودمختار و توانمند نشان می‌دهد. با این حال، پذیرش در گروه‌های موتورسواران به سادگی اتفاق نمی‌افتد. جوانانی که تازه وارد این گروه‌ها می‌شوند، با چالش‌هایی مانند تمسخر و تحقیر به‌ویژه درباره رعایت اصول رانندگی مواجه می‌شوند. این تمسخرها فشار اجتماعی زیادی بر آنان وارد می‌کند تا رفتارها و آداب موتورسواران باتجربه‌تر را درونی کنند و در نهایت، برای کسب تأیید و فرار از تحقیر، اصول رانندگی را نه به دلایل ایمنی بلکه برای جلب رضایت همسالان خود فرا گیرند.

تو علی‌آباد کتول اگر کسی پشت موتور باشه و راهنما بزنه مسخرش می‌کنن و بهش می‌خندن (امیرحسین، ۱۵ ساله، شهرنشین، شغل پدر آزاد)

نگاه دیگران اذیتم می‌کنه. احساس می‌کنم کلاه بزارم دیگران مسخره‌ام می‌کنن (رضا، ۱۹ ساله، شهرنشین، شغل پدر آزاد)

بنابراین، معنای استقلال در موتورسواری به‌شدت با نگاه و تأیید همسالان پیوند دارد. جوانان موتورسوار نه تنها برای کسب موتور، بلکه برای پذیرفته شدن در گروه‌های همسالان تلاش می‌کنند. در واقع، استقلال نمادینی که از طریق داشتن موتور به‌دست می‌آید، تا زمانی که از سوی گروه‌های اجتماعی تأیید نشود، معنا و اعتبار چندانی ندارد. بسیاری از جوانان تلاش می‌کنند تا

خانواده‌های خود را با معرفی دوستان موتورسوار به‌عنوان الگوهای موفق، ترغیب به خرید موتورسیکلت کنند؛ چراکه فشار اجتماعی ناشی از خاطرات و تجربیات همسالان موتورسوار در مدرسه و محیط‌های اجتماعی، انگیزه‌ای قوی برای آن‌ها ایجاد می‌کند. این فشارها باعث می‌شود جوانانی که تجربه‌ای از موتورسواری ندارند، در میان همسالان خود احساس شرم و طردشدگی کنند. در مقابل، جوانانی که به گروه‌های موتورسوار پیوسته‌اند، به تدریج شبکه‌های اجتماعی گسترده‌تری شکل می‌دهند و از حمایت بیشتری برخوردار می‌شوند. این گروه‌های دوستان، نقش کلیدی در تأیید هویت و استقلال موتورسواران ایفا می‌کنند و برای بسیاری از جوانان، موتور به یک وسیله حیاتی برای ورود به این شبکه‌های دوستی تبدیل می‌شود.

مثلاً با چند نفر لات بزرگتر از خودت که رفیق میشی و چون شهر کوچیکه سریع اسمت می‌پیچه و تو شهر معروف میشی و بیشتر می‌شناسنت (سامان ۱۶ ساله، شهرنشین، شغل پدر کارمند).

فهرست مخاطبین گوشی من رو زمانی که موتور سوار نمی‌شدم با الانی که سوار میشم نگاه کنی تعجب می‌کنی. الان خیلی دوستان بیشتری دارم (داوود، ۱۷ ساله، روستائین، شغل پدر آزاد). به مرور زمان، جوانان موتورسوار درک متفاوتی از موتور پیدا می‌کنند و معنای استقلالی که قبلاً برایشان با موتور پیوند خورده بود، به تدریج کم‌رنگ‌تر می‌شود. این تحول در معنا، با گذر از مرحله‌ای از زندگی که تأیید اجتماعی همسالان برای فرد بسیار مهم است، رخ می‌دهد. همان‌گونه که جوانان به سمت بلوغ بیشتر حرکت می‌کنند، همسالانی که پیش‌تر حامی استقلال آن‌ها بودند، ممکن است به‌عنوان موانع پیشرفت تلقی شوند.

برای ما اون موقع فقط تفریح و دور زدن بود. به این نگاه نمی‌کردیم که فلان دوست مون داره از ما استفاده می‌کنه یا اینکه ما رو از زندگی عقب میندازه. مهم فقط با هم بودن بود. ولی الان که بر می‌گردم می‌بینم خیلی تو زندگی عقب افتادم. خیلی زمانم رو موتور گرفت (کمیل، ۲۵ ساله، شهرنشین، شغل پدر آزاد).

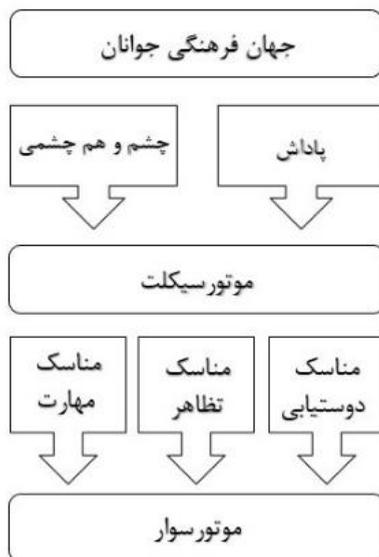
#### د) روند انتقال معنا

مک کراکن (۱۹۸۶) حضور معنا را در سه جایگاه اصلی تعریف می‌کند: ۱- جهان فرهنگی، ۲- کالا، و ۳- شخص مصرف‌کننده. این سه جایگاه در بستر بحث حاضر به‌صورت ۱- جهان

فرهنگی جوانان، ۲- موتورسیکلت، و ۳- موتورسوار معنا می‌یابند. معانی فرهنگی در جهان ساختاریافته فرهنگی، به‌عنوان اصلی‌ترین موقعیت، حضور دارند. این جهان همان دنیای تجربیات روزمره است که از طریق باورها و مفروضات فرهنگی شکل می‌گیرد. فرهنگ به دو روش جهان‌پدیداری ما را می‌سازد: اول، فرهنگ به‌عنوان لنزی عمل می‌کند که از طریق آن فرد جهان را مشاهده می‌کند و چگونگی دیدن پدیده‌ها را تعیین می‌نماید. دوم، فرهنگ نقشه راهی فراهم می‌آورد که مختصات رفتارها و فعالیت‌های ما را مشخص می‌کند. به این ترتیب، فرهنگ با ارائه معانی درون‌مقوله‌ها و اصول فرهنگی، جهان ما را می‌سازد (۱۹۸۶: ۷۲).

درک معنای موتورسیکلت در جهان فرهنگی جوانان به دو سطح تقسیم می‌شود: سطح عمومی و سطح خصوصی. در سطح عمومی، جوانان به دلیل تحولات مختلف در زندگی‌شان، از جمله تغییرات زیستی، اجتماعی و اقتصادی، به دنبال تعریف هویت و کسب استقلال هستند. یکی از ارزش‌های اصلی در این مرحله، کاهش وابستگی به والدین و حرکت به سوی استقلال است. در این راستا، جوانان به همسالان خود روی می‌آورند تا از طریق ارتباط و تعامل با آن‌ها، هویت خود را تعریف و تقویت کنند. در سطح خصوصی که به موتورسواران جوان اختصاص دارد، موتورسیکلت نقشی فراتر از یک وسیله حمل‌ونقل ایفا می‌کند؛ این وسیله به نمادی برای نمایش ارزش‌ها و هویت‌های فرهنگی و اجتماعی تبدیل می‌شود. همسالان و دوستان به‌عنوان چارچوب مرجع عمل می‌کنند و معانی مرتبط با استقلال، مردانگی و قدرت را به موتورسواران منتقل می‌کنند. گروه‌های مرجع، به دلیل قدرت اجتماعی و فرهنگی خود، معیارهای ارزش‌گذاری و قضاوت را تعیین می‌نمایند. دو گروه اصلی که نقش چارچوب مرجع برای موتورسواران را ایفا می‌کنند، عبارتند از: ۱) جوانانی که به دلیل ارتباط با کشاورزی از سنین پایین از موتورسیکلت استفاده کرده و به استقلال می‌رسند، و ۲) جوانانی که پدران‌شان به‌علت شغل خود از موتورسیکلت برای امرار معاش استفاده می‌کنند. این دو گروه با توجه به نیازهای اقتصادی و عملی خود، توانسته‌اند مفاهیم جدیدی از استقلال را به این وسیله در فرهنگ محلی پیوند دهند. در مقابل، خانواده‌های کارمند که ضرورت استفاده از موتورسیکلت برای آن‌ها کمتر است، تأثیر کمتری در تعیین معانی فرهنگی مرتبط با موتورسیکلت دارند. معنای استقلال از جهان فرهنگی به موتورسیکلت از طریق دو مکانیسم کلیدی منتقل می‌شود: ۱) پاداش و ۲) چشم و هم‌چشمی. جوانانی که موتورسیکلت دارند، از طریق پذیرش اجتماعی در گروه‌های دوستان و حس برتری

نسبت به همسالان فاقد موتورسیکلت، پاداشی نمادین دریافت می‌کند که به معنای استقلال آن‌ها مشروعیت می‌بخشد. از سوی دیگر، جوانانی که موتورسیکلت ندارند، با مجازات‌های اجتماعی مانند طرد شدن، تحقیر و احساس وابستگی به خانواده مواجه می‌شوند. مکانیسم چشم و هم‌چشمی نیز در این فرآیند نقش مهمی دارد. جوانان تحت تأثیر همسالان خود با این استدلال که «دوستانم موتور دارند، من هم باید موتور داشته باشم»، به شدت برای خرید موتورسیکلت تلاش می‌کنند. این فشار اجتماعی در انتخاب نوع و مدل موتورسیکلت نیز مشهود است، زیرا جوانان سعی می‌کنند موتورسیکلتی را انتخاب کنند که از نظر دوستان‌شان پذیرفته شود و جایگاه اجتماعی‌شان را تقویت کند. در نهایت، انتقال معنای استقلال از موتورسیکلت به فرد مصرف‌کننده (موتورسوار) از طریق مناسک اجتماعی رخ می‌دهد. این مناسک که به‌عنوان ابزارهای نمادین عمل می‌کند، معانی جدیدی به موتورسیکلت و استفاده از آن می‌بخشد. سه نوع مناسک کلیدی در این فرآیند عبارتند از: (۱) مناسک دوست‌یابی، (۲) مناسک مهارت‌آموزی و (۳) مناسک تظاهر. از طریق این مناسک، جوانان موتورسوار ارزش‌ها و معانی نمادین مرتبط با استقلال را درونی می‌کنند و بدین ترتیب، موتورسیکلت برای آن‌ها به ابزاری فرهنگی و اجتماعی تبدیل می‌شود که فراتر از یک وسیله حمل‌ونقل است.



نحوه روند انتقال معنا

### هـ) مناسک دوست‌یابی

این مناسک با هدف افزایش فاصله از خانواده و تقویت ارتباطات با دوستان شکل می‌گیرد. در این چارچوب، موتورسیکلت به ابزاری برای حضور در جمع دوستان و تقویت همبستگی‌های گروهی تبدیل می‌شود. این مناسک معمولاً در قالب فعالیت‌های فراغتی دوستانه و جمعی بروز می‌کند و به فرد امکان می‌دهد در موقعیت‌های تصمیم‌گیری آنی و احتمالی، بر اساس ارزش‌ها و تعهدات اخلاقی گروه واکنش نشان دهد. اگر جوان در فضای خانواده امکان کمتری برای بیان و به اشتراک گذاشتن تصمیمات خود داشته باشد، از طریق این مناسک می‌تواند تصمیمات شخصی خود را در جمع دوستان مطرح کرده و تجربه تعامل اجتماعی بیشتری کسب کند. موتورسواران جوان از این فرصت برای تجربه استقلال و رشد شخصی بهره می‌برند. برخی از آنان از طریق موتورسیکلت با دوستانی بزرگتر از خود آشنا می‌شوند که نقش حمایتی و راهنمایی‌کننده‌ای برای آن‌ها ایفا می‌کنند. این ارتباطات، که در مصاحبه‌ها به مواردی از آن‌ها اشاره شده است، نشان‌دهنده وجود و اهمیت این مناسک در زندگی جوانان موتورسوار است. اونایی که سوار میشن فکر می‌کنن خیلی دیگه بزرگ شدن و به اون درجه‌ای رسیدن که برن دور بزبن و موتور سوار شن و با رفیق‌های بزرگتر از خودشون که ناباب هستن دور بزبن. ولی اونایی که سوار نمیشن بیشتر به فکر آینده خودشون هستن (محمدامین، ۱۴ساله، شهرنشین، شغل پدر کارمند).

### و) مناسک مهارت

این نوع مناسک با هدف نمایش توانایی‌ها و مهارت‌های فردی در میان موتورسواران جوان انجام می‌شود. این افراد با به نمایش گذاشتن مهارت‌هایی مانند حمل و جابه‌جایی موتورسیکلت به‌تنهایی بدون کمک گرفتن از دیگران، انجام حرکاتی مانند تک‌چرخ زدن در مکان‌های شلوغ، و اجرای مانورهای خطرناک و جسورانه، تلاش می‌کنند تا استقلال و تسلط خود را به نمایش بگذارند. این رفتارها به‌عنوان نمادی از خوداتکایی و استقلال فردی در فرهنگ این جوانان عمل می‌کنند. مهارت‌ها به‌طور کلی نشانگرهایی ملموس و عینی برای نمایش استقلال فرد هستند. همان‌طور که کودکی در هنگام یادگیری و نمایش مهارت راه رفتن، با استفاده از نیروی ذهنی و جسمی خود تلاش می‌کند تا به‌طور مستقل عمل کند، موتورسواران

جوان نیز از طریق این مناسک می‌کوشند هویت و استقلال خود را در چارچوب اجتماعی و فرهنگی پیرامونشان تثبیت و تأیید کنند.

خیلی جاها سر کورس با موتور کشته میشن. مثلاً فامیل خودمون کورس انداخت برای اینکه نشون بده کی با موتور رانندگیش بهتره. سر پیچ تصادف کرد در جا مرد (علی، ۱۷ساله، شهرنشین، شغل پدر کارمند).

### ز) مناسک تظاهر

مناسک تظاهر با هدف جلب توجه و تأیید اجتماعی از طریق موتورسیکلت، به‌ویژه در نگاه «دیگری مهم» انجام می‌گیرد. این «دیگری مهم» معمولاً شامل افرادی است که از نظر فرد نقش تعیین‌کننده‌ای در ارزیابی استقلال او دارند و ممکن است به توانایی‌های او با دیده تردید بنگرند. بنابراین، جوانان موتورسوار با انجام این مناسک، تلاش می‌کنند تا استقلال خود را در مقابل این مخاطبان برجسته کنند و به نوعی تأیید اجتماعی و فرهنگی از آن‌ها دریافت نمایند. این رفتارها اغلب در قالب حرکت‌های نمایشی در مکان‌های شلوغ مانند مدارس یا فضاهای عمومی که امکان دیده شدن بیشتری دارند، انجام می‌شود. موتورسواران با دور زدن‌های مکرر و طولانی یا حضور در مکان‌هایی که افراد مهم حضور دارند، می‌کوشند تا به‌طور نمادین پیام استقلال خود را به این افراد منتقل کنند. این نوع رفتار نه تنها به نمایش توانایی فرد در کنترل موتورسیکلت مربوط می‌شود، بلکه وسیله‌ای برای کسب مشروعیت و تأیید از سوی کسانی است که جایگاه اجتماعی و نظر آن‌ها برای فرد مهم است.

### ح) کاربرد موتورسیکلت

موتورسیکلت، علی‌رغم اینکه وسیله‌ای کارآمد برای حمل‌ونقل سریع و آسان در مسافت‌های کوتاه است، برای بسیاری از افراد به‌ویژه جوانان، فقط به این دلیل خواستنی نیست. جوانان به دنبال استفاده از معانی اجتماعی و فرهنگی پیوسته با موتورسیکلت هستند و شاید بتوان گفت که کاربرد اصلی و ابتدایی آن یعنی حمل‌ونقل به نوعی به کاربردی ثانویه و کم‌اهمیت‌تر برای این گروه تبدیل شده است. هرچند که در مصاحبه‌ها بسیاری از این جوانان به اهمیت موتورسیکلت در انجام کارهای روزمره و به‌عنوان یک وسیله نقلیه کم‌هزینه اشاره کرده‌اند، اما

به نظر می‌رسد معانی فرهنگی و اجتماعی متصل به موتورسیکلت برای آن‌ها اهمیت بیشتری دارد. به عبارتی، تقاضای جوانان برای موتورسیکلت بیشتر به خاطر معانی و ارزش‌هایی است که به این وسیله نسبت می‌دهند، نه صرفاً برای حل مشکل جابه‌جایی. این موضوع در رفتار و استدلال‌های آن‌ها برای خرید موتورسیکلت، به‌ویژه در میان افرادی که ضرورت شغلی یا عملی برای داشتن آن ندارند، کاملاً مشهود است. در مواردی که جوانان ارتباطی با مشاغل مرتبط با کشاورزی ندارند و نیازی واقعی به موتورسیکلت وجود ندارد، آن‌ها با ایجاد ضرورت‌های ساختگی، خانواده‌های خود را برای خرید این وسیله متقاعد می‌کنند. برای نمونه، تلاش می‌کنند کاربردهای حمل‌ونقل موتورسیکلت را برجسته نمایند، اما پس از دستیابی به آن، این کاربردها کم‌رنگ شده و موتورسیکلت به ابزاری برای فعالیت‌های دیگر تبدیل می‌شود. با توجه به اینکه این جوانان معمولاً به استقلال مالی نرسیده‌اند و برای خرید موتورسیکلت به حمایت خانواده نیاز دارند، اولین تجربه‌های آن‌ها معمولاً از طریق اعضای خانواده به‌ویژه پدر اتفاق می‌افتد. پدرانی که از موتورسیکلت برای پاسخگویی به نیازهای شغلی خود استفاده می‌کنند، فرزندان‌شان را نیز ترغیب به استفاده از این وسیله در جهت رفع نیازهای خانواده می‌کنند. هرچند، جوانان سعی دارند بخشی از این فرصت را برای تحقق اهداف شخصی خود به‌کار بگیرند. برای نمونه، پدران کشاورز، موتورسیکلت را به‌عنوان یک ابزار ضروری برای کارهای کشاورزی به فرزندان خود معرفی می‌کنند و این کاربرد به‌طور مستقیم با نیازهای شغلی آن‌ها مرتبط است. از طرف دیگر، جوانانی که پدران‌شان در مشاغل دیگری مانند کارمندی فعالیت دارند و ضرورتی برای استفاده از موتورسیکلت وجود ندارد، کمتر می‌توانند مفاهیم و کاربردهایی که خود برای موتورسیکلت قائل هستند را به خانواده منتقل کنند. در خانواده‌های کشاورز، موتورسیکلت به‌عنوان ابزاری مهم و کاربردی برای انجام کارهای روزمره مرتبط با کشاورزی، مانند دسترسی به زمین‌های کشاورزی، محسوب می‌شود. اما با توجه به ورود تکنولوژی‌های جدید و ماشین‌آلات مدرن به بخش کشاورزی، جوانان کشاورز زمان آزاد بیشتری نسبت به گذشته دارند. این زمان آزاد، هم به دلیل کاهش نیاز به نیروی کار انسانی در کشاورزی و هم به دلیل مشکلات اشتغال، باعث شده است تا جوانان بیشتر از قبل از موتورسیکلت برای گذران اوقات فراغت خود استفاده کنند. در گذشته، جوانان کشاورز به دلیل ازدواج زودهنگام و نیاز به افزایش بهره‌وری در کشاورزی، فرصت کمتری برای

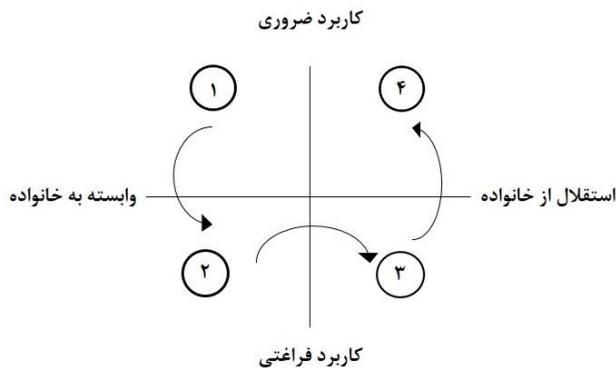
استفاده‌های فراغتی از موتورسیکلت داشتند. با این حال، امروزه جوانان کشاورز علاوه بر استفاده‌های ضروری از موتورسیکلت، زمان بیشتری برای فعالیت‌های فراغتی با دوستان خود دارند. در مشاغل غیرکشاورزی، به دلیل طولانی‌تر بودن دوره وابستگی مالی به والدین، جوانان از موتورسیکلت بیشتر برای کسب منزلت نمادین و استفاده در اوقات فراغت بهره می‌گیرند. استفاده از موتورسیکلت در مراحل مختلف سنی متفاوت است. برای مثال، جوانانی که زیر ۲۱ سال هستند، بیشتر به دنبال تفریح و استفاده از موتورسیکلت برای فعالیت‌های فراغتی با دوستان خود هستند، در حالی که با نزدیک شدن به سن ۲۵ سال، کاربرد موتورسیکلت برای آن‌ها به سمت امور ضروری و عملی‌تر متمایل می‌شود. دلیل این تغییر می‌تواند به معانی نمادین و هویتی مرتبط با موتورسیکلت بازگردد؛ چرا که بررسی‌ها نشان داده‌اند با افزایش سن، معنای موتورسیکلت برای جوانان تغییر می‌کند و ارزش‌هایی که در سنین پایین به آن داده می‌شد، اهمیت کمتری پیدا می‌کنند.

در بین جوانان روستایی و شهری، استفاده از موتورسیکلت برای گذران اوقات فراغت وجود دارد، اما تفاوت‌هایی نیز مشاهده می‌شود. جوانان روستایی با توجه به ضرورت استفاده از موتورسیکلت در کار کشاورزی، از آن به‌عنوان ابزاری برای تفریح و گذران اوقات فراغت بهره می‌برند. آن‌ها معمولاً دو موتورسیکلت دارند: یکی با ظاهری فرسوده برای کارهای کشاورزی و دیگری با کیفیت و ظاهر مناسب‌تر برای تفریح و فعالیت‌های اجتماعی. جوانان روستایی پس از تسلط بر موتورسیکلت کشاورزی و با گذر زمان، به دنبال خرید موتورسیکلت دوم هستند که به‌طور کامل تحت اختیار خودشان باشد. این امر زمانی رخ می‌دهد که جوانان با رفت‌وآمد به شهرها و مواجهه با رقابت بر سر مدل‌های موتورسیکلت، به سمت به‌روزرسانی و بهبود مدل وسیله نقلیه خود تمایل پیدا می‌کنند. چنین موقعیتی به‌طور عمده برای جوانان طبقات متوسط و بالای شهر ممکن است که می‌توانند سلايق خود را به دیگران تحمیل کنند. جوانان موتورسوار روستایی به دلیل کمبود امکانات تفریحی در روستا، فضاهای باز و طبیعی مانند کوه‌ها و جنگل‌ها را به‌عنوان مکان‌هایی مناسب برای گذران وقت با دوستان انتخاب می‌کنند. بیشترین استفاده از موتورسیکلت در میان جوانان شهرنشین نیز به زمان‌های فراغت اختصاص دارد. آن‌ها معمولاً با دوستان خود به جنگل یا کوه می‌روند و از موتورسیکلت به‌عنوان وسیله‌ای برای جابه‌جایی به این مکان‌ها استفاده می‌کنند. برخی از این جوانان معتقدند که کمبود امکانات تفریحی در شهر

باعث شده است که موتورسیکلت به بهترین گزینه برای گذران اوقات فراغت‌شان تبدیل شود. این افراد ادعا می‌کنند که اگر امکانات بیشتری در دسترس داشتند، احتمالاً کمتر به استفاده از موتورسیکلت روی می‌آوردند. با توجه به فاصله زیاد مکان‌های تفریحی مانند جنگل‌ها و کوه‌ها از شهر و نبود امکانات کافی، موتورسیکلت وسیله‌ای کارآمد برای دسترسی به این فضاها محسوب می‌شود. این فضاهای تفریحی که خارج از نظارت والدین یا نهادهای رسمی قرار دارند، می‌توانند زمینه‌ساز مشکلاتی مانند اعتیاد در برخی از جوانان شوند.

### ط) سنخ‌شناسی موتورسواران جوان

ما بر پایه‌ی دو محور کاربرد موتور و وضعیت استقلال جوان به تیپولوژی موتورسواران جوان پرداخته‌ایم. محور کاربرد موتور را به دو بخش ۱- کاربرد ضروری، و ۲- کاربرد فراغتی، و محور وضعیت استقلال را به دو بخش ۱- استقلال از خانواده، و ۲- وابسته به خانواده تقسیم کرده‌ایم. بر این اساس افراد مورد مطالعه در تیپ‌های مختلفی مورد بررسی قرار گرفته‌اند.



از دیدگاه انسان‌شناختی، تحلیل تیپ‌های مختلف موتورسواران، به مثابه بررسی یک مناسک گذار پیچیده است که نشان‌دهنده مراحل تحول و هویت‌یابی در جامعه‌ای خاص است. موتورسیکلت در این چارچوب به‌عنوان یک کالای نمادین نقش اساسی در انتقال فرد از یک مرحله اجتماعی به مرحله دیگر ایفا می‌کند. این فرآیند به‌طور ویژه در جامعه‌ای که ارزش‌های فرهنگی آن بر پایه‌ی مفاهیمی چون استقلال، قدرت و جایگاه اجتماعی شکل گرفته، اهمیت می‌یابد.

### تیپ ۱ موتورسواران نوآموز: ورود به مناسک

موتورسیکلت وسیله‌ای برای ورود به مرحله جدیدی از زندگی است. این گروه به‌عنوان «نوآموزان» در فرآیند هویت‌یابی، تحت تأثیر ارزش‌ها و چارچوب‌های خانوادگی قرار دارند. والدین و به‌ویژه پدران، به‌عنوان «راهنماهای» اجتماعی، نقش مهمی در هدایت و نظارت بر استفاده از موتورسیکلت دارند. از منظر انسان‌شناختی، این نظارت نشان‌دهنده مرحله جدایی<sup>۱</sup> در مناسک گذار است؛ جایی که جوانان از دنیای کودکانه فاصله می‌گیرند و وارد فضایی می‌شوند که از آن‌ها انتظار می‌رود به تدریج به سوی استقلال حرکت کنند.

### تیپ ۲ موتورسواران محتاط: آزمون اولیه استقلال

موتورسیکلت همچنان در چارچوب نظارت خانوادگی و محدودیت‌های اجتماعی عمل می‌کند. این گروه به دلیل فشارهای اجتماعی و برجسب‌هایی که از سوی گروه‌های موتورسواران باتجربه‌تر (تیپ ۳) به آن‌ها زده می‌شود، در مرحله گذار<sup>۲</sup> قرار دارند. موتورسیکلت برای آن‌ها معنای کاملاً تثبیت‌شده‌ای ندارد و بیشتر به‌عنوان ابزار آزمون استقلال در چارچوب‌های محدود شده استفاده می‌شود. این مرحله نشان‌دهنده درنگ و توقف موقت در فرآیند هویت‌یابی است که در آن فرد هنوز در جستجوی جایگاه خود در اجتماع است.

زیاد شده مسخرم کنن. میگن موتور رو بگیر برو یک گاز بده بعد که من اینکار رو نمی‌کنم میگن چقدر بچه نه‌ای و بچه مثبتی... من اگر موتور لازم بشه استفاده می‌کنم. اگر ضروری شد استفاده می‌کنم. من اصلاً قبول ندارم الکی برم دور بزنم وقت خودمو بگیرم که چی؟ (علی). ۱۷ ساله، شهرنشین).

### تیپ ۳ موتورسواران فعال: اوج مناسک و تثبیت هویت اجتماعی

در این مرحله موتورسیکلت به اوج معنای نمادین خود می‌رسد. این مرحله را می‌توان به‌عنوان آستانه<sup>۳</sup> در مناسک گذار تحلیل کرد؛ جایی که موتورسیکلت از وسیله‌ای فیزیکی به نماد اجتماعی مهمی تبدیل می‌شود که نمایانگر استقلال، قدرت و موقعیت اجتماعی است. در این مرحله، موتورسواران فعال با گسترش شبکه‌های اجتماعی خود و تعاملات گسترده با دوستان،

1 separation

2 transition

3 liminality

تلاش می‌کنند با تثبیت جایگاه و هویت اجتماعی‌شان، به نوعی تجدید هویت<sup>۱</sup> دست یابند. آن‌ها با استفاده از موتورسیکلت به‌عنوان ابزاری برای نمایش و اثبات هویت، سلسله مراتب قدرت و بزرگی را در میان موتورسواران شکل می‌دهند و از طریق مسخره کردن و برچسب‌گذاری تازه‌کاران، به تثبیت جایگاه خود می‌پردازند. در این مرحله، موتورسیکلت به گونه‌ای نمادین به معبری برای عبور از جوانی به بزرگسالی تبدیل می‌شود.

موتور بیشتر برای رفیق‌بازی، حس خیلی خوبی داره و خوش می‌گذره. بیشتر برای سرگرمیه... الان می‌خوایم بریم جنگل با رفیقا میشه با دوچرخه رفت؟ نمیشه خب با دوچرخه رفت (رضا، ۱۶ ساله، شهرنشین).

#### تیپ ۴ موتورسواران بالغ: بازگشت موتور به معنا و کارکرد اصلی و مرحله ادغام

در این تیپ معنای موتورسیکلت تغییر یافته، به‌گونه‌ای که به حالت و کارکرد اولیه خود باز می‌گردد. این مرحله را می‌توان ادغام مجدد<sup>۲</sup> در مناسک گذار در نظر گرفت؛ جایی که فرد، پس از طی کردن مراحل قبلی، به تعادلی جدید دست می‌یابد و موتورسیکلت برای او دیگر نماد قدرت یا هویت اجتماعی نیست، بلکه به کارکرد اصلی خود یعنی حمل‌ونقل بازمی‌گردد. در این مرحله، فرد از تعاملات سطحی و رقابت‌های اجتماعی که در تیپ‌های قبلی وجود داشت، فاصله گرفته و بر ارزش‌های خانوادگی و تعهدات اجتماعی تمرکز می‌کند.

الان فقط برای سر کار رفتن ازش استفاده می‌کنم. الان حس سوار شدنش رو ندارم. من وقتی رفتم دانشگاه و اومدم، سال ۹۲، این شور داشتن و دور زدن کم شد... یک جورایی بی‌کلاسی می‌دونستم؛ چون قبلش خیلی سوار شده بودیم، دیگه تخلیه شده بودیم. دیگه نمی‌تونستیم خودمون رو با موتور سوار شدن قانع کنیم (سعید، ۲۴ ساله، شهرنشین).

#### بحث و نتیجه‌گیری

در سال‌های اخیر، پدیده‌ی موتورسیکلت‌سواری در ایران عمدتاً از منظر فنی، انتظامی و پزشکی مورد توجه قرار گرفته و تحلیل آن در سطح رفتارهای پرخطر و مسائل فنی متوقف مانده است؛ اما در پس این ظاهر فیزیکی، لایه‌های عمیق‌تری از معنا و هویت نهفته است که

1 identity renewal

2 reincorporation

نیازمند نگاهی فرهنگی و مردم‌نگارانه است. در جامعه‌ای که بخش قابل توجهی از جمعیت آن را جوانان تشکیل می‌دهند و گذار به بزرگسالی با چالش‌های اقتصادی و هویتی همراه است، بررسی معانی اجتماعی و نمادین کالاهایی چون موتورسیکلت اهمیتی دوچندان می‌یابد. این پژوهش می‌کوشد از منظر انسان‌شناختی نشان دهد که چگونه موتورسیکلت، فراتر از یک وسیله‌ی حمل‌ونقل، به بخشی از جهان زیسته‌ی جوانان بدل می‌شود و نقش فعالی در بازنمایی استقلال، قدرت و هویت مردانه ایفا می‌کند. بدین ترتیب، مطالعه‌ی حاضر تلاشی برای ارائه‌ی درکی نو از حیات فرهنگی اشیاء و چگونگی معنایابی آن‌ها در بستر زندگی روزمره‌ی نسل جوان در جامعه‌ی معاصر ایران و به‌ویژه شهرستان علی‌آباد کتول است.

در این جامعه، موتورسیکلت ابزاری است که نه تنها جایگاه اجتماعی فرد را ارتقا می‌دهد، بلکه امکان ورود به شبکه‌های دوستی جدید و کسب حمایت اجتماعی را فراهم می‌کند. از این رو، داشتن موتور به نوعی به مناسک گذار از نوجوانی به بزرگسالی تبدیل شده است. جوانانی که به این نماد دست نمی‌یابند، احساس می‌کنند که تجربه استقلال آن‌ها ناقص است و توانایی تعریف هویت مردانه‌ای که در این فرهنگ اهمیت دارد، را از دست داده‌اند. این مناسک گذار، که در بسیاری از جوامع توسط آیین‌ها و مراسم خاصی انجام می‌شود، در این منطقه به‌طور خلاقانه و از طریق استفاده از موتور به عنوان یک ابزار نمادین ساخته شده است. جوانان به‌طور طبیعی وارد این چرخه می‌شوند تا بتوانند نقش‌های اجتماعی خود را بر پایه‌ی انتظارات فرهنگی شکل دهند. اگر آن‌ها در این چرخه مشارکت نکنند، هویت اجتماعی و مردانه‌ای که مورد تأیید جامعه است، به درستی شکل نخواهد گرفت. در این معنا، موتور به چیزی بیش از یک وسیله حمل و نقل تبدیل می‌شود؛ موتورسیکلت به نماد هویت‌یابی و استقلال جوانان بدل شده است. تلاش جوانان برای دستیابی به موتورسیکلت بخشی از فرآیند هویت‌یابی در دوران بلوغ محسوب می‌شود. موتور به آن‌ها این امکان را می‌دهد که نه تنها از وابستگی به خانواده رهایی یابند، بلکه هویت مردانه و اجتماعی خود را زودتر شکل دهند. این روند هویت‌یابی، که در بافت فرهنگی خاص این منطقه ریشه دارد، به جوانان کمک می‌کند تا جایگاه خود را در جامعه پیدا کنند و احساس اقتدار و استقلال را به دست آورند. موتورسیکلت در ذهن و زندگی جوانان و نوجوانان این منطقه نمادی از استقلال، قدرت و بلوغ اجتماعی است و به‌نوعی روایت خاص خود را ساخته است. این وسیله برای بسیاری از آن‌ها نه تنها ابزاری

برای حمل و نقل، بلکه بخشی جدایی‌ناپذیر از تجربه گذار به بزرگسالی شده و در فرآیند خود تحقیق‌یابی به آنان کمک می‌کند. با وجود این، خطرات ناشی از استفاده از موتورسیکلت به مسئله‌ای جدی تبدیل شده است. بسیاری از جوانان در راه کسب این نماد استقلال، جان خود را به دلیل تصادفات و سوانح رانندگی از دست داده‌اند. این وضعیت یک بحران خانوادگی را نیز ایجاد کرده است. خانواده‌ها در دوراهی سختی بین واگذاری موتورسیکلت به جوانان خود و ممانعت از خرید آن قرار دارند. از یک طرف، همراهی با جوانان و خرید موتورسیکلت به آن‌ها احساس قدرت و پذیرش اجتماعی می‌دهد؛ اما از طرف دیگر، خانواده‌ها با آگاهی از خطرات احتمالی، دچار ترس از دست دادن فرزند خود می‌شوند. این وضعیت نشان می‌دهد که موتورسیکلت، با وجود بی‌جان بودن، به بخشی از روایت هویتی و اجتماعی جوانان تبدیل شده است و در فرهنگ این منطقه نقشی کلیدی دارد. خانواده‌ها میان خواسته‌های جوانان برای استقلال و حفظ امنیت آنان در کشمکش مستمر قرار دارند، و این تعارض بیانگر نقش پیچیده‌ای است که موتورسیکلت در زندگی جوانان و خانواده‌ها ایفا می‌کند.

## منابع

- حسن‌زاده، عظیم. (۱۳۸۹). *فهم جامعه‌شناختی ترومای شهری: ترومای حاصل از تصادفات موتورسیکلت‌سواران در تهران*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران. جونز، گیل (۱۳۹۳). *جوانی*، ترجمه محمود شارع‌پور، تهران: نشر سمت، چاپ اول.
- نیازی، محسن؛ شفائی مقدم، الهام (۱۳۹۴). تبیین عوامل موثر بر کج‌رفتاری موتورسواران بر مبنای رویکرد انحراف رفتاری، *فصلنامه مطالعات پژوهشی راهور*، شماره ۱۳، ۹-۲۸.
- زمانی علویجه، فرشته؛ نیکنامی، شمس‌الدین؛ محمدی، عیسی؛ احمدی، فضل‌الله؛ منتظری، علی؛ غفرانی‌پور، فضل‌الله (۱۳۸۷). انگیزه‌های استفاده از موتورسیکلت سواران دارای رفتارهای پرخطر (یک پژوهش کیفی)، *مجله دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه*، شماره ۱، ۸۵-۱۱۱.
- آزاد ارمکی، تقی و صادقی، علیرضا (۱۳۹۶). زندگی روزمره موتورسواران معیشتی، *فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، شماره ۴۷، ۴۳-۷۶.
- منادی، مرتضی (۱۳۸۶). *مردم‌نگاری، فصلنامه روش‌شناسی علوم انسانی*، ۵۱، ۱۱۱-۱۳۰.
- ذکایی، محمدسعید (۱۳۸۱). گذار به بزرگسالی و جوانی رو به تغییر، *فصلنامه مجله جامعه‌شناسی ایران*، ۳، ۲۷-۳.

مایلز، استیون (۱۳۹۶). مصرف‌گرایی؛ شیوه‌ای از زندگی، ترجمه فردین علیخواه، تهران: نشر جامعه‌شناسان.

- Kopytoff, Igor (1986). The Cultural Biography of Things: Commoditization as Process. In A. Appadurai (Ed.), *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective* (Section 1, Part 2, pp. 64–91). Cambridge: Cambridge University Press.
- Dittmar, Helga (1992). *The social psychology of material possessions: To have is to be*. UK: Harvester Wheatsheaf.
- Dittmar, Helga (2008). *Consumer Culture, Identity and Well-Being*. Hove, UK: Psychology Press.
- Schouten, John W., & McAlexander, James H. (1995). Subcultures of Consumption: An Ethnography of the New Bikers. *Journal of Consumer Research*, 22(1), 43–61.
- McCracken, G. (1986). Culture and Consumption: A Theoretical Account of the Structure and Movement of the Cultural Meaning of Consumer Goods. *Journal of Consumer Research*, 13(1), 71–84.
- Douglas, M., & Isherwood, B. (1996). *The World of Goods: Towards an Anthropology of Consumption*. London: Routledge.