

گرایش جوانان به الگوهای بیگانه و عوامل مؤثر بر آن

محمد شهسواری - کارشناسی ارشد علوم اجتماعی
دکتر سعید سعید فر - عضو هیات علمی دانشگاه

چکیده:

این مقاله به مطالعه الگوهای رفتاری جوانان و عوامل مؤثر بر گرایش جوانان به الگوهای غیر خودی می پردازد. در این راستا باید خاطر نشان ساخت که در جامعه شناسی و انسان شناسی، قواعد و هنجارهایی که به عنوان راهنما یا میزان در تمایل کنش به کار گرفته می شوند، الگوهای فرهنگ یا الگوهای فرهنگی نامیده می شوند. به طور کلی می توان گفت الگو آن چیزی است که شکل گرفته و در یک گروه اجتماعی به این منظور که به عنوان مدل یا راهنمای عمل در رفتارهای اجتماعی به کار آید، حضور می یابد.

در تحقیق حاضر الگو گزینی جوانان از الگوهای بیگانه در سه بعد، الگوهای خانوادگی و ازدواج، الگوهای رفتار ظاهری و الگوهای مصرفی (اقتصادی) مورد بررسی قرار گرفته است. در این پژوهش پس از شرح کلیات و مطالعه تئوریهای مرتبط با الگو گزینی یک رهیافت بین رشته ای جامعه شناسی و روان شناسی اجتماعی به عنوان چارچوب نظری تحقیق حاضر انتخاب و به متغیرهای مستقل و اثر گذار بر الگو گزینی جوانان از الگوهای بیگانه پرداخته شد. روش تحقیق در این پژوهش از نوع پیمایش بود و اطلاعات مورد نیاز با استفاده از تکنیک پرسش نامه جمع آوری گردید. جامعه آماری این پژوهش جوانان ۳۰-۱۸ ساله شهر قزوین بودند که از طریق نمونه گیری خوشه ای چند مرحله ای تعداد ۳۸۵ نفر از جوانان به عنوان نمونه تحقیق انتخاب شدند و مورد مصاحبه قرار گرفتند. نتایج این تحقیق نشان داد تقریباً نیمی از جوانان جامعه آماری (۵۳/۸ درصد) هیچ گرایشی به الگوهای بیگانه نداشتند و ۳۳/۲ درصد آنها گرایش کمی به الگوهای بیگانه داشتند و تنها ۱۳ درصد از جوانان جامعه مورد مطالعه گرایش زیادی به الگوهای بیگانه داشتند.

واژگان کلیدی: الگو گزینی، ارزشها، احساس بی هویتی اجتماعی، احساس بی هنجاری اجتماعی، پیوند اجتماعی، اعتقادات مذهبی، امکانات فرهنگی

الف - مقدمه

ارتباط فرهنگی، پذیرش فرهنگی و گرایش به الگوها و عناصر بیگانه، جریانی است که بسیاری از جوامع با آن مواجه بوده‌اند. در دهه‌های اخیر با تحولات شگرفی که در زمینه‌های تکنولوژی‌های جدید ارتباطی صورت گرفته است، تماس جوامع با یکدیگر شدت یافته و در این جریان سلطه و برتری کشورهای که دارای ابزار و امکانات فرهنگی برتر و قابل نفوذ به سایر کشورها هستند، با اشاعه الگوهای رفتاری مبتذل و نامناسب خود در این کشورها باعث بی‌هویتی افراد به ویژه جوانان این کشورها می‌شوند.

بررسی اوضاع فرهنگی جامعه ما نیز نشان می‌دهد که برخی الگوها و عناصر فرهنگی در بین جوانان رواج یافته که از موارث فرهنگی جامعه ما حاصل نشده و ارتباط کمتری با فرهنگ جامعه دارند. شیوع این الگوهای ناسالم و ارزشهای متباین با فرهنگ ما در رفتارهای نابهنجار اجتماعی در بین جوانان می‌تواند پیامدهای ناگوار بسیاری داشته باشد و باعث از بین رفتن هویت ملی و گسیختگی نظام فرهنگی و اجتماعی جامعه شود.

آنچه در این تحقیق به عنوان مسأله اصلی فرض شده، این است که برخورد فرهنگی بین جوامع مختلف، امری طبیعی و اجتناب ناپذیر است؛ ولی اگر جامعه‌ای از درون تهی گشت، برخورد فرهنگی تبدیل به تهاجم فرهنگی می‌شود و جامعه آماده می‌شود تا خلاءها و نیازهای خویش را از فرهنگ بیگانه، اخذ نماید. بنابراین انجام چنین تحقیقی با نگاه درونی به عملکرد نظام اجتماعی در هویت‌سازی جوانان که کمتر بدان توجه شده است، ضروری به نظر می‌رسد.

ب - تعریف و پیشینه نظری الگوگزینی
واژه الگو^۱ در فرهنگ اصطلاحات با معانی گوناگونی به کار رفته است. گاهی از آن معنای مدل، گونه و هنجار برمی‌آید. در این معنا الگو به معنای مدل یا راهنمای عمل در رفتارهای اجتماعی است. به عنوان مثال آلن بیرو^۲ (۱۳۶۶) الگو را این گونه تعریف می‌کند: "الگو آن چیزی است که شکل گرفته و در یک گروه اجتماعی به این منظور که به عنوان مدل یا راهنمای عمل در رفتارهای اجتماعی به کار آید، حضور می‌یابد".

انسان‌شناسان و جامعه‌شناسان نیز قواعد و هنجارهایی را که به عنوان راهنما یا میزان در تمایل کنش به کار گرفته می‌شود، الگوهای فرهنگ یا الگوهای فرهنگی می‌نامند. به طور کلی الگو در این معنی، از لحاظ لغوی به معنای تصویری است که جلوی فرد

- 1-pattern
- 2-A.Biruo
- 3-Linton
- 4-Behavior patterns
- 5-Clyde kulehon
- 6-Alberuo
- 7-modeling
- 8-Social Value
- 9-H. mendras
- 10-glass self-Looking
- 11-Generalized other
- 12-Johanna.wyn
- 13-Rob.white
- 14-validity
- 15-face validity

اعتبار صوری همچنین اعتبار محتوا (content validity) نیز خوانده می شود.

- 16-Reliability
- 17-Cronbach Alpha
- 18-Sample size
- 19-Total population
- 20-Level of significant
- 21-Probability of characteristics
- 22-Quality Deviation
- 23-Degree of Error

- ۱- آن ماری ، روش بلاو ، اسپنلر: مفهوم نقش در روانشناسی اجتماعی ، ترجمه ابوالحسن سروقدم ، آستان قدس رضوی ، مشهد ، ۱۳۷۲ .
- ۲- امیری ، مهدی: ابعاد و پیامدهای جهانی شدن فرهنگ ، کیهان فرهنگی ، شماره ۱۷۳ ، زمستان ۱۳۷۹ .
- ۳- بیرو ، آلن: فرهنگ علوم اجتماعی ، ترجمه دکتر باقر ساروخانی ، انتشارات کیهان ، تهران ، ۱۳۶۶ .
- ۴- دوکستر ، میشل: مسائل و چشم اندازهای فرهنگ ، ترجمه بهروز منتظمی ، انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد ، ۱۳۸۱ .
- ۵- ریشه ، گی: کنش اجتماعی ، ترجمه دکتر هما زنجانی زاده ، انتشارات دانشگاه فردوسی ، مشهد ، ۱۳۷۰ .
- ۶- ریشه ، گی: تغییرات اجتماعی ، ترجمه منصور وثوقی ، نشر نی ، تهران ، ۱۳۷۹ .
- ۷- رابرتسون ، یان: درآمدی بر جامعه ، ترجمه حسین بهروان ، انتشارات آستان قدس رضوی ، مشهد ، ۱۳۷۷ .
- ۸- رزاقی ، ابراهیم: الگوی مصرف و تهاجم فرهنگی ، نشر چاپخش ، تهران ، ۱۳۷۴ .
- ۹- ساروخانی ، باقر: درآمدی بر دایره المعارف علوم اجتماعی ، انتشارات کیهان ، تهران ، ۱۳۷۵ .

به هنر از جمله موسیقی و یا حد و مرز رفتار دختران و پسران که دیدگاههای مغایر و بعضاً متناقض بر این ابهام افزوده است.

ب - برجسته نمودن مفاهیم اساسی دین و زدودن خرافات با زبانی که با روحیات جوانان سازگار است به جای امر به معروف از طریق روشهای خشک و خشن.

۴- ایجاد گسترش هویت اجتماعی مشترک در جوانان

همان گونه که یافته های نظری و تجربی تحقیق نشان دادند، بی هویتی اجتماعی از عواملی بود که در گرایش جوانان به الگوهای بیگانه تأثیر داشت. بنابراین مکانیسم های جامعه پذیر کننده باید نسبت به ترغیب و جامعه پذیری نوجوانان و جوانان حساسیت خاصی داشته باشند؛ چرا که از طریق جامعه پذیری است که افراد هویت جمعی کسب می کنند و خود را متعلق و متناسب به یک واحد اجتماعی و ارزشها و هنجارهای آن جامعه می دانند. بنابراین در این راستا خانواده ها باید با ایجاد یک رابطه عاطفی و انسانی با جوانان و ارزش قائل شدن برای آنها و مشارکت آنها در خانواده به ایجاد اعتماد به نفس در جوانان و شکل گیری شخصیت و هویت آنها متناسب با ارزشهای جامعه بپردازند؛ چرا که چنین انسانهایی در گزینش ارزشها و الگوهای متفاوت و انسجام بخشی به هویت خود دچار مشکل نخواهند شد.

همچنین از نظر آموزشی باید محتوای دروس مدارس به گونه ای برنامه ریزی شود که متناسب با نیازهای روز جامعه بوده و توانایی درونی کردن ارزشها و هنجارهای بومی را داشته باشند. علاوه بر این با حذف روحیه استبداد گونه ای که ریشه در فرهنگ ما دارد، نظام آموزشی و مدارس باید به شخصیت جوانان و نوجوانان اهمیت داده، مانع از احساس سرخوردگی و احساس بی هویتی اجتماعی در میان جوانان شود. در نهایت رسانه های جمعی ما باید با ایجاد الگوهای متناسب و جذاب مرتبط با ارزشهای فرهنگ خودی، جوانان را در جریان جامعه پذیری و شکل گیری هویت اجتماعی یاری کنند تا آنان تحت تأثیر رسانه های جهانی (ماهواره و اینترنت) به سمت الگوهای بیگانه کشیده نشوند. پس به طور کلی مکانیسم جامعه پذیر کننده باید به گونه ای عمل کنند تا جوانان تصور، درک و ارزیابی مثبتی از خود و جامعه خود به دست آورند. زیرا افرادی که نگرش مثبتی نسبت به خود و جامعه خود دارند، خود را ملزم به رعایت هنجارها و ارزشهای آن جامعه می دانند و کمتر به سمت ارزشها و الگوهای بیگانه سوق می یابند.

برنامه‌هایی که برای جوانان برنامه‌ریزی می‌شود، باید تمامی جوانب در نظر گرفته شود و مسائل جانبی از جمله تنوع، جذابیت، شادی بخشی و... مورد توجه مسئولین قرار گیرد. ثانیاً تمامی مکانیسم‌ها و سازمانهای اجتماعی کننده باید با ایجاد نظر مثبت در جوانان که شامل بازخوردها و طرز برخورد گرم و محبت آمیز، احترام، پذیرش و... است، در جوانان نگرش مثبت نسبت به خود در جامعه ایجاد کرده و از این طریق راه را برای گرایش جوانان به الگوهای خودی هموار سازند و در نهایت باید پذیرفت که در فرهنگ غرب هر آنچه هست، منفی نیست. به خصوص در بعد علمی با استفاده منطقی از بخشهای مثبت فرهنگ غرب می‌توان زمینه را برای تحول فرهنگ خودی در راه ساختن یک جامعه پویا فراهم ساخت، به شرط این که ارزشها و آرمانهای جامعه در چنین تحولی مستحیل نگردند.

۲- الگو سازی برای جوانان توسط سازمانهای فرهنگی

سازمانهای فرهنگی باید جهت ایجاد جاذبه لازم در امر الگو پذیری جوانان تحول اساسی در الگو سازی فرهنگی جامعه به عمل آورند. برای این کار باید از یک طرف شرایطی را فراهم آورند که هنرمندان جامعه یکی از محورهای اساسی فعالیتهای خود را در این زمینه استوار سازند و از طرف دیگر باید به طور منسجم و منظم با طرح شخصیتهای فرهنگی و رفتارهای آنان و با نشان دادن عمل این شخصیتها و رفتارها، الگوهایی مناسب را برای جوانان فراهم سازند.

به طور کلی باید با الگو سازی به منظور شناساندن مبانی فرهنگ خودی و تقویت فرهنگ بومی و افزایش اعتماد به نفس ملی، تأثیر پذیری جوانان را از الگوهای بیگانه کاهش داد تا جوانان بیش از پیش با حقیقت فرهنگ اسلامی - ایرانی آشنا شوند و زیباییها و لطافت این فرهنگ را بشناسند و به طور ملموس با هویت ملی خویش آشنا شوند.

۳- تقویت و گسترش ارزشهای مذهبی در میان جوانان

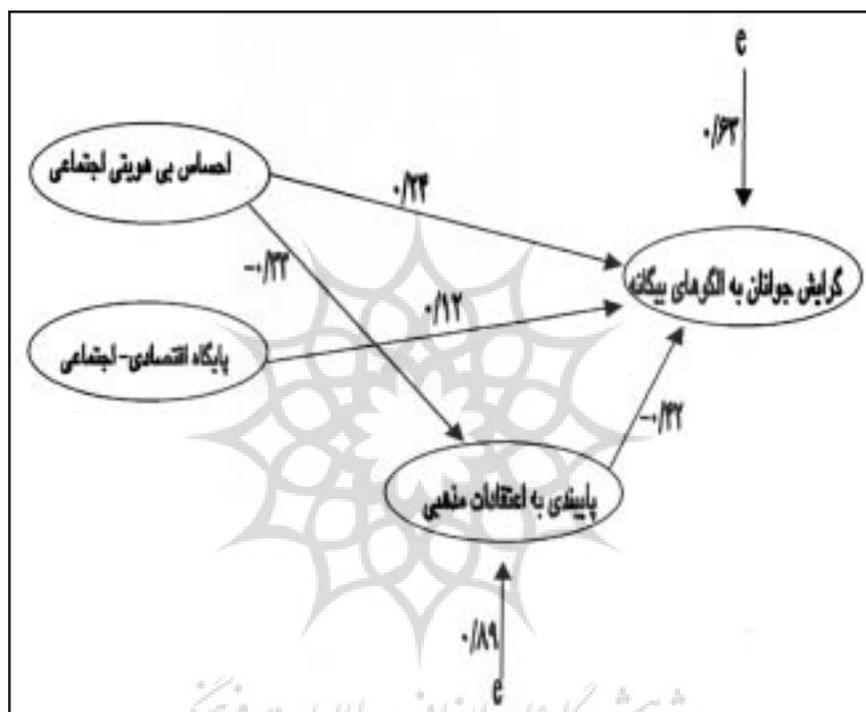
با توجه به یافته‌های تحقیق، پابندی به ارزشهای مذهبی از متغیرهای تأثیر گذار در الگو گزینی بود. بنابراین روحانیون و مسئولان امور دینی جهت بالا بردن پابندی مذهبی جوانان باید به چند نکته توجه داشته باشند:

الف - شفاف نمودن و تفسیر مجدد مفاهیم و معارف اسلامی با توجه به مقتضیات زمان. از جمله شفاف نمودن برخی از مسائل و رفتارهای اجتماعی که در هاله‌ای از ابهام است؛ مانند نگرش

سازمانهای فرهنگی باید جهت ایجاد جاذبه لازم در امر الگو پذیری جوانان تحول اساسی در الگو سازی فرهنگی جامعه به عمل آورند

همچنین متغیر احساس بی هویتی اجتماعی با $0/24$ اثر مستقیم و $0/14$ اثر غیر مستقیم در کل $0/38$ بر متغیر وابسته تأثیر می گذارد و متغیر پایگاه اقتصادی-اجتماعی با $0/12$ اثر مستقیم چون به صورت غیر مستقیم بر متغیر وابسته تأثیر ندارد، در مجموع $0/12$ بر متغیر گرایش به الگوهای بیگانه تأثیر دارد. (شکل ۲)

شکل ۲: مدل مسیر گرایش جوانان به الگوهای بیگانه



چ - پیشنهادات تحقیق

با توجه به یافته های تحقیق می توان پیشنهادات زیر را عنوان کرد :

۱- مشارکت جوانان در حفاظت و احیاء الگوها و میراث فرهنگی

تمامی مسؤولین و برنامه ریزان جامعه باید بدانند که حفظ الگوها و میراث فرهنگی جامعه بدون مشارکت مردم به ویژه نسل جوان که وارثان و حاملان اصلی فرهنگ هستند، عملی نیست. لذا ضروری است که شیوه های جلب مشارکت جوانان برای حفاظت از میراث فرهنگی شناسایی و راهبردهای مؤثری برای تحقیق مشارکت آنان در این امر خطیر پیشنهاد شود تا جوانان نسبت به ارزشها و فرهنگ جامعه خود احساس تعلق کرده، سعی در حفظ این فرهنگ کنند و در این راستا پیشنهاد می گردد اولاً در

می یابد). تأثیر متغیر پایبندی به اعتقادات مذهبی بر متغیر وابسته گرایش به الگوهای بیگانه به صورت منفی و کاهشی می باشد؛ یعنی به ازاء هر واحد افزایش در پایبندی به اعتقادات مذهبی، میزان گرایش به الگوهای بیگانه $10/41$ کاهش می یابد. همچنین ضرایب مسیر نشان دادند که از مجموع عوامل مؤثر بر گرایش جوانان به الگوهای بیگانه، متغیر مستقل پایبندی به اعتقادات مذهبی با بتای (Beta) $0/41$ - بیشترین تأثیر را در گرایش جوانان به الگوهای بیگانه دارد. علاوه بر این مقدار ضریب تعیین (R^2) که $0/37$ می باشد، گویای این مطلب است که مجموع متغیرهای نامبرده حدود 37 درصد از واریانس و تغییرات متغیر وابسته را تبیین می کند و مابقی که ضریب عدم تعیین (e^2) نامیده می شود و مقدار آن در این معادله $0/63$ می باشد، توسط عواملی غیر از متغیرهای مستقل موجود در معادله رگرسیونی تبیین می گردد. همچنین مقدار ضریب همبستگی رگرسیون چند متغیره $R=0/61$ (بیانگر همبستگی قوی میان مجموع متغیرهای مستقل با متغیر وابسته است).

تأثیرات غیر مستقیم متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته

نتایج تحلیل مسیر نشان می دهد که تنها متغیر احساس بی هویتی اجتماعی از طریق تأثیر مستقیمی که بر متغیر میزان اعتقادات مذهبی دارد بر متغیر وابسته، یعنی گرایش جوانان به الگوهای بیگانه، به صورت غیر مستقیم تأثیر می گذارد. همچنین میزان ضریب مسیر ($0/33$ -) نشان می دهد که متغیر احساس بی هویتی اجتماعی $0/33$ - بر متغیر میزان پایبندی به اعتقادات مذهبی تأثیر منفی می گذارد؛ یعنی به ازاء هر واحد افزایش در احساس بی هویتی اجتماعی $0/33$ از پایبندی جوانان به اعتقادات مذهبی کاسته می شود و این به نوبه خود در گرایش به الگوهای بیگانه مؤثر است. همچنین مقدار ضریب تعیین ($R^2=0/11$) نشان می دهد که 11 درصد از واریانس میزان اعتقادات مذهبی جوانان توسط متغیر احساس بی هویتی اجتماعی قابل توضیح است و همچنین مقدار ضریب همبستگی رگرسیون چند متغیره $R=0/34$ (بیانگر همبستگی متوسط میان این دو متغیر می باشد).

تأثیر کل متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته

نتایج تحلیل مسیر نشان می دهد که متغیر پایبندی به اعتقادات مذهبی تنها $0/41$ - به صورت مستقیم بر متغیر وابسته (گرایش به الگوهای بیگانه) تأثیر دارد و هیچ گونه تأثیر غیر مستقیم بر متغیر وابسته ندارد. بنابراین اثر کل این متغیر بر متغیر وابسته $0/41$ - می باشد که این مطلب گویای این امر است که به ازاء هر واحد کاهش در پایبندی به اعتقادات مذهبی $0/41$ - به گرایش جوانان به الگوهای غیر خودی افزوده می شود.

دارد و این بدان معناست که با بالا رفتن احساس بی‌هنجاری اجتماعی، گرایش جوانان به الگوهای بیگانه نیز افزایش خواهد یافت. همچنین یافته‌های آزمون همبستگی نشان داد که بین متغیرهای پایبندی به اعتقادات مذهبی (با شدت همبستگی $0/55-$)، میزان پیوند اجتماعی (با شدت همبستگی $0/34-$) و میزان امکانات فرهنگی (با شدت همبستگی $0/20-$) و متغیر وابسته تحقیق، یعنی گرایش به الگوهای بیگانه، رابطه منفی (معکوس) وجود دارد و این امر بیانگر آن است که هر چه میزان پایبندی جوانان به اعتقادات مذهبی قوی‌تر باشد و پیوند و همبستگی اجتماعی محکم‌تری با جامعه داشته باشند و همچنین امکانات فرهنگی در جامعه پاسخ‌گوی نیازهای آنها باشد، آنها کمتر به سمت الگوهای بیگانه سوق می‌یابند.

۳- نتایج تحلیلی چند متغیره

تأثیرات مستقیم متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته

در مرحله قبل رابطه بین متغیر مستقل با متغیر وابسته به صورت دو به دو مورد بررسی و آزمون قرار گرفت. در این قسمت از طریق تحلیل مسیر و با استفاده از رگرسیون چند متغیره سهم هر یک از متغیرهای مستقل در تبیین متغیر وابسته مورد بررسی قرار گرفت و اثر مستقیم، غیر مستقیم و اثر کل هر یک از متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته مشخص گردید که نتایج زیر به دست آمد.

بر طبق مدل رگرسیونی چند متغیره، از مجموع متغیرهای مستقل احساس بی‌هویتی اجتماعی، احساس بی‌هنجاری اجتماعی، میزان پایبندی به اعتقادات مذهبی، میزان پیوند اجتماعی، میزان امکانات فرهنگی و پایگاه اقتصادی - اجتماعی با توجه به مقدار استودنت و سطح معنی‌داری آن تنها متغیرهای مستقل احساس بی‌هویتی اجتماعی (با ضریب مسیر $0/24$)، میزان پایبندی به اعتقادات مذهبی (با ضریب مسیر $0/41-$) و پایگاه اقتصادی - اجتماعی (با ضریب مسیر $0/12$) بر متغیر وابسته تحقیق، یعنی گرایش به الگوهای بیگانه تأثیر مستقیم داشتند. لازم به ذکر است

آزمون همبستگی بین دو متغیر احساس بی‌هنجاری اجتماعی و گرایش جوانان به الگوهای بیگانه نشان داد که بین دو متغیر رابطه مثبت (با شدت همبستگی $0/12$) وجود دارد و این بدان معناست که با بالا رفتن احساس بی‌هنجاری اجتماعی، گرایش جوانان به الگوهای بیگانه نیز افزایش خواهد یافت

که تأثیر متغیرهای احساس بی‌هویتی اجتماعی و پایگاه اقتصادی - اجتماعی بر متغیر گرایش به الگوهای بیگانه به صورت مثبت و افزایش‌دهنده است (یعنی به ازاء هر واحد افزایش در احساس بی‌هویتی اجتماعی، میزان گرایش به الگوهای بیگانه $0/24$ افزایش

همچنین یافته‌های متغیر احساس بی‌هنجاری اجتماعی نشان داد که ۶۴/۴ درصد پاسخ‌گویان معتقد بودند که بی‌هنجاری اجتماعی در جامعه ما در حد بالایی قرار دارد و در مقابل تنها ۱/۶ درصد معتقد به عدم بی‌هنجاری در جامعه بودند و در این میان ۳۴ درصد پاسخ‌گویان بر این باور بودند که بی‌هنجاری اجتماعی در جامعه در حد متوسطی قرار دارد. همچنین از مجموع پاسخ‌گویان ۶۰/۵ درصد دارای پایبندی به اعتقادات مذهبی قوی، ۲۶ درصد پایبندی به اعتقادات مذهبی متوسط و ۱۳/۵ درصد پاسخ‌گویان پایبندی به اعتقادات مذهبی ضعیفی داشتند.

یافته‌های متغیر مستقل پیوند اجتماعی نشان دادند که ۳۹/۲ درصد پاسخ‌گویان پیوند و همبستگی زیادی با جامعه دارند و در مقابل ۱۰/۴ درصد آنها پیوند اجتماعی کمی با جامعه دارند و در این میان ۴۹/۹ درصد دارای پیوند متوسطی با جامعه هستند. ارزیابی میزان امکانات فرهنگی در جامعه نشان داد که ۹/۹ درصد پاسخ‌گویان میزان و کیفیت امکانات فرهنگی را مطلوب و در حد بالا ارزیابی کردند و در مقابل ۶۲/۶ درصد پاسخ‌گویان امکانات فرهنگی را نامطلوب ارزیابی کردند. همچنین ۲۷/۵ درصد پاسخ‌گویان میزان و کیفیت امکانات فرهنگی را در جامعه متوسط ارزیابی کردند.

در نهایت توزیع پاسخ‌گویان بر حسب نوع پایگاه اقتصادی - اجتماعی نشان داد که ۴۹/۹ درصد پاسخ‌گویان متعلق به پایگاه اقتصادی - اجتماعی پایین، ۳۵/۸ درصد به پایگاه اقتصادی - اجتماعی متوسط و ۱۱/۹ درصد به پایگاه اقتصادی - اجتماعی بالا تعلق داشتند و همچنین ۷/۳ درصد پاسخ‌گویان در این رابطه پاسخی ندادند.

۲- نتایج آزمون همبستگی

نتایج آزمون همبستگی نشان می‌دهد که بین متغیر احساس بی‌هویتی اجتماعی و گرایش جوانان به الگوهای بیگانه رابطه معنی‌داری در سطح خطای ۰/۰۵ وجود دارد. همچنین شدت این همبستگی بر اساس آزمون تا-او-بی کندال ۰/۳۷ می‌باشد که همبستگی مستقیم و متوسطی را نشان می‌دهد و این امر بیانگر آن است، کسانی که احساس بی‌هویتی اجتماعی بالایی دارند، بیشتر به الگوهای بیگانه گرایش دارند تا کسانی که فاقد این صفت می‌باشند. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت افرادی که خود پنداری مثبتی دارند و به نوعی به هویت اجتماعی پسندیده و خوب دست یافته‌اند، رفتارشان اجتماع‌پسند بوده و بیشتر منطبق با ارزشهای اجتماعی است.

آزمون همبستگی بین دو متغیر احساس بی‌هنجاری اجتماعی و گرایش جوانان به الگوهای بیگانه نشان داد که بین دو متغیر رابطه مثبت (با شدت همبستگی ۰/۱۲) وجود

ج - یافته های تحقیق

همان گونه که پیشاپیش بحث شد ، هدف اصلی پژوهش حاضر این بود که آیا الگوهای غالب جوانان ما از نوع الگوهای خودی است یا بیگانه و این که چه متغیرهایی در گرایش جوانان به الگوهای بیگانه مؤثرند . پس از نگاهی به مطالعات نظری در این رابطه متغیرهایی به عنوان

نتایجی که از تحلیل تک متغیره به دست آمده است ، نشان می دهد که حدود ۵۳/۸ درصد پاسخ گویان هیچ گونه گرایشی گرفته شدند که در ذیل به الگوهای رفتاری بیگانه نداشتند نتایج به دست آمده از تحقیق می پردازیم .

۱ - نتایج تحلیل تک متغیره

نتایجی که از تحلیل تک متغیره به دست آمده است ، نشان می دهد که حدود ۵۳/۸ درصد پاسخ گویان هیچ گونه گرایشی به الگوهای رفتاری بیگانه نداشتند و در مقابل ۱۳ درصد پاسخ گویان گرایش بسیار بالایی به الگوهای بیگانه داشتند و الگوهای رفتاری غالب آنها از نوع الگوهای غیر خودی بود و در این میان حدود ۳۳/۲ درصد از پاسخ گویان تمایل کمی به الگوهای غیر خودی از خود نشان دادند . همان گونه که گذشت ، متغیر وابسته تحقیق ، یعنی گرایش به الگوهای بیگانه ، از ترکیب سه شاخص به الگوهای خانوادگی و ازدواج بیگانه ، گرایش به الگوهای مصرفی بیگانه و به گرایش الگوهای رفتار ظاهری بیگانه ساخته شده است که در زیر به نتایج حاصل از هر یک از این شاخصها پرداخته می شود .

برطبق نتایج به دست آمده بیشترین گرایش جوانان به الگوهای بیگانه در زمینه الگوهای خانوادگی و ازدواج بوده است (۱۷/۱ درصد) و همچنین از مجموع پاسخ گویانی که به الگوهای رفتاری بیگانه گرایش داشتند ، ۱۴/۸ درصد آنها به الگوهای رفتار ظاهری بیگانه گرایش داشتند و ۱۰/۴ درصد آنها در زمینه الگوهای مصرفی ، به الگوهای بیگانه گرایش داشتند . این نتایج نشان می دهد که جوانان جامعه مورد مطالعه ، نارضایتی زیادی از رسوم و الگوهای سنتی در زمینه ازدواج و مراسم مربوط به خواستگاری دارند و خواهان آزادی عمل بیشتری در این زمینه می باشند . همچنین تحلیل تک متغیره ، متغیرهای مستقل بیانگر این مطلب بودند که ۲۹/۶ درصد پاسخ گویان احساس بی هویتی اجتماعی کمی داشتند و در مقابل ۱۶/۴ درصد آنها احساس بی هویتی اجتماعی در حد بالایی قرار داشت و در ۵۴ درصد پاسخ گویان این احساس در حد متوسطی قرار داشت .

رقم حاصل از فرمول فوق ۳۸۱ نفر است که حجم نمونه را تشکیل می دهد. اما در عمل از ۴۰۰ نفر مصاحبه به عمل آمد که پس از حذف پرسش نامه های ناقص این تعداد به ۳۸۵ نفر تقلیل یافت. در مرحله بعد برای انتخاب افراد نمونه، با به کار گیری از روش نمونه گیری خوشه ای چند مرحله ای، تعداد نمونه مورد نیاز از جوانان شهر قزوین انتخاب گردید. در توضیح این نوع نمونه گیری باید گفت: "فرایند نمونه گیری از خوشه های کامل واحدها را نمونه گیری خوشه ای می نامند و در مواردی که نمونه گیری فرعی در درون خوشه های انتخابی صورت گیرد، نمونه گیری خوشه ای چند مرحله ای محسوب می شود" (موزرو گالتون، ۱۳۶۷). در این تحقیق نیز ابتدا با استفاده از نقشه شهر قزوین، کل شهر به پنج منطقه تقسیم گردید. سپس در داخل هر یک از مناطق، بلوکهای آن مناطق شماره گذاری شد و پس از آن براساس حجم نمونه از مجموع مناطق پنج گانه ۲۰ بلوک انتخاب گردید. بدین صورت که از میان مجموع بلوکهای هر منطقه چهار بلوک و از هر بلوک ۲۰ خانوار و از هر خانوار یک نفر که در گروه سنی ۳۰ - ۱۸ سال قرار داشت براساس نمونه گیری تصادفی جهت انجام مصاحبه انتخاب شد.

ث- روشهای تجزیه و تحلیل اطلاعات

جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات و همچنین آزمون فرضیات تحقیق از تکنیک های متداول در نرم افزار SPSS استفاده گردید. به طور کلی تجزیه و تحلیل اطلاعات در سه مرحله به شرح زیر انجام یافت:

۱- ابتدا با استفاده از روشهای آمار توصیفی، جداول توزیع فراوانی و شاخصهای مرکزی و شاخصهای پراکندگی برای هر کدام از عوامل ارائه گردید.

۲- در مرحله دوم تجزیه و تحلیل اطلاعات، به منظور کشف روابط میان متغیرها و آزمون فرضیات تحقیق از جداول دو بعدی و آماره های مربوط به آن استفاده گردیده است که این آماره ها با توجه به این که همه متغیرها (مستقل و وابسته) در سطح سنجش ترتیبی اندازه گیری شده اند، جهت همبستگی و معناداری رابطه میان تک متغیرهای مستقل با وابسته از ضریب همبستگی اسپرمن و همچنین برای ارزیابی میزان و شدت رابطه بین متغیرهای مستقل با متغیر وابسته از آزمون تای بی کندال (به علت برابر بودن تعداد طبقات سطر و ستون) استفاده گردیده است.

۳- در مرحله سوم، برای تحلیل و مشخص شدن اثرات مستقیم و غیر مستقیم و نیز اثرات کل متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته از رگرسیون و تحلیل مسیر استفاده شده است.

پس از ترکیب سه بعد آن به دست آمد. (جدول یک)
جدول ۱: ضرایب روائی (آلفای کرونباخ) شاخصهای تحقیق

مقیاس	الگوهای یادگیری و ازدواج	الگوهای مصرفی (اقتصادی)	الگوهای رفتار ظاهری	شاخص الگوگزینی اجتماعی	احساس بی همجاری اجتماعی	میزان امکانات فرهنگی	پایداری مذهبی	پوشش اجتماعی
تعدادگروه ها	۵	۱	۶	۱۵	۹	۱	۳	۱۲
ضریب آنها	۰/۵۸۹	۰/۶۷۲	۰/۷۰۸	۰/۵۸۶	۰/۶۵۱	۰/۶۵۲	۰/۶۵۲	۰/۶۵۵

همان گونه که در جدول فوق نشان داده شد است، میزان روائی اکثر شاخصها در حد قابل قبول می باشد.

ت- جامعه آماری، حجم نمونه و شیوه نمونه گیری:

جامعه آماری این تحقیق را کلیه افراد مذکور واقع در گروه سنی ۳۰-۱۸ ساله ساکن در شهر قزوین تشکیل می دهند که تعداد آنها بنابر آخرین سرشماری ۵۴۸۶۲ نفر می باشند.

برای برآورد حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده گردید.

$$n = \frac{N.t^2.p.q}{N.d^2 + t^2.p.q}$$

$n = 18$ تعداد حجم نمونه که از طریق فرمول کوکران به دست می آید.

$N = 19$ تعداد کل جامعه آماری می باشد.

$t^2 = 2$ درصد احتمال صحت گفتار است که با توجه به درصد اطمینان در سطح ۹۵ درصد برابر با ۱/۹۶ می باشد.

$p = 2$ احتمال وجود صفت

$q = 2$ احتمال فقدان صفت

$d = 23$ احتمال خطا که در تحقیق حاضر ۵٪ در نظر گرفته شده است.

مقدار p و q در این تحقیق به طور مساوی در نظر گرفته شد تا حداکثر تعداد نمونه به

دست آید. با جایگزینی اعداد مذکور، حجم نمونه به قرار زیر محاسبه گردید.

$$n = \frac{(54862)(1/96)^2(0/5)(0/5)}{(0/23)^2 + (1/96)^2(0/5)(0/5)} = 381$$

دسته از نظریات که در کل مربوط به فرایند شکل گیری شخصیت و احساس هویت اجتماعی و توجیه احساس بی هویتی اجتماعی نوجوان در اثر عملکرد عوامل نظام اجتماعی و کسب هویت جدید - گرایش به الگوهای بیگانه - است ، عبارتند از :

- ۱- نظریه خود آئینه سان کولی^{۱۰}
- ۲- نظریه دیگری تعمیم یافته مید^{۱۱}
- ۳- نظریه جوانا واین^{۱۲} و راب وایت^{۱۳}

در نهایت پس از مطالعه تئوریهای نامبرده متغیرهای احساس بی هویتی اجتماعی ، احساس بی هنجاری اجتماعی ، پایبندی به اعتقادات مذهبی ، پیوند اجتماعی جوانان با جامعه ، میزان امکانات فرهنگی جامعه و پایگاه اقتصادی - اجتماعی والدین جوانان به عنوان متغیرهای مستقل و اثر گذار بر الگو گزینی در نظر گرفته شدند و فرضیه های تحقیق در این راستا تنظیم گردیدند.

پ- روش تحقیق

همان گونه که می دانیم ، یکی از روشهای متداول بررسی تجربی در جامعه شناسی و بسیاری از رشته های علوم اجتماعی و همچنین در بخشهای کاربردی ، روش پیمایش می باشد . این روش زمانی که متغیرهای اثر گذار بر متغیر وابسته زیاد باشند و همچنین زمانی که مقایسه نسبتاً دقیق رفتار افراد در گروههای بزرگتر مد نظر باشد ، مناسبترین روش محسوب می شود . بنابراین در تحقیق حاضر در بخش تجربی جهت بررسی علل الگو گزینی جوانان از الگوهای بیگانه از روش پیمایش یا پرس و جو استفاده گردید . همچنین تکنیکی (ابزار) که در این روش به کار گرفته شد ، پرسش نامه بود که جهت ارزیابی اعتبار آن از اعتبار صوری استفاده شد . بدین صورت که پرسش نامه اولیه در اختیار چهار تن از اساتید محترم جامعه شناسی قرار گرفت و پس از اعمال نظرات آنها ، پرسش نامه دارای اعتبار شناخته و مبنای اعتبار آن بر پایه این نظرات تأمین گردید . همچنین به منظور حصول از روایی^{۱۶} پرسش نامه ، در تحقیق مقدماتی ، پرسش نامه با ۳۰ نفر تست شد و مقیاسهای تحقیق مورد آزمون روایی قرار گرفتند . برای سنجش میزان روایی مقیاسهای تحقیق از آزمون آلفای کرونباخ^{۱۷} استفاده شده است . در جدول زیر میزان روایی شاخصها پس از اصلاح یا حذف گویه های نامناسب آورده شده است . لازم به ذکر است ، علاوه بر تعیین ضریب روایی هر دسته از گویه های مربوط به متغیرهای مستقل و تعیین ضریب روایی گویه های مربوط به ابعاد سه گانه الگو گزینی از الگوهای غیر خودی ، در نهایت ضریب روایی متغیر وابسته به طور کلی

سه بعد آن (الگوهای خانوادگی و ازدواج ، الگوهای مصرفی (اقتصادی) و الگوهای رفتار ظاهری) مورد بررسی قرار گرفت و بررسی ابعاد دیگر به مطالعات بعدی موکول گردید.

شکل ۱: ابعاد متغیر وابسته تحقیق (الگو گزینی از الگوهای بیگانه)

ابعاد متغیر وابسته تحقیق (الگو گزینی از الگوهای بیگانه)		ابعاد الگوهای بیگانه
۱- عقلانی شدن (غیر شخصی شدن) روابط در خانواده ۲- ازدواج فرد گرایانه ۳- از بین رفتن قواعد سنتی در زمینه خواستگاری و ازدواج	الگوهای خانوادگی و ازدواج	
۱- گسترش فرهنگ مصرفی ۲- منزلت شدن کالاهای خارجی	الگوهای مصرفی (اقتصادی)	
۱- گرایش به استفاده از لباسهای خارجی (یا مارک خارجی) ۲- گرایش به اصلاح موی سر به سبک هنرپیشگان و خوانندگان خارجی ۳- شرکت در پارتی های مختلف ۴- گوش دادن به موسیقی های خارجی	الگوهای رفتار ظاهری	

در تحقیق حاضر جهت شناخت دقیق مسأله مورد بررسی و همچنین به علت اعتقاد به پیچیدگی روابط میان پدیده های انسانی و پرهیز از تک علتی دیدن پدیده ها و مسائل اجتماعی به رویکرد واحدی تکیه نشده است و سعی گردیده از رویکردهای نظری متعدد و نزدیک به هم ، مسأله اجتماعی مورد نظر مورد کنکاش و بررسی قرار گیرد. بر همین اساس در این تحقیق برای تبیین مسأله از دیدگاه نظری جامعه شناسی و روان شناسی اجتماعی استفاده شده است . از دیدگاههای مطرح در حوزه جامعه شناسی ، دیدگاه عوامل ساختاری بر این نکته اشاره دارد که کج روان به مقدار متناهی ، قربانی جامعه هستند و نباید همواره آنان را به خاطر کج رویشان ملامت کرد . بلکه نظام و شرایطی که آنها در آن زندگی می کنند ، بیانگر علل انحرافی ارتکاب به اعمال انحرافی آنهاست . بنابراین در تبیین انحرافات اجتماعی ، توجه محققین باید بیشتر بر ساختار اجتماعی باشد نه بر افراد منحرف .

این دسته از تئوریهها به طور کلی به نقش عوامل ساختاری نظام اجتماعی در انحراف جوانان از الگوهای فرهنگی خودی و گرایش آنان به الگوهای فرهنگی بیگانه اشاره می کنند. این تئوریهها عبارتند از: ۱- نظریه نظام اجتماعی پارسوتر ۲- نظریه نظم اجتماعی و بی هنجاری مرتون ۳- نظریه همبستگی دورکیم ۴- نظریه پیوند اجتماعی هیوشی . دسته دیگر ، نظریاتی هستند که در حوزه روان شناسی اجتماعی قرار دارند . این

به طور کلی می توان گفت ، ارزشها زمینه ساز الگوها به شمار می آیند و الگوها به علت خاص بودنشان به صورت مجزا از هم قابل تحلیل نیستند؛ چرا که معنای واقعی آنها به تنهایی و بدون ارتباطشان با ارزشها قابل فهم نیستند؛ زیرا مدلها بیان نمادین (رمزی) ارزشها هستند و شاید به طور دقیق بتوان گفت که تطابق و همنوایی بیرونی رفتار با الگوها ، پیوستگی درونی فرد را با نوعی نظام ارزشی نشان می دهد و پیوستگی با ارزشها نیز به نوبه خود تعلق به یک جامعه یا جمع معینی را نشان می دهد (روشه، ۱۳۷۰).

بنابراین در بررسی الگو باید به رابطه آن با ارزشها توجه داشت . از طرفی افرادی که به مطالعه ارزشها پرداخته اند ، هر کدام تعداد ، ترکیب و سلسله مراتب خاصی را از ارزشها ارائه کرده اند که از مقایسه و مقابله این دیدگاهها چنین برمی آید که ارزشهای مذهبی ، آموزشی (علمی) ، مصرفی (اقتصادی) ، خانوادگی و سیاسی فصل مشترک آنهاست . به عبارتی این پنج ارزش ، اساسی ترین ارزشهای جامعه هستند . بنابراین می توان مهمترین انواع الگوهای رفتاری را در ارتباط با ارزشهای سازنده آنها به پنج دسته : الگوهای مذهبی ، الگوهای آموزشی (علمی) ، الگوهای مصرفی (اقتصادی) الگوهای خانوادگی و الگوهای سیاسی تقسیم بندی کرد. از طرفی ، از آن جا که وقتی صحبت از الگوهای رفتاری جوانان می شود ، بخش عمده ای از افکار انسان متوجه رفتار ظاهری (مثل نحوه لباس پوشیدن ، فرم موی سر و ...) می شود. رفتار ظاهری را هم می توان به عنوان یک بعد از ابعاد مسأله قلمداد کرد . اما نکته ای که در اینجا حائز اهمیت است ، این است که از آن جا که ارزشها نسبی بوده و در جوامع مختلف متفاوتند ، بنابراین الگوهای رفتاری نیز در جوامع مختلف با یکدیگر تفاوت دارند . بنابراین الگوهای یاد شده را می توان بر مبنای ارزشهای جامعه خودی و غیر خودی به دو دسته الگوهای رفتاری خودی و الگوهای رفتاری غیر خودی (بیگانه) تقسیم بندی کرد.

الگوهای خودی ، آن دسته از الگوهایی هستند که از ارزشها و فرهنگ جامعه ما منتج شده و با آنها سازگارند و اکثریت اعضای جامعه این الگوها را مطلوب پنداشته و تخطی از این الگوها را نوعی انحراف از ارزشهای مسلط و غالب جامعه می پندارند و الگوهای غیر خودی به الگوهایی اطلاق می شود که ویژگی اساسی آنها ضدیت با فرهنگ جامعه ماست . این دسته از الگوها در برابر ارزشهای مسلط جامعه نظیر روابط تنظیم یافته جنسی ، لباس ، رفتار و ... به مقاومت بر می خیزند و آنها را نفی می کنند. با توجه به مطالبی که گذشت در پژوهش حاضر از ابعاد شش گانه مسأله تحقیق ،

تعریف دقیقی از آن ارائه نمود.

از نظر کلاید کولکهنون^۵، الگو حافظ چیزی است که از لحاظ تاریخی معنای غالب آن است. چیزی که باید تقلید و تکرار شود و بدین سان الگو به کلی ترین معنای آن یک نظم ساختاری است. (گولد و دیگران، ۱۳۷۶).

از نظر آلبرو^۶ (۱۳۸۰) نکته ای که در مورد الگوها وجود دارد این است که الگوها همیشه دو گانه اند؛ یعنی زمانی که این الگوها در عمل به کار بسته شوند، به صورت واقعیت در می آیند اما زمانی که افراد نتوانند خود را با آن همنا کنند، به صورت آرمان در می آیند. این همان تمایزی است که لیتون بین "الگوهای فرهنگی ایده آل" و "الگوهای رفتاری" برقرار می کند. "الگوهای فرهنگی ایده آل" تعیین کننده تعاملها و اثرات متقابلی است که از سوی هنجارها به صورت نظری طلب می شود و مستقیماً هنجارهای فرهنگی را تجلی می بخشد در حالی که "الگوهای رفتاری" بیشتر به تعیین شیوه هایی که فرد آنها را می بیند، یعنی رفتاری که فرد باید برگزیند، می پردازد. بنابراین با توجه به تعاریفی که ارائه شد، الگو طرح و نمونه ایست که از آن پیروی می شود. به عبارتی الگوها، شیوه های رفتاری پذیرفته شده و یا قواعدی هستند که در داخل گروه و یا در جامعه

به طور کلی می توان گفت، ارزشها زمینه ساز الگوها به شمار می آیند و الگوها به علت خاص بودنشان به صورت مجزا از هم قابل تحلیل نیستند؛ چرا که معنای واقعی آنها به تنهایی و بدون ارتباطشان با ارزشها قابل فهم نیستند

متداول و مرسوم اند و افراد جامعه در جریان زندگی خود آنها را فرا گرفته و رفتارشان را با آنها منطبق می سازند و بر مبنای آن عمل می کنند و الگوگزینی یا مدل گیری^۷ به طور کلی به معنای کسب الگوی رفتاری است. به عبارتی "الگوگزینی کسب و اخذ و آموزش الگوهای رفتاری است که از ساده ترین آنها همچون یک حرکت، یک تغییر چهره، شروع می شود و به گونه های پیچیده ای همچون کسب مهارت های حرفه ای و... می رسد" (ساروخانی، ۱۳۷۵).

نکته ای که در رابطه با الگوها قابل توجه می باشد، این است که الگوهای رفتاری عموماً مبتنی بر ارزشهای اجتماعی^۸ هستند و این ارزشها هستند که نوعی انسجام به قواعد یا الگوها می بخشند. بنابراین الگوهای رفتاری در رابطه با ارزشهایی که زمینه ساز آنهاست، جهت می یابند. همان گونه که هانری مندراس^۹ معتقد است، گاهی ارزشها هماهنگ می شوند و شکل نظام و آرمان به خود می گیرند؛ یعنی ارزشها سازمان یافته و به صورت یک آرمان در می آیند که جامعه آن را به افراد خود عرضه می کند که این آرمان راهنمای اندیشه و عمل است.

از نظر ساپیر، الگو روال رفتاری تعمیم یافته‌ای است که بیشتر به جامعه مربوط است تا به خود نمونه‌ای برای تبعیت است. از طرف دیگر الگو آرمانی است که ارزشی را متجلی

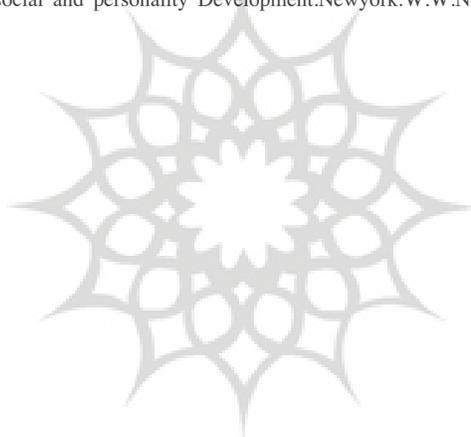
می‌سازد و از طرف دیگر تصویر راهنما است که فرد بر سر راه خود می‌یابد و باید بکوشد به آن دست یابد (آن ماری، ۱۳۷۲) معنای دیگری که از الگو برمی‌آید این است که الگو شیوه‌هایی برای عمل و زندگی است که از فرهنگ منتج شده و افراد در درون این قالبها و الگوها از خود واکنش نشان می‌دهند. الگو همچنین مبنایی برای رفتارهای اجتماعی در نظر گرفته شده است. در این معنی رفتار اجتماعی که مجموعه‌ای از افعال و طرز تلقی‌های افراد در برابر وضعیتهای مختلف است، بر طبق الگوهای کلی صورت می‌گیرد و بنابر تعریف الگوهای کلی رفتار، عبارتند از: شیوه‌های منظم در رفتار که در یک جامعه از زمان گذشته تاکنون مشاهده می‌شوند و از آن جهت که به عنوان راهنمایی برای رفتارهای افراد و گروهها در زمان حال و آینده به کار می‌آیند، الگوهای کلی زنده‌ای را تشکیل می‌دهند (بیرو، ۱۳۶۶).

لینتون^۳ الگوهای فرهنگی^۴ را به معنای قالب مشخصی برای رفتارهای اعضای یک جامعه در یک موقعیت خاص تعریف می‌کند و معتقد است که همنوایی با نظم پذیرفته شده جامعه، الگوهای فرهنگی را پدید می‌آورد. از نظر لینتون فرهنگ شامل دو سطح انتزاع متفاوت است، از سویی هنجارها و ارزشهای مادی جامعه و از دیگر سوی، الگوهای رفتاری که این ارزشها آنها را معین می‌کنند و اعضای گروه باید خود را با آن مطابقت دهد.

اصطلاح الگو از نظر لینتون، در مرز میان فرهنگ و نظام اجتماعی جای دارد. در واقع از سویی به فرهنگ تعلق دارد؛ چرا که از جانب هنجارها و ارزشهایی که در آن جلوه گر شده‌اند، تعریف می‌شود و از دیگر سوی، جزئی از نظام اجتماعی است؛ زیرا به توصیف روابط میان افراد و شبکه‌های سازمان یافته روابط اجتماعی می‌پردازد (آن ماری، ۱۳۷۲).

بنابراین می‌توان گفت الگوها با توجه به محتوایشان نمایشگر فرهنگ هستند. اما اگر به جنبه ساختاری آنها توجه شود، نظام اجتماعی را شکل می‌دهند؛ نظامی که به عنوان الگوهای ایده آل سازمان دهنده نگرشها و رفتارهای افراد تعریف شده است. از نظر ساپیر، الگو روال رفتاری تعمیم یافته‌ای است که بیشتر به جامعه مربوط است تا به خود. ساپیر بر این عقیده است که در توجه به شکل‌های فرهنگی در می‌یابیم که بعضی از جلوه‌های فرهنگی، مانند الگوهای رفتار اجتماعی آشکار نیست و نمی‌توان

- ۱۰- ستوده، هدایت الله: آسیب شناسی اجتماعی، جلد پنجم، آوای نور، تهران، ۱۳۷۸.
- ۱۱- عبدالهی، محمد: جامعه شناسی بحران هویت، نامه پژوهش، شماره ۲ و ۳، پاییز و زمستان ۱۳۷۵.
- ۱۲- کازنو، ژان: جامعه شناسی و سائل ارتباط جمعی، ترجمه دکتر باقر ساروخانی، نشر اطلاعات، تهران، ۱۳۷۰.
- ۱۳- گرث، هانس؛ میلز، سی رایت: منش فرد و ساختار اجتماعی (روانشناسی نهادهای اجتماعی)، ترجمه اکبر افسری، انتشارات آگاه، تهران، ۱۳۸۰.
- ۱۴- گولد، جولیس؛ کولب، ل. ویلیام: فرهنگ علوم اجتماعی، ترجمه محمدجواد زاهدی، انتشارات مازیار، تهران، ۱۳۷۶.
- ۱۵- هاشمی، ضیاء: بررسی گروه مرجع جوانان، پایان نامه دکتری، دانشگاه تهران، دانشکده علوم اجتماعی، ۱۳۸۲.
- ۱۶- موزر، کلاس؛ آدولف، ج. گالتون: روش تحقیق، ترجمه کاظم ایزدی، کیهان، تهران، ۱۳۶۷.
- 17-Samuel,williem,1981,personality.Mc Grow -Hill
- 18-Turner,Janatan. 1994,sociology concepts and uses. Mc Grow -Hill
- 19-Damon,w.1983.social and personality Development.Newyork:W.W.Norton and company.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی