
بررسی گروه‌های مرجع جوانان در شهر تهران

دکتر حبیب صبوری خسروشاهی*

چکیده

جامعه ایران در دهه‌های اخیر در جریان تحولات فرهنگی و اجتماعی وسیعی قرار گرفته است. این تحولات به ویژه در حوزه تغییر گروه مرجع جوانان مشهود بوده است. در این مقاله تلاش شده است به نقش گروه مرجع در میان جوانان بپردازیم. پس از بررسی این مفهوم، به ابعاد چندگانه گروه‌های مرجع اشاره شده است. ریشه‌های مطالعاتی این مفهوم در جامعه‌شناسی به آثار مرتون، کیت، استوفر و مید برمی‌گردد و پس از آن بسیاری از جامعه‌شناسان، نظیر شفرز و رابرتسون نظریه گروه مرجع را بررسی کرده‌اند. گروه‌های مرجع با توجه به تحقیقات و کتاب‌های آن، در سه وجه طبقه‌بندی شده است: گروه مرجع خودی و غیر خودی، گروه مرجع از نظر اقشار و گروه‌های اجتماعی و گروه مرجع عضو و غیر عضو. این پژوهش با استفاده از روش پیمایش و از طریق پرس و جو در دو منطقه 3 و 17 شهر تهران و با یک نمونه 398 نفری اجرا شده است. روش‌های آماری مورد استفاده، توزیع فراوانی، شاخص تمرکز و تشتت، تحلیل عاملی و آزمون F بوده است. یافته‌ها نشان می‌دهد میزان گرایش به گروه غیر خودی در میان جوانان تا حدی وجود دارد. همچنین تأثیرگذارترین گروه‌ها در زمینه دنبال کردن آرزوها و اهداف به ترتیب اعضای خانواده و دوستان نزدیک و کمترین به ترتیب هنرمندان، ورزشکاران و روحانیون بوده‌اند.

کلید واژه‌ها:

گروه مرجع خودی و غیر خودی، گروه مرجع عضو و غیر عضو، گروه مرجع مثبت و منفی.

* عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق، گروه علوم اجتماعی، قیام دشت، ایران.

مقدمه

یکی از حوزه‌های مهم مورد مطالعه جامعه‌شناسان، بررسی گروه مرجع است. گروه مرجع در جریان تصمیم‌گیریها، کنشها و حتی شکل‌گیری نگرش انسانها در جامعه نقش بسزایی دارد. گروه مرجع شامل افراد یا گروه‌هایی هستند که مبنای معیار قضاوت و ارزیابی کنشگران اجتماعی قرار می‌گیرند. گروه‌های مرجع به ویژه برای جوانان از جایگاه خاصی برخوردارند. جوانان با توجه به جریان جهانی شدن فرهنگ همواره نسبت به سایر اقشار بیشتر در معرض تغییرات فرهنگی هستند. در تمامی جوامع، جوانان پیشگام استقبال از تغییراتند. علاقه به پذیرش افکار جدید، مد و ارزش‌های جدید با خرده فرهنگ‌های جوان همراه هستند، تا جایی که این تغییرات زمینه‌هایی برای گسست ایجاد می‌کنند.

گروه‌های مرجع دو کارکرد عمده دارند. اولاً هنجارها، دستورالعمل‌ها، رویه‌ها، ارزش‌ها و باورهایی را به دیگران القا می‌کنند و به اصطلاح کارکرد هنجاری دارند، ثانیاً استانداردها و معیارهایی در اختیار کنشگران قرار می‌دهند که کنش و نگرش خود را با آن محک می‌زنند و اصطلاحاً کارکرد مقایسه‌ای و تطبیقی دارند. اساساً به دلیل اینکه انسانها در جامعه و در ارتباط با دیگران زندگی می‌کنند و نمی‌توانند با ملاک‌های عینی به صحت رفتارها یا باورهای خود یقین پیدا کنند، مقایسه با گروه‌های مرجع و ارجاع به آنها راهی برای برون‌شدن از این معضل است. این ارجاع حتی اگر خودآگاهانه نباشد، نقش انکارناپذیر و بسزایی در تصمیم‌گیریها و رفتارهای اعضای جامعه ایفا می‌کند (صدیق وهاشمی، 1381:150). با عنایت به اهمیت گروه مرجع و نیز جامعه‌پذیری قشر جوان، اهمیت این موضوع بیشتر آشکار می‌شود.

بیان مسأله

خانواده ابتدایی‌ترین و کوچکترین واحد اجتماعی است که در تعیین گروه‌های مرجع برای نوجوانان و جوانان نقش محوری دارد. این امر از طریق آموزش و تربیت اعضا عملی می‌شود و سهم زیادی در شکل‌دادن به شخصیت روانی، اجتماعی و فرهنگی نوجوانان و جوانان و هم‌چنین انتقال ارزشها و هنجارهای جامعه دارد (ویولت و گارلند¹، 1986؛ تاکانو و سوغون²، 2008). اثرات مدرنیته در چند دهه اخیر بسیار سریع بوده و جامعه را دستخوش تغییرات عمده و جدی کرده است. این تحولات و دگرگونی‌های اقتصادی و اجتماعی نیز خود زمینه‌ساز تغییرات مهمی در میان اقشار جوان بوده تا جایی که صحبت از جهانی شدن فرهنگ جوانان شده است. مطالعات پیشین نشان می‌دهد نهاد خانواده مانند گذشته دیگر تنها گروه مرجع نیست و دیگر نقش منحصر به فرد را در امر جامعه‌پذیری

¹ Violet and Garland

² Takano and Sogon

جوانان ندارد (کاشی، 1382). دسترسی فرزندان به اطلاعات و دانسته‌ها بیش از والدین شده است. پدر دیگر تنها مرجع قدرت نیست (معیدفر، 1387). اهمیت خرده فرهنگها و شیوه‌های جدید برای جوانان، زندگی درون خانواده را به چالش کشیده است (سعیدی، 1382). نسل جوان دیگر چندان خود را در چارچوب هنجارهای گذشتگان تعریف نمی‌کند و به دنبال گروه‌های مرجع جدید و الگوهای جدید زندگی برای خود است، تا جایی که در جامعه میان جوانان و بزرگسالان شاهد کمترین اتفاق نظر در زمینه فرهنگ عمومی نظیر معاشرت قبل از ازدواج، ازدواج با خویشاوندان، نحوه گذران اوقات فراغت و رفتارهای مذهبی هستیم (عبدی و گودرزی، 1378). حتی در برخی از زمینه‌های مراجع هنجاری جامعه شاهد چرخش جوانان از روحانیت به اقشار دیگری نظیر استادان دانشگاه، ورزشکاران، هنرپیشه‌ها و سایر گروه‌های مرجع غیر خودی هستیم (آزاد و غفاری، 1383؛ منطقی، 1387).

یکی از مسائل مهم، نقش گروه مرجع در جامعه پذیری جوانان در خانواده‌هاست. والدین به دنبال جامعه پذیری مورد انتظار هستند. جامعه پذیری مورد انتظار به معنای چشم داشت و جهت‌گیریهای والدین در زمینه اهداف تربیتی و رفتاری برای فرزندان خود است. از آنجایی که در بسیاری از مواقع وضعیت خانوادگی، شغلی والدین سرمشق خوبی برای جوانان نیستند، این نوع جامعه‌پذیری مورد انتظار والدین با دشواری‌هایی روبرو است. به گفته اینگلهارت، انتظارات والدین درباره فرزندان خود مبنی بر اینکه آینده‌ای بهتر از ما داشته باشند، مورد قبول جوانان نیست، زیرا جهت‌گیری ارزشی جوانان با والدین تفاوت دارد. (اینگلهارت، 1373). لذا با توجه به اینکه گروه مرجع دلالت بر افراد یا گروه‌هایی دارد که الگو و سرمشق می‌شوند و رفتارها، آگاهیها، ایدئولوژی و افکار معینی را به آنها القا می‌کنند، تغییر گروه مرجع‌های افراد شاخصی برای دگرگونی‌های اجتماعی و تلقی لحاظ می‌شود (آزاد و غفاری، 1383:70).

تحقیق حاضر بر این فرض استوار است که گروه‌های مرجع در میان جوانان در حال تغییر است و خانواده مانند گذشته تنها مرجع جامعه‌پذیری نیست و جوانان برای قضاوت، رفتار و نگرش خود از گروه‌های متفاوت تاثیر می‌پذیرند. از توضیحات فوق دو سؤال محوری استنتاج می‌شود. 1. گروه مرجع چیست و چه ابعادی دارد؟ 2. گروه مرجع جوانان چه کسانی هستند؟ لذا به طور خلاصه، هدف این تحقیق بررسی گروه‌های مرجع جوانان در شهر تهران است.

مبانی نظری

واژه گروه مرجع¹ را اولین بار در سال 1942 هایمن² ابداع کرد (کوپر و کوپر³، 1996). بعدها نظریه گروه مرجع در کارهای مرتون و کیت مطرح شد که در آن به جهت‌گیری افراد اشاره می‌کنند و

¹ Reference Group

² Hyman

³ Kuper and Kuper

می‌گویند افراد ارزش‌های گروهی را می‌پذیرند و ممکن است خود نیز به آن گروه تعلق نداشته باشند، ولی در آرزوی عضویت در آن گروهها هستند (مورل¹، 2001). در اصطلاح جامعه‌شناسی این واژه با مفهوم هم‌نوایی اجتماعی نیز قرابتی دارد. معمولاً هم‌نوایی اجتماعی بر هم‌نوایی با هنجارها و انتظارات رایج در گروهی دلالت دارد که خود فرد عضو آن است (کوزر و روزنبرگ 1378:262-270).

مطالعات کلاسیک گروه مرجع را ساموئل استوفر در کتاب سرباز امریکایی پی‌گیری کرده است. در این مطالعه این مفهوم با مفهوم "محرومیت نسبی"² پیوند خورده است. بدین معنا که افراد در بسیاری از موارد مسائل خود را با استانداردهای دیگران مقایسه می‌کنند. همچنین افراد دیگری نظیر تاموسو شیوتانی این مفهوم را توسعه داده‌اند. البته ریشه‌های این مفهوم در دیدگاه تعامل‌گرایی در اندیشه‌های چارلز هورتون کولی، جورج هربرت مید با مفهوم "دیگران مهم"³ مطرح شده است. لیکن بین دیگران مهم (یعنی انتظارات کل جامعه) و گروه مرجع تفاوت‌های اندکی وجود دارد. گروه مرجع بیشتر در گروه‌های کوچک‌تر جامعه کاربرد دارد (کوپر و کوپر، 1996:723؛ مورل، 2001؛ تورنر⁷، 2006:501).

گروه مرجع: در جریان تصمیم‌گیریها، کنشها و حتی شکل‌گیری نگرش انسانها در جامعه، عواملی چند نقش آفرینند که از جمله مهم‌ترین آنها افراد یا گروههایی هستند که مینا و معیار قضاوت و ارزیابی کنشگران اجتماعی قرار می‌گیرند. گروههای مرجع دو نقش مهم هویت‌دهی⁸ و قضاوتی⁹ را ایفا می‌کنند. اولاً هنجارها، رویه‌ها، ارزشها و باورهایی را به دیگران القا می‌کنند و به اصطلاح کارکرد هنجاری دارند، ثانیاً استانداردها و معیارهایی در اختیار کنشگران قرار می‌دهند که آنها کنش و نگرش خود را با آن محک می‌زنند و اصطلاحاً کارکرد مقایسه‌ای و تطبیقی ایفا می‌کنند. اساساً به دلیل اینکه انسانها در جامعه و در ارتباط با دیگران زندگی می‌کنند و نمی‌توانند با ملاک‌های عینی به صحت رفتارها یا باورهای خود یقین پیدا کنند، مقایسه با گروه‌های مرجع و ارجاع به آنها راهی برای برون‌شدن از این معضل است. این ارجاع حتی اگر خود آگاهانه نباشد، نقش انکارناپذیر و بسزایی در تصمیم‌گیریها و رفتارهای اعضای جامعه ایفا می‌کند (کوپر و کوپر، 1996:723، صدیق‌وهاشمی، 1381:150).

به اعتقاد شفرز، بنیان‌های اجتماعی جوانان تحت تاثیر دو پدیده شکل می‌گیرد. یکی فردیت جوان و دیگری ساخت‌های اجتماعی. مهم‌ترین عوامل شکل‌گیری شخصیت و هویت جوانان خانواده، مدارس، گروه‌های همسال، رسانه‌ها و دین هستند. خانواده برای جوانان مهم‌ترین گروه مرجع است.

¹ Murell

² Relative Deprivation

³ The generalized Other

بیشتر جوانان در خانواده زندگی می‌کنند. خانواده به عنوان گروه مرجع تأثیر زیادی در کنشها، رفتارها، انگیزه‌ها و تصورات، داوریه‌ها و پیش داوریه‌ها و جهت گیری‌ها جوانان دارد. البته در زندگی جوانان گروه‌های مرجعی هستند که جوانان عضو آنها نیستند، اما در گرایش و جهت گیری‌های آنان دارای اهمیت است. تأثیر خانواده بر جوانان اشکال مختلف دارد. محیط اجتماعی که جامعه پذیری افراد در آن صورت می‌گیرد، زبانی که در محیط خانوادگی از آن استفاده می‌شود، نحوه عملی تربیت، سطح فرهنگی خانواده، نگرشهای والدین به فرهنگ، جامعه، سیاست، دین، و حتی فضای بحرانی در خانواده از عوامل مهم هستند (شفرز، 1383:140).

از طرفی در کنار خانواده روندهایی کلی وجود دارد که در جامعه پذیری جوانان دارای اهمیت بسیار است. به عنوان مثال، روابط خانوادگی و نقش موثر آن در عرصه‌های گوناگونی چون مدرسه، محیط بیرون از منزل و سایر نهادها در حال ضعیف شدن است. گروه‌های همسال و رسانه‌ها در کنار مراکز آموزشی به صورت رقیبی برای جامعه پذیری جوانان در محیط خانواده در آمده‌اند. به عبارتی از قدرت مرجع سنتی خانواده کاسته شده است. سخن والدین برای فرزندان مانند گذشته نافذ نیست به گونه‌ای که والدین ملزم به توجیه مشروع دستورات خود هستند. لذا در رقابت با این نهادها، خانواده و والدین باید ثابت کنند که ارزشها و الگوهای رفتاری آنها ارزش پذیرش دارند.

همچنین به اعتقاد رابرتسون، افراد همواره اعمال، ظواهر، ارزشها، آرزوها، شیوه و سبک زندگی شان را ارزیابی می‌کنند و در این ارزیابی‌ها به معیارهای یک گروه رجوع می‌کنند. این گروه ممکن است گروهی باشد که عملاً عضو آن باشیم، مانند خانواده و گروه همسالان و نیز ممکن است گروهی باشد که ما از خودمان تحت تاثیر گروه‌های مرجعی است که انتخاب می‌کنیم. این گروه همچنین شامل گروه‌های غیر خودی (بیگانه) نیز می‌شود. گروه مرجع عنصر مهمی در فرآیند جامعه پذیری است. زیرا می‌تواند رفتار و شخصیت فرد را با همان قدرت هر گروه دیگری که شخص به آن احساس وفاداری می‌کند، شکل دهد (رابرتسون، 1972:156).

رابرتسون بر این باور است که گروه‌های مرجع مانند شبکه‌ها نقشی حیاتی در زندگی اجتماعی انسانها دارند و افراد برای مشورت و اخذ نظرات به شبکه روابط خود مراجعه می‌کنند. افراد به طور دائم با سایر مردم و گروه‌ها کنش متقابل دارند. این نوع ارتباط به صورت شبکه‌های اجتماعی سازمان می‌یابند، شبکه روابطی که فرد را به طور مستقیم و غیرمستقیم به سایر مردم پیوند می‌زند، مثلاً می‌توان به شبکه خویشان، دوستان، همکلاسی‌ها، هم‌کلوپی‌ها و همکاران اشاره کرد. البته لازم به ذکر است که شبکه یک شخص دقیقاً یک گروه نیست، زیرا اعضای آن همگی با یکدیگر کنش متقابل ندارند، لیکن شبکه در برگیرنده گروه‌هاست و دسترسی غیرمستقیم به سایر گروه‌ها را فراهم می‌سازد (رابرتسون، 1972:154).

ولمن معتقد است مسأله اصلی در دیدگاه شبکه، روابط است و واحد تشکیل دهنده ساخت جامعه، شبکه‌های تعاملی هستند. ساخت اجتماعی به عنوان یک شبکه، از اعضای شبکه و مجموعه پیوندهایی که افراد، کنشگران یا گروه‌ها را به هم متصل می‌سازند، تشکیل شده است. اعضای شبکه می‌توانند افراد، گروه‌ها، نهادها و سازمان‌ها باشند (ولمن، 1988، به نقل از باستانی، 1386:67).

از منظر شبکه اجتماعی، گروه همسالان در کنار خانواده به عنوان یکی از عوامل اجتماعی شدن، بیشترین نفوذ را بر شبکه اجتماعی نوجوان دارد. در این دوره مورد پسند دیگران واقع شدن هدف اصلی نوجوان است. به اعتقاد کوئن، بسیاری بر این باورند که نوجوانان و جوانان جامعه کوچکی برای خودشان می‌سازند. از آنجا که نوجوانان عموماً وقت بیشتری را به گروه همسالان اختصاص می‌دهند، غالباً ارزش‌هایی متفاوت با جامعه بزرگسالان پیدا می‌کنند. محبوب‌ترین نوجوانان همیشه کارآمدترین و سختکوش‌ترین دانش آموزان نیستند، بلکه بر عکس، نوجوانانی که اصطلاحات زبانی، لباس‌های موردپسند و ارزشهای گروه همسالان خود را به کار می‌برند، بیشترین پذیرش را دارند و بیش از همه توجه دوستان را به خود جلب می‌کند (کوئن، 1383:80).

شبکه‌های اجتماعی دوستان از عواملی است که در رشد خرده فرهنگ‌های خاص جوانان مؤثر است. این شبکه‌های روابط تقریباً در همه کشورهای جهان موجب شده که جوانان با دوستانی که از لحاظ خرده فرهنگ با آنها اشتراکات زیادی دارند وقت بیشتری را بگذرانند. شبکه دوستان در مقابل شبکه خانواده از منابعی است که اوقات مفرح و حتی کسب هویت را برای جوانان به همراه دارد. با جمع بندی نظریات طرح شده، به طور کلی گروه‌های مرجع را می‌توان از چند منظر طبقه بندی و بررسی کرد:

دسته اول: گروه‌های مرجع را می‌توان از منظری دیگر مشاهده کرد: گروه‌های مرجع خودی و غیر خودی (بیگانه). گروه‌های مرجع خودی گروه‌هایی هستند که به آنها تعلق داریم. در این مورد می‌توان به مراجع سنتی، مذهبی و ملی اشاره کرد. گروه‌های مرجع غیر خودی می‌توانند کشورهای دیگری باشند که خارج از مراجع سنتی، مذهبی و ملی هستند.

دسته دوم: گروه مرجع جوانان می‌توان از نظر اقشار و گروه‌های اجتماعی جامعه طبقه بندی کرد. یعنی گروه‌هایی که ما برای ارزیابی و مقایسه به آنان رجوع می‌کنیم. در این میان جوانان در پذیرش الگوی‌های رفتاری تاثیرپذیری زیادی از این گروه‌ها دارند و در دنبال کردن آرزوها و اهداف شخصی شان به آنان مراجع می‌کنند. این گروه‌ها می‌توانند به صورت مستقیم یا غیرمستقیم جزیی از شبکه روابط ما شوند. نظیر گروه‌های دوستی، خانواده، قشر هنرمندان، هنرپیشه‌ها، نویسندگان و روحانیون.

دسته سوم: گروه‌های مرجع عضو و غیر عضو. گروه مرجع عضو، گروهی است که ما در آن عضویت داریم، نظیر دوستان، همکاران و خانواده. گروه مرجع غیر عضو، گروهی است که ما مستقیماً در آن

عضو نیستیم اما ممکن است برای ارزیابی شخصی یا اخذ ارزش‌های اجتماعی به آن توجه کنیم. نظیر گروه‌های مرجع هنجاری استادان، روحانیون و هنرمندان. با ترکیب این سه دسته می‌توان گفت، ممکن است یک گروه مرجع خودی یا غیرخودی محسوب می‌شود، ما در آن عضو نباشیم و در عین حال به طور غیرمستقیم برای الگوبرداری به آن مراجعه کنیم. در واقع می‌توان ترکیبی از این سه دسته را در آن واحد داشت. همچنین گروه‌های مرجع را می‌توان از لحاظ مثبت و منفی بودن متمایز کرد. گروه مرجع مثبت گروهی است که شخص آن را پذیرفته و به آن تعلق، یا تمایل دارد، با آن هویت یابی می‌کند و به لحاظ روان شناختی به آن تعلق خاطر دارد. اما گروه مرجع منفی گروهی است که فرد شخصاً آن را رد می‌کند یا خود را از آن مبری می‌داند. به بیان دیگر، گروه مرجع منفی گروهی است که فرد با رد آن، عضویت و هویتی را که خواهانش نیست نشان می‌دهد. افراد احساس و رفتار مطلوب خود را با یک گروه مرجع مثبت می‌سنجند، و احساس و رفتاری را که نمی‌پسندند با یک گروه مرجع منفی مقایسه می‌کنند (ترنر، به نقل از ذکایی، 145: 1386).

روش‌شناسی

برای آزمون تجربی مدل نظری تحقیق، شهر تهران به عنوان جامعه آماری انتخاب و بر مبنای فرمول کوکران تعداد 398 نفر از افراد 15 تا 29 سال تهرانی ساکن در دو منطقه 3 و 17¹ برگزیده شدند. گردآوری داده‌ها به شیوه پیمایشی بوده و داده‌ها از طریق مصاحبه حضوری با نوجوانان و جوانان و پاسخ به سوال‌های پرسشنامه استاندارد شده جمع‌آوری شده‌اند. نمونه‌گیری به صورت خوشه‌ای چند مرحله‌ای انجام گرفته است.

اعتبار² و پایایی³: اعتبار شاخص‌ها مبتنی بر اعتبار صوری است. در واقع اعتبار صوری بر مبنای داوری و قضاوت متخصصان است. بدین منظور شاخص‌های مورد نظر مورد ارزیابی متخصصان قرار گرفت. بررسی روایی گویه‌های شاخص اصلی تحقیق با استفاده از روش پایایی درونی انجام گرفته و برای این کار از تکنیک ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است.

سنجش متغیرها

- گروه مرجع: گروهی است که افراد همواره برای ارزیابی اعمال، ظواهر، ارزش‌ها، آرزوها، شیوه و سبک زندگی شان به معیارهای آن رجوع می‌کنند.

¹ ضابطه انتخاب مناطق پر مبنای تفاوت‌های اقتصادی و اجتماعی ساکنان آن بود. کسانی که در منطقه 3 ساکن هستند، عموماً از وضعیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بالا و ساکنان منطقه 17 غالباً به نسبت دارای وضعیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی پایینی هستند.

² Validity

³ Reliability

تعریف عملیاتی گروه مرجع در سه بُعد بوده است.

1- گروه مرجع خودی و بیگانه: شامل نگرش جوانان به الگوهای ایده آل زندگی، و نیز پذیرش الگوی فرهنگی کشورهای پیشرفته و مقایسه آن با فرهنگ خودی مورد نظر است.

2- گروه مرجع جوانان در بُعد اقشار و گروه‌های اجتماعی به معنای میزان نفوذ دیگران مهم و تأثیرپذیری جوانان به لحاظ پذیرش الگوهای رفتاری در زمینه آرزوها و اهداف شخصی است. نظیر خانواده، دوستان، هنرمندان و روحانیون.

3- گروه مرجع از حیث عضویت و عدم عضویت به معنای میزان پیوند، فعالیت و عضویت فرد در گروه‌های اجتماعی و فرهنگی موردنظر است، نظیر ارتباط با دوستان، عضویت در انجمن‌ها و سایت‌ها. برای سنجش گروه مرجع از گویه «جملات اظهاری» استفاده شده است.

یافته‌ها

مختصات پیشینه‌ای

از مجموع 398 نفر پاسخگو، به لحاظ ترکیب جنسی، 51/8 درصد مرد و 48/2 درصد زن هستند. به لحاظ ترکیب سنی، 48/7 درصد در گروه سنی 15 تا 20 سال، 37/9 درصد در گروه سنی 21 تا 25 سال و 13/3 درصد در گروه سنی 26 تا 29 سال هستند. حداقل سن 15 و حداکثر 29 سال، میانگین سنی جامعه آماری 20/9 سال و انحراف معیار 3/8 سال است. به لحاظ ترکیب تحصیلی، 32/9 درصد زیر دیپلم، 28/4 درصد دیپلم و 38/2 درصد بالای دیپلم هستند. حداقل سواد 5 کلاس و حداکثر تحصیلات 20 کلاس (دکتری)، میانگین تحصیلات 12 کلاس است.

1- گروه مرجع خودی و بیگانه

این بعد از گروه مرجع با شاخص نگرش جوانان به الگوهای ایده آل زندگی، و نیز پذیرش الگوی فرهنگی کشورهای پیشرفته و مقایسه آن با فرهنگ خودی سنجیده شده است. این شاخص از ترکیب 3 گویه ساخته شده است. جدول زیر نتایج توزیع فراوانی نسبی این 3 گویه را نشان می‌دهد:

گویه‌های تمایل به گروه مرجع نشان می‌دهد نگرش مثبتی به ارزش‌های غربی وجود دارد، زیرا سهم زیادی از پاسخگویان، کشورهای اروپایی را محل خوبی برای زندگی می‌دانند. با احتیاط می‌توان گفت که در آینده شاهد چرخش بیشتر از گروه‌های خودی به غیر خودی هستیم و علت آن را هم باید در ارزش‌های جهانی و فرآیند جهانی شدن فرهنگ در میان جوانان جستجو کرد.

جدول 1: توزیع فراوانی نسبی گویه‌های شاخص گروه مرجع خودی و بیگانه (نمونه 398)

گروه مرجع خودی و بیگانه (به درصد) ¹	خود	بیگانه	جمع
1- فرهنگ کشورهای پیشرفته‌ای مثل اروپا و امریکا معیار خوبی برای الگو برداری هستند.	39	17	44
2- به نظر من کشورهای پیشرفته محل خوبی برای زندگی کردن هستند	55	19	26
3- فرهنگ ایرانی و اسلامی ما کامل است و نیازی نداریم در خیلی از زمینه‌ها به کشورهای غربی رجوع کنیم	47	22	31

در مجموع با جمع کردن نمرات 3 گویه شاخص گروه مرجع خودی و بیگانه در میان جوانان، می‌توان گفت 42 درصد از پاسخگویان، گروه مرجع غیر ایرانی (بیگانه) دارند. 19 درصد در حالت بینابینی هستند و 39 درصد گروه مرجع ایرانی (خودی) دارند. شاخص‌های تمرکز و پراکندگی توزیع متغیر تغییر گروه مرجع نشان می‌دهد، گرایش به تغییر گروه مرجع به غیر خودی حداقل 3 و حداکثر 15 و میانگین آن 9/1 با انحراف معیار 2/7 است.

2- گروه مرجع جوانان از بُعد اقشار مختلف

گروه مرجع جوانان در بُعد اقشار و گروه‌های اجتماعی نیز به عنوان بُعد دوم در نظر گرفت شده است. این بُعد به معنای میزان نفوذ و تأثیرپذیری جوانان در پذیرش الگوهای رفتاری دیگران مهم برای آرزوها و اهداف شخصی است، نظیر الگوپذیری از خانواده، دوستان، هنرمندان و روحانیون. جدول زیر نتایج توزیع فراوانی نسبی گروه مرجع در میان اقشار و گروه‌های اجتماعی را نشان می‌دهد: یافته‌ها نشان می‌دهد تأثیرگذارترین گروه‌ها در زمینه دنبال کردن آرزوها و اهداف به ترتیب اعضای خانواده و دوستان نزدیک و کمترین به ترتیب هنرمندان، ورزشکاران و روحانیون بوده‌اند. خانواده و دوستان به دلیل تماس و نزدیکی به افراد بیشترین نفوذ را میان نوجوانان و جوانان دارد.

1. گویه‌ها در پرسشنامه تحقیق، بر روی مقیاس 5 درجه‌ای از 1 تا 5 وزن گذاری شده و برای خوانا کردن و تفسیر آن به سه قسمت تقلیل داده شده

جدول 2: توزیع فراوانی نسبی گویه‌های شاخص گروه مرجع اقشار مختلف (نمونه 398)

تعداد	تعداد	تعداد	گروه مرجع در بُعد اقشار و گروه‌های اجتماعی
31	22	47	1- دوستان نزدیک
49	19	32	2- همکلاسی و همکاران
13	11	76	3- اعضای خانواده
51	22	27	4- معلمان و استادان
71	14	15	5- روحانیون
76	15	9	6- هنرمندان و هنرپیشه‌ها
71	17	12	7- ورزشکاران

تحلیل عاملی گویه‌های گروه‌های مرجع در بُعد اقشار اجتماعی

در اینجا برای دسته بندی و تقلیل گویه‌های گروه‌های مرجع از روش تحلیل عاملی بهره گرفته شده است. در تحلیل عاملی از روش چرخش واریماکس استفاده شده است. میزان شاخص کایزر مایر 0/64 و معنادار است. این رقم تا حدی تحلیل عاملی را تأیید می‌کند. به علاوه آزمون کرویت بارتلت فرض برابری ماتریس واحد را تأیید می‌کند و مناسب بودن داده‌ها را برای تحلیل نشان می‌دهد. نتایج تحلیل عاملی نشان می‌دهد از 7 گویه گروه‌های مرجع سه عامل استخراج شده است. گویه‌های گروه مرجع دوستان و همکلاسیها در عامل اول، گویه‌های گروه مرجع خانواده، معلمان و روحانیون در عامل دوم و گویه‌های گروه مرجع هنرپیشه‌ها و ورزشکاران در عامل سوم بارگذاری شده‌اند.

جدول 3: نتایج آزمون کایزر و بارتلت

0/64	سنجش کفایت نمونه گیری اوکلین - مایر - کایزر	
520	آزمون کای دو	
21	درجه آزادی	آزمون کرویت بارتلت
0/000	معناداری	

جدول 4: نتایج آزمون تحلیل عاملی در زمینه گروه‌های مرجع

متغیرهای هر عامل	عامل 1	عامل 2	عامل 3
1- دوستان نزدیک	0/78		
2- همکلاسی و همکاران	0/80		
3- اعضای خانواده		0/60	
4- معلمان و استادان		0/82	
5- روحانیون		0/70	
6- هنرمندان و هنرپیشه‌ها			0/89
7- ورزشکاران			0/80

عامل‌ها نشان می‌دهند که گروه مرجع همسالان (نظیر دوستان و همکلاسی‌ها) در عامل اول، گروه مرجع سنتی (نظیر خانواده، معلمان و روحانیون) در عامل دوم و گروه مرجع مدرن (نظیر هنرپیشه‌ها و ورزشکاران) در عامل سوم بار گذاری شده‌اند.

به عبارتی می‌توان گروه‌های مرجع را به سه عامل گروه مرجع عضو، سنتی و مدرن تقلیل داد. مقدار کل واریانس تبیین شده توسط عامل‌ها برابر با $69/5$ درصد است. این مقدار برای عامل اول 34 درصد با مقدار ویژه $2/4$ ، برای عامل دوم $19/5$ با مقدار ویژه $1/4$ و برای عامل سوم 16 درصد با مقدار ویژه $1/1$ بوده است.

گروه مرجع در بُعد عضویت

بُعد سوم گروه مرجع از حیث عضویت و عدم عضویت مورد بررسی قرار گرفته و با شاخص میزان پیوند، فعالیت و عضویت فرد در گروه‌های اجتماعی و فرهنگی سنجیده شده است. بیشترین حلقه ارتباطی پاسخگویان با دوستان و کمترین با انجمن‌های علمی و فرهنگی است. در واقع یافته‌ها نشان دهنده اهمیت گروه همسالان است، زیرا گروه همسالان نیازهای عاطفی را برآورده و ارزش‌های یکسانی را تولید می‌کند. گویه‌های این شاخص بیانگر تغییر گروه‌های دوستی است که جوانان در آن عضویت دارند. دیگر همانند گذشته جوانان با اقوام ارتباط ندارند و محیط‌های مجازی تا حدی این نقش را به عهده گرفته است.

جدول 5: توزیع فراوانی نسبی گویه‌های شاخص گروه مرجع از حیث عضویت (نمونه 398)

گروه مرجع از حیث عضویت و عدم عضویت	ت	ف	ص
1 - تا چه اندازه اوقات فراغت خود را با دوستانتان می‌گذرانید؟	41	23	36
2- تا چه اندازه از طریق چت و اینترنت با دوستان و همکاران ارتباط دارید؟	25	16	59
3- تا چه اندازه با انجمن‌های علمی و فرهنگی ارتباط دارید؟	24	18	58
4- تا چه اندازه در فعالیت‌های گروه‌های ورزشی یا تفریحی شرکت دارید؟	30	18	52
5 - تا چه اندازه با افراد فامیل رفت و آمد دارید؟	37	26	37

رابطه ابعاد گروه مرجع با مختصات پیشینه‌ای پاسخگویان

جدول شماره 6 رابطه گروه مرجع در ابعاد سه گانه را برحسب جنسیت پاسخگویان نشان می‌دهد. در بُعد گرایش به تغییر گروه مرجع تنها گویه 1 معنادار است و در این میان مردان بیش از زنان به گروه مرجع بیگانه تمایل دارند. در بُعد گروه مرجع در بُعد اقشار و گروه‌های اجتماعی، تنها گویه شماره 10 معنادار است. به عبارتی ورزشکاران برای مردان بیش از زنان معیارهای ارزشی تولید می‌کنند. و در بُعد گروه مرجع از حیث عضویت و عدم عضویت، تنها گویه شماره 15 معنادار است. به بیان دیگر زنان بیش از مردان با اقوام ارتباط دارند. به لحاظ سطوح تحصیلی و گروه سنی تفاوت معنادار چندانی با سایر ابعاد پیدا نشد. لذا از تفسیر آن صرف نظر شده است.

جدول 6: گویه‌های شاخص گرایش به تغییر گروه مرجع بر حسب جنسیت (تعداد نمونه 398)

ابعاد	گویه‌ها	طبقات	تعداد موارد	میانگین	آزمون F	معناداری
گرایش به تغییر گروه مرجع	1- فرهنگ کشورهای پیشرفته‌ای مثل اروپا و امریکا معیار خوبی برای الگوبرداری هستند.	زن	192	2/7	8/5	0/004
		مرد	206	3/1		
	2- به نظر من کشورهای پیشرفته محل خوبی برای زندگی کردن هستند.	زن	192	3/7	0/64	0/498
مرد	206	3/4				
گروه مرجع در بُعد اقشار و گروه‌های اجتماعی	3- فرهنگ ایرانی و اسلامی ما کامل است و نیازی نداریم در خیلی از زمینه‌ها به کشورهای غربی رجوع کنیم	زن	192	3/2	0/60	0/800
		مرد	206	3/2		
	4- دوستان نزدیک	زن	192	3/2	0/10	0/745
		مرد	206	3/2		
	5- همکلاسی و همکاران	زن	191	2/7	0/01	0/930
		مرد	206	7/2		
	6- اعضای خانواده	زن	191	4	1/37	0/242
		مرد	206	3/9		
	7- معلمان و استادان	زن	192	2/6	0/204	0/650
		مرد	206	2/5		
8- روحانیون	زن	192	2/2	1/59	0/208	
	مرد	206	2			
9- هنرمندان و هنرپیشه‌ها	زن	191	1/9	0/309	0/579	
	مرد	205	1/9			
10- ورزشکاران	زن	191	1/9	6/5	0/011	
	مرد	206	2/2			
گروه مرجع از حیث عضویت و عدم عضویت	11- تا چه اندازه اوقات فراغت خود را با دوستانتان می‌گذرانید؟	زن	192	3	1/5	0/221
		مرد	206	3/1		
	12- تا چه اندازه از طریق چت و اینترنت با دوستان و همکاران شرکت دارید؟	زن	192	2/5	0/895	0/345
		مرد	206	2/3		
	13- تا چه اندازه با انجمن‌های علمی و فرهنگی ارتباط دارید؟	زن	192	2/4	0/996	0/319
		مرد	206	2/3		
	14- تا چه اندازه در فعالیت‌های گروه‌های ورزشی یا تفریحی ارتباط دارید؟	زن	192	2/5	2	0/158
		مرد	206	2/7		
	15- تا چه اندازه با افراد فامیل رفت و آمد دارید؟	زن	191	3/1	2/18	0/041
		مرد	206	2/9		

نتیجه گیری

در مباحث نظری ابتدا گروه مرجع تعریف و گفته شد گروه مرجع به معنای گروهی از افراد است که همواره اعمال، ظواهر، ارزش‌ها، آرزوها، شیوه و سبک زندگی آنها را ارزیابی می‌کنند و در این ارزیابی‌ها به معیارهای آن رجوع می‌کنند. در مرحله بعد با استفاده از نظرات طرح شده، تلاش شد گروه‌های مرجع مقوله بندی و در سه دسته گنجانده شود. به این ترتیب: دسته اول: گروه مرجع از نظر خودی و غیر خودی، دسته دوم: گروه مرجع جوانان در بُعد اقشار و گروه‌های اجتماعی و دسته سوم: گروه مرجع از حیث عضویت و عدم عضویت افراد در آن.

در دسته اول، یافته‌ها نشان داده‌اند که میزان گرایش به گروه غیر خودی در میان جوانان تا حدی وجود دارد. به عبارتی جوانان تمایل زیادی به شیوه زندگی کشورهای غربی دارند. همچنین در دسته دوم، گروه مرجع از منظر اقشار و گروه‌های مختلف بررسی شده است و در این زمینه یافته‌ها نشان می‌دهد که تاثیرگذارترین گروه‌ها در زمینه دنبال کردن آرزوها و اهداف به ترتیب اعضای خانواده و دوستان نزدیک و کم اثرترین به ترتیب هنرمندان، ورزشکاران و روحانیون بوده‌اند. البته خانواده و دوستان به دلیل تماس و نزدیکی به افراد بیشترین نفوذ را میان نوجوانان و جوانان داشته‌اند. در این میان از تحلیل عاملی برای تقلیل داده‌ها و تفسیر نتایج بهره برده شده است. به عبارتی عامل‌ها نشان می‌دهند، گروه مرجع همسالان (نظیر دوستان و همکلاسی‌ها) در عامل اول، گروه مرجع سنتی (نظیر خانواده، معلمان و روحانیون) در عامل دوم و گروه مرجع مدرن (نظیر هنرپیشه‌ها و ورزشکاران) در عامل سوم بار گذاری شده‌اند. به عبارتی می‌توان گروه‌های مرجع را به سه عامل گروه مرجع عضو، سنتی و مدرن تقلیل داد. و همچنین گروه مرجع در دسته سوم از حیث عضویت و عدم عضویت افراد در آن مورد بررسی قرار گرفته است. در این زمینه یافته‌ها نشان دادند که بیشترین حلقه ارتباطی افراد، دوستان و کمترین آن انجمن‌های علمی و فرهنگی هستند نهایتاً روابط میان مختصات پیشینه‌ای و گروه‌های مرجع بررسی شد، لیکن غیر از چند مورد، تفاوت معناداری پیدا نشد. به عبارتی می‌توان گفت صرفنظر از جنسیت، گروه سنی و سطوح تحصیلی، گروه‌های مرجع تاثیر یکسانی بر روی نوجوان و جوانان دارند.

در مجموع با توجه به یافته‌ها با احتیاط می‌توان گفت، در حال حاضر گروه مرجع جوانان رو به تغییر است. نهاد خانواده مانند گذشته دیگر تنها گروه مرجع نیست و نقش منحصر به فردی را در امر جامعه پذیری جوانان ندارد. بسیاری از افراد، کشورهای پیشرفته را از نظر فرهنگی الگوی مناسبی می‌دانند. این امر نشان می‌دهد جهت گیری جوانان به ارزش‌های فرهنگ خودی تغییر کرده است و در آینده ما شاهد چرخش هر چه بیشتر جوانان از الگوهای فرهنگی خودی به غیر خودی خواهیم بود. لذا توجه به فرآیندهای جامعه پذیری جوانان، نقش خانواده و نهاد آموزش و پرورش در انتقال ارزش‌ها و الگوهای فرهنگی حائز اهمیت است.

پیشنهادات

با توجه به آنچه گفته شد، به خانواده‌ها، رسانه‌ها و سازمان‌ها و نهادهایی که به نوعی با نسل جوان در ارتباطند موارد ذیل توصیه می‌شود:

- مطلوب است نهاد خانواده و رسانه‌ها برای انتقال مستدل ارزش‌ها و میراث فرهنگی به جوانان تلاش کنند.

- بهتر است رسانه‌ها برای ترویج و ارائه الگوهای اصیل به قشر نوجوان و جوان در قالب فیلم، سریال و هر نوع برنامه جذب کننده بیشتر تلاش کنند.

- همچنین مطلوب است والدین برای ایجاد تفاهم و تعامل متقابل با جوانان، صمیمیت و همدلی و همگامی بیشتری از خود نشان دهند و متقابلاً فرزندان همراهی بیشتری با والدین داشته باشند.

- فهم این نکته که در دهه‌های اخیر فرآیند جهانی شدن فرهنگ شرایط خاصی برای فرهنگ نوجوانان و جوانان ایجاد کرده چندان دشوار نیست. لذا آموزش و پرورش باید متناسب با مقتضیات زمان، در زمینه انتقال ارزش‌ها، هنجارها و مهارت‌های لازم تلاش کند.

- سازمانها و نهادهایی که رابطه علمی و نزدیکی با قشر جوان دارند (از جمله فرهنگسراها، مکان‌های ورزشی) در جهت ترویج ارزش‌های فرهنگ خودی و احترام به نسل بزرگسال و ایجاد پیوند تلاش کنند.

- گروه مرجع جوانان نقشی محوری در فراهم کردن الگو برای نوجوان و جوانان دارند. ارائه تصویری درست از گروه‌های مرجع و همچنین تقویت گروه‌های مرجع خودی می‌بایست سر لوحه کار برنامه ریزان قرار گیرد.

منابع فارسی

- آزادارمکی، ت. و غفاری، غ. ر. (1383). جامعه‌شناسی نسلی در ایران، پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- اینگلهارت، ر. (1373). تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی، مریم وتر، نشر کویر.
- باستانی، س. و صالحی، م. (1386). سرمایه اجتماعی شبکه و جنسیت: بررسی ویژگی‌های ساختی، تعاملی و کارکردی شبکه اجتماعی زنان و مردان در تهران، نامه علوم اجتماعی شماره 30 بهار 1386.
- ذکایی، م. س. (1386). فرهنگ مطالعات جوانان، چاپ اول، نشر آگه.
- رابرتسون، ی. (1372). درآمدی بر جامعه، حسین بهروان، نشر آستان قدس رضوی.
- سرایی، ح. (1372). مقدمه‌ای بر نمونه‌گیری در تحقیق، نشر سمت.
- سعیدی، م. ر. (1382). تبیین کارکردی رابطه خانواده و جرایم اجتماعی، ناشر پژوهشکده خانواده.
- شفرز، ب. (1383). مبانی جامعه‌شناسی جوانان، کرامت الله راسخ، نشر نی.
- صدیق سروستانی، ر. ال، و هاشمی، س. ض. (1381). گروه‌های مرجع در جامعه‌شناسی و روان‌شناسی. اجتماعی، نامه علوم اجتماعی، شماره 20.
- عبدی، ع. و گودرزی، م. (1378). تحولات فرهنگی در ایران، انتشارات سروش. چاپ اول، تهران.
- کاشی، غ. ر. (1382). بررسی ابعاد پدیده شکاف نسلی در ایران، تهران، دفتر طرح‌های ملی وزارت ارشاد.
- کوزر، ل. و روزنبرگ، ب. (1378). نظریه‌های بنیادی جامعه‌شناسی، فرهنگ ارشاد، نشر نی.
- کوئن، ب. (1383). درآمدی بر جامعه‌شناسی، ترجمه محسن ثلاثی، نشر توتیا.
- معیدفر، س. (1387). مشکل استقلال جوانان و تاثیر آن در نگرش‌های سیاسی آنان، مجموعه مقالات و گفت و گوهای "امروز و فردای جوان ایرانی"، انتشارات مؤسسه تحقیقات و توسعه انسانی.
- منطقی، م. (1387). جوانان می‌خواهند فرهنگ ایرانی را با فرهنگ غربی آشتی دهند، مجموعه مقالات و گفت و گوهای "امروز و فردای جوان ایرانی"، انتشارات مؤسسه تحقیقات و توسعه انسانی.

منابع انگلیسی

- Kuper, A. and Kuper, J. (1996). **The Social Scienc Encyclopedia**, second edition, London and New York, Routledge Press.
- Murell, D. and Elfreda, (2001). **Reference group theory with implications for information studies: a theoretical essay**, Information Research, Vol. 6 No. 3, April 2001.
- Takano, Y. and Shunya, S. (2008). **Are Japanese More Collectivistic Than Americans?: Examining Conformity in In-Groups and the Reference-Group Effect**. Journal of Cross-Cultural Psychology May No 39: 237-250.
- Turner, B. S. (2006). **The Cambridge Dicionary Of Sociology**, Cambridge University Press.
- Violet, D. and Garland, T. N. (1986). **High School Students' Marital Lifestyle Preferences: A Test of Reference Group Theory**, Human Relations Journals November No 39: 1053-1066.

Archive of SID