

تبیین جامعه‌شناختی و روانشناختی عاطفه اجتماعی در جوانان شهر کرمان

محمد تقی ایمان^۱، الهام شیردل^۲

تاریخ پذیرش: 92/1/19

تاریخ تصویب: 92/4/25

چکیده

انسان‌ها در دنیایی پر از عواطف اجتماعی زندگی می‌کنند و عواطف اجتماعی در روابط ما با دیگران جریان دارد. در این پژوهش الگوی عواطف اجتماعی موجود در بین جوانان شهر کرمان توصیف و سپس عوامل روانی- اجتماعی مؤثر بر عاطفه اجتماعی تبیین می‌شود. به منظور بررسی این رابطه از نظریه ترنر، هاکشیلد و وینر استفاده شده و این تحقیق بصورت پیمایشی و با ابزار پرسشنامه در بین جوانان شهر کرمان در سال 1390 انجام گردیده است. روش نمونه‌گیری بصورت تصادفی طبقه بندی و سیستماتیک بوده است و حجم نمونه 400 نفر می‌باشد. نتایج آزمون تحلیل توافقی چندگانه نشان داد عواطف اجتماعی منفی نظیر غم، ترس، خشم، تنفر و شرم در مقایسه با عواطف اجتماعی مثبت در جوانان شهر کرمان از فراوانی بیشتری برخوردار است. آزمون فرضیات نشان می‌دهد بین جنس، میزان تحصیلات، وضعیت اشتغال با عاطفه اجتماعی رابطه وجود دارد. همچنین بین اعتماد اجتماعی، دینداری و اعتماد به نفس با عاطفه اجتماعی رابطه مثبت و معنی‌داری و بین سن با عاطفه اجتماعی رابطه منفی و معنی‌داری تأیید گردید. نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون نشان داد متغیرهای مستقل اعتماد اجتماعی، اعتماد به نفس و میزان تحصیلات 47 درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین نموده‌اند.

کلیدواژه: عاطفه اجتماعی، عوامل روانی- اجتماعی

¹ - محمد تقی ایمان، استاد جامعه‌شناسی دانشگاه شیراز، ایران - Email: Iman@shirazu.ac.ir

² - الهام شیردل، دانشجوی دکترای جامعه‌شناسی دانشگاه شیراز.

مقدمه

افراد در جریان روابط اجتماعی و در طول عمر خود عواطف اجتماعی مثبت و منفی تجربه می‌کنند و تحت تأثیر عواطف اجتماعی مثبت و منفی ممکن است، اقدامات درست و نادرستی انجام دهند. عاطفه اجتماعی بعنوان یکی از ابعاد مهم بهداشت روان به شمار می‌آید که طیف وسیعی از عواطف اجتماعی مثبت (نظیر شادی، لذت، محبت، امید) و عواطف اجتماعی منفی (نظیر ترس، گناه، خشم، اندوه، نفرت، حسادت) را دربرمی‌گیرد (منستی³، 2000). عبارتی عاطفه اجتماعی، فرایندی است که در آن کنشگران یا بازیگران اجتماعی، موقعیت‌های واقعی یا تخیلی اجتماعی را ارزیابی می‌نمایند و به آنها واکنش نشان می‌دهند (سام، 2006). عاطفه اجتماعی یک سازه روانی-اجتماعی است که شامل حالات عاطفی مختلفی است که بر سطوح مختلف خرد و کلان نقش مهم و چشم‌گیری دارد که اغلب در تبیین مسائل اجتماعی مورد غفلت قرار می‌گیرد. بطور نمونه عواطف اجتماعی منفی نظیر ترس، خشم، اندوه، نفرت، حسادت در جوانان منجر به بروز مشکلات روانی-اجتماعی نظیر اعتماد به نفس پایین، افسردگی، منزوی شدن دانشجویان، افت تحصیلی، فرار مغزها، انحرافات اجتماعی نظیر خودکشی، اعتیاد، خشونت و عدم احساس امنیت روانی و اجتماعی می‌شود (ویلیامز، 2009). اما عواطف اجتماعی مثبت مانند احساس شادی، محبت و احساس مفید بودن می‌تواند موجب بهداشت روان بیشتر در جوانان، پیوستگی اجتماعی و پیشرفت فرد و جامعه گردد (همان). عاطفه اجتماعی مثبت با ایفای نقش افراد در عملکرد سازمانی (2007 فاکس،) و با نمایش توانایی‌اش در مقابله با بیماری سرطان اهمیت خود را در نزد همه به اثبات رسانیده- است (2008 داف و دیگران،). در مقابل عواطف اجتماعی منفی عامل درگیری و تضاد می‌شود. مثلاً احساس غم در زن ناشی از تقسیم کار ناعادلانه در خانه سبب تعارض و درگیری بین زن و شوهر می‌شود و واکنش‌های هیجانی شدید (مثل خشم، حسادت، آزار، گناه) در طول درگیری بروز می‌کند.

اهمیت عواطف در سطح کلان زمانی روشن می‌شود که مردم خودشان را با سایر ملل مقایسه می‌کنند و این در شکل‌گیری عواطف اجتماعی مردم نسبت به هویتشان مؤثر است مانند زمانی که شکست ملی سبب تجربه شرم و تحقیر ملی بخصوص در جوانان می‌شود (لانگمن، 2006). همچنین دلسردی افراد از عملکرد دولت منجر به خشم و در نهایت منجر به اغتشاش سیاسی می‌شود (195: 2009 توماس،).

³ - manstead

محققان نشان دادند که 80 درصد مردم ایران افسردگی دارند و این موضوع باعث می‌شود حتی روزهای شادی نیز توام با اضطراب باشد (معیدفر، 1385). نتایج تحقیق چلبی و موسوی نیز حاکی از آن است که سطح شادمانی در جامعه ایران پایین و بیش از نیمی از افراد میزان شادمانی‌شان کمتر از حد متوسط است (چلبی و دیگری: 1387). تحقیقات دیگر نشان می‌دهند جوان امروز افسرده و غمگین است، تو خالی و پوچ است و انگیزه‌اش را گم کرده است و اینها همه نشانه‌ای از فقدان شرایط شادی و عواطف اجتماعی مثبت برای جوانان در جامعه است (معیدفر: 1385). بنابراین عواطف اجتماعی منفی و گسترش آن در میان مردم به خصوص در میان جوانان که قشر وسیعی از جمعیت و آینده سازان کشور را تشکیل می‌دهند، یک معضل اجتماعی است. بر این اساس آگاهی از الگوی عواطف اجتماعی در بین جوانان و عوامل مؤثر بر آنها ضروری به نظر می‌رسد. بدین سبب در این پژوهش، ابتدا انواع عواطف اجتماعی رایج در بین جوانان را توصیف نموده و سپس تأثیر متغیرهای دینداری، اعتماد به نفس و اعتماد اجتماعی بعنوان متغیرهای مستقل و تعیین کننده بر عاطفه اجتماعی بعنوان متغیر وابسته مدنظر قرار گرفته است.

عاطفه اجتماعی از موضوعات بین رشته‌ای و مشترک بین حوزه روانشناسی و حوزه جامعه شناسی عاطفه است و هر دو حوزه به تبیین نظری عاطفه می‌پردازند. عاطفه در حوزه روانشناسی به خصوص روانشناسی اجتماعی از سابقه بیشتری برخوردار است. بررسی‌ها نشان می‌دهد روان‌شناسان برجسته جهت‌گیری‌های نسبتاً متفاوتی در برابر تأثیر مذهب بر عاطفه اجتماعی داشته‌اند. باتسون بیان می‌کند که افرادی چون فروید بنیانگذار مکتب روان تحلیل‌گری و ایس بنیانگذار درمانگری عقلانی-هیجانی نوعی ارزیابی منفی از نقش و تأثیر مذهب بر سلامت روان و رفتار انسان‌ها از جمله عاطفه اجتماعی داشته‌اند. اما افراد دیگری چون جیمز، یونگ، آلپورت، مازلو، آدلر با نگرش مثبت به مذهب از تأثیرات سودمند اعتقادات مذهبی سخن گفته‌اند. در سطح پژوهشی نیز نتایج نسبتاً متناقضی ارائه شده است. هر چند در اکثر مطالعات پژوهشی به نقش سودمند اعتقادات بر رفتار انسان‌ها اذعان شده است (86: 1993 باتسون).

اعتماد به نفس از دیگر عوامل روانی- اجتماعی قابل توجهی است که هم در نظریه‌های روانشناسی و هم در نظریه‌های جامعه شناسی بر آن بسیار تأکید شده است. وینر در نظریه انتسابی

عاطفه توضیح می‌دهد که افراد به هنگام موفقیت و شکست، زمانی که پذیرفته یا طرد می‌شوند، بصورت عاطفی پاسخ می‌دهند. افراد بعد از پیامدهای مثبت عموماً احساس شادی می‌کنند، و بعد از پیامدهای منفی احساس می‌کنند غمگین یا ناکام هستند. اما نظریه انتساب می‌گوید افراد می‌خواهند بدانند چرا موفق شدند یا شکست خوردند و زمانی که آن را برای خودشان توجیه کردند، عواطف اجتماعی تازه‌ای نمایان می‌شوند (318: 1987 وینر). عواطف مثبت و منفی زمانی است که پیامد مثبت و منفی به علت درونی یا بیرونی، مثلاً خود، نسبت داده می‌شود (همان: 326). به اعتقاد براون، افرادی که عزت نفس کمی دارند دچار اضطراب و عواطف منفی زیادی می‌شوند. برخی معتقدند که مهم‌ترین فایده عزت نفس زیاد این است که از خود در برابر اضطراب محافظت می‌کند. پس عزت نفس کم افراد را نسبت به اضطراب آسیب‌پذیر می‌سازد. اما چون عزت نفس کم بد است بدان معنی نیست که متورم کردن عزت نفس خوب است. در واقع، عزت نفس متورم جنبه تیره هم دارد. افرادی که خودانگاره متورم دارند، وقتی که خودانگاره مطلوب آنها تهدید می‌شود به نحو چشمگیری برای پرخاشگری و اقدامات خشونت‌بار مستعد می‌شوند. برای مثال، زمانی که افراد با عزت نفس بسیار زیاد، متوجه می‌شوند که دیگران آنها را مسخره می‌کنند، بطرز غیر عادی آماده اقدامات پرخاشگری تلافی‌جویانه می‌شوند (617: 2001 برون).

ترنر از نظریه‌پردازان معروف در حوزه جامعه‌شناسی عاطفه است که در زمینه عاطفه اجتماعی مطالعات فراوانی انجام داده‌است. ترنر معتقد است که "عشق و وفاداری در روابط اجتماعی مانند روابط افراد در خانواده باعث ایجاد اعتماد به نفس در اعضای خانواده می‌شود. و وجود منابعی مثل پول، قدرت، دانش یا سلامت منجر به ارزیابی مثبت افراد از خود می‌شود و این روند منجر به توزیع نابرابر عواطف مثبت و منفی در افراد جامعه می‌گردد" (352: 2009 ترنر). ترنر از این نقطه شروع می‌کند که "انسانها با نیازهای بنیادینی هستند که رفع آنها در تعاملات اجتماعی امکان‌پذیر است. از جمله این نیازها از نیاز به تأیید و نیاز به اعتماد نام می‌برد زیرا که برآورده شدن این نیازها با تجربه عواطف اجتماعی مختلف رابطه دارد" (447: 1998 ترنر). انسانها همیشه به دنبال تأیید خود در تعامل هستند. تأیید خود قویترین نیاز است و هنگامی که خود تأیید شود، فرد عاطفه مثبت را تجربه می‌کند. در واقع، هنگامی که اعتماد در روابط اجتماعی تحقق یابد، افراد عاطفه مثبتی دریافت می‌کنند. ترنر همچنین به این نکته نیز اشاره می‌کند "زمانی که مواجهات مردم آنها را در سلسله مراتب قدرت و منزلت قرار می‌دهد و در نتیجه

آنها نسبت به خودشان هوشیاری بیشتری به دست می‌آورند. همین که اهمیت خود افزایش یافت، پتانسیل برای نشان دادن واکنش‌های عاطفی نیز افزایش می‌یابد" (564: 2003 ترنر).

هاکشیلد نیز به بحث در مورد فرهنگ و مدیریت عاطفه می‌پردازد. وی معتقد است "قواعد اجتماعی احساسی همگانی در روابط اجتماعی منجر به مدیریت عاطفه در افراد می‌شود و نحوه ابراز عاطفی را تنظیم می‌کند." (1979 هاکشیلد). بحث مهمی که او در مورد عاطفه اجتماعی دارد این است که "فرهنگ عاطفه عبارت است از ایدئولوژی‌های عاطفی که رفتارها و احساسات مناسب را در حوزه‌ها و فعالیت‌های خاص مشخص می‌کند. ایدئولوژی‌های فرهنگی و محدودیت‌های هنجاری موجود در روابط اجتماعی بر انتخاب و نشر عواطف و همچنین مدیریت عواطف (یعنی احساساتی که آنها تجربه می‌کنند و برای دیگران نمایش می‌دهند) تأثیر می‌گذارد (هاکشیلد، 1983: 39).

مطالعات تجربی در زمینه عاطفه اجتماعی بر قدرت تأثیر عوامل اجتماعی و روانی بر عاطفه اجتماعی اذعان دارند. چلبی و موسوی در تحقیقی تحت عنوان "بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر شادمانی در سطوح خرد و کلان" با استفاده از روش پیمایش نشان دادند که روابط اجتماعی توأم با اعتماد اثر تعیین‌کننده بر شادمانی دارند (چلبی و دیگری، 1387: 34). تحقیق امیرکافی در مورد "اعتماد اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن" با استفاده از روش پیمایش بیان می‌کند که از جمله پیامدهای اختلال در روابط اجتماعی، انزوای اجتماعی است که به فرایند فروپاشی روابط بین شخصی، مسدود شدن ارتباطات و کناره‌گیری از تماس‌های اجتماعی دلالت دارد و محققان و دانشمندان اجتماعی آن را زمینه‌ساز بروز بسیاری از اختلالات رفتاری و روانی و عواطف اجتماعی منفی می‌دانند (امیرکافی، 1374).

وست⁴ (2010) نیز در مطالعه‌اش این قضیه را برجسته‌تر می‌سازد که پذیرش فرد در گروه باعث ایجاد عواطف مثبت اجتماعی و پذیرش نشدن فرد در گروه منجر به عواطف منفی اجتماعی می‌شود. آندرسون⁵ و همکارش (2010) بیان می‌کنند زمانی که افراد در مبادله اجتماعی مورد استثمار قرار می‌-

¹-West
²-Anderson

گیرند، اعتماد خود را از دست داده و عواطف اجتماعی منفی را دریافت می‌کنند. تحقیقات نیلیک³ (2010) و پلیگر⁴ (2011) نیز بر رابطه بین اعتماد اجتماعی و اظهارات عاطفی عصبانیت و شادی پافشاری می‌کنند. چنگ و فارنهام⁵ (2007) اعتماد به نفس را بعنوان یکی از عوامل شخصیتی و روانی مؤثر بر شادی معرفی می‌نمایند. ری⁶ (2005) از رابطه بین عواطف اجتماعی، روان و نابرابری‌های طبقاتی بحث می‌کند و معتقد است که واکنش عاطفی به نابرابری‌های طبقاتی وابسته به واقعیت روان-شناختی افراد مانند اعتماد به نفس است.

نتایج تحقیق هزارجریبی و آستین‌فشان در تحقیقی تحت عنوان "بررسی عوامل مؤثر بر نشاط اجتماعی" حاکی از این است که بین متغیرهای احساس نشاط اجتماعی و میزان پایبندی به معتقدات دینی رابطه مثبت وجود دارد (هزار جریبی و دیگری، 1388: 134). نتایج تحقیق بهرامی و تاشک در مورد "ابعاد رابطه میان جهت‌گیری مذهبی و سلامت روان" که بر 316 نفر نشان داد که جهت‌گیری مذهبی با افزایش عاطفه اجتماعی مثبت رابطه داشته است (بهرامی و دیگری، 1383: 42). نسابه نیز در مورد "نقش باورها و عقاید مذهبی در سلامت روان" به این نتیجه دست یافت که نگرش و باورهای مذهبی بالاتر با کاهش میزان افسردگی مرتبط می‌باشد و مقدار کم همبستگی برای این رابطه می‌تواند ناشی از تعامل پیچیده سایر علل مؤثر و چندی بعدی بودن مسائل مرتبط با سلامت روانی انسان باشد (نسابه، 1384: 64).

هاریس در مطالعه‌اش در مورد "روش‌های انطباق دینی و معنا و نتایج عاطفی درون‌فرایندهای استرس‌زا" با ترکیب روش‌های کمی و کیفی در مناطق مختلف اثر دین را بطور زیادی بر عواطف مثبت نشان داد (2011 هاریس). نتایج تحقیق بیتا بیان می‌کند که بین تعصب دینی با اشتیاق اجتماعی رابطه وجود ندارد (2011 بتا). سلدایک نشان داد که دین چگونه تغییر واکنش می‌دهد وقتی هویت دینی فرد به چالش کشیده می‌شود و ممکن است فرد عواطف منفی (اندوه) را درک می‌کند (2010: 921 سلدایک). نتایج تحقیق موکرجی و بران در مورد "جنسیت، دین و شادی" نشان داد که

3-Nielek

4-Peligr

5-Cheng & Furnham

6-Reay

حضور در مراسم و اماکن مذهبی، ارتباط با خدا، اعتقاد به اصول و فروع دین و توجه به معنویات از جمله منابع و عوامل مذهبی و معنوی شادی می‌باشد (680: 2005 موکرچی و براون).

جامعه ایران، جامعه‌ای با ارزش‌های مذهبی است و این ارزش‌ها ممکن است معادلات نظریه‌های عاطفه اجتماعی را تحت تأثیر قرار دهد. دیدگاه‌ها و نتایج تجربی متفاوتی در مورد نقش دینداری بر تجربه عواطف اجتماعی وجود دارد. عده‌ای از صاحب نظران از جمله بیتا و سلدایک به آثار منفی دینداری و عده‌ای دیگر از جمله هزارجریبی، بهرامی، هاریس و هاکشیلد به نقش سودمند دینداری بر عاطفه اجتماعی تأکید دارند. دسته دوم معتقدند آموزه‌های دینی، نحوه برخورد با دیگران و نحوه بروز عواطف در موقعیت‌ها و روابط اجتماعی را به افراد مذهبی و دیندار آموزش می‌دهند و همچنین حضور در مراسم و اماکن مذهبی و توجه به معنویات از جمله منابع و عوامل مذهبی عواطف اجتماعی مثبت می‌باشد. ترنر، چلبی و موسوی، وست و آندرسون شرح می‌دهند، زمانی که مبادله‌ای براساس تعهد و اعتماد اجتماعی شکل می‌گیرد، عدم اطمینان کاهش می‌یابد. آنها بیان می‌کنند که موقعیت‌های مختلفی در طی مبادله اجتماعی شکل می‌گیرد که اگر دو طرف به تعهدات متقابل پایبند باشند، عواطف اجتماعی مثبت و در غیر اینصورت عواطف اجتماعی منفی را تجربه می‌کنند. نظریه وینر، ترنر و تحقیقات چنگ و فارنهایم و ری نیز به تأثیر اعتماد به نفس بر عاطفه اجتماعی اذعان دارند. در واقع، زمانی که اعتماد به نفس افزایش یابد، پتانسیل بروز واکنش‌های عاطفی نیز افزایش می‌یابد. با توجه به مباحث نظری و تجربی، عوامل اجتماعی از طریق اعتماد به نفس بر عاطفه اجتماعی تأثیر غیر مستقیم می‌گذارند و همچنین، هر کدام از عوامل روانی و اجتماعی بطور جداگانه تأثیر مستقیم بر عاطفه اجتماعی دارند. در این تحقیق، جهت بررسی تأثیر ویژگی‌های اجتماعی-فرهنگی بر عاطفه اجتماعی از مطالعات تجربی ایوا¹ (2011)، دالن² (2007)، آرگایل³ (1996) و مورفی و آتاناسو⁴ (1999) استفاده شده است که در مجموع می‌توان گفت، بروز عواطف اجتماعی بین دختران و پسران ناشی از انتظارات نقش جنسیتی، متفاوت است و افراد متأهل و شاغل، عواطف اجتماعی مثبت بیشتری تجربه می‌کنند. همچنین افراد معمولاً از آنهایی که

¹-Eva

²-Dolan

³-Argyle

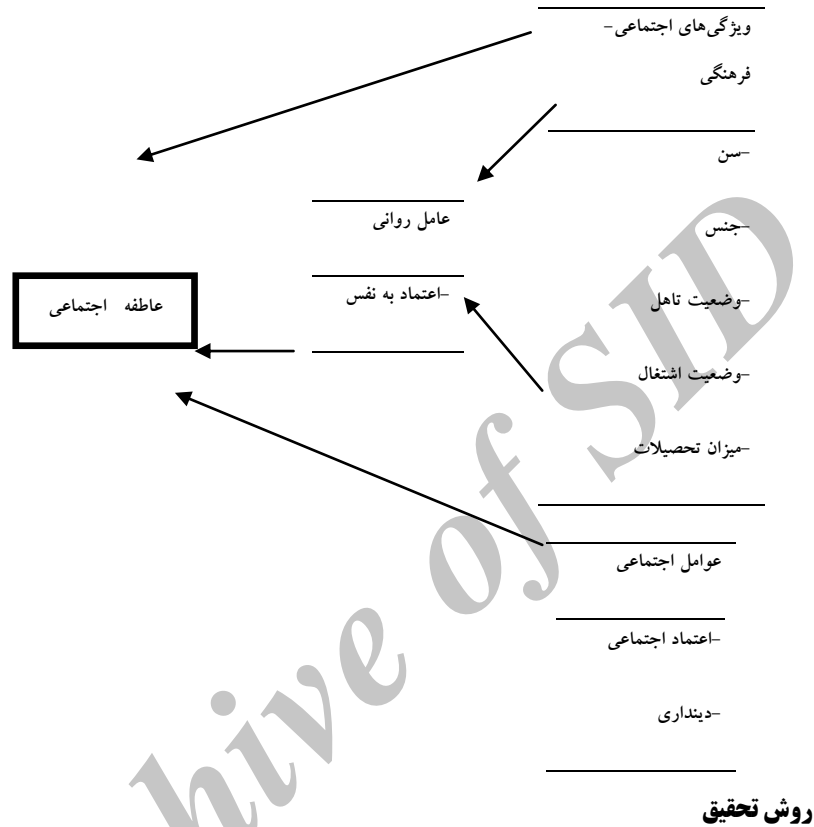
⁴-Murphy & Athanasoud

سرمایه فرهنگی یا تحصیلات بیشتری از خود دارند، متنفرند، در حالی که نسبت به کسانی که تحصیلات کمتری نسبت به خود دارند، مغرور هستند. اریکسون^{۱۴} (1968) در زمینه رابطه سن با عاطفه اجتماعی معتقد است، افراد در سنین مختلف مراحل بحرانی مختلفی تجربه می‌کنند و در هر دوره سنی ویژگی خاصی حاکم است. بحران مهم دوره جوانی بحران "در خود فرو ریختن" و دوری جستن از روابط بین فردی و اجتماعی است، که فرد سالم به نزدیکی، صمیمیت و فعالیت اجتماعی منتهی می‌شود. اگر تعارض میان نزدیکی و انزوا در این دوران حل شود، عواطف اجتماعی مثبت در فرد ایجاد می‌گردد. بنابراین، نتایج مطالعات تجربی و مباحث نظری گویای آن است که ویژگی‌های اجتماعی- فرهنگی (سن، جنس، وضعیت تأهل، میزان تحصیلات، وضعیت اشتغال) در شکل‌گیری عاطفه اجتماعی نقش مهمی ایفا می‌کند.

بر اساس نظریه‌ها و مطالعات تجربی و تجربه واقعی جوانان فرضیه‌های این پژوهش عبارتند از: 1- بین اعتماد به نفس و عاطفه اجتماعی در جوانان رابطه معنی داری وجود دارد. 2- بین اعتماد اجتماعی و عاطفه اجتماعی در جوانان رابطه معنی داری وجود دارد. 3- بین دینداری و عاطفه اجتماعی در جوانان رابطه معنی داری وجود دارد. 4- بین جنس و عاطفه اجتماعی در جوانان رابطه معنی داری وجود دارد. 5- بین وضعیت تأهل و عاطفه اجتماعی در جوانان رابطه معنی داری وجود دارد. 6- بین وضعیت اشتغال و عاطفه اجتماعی در جوانان رابطه معنی داری وجود دارد. 7- بین میزان تحصیلات و عاطفه اجتماعی در جوانان رابطه معنی داری وجود دارد.

¹⁴ -Erikson

نمودار 1: مدل مفهومی و تجربی تحقیق



در این پژوهش برای جمع آوری اطلاعات از روش پیمایش و تجزیه و تحلیل داده ها از بسته آماری برای علوم اجتماعی¹⁵ استفاده می شود. جامعه آماری مورد مطالعه در این تحقیق جوانان ساکن شهر کرمان است که کل جامعه آماری 200746 نفر می باشد. با استفاده از فرمول کوکران با ضریب اطمینان 95 درصد تعداد 400 نفر بعنوان حجم نمونه (افراد) با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی طبقه بندی و تصادفی سیستماتیک تعیین شد. به اینصورت که از چهار منطقه شهر کرمان، تعداد مشخصی بلوک بوسیله فرمول کوکران بصورت تصادفی انتخاب و سپس با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی سیستماتیک از هر بلوک، منازل با فاصله نمونه گیری مشخص (20 تایی) انتخاب شدند. افراد نمونه شامل 251 زن و 149 مرد، مقاطع تحصیلی مختلف (فوق دیپلم، لیسانس، فوق لیسانس و بالاتر)

1- statistical package for social science

و گروه‌های سنی (19-35 سال) می‌باشند. همچنین برای گردآوری داده‌ها از ابزار پرسشنامه به شکل حضوری استفاده شده است. قبل از شروع مصاحبه به پاسخگو اطلاعات کافی در زمینه ماهیت پژوهش و آنچه از پاسخگویان انتظار می‌رود در اختیار محقق قرار گیرد و نیز اطمینان داده شد که اطلاعات مربوط به ایشان با نهایت امانت داری تحلیل خواهد شد. در پژوهش حاضر از اعتبار صوری و نظر کارشناسان و صاحب نظران استفاده شده و برای سنجش پایایی ابزار سنجش (پرسشنامه)، ضریب آلفای کرونباخ محاسبه گردیده است. متغیر وابسته عاطفه اجتماعی با استفاده از طیف لیکرت مورد سنجش قرار گرفت و در این طیف گویه‌های عواطف اجتماعی مثبت بیشترین نمره و گویه‌های عواطف اجتماعی منفی کمترین نمره را دریافت نمودند. در مجموع، ضریب آلفای کرونباخ متغیر وابسته (عاطفه اجتماعی) 0/87 است که نشانگر پایایی بالای این متغیر است. ضرایب آلفای کرونباخ حاصل از آزمون ابعاد آن شامل جهت، استمرار، اظهار و میزان عاطفه اجتماعی از حداقل 0/57 مربوط به طیف اظهار عاطفه اجتماعی تا حداکثر 0/77 مربوط به طیف جهت عاطفه اجتماعی به دست آمد و ضرایب آلفای کرونباخ حاصل از معرف‌های آن شامل (شادی، مفید بودن، ترس، شرم، غم، خشم، تنفر، حسادت، تکبر) نیز از حداقل 0/42 مربوط به طیف احساس مفید بودن و حسادت تا حداکثر 0/73 مربوط به طیف خشم در نوسان می‌باشد.

در بخش دوم متغیرهای مستقل اعتماد اجتماعی، اعتماد به نفس و دینداری توسط طیف پنج گزینه‌ای لیکرت مورد پرسش قرار می‌گیرد. گویه‌ها از مطالعات انجام شده در کشورهای دیگر و همچنین مطالعاتی که در داخل کشور انجام شده، اقتباس شده‌اند و پس از تغییرات و سازگار نمودن آنها با وضعیت ایران، گویه‌های مناسب انتخاب شدند. آلفای کرونباخ برای طیف اعتماد اجتماعی با تعداد 8 گویه در بعد اعتماد غیر رسمی با سه معرف 1-صداقت، 2-تعهد و 3-پذیرش برابر با 0/87، برای اعتماد به نفس با تعداد 6 گویه برابر با 0/84 و برای طیف دینداری با 6 گویه در چهار بعد اعتقادی، تجربی، مناسکی و پیامدی برابر با 0/76 می‌باشد. در مجموع ضرایب آلفای کرونباخ نشان می‌دهد که طیف‌های مورد استفاده برای متغیرهای مستقل مذکور از پایایی بالایی برخوردارند.

یافته‌های تحقیق

داده‌های تحقیق، حاصل استخراج پرسشنامه‌هایی است که توسط 400 نفر جوان در شهر کرمان تکمیل گردیده و اساس تجزیه و تحلیل یافته‌های پژوهش حاضر قرار گرفته است. نتایج بررسی‌های توصیفی نشان می‌دهد که در بین پاسخگویان 53/8 درصد دختر و 75 درصد پاسخگویان دختر با میزان بالای عاطفه اجتماعی مثبت بودند. این در حالی است که 25 درصد از پاسخگویان پسر از میزان بالای عاطفه اجتماعی مثبت برخوردار بودند. همچنین 62/8 درصد از پاسخگویان، مجرد و 62/5 درصد از مجردین دارای میزان بالای عاطفه اجتماعی مثبت می‌باشند. میانگین سنی پاسخگویان 26 سال است. بیشترین فراوانی و کمترین فراوانی از نظر سن متعلق به 20/5 درصد در سن 20 سالگی و 1/5 درصد در سن 33 سالگی است.

توزیع پاسخگویان در بین مقاطع تحصیلی نشان داد که 42/5 درصد از آنها در مقطع لیسانس قرار داشتند و 85 درصد از افرادی که در مقطع لیسانس بودند از میزان بالای عاطفه اجتماعی مثبت نیز برخوردار بودند. این درصد برای سایر مقاطع تحصیلی (دیپلم، فوق دیپلم، فوق لیسانس به بالاتر) زیر 10 است. از نظر وضعیت اشتغال، بیشترین فراوانی و کمترین فراوانی از نظر وضعیت اشتغال متعلق به 31/2 درصد بیکار و 11/2 درصد شاغل رسمی است. مقایسه گروه‌های مورد مطالعه از نظر وضعیت اشتغال نشان می‌دهد که 50 درصد از گروه محصلین با میزان بالای عاطفه اجتماعی مثبت بودند و گروه مشاغل رسمی میزان پایین عاطفه اجتماعی مثبت را اعلام کردند.

بررسی نگرش پاسخگویان نسبت به گویه‌های متغیر دینداری نشان می‌دهد که 52/8 درصد از جوانان میزان متوسطی و 14/5 درصد میزان پایینی از دینداری را ابراز نمودند. توزیع فراوانی متغیر اعتماد اجتماعی نشان می‌دهد که 67/5 درصد از جوانان از نظر اعتماد اجتماعی در سطح متوسط و 21 درصد از نظر اعتماد اجتماعی در سطح بالا قرار داشتند. بررسی نگرش پاسخگویان نسبت به متغیر اعتماد به نفس نشان می‌دهد که 32/5 درصد از جوانان اعتماد به نفس بالایی دارند و 49/8 درصد از نظر اعتماد به نفس در سطح متوسط قرار دارند. یافته‌های توصیفی متغیر وابسته گویای آن است که عاطفه

اجتماعی 22 درصد از پاسخگویان در حد کم، 68 درصد در حد متوسط و 10 درصد در حد بالا می باشد. در مجموع، پاسخگویان از میزان متوسطی از عاطفه اجتماعی مثبت برخوردارند.

طبق جدول شماره 1 نتایج آزمون تحلیل توافقی چندگانه بیانگر آن است که عواطفی نظیر غم، ترس، خشم، تنفر و شرم در بعد عواطف اجتماعی منفی به میزان زیادی و عواطفی نظیر احساس مفید بودن و شادی در بعد عواطف اجتماعی مثبت به میزان کمی در بین جوانان وجود دارد. همچنین نتایج این آزمون نشان می دهد که عواطف اجتماعی منفی نظیر حسادت و تکبر به میزان کمی در بین جوانان شهر کرمان دیده می شود و جوانان احساس غم بیشتری از میان دیگر عواطف اجتماعی منفی از خود بروز داده اند.

جدول شماره 1- الگوی انواع عواطف اجتماعی در جوانان

میانگین	ابعاد عاطفه اجتماعی		مقوله های عاطفه اجتماعی
	بعد 2	بعد 1	
	مثبت	منفی	
0.079	0.082	0.077	شادی
0.024	0.020	0.029	مفیدبودن
0.353	0.291	0.416	ترس
0.577	0.665	0.489	شرم
0.533	0.311	0.756	غم
0.256	0.031	0.480	خشم
0.439	0.434	0.444	تنفر
0.156	0.086	0.226	حسادت
0.083	0.020	0.147	تکبر
2.502	1.938	3.065	جمع

آزمون فرضیات

آزمون فرضیات تحقیق با استفاده از سه تکنیک آماری آزمون مقایسه میانگین، تحلیل واریانس و ضریب همبستگی پیرسون انجام شد. جدول شماره 2 میانگین عاطفه اجتماعی برحسب جنس و وضعیت تأهل را نشان می‌دهد. میانگین عاطفه اجتماعی دختران 116/7 و میانگین عاطفه اجتماعی پسران 111/61، می باشد که تفاوت معنی‌داری را نشان می‌دهد. میانگین عاطفه اجتماعی افراد مجرد 114/91 و میانگین عاطفه اجتماعی متأهلین 113/39، می باشد. همانطور که مشاهده می شود تفاوت میانگین عاطفه اجتماعی در بین افراد مجرد و متأهل در نمونه برابر 1/51 می باشد و تفاوت چندانی ندارد.

جدول شماره 2: میانگین عاطفه اجتماعی برحسب جنس و وضعیت تأهل

عاطفه اجتماعی		متغیر مستقل		
تفاوت میانگین ها	تعداد مشاهدات	میانگین	جنس	
5/19	215	116/7	دختر	جنس
	185	111/61	پسر	
1/51	251	114/91	مجرد	وضعیت تأهل
	149	113/39	متأهل	

همانطور که در جدول شماره 3 مشاهده می‌شود بر اساس آزمون لوین ($\alpha = 0/001$) باید از

فرض

نابرابری واریانس‌ها استفاده شود. با توجه به مقدار $T = 3/43$ و $\alpha = 0/001$ ، رابطه‌ی معناداری بین جنسیت افراد و عاطفه اجتماعی آنان وجود دارد. به این معنا که عاطفه اجتماعی بین دختران و پسران، متفاوت است. به عبارتی دختران، عاطفه اجتماعی مثبت بیشتری نسبت به پسران تجربه نموده‌اند. آزمون مقایسه میانگین عاطفه اجتماعی بر اساس وضعیت تأهل نشان می‌دهد که میانگین عاطفه اجتماعی در بین افراد مجرد و متأهل تفاوت معنی‌داری ندارد.

جدول شماره 3: آزمون رابطه میان متغیرهای جنسیت و وضعیت تاهل با عاطفه اجتماعی

متغیر مستقل		آزمون لوین			آزمون تی	
		f	sig	t	درجه آزادی	سطح معنی داری
جنس	فرض برابری واریانس ها	5/69	/0180	3/41	398	0/001
	فرض نا برابری واریانس ها			3/43	396/41	0/001
وضعیت تاهل	فرض برابری واریانس ها	3/48	0/06	0/97	398	0/33
	فرض نا برابری واریانس ها			0/94	286/54	0/34

جدول شماره 4 آزمون تفاوت میانگین عاطفه اجتماعی بر حسب میزان تحصیلات و وضعیت اشتغال را نشان می دهد، میانگین نمره عاطفه اجتماعی افرادی که فوق دیپلم و لیسانس دارند، برابر 1/18 است که بالاتر از میانگین نمره عاطفه اجتماعی افرادی است که پایین تر از فوق دیپلم و بالاتر از لیسانس دارند. همچنین تفاوت میانگین عاطفه اجتماعی بر حسب وضعیت اشتغال نشان می دهد، میانگین نمره عاطفه اجتماعی افراد از نظر وضعیت اشتغال با هم متفاوت است. این تفاوت مشاهده شده در بین این میانگین ها بر اساس آزمون F در تحلیل پراکنش برابر 4/22 و حداقل در سطح 95 درصد معنی دار است.

جدول شماره 4: نتایج آزمون تحلیل واریانس متغیرهای اجتماعی-فرهنگی و عاطفه اجتماعی

منبع تغییرات	درجه آزادی	مجموع مجذورات SSF	میانگین مجذورات MSF	مقدار F	سطح معنی داری
میان گروهی	4	8672/73	2168/18		
میزان تحصیلات					
درون گروهی	395	82013/66	207/63	44/10	0/000
کل	399	90686/39			
وضعیت اشتغال					
میان گروهی	4	3718/27	929/57	4/22	0/002
درون گروهی	395	86968/11	220/17		

برای آنکه ثابت شود تفسیر آنالیز واریانس صحیح است، از آزمون همگنی واریانس ها استفاده می-شود. همانطور که در جدول 5 و 6 مشاهده می شود سطح معنی داری آزمون همگنی واریانس ها برحسب هر دو متغیر تحصیلات و وضعیت اشتغال در گروه اول و گروه دوم بیشتر از (0/05) می باشد. بنابراین فرض صفر (که یکنواختی واریانس ها می باشد) هم برای متغیر تحصیلات و هم برای متغیر وضعیت اشتغال در هر دو گروه تأیید و یکنواختی واریانس ها پذیرفته می شود.

جدول شماره 5: آزمون همگنی واریانس های عاطفه اجتماعی در سطح تحصیلات مختلف

زیر مجموعه ها با $\alpha = 0.05$		تعداد مشاهدات	سطح تحصیلات
1	2		
101/18		16	فوق لیسانس
103/94		17	کمتر از دیپلم
110/98	110/98	124	دیپلم
117/57		73	فوق دیپلم
117/68		170	لیسانس
0/46	0/10		سطح معنی داری

جدول شماره 6: آزمون همگنی واریانس های عاطفه اجتماعی در وضعیت شغلی متفاوت

زیر مجموعه ها با $\alpha = 0.05$		تعداد مشاهدات	وضعیت اشتغال
1	2		
107/88		63	قراردادی
112/55	112/55	49	آزاد
115/33	115/33	45	رسمی
115/72	115/72	125	بیکار
116/69		118	محصل

به منظور تشخیص گروهی که باعث معنادار شدن تفاوت میانگین عاطفه اجتماعی برحسب تحصیلات و اشتغال شده از آزمون های تعقیبی استفاده شده است. آزمون تعقیبی مناسب در این مورد آزمون شفه^{۱۶} می باشد. نتایج حاصل از آزمون شفه در مورد تفاوت میانگین عاطفه اجتماعی برحسب تفاوت بین زیرگروه های تحصیلی نشان می دهد که بین افراد کمتر از دیپلم با فوق دیپلم و لیسانس، افراد دیپلم با فوق دیپلم و لیسانس، افراد فوق لیسانس با فوق دیپلم و لیسانس تفاوت وجود داشته است. نتایج آزمون شفه در مورد تفاوت میانگین عاطفه اجتماعی برحسب وضعیت اشتغال نیز آشکار می کند که تفاوت بین افرادی که قراردادی کار می کنند با افراد بیکار و محصل بوده است.

جدول شماره 7: نتایج آزمون شفه برای تعیین معناداری تفاوت میانگین عاطفه اجتماعی برحسب وضعیت تحصیلات

سطح معنی داری	تفاوت میانگین ها	تحصیلات	وضعیت تحصیلات
0,47	-7,04	کمتر از دیپلم	دیپلم
0,016	-13 /63	فوق دیپلم	
0,008	13 /75	لیسانس	
0,99	2 /75	فوق لیسانس	
0,016	13 /63	کمتر از دیپلم	فوق دیپلم
0,16	13 /63	دیپلم	
1,00	-0/11	لیسانس	
0,002	16 /38	فوق لیسانس	
0,008	13 /74	کمتر از دیپلم	لیسانس
0,004	6 /7	دیپلم	
1,00	0/11	فوق دیپلم	
0,001	16 /5	فوق لیسانس	
0,99	-2/75	کمتر از دیپلم	
0,16	-9/79	دیپلم	فوق لیسانس

مطالعات علوم اجتماعی ایران، سال دهم، شماره سی و هشتم، پاییز 1392

0/002	16 /38	فوق دیپلم
0/001	16 /50	لیسانس

جدول شماره 8: نتایج آزمون شفه برای تعیین معناداری تفاوت میانگین عاطفه اجتماعی بر حسب اشتغال

سطح معنی داری	تفاوت میانگین ها	اشتغال	وضعیت اشتغال
0/99	-0/96	محصل	
0/8	3/17	آزاد	
1/00	0/39	رسمی	بیکار
0/02	7 [*] /83	قراردادی	
0/99	0/96	بیکار	
0/61	4/14	آزاد	
0/99	1/36	رسمی	محصل
0/007	*8/8	قراردادی	
0/8	-3/17	بیکار	
0/61	-4/14	محصل	آزاد
0/93	-2/78	رسمی	
0/6	4/66	قراردادی	
1/00	-0/39	بیکار	
0/99	-1/36	محصل	رسمی
0/93	2/78	آزاد	
0/16	-7/44	قراردادی	
0/021	*-7/83	بیکار	
0/007	*-8/8	محصل	قراردادی
0/6	-4/66	آزاد	

جدول شماره 9، نتایج آزمون همبستگی پیرسون بین متغیرهای دینداری، اعتماد به نفس و اعتماد اجتماعی را با عاطفه اجتماعی منعکس می‌سازد. نتایج حاصل از آزمون نشان می‌دهد بین اعتماد اجتماعی، اعتماد به نفس و دینداری با عاطفه اجتماعی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. عبارت دیگر با افزایش اعتماد اجتماعی، اعتماد به نفس و دینداری، عاطفه اجتماعی مثبت نیز افزایش می‌یابد. اما بین سنین مختلف واقع در گروه سنی جوانان (35-19 سال) و عاطفه اجتماعی رابطه منفی و معنی‌داری وجود دارد. به اینصورت که با افزایش سن در گروه سنی جوانان، عاطفه اجتماعی مثبت کاهش می‌یابد.

جدول شماره 3: نتایج آزمون همبستگی پیرسون بین متغیرهای مستقل و عاطفه اجتماعی

آزمون همبستگی پیرسون		متغیر مستقل
سطح معنی‌داری	میزان همبستگی	
0.000	0.64	اعتماد اجتماعی
0.000	0.58	اعتماد به نفس
0.026	0.12	دینداری

نتایج جدول شماره 10 گویای آن است که بین اغلب متغیرهای مستقل با ابعاد عاطفه اجتماعی رابطه مثبت وجود دارد. بطوری که بین متغیرهای اعتماد اجتماعی با ابعاد عاطفه اجتماعی بغیر از بعد تکبر رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. بین اعتماد به نفس با ابعاد عاطفه اجتماعی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد، تنها بین اعتماد به نفس و تکبر رابطه منفی و معنی‌داری وجود دارد. عبارتی، با افزایش اعتماد به نفس، میزان تکبر اجتماعی کاهش پیدا می‌کند. بین متغیر دینداری با ترس، خشم و حسادت اجتماعی رابطه معنی‌داری وجود ندارد. اما بین دینداری با غم، تنفر و تکبر رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. عبارتی با افزایش دینداری، میزان تکبر، غم و تنفر اجتماعی افزایش می‌یابد. تنها بین متغیر دینداری با شرم اجتماعی رابطه منفی و معنی‌داری وجود دارد. به این معنی که هر چقدر دینداری در افراد افزایش یابد، میزان شرم اجتماعی کاهش می‌یابد. دینداری با شادی و احساس مفید بودن رابطه

مثبت دارد، در واقع افرادی که دیندارترند بیشتر احساس شادی و مفید بودن می‌کنند. بین سن با حسادت و تکبر اجتماعی نیز رابطه منفی و معنی‌داری وجود دارد.

جدول شماره 10: نتایج آزمون

همبستگی پیرسون بین متغیرهای مستقل با ابعاد عاطفه اجتماعی

متغیر وابسته	شادی	مفید بودن	ترس	شرم	غم	خشم	تفر	حسادت	تکبر
اعتماد	0/51	0/35	0/51	0/29	0/57	0/33	0/54	0/18	0/00
اجتماعی	sig	0/00	0/00	0/00	0/00	0/00	0/00	0/00	0/85
اعتماد به نفس	r	0/38	0/29	0/53	0/4	0/5	0/27	0/24	0/25
دینداری	sig	0/00	0/00	0/00	0/00	0/00	0/00	0/00	0/00
سن	r	-0/26	-0/12	-0/32	-0/19	-0/34	-0/11	-0/07	0/08
	sig	0/00	0/01	0/00	0/00	0/02	0/00	0/17	0/11

آزمون مدل تحلیل مسیر

در مقاله حاضر از آماره رگرسیون چند متغیره به شیوه گام به گام¹⁷ استفاده شده است. جدول شماره 11 مربوط به تحلیل چند متغیره متغیرهای مستقل جهت پیش‌بینی متغیر وابسته عاطفه اجتماعی می‌باشد. در اینجا کل متغیرهای مستقل زمینه‌ای و مستقل واسطه‌ای وارد معادله شدند و 6 متغیر اعتماد اجتماعی، اعتماد به نفس، دینداری، سن، جنس، تحصیلات، وضعیت اشتغال به ترتیب میزان اهمیت در تبیین متغیر وابسته وارد معادله شده‌اند. همانطور که در جدول شماره 11 ملاحظه می‌شود، آزمون T

¹⁷ -stepwise

نشان می‌دهد که ضریب بتا برای سه متغیر حداقل در سطح 95 درصد اطمینان از لحاظ آماری معنادار است.

اولین متغیری که در معادله رگرسیونی وارد شده است، اعتماد اجتماعی می‌باشد. نتایج حاصل نشان می‌دهد که بین این متغیر و عاطفه اجتماعی همبستگی بالایی وجود دارد. به این معنا که هر چقدر اعتماد اجتماعی بیشتر شود، عاطفه اجتماعی مثبت به مراتب افزایش می‌یابد. در مرحله دوم متغیر اعتماد به نفس وارد معادله شده و در مرحله سوم متغیر تحصیلات وارد معادله رگرسیونی شده است. نتایج حاصل نشان می‌دهد که بین این متغیر و عاطفه اجتماعی همبستگی بالایی وجود دارد، به این معنا که هر چه میزان تحصیلات افراد افزایش یابد به مراتب عاطفه اجتماعی مثبت افزایش می‌یابد. هر سه متغیر در مجموع توانسته‌اند 47 درصد از واریانس متغیر وابسته (عاطفه اجتماعی) را تبیین کنند.

جدول شماره 11: محاسبه رگرسیون چند متغیره با روش گام به گام برای بررسی تأثیر همزمان متغیرهای مستقل بر عاطفه اجتماعی

متغیر مستقل	ضریب تعیین شده	ضریب استاندارد		خطای استاندارد	میزان تی	سطح معناداری
		Beta	B			
اعتماد اجتماعی	0/41	0/64	1/22	0/074	16/5	0/00
اعتماد به نفس	0/45	0/281	0/85	0/152	5/58	0/00
میزان تحصیلات	0/47	0/14	4/22	1/131	3/73	0/00

نتایج آزمون تحلیل رگرسیون، سن و جنس را از بین سایر متغیرهای اجتماعی- فرهنگی بعنوان عوامل تعیین کننده بر متغیر واسطه‌ای اعتماد اجتماعی معرفی نمود و متغیرهای وضعیت اشتغال، میزان تحصیلات و وضعیت تأهل از مدل تحقیق حذف شدند. همچنین نتایج آزمون تحلیل رگرسیون گام به گام در مورد تأثیر ویژگی‌های اجتماعی- فرهنگی، اعتماد اجتماعی و دینداری بر متغیر واسطه‌ای اعتماد به نفس نیز سه متغیر اعتماد اجتماعی، سن و تحصیلات را بعنوان عوامل تعیین کننده وارد معادله نمود.

جدول شماره 12: محاسبه رگرسیون چند متغیره با روش گام به گام برای بررسی تاثیر متغیرهای مستقل بر متغیرهای واسطه‌ای اعتماد اجتماعی و اعتماد به نفس

متغیر واسطه‌ای	متغیر اجتماعی-فرهنگی	R ²	B	Beta	خطای استاندارد	میزان تی	سطح معناداری
اعتماد اجتماعی	سن	0/24	-0/79	-0/49	0/072	-11/07	0/00
	جنس	0/27	-2/96	-0/19	0/67	-4/37	0/00
	اعتماد اجتماعی	0/45	0/43	0/67	0/023	18/18	0/00
اعتماد به نفس	سن	0/50	-0/26	-0/25	0/042	-6/11	0/00
	تحصیلات	0/51	0/27	0/11	0/163	1/65	0/04

مدل تجربی پژوهش یک مدل علی از نوع تحلیل مسیر است. نکته حائز اهمیت در مدل‌های تحلیل مسیر آن است که با استفاده از این مدل‌ها می‌توان به حجم عظیمی از اطلاعات که می‌تواند روابط علی ارزشمندی تبیین کند، دست یافت. برای رسم مدل مسیر از ضرایب بتای متغیرهایی استفاده شده است، که مقدار T آنها در سطح معنی داری قرار دارد. ضریب بتا در این مدل نماینده شدت رابطه بین دو متغیر با ثابت نگه‌داشتن اثر متغیرهای دیگر موجود در مدل است. در ضمن فلش‌های اضافی که از بیرون به متغیرها هدایت شده‌اند، مقداری از واریانس توضیح داده نشده برای هر متغیر برمی‌گردد، که کنترل آنها از توان ما خارج بوده است.

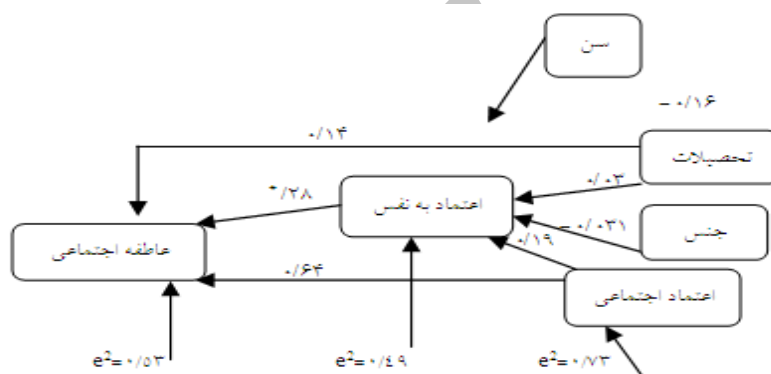
با توجه به مدل مسیر می‌توان گفت در میان متغیرهای گنجانده شده در مدل، بیشترین تأثیر مستقیم و کل بر عاطفه اجتماعی توسط متغیر اعتماد اجتماعی مشخص شده است. وزن بتا برای این متغیر در مرحله ورود مستقیم برابر 0/64 و تأثیر کل برابر 0/83 بوده است که بیشترین درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می‌کند. از متغیرهایی که بصورت غیر مستقیم بیشترین تأثیر بر عاطفه اجتماعی داشته‌اند، به ترتیب اعتماد اجتماعی 0/19 - و سن 0/16 - می‌باشند.

تبیین جامعه شناختی و روانشناختی عاطفه اجتماعی در جوانان شهر کرمان

جدول شماره 13: ضریب مسیر متغیرهای مدل

نام متغیر	سن	جنس	تحصیلات	اعتماد اجتماعی	اعتماد به نفس
تأثیر مستقیم	----	----	0/14	0/64	0/28
تأثیر غیر مستقیم	-0/16	-0/031	0/03	0/19	----
تأثیر کل	-0/16	-0/031	0/17	0/83	0/28

نمودار 2- مدل تحلیل مسیر



خلاصه و نتیجه گیری

با توجه به نتایج تحقیق عواطف اجتماعی منفی نظیر غم، ترس، خشم، تنفر و شرم در بین جوانان شهر کرمان به میزان بالایی رواج دارد. اما میزان پایینی از شادی و احساس مفیدبودن در بین جوانان مشاهده گردید. بنابراین، عواطف اجتماعی منفی در مقایسه با عواطف اجتماعی مثبت در جوانان شهر کرمان از فراوانی بیشتری برخوردار است.

نتایج حاصل از آزمون رابطه متغیرهای اجتماعی-فرهنگی با عاطفه اجتماعی حاکی از آن است که بین جنس و عاطفه اجتماعی رابطه وجود دارد و دختران، عاطفه اجتماعی مثبت بیشتری نسبت به پسران

تجربه می‌کنند. نتایج حاصل از آزمون این فرضیه همسو با نتیجه تحقیق ایوا است. ایوا نیز بیان می‌کند که مردان و زنان اظهارات عاطفی مختلفی نشان می‌دهند و این ناشی از انتظارات نقش جنسیتی متفاوتی است که وجود دارد. عبارتی اگر زنان عواطف اجتماعی مثبت بیشتری از جمله شادی، لبخند زدن و... نشان می‌دهند، به این جهت است که در جامعه از زنان انتظارات متفاوتی نسبت به مردان وجود دارد. نتایج آزمون فرضیات نشان می‌دهد که بین سن و عاطفه اجتماعی رابطه منفی وجود دارد. به عبارت دیگر با افزایش سن در گروه سنی جوانان (35-19 سال)، عاطفه اجتماعی مثبت کاهش می‌یابد. نتیجه آزمون همبستگی پیرسون همسو با بحث‌های نظری اریکسون است. اریکسون بیان می‌کند که افراد در سنین مختلف مراحل بحرانی مختلفی را تجربه می‌کنند و در هر دوره سنی ویژگی خاصی حاکم است. در اینجا نشان داده می‌شود که عاطفه اجتماعی در سنین مختلف دسته جوانان نیز متفاوت می‌باشد.

در پژوهش حاضر بین وضعیت تأهل و عاطفه اجتماعی رابطه وجود ندارد. در توضیح نتیجه آزمون این فرضیه باید گفت، افراد مجرد و متأهل، هر دو به علت بروز مشکلاتی در روابط اجتماعی ممکن است عاطفه اجتماعی منفی تجربه کنند. هر چند دالان در تحقیق خود به این نتیجه دست یافت که بین جدایی از همسر و نداشتن ارتباط اجتماعی با شادکامی رابطه منفی قوی وجود دارد یا عبارتی دیگر افراد متأهل شادتر از افراد مجرد هستند. نتیجه آزمون این فرضیه مخالف با نتیجه تحقیق دالان است و نشان می‌دهد که عاطفه اجتماعی وابسته به وضعیت تأهل جوانان شهر کرمان نمی‌باشد.

فرضیه‌ی رابطه بین تحصیلات و عاطفه اجتماعی تأیید شد. همانطور که آرگایل، تحصیلات را بعنوان یکی از عوامل فرهنگی مؤثر بر شادی معرفی می‌کند. بر طبق نظر دارندورف، افراد بعزت نداشتن تحصیلات عالیه احساس شرمساری می‌کنند، زیرا گمان می‌برند که یک مدرک دانشگاهی می‌تواند وضعیت آنان را بهتر جلوه دهد. سیر نیز اینگونه توضیح می‌دهد افراد معمولاً از آنهایی که سرمایه فرهنگی یا تحصیلات بیشتری از خود دارند، متنفرند، در حالی که نسبت به کسانی که سرمایه کمتری نسبت به خود دارند، متکبر هستند و کالاهای فرهنگی مثل تحصیلات می‌تواند برای صاحبانش مایه غرور و احساس مفید بودن شود. فرضیه‌ی رابطه بین وضعیت اشتغال و عاطفه اجتماعی نیز تأیید شد. نتیجه

آزمون این فرضیه همسو با نتایج تحقیق مورفی و آتاناسو و دالن است، زیرا، آنها بیکاری را بعنوان عامل مؤثر بر شادکامی معرفی می‌کنند.

نتایج آمار استنباطی نشان می‌دهد عوامل اجتماعی- روانی از جمله اعتماد اجتماعی، دینداری و اعتماد به نفس بر عاطفه اجتماعی جوانان شهر کرمان نقش تعیین‌کننده‌ای دارد. نتیجه تحقیق بصورت همسو با نظریه امرسون، ترنر و مطالعات تجربی چلبی و موسوی، وست و آندرسون اعلام می‌کند، هنگامی که اعتماد اجتماعی بصورت متقابل در روابط اجتماعی تحقق می‌یابد، افراد عاطفه اجتماعی مثبتی را دریافت می‌نمایند. همچنین نتایج تحقیق موید مطالعات تجربی چنگ و فارنهایم، ری و نظریه وینر و ترنر است که بین اعتماد به نفس با عاطفه اجتماعی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. به این صورت که با افزایش اعتماد به نفس، عاطفه اجتماعی مثبت نیز افزایش می‌یابد. نتیجه حاصل از ضریب همبستگی پیرسون از رابطه مثبت بین اعتماد به نفس با شرم بعنوان یکی از ابعاد عاطفه اجتماعی خبر داد. در واقع ممکن است فردی که اعتماد به نفس کمی دارد لزوماً شرم زیادی در روابط اجتماعی نشان ندهد و برعکس شخصی که اعتماد به نفس بالایی دارد، شرم اجتماعی بیشتری را تجربه نماید.

بین دینداری با عاطفه اجتماعی رابطه مثبت و ضعیفی به دست آمد، به عبارتی با افزایش دینداری، عاطفه اجتماعی مثبت نیز افزایش می‌یابد. این نتیجه را می‌توان با دو گروه متناقض که در مورد رابطه بین دینداری با عاطفه اجتماعی کار کردند، همسو دانست. عده‌ای از صاحب‌نظران (بیتا و سلدایک) معتقد به آثار منفی دینداری و عده‌ای از جمله (هزارگریبی، بهرامی، هاریس و هاکشیلد) نیز معتقد به نقش سودمند دینداری بر عاطفه اجتماعی هستند. با توجه به حاصل شدن رابطه معنی‌دار و مثبت بین دینداری و عاطفه اجتماعی و رابطه منفی بین دینداری با شرم اجتماعی، تحقیقات گروه دوم تأیید می‌گردد. این گروه به این بحث می‌پردازند که قواعد اجتماعی و تعریف هنجاری از موقعیت که حدود زیادی از آنها در دین بطور واضح ارائه شده است، عواطف اجتماعی و همچنین ابراز عاطفی را تنظیم می‌نماید و مشخص می‌کند که چه عاطفه اجتماعی مناسب با موقعیت‌های اجتماعی مختلف است. اما با توجه به اینکه نتیجه حاصل از آزمون رابطه بین دینداری با عاطفه اجتماعی، خیلی کم است، تحقیقات گروه دوم نیز مورد تأیید قرار می‌گیرد. به عقیده گروه دوم اگر فرد، عضو گروه مذهبی است و در فعالیت‌های مذهبی شرکت می-

کند به این معنا نیست که فرد همیشه پایبند به اعتقادات مذهبی این گروه است، زیرا، ممکن است گروه-های دیگر از جمله دوستان، خانواده، گروه‌های شغلی و سایر روابط اجتماعی بر عاطفه اجتماعی تأثیرگذار باشد. بعنوان نمونه، نتیجه ضریب همبستگی پیرسون نشان داد که رابطه بین دینداری با تکبر، تنفر و غم بعنوان ابعاد عاطفه اجتماعی، مثبت است. این نتیجه بدان معنی است که هرچقدر دینداری افزایش یابد، تکبر، تنفر و غم نیز افزایش می‌یابد. از آنجایی که این عواطف در دستوره‌های دین اسلام زشت و ناپسندیده شمرده شده است، بر این اساس می‌توان تفسیر گروه اول را تأیید نمود.

نتایج حاصل از رگرسیون گام به گام در کل جامعه آماری، نشان می‌دهد که به ترتیب نزولی، متغیر اعتماد اجتماعی و اعتماد به نفس و تحصیلات تبیین کننده‌های عاطفه اجتماعی هستند و حدود 47 درصد از واریانس عاطفه اجتماعی را تبیین می‌نمایند. متغیر اعتماد اجتماعی قوی‌ترین تبیین کننده است زیرا، حدود 41 درصد از تغییرات عاطفه اجتماعی را تبیین می‌کند. بنابراین هر چه اعتماد اجتماعی جوانان بیشتر شود، عاطفه اجتماعی مثبت نیز افزایش می‌یابد. بنابراین، با توجه به آنچه گذشت می‌توان نتیجه گرفت که عاطفه اجتماعی پدیده اجتماعی چند علتی است که تحت تأثیر عوامل روانی و اجتماعی مختلف بوجود می‌آید.

یکی از مشکلات و محدودیت‌های پژوهش، نبود ابزار اندازه‌گیری از جمله مقیاس و پرسشنامه برای سنجش عاطفه اجتماعی و همچنین عدم دسترسی به اطلاعات نمونه و همکاری پاسخگویان است. براساس نتایج پژوهش ضروری به نظر می‌رسد که مدلی از عوامل مؤثر بر عاطفه اجتماعی ساماندهی شده و در مشاوره‌ها، رسانه‌ها، کتاب‌های آموزشی گنجانده شود تا افراد با شناخت موقعیت‌های خطرزا بتوانند عواطف خود را به بهترین نحو کنترل نموده و بدین جهت از مسائل اجتماعی بسیاری جلوگیری می‌شود. باید با برنامه‌های اجتماعی و فرهنگی مناسب، نحوه انتخاب افراد معتمد و میزان اعتماد نمودن به جوانان آموزش داده شود تا مورد سوءاستفاده دیگران و در معرض عواطف اجتماعی منفی قرار نگیرند. شخصیت فرد ابتدا در خانواده و سپس در مدرسه شکل می‌گیرد و نحوه درست برخورد با فرزند در خانواده یا دانش آموز در مدرسه می‌تواند اعتماد به نفس مناسبی در او جهت برخورد با مسائل اجتماعی و تجربه عواطف اجتماعی ایجاد کند. همچنین آموزش مناسب در خانواده و مدرسه می‌تواند به فرد توانایی

تشخیص دقیق خوب و بد را بدهد و به فرد بیاموزد در روابط اجتماعی چگونه باید رفتار کند. در واقع مهم‌ترین عامل در زندگی انسان، برقراری روابط اجتماعی درست است و این به دست نمی‌آید مگر با تجربه یا آموزش مناسب که آموزش دیدن قبل از تجربه روش معقولانه‌ای می‌باشد. برنامه ریزی‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی هماهنگ و مناسب می‌توانند افراد را هم از جنبه اقتصادی، و هم از نظر مهارت‌های اجتماعی در برقراری روابط اجتماعی تقویت نماید و از اینرو به ایجاد عواطف اجتماعی مثبت در جوانان و به دنبال آن پیشرفت کشورمان کمک کند. به پژوهشگران علاقه‌مند به این حوزه توصیه می‌شود تحقیقات بیشتری در زمینه هر کدام از ابعاد عاطفه اجتماعی اعم از غم، تکبر، تنفر، خشم، حسادت و شرم اجتماعی و بررسی عوامل تعیین کننده آنها با روش‌های کمی و کیفی انجام دهند.

فهرست منابع

1. امیر کافی، م. (1374). اعتماد اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن. **پایان نامه کارشناسی ارشد**. دانشگاه شهید بهشتی، تهران.
2. بهرامی احسان، ه و دیگری. (1383). ابعاد رابطه میان جهت گیری مذهبی، سلامت روانی و ارزیابی مقیاس جهت گیری مذهبی. **روان شناسی و علوم تربیتی دانشگاه تهران**. شماره شصت و نهم، صص 41-64.
3. چلبی، م و دیگری. (1387). بررسی جامعه شناختی عوامل مؤثر بر شادمانی در سطوح خرد و کلان. **مجله جامعه شناسی ایران**. دوره نهم، شماره 1 و 2، صص 45-65.
4. معیدفر، س. (1385). **جامعه شناسی مسایل اجتماعی ایران**. همدان: نور علم.
- نسابه، م. (1384). نقش باورها و عقاید مذهبی بر سلامت روان. **پایان نامه کارشناسی ارشد**. دانشگاه شیراز.
5. هزارچیبی، ج و دیگری. (1388). بررسی عوامل مؤثر بر نشاط اجتماعی. **مجله جامعه شناسی کاربردی**. سال بیستم، شماره یک، صص 119-146.

Anderson, C.a. , Dickinson, D.L.b. (2010). Bargaining and trust: The effects of 36-h total sleep deprivation on socially interactive decisions. **Journal of Sleep Research**. Vol. 19, Pp. 54-63.

Argyle, M. (1996). **The social psychology of leisure**. London: Rutledge.

Batson, C. D., Schoenrade, P., and Ventis, W. L.(1993). **Religion and the Individual: A Social-Psychological Perspective**. Oxford: Oxford University Press.

Beata, Z. , Elzbieta, R. (2011). The selective relationship between religious dimensions and social desirability among Polish students. **Mental Health, Religion & Culture**. Vol. 14, Iss. 5, Pp. 411-429.

Brown,J. D., Dutton, K. A., and Cook, K. E.(2001). From the top down: Self-esteem and self-evaluation. **Cognition and emotion**. 15 (5), Pp. 615-631.

- Cheng, H., F. (2007). personality, self-esteem, and demographic predictions of happiness and depression. **personality and individual differences**. Vol:34, Pp.921-942.
- Dolan, P., Peasgood, T., White, M. (2007). Do we really know what makes us happy? A review of economic literature on the factors associated with subjective wellbeing. **Journal of economic psychology**. doi:10, Pp. 1-29.
- Durlette, M., Marilyn S. (2008). **Cancer Management**. Encyclopedia of Counseling. SAGE Publications.
- Erikson, E. H. (1968). **Identity, Youth and Crisis**. New York: Norton.
- Eva, G., Krumhuber, A., Manstead, S. (2011). When memory is better for out-group faces: on negative emotions and gender roles. **Journal of Nonverbal Behavior**. Vol. 35, Iss. 1; Pp. 51-65.
- Fox, K. E., Granda, S. E. (2007). **Emotion in Organizations**. Century Management: A Reference Handbook. SAGE Publications.
- Guerrero, L., Valley, A. (2006). **Conflict, emotion, and communication**. The sage handbook of conflict communication. Sage Publications.
- Harris, G. M. (2011). Religious coping styles, meaning, and emotional outcomes within the stress process: An examination of resilience in older adults. **The University of Alabama**, Pp:105-118; AAT 1495616.
- Hochschild, A. (1979). **Emotion Work, Feeling Rules, and Social Structure**. Berkeley: University of California Press.
- Hochschild, A. (1983). **The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling**. Berkeley: University of California Press.
- http://www.sage-ereference.com/counseling/Article_n19.html.
- Langman, L. (2006). **The Social Psychology of Nationalism: To Die for the Sake of Strangers**. The SAGE Handbook of Nations and Nationalism. SAGE Publications.
- Manstead, A. (2007). **Emotion**. Encyclopedia of Social Psychology. SAGE Publications. http://www.sageereference.com/socialpsychology/Article_n175.html.
- Mookerjee, R., Beron, K. (2005). Gender, religion and happiness. **The journal of socio-economics**. 34, Pp:674-685.

- Murphy, G.C, Athanasoud, J.A. (1999). The effect of unemployment on menal health. **Journal of Occupational and Organizational Psychology**.72,Pp:83-99.
- Nielek, R.a , Wawer, A.b , Wierzbicki, A.a. (2010). Spiral of hatred: Social effects in Internet auctions. Between informativity and emotion. **Electronic Commerce Research**. Vol. 10, Issue 3, Pp: 313-330.
- Pelligra, V. (2011). Intentions, trust and frames: A note on sociality and the theory of games. **Review of Social Economy**. Vol. 69, Issue 2, Pp: 163-188.
- Reay, D. (2005). Beyond Consciousness? The Psychic Landscape of Social Class. **BSA Publications Ltd**.Vol.39(5): 911–928.
- Thamm,R. (2006). *The classification of emotion*. In: **Handbook of the Sociology of Emotions**. Edited by stets, Jane & Janathan H.Turner. NewYork. springer science + Business Media,LLC.
- Thomas, E. (2009). Aligning identities, emotions, and beliefs to create commitment to sustainable social and political. **Pers Soc Psychol Rev**. 13: 194-211.
- Turner, J. H. (2009). The Sociology of Emotions: Basic Theoretical Arguments. **Emotion Review**.Vol. 1, No. 4 , pp:340-354.
- Turner, J. .H(2003). **Thestructure of sociological Theory**. USA: Wadsworth.
- Turner,J. .H(1998). **The structure of sociological theory**. USA,Wadsworth publishing company.
- Weiner, B., Amirkan, J., Folkes, V. S. (1987). An attributional analysis of excuse giving: Studies of a naive theory of emotion. **Journal of Personality and Social Psychology**. 52, 316-324.
- West, M. (2010). The Human Team: Basic Motivations and Innovations. V.2, **Handbook of Industrial, Work & Organizational Psychology**. SAGE Publications..
- Williams , L. A. DeSteno, D. (2009). Pride : adaptive social emotion or seventh sin?. **Psychological Science**. 20: 284-298.
- Ysseldyk, R. a. b., Matheson, K.b , Anisman, H. c. (2011). Coping with identity threat: The role of religious orientation and implications for emotions and action intentions. **Psychology of Religion and Spirituality**. Vol. 3, Issue 2, Pp: 132-148.