

در سال‌های اخیر خرده‌فرهنگ «ماشین‌رانی‌نمایشی» در شهرهای بزرگ کشورمان نظر هر کنجکاو موضوعات اجتماعی و فرهنگی را به خود جلب می‌کند. این‌گونه پدیده‌ها در تعامل با روندهای کلی اجتماعی شکل گرفته و روشن است که بررسی آنها می‌تواند به شناخت بیشتری از این جریانات و روندها منجر شود. در این مقاله تلاش بر آن است تا نشان داده شود که چه زمینه‌هایی موجب شکل‌گیری خرده‌فرهنگ ماشین‌رانی‌نمایشی در بین جوانان شده است؟ در واقع شناخت معانی آشکار و لایه‌های پنهان نهفته در این خرده‌فرهنگ، نقطه عزیمت این مقاله خواهد بود. از این‌رو ضمن مروری بر فضای مفهومی موضوع و نظریه‌های مرتبط با آن، دیدگاه‌های هیدایچ از مکتب بیرمنگام برای استخراج ایده‌هایی مورد توجه قرار گرفته است. این مطالعه به روش کیفی انجام شده و داده‌های آن حاصل مصاحبه با ۱۸ نفر از جوانان شهر رشت بوده است. این افراد به شیوه نمونه‌گیری گلوله برفی انتخاب شده‌اند. نتایج مطالعه حاکی از آن است که خرده‌فرهنگ ماشین‌رانی‌نمایشی در بین جوانان در حال شکل‌گیری است و مهم‌تر اینکه در پس خرده‌فرهنگ ماشین‌بازی، فرایند هویت‌یابی، ابراز وجود در برابر دیگران و جلب توجه جنس مخالف، به چشم می‌خورد و همچنین اثر مسائلی نظیر کمبود زیرساخت‌های فرهنگی و فضاهای تفریحی بر گرایش به سمت اتومبیل نیز مشهود است.

■ واژگان کلیدی:

خرده‌فرهنگ، ماشین‌بازی، جوان، هویت، مقاومت

تأملی بر خرده‌فرهنگ جوانان:

مطالعه‌ای درباره ماشین‌رانی‌نمایشی جوانان شهر رشت

فردین علیخواه

عضو هیئت علمی گروه علوم اجتماعی دانشگاه گیلان
faralikhah@gmail.com

متین پورجعفری

کارشناس ارشد جامعه‌شناسی از دانشگاه گیلان
matin.poorjafari@gmail.com

۱. مقدمه

کالاهای مصرفی هم در بحث هویت و هم سبک زندگی نقشی اساسی دارند. آنچه که گروه‌های دارای خرده‌فرهنگی خاص را از دیگر مجموعه‌های فرهنگی جدا می‌کند، روش مصرف کالا می‌باشد (کاراباین و لان گریست، ۲۰۰۲: ۱۸۴-۱۸۳).

امروزه ماشین به‌عنوان یکی از ابزارهای کسب هویت در میان جوانان جایگاهی ویژه یافته است. البته باید توجه داشت که ماشین در بین همه طبقات اجتماعی همواره بیانگر شاخص پایگاه اجتماعی و اقتصادی بوده است. ولی نکته آن است که جوانان علاوه بر بیان پایگاه اجتماعی و اقتصادی، به‌عنوان وسیله‌ای برای رهاسازی هیجانان، مقاومت، ایجاد ارتباط اجتماعی و غیره استفاده می‌کنند. در واقع ماشین برای آنان کارکردهای چندجانبه‌ای به همراه دارد و مایه شکل‌گیری خرده‌فرهنگی خاص در بین آنان می‌شود. جوانان با اسپرت کردن ماشین‌های خود^۱ و یا با حرکات نمایشی و خطرناک و ایجاد سرو صدا در سطح خیابان‌های شهر، سعی در جلب توجه دیگران دارند. اجرای حرکات نمایشی این روزها به امری عادی در برخی خیابان‌های شهرهای بزرگ به‌ویژه در محلات مرفه‌نشین شهرها تبدیل شده است به طوری که هر شب خیابان‌ها، محل حضور جوانانی می‌شود که با خودروهایی با مدل‌های مختلف در حال کورس گذاشتن با هم، نشان دادن سبک‌های اسپرت کردن ماشین‌های خود به یکدیگر و بعضاً ایجاد سر و صداهای ناهنجار با خودروهای خود هستند. ماشین‌هایی با مدل‌های مختلف و بعضاً موتورهای پرسر و صدا که هر ناظری را یاد اتومبیل‌های مسابقه‌ای در بازی‌های رایانه‌ای می‌اندازد. در این مقاله تلاش شده است تا ضمن شناخت خرده‌فرهنگ ماشین‌رانی نمایشی و همچنین فهم دلایل رفتاری و ذهنیت جوانان ماشین‌باز، راهکارهایی در جهت سامان دادن این‌گونه رفتارها در شهرها ارائه گردد.

۲. طرح مسئله

خرده‌فرهنگ جوانی نیز یکی از موضوعات مهم بین رشته‌ای در حوزه‌های جامعه‌شناسی شهری، انحرافات اجتماعی و مطالعات جوانان و فرهنگی به حساب می‌آید. «واژه فرهنگ به شیوه متمایز زندگی، ارزش‌ها و معانی مشترک رایج در دوره‌های مختلف تاریخی و گروه‌های مختلف ملت‌ها، طبقات اجتماعی، خرده‌فرهنگ‌ها اشاره دارد. به‌طور کلی فرهنگ

مجموعه‌ای از کنش‌هایی است که به‌واسطه آنها معانی در قالب یک گروه تولید و مبادله می‌شوند (باکاک، ۱۳۸۶: ۴۱-۴۰). خرده‌فرهنگ جوانی بر سبک یا شیوه متمایزی از رفتارها و علائق جوانان مبتنی است. در این خرده‌فرهنگ مؤلفه‌هایی چون شکل ظاهر^۱ مدل لباسی^۲ که به تن می‌کنند، مدل مو^۳ جواهرات و وسائل زینتی روی بدن^۴ و ژست‌های خاصی که دارند نحوه راه رفتن و واژگان خاصی که به کار می‌برند، علاقه به موسیقی‌های خاص و ... مورد توجه و کنکاش قرار می‌گیرد. خرده‌فرهنگ‌های جوانان دارای نمودهای ظاهری خاصی است. از جمله می‌توان به سبک‌های موسیقی، سبک لباس، ورزش، استفاده از موتور یا اتومبیل، استفاده از انواع مواد مخدر و مشروبات الکلی و دخانیات اشاره کرد که در بین بخشی از جوانان هر کشور رواج دارد و در این میان استفاده از موتور یا ماشین برای تفریحات شبانه همراه با برنامه‌های مهیج - که تأثیر زیادی بر کسانی که حتی سنتی و روستایی هستند دارد (باطنی، ۱۳۸۰: ۵۶) - مد نظر ماست.

۱۵۷

برای نگارندگان این سطور مسئله «ماشین‌رانی‌نمایشی» و خرده‌فرهنگ جوانان از آنجا آغاز شد که به‌هنگام عبور از بلوار گیلان در منطقه گلسار شهر رشت که در واقع یکی از محلات مرفه‌نشین شهر محسوب می‌شود، در روزها و ساعت‌های خاصی شاهد جوانانی بودیم که گرد هم جمع می‌شدند و حرکات نمایشی و خطرناکی را در خیابان‌های شهر انجام می‌دادند.

این جوانان خیابان را که یک عرصه عمومی و مکانی است که در آن همه گروه‌های مردم صرف‌نظر از سن و جنس و طبقه حضور دارند به مکانی برای تفریح و تخلیه هیجانات خود تبدیل کرده بودند، تفریحی که هم برای خود این جوانان^۵ و هم افرادی که در این منطقه رفت و آمد داشتند مشکلات و خطراتی را به همراه داشت. آنچه که در این بین بیش از همه توجه ما را به‌عنوان پژوهشگر اجتماعی به خود جلب کرد نقش اتومبیل در کمک به شکل‌گیری خرده‌فرهنگی خاص بود. اتومبیل صرف‌نظر از اینکه وسیله‌ای است که برای افراد به‌عنوان یک سرمایه شخصی محسوب می‌شود و به تردد آنان کمک می‌کند به کالایی تبدیل شده است که افراد با توسل به آن عناصر هویتی جدیدی را برای خود

1. Appearance
2. Fashion
3. Hairstyle
4. Piercing

۵. تاکنون چند جوان راننده و چند عابر به دلیل تصادف در این خیابان جان خود را از دست داده‌اند.

می‌سازند و با نشان دادن آن به سایرین آن هم در خیابان که کانون تماشاگری و در معرض تماشا قرار گرفتن است، برای خود هویت جدیدی تولید می‌کنند. شناخت معنای ظاهری و لایه‌های پنهان این گونه خرده‌فرهنگ‌ها، یعنی شناخت چگونگی شکل‌گیری و اشاعه این خرده‌فرهنگ و همچنین فهم دلایل رفتاری و ذهنیت «جوانان ماشینی‌باز» است که در این تحقیق اهمیت دارد. مطالعه خرده‌فرهنگ‌ها یکی از بهترین شیوه‌ها برای شناخت و بررسی رفتارهای بعضاً هنجارشکنانه^۱ به‌شمار می‌رود.

۳. مبانی نظری

یکی از نخستین کسانی که تعریفی از خرده‌فرهنگ ارائه داد رابرت ر. بل ۲ بود. او خرده‌فرهنگ را چنین توصیف کرد: از فرهنگ جزئی، نظام فرهنگی نسبتاً منسجمی را می‌توان فهمید که در بستر نظام کلی فرهنگ ملی، دنیای ویژه خود را داراست. اعضای چنین خرده‌فرهنگی از سایر افراد جامعه تاندازه‌ای متمایز هستند (شفرز، ۱۳۸۳: ۱۹۱). این اصطلاح به‌طور بسیار کلی برای نشان دادن دسته‌ای از ارزش‌ها، گرایش‌ها، اعتقادات، سلاط، الگوهای رفتاری‌ای مورد استفاده قرار می‌گیرد که یک گروه را به‌نحو بسنده‌ای از جریان اصلی متمایز می‌سازد اما نه آنچنان مواجهه‌ای که باعث تشدید تضاد شود. اصطلاح فرهنگ جوانی عمدتاً به‌منظور اشاره به شیوه‌هایی به‌کار می‌رود که نوجوانان خودشان را از بزرگسالان متمایز می‌کنند. اگر چه تفاوت‌های فرهنگی «سن محور» از آغاز تاریخ مدرن وجود داشته، اما تنها در دهه ۱۹۵۰ و بعد از متبلور شدن نوجوانان به‌مثابه یک هویت اجتماعی متمایز با موسیقی، سبک زندگی، مد و ادبیات ویژه خودشان بود که مفهوم فرهنگ جوانی - جدا از فرهنگ بزرگسالان - در جامعه آمریکا و اروپا صورت خارجی پیدا کرد. قبل از آن از هر کسی که به سن بلوغ می‌رسید انتظار می‌رفت که با هنجارهای فرهنگ مسلط بزرگسالان هم‌نواپی کند (داریتی جر، ۲۰۰۸: ۱۶۷).

سابقه پیدایش خرده‌فرهنگ جوانان به سال ۱۹۵۳ برمی‌گردد. در بریتانیا در مناطق

۱. موضوع ماشینی‌بازی در خیابان‌های شهر به این دلیل رفتاری هنجارشکنانه تلقی شده است که ضمن ایجاد اخلال در نظم عمومی و خیابان‌های شهر موجب از دست رفتن جان‌عده‌ای می‌شود. در واقع صدمه به جان و مال سایر شهروندان موجب نگاهی آسیب‌شناختی به این پدیده بوده است هر چند که معتقدیم چنین رفتارهایی ریشه در سایر مسائل اجتماعی داشته و حل آن نیز ظرافت‌های خاص خود را می‌طلبد.

2. Robert R. Bell

کارگرنشین جنوب و شرق لندن خرده‌فرهنگی با عنوان تدی بوی^۱ شکل گرفت و تا اواخر ۱۹۶۰ به حیات خود ادامه داد. در دهه ۶۰ خرده‌فرهنگ دیگری در بریتانیا به وجود آمد از جمله نوگراها^۲ و راکره^۳ و همچنین کله‌پوستی‌ها و هیپی‌ها. در دهه ۱۹۷۰ هم شاهد پیدایش پانک‌ها^۴ و در دهه ۱۹۸۰ شاهد پیدایش اسیدهاوس^۵ بودیم.

در ایران نیز همزمان با افزایش روند صنعتی‌شدن و گسترش ارتباطات بین‌المللی، گسترش شهرنشینی و افزایش مهاجرت از روستاها به شهرها شاهد شکل‌گیری خرده‌فرهنگ‌هایی در بین بخش‌هایی از جوانان کشور هستیم که عمدتاً انعکاسی از روندهای غربی شدن بوده است. به عنوان مثال، در دهه ۱۳۵۰ شاهد گسترش خرده‌فرهنگ هیپیسم^۶ در بین بخشی از جوانان طبقات مرفه جامعه بودیم. موج اول پانکیسم هم در اواخر دهه ۱۳۵۰ به ایران آمد و موج دوم آن بعد از سپری شدن سال‌های جنگ رواج یافت. پس از مدتی مفهوم پانک جای خود را به هوی متال^۷ و رپ^۸ داد که هنوز هم برخی از جوانان هویت خود را بر اساس این گونه موسیقی تعریف می‌کنند. (شهبابی و دیگران، ۱۳۸۷: ۹۳).

محققان مکتب بیرمنگام خرده‌فرهنگ را حاصل دیالکتیک بین نظام مسلط سرمایه‌داری و فرهنگ طبقات کارگر می‌دانند (ذکایی، ۱۳۸۶: ۷۸). در ادامه مقاله دیدگاه‌های این مکتب در خصوص موضوع این مقاله بیشتر توضیح داده خواهد شد.

۳.۱. دیدگاه اصحاب مکتب بیرمنگام

هبدایج^۹ معتقد است آن چالشی که خرده‌فرهنگ‌ها علیه هژمونی بازنمایی می‌کنند مستقیماً از خود آن خرده‌فرهنگ‌ها نشئت نمی‌گیرد؛ بلکه آن چالش به شکلی غیرمستقیم، یعنی در سبک و سیاق انتخابی اشخاص متبلور می‌گردد. در خرده‌فرهنگ‌ها، کالاها به شیوه‌هایی که تولیدکنندگان آن کالاها هرگز نمی‌خواستند، با یکدیگر ترکیب می‌شوند و تغییر می‌یابند، به بیان دیگر، کالاها در پیوندهایی جدید با یکدیگر مرتبط می‌گردند تا

1. Teddy Boys
2. Mods
3. Rackers
4. Puncks
5. Acid House
6. Hippieism
7. Heavy Metal
8. Rap
9. Hebdige

معانی مخالفی را ایجاد کنند. از این طریق خرده‌فرهنگ‌های جوانان به شکل‌های نمادین هم در مقابل فرهنگ مسلط و هم در برابر فرهنگ مادری خویش مقاومت می‌ورزند (استوری، ۱۳۸۹: ۲۸۲-۲۸۰). به زعم هیدایچ خرده‌فرهنگ‌ها از طریق سبک‌های مقاومت، هویت متفاوتی را ابراز می‌کنند و نسبت به نظم اجتماعی مسلط اعتراض می‌کنند. به نظر او جوانان از طریق انواع مختلفی از سبک‌ها این مقاومت را نشان می‌دهند (هیدایچ، ۱۹۷۹: ۱۰۰).

هیدایچ در رابطه با مصرف کالاهای فرهنگی به‌عنوان ابزاری برای هویت‌یابی جوانان این‌طور بیان می‌کند که پیدایش فرهنگ مصرف‌کننده، مجموعه وسیعی از نشانه‌ها و اشیاء دست‌ساز را ارائه می‌دهد که می‌تواند به روش‌های نامحدود تفسیر گردد تا هویت زیرگروه‌های متعدد را بیان نماید. او اشاره می‌کند مصرف کالاهای فرهنگی از قبیل وسایل نقلیه (موتور و ماشین) به‌خصوص در بین جوانان فقط حرکتی مقاومتی نیست بلکه می‌تواند برای به‌دست آوردن منزلتی در بین دوستان و گروه همسالان و همچنین برای نوعی ابراز وجود و خودنمایی کردن و حتی جذب جنس مخالف باشد. گراهام و وایت^۱ در بیان ویژگی‌های اجتماعی فرهنگ ماشین جوانان بیان می‌دارند که سرگرمی‌های مرتبط با فرهنگ ماشین برای جوانانی که وقت آزاد دارند انتخاب اجتماعی‌ای را برای علاقمندان به ماشین و رانندگی خطرناک فراهم می‌آورد، گشت‌زنی در خیابان و سواری‌های خیابانی به‌عنوان انتخابی مهیج در نظر گرفته می‌شود و مشارکت فعالانه در این زمینه برای بعضی جوانان نوعی سبک زندگی لذت‌بخش است. این انتخاب‌های اجتماعی نیازهای ویژه‌ای را در زندگی این جوانان نمایان می‌کند و چنین عملی به هویت شخصی و موقعیت اجتماعی آنها کمک می‌کند. گراهام بیان می‌کند که داشتن وسیله نقلیه پرچاذه برای رانندگی و خودنمایی در مهمانی‌ها می‌تواند منبعی از غرور و عزت نفس برای جوانان فراهم آورد و اگر جوانان تغییراتی از قبیل اگزوز سوراخ، لاستیک پهن، سیستم صوتی در اتومبیل شخصی‌شان ایجاد کنند برای این ابتکارشان اعتبار شخصی به‌دست خواهند آورد. وایت به نقل از توماس و باچر^۲ (۲۰۰۳) بیان می‌کند که چنین اعمال اجتماعی و رانندگی‌های ریسک‌آمیز ممکن است برای پز دادن به هم سن و سالان و همچنین برای جذب جنس مخالف باشد. او همچنین به‌نقل از والکر و کنل^۳ (۲۰۰۰) می‌گوید در زندگی جوانان

1. Graham & White
2. Thomas & Butcher
3. Walker & Connel

وجود فرهنگ ماشین کارکرد اجتماعی مثبتی دارد بدین شکل که داشتن ماشینی برای رانندگی شکلی از تعلق و پذیرش در میان گروه‌های هم سن و سال را ایجاد می‌نماید و فرصتی برای شکل‌گیری تماس‌های اجتماعی جدید بر مبنای تجربه، دانش و علائق شخصی ایجاد می‌کند. گشت‌زنی، رانندگی خیابانی و خطرناک و تجمعات خیابانی همگی دربردارنده استفاده اجتماعی از مکان‌های عمومی است. جوانان از مکان‌های عمومی استفاده می‌کنند تا نیازهایشان را نمایان کنند. آنها از مکان‌های ویژه استفاده نمی‌کنند چون که در این مناطق بیشتر زیر نگاه اتوریته می‌باشند. خیابان مکانی را نشان می‌دهد که سلسله مراتب قدرت، اتوریته و نظارت در آنها دیده می‌شود و عملکرد زورگویانه جوانان توسط پلیس، تضاد بین این دو گروه را بدتر می‌کند؛ به طوری که همواره ماشین سواران جوان احساس می‌کنند که پلیس هیجان آنان را نسبت به ماشین و تجمعات خیابانی نمی‌پذیرد (گراهام و وایت، ۲۰۰۷: ۳۳-۳۰).

هدیای معتقد است که پیدایش فرهنگ مصرف‌کننده، مجموعه وسیعی از نشانه‌ها و اشیاء دست‌ساز را ارائه می‌دهد که می‌تواند به روش‌های نامحدود تفسیر گردد تا هویت زیرگروه‌های متعدد را بیان نماید. مثال جامعی از این خرده‌فرهنگ‌های مصرفی ویرانگر را هدیای با توجه خود (به وسایل نقلیه) موتور وسپا ایتالیایی بیان کرد. این موتور سیکلت توسط سازندگان آن به‌عنوان نشانه جوانی، آزادی و ورزش معرفی گردید. اما دیگر گروه جوان مخالف، این موتور را به‌عنوان نشانه‌ای از خرده‌فرهنگ‌های جنجالی می‌شناسند. به تدریج معنای رسمی از موتور وسپا برگردانده شد و به نشانه‌ای از هویت مخالفت بر گشت و تصور از تفریح سالم و مد روز کم‌رنگ شد و به نشانه‌ای از یکپارچگی گروه آشوبگر و تهدیدآمیز برگردانده شد (گارتمن، ۲۰۰۳: ۱۳).

هیل واران^۱ در رساله دکترای خود به موضوع ماشین‌بازی جوانان در شهر هلسینکی کشور فنلاند پرداخت. او معتقد است که به دلیل تأثیر ساختار شکنی، در عرصه علوم اجتماعی عمل مقوله‌بندی به شدت مورد نقد واقع شده و در جایی بین تاریخ و اندیشه‌های اجتماعی شاهد ناپدید شدن تدریجی طبقه به‌عنوان سازه‌ای اجتماعی هستیم. او هدف خود از انجام این پژوهش را تجدید نظر در رویکرد مکتب بیرمنگام می‌داند. پرسش اصلی او آن است که آیا می‌توان این عمل یعنی ماشین‌بازی جوانان طبقه کارگر را نوعی مخالفت دید؟ لذا تحت تأثیر آثار ریموند ویلیامز از اندیشمندان مکتب بیرمنگام، این سؤال

1 H. Vaaranen

را مطرح می‌کند که فرهنگ چگونه ابزار مقاومت می‌شود؟ او ضمن نقد دیدگاه‌هایی که نقش طبقه را در جامعه امروزی ناچیز شمرده‌اند معتقد است که هنوز برای یک فنلاندی و در خرده‌فرهنگ ماشین‌محور، طبقه مهم است و افق‌های ذهنی یک فرد با جایگاهش در ساختار اجتماعی تعیین می‌شود. او هدف خود را این‌گونه طرح می‌کند که با تأسی از دیدگاه‌های ویلیامز نشان دهد که چطور این فعالیت‌ها یعنی ماشین‌بازی به بازتولید تمایزات طبقاتی می‌انجامد (وارانن و ویلوچ^۱، ۲۰۰۲: ۲).

وارانن داده‌های خود را از طریق مشاهده مشارکتی در محدوده خیابان کورته لیرالی^۲ به‌دست آورده است. وی معتقد است که وسعت و شدت مسابقات خیابانی به‌قیمت بنزین و اقتصاد بازار بستگی دارد. اگر قیمت بنزین بالا باشد جوانان به شکل دونگی و شراکتی بنزین اتومبیل را تأمین می‌کنند. او معتقد است که در این خرده‌فرهنگ دو عنصر سرعت و نوشیدن مشروبات الکلی حائز اهمیت است. بیشتر جوانانی که وارد خرده‌فرهنگ ماشین‌بازی می‌شوند ۱۸ سال دارند. به‌عنوان رویدادی اجتماعی، هر هفته و برخی شب‌های هفته این جوانان کنار هم جمع می‌شوند. بعد از رسیدن به سن قانونی برای رانندگی به یکباره این جوانان می‌توانند به بنگاه‌های ماشین بروند و در نقش مشتری ظاهر شوند. آنها می‌توانند دوست دختر انتخاب کنند و با ماشین گرد شهر بگردند. در واقع وارانن معتقد است که ماشین به گذار به بزرگسالی کمک می‌کند. به تعبیر او این امر در یک محیط مردم‌محور، به جوانان یک هویت حاضر و آماده و یک سبک زندگی سنتی و جذاب می‌دهد. مسابقات خیابانی به‌مثابه یک حرکت است. پسران شهر به شهر می‌گردند و دنبال پدیده‌های هیجان‌آورند. حتی گاهی اوقات آنها مسابقات شهر به شهر می‌گذارند حتی تا ۶۰۰ کیلومتر و هر کس زودتر به مقصد رسید برنده است. وارانن معتقد است که این جوانان با حرف زدن با صدای بلند، رانندگی کردن با سروصدا، ادا و اطوارهای خشن و پرخاشگرانه، با صدای بلند آواز خواندن ترانه‌های خاص، نوشیدن، واقع وجودشان و هستی‌شان را نشان می‌دهند. وارانن برای آنکه نقش طبقه و درآمد را در این خرده‌فرهنگ نشان دهد بیان می‌دارد که فرد با افزودن بر تجهیزات صوتی ماشینش می‌تواند منزلت خود را در گروه ارتقاء دهد. پس این منزلتی است که قابل خریداری است و راحت نیز می‌تواند از دست برود. فرد می‌تواند با کالاهای مادی بر جذابیت‌هایش

1. Wieloch

2 Kortteliralli

بیفرای. (وارانن و ویلوچ، ۲۰۰۲: ۹) شب‌ها به واسطه همین صداها یک پسر نظر دیگران را جلب می‌کند. ولی در طول روز آنها به حال خود رها می‌شوند. صدای بلند موسیقی یک ابزار ارتباطی بین خیابان و پیاده‌رو است. این صدا برای جلب دختران در پیاده‌رو استفاده می‌شود. دختران معمولاً به ماشین‌های عبوری نگاه نمی‌کنند مگر آنکه صدایی ناگهانی از آن ماشین‌ها تولید شود. همه آنها تاکنون ۶ یا ۷ تصادف داشته‌اند. جوانان ماشین‌باز با علاقه شدیدی از ماشین‌های تصادف کرده عکس می‌گیرند از ماشین‌هایی که از آنها دزدی شده یا صدمه دیده‌اند. وارانن در تحلیل لایه‌های پنهان جامعه‌پذیری این جوانان بیان می‌دارد که اکثر اینها در فرهنگ ضد مدرسه بزرگ شده‌اند. اینان معتقدند که درس خواندن فقط برای نوابغ است. برای اینان سرعت، سروصدای ماشین و تصادف تنها چیزی است که فکر می‌کنند بر آن کنترل دارند. ماشین‌شان دوست آنهاست و بیانگر یک آزادی رادیکال است. در واقع رادیکالیزم سبک زندگی آنها شده است. آنان یا به مشاغلی وارد می‌شوند که منجر به مرگ می‌شود و یا مرگ بر اثر تصادف خواهند داشت. دو سؤال حرف اصلی این خرده‌فرهنگ است: «کی زودتر می‌رسه؟» و «سلطان این خیابان کیه؟» (وارانن، ۲۰۰۵) معمولاً این رانندگان جوان نگاه سنتی به دختری که کنارشان می‌نشیند دارند. دختران وقتی سوار ماشین اینان می‌شوند ساکت‌اند و این پسر است که نشان می‌دهد همه چیز تحت کنترل اوست. در خیابان مردان جوان سلطه‌ای را به رخ می‌کشند که می‌خواهند در جامعه و خانواده داشته باشند. بسیاری از دختران جوان از مردان سکسی، پرخاشجو و انحصارطلبی که موجب خوشحالی آنان و غرور در مقابل دختران دیگر می‌شوند خوششان می‌آید. وارانن معتقد است که این جوانان شب‌ها ارزش‌های جامعه خودشان را وارونه می‌کنند. آنان امنیت اقتصادی و تحصیلات را شرم‌آور و سوسول‌مآبانه می‌دانند. آنان می‌خواهند احساس از کف دادن فرصت‌ها را با این اجرای فرهنگی زنده کنند. آنان می‌خواهند فرهنگ شان را باز تولید کنند و همچین غروری را که به وسیله پلیس، مددکاران اجتماعی و والدین‌شان از آنان ستانده شده است بازستانند. در دنیای آنها آنچه که آنها خوب از پس آن برمی‌آیند این است: خطرپذیری، دنبال کار صنعتی رفتن، مهارت رانندگی، ناچیز شمردن تحصیلات (وارانن، ۲۰۰۵).

۳.۲. پرسش‌های برآمده از تجربه زیسته محققان این تحقیق و ملهم از دیدگاه‌های نظری همان‌طور که قبلاً بیان شد هدف اصلی این پژوهش کشف و شناخت دلایل و ذهنیت

- جوانان ماشین‌باز است. این هدف به شکل‌های مختلف در سؤالات زیر متبلور شده است:
۱. خرده‌فرهنگ «ماشین‌رانی‌نمایشی» در بین جوانان چه ویژگی‌ها و مؤلفه‌های دارد؟
 ۲. آیا استفاده از اتومبیل برای جوانان صرفاً جنبه تفریحی و گذران وقت را دارد یا رگه‌هایی از رفتارهای مقاومتی در آن دیده می‌شود؟
 ۳. دلایل تمایل جوانان به ماشین‌بازی چیست؟
 ۴. آیا اتومبیل یک واسطه برای گرد هم آوردن جوانان است؟
 ۵. چه افرادی با چه گروه‌های سنی و جنسی در این خرده‌فرهنگ بیشتر شرکت دارند؟
 ۶. جنیست در مشارکت یا عدم مشارکت در این خرده‌فرهنگ چه نقشی ایفا می‌کند؟
 ۷. وضعیت اقتصادی اجتماعی افراد تا چه اندازه در مشارکت آنان در این خرده‌فرهنگ نقش داشته است؟
 ۸. آیا خرده‌فرهنگ «ماشین‌رانی‌نمایشی» دارای مرزها و هویت گروهی مشخصی است؟
 ۹. ابزارهای رسانه‌ای و اطلاع‌رسانی جهت اشاعه این خرده‌فرهنگ از چه نوعی است؟
 ۱۰. آیا در این خرده‌فرهنگ فعالیت‌ها و بحث‌های سیاسی هم جایگاهی دارد؟ در واقع آیا اتومبیل می‌تواند منجر به برخی نگرش‌ها و رفتارهای سیاسی شود؟
 ۱۱. آیا در این خرده‌فرهنگ سلسله‌مراتبی از اقتدار در بین مشارکت‌کنندگان وجود دارد و منبع این اقتدار چه می‌تواند باشد؟
 ۱۲. چرا چنین خرده‌فرهنگی در بلوار گیلان در محله گل‌سار رشت نمود بیشتری دارد و نه در سایر محلات شهر رشت؟

۴. روش‌شناسی پژوهش

چون در این پژوهش ما به دنبال درک و شناخت ماهیت رفتاری خرده‌فرهنگ جوانان هستیم، روش کیفی شیوه‌ای مفید و کارآمد برای فهم جزئیات پدیده مورد مطالعه می‌باشد.

جامعه مورد مطالعه این مقاله، جوانان «ماشین‌بازی» بودند که در منطقه گل‌سار شهر رشت با ماشین‌های‌شان به گشت‌زنی می‌پرداختند. برای انتخاب جمعیت مورد مطالعه از نمونه‌گیری غیراحتمالی استفاده شده است. از روش‌های نمونه‌گیری هدفمند در مطالعات

کیفی می‌توان به نمونه‌گیری گلوله برفی یا زنجیره‌ای^۱ اشاره کرد که در این تحقیق از آن بهره گرفته‌ایم.

در پژوهش کیفی برای تعیین تعداد نمونه نمی‌توان از فرمول مشخص و واحدی استفاده کرد اما مسئله مورد بررسی تا حد زیادی بر تعداد شرکت‌کنندگان پژوهش تأثیر می‌گذارد (حریری، ۱۳۸۵: ۱۳۹). مشخص نبودن تعداد نمونه رابطه مستقیمی با تصمیم‌گیری و قضاوت محقق دارد. پاتون اعتقاد دارد که شیوه ایده‌آل نمونه‌گیری این است که تا رسیدن به اشباع^۲ تئوریک (موردی که بعد از آن اطلاعات جدیدی به دست نمی‌آید) به انتخاب موارد اولیه ادامه دهیم (گال و همکاران، ۱۳۸۲: ۳۹۸). در واقع هنگامی که محقق به این باور برسد که به اشباع نظری رسیده است یعنی با ادامه گردآوری اطلاعات به داده‌های جدید، مفاهیم، مقولات و تنوع‌های جدیدی دست نمی‌یابد می‌تواند به مصاحبه‌های خود پایان دهد. ما نیز در این تحقیق بر این مبنا، مصاحبه‌های خود را به اتمام رساندیم.

در این تحقیق از روش پدیدارشناسی استفاده شده است و تکنیک گردآوری اطلاعات در این مقاله مصاحبه و مشاهده بوده است. مصاحبه‌ها از نوع مصاحبه نیمه‌طراحی شده^۳ یا نیمه‌ساخت یافته بوده است. مشاهده نیز جزئی اجتناب‌ناپذیر از هر مطالعه در باب هر پدیده اجتماعی می‌باشد. از مشاهده است که محقق به نکته‌های بسیاری می‌رسد، اندیشه‌اش روشنی می‌یابد، همچنان که کارش دقت و صراحت می‌پذیرد (ساروخانی، ۱۳۸۵: ۱۷۴). ویژگی‌های جمعیت‌شناختی برخی از مصاحبه‌شوندگان به‌قرار زیر است: آرش، ۲۸ ساله، لیسانس کشاورزی و شاغل در مغازه فرش فروشی، اتومبیل سمند/ امین ۲۳ ساله، دیپلم ریاضی، بیکار، ماشین جنسیس/ آیدین ۳۰ ساله، فوق‌دیپلم، عینک‌ساز، ماشین پژو ۲۰۶/ بهادر، ۲۰ ساله، دانشجو، ماشین ماکسیما/ یاشا، ۲۲ ساله و فوق‌دیپلم کامپیوتر، ماشین مزدا ۳/ پرستو، ۲۲ ساله، دانشجو، ماشین پژو ۲۰۶/ سامان ۲۸ ساله، صاحب مغازه مبیل فروشی، فوق‌دیپلم، پژو ۴۰۵/ مانی ۲۱ ساله، دانشجوی برق، ماشین آژرا/

در ثبت و ضبط مصاحبه‌ها از دستگاه MP3 player و برای ثبت مشاهدات از دوربین عکاسی استفاده کردیم.

1. Snowball or Chain Sampling
2. Saturation
3. Semi Structured Interview

۵. یافته‌های پژوهش

در بررسی و تحلیل این پژوهش کیفی، داده‌های به‌دست آمده را در پنج مقوله دسته‌بندی کردیم که عبارت‌اند از: ۱. ماشین و فرایند هویت‌یابی، ۲. ماشین و رفتارهای مقاومتی، ۳. ماشین، یادگیری اجتماعی و انتقال فرهنگی، ۴. آسیب‌های ناشی از «ماشین‌رانی‌نمایشی» ۵. زمینه‌های اجتماعی «ماشین‌رانی‌نمایشی» که در ادامه به بررسی هر یک از مقولات یادشده می‌پردازیم.

ماشین و فرآیند هویت‌یابی: ماشین برای این جوانان ابزاری برای ایجاد شبکه‌های دوستی نیز محسوب می‌شود. آنان در واقع به واسطه ماشین وارد گروه‌های همسالان جدیدی می‌شوند و بدین وسیله جامعه‌پذیری آنان ادامه می‌یابد. جلب نظر جنس مخالف نیز از دیگر کارکردهای ماشین برای این جوانان است. باید توجه داشت که با وجود ورود تدریجی دختران جوان به عرصه ماشین‌بازی، این عرصه هنوز فضایی مردانه تلقی می‌شود. لذا بیشتر پسران با ورود به این عرصه و مجموعه فعالیت‌هایی که انجام آن در این خرده‌فرهنگ اجتناب‌ناپذیر می‌نماید در مقابل دختران هویت مردانه خود را ثبت و به‌رخ می‌کشند. ماشین ابزار هویت‌یابی پسران ماشین‌باز می‌شود و آن هویت مردانه آنان است. چنین یافته‌ای با آنچه وارنان در شهر استکهلم بدان رسیده بود مشابه است.

ماشین و رفتارهای مقاومتی: یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که ماشین برای جوانان مورد مطالعه ابزاری مقاومتی در مقابل نهادهای رسمی محسوب نمی‌شود. آنان به‌واسطه ماشین عمدتاً به‌دنبال رها کردن هیجانان دوره جوانی خود و جلب‌نظر دیگران چه دوستان و همسالان‌شان و چه جنس مخالف‌اند. لذا در این خصوص یافته‌های این تحقیق با آنچه در رویکرد کلی محققان مکتب بیرمنگام بر آن تأکید می‌شود فاصله دارد.

ماشین، یادگیری اجتماعی و انتقال فرهنگی: افراد هر جامعه‌ای در نتیجه تعاملاتی که با هم دارند در بسیاری از موارد از هم تأثیر می‌گیرند. این تأثیرپذیری می‌تواند مثبت و یا منفی باشد. زبان، پوشش، تفریحات، علائق و ارزش‌های اجتماعی افراد نیز از این امر مستثنی نیستند. این رفتارها به مرور برای افراد به امری عادی و روزمره تبدیل می‌شود و به تدریج در گرایش‌های فرهنگی آنها راه می‌یابد. این رفتارها را فرد در محیط اجتماعی می‌آموزد و به مرور زمان به نسل‌های بعدی انتقال می‌دهد و دیگران را هم به این‌گونه رفتارها ترغیب می‌کند. در میان افراد جامعه، جوانان بیش از سایر افراد در معرض یادگیری رفتارهای مختلف‌اند، به‌خصوص رفتارهایی که به‌نوعی باعث تمایز

آنان از دیگران شود، رفتارهایی که باعث می‌شود یک جوان به‌واسطه آن بیشتر مورد پذیرش جمع دوستان خود قرار گیرد. تغییر و هماهنگ کردن تیپ و ظاهر متناسب با محیط گلسار که از نظر آنان محله‌ای «باکلاس» تلقی می‌شود؛ اسپرت کردن ماشین همانند ماشین‌های مدل بالایی که در گلسار وجود دارد؛ رفتن به کافی‌شاپ و پارتی و دوست شدن با جنس مخالف از مواردی هستند که جزئی از مؤلفه‌های سبک زندگی ماشین‌بازان تلقی می‌شود و هر فرد با ورود به این خرده‌فرهنگ و برای تأیید و پذیرش اجتماعی گروه تلاش می‌کند تا آنها را جزئی از زندگی خود کند. جوانان مصاحبه‌شونده چنین بیان می‌کنند که بسیاری از جوانانی که به تازگی برای گشت‌زنی وارد خیابان گلسار می‌شوند در ابتدا ظاهری ساده داشته‌اند و صرفاً به‌واسطه ماشین خود وارد جرگه جوانان ماشین‌باز شده‌اند. اما بعد از مدتی همان افراد سعی می‌کنند خود را با محیط و شرایط وفق دهند و هماهنگ با دیگر جوانان و دوستان خود رفتار می‌کند. این جوانان در محیط گلسار با دوستان جدیدی آشنا می‌شوند که در بسیاری از موارد این دوستی‌ها با جنس مخالف است و به‌دنبال چنین دوستی‌هایی روابط دیگری شکل می‌گیرد، روابطی که خارج از عرف جامعه ماست.

آسیب‌های اجتماعی ناشی از کورس بازی جوانان: مسئله کشته شدن جوانان در حین کورس مسئله شناخته‌شده‌ای است که همه جوانان ماشین‌باز حداقل یک مورد از کشته‌شدگان را می‌شناسند. اما متأسفانه به‌دلیل نبود یک فضای مناسب برای حضور جوانان در آن و تخلیه هیجانات آنان، باز هم جوانان به کورس گذاشتن‌های خود در خیابان‌ها ادامه می‌دهند و این مسئله همچنان ادامه خواهد داشت.

از سوی دیگر نگرانی خانواده‌هایی را که فرزندان‌شان در خیابان‌ها به گشت‌زنی و کورس گذاشتن مشغول هستند هم می‌توان مشاهده کرد. این جوانان در گفته‌هایشان به مسئله نگرانی خانواده‌هایشان اشاره داشتند، این نگرانی فقط تصادف و مرگ فرزندان را در بر نمی‌گیرد. آنان نگران آشنایی فرزندان‌شان با افرادی هستند که فقط به واسطه ماشین با فرزندان‌شان دوست می‌شوند، نگرانی از کشیده شدن فرزندان‌شان به سمت اعتیاد، الکل و روابط جنسی پرخطر که امکان دارد به‌واسطه دوستی‌های جدید با آنها آشنا شوند. مصاحبه‌ها نشان می‌دهد که در مواردی ماشین‌چنین کارکردی داشته است. یعنی زمینه شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی و دوستی‌هایی را فراهم می‌آورد که در نهایت به رفتارهای نگران‌کننده بعدی منجر می‌شود. البته این جوانان اشاره داشتند که

در بیشتر موارد خانواده‌ها از تفریحات آنها بی‌خبرند و اگر مطلع باشند از حضور آنان در این جمع‌ها ممانعت می‌کنند.

زمینه‌های اجتماعی کورس بازی جوانان: از مهم‌ترین دلایلی که این جوانان ماشین را وسیله‌ای برای تفریح و خیابان را مکانی برای تفریح کردن و تخلیه انرژی و هیجان‌ات خود انتخاب کردند، «فقدان فضاهای تفریحی و سرگرم‌کننده لازم در شهر رشت» عنوان شده است. «کمبود باشگاه‌های ورزشی مناسب و مجهز به امکانات روز، نبود پیست اتومبیل‌رانی و دوچرخه‌سواری، نبود کارتینگ» و... از دیگر مواردی است که جوانان به آن اشاره داشتند. در واقع برای آنان در چنین شهری با این امکانات محدود، خیابان گلسار از لحاظ موقعیتی و خیابان‌بندی شبیه به یک پیست بوده و شرایطی شبیه به آن را داشته است، لذا از این خیابان به‌عنوان جایگزینی برای پیست استفاده می‌کنند. یکی از سؤالاتی که در این مطالعه مطرح بود آن بود که چرا جوانان منطقه گلسار را برای ماشین‌بازی انتخاب کرده‌اند؟ مصاحبه‌شوندگان دلایل مختلفی را برای انتخاب گلسار ذکر کردند «در ابتدا وجود خیابان‌های متعدد و طولانی، خیابان‌هایی پیچ در پیچ و بدون بن بست، نبود مرکز خرید و در نتیجه عدم پارک ماشین‌ها در کنار خیابان، سطح بالای فرهنگ مردم منطقه و برخورد مناسب آنان با جوانان و حضور نسل جوان اعم از دختر و پسر در خیابان» را مطرح کردند. گفتنی است مشاهدات ما نشان می‌داد که جوانان علاوه بر خیابان گلسار در مسیر جاده رشت به انزلی هم رفت و آمدهای خود را زیاد کرده و در این مسیر هم گه‌گاه کورس گذاشته و یا حرکات نمایشی انجام می‌دهند. دلایل این جابجایی یکی از سؤالات این مطالعه شد.

در بررسی این مسئله به این نتیجه رسیدیم که «تکراری و خسته‌کننده شدن مسیر خیابان گلسار و افزایش ترافیک و جوابگو نبودن گنجایش خیابان‌های گلسار در چند سال اخیر به‌ویژه بار ترافیکی بالای آن در شب‌های جمعه» یکی از این دلایل بوده است. همچنین راه‌اندازی و افزایش تعداد قهوه‌خانه‌های سنتی و کافه‌ها در مسیر دوم عاملی بوده تا جوانان در پایان شب‌ها در بسیاری مواقع بعد از دور زدن و گشت‌زنی در خیابان‌های گلسار به سمت جاده انزلی رفته و ساعاتی را در این مسیر با دوستان خود سپری کنند. اما در میان دلایلی که عنوان کردند آنچه بیشتر به آن توجه داشتند و برای آنان به‌عنوان یک کورس‌گذار مهم‌تر بوده، «کمتر بودن سرعت‌گیرها و کمتر بودن عابر پیاده» و نیز «عدم حضور نیروی انتظامی» در مسیر دوم بود.

۶. نتیجه‌گیری

تحقیق حاضر در جستجوی پاسخ این سؤال بود که چه چیزهایی باعث می‌شود جوانان یک مکان عمومی مانند خیابان را برای تفریح کردن و تخلیه هیجانات آن هم با اتومبیل انتخاب کنند. طی مصاحبه‌های صورت گرفته از جوانان علاقمند به کورس‌گذاری به این نتیجه رسیدیم که اکثر این جوانان از کمبود امکانات شهر بسیار ناراضی‌اند. آنان در شهر مکانی را که بتوانند حداقل نیازهای خود را برآورده کنند نمی‌بینند. آنچه که از میان صحبت‌های جوانان ماشین‌باز شهر رشت می‌توان دریافت این است که آنان ماشین و گشت‌زنی در خیابان را با توجه به شرایط امروز جامعه، بهترین گزینه برای تفریح کردن می‌دانند، تفریحی که به دنبال آن لذت فراوانی نصیب‌شان می‌شود. لذتی که در کنار آن به هویت جدیدی نیز می‌رسند. تلاش برای داشتن هویتی متفاوت از دیگران، جوانان را به تکاپوی خستگی‌ناپذیری وامی‌دارد. همان‌طور که گراهام و وایت نیز به آن اشاره داشتند علاقمندان به ماشین و رانندگی خطرناک، گشت‌زنی و سواری‌های خیابانی را به‌عنوان انتخابی مهیج در نظر می‌گیرند و مشارکت فعالانه در این زمینه برای بعضی جوانان نوعی سبک زندگی لذت‌بخش می‌باشد. این عمل به هویت شخصی و موقعیت اجتماعی آنها کمک می‌کند. به‌زعم گراهام، داشتن وسیله نقلیه پرجاذبه برای رانندگی و خودنمایی می‌تواند منبعی از غرور و عزت نفس جوانان باشد (گراهام و وایت، ۲۰۰۷: ۳۳-۳۰).

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که رگه‌های مقاومتی در رفتار جوانان ماشین‌باز دیده نمی‌شود و رویکرد کلی حاکم بر مکتب بیرمنگام حداقل برای تحلیل جوانان مورد مطالعه در این تحقیق مناسب نیست. ماشین برای جوانان مورد مطالعه این تحقیق به‌مثابه ابزاری است که از طریق آن جلب توجه و به‌نوعی ابراز وجود کنند، خود و زیبایی‌ها و استعداد‌های خود را به‌نوعی در معرض نمایش دیگران قرار دهند، در مرکز توجه بودن و داشتن حس برتری نسبت به دیگران اعتماد به نفس آنان را می‌افزاید و باعث تقویت روحیه آنان می‌شود. در این میان اهمیت نقش راننده به‌نسبت اتومبیلی که سوار است تغییر می‌کند. مشابه یافته‌های وارنن در شهر استکهلم، در اینجا نیز گاهی رنگ، مدل، قیمت، سیستم صوتی و رینگ ماشین‌ها است که به آنها اهمیت می‌بخشد. در نتیجه این نگرش است که جوانان هزینه‌های زیادی برای اسپرت کردن ماشین‌های خود می‌پردازند، هزینه‌هایی که گاهی به اندازه قیمت خود ماشین تمام می‌شود. آنان در کنار این هزینه‌ها، مجبورند هزینه‌هایی را نیز برای ظاهر خود داشته باشند. در ابتدا ظاهر ماشین و بعد از

آن ظاهر خودشان است که اهمیت پیدا می‌کند، به این دلیل که خود را همپای دیگر دوستان خود که در این جمع حضور دارند قرار دهند. سپس از لحاظ رفتاری و منش است که باید هم‌نوی دیگر دوستان خود شوند، هم‌نوا با رفتارهایی که پذیرفته شده جمع است؛ رفتارهایی چون رفتن به کافی شاپ، رستوران و همچنین حضور در پارتی‌ها و مهمانی‌های دوستانه و ... که در بردارنده هزینه‌های مادی و غیرمادی برای آنهاست.

تعاملات زیاد جوانان با یکدیگر در این محیط‌ها باعث می‌شود به دلیل تأثیرپذیری‌ای که از یکدیگر دارند با مسائل جدیدی روبرو شوند و موضوعات جدیدی را تجربه کنند که تا کنون با آن مواجه نشده بودند، مسائلی که در بسیاری از موارد با فرهنگ خانوادگی آنان سازگاری ندارد. آنان برای اینکه بیشتر مورد پذیرش جمع قرارگیرند خود به‌خود و تحت تأثیر فضایی که در آن قرار دارند و برداشتهایی که از آن محیط دارند تغییراتی را در ظاهر، رفتار و حتی ماشین‌های خود انجام می‌دهند تا خود را هماهنگ با آن محیط نشان دهند. البته حضور در این جمع‌های دوستانه تنها به تغییر ظاهر فرد منجر نمی‌شود بلکه در کنار آن دوستی‌ها و روابطی جدید هم پدیدار می‌شود. جوانان مصاحبه‌شونده در صحبت‌هایشان اشاره داشتند که بیشتر این دوستی‌ها به خصوص دوستی با جنس مخالف به روابط جنسی کشیده می‌شود آن هم یک رابطه بسیار کوتاه‌مدت و موقتی که تنها برآورده‌کننده نیازهای جنسی جوانان است و فاقد بعد عاطفی می‌باشد.

در خصوص دلالت‌های رفتار اعتراضی و مقاومتی جوانان، یافته‌های پژوهش حاکی از آن است اکثریت مصاحبه‌شوندگان، موضوع ماشین‌بازی را ناشی از تنوع‌طلبی و نوع سبک زندگی و رضایت شخصی خود می‌دانند و نه مقاومت در مقابل حکومت و جامعه. آنان اساساً کنش خود را سیاسی ارزیابی نمی‌کنند و این امر فاصله وضعیت شهر مورد مطالعه این تحقیق با رویکرد کلی حاکم بر تحقیقات محققان مکتب بیرمنگام را نشان می‌دهد. این افراد در ابتدای امر رفتار خود را ناشی از یک سبک و سلیقه‌ای می‌دانند که آن را از محیط اطراف خود (دوستان) فرا گرفته‌اند، اما در طول مصاحبه و در میان صحبت‌های آنان به تدریج نارضایتی‌های آنان نمایان شد، نارضایتی از برخوردهایی که از سوی نیروی انتظامی در قبال رفتارهای آنها صورت می‌گرفت و دخالت‌هایی که جوانان در بیشتر موارد آن را ناموجه می‌دانند. در واقع در مواجهه با برخوردهای نیروی انتظامی و پلیس با این رفتار نوعی حس نارضایتی و مخالفت در میان جوانان شکل می‌گیرد و باعث می‌شود که جوانان واکنش‌هایی از خود نشان دهند. آنان معتقد بودند که نوع

برخوردهای نیروی انتظامی موجب شده است که به تدریج تصور کنند که ماشین‌بازی رفتاری سیاسی است.. همان‌طور که هبداچ نظریه‌پرداز مکتب بیرمنگام هم به آن اشاره داشت آن چالشی که خرده‌فرهنگ‌ها علیه هژمونی بازنمایی می‌کنند، مستقیماً از خود آن خرده‌فرهنگ‌ها نشئت نمی‌گیرد بلکه به شکل غیرمستقیم یعنی در سبک و سیاق انتخابی اشخاص متبلور می‌گردد (استوری، ۱۳۸۹: ۲۸۲-۲۸۰). او در جایی دیگر این‌طور بیان می‌کند که جوانان از طریق انواع مختلفی از سبک‌ها مقاومت خود را نشان می‌دهند (هبداچ، ۱۹۷۹: ۱۰۰). این نارضایتی‌ها به شیوه‌های مختلفی نمایان می‌شود، عده‌ای از جوانان با انجام حرکات نمایشی و خطرناک در سطح خیابان‌های شهر و عده‌ای دیگر با نوع پوششی متفاوت از پوشش‌های تعریف‌شده جامعه و عده‌ای در پی ایجاد رابطه با جنس مخالف و یا حتی با ایجاد مزاحمت برای دیگران.

در خصوص عمومیت یافتن ماشین‌بازی در بین جوانان باید گفت که هم‌اکنون جوانان شهرستان‌های دیگر استان گیلان هم تمایل به حضور در این جمع‌ها دارند و در آخر هفته‌ها به جوانان حاضر در خیابان‌های گلزار اضافه می‌شوند. آن‌قدر این مسئله در میان جوانان شناخته شده است که نیازی به اطلاع‌رسانی به این منظور که چه روزها و چه ساعاتی را دور هم جمع شوند وجود ندارد. همه آنها می‌دانند که غروب پنج‌شنبه و ظهر جمعه جوانان در گلزار جمع می‌شوند تا کورس بگذارند. همه این رفتارها حاکی از این است که چنین خرده‌فرهنگی در میان این جوانان شکل گرفته است.

همان‌طور که نتایج این مقاله بر آن صحنه می‌گذارند برخوردهای صرفاً قهرآمیز پلیس در مواجهه با خرده‌فرهنگ‌های جوانی نه تنها گره‌ای از این کلاف سردرگم نمی‌گشاید بلکه می‌تواند زمینه‌ایی را برای عقده‌گشایی در محیط‌های دیگر فراهم نماید. از این‌رو پیشنهاد می‌گردد با در نظر داشتن ویژگی‌های جوانی (انرژی، هیجان، هویت‌یابی و ...) به جای برخوردهای سلبی که سبب تحریک و تشدید جوانان می‌شود، رویکردهای ایجابی را مد نظر قرار دهند. در این زمینه برخورد متساهلانه با تخلیه هیجان‌ات جوانی در فضاهای عمومی و گسترش محیط‌ها و فضاهای هدفمند برای تخلیه هیجان‌ات نظیر «ماشین‌بازی» پیشنهاد می‌شود. روشن است که گسترش چنین فضاهایی که امکان مدیریت و نظارت سنجیده بر آن وجود دارد می‌تواند از بروز برخی آسیب‌های اجتماعی که از طریق ماشین‌بازی کنترل‌نشده امکان ظهور می‌یابد جلوگیری نماید. در جدول ۱ خلاصه یافته‌های این تحقیق درباره پدیده ماشین‌رانی‌نمایشی آمده است:

جدول ۱: خلاصه یافته‌ها بر حسب محتوای مصاحبه‌ها

مقولات	پاسخ‌های ارائه شده به ترتیب اولویت
دلایل گرایش جوانان به ماشین‌رانی نمابشی	<ul style="list-style-type: none"> • ابراز وجود کردن • جلب توجه دیگران • فقدان تفریحات مهیج در شهر
شیوه‌های اطلاع‌رسانی/بابی جوانان برای کورس‌گذاری	<ul style="list-style-type: none"> • شفاهی • تماس تلفنی و SMS • شبکه‌های اجتماعی مجازی
شرایط لازم برای ورود به جمع ماشین‌بازان	<ul style="list-style-type: none"> • داشتن ماشین • مهارت‌های خاص رانندگی (تند و تیزی) • طرز فکر مشابه • تبعیت از مدهای حاکم بر گروه
سازوکارهای ارتقاء منزلت در گروه ماشین‌بازان	<ul style="list-style-type: none"> • داشتن ماشین مدل بالاتر، گران‌تر • سبک اسپرت کردنی که چشم دیگران را خیره کند. • مهارت‌های خاص رانندگی که در این خرده‌فرهنگ تعریف شده است • داشتن تصادفات، تعداد دستگیری و سیاه بودن پرونده فرد به دلیل کورس‌گذاری
دلایل انتخاب منطقه گسار برای کورس‌گذاری	<ul style="list-style-type: none"> • وجود خیابان‌های زیاد و پیچ‌درپیچ • سطح فرهنگی بالاتر • شیک بودن فضاها • سکونت بیشتر ماشین‌بازان در این منطقه • حضور فراوان نسل جوان به‌ویژه دختران در فضاهای عمومی
نگاه خانواده به کورس‌گذاشتن فرزندان خود	<ul style="list-style-type: none"> • سرزنش فرد به دلیل نگرانی از خطر مرگ، تصادف، رفیق‌بازی، اعتیاد، ارتباط با جنس مخالف • کنار آمدن با موضوع به دلیل ترجیح دادن حضور فرزندان در خیابان و مقابل چشم تا پارتی‌ها و مهمانی‌ها
واکنش جوانان به ممانعت پلیس یا نیروی انتظامی برای کورس‌گذاری	<ul style="list-style-type: none"> • پنهان شدن در کوچه‌ها به هنگام حضور پلیس • پذیرش مجازات جریمه • به خدمت در آوردن موانع فیزیکی: تبادل شماره تلفن با جنس مخالف در پشت سرعت‌گیرها • یافتن خیابان‌های جدید برای کورس‌گذاری
احتمال تأثیر هدف‌مندی یارانه‌ها (سوخت) بر کاهش کورس‌گذاری	<ul style="list-style-type: none"> • کم کردن هزینه‌های دیگر برای تهیه پول بنزین • تهیه دونگی بنزین با دوستان به اصطلاح «هم‌کاب»
طرف‌های جوانان ماشین‌باز برای کل‌کل	<ul style="list-style-type: none"> • رفقا و دوستان • با هر کسی که پا دهد • با جنس مخالف

<ul style="list-style-type: none"> • به کرات برای افراد پیش آمده است 	<p>امکان شکل‌گیری دوستی‌های جدید از قبل کورس‌گذاری</p>
<ul style="list-style-type: none"> • بلا استثناء برای همه اتفاق افتاده 	<p>آشنا شدن با جنس مخالف از طریق کورس‌گذاری</p>
<ul style="list-style-type: none"> • رفتن به سفره‌خانه • رفتن به کافی شاپ و رستوران • دعوت به پارتنی‌ها • دعوت به دهکده (مجتمعی مسکونی در بندر انزلی که محل سکونت طبقات مرفه شهری است) • خانه 	<p>نوع ارتباطاتی که پس از کورس‌گذاری تدوam داشته</p>
<ul style="list-style-type: none"> • داشتن ریسک‌پذیری و اعتماد به نفس بالا در پسران • هیجان و عشق ماشین در پسران • نگاه سنتی و فرهنگی جامعه ایران به دختران و لذا حضور کمتر آنان 	<p>دلایل مردانه بودن ماشین‌بازی در مقایسه با حضور کمتر دختران</p>
<ul style="list-style-type: none"> • تکراری شدن مسیر گل‌سار • وجود کافه‌های سنتی و رستوران در مسیرهای جدید • کم بودن سرعت‌گیر و عابر پیاده • ترافیک کمتر 	<p>دلایل گرایش تدریجی کورس‌بازان در مسیرهای دیگری چون انزلی و خمam</p>
<ul style="list-style-type: none"> • منحصر به فرد بودن • جلب توجه کردن • زیباتر کردن ماشین 	<p>دلایل اسپرت کردن ماشین با هزینه‌های بالا توسط جوانان</p>
<ul style="list-style-type: none"> • دیدن ماشین‌های دیگران • مغازه‌های اسپرت ماشین • مجلات ماشین • برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای 	<p>منابع الگوبرداری جوانان برای اسپرت کردن ماشین</p>
<ul style="list-style-type: none"> • تأسیس پیست اتومبیل‌رانی با امکانات لازم • کارتینگ • ایجاد مکان‌های تفریحی بیشتر در شهر 	<p>انتظار کورس‌بازان از مدیران شهری</p>

منابع

۱. استوری، جان. (۱۳۸۹). *مطالعات فرهنگی درباره فرهنگ عامه*. حسین پاینده. تهران: انتشارات آگاه.
۲. افروغ، عماد. (۱۳۷۶). *فضا و نابرابری اجتماعی مطالعه جدایی‌گزینی فضایی و تمرکز فقر در محله‌های تهران*. رساله دکترا. دانشگاه تربیت مدرس.
۳. باطنی، رسول. (۱۳۸۰). *جامعه‌شناسی جوانان*. تهران: انتشارات آوای نور.
۴. پاکاک، رابرت. (۱۳۸۶). *صورت‌بندی‌های فرهنگی جامعه مدرن*. مهران مهاجر. تهران: انتشارات آگاه.
۵. بلیکی، نورمن. (۱۳۸۴). *طراحی پژوهش‌های اجتماعی*. حسن چاوشیان. تهران: نشر نی.
۶. حریری، نجلا. (۱۳۸۵). *اصول و روش‌های پژوهش کیفی*. تهران: انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.
۷. دورینگ، سایمون. (۱۳۸۲). *مطالعات فرهنگی مجموعه مقالات*. نیما ملک‌محمدی و شه‌ریار وقفی‌پور. تهران: انتشارات تلخون.
۸. ذکایی، محمدسعید. (۱۳۸۶). *فرهنگ مطالعات جوانان*. تهران: نشر آگه.
۹. ساروخانی، باقر. (۱۳۸۵). *روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی تهران*. پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
۱۰. شفرز، برنهارد. (۱۳۸۳). *مبانی جامعه‌شناسی جوانان*. کرامت‌الله راسخ. تهران: نشر نی. چاپ دوم.
۱۱. شهبایی، محمود. (۱۳۸۰). *خرده‌فرهنگ‌های ویژه جوانان در ایران*. نامه انجمن جامعه‌شناسی ایران. شماره ۴. ص ۸۷.
۱۲. شهبایی، محمود. (۱۳۸۲). *جهانی شدن جوانی؛ خرده‌فرهنگ‌های جوانان در عصر جهانی شدن*. *مطالعات جوانان*. شماره ۵. ص ۲.
۱۳. شهبایی، محمود؛ محمدسعید ذکایی علیرضا فرخی. (۱۳۸۷). *تعلق به خرده‌فرهنگ جوانان در شهر تهران*. *مطالعات جوانان*. شماره ۱۲. ص ۹۱.
۱۴. گال؛ مردیت؛ بورگ؛ والتر و جویس. (۱۳۸۲). *روش‌های تحقیق کمی و کیفی در علوم تربیتی و روان‌شناسی*. تهران: انتشارات سمت.
۱۵. گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۵). *جامعه‌شناسی*. منوچهر صبوری. تهران: نشر نی. چاپ شانزدهم.
۱۶. محسنی‌تبریزی، علیرضا. (۱۳۸۳). *وندالیسم*. تهران: انتشارات آن.

17. Basu, Dipannita. (2008). *Encyclopedia of Gender and Society*. Sage Publication 10 Apr.

2010. www.sage-erference.com/gender/Article-n210.html.

18. Carrabine, Eamann & Longhurst. (2002). *Consuming the Car: Anticipation, Use and Meaning in Contemporary Youth Culture*. *The Editorial Board Of Sociological Review*. Published By Blackwell Publishers.

19. Dartiy jr, william. (2008). *International Encyclopedica of the Social Sciences*. Macmillan

Reference USA . vol 6 and 9. 2nd Edition.

20. Gartman, David. (2003). Theorizing the Car as Cultural object. *Department of Sociology and Anthropology University of South Alabama*.

21. Graham, H. & R. White. (2007). Young People, Dangerous Driving and Car Culture. *Youth Studies Australia*. vol 26. N 3.

22. Hebdige, D. (1979). *Subculture: The Meaning of Style*. london: Methuen Horon, Paul b, and Hunt Chesyer, 1987, Sociology.

23. Ritchie, J. & J. Lewis. (2003). *Gualitative Research Practice*, Sage Publications.

24. Vaaranen, H. & W. Neil. (2002). Car Crashes and Dead end Careers: Leisure Pursuits of the Finnish Subculture of the 'Kortteliralli' Street Racing. *Young*. Vol 10. N. 1. pp 42-58

25. Vaaranen, H. (2005). Speeding Boys and the Romantics of Destruction. [Online]. 2012 Available from: URL: <http://www.nikk.no/English/>