

فصل اول:

مقدمه

مقدمه:

تأثیر گسترده گروه بر فرد و اینکه انسان ها در قالب چارچوب مرجعی که آنها را احاطه کردند عمل می کنند یک ایده دیرینه در علوم اجتماعی است اما نوآوری بحث گروه مرجع در این است که نه تنها گروههای عضویت بلکه گروههای عدم عضویت که فرد در آنها عضویت ندارد نیز در شکل گیری رفتار و ارزش یابی فرد تأثیر گذاراند. گروه مرجع به گروهها و اعضای گروههای که تأثیر روانی مهمی بر نگرش و رفتار دارند اطلاق می شوند (Turner, 1991:5). مرجع گزینی به این معناست که فرد آگاهانه و یا ناخودآگاه از یک مدل تقلید می کند و گفتار، رفتار و سکنتات، ایما و اشارات او را سرمشق خود قرار می دهد. الگوی فرد می تواند والدین، معلم، همبازی ها، همکلاسی ها و شخصیت های محبوب و مشهور باشند. از بین الگوهای مختلف،

قهرمانان و شخصیت های معروف که در جامعه موفقیت نسبتاً زیادی به دست آورده اند بیشتر مورد توجه جوانان هستند و آنها سعی می کنند خود را با این افراد همانند سازند (منطقی: ۱۳۷۲).

بیان مسئله:

این تحقیق در پی این می باشد تا نقش مهم گروههای مرجع در تمایزات مصرف فرهنگی جوانان را نمایان سازد. بسیاری از افراد از مصرف بعضی اقلام اجتناب می کنند که با نگرش های گروههای مرجع آنها در ارتباط است. اگر چه گاهی اوقات مدارکی وجود دارد که نشان می دهد انسان ها از همراهی با رفتارهای گروههای خاص خود اجتناب می کنند، اما شواهد تجربی زیادی وجود دارد که نشان می دهد که گروههای مرجع در قضاوت ها و انتخاب های رفتاری مصرفی نقش کلیدی را بازی می کنند (White, 2005: 314). تئوری گروه مرجع به طور کلی چگونگی انتخاب چارچوب مرجع را از میان گروههای درونی و بیرونی مورد توجه قرار می

دهد و تکیه اصلی آن بر بررسی فرایندهایی است که از خلال آن افراد خود را به گروه‌های بیرونی منتسب می‌سازند. می‌توانیم با این نکته سوال تحقیق را مشخص کنیم که گروه‌های مرجع فراوانند. هم گروه‌هایی که فرد عضو آنهاست (که طبیعتاً محدودند) و همچنین گروه‌هایی که فرد عضو آنها نیست (که تعدادشان بسیار زیاد است) می‌توانند نقطه اتکا و مرجع فرد برای شکل‌گیری نگرش‌ها، ارزیابی‌ها، و رفتار و در نهایت مصرف او باشند. اما آن چه در این تحقیق سعی می‌شود پاسخی برای آن پیدا کنیم این است که با وجود گروه‌های متعدد بیرونی و به نوعی غیر عضویتی و تعداد محدود گروه‌های درونی و به نوعی عضویتی، کدام یک از این گروه‌ها نقش تعیین‌کننده تری در مصرف فرهنگی جوانان در دنیای پیچیده امروز دارند. آیا افراد همچنان به گروه‌های عضویتی خود مانند خانواده و خویشاوندان و دوستان پایبندند؟ و مصرف آنها بر مبنای مصرف این گروه‌ها می‌باشد یا اینکه وضعیت متفاوت شده است؟ جوان‌ها امروزه بیشتر مصرف‌شان تحت تاثیر گروه‌های بیرونی آنها بوده و گروه‌های عضویتی آنها دیگر نقش مهم گذشته را ندارند؟

به نوعی وقتی فرد یک گروهی را به عنوان گروه مرجع خود انتخاب می‌کند یکی از راه‌های اولیه برای متمایل کردن خود به اعضای آن گروه، نوع مصرف آن است و به تنظیم مصرف روزانه خود بر مبنای مصرف گروه مهم خود، دست می‌زند. خصوصاً در دنیای پیچیده امروز آن چه که بیشتر از هر چیزی که بتواند فرد را به دیگران مهم خود بشناساند نوع مصرف، چه مادی و چه فرهنگی آن می‌باشد. برای مثال وقتی فردی گروه مرجع او خانواده باشد سعی می‌کند به شکل‌های مصرف افراد خانواده و والدین خود روی آورد یا کسی که گروه‌های بیرونی گروه مهم وی باشند مصرف‌های فرهنگی و مادی او بر مبنای گروه‌های بیرونی مانند هنرمندان، ورزشکاران،... که گروه مرجع وی را تشکیل می‌دهند مبتنی می‌باشد.

آن چه پژوهش در پی رسیدن به پاسخی برای آن است که مصرف و به صورت مشخص تر مصرف فرهنگی در میان جوانان تحت تاثیر چه گروه‌های مرجعی قرار دارند؟ آیا جوان در مصرف فرهنگی خود با توجه با معیارهای مانند ارتباط و کنش متقابل مستقیم خود بیشتر تحت تاثیر گروه‌های است که در آن حضور دارد؟ یا

اینکه بر عکس جوان با وجود تکثر گروه‌های متعدد بیرونی، که خارج از او قرار دارند تحت تاثیر آنها است؟ و گروه‌های درونی و عضویتی او دیگر مانند نسل‌های گذشته معیار و عامل مهم او در زندگی نیستند.

اهمیت و ضرورت تحقیق

بسیاری از انسان‌ها بر این اعتقادند که افراد در دنیای پیچیده مدرن امروزی به خود واگذار شده‌اند و به نوعی گروه‌های مرجع اهمیت خود را از دست داده‌اند. در مقابل بعضی‌ها معتقدند که همچنان گروه‌های مهمی وجود دارند که در نگرش‌ها و رفتار افراد نقش تعیین‌کننده‌ای دارند و باید نقش این گروه‌ها را هنوز هم در جامعه مهم بدانیم. مطالعات حاکی از آن است که شیوه‌های مصرف افراد، تنها به سلیقه‌ها و علائق و توانایی‌ها و امکانات فردی وابسته نیست تا به تعداد هر فرد یا گروه اجتماعی یک شیوه‌ی مصرف وجود داشته باشد بلکه ساختارمند و الگویی است که شکل‌گیری آن تابعی از گروه‌های مسلط موجود در یک جامعه است و تغییرات آن با توجه به تغییر گروه‌های مهم آن به وقوع می‌پیوندد.

بعد از انقلاب اسلامی جامعه ما از لحاظ فرهنگی تغییرات زیادی را تجربه کرد و برنامه‌های مختلفی از سوی دولت به اجرا گذاشته شد و در برنامه‌های توسعه قسمت‌هایی نیز به ساماندهی فرهنگی اختصاص یافته است، اما در طول سال‌های گذشته به دلیل تغییرات اجتماعی و فعالیت‌های فرهنگی بخش فرهنگ دگرگونی‌هایی را تجربه کرده است. از آنجاییکه برنامه‌ریزی در هر عرصه‌ای بدون تحقیق ممکن نیست و لازم است در زمینه فرهنگی نیز تحقیقات کاملی صورت گیرد تا بر آن اساس برنامه‌ها با پشتوانه اطلاعات پژوهشی مدون گردند. با توجه به آنچه بیان شد و بررسی‌های مختلف نشان می‌دهد الگوهای انتخاب با شرایط زمانی کاملاً هماهنگ هستند و شخصیت‌های انتخاب به وضعیت تاریخی، اجتماعی و سیاسی سال‌های مربوط مرتبط هستند. یکی از پیامدهای ناخواسته و ضمنی رسانه‌ها در کنار اشاعه فرهنگ و اطلاع‌رسانی تضعیف و دگرگونی گروه‌های مرجع در طول زمان است.

در ارتباط با رسانه ها باید گفت که در تولید معانی و ساخت برنامه‌های مختلف رادیویی و تلویزیونی و همچنین مطالبی که از طریق روزنامه ها و خصوصاً مجلات منتشر می‌شود، وسایل ارتباطی نیز همانند بازار تابع قانون عرضه و تقاضا می‌باشند، بدین معنی که عرضه برنامه‌ها و مطالب مختلف تابع تقاضای مخاطبان است و اگر پذیرفته شود که اکثریت افراد جامعه از قشر عوام هستند این بدان معنی است که اگر در رسانه ها بخواهند بازار خود را حفظ کرده و مخاطبانشان را از دست ندهند باید به تولید معانی و ارائه برنامه هایی بپردازند که مورد پسند اکثریت افراد جامعه باشد. از این روست که این روزها بخش اعظم برنامه های رادیویی و تلویزیونی را برنامه‌های سرگرم کننده و تفریحی تشکیل می‌دهد. استمرار این امر در طول زمان به گونه‌ای آرام و تدریجی موجب تنزل ارزشها و سطحی شدن فرهنگ گردیده و در نهایت گروههای مرجع قدیمی فراموش شده و جای آنان را هنرپیشه‌های خارجی، ستاره‌های سینما و بازیکنان محبوب ورزشی می‌گیرند. به طوریکه این مسئله را امروزه می‌توان به طور آشکار در رفتارهای روزمره جوانان و نوجوانان دید. استقبال از عکس یا پوستر هنرپیشه‌ها و ورزشکاران داخلی و خارجی، بیان برخی تکیه کلامها، استفاده از مدل‌های خاص لباس و آرایش مو و ... همگی نشان دهنده این واقعیت است که امروزه گروههای فوق الذکر بر رفتار و افکار بخش وسیعی از مخاطبان رسانه ها تأثیر گذاشته است. تأثیر منفی این پدیده، فاصله و شکاف میان محیط تعلق و محیط مرجع بوده و در نتیجه بحران هویت پدیدار می‌گردد. بدین معنی که گروههای مرجعی که فرد انتخاب می‌کند با محیطی که خود نسل‌های قبل از او بدان تعلق داشته‌اند همخوانی ندارند، تا حدی که مجموعه ارزشها و هنجارهایی که به گروههای انتخابی مربوط می‌شوند با مجموعه معانی و ارزشهای او و فرهنگی که بدان تعلق دارد متفاوت و در برخی موارد حتی در تضاد قرار می‌گیرد. نتیجه این امر دوگانگی و از دست دادن هویت فرهنگی است .

گرچه در همه جوامع، تعدادی از گروههای مرجع وجود دارند اما هر چه از میزان پیچیدگی های یک جامعه کاسته شود، اولاً از تعداد گروههای اجتماعی موجود در آن کم خواهد شد، ثانیاً، این گروه های محدود هم

مشابهت های بیشتر و تفاوت های کمتری خواهند داشت. همچنین ابزاری که برای ایجاد تمایز از آن استفاده می شود محدودتر می شود. با مدرن شدن جوامع این فرایند معکوس می شود یعنی هم شاهد ظهور سبک های جدیدی از زندگی هستیم و هم تعداد بسیاری از اقشار و گروههای اجتماعی ظاهر می شوند که به نحوی خود را از دیگران متمایز می کنند (مهدی فرجی، ۱۳۸۷: ۶۶).

سبک زندگی اصطلاحی است که در فرهنگ سنتی چندان کاربردی ندارد چون ملازم با نوعی انتخاب از میان تعداد کثیری از امکان های موجود است، سخن گفتن از کثرت انتخاب نباید به این پندار بینجامد که در همه انتخاب ها به روی همه باز است. یا آنکه همه مردم تصمیمهای مربوط به انتخاب های خویش را با آگاهی کامل از کلیه امکانات موجود بر می گزینند. چه در عرصه کار و چه در عرصه مصرف، برای همه گروه هایی که از قید فعالیت های سنتی آزاد شده اند انتخاب های گوناگونی در زمینه سبک زندگی وجود دارد. طبیعی است که تفاوت های سبک زندگی بین گروه ها، همان گونه که بورديو به تاکید می گوید در واقع شکل های ساختاری مقدماتی برای گروه بندیهای اجتماعی هستند (رحمت آبادی، ۱۳۸۵: ۲۳۶). سبک زندگی عمدتاً به شیوه مصرف یعنی نوع لباس پوشیدن، الگوی تغذیه، تفریح، موسیقی، ورزش، نحوه گذران اوقات فراقت و حتی واژه ها و اصطلاحاتی که در محاورات عادی برای ارتباط با دیگران بکار می روند، اشاره دارد. از طرفی جوانان دارای خرده فرهنگ مخصوصی هستند که آنان را از بزرگسالان جدا می سازد، این خرده فرهنگ به طور کامل یکپارچه نیست و عناصر و اجزای آن در بین جوانانی که متعلق به پایگاه های اقتصادی - اجتماعی مختلف هستند متفاوت است. به نظر می رسد گروههای مرجع بیش از آنکه بر بنیان های عمیق فکری و اعتقادی جوانان تاثیر داشته باشد بر رفتارهای مقطعی و ناپایدار آنها که بیشتر به مصرف شان مربوط است، تاثیر می گذارد (جواهری، ۱۳۸۳: ۲۱).

اهداف تحقیق:

اهداف اصلی:

-شناسایی گروههای مرجع جوانان شهر بابل.

- تاثیر گروههای مرجع عضویتی و غیر عضویتی جوانان بر مصرف فرهنگی آنها.

اهداف فرعی:

مقایسه میانگین میزان تعلق به گروههای مرجع عضویتی متفاوت در بین جوانان

مقایسه میانگین میزان تعلق به گروههای مرجع غیر عضویتی در بین جوانان

مقایسه میانگین میزان تعلق به گروههای مرجع عضویتی و غیر عضویتی در میان پسران و دختران

فصل دوم:

مروری بر منابع علمی

مقدمه:

از زمان فروید این نظریه که وجدان به عنوان فرامن، دادگاه جامعه و گروه‌های مرجع آن است که در فرد تعبیه شده و لذا جامعه که عنوان اندرزگاه و هدایت کننده در درون خود ما رفتار ما را پاداش و کیفر می‌دهد، کم و بیش جایگاهی به دست آورده است. حداقل برای بعضی از نقش‌ها و انتظارات نقشی می‌توانیم فرض کنیم که لازم نیست همیشه مراجع بیرونی وجود داشته باشند تا توجه ما را به اعتبار میثاق‌های اجتماعی معطوف کند (دارندورف، ۱۳۷۷: ۸۸).

انسان انسانی است در ارتباط با جامعه، او فقط انسانی به تنهایی نیست بلکه انسانی است در سرزمینش یعنی در مرزهای سیاسی خاص، که در آن کسانی دیگری نیز با وی زندگی می‌کنند که به آنها وابسته است به عنوان چنین موجودی او چندین نقش دیگر یا نقاب‌ها و یا شخصیت و نقش‌های دیگری دارد. شغل، وابستگی نسلی، وضع تابعیت، طبقه، شخصیت محلی، و جنسیت مشخصه‌های از این نوع اند که موسیل (روبرت موسیل) می‌توانست به آن‌ها سن خانواده و موارد دیگری نیز اضافه کند، مضافاً اینکه این شهروند یا انسان سرزمینی تنها انسان اجتماعی نیست بلکه انسان روان‌شناسی نیز هست. دو روح مختلف در سینه او جای دارند. یک من خودآگاه و دیگری من ناخودآگاه، و این‌ها نیز رنگ‌هایی در طیف رنگارنگ هیات شاعری او می‌باشند. مشخصه‌های که بر او برشمردیم و در حقیقت مشخصه‌های او نیستند برای شهروند فضای جولان محدودی را به عنوان آزادی باقی می‌گذارند که قادر است آن را آنگونه که می‌خواهد و می‌تواند شاید برای شخص خود به کار بگیرد. این فضای محدود و مهارشده آزادی به عنوان خصلت‌های خصوصی در کنار سایر مشخصه‌های وی حضور پیدا می‌کند. انسان دارای این خصلت‌ها (کارکترهاست) که متعلق به وی می‌باشند هر چند که او

آنها را خلق نکرده است. این خصصت ها در خارج از وی وجود دارند و به محض اینکه او آن ها را بر می گزیند آنها او را خود نموده و تجربه می کنند. آن چه که باقی می ماند انسان است به عنوان گودال کوچکی که از جویبارها متعدد تغذیه شده است و به عنوان ایفاگر نقش هایی که همان قدر به او متعلق نیستند که قوانین کشوری که او در آن زندگی می کند نقش ها به او تحمیل می شوند (دارندورف، ۱۳۷۷: ۱۱۳). انتخاب سبک زندگی تا حدود زیادی مدیون تفسیر نوجوانان و جوانان از دنیای اجتماعی خود و نحوه ارتباطی است که با آن برقرار می کند ارزش های فردی خانوادگی، اجتماعی، مجاورت و تماس با دست آوردهای تکنولوژیکی (و هویت یابی کردن حاصل از بهره گیری آنها) در کنار موانع و تسهیلات ساختی موجود (هنجاری و فیزیکی) تواما تعیین کننده علائق و جهت گیری جوانان در زندگی خویش است (ذکایی، ۱۳۸۶: ۱۴۰).

جوانان

هر چند که درصدد تعریف جوانی هستیم، این مفهوم به منزله مفهومی مبهم باقی مانده است حتی تعاریف قانونی در این زمینه ناهمگونند. در سرتاسر جهان سنینی که افراد در آن می توانند مشروبات الکلی بخرند، به انجام رابطه ای جنسی رضایت دهند و به دولت ها رای بدهند تفاوت دارد بنابراین سن فیزیکی به طوری مبهم به منزله شاخصی برای تعریف، کنترل و نظم دادن به فعالیت های اجتماعی به کار رفته است (بارکر، ۱۳۸۷: ۶۸۰). سازمان ملی جوانان دوره جوانی را مرحله انتقالی از علایق و آسیب پذیریهای دوران کودکی به حقوق و وظایف بزرگسالی قلمداد می کند. جوانان به هنگام بلوغ معمولاً از موقعیت کامل بزرگسالان و مزایای همچون کار و حقوق سیاسی برخوردار نیستند. آنان قبل از آنکه جوان نامیده شوند، اغلب با مشکلات گوناگونی در زمینه های بهداشتی، موضوعات اجتماعی چون خانواده و نزدیکان و آموزش و پیشرفت برخورد می کنند (سازمان ملی جوانان: ۱۳۸۱).

جوانی در جامعه معاصر هم نمادی برای آزادی عمل و انتخاب و تجربه اندوزی است و هم ارتباطی بازاندیشانه با فرهنگ مصرفی و کالاهای فرهنگی برقرار می کنند. تحول ویژگی ها و محتوای خرده فرهنگ ها را باید در مصرف و یا فرهنگ عامه پسند جست و جو کرد. در مورد رویکردهای جامعه شناسانه دو رویکرد بیش از دیگر رویکردها به جوانان پرداخته است: کارکردگرایی و مکتب بیرمنگام: کارکردگرایان، جوانی را نقطه عطفی تنشی میان محیط و خانواده و کار می دانند داشتن پایگاه حاشیه ای برای جوانان باعث اصطکاک در روابط بین نسلی می شود (ذکایی، ۱۳۸۸). نگاه کارکردگرایانی مانند پارسونز و ایزنشتات به جوانی به مثابه مرحله ای از زندگی است نه به عنوان یک سازه ای اجتماعی و گفتمانی (ذکایی، ۱۳۸۸: ۴۹). پارسونز جوانی را مقوله ای مربوط با توسعه جهان سرمایه داری می داند. به نظر او در جوامع پیشامدرن مناسک گذار تغییر از کودکی به بزرگسالی را مشخص می کرد و دوره جوانی وجود نداشت، به نظر او با گسست میان خانواده و جامعه بود که فرهنگ جوانان توانست ظهور کند (بارنر: ۱۳۸۷).

مکتب بیرمنگام بر ارتباط بین خرده فرهنگ و طبقه شواهد نشان می داد که اساس خرده فرهنگ ها جوانان، قابلیت فراگیر شدن از مرزهای طبقاتی را دارند که نشان دهنده تغییرات ساختاری و گستردگی طبقه متوسط است. کلنر معتقد است که گرچه پیش از این، هویت در محیطهای شغلی شکل می گرفت در دنیای پسامدرن هویت بر محور فراغت، بر نگاه ها، تصاویر و مصرف متمرکز است بدین ترتیب الگوهای مصرف جوانان در جامعه غربی به طور فزاینده ای اساس ساخته شدن اجتماعی هویت آنها به شمار می آیند (ذکایی، ۱۳۸۸: ۳۲).

با قدری تأمل می توان افراد ۱۴ تا ۲۹ ساله را گروه جوان دانست. برخی نیز سن ۱۳ تا ۲۴ سالگی یا ۱۵ تا ۲۵ سالگی و برخی نیز ۱۸ تا ۳۰ سالگی را سن جوانی می دانند. این محدوده سنی عموماً به افرادی اطلاق می شود که در میان آنان نسبت مجرد بالا است، سهم شاغلان کم است، اوقات فراغت بیشتری دارند، مشغول تحصیل بوده و با دوستان خود همبستگی گروهی بیشتری دارند و مستعدند تا پدر و مادر خود را نسل گذشته خطاب

کنند و بدین وسیله خود را جزء گروهی که متعلق به دوران جدید است، بدانند و بالمال نیازهای جدید نیز دارند (پهلوان، ۱۳۸۴:۳).

پیدایش مفهوم گروه مرجع

مفهوم گروه مرجع به صورت رسمی در زمینه روان شناسی اجتماعی برآمده است. در این زمینه ابتدا بر پاسخ های افراد به محیط های اجتماعی بین شخصی و محیط های اجتماعی گسترده تر تمرکز می شود. در نتیجه، هنگامی که تحقیقات تجربی و بررسی های نظری در مورد مسائل گروههای مرجع به یک باره به کار بسته شدند، آنها به صورت گسترده ای بر مطالعه ابعاد انتخاب گروههای مرجع توسط افراد و پیامدهای آن برای شخصیت افراد متمرکز شدند. اما مفهوم گروه مرجع در تئوری جامعه شناختی جایگاه متمایزی دارد، در محیط جامعه شناسی، تئوری گروه مرجع با متمرکز شدن بر روی ساختارها و کارکردهای محیط های اجتماعی بر روی افرادی که در جامعه زندگی می کنند متمرکز می شود. تئوری های روان شناختی اجتماعی گروه مرجع و تئوری های جامعه شناختی گروههای مرجع یکی نیستند، البته، به سختی قابل تفکیک اند. آنها دارای یک سری نقاط مشترک هستند و به نوعی، مکمل یکدیگرند. (Merton, 1968:335).

تمایز میان گروههای مرجع و اشخاص مرجع

از زمانی که واژه گروه مرجع توسط هیمن معرفی شد، دانشمندان اجتماعی تطبیق کردند میثاق های واژه شناختی از این واژه را که هم شامل گروههای مرجع و هم افرادهای مرجع می شد. این تطبیقات عموماً با هدف مختصرسازی بود. تحقیقات و نظریه های تمایل دارند بر گروههای مرجع متمرکز شوند و به صورت نسبی از افرادهای مرجع چشم پوشی می کنند.

افرادهای مرجع اغلب مانند "مدل های نقشی" توصیف می شوند شخصی که خودش را با افرادهای مرجع هویت یابی می کند، تقریباً رفتارهای و ارزش های از آن فرد مرجع را در چند نقش جستجو می کند. مفهوم مدل نقش از نظر وسعت، دارای محدودیت بیشتری نسبت به گروههای مرجع می باشد و بیشتر با هویت یابی از یک فرد مرجع در چند نقش گزینش شده در نظر گرفته می شود. نمونه سازی از یک رفیق، یک والد یا یک فرد ممکن است محدود شده در ابعاد کمتری در رفتارها و ارزش ها باشد و این می تواند به صورت مفیدی نقش مدل های نقشی را همچون تطبیق کننده ها توصیف کند (Merton,1968:356).

پیشینه تحقیق:

در باب پژوهش علمی انجام شده در ارتباط با پایان نامه می توان گفت با توجه به موضوع پایان نامه حاضر می

توان پژوهش انجام شده را از سه منظر مورد بررسی قرار داد:

۱- پژوهش هایی که به مطالعه گروههای مرجع پرداختند.

۲- پژوهش هایی که به مصرف کالاهای فرهنگی پرداخته اند.

۳- پژوهش هایی که به ارتباط بین این دو موضوع پرداختند.

در خصوص دسته اول مطالعات نسبتاً کمی انجام گرفته و به نوعی اکثر آنها در صدد توصیف جایگاه گروه‌های مرجع پرداختند.

در خصوص دسته دوم مطالعات نسبتاً بیشتری نسبت به دسته اول انجام شده است.

در خصوص تاثیر گروه‌های بر مصرف فرهنگی پژوهشی علمی صورت نگرفته است.

پیشینه تحقیق داخلی در مورد گروه مرجع

بررسی گروه‌های مرجع جوانان شهر تهران

ضیاء هاشمی در سال ۱۳۸۳ در پایان نامه دکتری خود به بررسی گروه‌های مرجع جوانان شهر تهران پرداخت. ایشان معتقد بودند که گرچه جوانان در شرایطی قرار دارند که از وابستگی مطلق به خانواده فاصله گرفته‌اند، ولی به دلیل نیازهای عاطفی، اجتماعی، و اقتصادی کماکان متکی به نهاد خانواده‌اند و به استقلال کامل نایل نشده‌اند. این قشر که در تحقیق ایشان با شاخص سنی ۱۶ تا ۲۹ سال تعیین شده‌اند، در ارزیابی نگرش‌ها و کنش‌های خود، افراد و گروه‌هایی را به عنوان استاندارد و مبنای عمل می‌پذیرند که گروه‌های مرجع آنان را تشکیل می‌دهند. این گروه‌ها ممکن است گروه‌های اولیه و عضویت از قبیل خانواده و دوستان باشند، یا گروه‌های ثانویه و غیرعضویت مانند احزاب سیاسی و اساتید دانشگاه. در تحقیق مذکور میزان ارجاع به هر یک از گروه‌های مختلف و انتخاب آنها به عنوان گروه مرجع مورد توجه قرار گرفته است. اساس این تحقیق با روش پیمایشی مورد سنجش قرار گرفته و نقش عوامل مختلف از قبیل ارزش‌ها و ارتباطات اجتماعی و نیز ویژگی‌های شخصی در انتخاب گروه‌ها بررسی شده است. هاشمی بر اساس دو شاخص، یکی اتکا به گروه و دیگری

تعلق خاطر به گروه که موجب ارجاع به آن در فکر و عمل می شود به بررسی شناخت گروههای مرجع پرداخت. یافته های تحقیق نشان می دهد خانواده به ویژه والدین و همسر مهمترین گروه مرجع جوانان تهرانی در حوزه های مختلف است و در میان گروههای ثانویه، اساتید و روشنفکران بالاترین جایگاه را به عنوان گروه مرجع به ویژه در زمینه های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی دارند. در میان متغیرهای مستقل تحقیق، میزان ارتباط با گروه بیشترین همبستگی مستقیم را با متغیر وابسته دارد و پس از آن ارزش های اجتماعی قرار گرفته است. از طرف دیگر در این تحقیق، متغیر سن و پایگاه اجتماعی با متغیر وابسته همبستگی معکوس دارند، به این معنا که با افزایش سن و پایگاه اجتماعی میزان اتکا به گروههای مرجع کاهش می یابد. زنان نیز در مقایسه با مردان اتکاء بیشتری به گروههای مرجع به ویژه گروه عضویت دارند. نمونه آماری تحقیق شامل ۶۰۹ نفر از جوانان مناطق ۲۲ گانه شهر تهران بود و داده ها با استفاده از پرسشنامه گردآوری شده بود.

الگو گزینی جوان و عوامل موثر بر آن

هاشیمان فر (۱۳۷۷) هم در تحقیقی به نام الگو گزینی جوانان و عوامل موثر بر آن به ابعاد چهارگانه الگو گزینی جوانان پرداخته است: الگوهای خانواده و ازدواج، الگوهای اقتصادی و مصرفی، الگوهای آموزشی و الگوهای رفتار ظاهری و همچنین میزان گرایش جوانان به الگوهای خودی در هر کدام از این محورها بررسی شده است. با توجه به در نظر گرفتن تنوع میدانی لوین و تاثیر گذاری شرایط محیطی و شخصیتی و با عنایت به شرایط اجتماعی جامعه، الگو گزینی جوانان تحت تاثیر گرایش های سیاسی و مذهبی، رضایت، فرد گرایی، احساس محرومیت نسبی، ارزش ها، نیازها، مد گرایی، تشکیل خود، وسایل ارتباط جمعی، ارتباط با همسالان، دیگران مهم، سیستم کنترل اجتماعی، منطقه مسکونی و روابط خانوادگی قرار دارد. ۳۲۰ نفر از جوانان شاغل به تحصیل در شهر اصفهان که شامل ۸۰ دختر و ۸۰ پسر دانش آموز سالهای چهارم دبیرستان و یا سوم نظام جدید و ۸۱

دختر و ۷۹ پسر دانشجوی دوره لیسانس می شوند، به روش نمونه گیری چندمرحله ای خوشه ای، انتخاب شده و مورد مصاحبه قرار گرفتند. در این تحقیق از تکنیک های برش قطبین، و لیکرت و تکنیک های آماری تحلیل رگرسیون چند متغیری و تحلیل مسیر استفاده شده است. در مجموع نتایج بدست آمده حاکی از آن است که الگوگزینی جوانان و گرایش آنها به الگوهای خودی بین متوسط تا زیاد است (هاشیمان فر: ۱۳۷۷).

بررسی و مقایسه اشخاص و گروه های مرجع رفتاری دانش آموزان دوره ابتدایی و راهنمایی در استان اصفهان

در پژوهشی با عنوان « بررسی و مقایسه اشخاص و گروه های مرجع رفتاری دانش آموزان دوره ابتدایی و راهنمایی در استان اصفهان در سال تحصیلی ۸۱-۸۲ » اهداف زیر پی گیری شد:

۱- بررسی اشخاص و گروه های مرجع رفتاری به صورت تیپ شناسی اجتماعی در دانش آموزان به تفکیک جنسیت، شهری و روستایی، دوره تحصیلی و سطح درآمد خانوار.

۲- دست یابی به محورهای اساسی دلایل و ویژگی های همانند سازی و الگوپذیری دانش آموزان ابتدایی و راهنمایی و ارائه راهکارهای عمومی جهت برنامه ریزی علمی مناسب و دقیق فعالیت های آموزشی، پژوهشی پرورشی و فرهنگی، ابزار اندازه گیری پژوهش مذکور پرسشنامه ای باز پاسخ و روش پژوهش توصیفی بوده و جامعه آماری شامل ۶۴۰ نفر دانش آموز در دوره ابتدایی و راهنمایی بوده است .

برخی از یافته های پژوهش مذکور نشان می دهد که معصومین (ع) مهمترین و محبوبترین گروه مرجع رفتاری مورد علاقه دانش آموزان بوده اند و از این نظر تفاوتی بین دختران و پسران کم درآمد، پردرآمد و راهنمایی و

ابتدایی، شهری و روستایی نبوده است. بعد از این گروه اعضای خانواده و محارم محبوبترین شخصیت‌های مورد علاقه دانش آموزان بوده اند.

در میان شخصیت‌های ورزشی فوتبالیست‌های ایرانی محبوب‌ترین گروه بوده اند و بعد از آنها کشتی‌گیران و وزنه‌برداران و بعد فوتبالیست‌های خارجی بوده اند. در میان اعضای خانواده مادر محبوب‌ترین شخصیت بوده است. در میان شخصیت‌های هنری بازیگران آن وقت تلویزیون و سینما محبوب‌ترین گروه‌ها بوده اند.

از میان شخصیت‌های علمی توماس ادیسون و بعد از آن ابن سینا و گراهام بل محبوب‌ترین شخصیت‌های علمی بوده‌اند. علمای حوزوی و دینی با فاصله زیادی پایین تر از آنها قرار داشته‌اند (منتظر الظهور: ۱۳۸۲)

طرح ملی گروه‌های مرجع جوانان و نوجوانان

جمعیت مورد مطالعه این تحقیق دانش‌آموزان مقطع متوسطه شهر تهران در سال تحصیلی ۸۱-۱۳۸۰ بوده است. در این تحقیق از دانش‌آموزان سؤال شده است، دوست دارند جای چه کسی باشند، در پاسخ آنان طیفی از خوانندگان و ورزشکاران را که جمعاً دو سوم پاسخها را شامل می‌شود ذکر کرده‌اند، در همین حال جالب است که ۲۰ درصد هیچ‌الگوئی از میان ورزشکاران و هنرمندان را انتخاب نکرده و ۱۴ درصد نیز متفرقه پاسخ گفته‌اند.

در میان شعرای معروف در مرتبه اول سهراب سپهری (۳۱/۲ درصد) نام برده شده است و ۹/۲ درصد لیلا فروهر، اما بقیه آراء بین علی دایی، محمدعلی کلی، عابدزاده و سایرین تقسیم شده است. این پراکندگی نشان می‌دهد که اولاً طیف مرجع دانش‌آموزان منحصر به چند تن از افراد بسیار معروف و روی صحنه است و در این رابطه وفاقی جز در برخی موارد استثنائی وجود ندارد. در مطالعه کتب غیردرسی چنانکه دیدیم، اکثر دانش‌آموزان به

کتب داستانی (۳۵/۵ درصد) علاقه نشان داده‌اند. در این میان بیش از ۶۵ درصد آنها به خاطر قهرمانان آنها کتب داستانی را انتخاب کرده‌اند که برای دوران جوانی طبیعی به نظر می‌رسد بنابراین قهرمانان داستان‌ها می‌توانند مرجع تخیلی آنان تلقی شود. معهدا در بین کتب داستانی به کتب داستان ایرانی اکثریت بیشتری علاقه نشان داده‌اند (۴۳/۴ درصد) در برابر (۲۱/۴) درصد به کتب خارجی، شعر هم در مراحل بعدی قرار می‌گیرد (۱۰/۶ درصد) و کتب علمی، اجتماعی، مذهبی از اهمیت کمتری برخوردار است.

همکلاسیها: سرمشق گرفتن از همکلاسی تا ۷۰ درصد می‌رسد که نزدیک به ۹۰ درصد آنها به دلیل جدی بودن در درس و رفتار پسندیده است. اگر چنین باشد مسلماً گروه مرجع دانش‌آموزان وجه مثبت دارد و امیدوارکننده است، اما جای تأسف است که به لحاظ سرمایه اجتماعی روابط مناسب (اجتماعی و سیاسی) اندک است (کمتر از ۴/۵ درصد دانش‌آموزان چنین مناسباتی دارند).

معلمان نیز الگو و سرمشق بیش از ۷۷ درصد دانش‌آموزان در این سنین است که عمدتاً جنبه منش و رفتار دارد و مسلماً معلمین خوب و شایسته تأثیر غیرقابل انکاری بر دانش‌آموزان دارند.

دوستان: دوستان (اعم از همکلاس و غیرهمکلاس) و به طور کلی آنچه گروه همالان خوانده می‌شود غیرمستقیم بر دانش‌آموزان تأثیر می‌گذارند و نسبت درصد آنها از یک سوم پاسخها کمی بیشتر است و بخصوص تقلید از آنها کمتر از معلمین و همکلاسی‌های دانش‌آموزان است.

خانواده: جالب است که اکثر دانش‌آموزان اعضاء خانواده را کمتر به عنوان گروه مرجعی که از آنها تقلید می‌کنند ذکر کرده‌اند و پاسخ هیچکدام حدود ۳۲ درصد پاسخها را شامل می‌شود. اما در مورد حداکثر میزان مرجعیت و «تقلید» در جداول مادر (۲۷/۶ درصد)، پدر (۲۵/۲ درصد) خواهران (۱۰ درصد) و برادران (۵ درصد) را شامل می‌شود. به نظر می‌رسد که ارجاع به اعضاء خانواده بیشتر حالت ناخودآگاه دارد و به ظاهر غالب اعضاء خانواده (مادر کمتر) گروه مرجع منفی تلقی می‌شوند. مخصوصاً خواهر و برادران حاضر نیستند

بگویند که از یکدیگر تقلید می‌کنند و این بستگی به منش و غرور هر کدام از آنها در برابر دیگری می‌تواند داشته باشد.

شخصیت‌های ادبی: در میان شخصیت‌های علمی، ادبی، هنری، مذهبی هرچند اکثریت با چهره‌هایی همچون جلال آل احمد، صادق هدایت، سیمین دانشور، اخوان ثالث، شریعتی، مطهری، سروش و دیگران آشنا هستند اما کمتر از یک دوم آنها آثار و کتب این چهره‌های مورد علاقه خود را خوانده‌اند و در میان داستان نویسان نام محمود حکیمی، دولت‌آبادی، اسماعیل فصیح، بزرگ علوی، سهراب سپهری، احمد شاملو، نادر ابراهیمی و پروین اعتصامی بیش از دیگران برده شده اما نسبت کمتری از آثار آنان بهره گرفته‌اند (شرکت تحقیقاتی راهبرد پیمایش، ۱۳۸۲).

وزارت علوم و تحقیقات و فن آوری

در طرح پیمایشی به نام سنجش نگرش‌ها، رفتار و آگاهی‌های دانشجویان دانشگاه‌های دولتی بر اساس یک نمونه ۱۵۲۲ نفره از دانشجویان دختر و پسر در نیمسال اول سال تحصیلی ۸۱-۱۳۸۰ در ۲۰ دانشگاه تحت پوشش وزارت علوم و تحقیقات و فن آوری اجرا شده است، کنشگران مهم مورد علاقه و احترام دانشجویان در حوزه‌های مختلف کنش اجتماعی معرفی شده‌اند. بر اساس یافته‌های ارائه شده می‌توان از این تحقیق اینگونه نتیجه