

عوامل موثر بر گزینش گروه مرجع در بین دانشجویان

(مطالعه جامعه‌شناختی تغییر گروه مرجع)

در بین دانشجویان دانشگاه‌های اصفهان و صنعتی اصفهان)

دکتر جعفر هزارجریبی*

محمد آقاییگی کلاکی**

تاریخ دریافت: ۸۹/۱۲/۲۵

تاریخ پذیرش: ۹۰/۶/۵

شوریه‌گاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
چکیده:

گروه مرجع یکی از مهم‌ترین منابع هویتی افراد یک گروه و در ابعاد گسترده‌تر، یک جامعه است، و تاثیر بسیار مهمی در شکل‌گیری نگرش‌ها و ارزش‌ها و جهت‌دهی به هنجارها و رفتارهای افراد جامعه دارد. تغییر گروه مرجع از گروه خودی به گروه دیگری (غریبه)، علاوه بر آن که موجب رواج

* . دانشیار جامعه‌شناسی دانشگاه علامه طباطبائی .

** . دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه علامه طباطبائی .

ارزش‌ها و هنجارهای جامعه‌ای دیگر در جامعه خودی شده و موجب بروز رفتارهایی می‌شود که از دیدگاه جامعه خودی کجروی و انحراف محسوب می‌شود؛ موجبات بروز بحران‌های هویتی در بین افراد جامعه را نیز فراهم می‌کند. در این پژوهش میزان مرجعیت جوامع غربی توسعه یافته در بین دانشجویان دانشگاه‌های اصفهان و صنعتی اصفهان مورد بررسی قرار گرفته و برای تبیین آن تاثیر عواملی مانند: مطلوبیت نظام‌های اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و ارزشی جوامع غربی و نیز تاثیر عوامل اقتصادی، سیاسی و ارزشی جامعه ایران در نظر گرفته شده و مکانیسم تاثیر آن‌ها بر تغییر گروه مرجع تحلیل شده است. از دیگر عواملی که به عنوان متغیر مستقل مورد استفاده قرار گرفته است می‌توان به گستره تبلیغاتی و رسانه‌ای جوامع غربی برای تبدیل خود به عنوان مرجع برای سایر جوامع و همچنین طبقه اقتصادی و اجتماعی افراد اشاره کرد.

این علل در قالب مکانیسم ارائه شده در چارچوب نظری پژوهش، در مجموع قدرت تبیین $R^2 = 1 - e = 1 - 0.45 = 0.55$ را ارائه کرده‌اند، که در میان این عوامل، مطلوبیت نظام فرهنگی، ارزشی و سبک زندگی جوامع غربی با ضریب تاثیر مجموع ۰.۶۱ بالاترین تاثیر را در تغییر گروه مرجع دارد و طبقه اقتصادی و اجتماعی با مجموع ضریب تاثیر (مستقیم و غیر مستقیم) ۰.۳۹ و مطلوبیت اقتصادی و فرهنگی جامعه ایران با ضرایب ۰.۳۳- در مراتب بعدی تاثیر قرار دارند.

در نتیجه این عوامل اکنون شاهد تغییر گروه مرجع در طیف نسبتاً وسیعی از دانشجویان هستیم به گونه‌ای که می‌توان تغییر گروه مرجع حدود ۴۰ درصد از دانشجویان مورد بررسی را مورد تاکید قرار داد. این امر می‌تواند عواقب نامطلوبی را برای جامعه به همراه داشته باشد و موجبات از خودبیگانگی در میان افراد جامعه، تضعیف انسجام اجتماعی، مصرف‌گرایی به سمت کالاهای خارجی، و به دنبال آن تضعیف سیستم اقتصادی جامعه و... را به همراه داشته باشد.

واژه‌های کلیدی: گروه مرجع، گروه خودی، گروه دیگری، جامعه

ایران، جوامع غربی، رسانه‌های گروهی، تغییر ارزش‌ها

۱- طرح مساله:

گروه مرجع یکی از مهم‌ترین منابع هویت بخشی به افراد و شکل‌دهی به ارزش‌ها، هنجارها و در نهایت رفتار آنان است. از این روی بحث درباره این موضوع یکی از مهم‌ترین بحث‌هایی است که در رشته‌های روان‌شناسی، جامعه‌شناسی و نیز گرایش‌های بین رشته‌ای مانند روان‌شناسی اجتماعی مورد توجه بوده است. در غالب موارد گروه عضویتی فرد گروه مرجع او می‌باشد، اما مواردی هم پیش می‌آید که یک گروه غریبه یا غیر عضویتی به گروه مرجع فرد یا افراد تبدیل می‌شود. به تبع اهمیتی که گروه مرجع برای جهت‌دهی به رفتار و کردار اعضای یک گروه یا جامعه دارد، در صورتی که گروه مرجع فرد تغییر کند، ارزش‌ها و هنجارهایی مورد پذیرش آنان قرار می‌گیرد که با ارزش‌ها و هنجارهای مورد پذیرش گروه عضویتی او در تضاد و تخاصم قرار می‌گیرد و او را به رویارویی با گروه عضویتی می‌کشاند. این امر به ویژه از سوی جامعه یا گروه عضویتی فرد و اعضای آن غیرقابل تحمل است چرا که ارزش‌های آن‌ها را به چالش کشیده و از دید آنان نوعی کجروی و هنجارشکنی به حساب می‌آید. حالت نامطلوب‌تر برای یک گروه زمانی است که طیف وسیعی از اعضای آن در این مسیر قدم بگذارند.

طی سال‌های اخیر و بر اساس تحولاتی که در سطح جامعه به وقوع پیوسته است، تغییر گروه مرجع اعضای جامعه و به ویژه طیف و نسل جوان جامعه به سوی جوامع غربی و توسعه یافته را می‌توان از روی تغییر ارزش‌ها و هنجارهای آنان و تقلید و شبیه‌سازی رفتارهای غربی مشاهده کرد. این پدیده که در سطحی‌ترین بُعد ممکن یعنی تقلید از ارزش‌های جوامع غربی در سبک زندگی و در مقابل عدم نفوذ به لایه‌های

دیگری از فرهنگ آن جوامع مانند نظم، تلاش، پشتکار، سخت کوشی و ... صورت می‌پذیرد، باید به عنوان دردی مهم برای جامعه ایران تلقی کرد که می‌تواند پیامدهای نامطلوبی مانند: بحران‌های هویتی، کجروی‌های اجتماعی، کاهش پایبندی‌های اجتماعی و شکل‌گیری گروه‌های نامانوس با فرهنگ جامعه را به همراه داشته باشد. بنابراین تحلیل و بررسی این موضوع از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است تا با بازشناسی عوامل موثر بر این تغییر، در جهت اصلاح آن گام برداشته شود.

این پژوهش در پی تحلیل این موضوع یعنی تغییر گروه مرجع در بین دانشجویان، به دنبال تحقق اهداف زیر است:

- ۱- بررسی میزان و گستره تغییر گروه مرجع از جامعه‌ایران به سمت جوامع توسعه یافته در بین دانشجویان
- ۲- بررسی علل موجود در جامعه ایران که تغییر گروه مرجع را باعث می‌شوند و میزان تاثیرگذاری هر کدام از علل
- ۳- بررسی علل و عوامل موجود در سایر جوامع که تغییر گروه مرجع را باعث می‌شوند و میزان تاثیرگذاری هر کدام از علل
- ۴- تحلیل مکانیسم و چگونگی اثر عوامل یاد شده بر روی تغییر گروه مرجع دانشجویان

۲- مبانی نظری:

زندگی و حیات انسان بر خلاف موجودات دیگر آن گاه شکل واقعی و حقیقی خود را پیدا می‌کند که در ارتباط با سایر انسان‌ها و در محیط اجتماعی شکل بگیرد. بسیاری از جانداران دیگر و حتی آنان که گفته می‌شود دارای زندگی جمعی هستند، رفتارهای شان بر اساس نیروی غریزه شکل می‌گیرد و در طول زمان‌های طولانی زندگی آنان از این حیث از ثبات و سکون برخوردار بوده و تحولی را به خود نمی‌بیند. ولی زندگی انسان بر خلاف سایر جانداران از بدو تولد وابستگی شدیدی به سایرین دارد و

اصولاً او بدون همراهی و همیاری سایرین قادر به ادامه زندگی خود نیست. از سوی دیگر او برای ورود به زندگی جمعی انسان‌ها که لازمه زندگی او است، باید قواعد و مقرراتی را در رفتارهای خود لحاظ کند و از این حیث فرایند آموزش و به عبارت کلی‌تر جامعه‌پذیری^۱ از اهمیت به‌سزایی برخوردار است. در واقع جامعه‌پذیری سرمنشا شکل‌گیری ارزش‌ها^۲ و هنجارهای^۳ اجتماعی است که راهنمای رفتار انسان در زندگی اجتماعی و به عبارتی بهتر و به نقل از رالف دارندروف گرامر اجتماعی^۴ هستند. یکی از نکات اساسی در فرایند جامعه‌پذیری این است که افراد این ارزش‌ها و هنجارها را چگونه و از چه کسانی یاد می‌گیرند؟ به عبارت دیگر انتقال ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی از طریق چه کسانی انجام می‌شود و چه کسانی بر شکل‌گیری رفتار افراد در جامعه موثر هستند و چه افرادی در معرض نفوذ و تاثیر آن‌ها قرار دارند؟ برای ورود به این بحث و پاسخ به سوالات مطرح شده به چند نکته پرداخته و ذیل آن به پرسش‌ها پاسخ خواهیم گفت.

اول آنکه لازم به یادآوری است که فرایند جامعه‌پذیری را نباید به یادگیری‌های مستقیم و آموزش‌های تعمدی خلاصه کرد بلکه این فرایند بیشتر از آنکه بر جنبه‌های آگاهانه و با قصد و هدف متکی باشد، بر وجوهی ناآگاهانه و یا نیمه آگاهانه استوار است. نکته دیگر درباره چرایی پیروی افراد از ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی است و اینکه طی چه فرآیندهایی افراد با هنجارهای اجتماعی هم‌نوایی نشان می‌دهند.

دلیل پیروی افراد از ارزش‌های اجتماعی و هنجارها، منسب‌های گوناگون و متفاوتی دارد که برخی از آن‌ها عبارتند از:

- درونی کردن ارزش‌ها و تمایل قلبی به پیروی از آن‌ها

۱. Socialization

۲. Values

۳. Norms

۴. Social Grammar

- ترس و نگرانی از مجازات‌های اجتماعی بویژه مجازات‌های غیر رسمی که از آن‌ها به عنوان «فشار هنجاری» یاد می‌شود.

اما ریشه‌یابی دقیق‌تر مسئله نشان می‌دهد این دو علت، ریشه در علتی عمیق‌تر دارند و آن این است که افراد برای ارضای نیازهای فطری خود از جمله نیاز به احترام، خود را با سایرین مقایسه می‌کنند و مقیاس مقایسه در این حالت یا آنچه برای افراد اهمیت دارد، نظر کسانی است که برای‌شان مهم تلقی می‌شوند. این افراد در نزد جامعه‌شناسان مکتب کنش متقابل نمادین «دیگران مهم»^۱ نامیده می‌شوند.

مید معتقد است «خویشتن» اجتماعی فرد محصول گرایش‌های اشخاصی است که در اطراف او برای وی معنایی دارند. همان گونه که مید بیان داشته «فرد تجربه «خویشتن» را از نقطه نظرات خاص سایر اعضای همان گروه یا از نقطه نظر تعمیم‌یافته گروه اجتماعی‌ای که به آن تعلق دارد، کسب می‌کند» (دوچ و کراوس، ۱۳۸۶: ۲۰۵).

در واقع افراد برای برگزیدن یک رفتار - که دارای ارزش است؛ زیرا هر رفتار به معنای ترجیح دادن عمل در مقابل انجام ندادن آن یا عمل به رفتاری دیگر است و این ترجیح همان ارزش است - رضایت و برآوردن خواسته افرادی که برای آنان اهمیت قائل هستند را مورد توجه قرار می‌دهند و بدان گونه عمل می‌کنند که در این مسیر گام بردارند تا نظر آن‌ها را تامین کرده باشند. یکی از ابعاد «دیگران مهم» و عمده‌ترین آن، مقوله‌ای است که از آن به عنوان «گروه مرجع»^۲ نام برده می‌شود و این البته یکی از وجوه کارکردی گروه مرجع است.

در توضیح گفته می‌شود که افراد برای شکل دادن به باورها و عقاید خود و همچنین برای چگونگی عملکردهای خود در عرصه‌های گوناگون خود را با گروه‌هایی متشکل از افرادی که عقاید و عملکرد آن‌ها را نمونه می‌پندارند، مقایسه می‌کنند و از این طریق به ترسیم هویت خودشان می‌پردازند. این گروه‌های مورد مراجعه که از آن‌ها

۱. important others
۲. Reference group

پیروی می‌شود، «گروه‌های مرجع» نامیده می‌شوند. گروه‌های مرجع بدین لحاظ که الگوهای را برای داوری و ارزیابی فرد از خود، تشکیل می‌دهند، اهمیت بالایی دارند. بنابراین افراد برای آن‌که رفتار، استعداد، ظواهر بدنی، ارزش‌ها و بسیاری دیگر از ویژگی‌های خود را بیازمایند و ارزیابی کنند، نیاز به معیارهایی دارند که از طریق گروه مرجع در اختیارشان قرار می‌گیرد. (کوئن؛ ۱۳۷۳: ۱۳۸)

اصطلاح «گروه مرجع» نخستین بار توسط هیمن^۱ مطرح گردید. وی در تعریف این اصطلاح می‌گوید:

«از آن‌جا که موقعیت، یا منزلت اجتماعی فرد از طریق موقعیت نسبی با افراد دیگر تعریف و توصیف می‌شود بنابراین تصور فرد از مقام و منزلت خود بستگی به گروه مخصوصی از افراد دارد که وی خود را با آن‌ها مقایسه می‌نماید» (Hyman, ۱۹۶۸).

برخی دیگر از نظریه‌پردازان، نقش اصلی گروه‌های مرجع را برای کارکرد «ارزیابی خود» مؤثر می‌دانند و معتقدند که گروه‌های مرجع، تنظیم‌کننده یک سری از عواملی هستند که از نتایج آن فرایندهای خودارزیابی است که فرد از طریق آن‌ها ارزش‌های گروه‌های دیگر را در یک چارچوب مقایسه‌ای می‌پذیرد.

لئون فستینگر در قالب نظریه مقایسه اجتماعی اش معتقد است که افراد در جهت تخمین و ارزیابی عقاید، استعدادها و اعمال و رفتارشان هرگاه به اندازه‌گیری‌ها و معیارهای عینی و غیر اجتماعی دست پیدا نکنند، عقاید و استعدادهای خود را با عقاید و استعدادهای دیگران مقایسه می‌کنند.

همچنین «کلی» معتقد است که گروه‌های مرجع دو کارکرد قابل تمایز دارند: یکی آن‌که به ایجاد و تقویت استانداردهای شخص یاری می‌رسانند؛ دیگر آن‌که به عنوان استاندارد و معیاری در مقابل سایر چیزهایی که فرد می‌تواند قیاس کند، به کار می‌روند.

۱. Herbert Hygman

با در نظر داشتن مجموع اظهارات بیان شده در تعریف گروه مرجع می‌توان گفت که «گروه مرجع» گروهی است که افراد خود را با آن مقایسه و با استانداردهای آن خود را ارزیابی می‌کنند (رفیع پور، ۱۳۸۲: ۱۳۳). در واقع انسان‌ها به دلایل گوناگون مانند: نیاز به احترام و آبرو و نیز فشار هنجاری عموماً خود را با عده‌ای مقایسه و ارزیابی می‌کنند (Festinger, ۱۹۶۵) در این فرایند انسان ارزش‌ها و استانداردهای افراد یا گروه دیگر را به عنوان یک قالب مقایسه‌ای^۱ و مرجع می‌گیرند، در این صورت آن فرد یا گروه را گروه مرجع می‌نامند. (Merton, ۱۹۶۸: ۲۸۸).

رابط مرتن تغییری اساسی در نظریه گروه‌های مرجع به وجود آورد. وی گروه‌های مرجع را به دو دسته مثبت و منفی تقسیم کرد. منظور وی از گروه‌های مرجع مثبت، گروه‌هایی است که هنجارهای آن‌ها پذیرفته می‌شود و گروه‌های مرجع منفی، گروه‌هایی است که هنجارهای آن‌ها طرد می‌شود.

از این روی یک گروه مرجع ممکن است برای برخی افراد نقش مثبت و همان گروه برای افراد دیگر نقش منفی داشته باشد. گروه مرجع ممکن است در زمان حاضر برای فرد موجودیت نداشته باشد و متعلق به گذشته باشد؛ برای مثال معتقدان به مذهب معینی، پیشوایان دینی خود را که در گذشته بوده‌اند، اکنون نیز گروه مرجع به حساب می‌آورند و دیگر آنکه گروه مرجع نسبی است و با گذشت زمان و تغییر مکان ثابت نمی‌ماند.

هر چند تفاوت محسوسی در برداشت محققان از مفهوم گروه مرجع وجود دارد ولی می‌توان گفت که آنان این ویژگی‌ها را به عنوان عناصر مفهوم گروه مرجع در نظر گرفته‌اند:

- منبع الهام بخش برای شکل‌گیری نگرش‌ها، ارزیابی و رفتار (Merton, ۱۹۶۸)

(۲۸۷)

- فرد خود را به آن‌ها مربوط می‌داند (Ibid: ۳۴۴)
- فرد آرزوی برقراری رابطه با آن‌ها دارد (Ibid)
- مرجع اخذ هنجارهای معنی بخش به زندگی
- منبع دریافت اهداف زندگی فردی و اجتماعی
- منبعی برای تعیین معیارهای ارزیابی
- راهنمای فرد (Milem, ۱۹۹۸)
- الگویی برای همانندسازی (Lindesmith & Strauss, ۲۰۰۲)
- تأیید آن‌ها را جستجو می‌کند
- منبعی برای دریافت ابزار ارزیابی خود و دیگران
- محقق سازنده دیگران تعمیم یافته^۱

به نظر چارلز سینگر گروه مرجع به گروهی معطوف است که فرد تلاش می‌کند با وجود عضویت یا عدم عضویت در آن گروه، آن را راهنمای خود قرار دهد (Singer, ۱۹۶۸). در یک جمع‌بندی از تعاریف می‌توان گروه مرجع را به عنوان گروه یا فردی^۲ تلقی نمود که شخص به هنگام ارزیابی، جهت‌گیری و رفتار، تصویری را که از انتظارات و معیارهای وی یا آن‌ها دارد به عنوان راهنما و الگو در نظر می‌گیرد.

همه انسان‌ها نیاز دارند که رفتار خود و دیگران را زیر نظر داشته باشند. این نظارت نیاز به معیارهایی دارد که از گروه مرجع گرفته می‌شود. در واقع فرد در جریان رفتارهای عادی و روزمره و همچنین رفتارهای سرنوشت‌ساز خود، همواره به خود از زاویه دید دیگران می‌نگرد و مستمراً آن چه انجام می‌دهد را مورد بازنگری و اصلاح قرار می‌دهد.

۱. generalized others

- در کنار گروه‌های مرجع، شخص می‌تواند به عنوان چارچوب مرجع، افراد را برگزیند. هر چند تحقیقات انجام شده در این زمینه بیشتر بر مطالعه گروه مرجع تاکید داشته‌اند و فرد را ندیده گرفته‌اند، اما باید توجه داشت که انتخاب افرادی به عنوان مرجع همان قدر اتفاق می‌افتد که انتخاب گروه به عنوان مرجع.

به عبارت دیگر افراد مستمراً نیازمند به مرجعی هستند که مورد تأییدش قرار گیرند. در واقع افراد در جامعه مستمراً در حال کنش متقابل هستند. گروه مرجع برای اینکه نگرش‌ها و ارزش‌های آن‌ها و همچنین معیارهای خودسنجی‌ها و دگرسنجی‌های‌شان از استمرار و ثبات نسبی برخوردار باشد الزامی می‌نماید. در واقع گروه مرجع موجب می‌شود تا گروهی از افراد منفرد مجزا از هم به دلیل تبعیت و همنوایی با امر واحدی، از اشتراک برخوردار شوند. به عبارت دیگر می‌توان گفت مهمترین کارکرد گروه‌های مرجع جامعه‌پذیری و کنترل اجتماعی است.

نکته این که یک گروه می‌تواند گروه مرجع مثبت یا گروه مرجع منفی باشد. گروه مرجع مثبت همان است که هنجارها و ضوابط آن به منزله چارچوب مرجع، بکار می‌آیند و در مقابل گروه مرجع منفی همان گروهی است که هنجارهای آن مطروندنند و ضد هنجارها آن را پر کرده‌اند (دوچ و م. کراس، ۱۳۸۶: ۲۰۹).

در مجموع می‌توان مهم‌ترین کارکردهای گروه‌های مرجع را به این شرح بیان

کرد:

- ارائه بازخورد به فرد برای نظارت و اصلاح
- گسترش همنوایی در جامعه
- همانندسازی ارزشی
- منبعی برای شکل‌گیری نگرش‌ها
- تأمین نیازهای هنجاری و مقایسه‌ای
- تأمین نیاز فرد به پناهگاه هویتی
- تأمین کننده معیارهای ارزیابی و خودسنجی
- تأمین نیازهای اخلاقی
- تأمین نیازهای معرفت اجتماعی

بر اساس آن چه گفته شد گروه‌های مرجع یک جامعه از اهمیت اساسی برخوردار هستند.

انسان‌ها معمولاً به گروه خود علاقمندند و برای آن بیش از گروه غریبه^۱ ارزش قائلند. بدین ترتیب افراد معیارها و مقیاس‌های گروه خود را اساس و مقیاس قرار می‌دهند و بدان متمایلند تا دیگران را با آن معیارها بسنجند، به عبارت دیگر افراد مقیاس‌های ساخته شده در گروه خود را «مرجع» می‌انگارند (رفیع پور؛ ۱۳۸۲: ۱۳۳). ولی حالت‌ها و مواقعی نیز پیش می‌آید که به دلایل گوناگون، افراد از گروه خود زده می‌شوند و کم‌کم آن را طرد کرده و سرانجام تا حدی جلو می‌روند که دیگر آن گروه را قبول ندارند و مایلند گروه خود را تغییر دهند، در این صورت گروه خودی، گروه مرجع منفی و گروه غریبه گروه مرجع مثبت خواهد بود.

اما چه چیزی مشخص می‌دارد که فرد معینی گروه مرجع خود را از میان گروه‌های تعلق خود انتخاب می‌کند یا از گروه‌هایی که بدان‌ها تعلق ندارد.

«هیمن» در مطالعه آزمایشگاهی خود در سال ۱۹۴۲ مفهوم گروه مرجع را برای اولین بار از زاویه روان‌شناختی تبیین کرد. محور پژوهش او متغیر «منزلیاتی ذهنی» بود و در آن به این نتیجه رسید که افراد غالباً از گروه‌هایی تاثیر می‌پذیرند که در شکل دادن به منزلت ذهنی‌شان بیش‌ترین تاثیر را از آن گروه پذیرفته باشند و در این میان سطح ارتباط افراد به عنوان یک عامل تعیین‌کننده قابل‌شناسایی است (سروستانی و هاشمی؛ ۱۳۸۲).

«شیبوتانی» به پژوهش تجربی درباره گروه‌های مرجع در قالب نظریه کنش متقابل نمادین پرداخته و به این نتیجه می‌رسد که انتخاب گروه مرجع تحت تاثیر شبکه ارتباطات اجتماعی است (Chapman & Dawson; ۲۰۰۰).

- گروهی که در مقابل گروه خودی قرار می‌گیرد و عموماً با آن در رقابت است: other group یا out group (رفیع پور، ۱۳۸۲: ۱۲۳).

اما یکی از تاثیرگذارترین پژوهش‌های جامعه‌شناختی درباره گروه مرجع را رابرت کی مرتون در کتاب «سرباز آمریکایی» به انجام رسانده که منجر به ارائه تئوری معروف «گروه مرجع» شده است. نتایج پژوهش او نشان داده است که عوامل زیر در انتخاب و پذیرش گروه‌های مرجع موثر هستند: ۱- تامین منزلت و جایگاه اجتماعی به عنوان عامل اصلی، ۲- تحرک و ارتباطات اجتماعی به عنوان عامل اصلی، ۳- پایگاه و ویژگی‌های فردی، ۴- درجه بی‌عدالتی اجتماعی، ۵- امکان تغییر توانایی‌های فرد با پذیرش گروه مرجع و ۶- ارزیابی فرد در رابطه با مطلوب بودن کارکرد نهادهای اجتماعی.

در ایران اولین مطالعات درباره گروه‌های مرجع در ارتباط با مرجع شدن گروه‌هایی غربی مانند گروه‌های رپ و هوی متال در دهه ۶۰ انجام شده است. این پژوهش‌ها درصدد شناسایی عوامل درون‌زا و برون‌زای موثر بر تغییر مرجع ارزشی جوانان بوده و عمدتاً در این نقطه اشتراک نظر دارند که غرب با حرکت‌های برنامه‌ریزی شده درصدد القای فرهنگ مصرف‌گرای خود در میان جوانان کشور می‌باشد. منطقی (۱۳۷۷) به این نتیجه رسیده است که غرب با عملیات روانی دقیق و در یک روند طولانی موفق به تغییر گروه مرجع بخشی از جوانان شده است.

رفیع پور (۱۳۸۰) با ارائه بحث‌های نظری و پژوهش‌های میدانی ضمن پذیرش برنامه‌ریزی و تلاش غرب برای تغییر گروه مرجع جامعه و تغییر ارزش‌های آن، ریل‌گذاری غلط جامعه، در پیش گرفتن توسعه برون‌زا، با ارزش‌شدن ثروت و ایجاد تعارض ارزشی در جامعه را در این زمینه موثر می‌داند.

بیات (۱۳۸۱) در پژوهش خود با عنوان «بررسی بحران هویت جوانان و ارتباط آن با برخی متغیرهای اجتماعی» به این نتیجه می‌رسد که اگر گروه‌های خودی مشروعیت مرجع بودن را از دست بدهند، افراد به دنبال گروه‌های غیر خودی خواهند بود و آن‌گاه ثبات اجتماعی به خطر خواهد افتاد.

انتظاری و پناهی (۱۳۸۶) نیز در مقاله‌ای به بررسی رابطه میان تصور باز بودن ساختاری با گرایش به گروه‌های مرجع غیربومی در محیط‌های واقعی و مجازی پرداخته‌اند و به این نتیجه رسیده‌اند که گرایش به گروه‌های مرجع غیربومی در محیط مجازی به نحو قابل توجه و معناداری بیشتر از محیط واقعی است. همچنین تصور باز بودن ساختاری با گرایش به گروه‌های مرجع غیربومی در هر دو محیط واقعی و مجازی رابطه معکوس دارد.

در این پژوهش از تئوری مرتون و بسط نظری آن برای پاسخ به سوال ارائه شده استفاده شده است.

رابرت مرتون در پاسخ به سوال بالا چهار عامل را در سطح گروهی، فردی و نظام اجتماعی مورد تحلیل قرار می‌دهد و به این نتیجه می‌رسد که:

۱- هر چه گروه‌هایی که فرد بدان‌ها تعلق ندارد قادر باشند حیثیت بیشتری برای فرد قائل باشند (در مقایسه با امکاناتی که گروه‌های تعلق خود او در اختیار وی قرار می‌دهند)، بیشتر ممکن است که او آن گروه‌ها را به عنوان گروه مرجع انتخاب نماید.

۲- هر چه فرد کم‌تر موضع اصلی در گروه‌های تعلق داشته باشد (بیشتر به تنها بودن تمایل نشان می‌دهد)، بیشتر احتمال دارد که به عنوان گروه مرجع، گروهی را انتخاب کند که به آن تعلق ندارد.

۳- برخی نتایج مشاهدات به این فرضیه صحنه می‌گذارند که نظام‌های اجتماعی که نرخ تحرک اجتماعی و تغییر پایگاه اجتماعی آن‌ها نسبتاً بالا است انتخاب گروه‌هایی که فرد بدان‌ها تعلق ندارد، به عنوان گروه مرجع، آسان‌تر است. این موضوع، دست کم تا حدودی، درست است زیرا در جوامعی که در آن‌ها نرخ تحرک بالاست، قبول گرایش‌ها و ارزش‌های گروه جدید، در غالب موارد، قبل از آن‌که تغییراتی در پایگاه فرد واقعاً انجام گرفته باشد، اتفاق می‌افتد. در عمل اغلب چنین آمادگی برای جامعه پذیری، شرط قبلی و اولیه تغییر پایگاه است.

۴- سرانجام حق این است که فرض کنیم ویژگی‌های شخصی فرد نیز در اینجا نقشی بازی می‌کنند که متاسفانه پژوهش‌های تجربی انجام یافته در این زمینه، چیزی جز اطلاعات مبهم به ما نمی‌دهند (دوچ، و کراس، ۱۳۸۶: ۲۰۹-۲۱۰).

اگر بخواهیم تغییر گروه مرجع را در چارچوب یک نظام اجتماعی و در قالب یک جامعه در نظر بگیریم و مورد تحلیل قرار دهیم می‌توانیم با استفاده از عامل‌های ۱، ۲ و ۳ تحلیل مرتون این گونه بیان نماییم که تغییر گروه مرجع از یک جامعه به جامعه‌ای دیگر به طور کلی در نتیجه وجود عوامل دافعه در جامعه مبدا (به صورت کم بودن عوامل مثبت و بالا بودن عوامل منفی) و وجود عوامل جاذبه در جامعه مقصد (به صورت کم و پایین بودن عوامل منفی و بالا بودن عوامل مثبت) بوده که قابل بیان به صورت مطلوبیت جامعه مقصد و عدم مطلوبیت جامعه مبدا می‌باشد.^۱ این مطلوبیت و در وجه مقابل آن عدم مطلوبیت را می‌توان در چارچوب خرده نظام‌های گوناگون زندگی اجتماعی مورد بررسی قرار داد. در این پژوهش سه خرده نظام اقتصادی، سیاسی و فرهنگی (در چارچوب ارزش‌های اجتماعی و سبک زندگی) به عنوان عوامل موجود در جامعه مبدا و مقصد و نیز عوامل ایجادکننده تحرک و تغییر پایگاه اجتماعی مورد مطالعه قرار می‌گیرند.

در واقع اگر بخواهیم تغییر گروه مرجع را در این چارچوب برای جامعه ایران و اعضای آن مورد بررسی قرار دهیم فرضیه اصلی پژوهش را باید به این صورت عنوان کنیم که مطلوبیت ذهنی این سه خرده نظام در جوامع توسعه یافته غربی بالاتر از مطلوبیت خرده نظام‌های اجتماعی ایران است. در این راستا چرایی مطلوبیت نظام اجتماعی غرب توسعه یافته برای مردم ایران، پدیده‌ای است که باید علت‌های آن را در ساختارهای فرهنگی و اجتماعی جامعه و در یک بستر تاریخی گسترده مورد تحلیل و بررسی قرار داد.

- این مطلوبیت‌ها می‌تواند ذهنی و یا واقعی باشند.

طی قرن‌های اخیر و در اولین برخوردهایی که میان کسانی که در تماس با غرب قرار داشتند و جوامع غربی صورت گرفت، غرب در ابعاد گوناگون آن به عنوان الگو و معیار برای جامعه ایران مطرح شد. این اسوه و الگو بودن که غالباً بدون تفکر و تأمل و پی بردن به ابعاد فرهنگی، فکری و فلسفی جامعه غربی صورت می‌گرفت، در سطحی‌ترین ابعاد آن که صورتی تقلیدی و ظاهری داشت، تنها در برگیرنده سبک زندگی و پیروی از ارزش‌های ظاهری غرب خلاصه می‌شد. نمونه‌هایی از ایده‌های روشنفکرانه در جامعه ایران به ویژه در آرا و افکار نسل اول منورالفکرانی مانند میرزا ملکم خان یا میرزا فتحعلی آخوندزاده و نیز برخوردهای استبدادی مانند آنچه رضاخان برای رسیدن به دروازه‌های تمدن در سر می‌پروراند، نشان دهنده این برخورد سطحی و خالی از ابعاد تفکر و تعمق و تأمل است.

سیاست‌هایی مانند سویلیزاسیون^۱ که ناصرالدین شاه به محض آشنایی ابتدایی با غرب و شیفتگی نسبت به آن، درصدد دستیابی به آن برآمد، و مدرنیزاسیون^۲ که از سال‌های حکومت محمد رضا پهلوی به صورت برنامه ریزی شده در قالب برنامه‌های توسعه مورد پیگیری قرار می‌گیرد نشان دهنده تلاش برای دستیابی به آن جامعه موعودی است که شکل محقق آن در قالب جامعه توسعه یافته غربی قابل دیدن است. برنامه‌های توسعه به ویژه در قالب برونزای آن که بدون توجه به زیر ساخت‌های فرهنگی و ارزشی جامعه - و در برخی موارد حتی نفی و طرد آن‌ها- مورد توجه قرار می‌گیرند، علاوه بر پیگیری در دوران حکومت پهلوی، بعد از انقلاب و پس از پایان جنگ هشت ساله ایران و عراق (۱۳۵۹-۱۳۶۷) دوباره در صدر برنامه‌ریزی‌های کشور قرار گرفتند. برنامه‌هایی که طی آن و بر اساس مدل و استراتژی‌ای که برای آن برگزیده شده بود، نابرابری اقتصادی که بعد از انقلاب سعی در رفع و کاهش آن بود و با تغییر ارزش‌های اجتماعی و وفاق اجتماعی در دوران جنگ هشت ساله کمتر

۱. Civilization

۲. Modernization

احساس می‌شد، را دوباره به یکی از مسائل اجتماعی عمده تبدیل کرد، و با تشدید احساس آن و گسترده‌تر کردن شکاف اقتصادی و اجتماعی موجود در جامعه، ثروت را به یک ارزش اصیل در جامعه تبدیل کرد.^۱ این ایجاد نابرابری و در کنار آن گسترش فقر به ویژه از نوع نسبی آن، در کنار عواملی مانند نمایش ثروت از سوی ثروتمندان جامعه و نیازآفرینی کاذب از طریق رسانه‌ها به ویژه تلویزیون، باعث فراگیری هر چه بیشتر ارزش‌های مادی در جامعه در یک فرآیند مقایسه اجتماعی و احساس محرومیت نسبت به کسانی که ثروت بیشتری دارند گردید. به این ترتیب فرآیند با ارزش شدن ثروت و تغییر نظام ارزشی جامعه همچنان تشدید می‌گردید. در حقیقت در این حالت رسانه و گسترش ارتباطات رسانه‌ای نقش محرک انگیزه برای تحرک اجتماعی و تغییر پایگاه را در کنار سایر عوامل ایفا می‌کند. (عامل سوم در تحلیل مرتون) یکی از پیامدهای با ارزش شدن ثروت و تبدیل نظام طبقاتی به ارزش، حقوق اجتماعی بیشتر برای ثروتمندان بود که از یک طرف برای یک نظام اجتماعی سالم بسیار خطرناک است و از طرف دیگر خود عامل و محرکی است برای با ارزش شدن هر چه بیشتر ثروت در جامعه (رفیع پور، ۱۳۸۲: ۲۲۵-۱۹۷).

در واقع این برنامه‌ها علاوه بر آن‌که زمینه را برای تغییر ارزش‌های جامعه به سمت ارزش‌های مادی و ارزشمند شدن و اصالت یافتن ثروت در مقابل ارزش‌های دینی و معنوی فراهم کردند (رفیع پور، ۱۳۸۰). در پی خود ثروتمندان و طبقات اقتصادی و اجتماعی بالای جامعه را به عنوان گروه مرجع جامعه و گروه‌هایی که نقش ارزش‌آفرینی و هنجار فرستی را بر عهده داشتند، مطرح نمودند. این قشر نیز به دلیل تماس و برخوردی که با غرب از راه‌های گوناگون مانند سفر به کشورهای توسعه یافته،

- توجه نماییم که منظور رد ارزش ثروت برای افراد و جامعه نیست، بلکه منظور این است که ارزشمندی ثروت به اندازه‌ای شد که جایگزین ارزش‌های اصیل اجتماعی که تضمین کننده بقای اجتماعی و همبستگی در جامعه ایران بود، شد.

استفاده از رسانه‌ها و ... داشتند سبک زندگی و ارزش‌های غرب را مرجع خود قرار می‌دادند و در واقع نوعی شیفتگی نسبت به غرب در آنان وجود داشت، و به عنوان پل رابط و واسطه ورود ارزش‌های غربی به جامعه ایران و تغییر گروه مرجع جامعه عمل می‌کردند.

مکانیسم این فرآیند بدین صورت عمل می‌کند که در این وضعیت که امتیازات اجتماعی بر اساس معیارهای ثروتمندی توزیع می‌شود، حرکت طبقات اجتماعی بالا در جهت تشخیص هر چه بیشتر بر اساس این معیارها سازماندهی می‌شود. طبقات اجتماعی بالا به منظور این هدف، سبک زندگی غرب را سرمشق قرار می‌دهند و سعی در تمایز خود از سایر اقشار و طبقات دارند. از سوی دیگر سبک‌های زندگی که به منظور تشخیص پدید می‌آیند، توسط طبقات پایین‌تر (برای بهره‌مندی از مزایای اجتماعی به ویژه حفظ وجهه و کسب احترام اجتماعی) مورد تقلید قرار می‌گیرند و این امر نیز به نوبه خود طبقه اجتماعی بالای جامعه را به نوآوری دیگر و ارائه مدل و مد جدیدی وادار می‌سازد؛ و به این طریق سیل ارزش‌ها و هنجارهای سبک زندگی غربی به جامعه سرازیر می‌شود و هر روز در بُعدی جدید چهره عیان می‌کند.

علاوه بر این قرار گرفتن برنامه‌های توسعه در صدر برنامه‌ریزی‌های جامعه و عدم توجه به مبانی فرهنگی جامعه در این گونه برنامه‌ریزی، سمت و سوی جامعه را به سمت هدفی که آرمان‌نهایی آن در کشورهای غربی قرار دارد سوق می‌دهد و این خود زمینه را برای تغییر هر چه بیشتر گروه مرجع فراهم می‌کند. توسعه در حقیقت در یک نگاه فلسفی و عمیق‌تر از آن چه در جامعه‌شناسی و اقتصاد به آن نگریسته می‌شود، بسط صورت زندگی و تمدن غرب در جهان است (داوری، ۱۳۸۴: ۱).

در واقع پس از جنگ و در دوران سازندگی، دولتمردان ایرانی باید با ارج نهادن به مبانی نظری انقلاب، حرکت اصلاحی جامعه را به سوی حل معضلات موجود در جامعه سوق می‌دادند؛ ولی به دلایلی متعدد این امر اتفاق نیفتاد، و در مقابل مراکز تحقیقاتی و استراتژیک با روی آوردن به برنامه‌های وارداتی سازمان‌های بین‌المللی

مانند بانک جهانی و صندوق بین‌المللی پول؛ روند متوقف شده گرایش به غرب و مدرنیزاسیون طی پیروزی انقلاب اسلامی را، دوباره به راه‌انداختند و ریل‌های گرایش به غرب را برای قطار جامعه ایران فراهم آوردند. این بازگشت به ارزش‌های ماقبل انقلاب موجب تبدیل طبقات اجتماعی بالای جامعه به گروه مرجع جامعه شد که به عنوان هنجار فرستان و ارزش‌آفرینان، ارزش‌های جوامع توسعه یافته غربی را به عاریه گرفته و در جامعه رواج می‌دادند.

تاثیر دیگر برنامه‌های توسعه برون‌زا طی یک فرآیند بسیار سریع (فرآیندی که در مبدا خود به صورت بطئی و آرام صورت می‌گیرد و امکان همگامی مناسب تر پدیده‌های فرهنگی را با سایر تغییرات فراهم می‌آورد) با ایجاد امکاناتی (مانند گسترش نظام آموزشی) امکان ارتقاء یا تصور ارتقاء را برای افراد فراهم می‌آورد و به این ترتیب عامل سوم مرتون هم در قالب توسعه می‌تواند تاثیرگذار شود.

در نتیجه این فرآیند و رواج ارزش‌های مادی در سطوحی از نظام ارزشی جامعه، طبقات بالا از ارزش‌های غربی پیروی می‌کنند و هر قشر پایین‌تر از ارزش‌های قشر بالاتر و به این ترتیب تغییر گروه مرجع به سمت جوامع توسعه یافته و فراگیری ارزش‌های غربی مکانیسم لازم را پیدا می‌کند.

این پدیده در کنار گسترش و توسعه رسانه‌های ارتباطات جمعی و از جمله تلویزیون و در کنار آن وارد شدن ویدیو و بعد از آن ماهواره که به صورتی یک بُعدی و برای استفاده‌های تفریحی مانند استفاده از فیلم‌ها و سریال‌ها و ... مورد استفاده قرار می‌گرفتند، زمینه را برای فراگیری ارزش‌های غربی در جامعه ایران فراهم آوردند.

چنین استفاده‌ای از رسانه‌ها، بدین صورت موجب تغییر گروه مرجع می‌شود که علاوه بر رواج ارزش‌های جوامع در قالب‌های گوناگون و به ویژه در قالب فیلم‌ها و سریال‌هایی که سبک زندگی غربی را سرشار از رفاه، آزادی، امنیت، آسایش، راحتی، شادی و خوشگذرانی به تصویر می‌کشند، موجب می‌شوند تا مخاطبین در یک مقایسه بین زندگی واقعی‌ای که خود در جامعه ایران آن را تجربه می‌کنند و زندگی‌ای که در

قاب تصویر و از دریچه دنیای مجازی با آن آشنا می‌شوند؛ زندگی در جامعه ایران را رد کرده و به زندگی در آن کعبه آمال خیالی دل ببندند و برای رسیدن به آن تلاش کنند. مثالی در این میان شاید به درک بهتر مطلب کمک کند. بنا به آمارهای موجود که از سوی سازمان‌های بین‌المللی هر ساله گردآوری و گزارش می‌شود، وضعیت رفاهی در بسیاری از کشورهای اروپایی از آمریکا مطلوب‌تر است و آمریکا در میان جوامع توسعه یافته بالاترین میزان نابرابری را دارد. با این حال آمریکا به دلیل سلطه رسانه‌ای که در جهان دارد و با قدرت شگرف هالیوود، از نفوذ گسترده‌ای بر افکار عمومی جهانیان برخوردار است. سبک زندگی آمریکایی^۱ که در قالب فیلم‌های سینمایی کمپانی‌های آمریکایی به جهانیان عرضه می‌شود، تاثیر عمده‌ای بر گرایش جهانیان و به ویژه جوانان برای دستیابی به زندگی آن‌چنانی و در نتیجه مرجعیت فکری، ارزشی و هنجاری آمریکا دارد. بدین طریق است که آمریکا با وجود منفور بودن در جامعه ایران از لحاظ سیاسی و خوی سلطه طلبی‌اش همچنان یکی از گزینه‌های اول در مهاجرت و یا تمایل افراد برای زندگی می‌باشد.

از سوی دیگر ناکارآمدی جامعه در سطح اقتصادی که زمینه‌سازی با ارزش شدن ثروت در جامعه را فراهم می‌کند، علاوه بر ایجاد نوعی نارضایتی که خود به طور مستقیم بر روی تغییر گروه مرجع موثر است، زمینه را برای مقایسه اجتماعی در جهت ارزش‌های مادی و در نهایت مرجعیت ثروتمندان و سبک زندگی آنان که همان زندگی غربی است، فراهم می‌کند. علاوه بر این، انتقال نارضایتی اقتصادی به مسئولین و دست‌اندرکاران جامعه، زمینه را برای نارضایتی سیاسی و کاهش مشروعیت نظام سیاسی فراهم می‌کند (هر چند نباید از ناکارآمدی نظام سیاسی و اداری در برخی از ابعاد آن چشم‌پوشی نمود). از سوی دیگر مرجعیت غرب در ابعاد سیاسی هم تاثیرگذار است و کسانی که غرب را نقطه‌ایده‌ال قرار می‌دهند، آن را در همه ابعاد می‌پذیرند و یکی از

۱. American Life Style

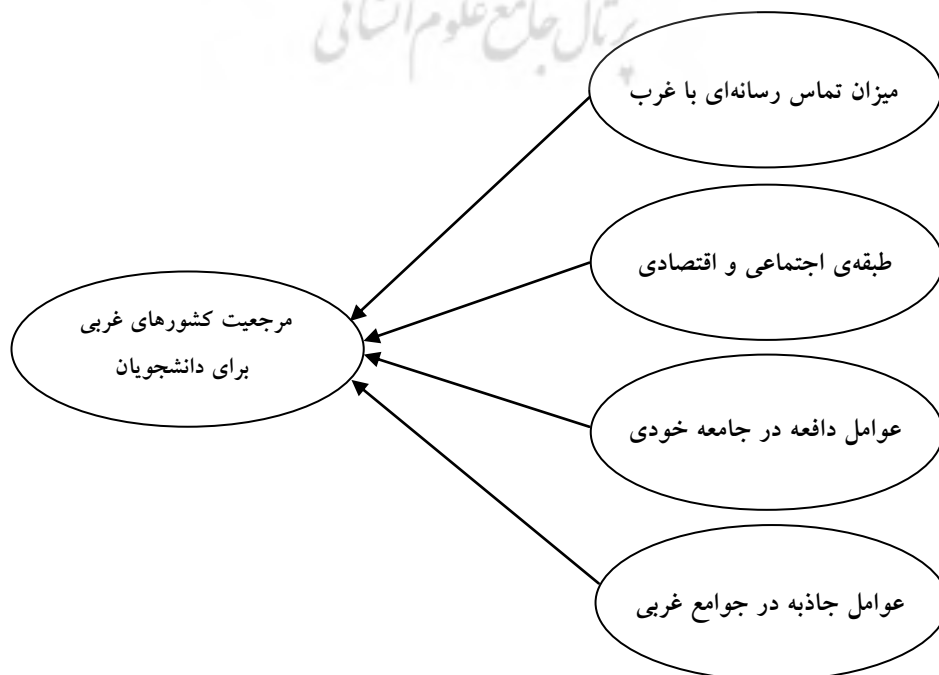
این ابعاد، بُعد سیاسی است که در آن شیوه حکومتی موجود در غرب، بدون هیچ پرسشی در ماهیت و چیستی آن، به عنوان تنها مدل حکومتی، مورد پذیرش قرار می‌گیرد و در قیاس با آن، حکومت و سیاست موجود در جامعه با همکاری و هماهنگی رسانه‌های اعم از رسانه‌های داخلی و خارجی مورد انتقاد قرار می‌گیرد و سعی در رد و طرد آن می‌شود.

بنابراین عدم برنامه‌ریزی در جامعه ایران یا بهتر بگوییم عدم وجود مکانیسم‌های لازم برای ایجاد تغییرات لازم در ساختارهای اجتماعی برای زندگی مناسب‌تر و تولید نرم افزارهای زندگی اجتماعی متناسب با فرهنگ دینی و ملی جامعه، در کنار پیشروی فزاینده غرب و داعیه جهانشمولی و جهانی شدن به همراه بهره‌مندی آن از ابزارهای قدرت سیاسی، نظامی، اقتصادی و فرهنگی زمینه را برای فراگیر شدن ارزش‌های زندگی غربی و در تنگنا قرار گرفتن فرهنگ و اندیشه بومی فراهم می‌کند.

یکی دیگر از عوامل موثر بر این پدیده را باید عدم درونی شدن صحیح ارزش‌های بومی در افراد بدانیم که به علت عدم تربیت صحیح و اختلال در مکانیسم آموزشی و وجود نوعی التقاط سیستمی در فرایندهای آموزشی و تربیتی جامعه، پایبندی لازم به ارزش‌های بومی جامعه و مرجع قرار گرفتن آن را تضمین نمی‌کند.

بنابراین مدل نظری پژوهش به شکل زیر قابل بیان خواهد بود :

نمودار ۱- مدل نظری پژوهش



در نتیجه این علل و عوامل متناسب با چارچوب نظری پژوهش باید انتظار داشته باشیم که:

۱- طبقات اجتماعی و اقتصادی بالای جامعه گرایش بیشتری به جوامع غربی داشته و تغییر گروه مرجع آنان شدیدتر باشد.

۲- استفاده از رسانه‌هایی مانند ماهواره و فیلم‌ها و سریال‌های خارجی بر تغییر گروه مرجع دانشجویان تاثیر مثبت دارد.

۳- بین استفاده از این رسانه‌ها و امیدواری نسبت به جامعه رابطه منفی وجود دارد. (به علت مقایسه بین وضعیت واقعی شخص و وضعیت ترسیم شده از سوی رسانه‌ها)

۴- بین رضایت از وضعیت اقتصادی جامعه و تغییر گروه مرجع رابطه منفی وجود دارد.

۵- بین رضایت از سیستم سیاسی جامعه و تغییر گروه مرجع رابطه منفی وجود دارد.

۶- بین رضایت افراد از فرهنگ و مناسبات فرهنگی جامعه ایران و ارزش‌های رایج و نیز سبک زندگی آن و تغییر گروه مرجع رابطه منفی وجود دارد.

۷- بین مطلوبیت رفاه اقتصادی و مادی غرب و تغییر گروه مرجع رابطه مثبت وجود دارد.

۸- بین مطلوبیت نظام سیاسی غرب و تغییر گروه مرجع رابطه مثبت وجود دارد.

۹- بین مطلوبیت نظام ارزشی و سبک زندگی جوامع غربی و تغییر گروه مرجع رابطه مثبت وجود دارد.

۳- روش پژوهش:

این پژوهش به صورت یک پیمایش در بین دانشجویان دانشگاه‌های اصفهان و صنعتی اصفهان انجام شده که در آن یک پرسش نامه با ۴۰ گویه بکار گرفته شده است. برای انجام این پژوهش میدانی، بعد از تهیه و تدوین پرسش نامه، در آزمون‌های مقدماتی، اعتبار^۱ و قابلیت اعتماد^۲ آن مورد آزمایش قرار گرفت و بعد از ساخت و تدوین نهایی پرسشنامه؛ نسبت به جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز از نمونه انتخابی اقدام شد. لازم به یادآوری است که در تدوین این پرسشنامه از دو نوع طیف لیکرت و برش قطبین استفاده شده است.

۳-۱- حجم نمونه

حجم نمونه نیز با استفاده از فرمول کوکران (Cochran) مورد محاسبه قرار گرفت. نحوه محاسبه حجم نمونه به شرح زیر است:

$$n = \frac{\frac{t^2 pq}{d^2}}{1 + \frac{1}{N} \left(\frac{t^2 pq}{d^2} - 1 \right)} = \frac{\frac{2^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2}}{1 + \frac{1}{25000} \left(\frac{2^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2} - 1 \right)} = \frac{400}{1 + \frac{1}{25000} (400 - 1)} = \frac{400}{1.01596} = 393$$

۱. Validity
۲. Reliability

بر این اساس در نهایت ۴۰۰ نفر به عنوان حجم نمونه در نظر گرفته شدند و داده‌های پژوهش از آن‌ها جمع‌آوری شد.

۳-۲- روش نمونه‌گیری:

در این پژوهش برای انتخاب نمونه مناسب از نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای استفاده شده است. بر این اساس حجم نمونه با توجه به جمعیت دانشگاه‌های مورد مطالعه به آن‌ها اختصاص داده شد و به همین ترتیب در هر یک از دانشگاه‌ها حجم متناسب به دانشکده‌های گوناگون اختصاص داده شد و در هر یک از دانشکده‌ها بین دوره‌های تحصیلی و ورودی سال‌های گوناگون توزیع گردید تا نمونه‌گویی از جامعه آماری دانشجویان فراهم آید.

ویژگی نمونه انتخابی در قالب جدول ۱ بیان شده است:

جدول ۱- ویژگی نمونه مورد مطالعه بر اساس ویژگی‌های گوناگون

مقطع تحصیلی		جنسیت		دانشگاه	
درصد	مقطع	درصد	جنس	درصد	نام دانشگاه
۲۴/۵۰	کارشناسی	۳۲/۷۵	زن	۶۰	اصفهان
۸/۲۵	کارشناسی ارشد				
۱۶/۲۵	کارشناسی	۲۵/۰۰	مرد		
۸/۷۵	کارشناسی ارشد				
۱۶/۷۵	کارشناسی	۲۳/۰۰	زن	۴۰	صنعتی اصفهان
۶/۲۵	کارشناسی ارشد				
۱۲/۵	کارشناسی	۱۹/۲۵	مرد		
۶/۷۵	کارشناسی ارشد				

۱۰۰	مجموع	۱۰۰	مجموع	۱۰۰	مجموع
-----	-------	-----	-------	-----	-------

۳-۳- تحلیل داده‌ها:

برای تحلیل داده‌های میدانی جمع‌آوری شده دو نرم‌افزار SPSS و Lisrel مورد استفاده قرار گرفتند. در این پژوهش علاوه بر تحلیل یک متغیره و دو متغیره‌ی داده‌ها در قالب تحلیل توصیفی و آزمون‌های همبستگی، از تحلیل‌های چند متغیره شامل تحلیل رگرسیون و تحلیل مسیر نیز استفاده شده است.

۴- نتایج پژوهش:

۴-۱- یافته‌های پژوهش:

۴-۱-۱- میزان تغییر گروه مرجع در بین دانشجویان:

تغییر گروه مرجع دانشجویان از جامعه ایران به سوی جوامع توسعه یافته با استفاده از سه نوع شاخص مورد بررسی قرار گرفت. این شاخص‌ها عبارتند از:

- تمایل به زندگی در این کشورها یا تمایل به مهاجرت از ایران،
- تمایل به پیروی از ارزش‌های موجود در کشورهای غربی و توسعه یافته
- استفاده از کالاهای خارجی.

بر این اساس و با ترکیب گویه‌های گوناگونی که برای هر یک از شاخص‌های یاد شده در نظر گرفته شده بود نتایج زیر به دست آمد:

جدول ۲- میزان تغییر گروه مرجع بر اساس شاخص‌های گوناگون

نام شاخص	خیلی کم	خیلی زیاد	متوسط	کم	زیاد	خیلی زیاد
گرایش به زندگی در خارج از کشور	۱۲/۸	۳۰/۴	۱۷/۵	۲۷/۱	۱۲/۲	زیاد

۶/۴	۲۲/۴	۲۱/۸	۳۷/۵	۱۱/۹	مطلوبیت نظام فرهنگی و ارزشی جوامع غربی
۲۴/۰	۲۶/۷	۳۴/۰	۱۱/۳	۰/۴	استفاده از کالاهای خارجی در برابر کالاهای ایرانی

درباره گرایش افراد به زندگی در خارج از کشور به صورت عینی با ترکیب گویه‌های گوناگون ۳۹.۳ درصد دانشجویان تمایل بالا (زیاد و خیلی زیاد) به زندگی در خارج از کشور را از خود نشان داده‌اند و در مقابل ۴۳.۱ درصد گرایش کم و خیلی کم به زندگی در خارج از کشور و ۱۷.۵ درصد نیز تمایل متوسط از خود ابراز کرده‌اند. با استفاده از شاخص تمایل به پیروی از ارزش‌های جوامع توسعه یافته و سبک زندگی آن ۲۸.۸ درصد دانشجویان گرایش بالایی (زیاد و خیلی زیاد) به ارزش‌های جوامع غربی و سبک زندگی آن از خود نشان داده‌اند، در حالیکه ۲۱.۸ درصد آنان گرایش متوسط و ۴۹.۴ درصد نیز گرایش اندک (کم و خیلی کم) از خود ابراز کرده‌اند. با استفاده از شاخص استفاده از کالاها و محصولات خارجی در مقابل محصولات و کالاهای داخلی نتایج حاصله نشان‌دهنده آن بود که ۵۰.۷ درصد دانشجویان ترجیح می‌دهند از کالاهای خارجی استفاده کنند و در مقابل تنها ۱۱.۷ درصد گرایش به استفاده از کالای ایرانی در مقابل کالای خارجی دارند و ۳۴.۰ درصد نیز گزینه متوسط را انتخاب کرده‌اند.

بنابراین با استفاده از شاخص‌های گوناگون می‌توانیم بگوییم که تغییر گروه مرجع برای افراد، دانشجویان دارای سطوح متفاوتی است به گونه‌ای که در برخی از ابعاد مانند استفاده از کالاها و محصولات خارجی بسیار وسیع‌تر از ابعادی مانند پیروی از ارزش‌های غربی و تمایل به سبک زندگی غربی است. با این حال می‌توان مدعی شد که حدود ۴۰ درصد از دانشجویان گروه مرجعی غیر از جامعه ایران دارند و سعی در

عضویت در گروه مرجعی دیگر - که کشورهای توسعه یافته هستند - و نیز پیروی از ارزش های آن جوامع و سبک زندگی آنان دارند.

این در حالی است که در سنجش هنجارهای ذهنی دانشجویان درباره گرایش سایر افراد برای زندگی در ایران یا در یک کشور خارجی، آنها معتقد بودند که :

سوال: به نظر شما بیشتر دانشجویان دوست دارند در ایران زندگی کنند یا در یک

کشور خارجی؟

در ایران 0-----0-----0-----0-----0 در یک کشور خارجی

در خارج	۱	۲	۳	۴	۵	در ایران
Mean=۲.۴۸	۲۹.۵	۲۶.۲	۲۰.۱	۱۴.۸	۹.۴	N=۴۰۰

باتوجه به نتایج به دست آمده ۲۴.۲ درصد دانشجویان تمایل به زندگی در ایران را برای سایرین پیش بینی می کردند در حالی که ۵۵.۷ معتقد بودند که سایر دانشجویان تمایل دارند در خارج از کشور زندگی کنند و ۲۰.۱ درصد نیز اعلام بی نظری کرده بودند. میانگین گویه نیز با مقدار ۲.۴۸ نشان دهنده این واقعیت است که هنجار ذهنی در بین دانشجویان گرایش بیشتر به زندگی افراد در خارج از کشور است.

اینک بعد از سنجش میزان گستردگی تغییر گروه مرجع دانشجویان در پی پاسخ به این سوال هستیم که چه علل و عواملی زمینه این تغییر گروه مرجع را فراهم می کنند و برای پاسخ به این سوال ابتدا به تحلیل توصیفی نتایج عوامل بر شمرده شده در چارچوب پژوهش پژوهش می پردازیم و پس از آن روابط بین متغیرها و در نهایت چگونگی تاثیر این علل و عوامل بر متغیر وابسته - یعنی تغییر گروه مرجع - را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

در چارچوب نظری پژوهش عنوان شد که عوامل موثر بر تغییر گروه مرجع از گروه خودی به گروه بیگانه به صورت کلی قابل تقسیم به دو دسته از عوامل هستند:

- ۱- عوامل موجود در گروه خودی که در صورت منفی بودن، زمینه را برای تغییر گروه مرجع فراهم می‌کنند؛ و
- ۲- عوامل مثبت موجود در گروه غریبه که زمینه را برای جذب افراد آماده می‌کنند.

۴-۱-۲- عوامل موثر بر تغییر گروه مرجع افراد در جامعه ایران

داده‌های حاصله برای عوامل گوناگون مورد بررسی موثر بر تغییر گروه مرجع در جامعه ایران در جدول ۳ ارائه شده است:

جدول ۳- داده‌های حاصله برای عوامل موثر بر تغییر گروه مرجع در جامعه ایران

نام شاخص	خیلی کم	خیلی زیاد	متوسط	کم	زیاد	خیلی زیاد
مطلوبیت وضعیت اقتصادی جامعه ایران	۱۵/۴	۳۴/۲	۲۶/۲	۱۴/۸	۹/۴	
مطلوبیت وضعیت سیاسی جامعه ایران	۱۰/۳	۳۵/۳	۳۶/۳	۹/۶	۷/۵	
مطلوبیت وضعیت فرهنگی و ارزشی جامعه ایران	۱۰/۶	۲۶/۰	۳۲/۶	۲۲/۰	۸/۸	
امید به آینده مطلوب در جامعه ایران	۴/۰	۱۶/۰	۳۶/۷	۳۷/۳	۶/۰	

۴-۱-۲-۱- مطلوبیت یا عدم مطلوبیت وضعیت اقتصادی ایران:

یکی از عواملی که می‌تواند زمینه را برای تغییر گروه مرجع افراد فراهم کند عدم رضایت اقتصادی و برآورده نشدن انتظارات مادی آنان از گروه خویش است. این نارضایتی می‌تواند ناشی از بالا بودن انتظارات افراد و یا نبود امکانات اقتصادی لازم در جامعه و در حالت واقعی تر ناشی از ترکیب این دو باشد. بر اساس این فرضیه، برای میزان رضایت دانشجویان از اوضاع اقتصادی ایران دیده می‌شود که ۲۴.۲ درصد دانشجویان اوضاع اقتصادی ایران را مطلوب ارزیابی می‌کنند؛ ۲۶.۲ درصد آنان رضایت متوسطی را ابراز کرده و ۴۹.۶ درصد نیز اوضاع را نامطلوب می‌شمرند میانگین ۲.۶۸ نیز میزان رضایت اقتصادی پایین دانشجویان را نشان می‌دهد.

۴-۱-۲-۲- مطلوبیت وضعیت سیاسی ایران برای دانشجویان:

میزان رضایت سیاسی افراد از جامعه خودی یکی دیگر از عوامل مطرح شده در چارچوب نظری پژوهش بود که نتایج حاصله نشان دهنده آن است که ۱۷.۱ درصد دانشجویان رضایت سیاسی بالایی از جامعه ایران ابراز کرده‌اند؛ ۳۶.۳ درصد آنان رضایت متوسط داشته و ۴۵.۶ درصد نیز نارضایتی (یعنی رضایت کم و خیلی کم) از جامعه ایران را ابراز کرده‌اند. میانگین شاخص ۲.۶۶ نیز نشان از رضایت سیاسی پایین در بین دانشجویان دارد.

۴-۱-۲-۳- عوامل فرهنگی، ارزشی و سبک زندگی:

میزان رضایت دانشجویان از فرهنگ و مناسبات فرهنگی جامعه ایران و ارزش‌های رایج در آن و نیز سبک زندگی آن که با استفاده از گویه‌های گوناگون مورد سنجش قرار گرفت و در نهایت با یکدیگر ترکیب و ادغام شد، بیانگر آن است که ۳۰.۸ درصد دانشجویان گرایش قوی به سبک زندگی و ارزش‌های رایج در جامعه ایران دارند، ۳۲.۶ درصد موافق- متوسط از خود نشان داده و ۳۶.۶ درصد نیز گرایش ضعیفی

داشته‌اند. میانگین ۲.۹۲ شاخص در وسط طیف نیز نشان از مقبولیت متوسط فرهنگی جامعه نزد دانشجویان دارد.

۴-۱-۲-۴- امید به آینده:

امید به آینده مطلوب مبتنی بر تلاش‌های فردی و بهبود وضعیت اجتماعی به عنوان یک متغیر ثانویه که از سایر متغیرهای گفته شده تاثیر می‌پذیرد، یکی دیگر از عواملی است که می‌تواند بر تغییر گروه مرجع افراد تاثیرگذار باشد. تحلیل نتایج به دست آمده از گویه‌های این شاخص حکایت از آن دارد که ۴۳.۳ درصد دانشجویان امید بالایی (زیاد و خیلی زیاد) برای ارتقا در جامعه مبتنی بر تلاش‌های فردی و امید به بهبودی اوضاع جامعه در عرصه‌های گوناگون سیاسی، اقتصادی و اجتماعی دارند؛ ۳۶.۷ درصد در سطح متوسط امیدوار هستند و ۲۰.۰ درصد نیز امید کمی دارند که اوضاع اصلاح شود و آنان به مقاصد خود برسند. میانگین متوسط ۳.۲۵ نیز سطح امیدواری متوسط رو به بالا را در بین دانشجویان نشان می‌دهد.

اکنون بعد از تحلیل توصیفی عوامل موجود در ایران به بررسی و تحلیل عوامل جاذبه موجود در سایر جوامع به ویژه جوامع توسعه یافته غربی می‌پردازیم که در تغییر گروه مرجع دانشجویان و جذب آنان به سوی خود موثر هستند.

۴-۱-۳- عوامل تغییر گروه مرجع در جوامع توسعه یافته

داده‌های حاصله برای عوامل گوناگون مورد بررسی موثر بر تغییر گروه مرجع در جوامع توسعه یافته در جدول ۴ ارائه شده است:

جدول ۴- داده‌های حاصله برای عوامل موثر بر تغییر گروه مرجع در جوامع توسعه یافته

نام شاخص	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
مطلوبیت رفاه اقتصادی	۱/۴	۲/۱	۱۴/۲	۴۹/۷	۳۲/۶

					جوامع توسعه یافته غربی
۷/۵	۳۲/۹	۳۷/۰	۱۷/۸	۴/۸	مطلوبیت وضعیت سیاسی جوامع توسعه یافته غربی
۵/۳	۲۶/۱	۳۰/۷	۳۰/۶	۷/۳	مطلوبیت فرهنگی و ارزشی جوامع توسعه یافته غربی
۶/۸	۸/۸	۱۸/۲	۳۲/۴	۳۳/۸	امکان مقایسه‌ی اجتماعی با غرب از طریق رسانه‌ها

۴-۱-۳-۱- جاذبه رفاه مادی و اقتصادی جوامع توسعه یافته برای دانشجویان:

بر اساس یافته‌های پژوهش میزان تاثیر عوامل اقتصادی و رفاه مادی جوامع توسعه یافته در جذب دانشجویان به سمت خود بدین صورت است که رفاه مادی جامعه توسعه یافته غربی یکی از عوامل پر نفوذ و شایع در شیفتگی دانشجویان به سوی جوامع توسعه یافته است، به گونه که اهمیت و مطلوبیت این عامل برای ۸۲.۳ درصد دانشجویان بسیار بالا (زیاد و خیلی زیاد) و برای ۱۴.۲ درصد دانشجویان متوسط و تنها برای ۳.۵ درصد دانشجویان اندک است. میانگین بسیار بالای ۴.۱۰ مهر تاییدی است بر این ادعا که رفاه اقتصادی جوامع غربی عامل بسیار موثری برای جذب دانشجویان ایرانی است.

۴-۲-۳-۱- مطلوبیت نظام سیاسی جوامع غربی برای دانشجویان:

نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که تاثیر عوامل سیاسی و مطلوبیت نوع نظام سیاسی جوامع توسعه یافته و مشارکت سیاسی مردم در آن جوامع در نزد دانشجویان به این شرح است که ۴۰.۴ درصد دانشجویان نظام سیاسی جوامع توسعه یافته و مناسبات سیاسی آن را مطلوب ارزیابی می‌کنند؛ ۳۷.۰ درصد آن را متوسط دانسته و ۲۲.۶ درصد نیز برای آن مطلوبیت پایین قائل شده‌اند. میانگین این شاخص نیز ۳.۲۰ بدست آمده است.

۴-۳-۱-۳- عوامل فرهنگی و ارزشی و جاذبه‌های سبک زندگی:

میزان نفوذ جاذبه‌های فرهنگی ارزشی و اجتماعی جوامع غربی برای دانشجویان بر اساس یافته‌های پژوهش عبارت است از این که ۳۱.۴ درصد دانشجویان علاقه بالایی (زیاد و خیلی زیاد) به ارزش‌های فرهنگی غرب و سبک زندگی آن دارند، گرایش ۳۰.۷ درصد آنان متوسط است و ۳۷.۹ درصد دانشجویان نیز گرایش ضعیفی (کم و خیلی کم)، دارند میانگین شاخص نیز ۲.۹۱ است که گرایش متوسط در این شاخص را نشان می‌دهد.

۴-۱-۳-۴- استفاده از رسانه‌ها و تماس با جوامع توسعه یافته:

یکی دیگر از عواملی که در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفت، آشنایی با زندگی مردم کشورهای توسعه یافته در قالب آنچه از طریق رسانه‌های جمعی به ویژه فیلم‌های سینمایی و شبکه‌های ماهواره‌ای ارائه می‌شود می‌باشد. میزان تماس دانشجویان مورد بررسی با جوامع توسعه یافته و به ویژه سبک زندگی غربی از این طریق نشان‌دهنده آن است که ۱۵.۶ درصد دانشجویان تماس بالایی با غرب از طریق رسانه‌ها دارند، ۱۸.۲ درصد آنان در سطح متوسط دارای تماس می‌باشند و ۶۶.۲ درصد نیز تماس کمی (کم و خیلی کم) دارند.

۴-۱-۴- بررسی کشور مقصد برای دانشجویان متمایل به مهاجرت:

جدول ۵- کشور گروه مرجع برای دانشجویان

کشور	آمریکا	کانادا	کشورهای اروپایی	ژاپن	سایر
درصد گرایش دانشجویان	۳۵/۱	۳۵/۱	۲۰/۱	۴/۵	۵/۲

نتایج به دست آمده از پژوهش بیانگر آن است که ۲۰.۱ درصد دانشجویان یکی از کشورهای اروپایی (آلمان یا فرانسه و ...) را به عنوان کشور ایده‌آل خود برای زندگی معرفی کرده‌اند؛ ۳۵.۱ درصد این نظر را برای آمریکا و همچنین به طور مساوی برای

کانادا ابراز کرده‌اند، ۴.۵ درصد ژاپن و ۵.۲ درصد نیز سایر جوامع (مانند استرالیا) را به عنوان جامعه ایده‌آل خود برگزیده‌اند.

با مقایسه بین شاخص‌های گوناگون در نظر گرفته شده برای عوامل موثر بر تغییر گروه مرجع دانشجویان مشخص می‌شود که جاذبه‌های رفاهی و وضعیت اقتصادی غرب با میانگین ۴.۱۰ بیشترین گستردگی را در بین دانشجویان دارا است ولی این امر نشان‌دهنده آن نیست که عوامل اقتصادی عامل اصلی تغییر گروه مرجع دانشجویان باشد.

۲-۴- تحلیل دو متغیره (Bivariate Analysis)

در این قسمت به آزمون فرضیه‌های بکار گرفته شده در پژوهش می‌پردازیم.

همبستگی میان متغیرهای گوناگون پژوهش در جداول ۶ و ۷ ارائه شده است:

جدول ۶- همبستگی میان متغیرهای موجود در جامعه ایران و مرجعیت کشورهای

غربی برای دانشجویان

مرجعیت کشورهای غربی برای دانشجویان	مطلوبیت فرهنگی و ارزشی جامعه خودی	مطلوبیت سیاسی جامعه خودی	مطلوبیت اقتصادی جامعه خودی	امید به آینده	طبقه اجتماعی و اقتصادی		
**۰.۴۷۷ ۰۰۰	**۰.۴۹۶- ۰۰۰	*۰.۲۰۳- ۰.۰۱۳	۰.۰۲۲ ۰.۷۹۳	**۰.۲۹۳ ۰۰۰	۱	Pearson Correlation Sig (۲-tailed)	طبقه اجتماعی و اقتصادی
**۰.۵۰۵- ۰۰۰	**۰.۵۲۳ ۰۰۰	**۰.۴۵۲ ۰۰۰	**۰.۷۲۴ ۰۰۰	۱	**۰.۲۹۳ ۰۰۰	Pearson Correlation Sig (۲-tailed)	امید به آینده
**۰.۳۶۶- ۰۰۰	**۰.۳۴۲ ۰۰۰	**۰.۳۷۷ ۰۰۰	۱	**۰.۷۲۴ ۰۰۰	۰.۰۲۲ ۰.۷۹۳	Pearson Correlation Sig (۲-tailed)	مطلوبیت اقتصادی جامعه خودی
**۰.۳۹۹- ۰۰۰	**۰.۴۸۱ ۰۰۰	۱	**۰.۳۷۷ ۰۰۰	**۰.۴۵۲ ۰۰۰	*۰.۲۰۳- ۰.۰۱۳	Pearson Correlation Sig (۲-tailed)	مطلوبیت سیاسی جامعه خودی

**۰.۶۶۳- ...	۱	**۰.۴۸۱ ...	**۰.۳۴۲ ...	**۰.۵۲۳ ...	**۰.۴۹۶- ...	Pearson Correlation Sig (۲-tailed)	مطلوبیت فرهنگی و ارزشی جامعه خودی
۱	**۰.۶۶۳- ...	**۰.۳۹۹- ...	**۰.۳۶۶- ...	**۰.۵۰۵- ...	**۰.۴۷۷ ...	Pearson Correlation Sig (۲-tailed)	مرجعیت کشورهای غربی برای دانشجویان

** روابط در سطح ۰.۰۱ (به صورت دو دامنه) معنادار شده‌اند.

* روابط در سطح ۰.۰۵ (به صورت دو دامنه) معنادار شده‌اند.

جدول ۷- همبستگی میان متغیرهای موجود در جوامع غربی و مرجعیت کشورهای غربی

برای دانشجویان

مرجعیت کشورهای غربی برای دانشجویان	مطلوبیت فرهنگی و ارزشی غرب	مطلوبیت سیاسی غرب	مطلوبیت اقتصادی و رفاهی غرب	تماس رسانه‌ای با غرب		
**۰.۴۷۷ ...	**۰.۴۹۹ ...	**۰.۲۳۸ ...	۰.۱۰۴ ۰.۲۱۴	۱	Pearson Correlation Sig (۲-tailed)	تماس رسانه‌ای با غرب
*۰.۱۶۸ ۰.۰۴۲	۰.۱۰۳ ۰.۲۱۲	**۰.۳۹۹ ...	۱ ...	۰.۱۰۴ ۰.۲۱۴	Pearson Correlation Sig (۲-tailed)	مطلوبیت اقتصادی و رفاهی غرب
**۰.۲۷۷ ۰.۰۰۱	**۰.۴۵۴ ...	۱ ...	**۰.۳۹۹ ...	**۰.۲۳۸ ...	Pearson Correlation Sig (۲-tailed)	مطلوبیت سیاسی غرب
**۰.۶۶۴ ...	۱ ...	**۰.۴۵۴ ...	۰.۱۰۳ ۰.۲۱۲	**۰.۴۹۹ ...	Pearson Correlation Sig (۲-tailed)	مطلوبیت فرهنگی و ارزشی غرب
۱	**۰.۶۶۴ ...	**۰.۲۷۷ ۰.۰۰۱	*۰.۱۶۸ ۰.۰۴۲	**۰.۴۷۷ ...	Pearson Correlation Sig (۲-tailed)	مرجعیت کشورهای غربی برای دانشجویان

** روابط در سطح ۰.۰۱ (به صورت دو دامنه) معنادار شده‌اند.

* روابط در سطح ۰.۰۵ (به صورت دو دامنه) معنادار شده‌اند.

در چار چوب نظری پژوهش عنوان شد که:

- ۱- بین طبقه اجتماعی و اقتصادی افراد و تغییر گروه مرجع رابطه مستقیم وجود دارد. بر اساس داده‌های به دست آمده و همان گونه که در جدول ۱ دیده می‌شود، بین طبقه اقتصادی و اجتماعی دانشجویان و تغییر گروه مرجع رابطه مثبت و قوی ۰.۴۷۷ وجود دارد. بنابراین فرضیه صفر ابطال شده و فرضیه پژوهش مورد تایید قرار می‌گیرد. این بدان معنا است که هر چه افراد در طبقه اجتماعی بالاتری جای داشته باشند گرایش به مرجعیت جامعه‌ای غیر از ایران در آن‌ها بیشتر است و تمایل آنان برای مهاجرت از ایران و نیز گرایش به پیروی از ارزش‌های غربی و سبک زندگی آن بیشتر است، به گونه‌ای که بین طبقه اجتماعی افراد و مطلوبیت رفاه اقتصادی غرب، همبستگی مثبت و معنادار ۰.۱۶۸ وجود دارد.
- بین طبقه اجتماعی دانشجویان و تلقی مثبت از نظام سیاسی جوامع غربی، رابطه مثبت و قوی ۰.۳۸۳ وجود دارد.
- همچنین بین طبقه اجتماعی و مطلوبیت نظام ارزشی و سبک زندگی غرب، همبستگی مثبت و بسیار قوی ۰.۷۴۶ وجود دارد. در مقابل این مطلوبیت نظام‌های اجتماعی و فرهنگی، سیاسی و اقتصادی غرب برای طبقات اقتصادی و اجتماعی بالا؛ شاهد عدم مطلوبیت و تلقی منفی از نظام‌های اجتماعی، سیاسی و اقتصادی ایران برای طبقات اجتماعی بالا هستیم به گونه‌ای که:
- بین طبقه اجتماعی و اقتصادی دانشجویان و مطلوبیت نظام ارزشی و سبک زندگی جامعه ایران، همبستگی منفی و بسیار قوی ۰.۴۹۶- وجود دارد.
- بین طبقه اجتماعی و اقتصادی افراد و تلقی مثبت از نظام سیاسی ایران، همبستگی منفی و قوی ۰.۲۰۳- وجود دارد.

- ۱- و جالب‌تر از همه این که بین این متغیر و امید به آینده، همبستگی منفی و قوی ۰.۲۹۳- وجود دارد.
- ۲- بین متغیر طبقه اجتماعی و اقتصادی و مطلوبیت وضعیت اقتصادی جامعه ایران، رابطه‌ای وجود ندارد.
- ۳- بین امید به آینده مبتنی بر تلاش‌های فردی و تلقی مثبت از جامعه و بهبود وضعیت جامعه در ابعاد گوناگون و تغییر گروه مرجع رابطه منفی وجود دارد، به گونه‌ای که بر اساس یافته‌های پژوهش بین این دو متغیر همبستگی منفی و بسیار قوی ۰.۵۰۵- وجود دارد.
- ۴- بین رضایت از وضعیت اقتصادی جامعه ایران و تغییر گروه مرجع همبستگی منفی و قوی ۰.۳۶۶- وجود دارد؛ به این صورت که هر چه میزان رضایت از وضعیت اقتصادی افزایش می‌یابد افراد گرایش کمتری برای تغییر گروه مرجع خود دارند.
- ۵- بین تحلیل مثبت از وضعیت سیاسی ایران و برداشت مشارکت فعال در فعالیت‌های سیاسی و تغییر گروه مرجع، همبستگی منفی و قوی ۰.۳۹۹- وجود دارد.
- ۶- بین پذیرش نظام ارزشی جامعه ایران و پذیرش سبک زندگی مردم ایران و تغییر گروه مرجع دانشجویان رابطه منفی و بسیار قوی ۰.۶۶۳- وجود دارد.
- ۷- بین مطلوبیت رفاه اقتصادی و جاذبه مادی غرب برای دانشجویان و تغییر گروه مرجع آنان، رابطه مثبت و معنا دار ۰.۱۶۸ وجود دارد.
- ۸- همبستگی میان عوامل سیاسی غرب و تغییر گروه مرجع دانشجویان، به صورت مثبت و معنا دار ۰.۲۷۷ می‌باشد.
- ۹- بین مطلوبیت نظام ارزشی و گرایش به سبک زندگی جوامع غربی و تغییر گروه مرجع دانشجویان، رابطه مثبت و بسیار قوی ۰.۶۶۴ وجود دارد.
- ۱۰- بررسی تاثیر رسانه‌ها بر تغییر گروه مرجع افراد:
 - ۱- بین تماس رسانه‌ای با غرب و تغییر گروه مرجع دانشجویان رابطه مثبت و قوی ۰.۴۴۷ وجود دارد؛ یعنی هر چه تماس با غرب و جوامع توسعه‌یافته از طریق

۰.۰۰۰	۲۷۷	۳.۶۲	۰.۱۲	۱.۴۰	۲.۴۲	۱۴۱	گرایش به زندگی در آمریکا
			۰.۰۸	۰.۹۷	۱.۹۰	۱۳۸	گرایش به زندگی در کانادا

همان گونه که دیده می‌شود آمریکا ° با وجود نکاتی که در چارچوب نظری پژوهش به آن اشاره شد - به علت سیطره اطلاعاتی و رسانه‌ای که دارد، از توانایی بسیار بالایی برای القای ارزش‌های خویش در سایر جوامع و معرفی خود به عنوان مرجع برخوردار است. براساس نتایج بالا کسانی که گرایش به زندگی در آمریکا دارند جدول ۹- آزمون تفاوت میانگین استفاده از رسانه‌ها به تفکیک گرایش به زندگی در یک

کشور خارجی

آزمون دو طرفه سطح معناداری	درجه آزادی	مقدار T	اشتباه معیار	انحراف معیار	میانگین	تعداد مشاهدات	میزان استفاده از رسانه‌هایی مانند ماهواره و فیلم‌های خارجی
۰.۰۰۰	۲۲۰	۳.۵۲	۰.۱۲	۱.۴۰	۲.۴۲	۱۴۱	گرایش به زندگی در آمریکا
			۰.۱۰	۰.۹۰	۱.۸۱	۸۱	گرایش به زندگی در اروپا

بیشتر از کسانی که گرایش به زندگی در کانادا یا یک کشور اروپایی دارند تحت تاثیر رسانه‌هایی مانند: ماهواره یا فیلم‌های سینمایی و سریال‌های خارجی بوده‌اند. به عنوان مثال زمانی که این متغیر (گرایش به زندگی در یک کشور خاص) را برای کسانی که شاخص استفاده از رسانه آن‌ها بالاتر از ۳.۵ بود (بازه شاخص بین ۱ تا ۵) مورد تحلیل قرار دادیم دریافتیم که در این حالت ۶۳.۶ افراد گرایش به زندگی در آمریکا را داشتند. جالب‌تر زمانی بود که شاخص استفاده از رسانه‌ها و تغییر گروه مرجع را به طور همزمان بالاتر از ۳.۵ در نظر گرفتیم، در این حالت دیده شد که ۷۳.۳ درصد افراد

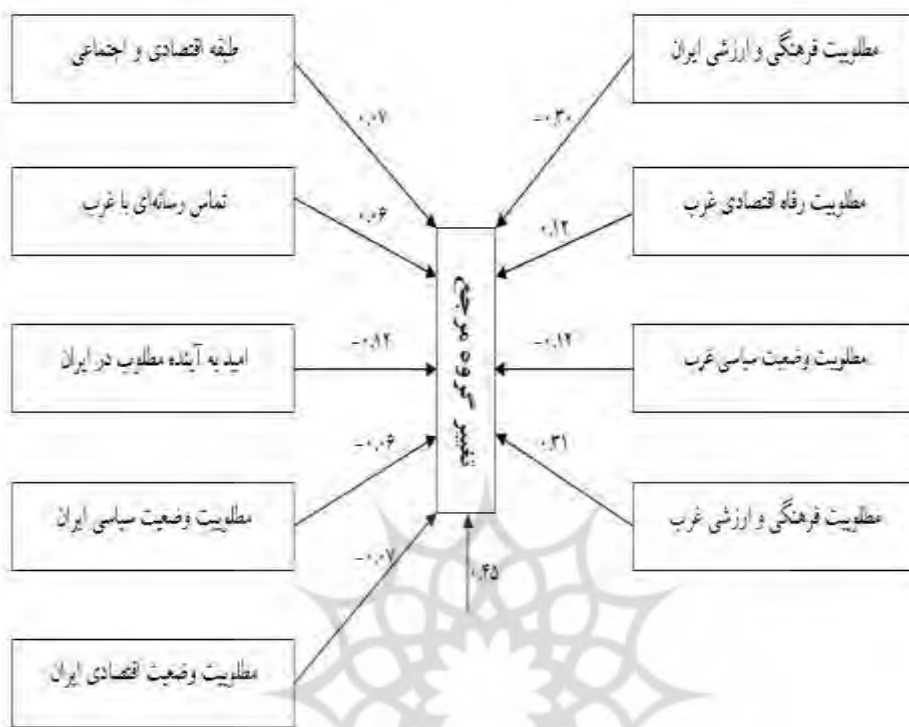
گرایش به زندگی در آمریکا داشتند. به این ترتیب دیده می‌شود که سیطره رسانه‌ای و بهره‌مندی از قدرت اطلاعاتی چه تاثیر و نفوذ شگرفی در سایر جوامع به همراه دارد. اما در مجموع با مقایسه میان تاثیر علت‌های یاد شده این چنین به نظر می‌رسد که تاثیر ارزش‌ها و سبک زندگی جوامع غربی و گریز از ارزش‌های جامعه ایرانی از مهم‌ترین عوامل تغییر گروه مرجع دانشجویان می‌باشند. در ادامه برای بررسی مکانیسم تاثیر این عوامل و میزان تاثیر هر کدام به تحلیل مسیر^۱ عوامل می‌پردازیم:

۴-۳- تحلیل چندمتغیره^۲:

۴-۳-۱- تحلیل رگرسیون^۳:



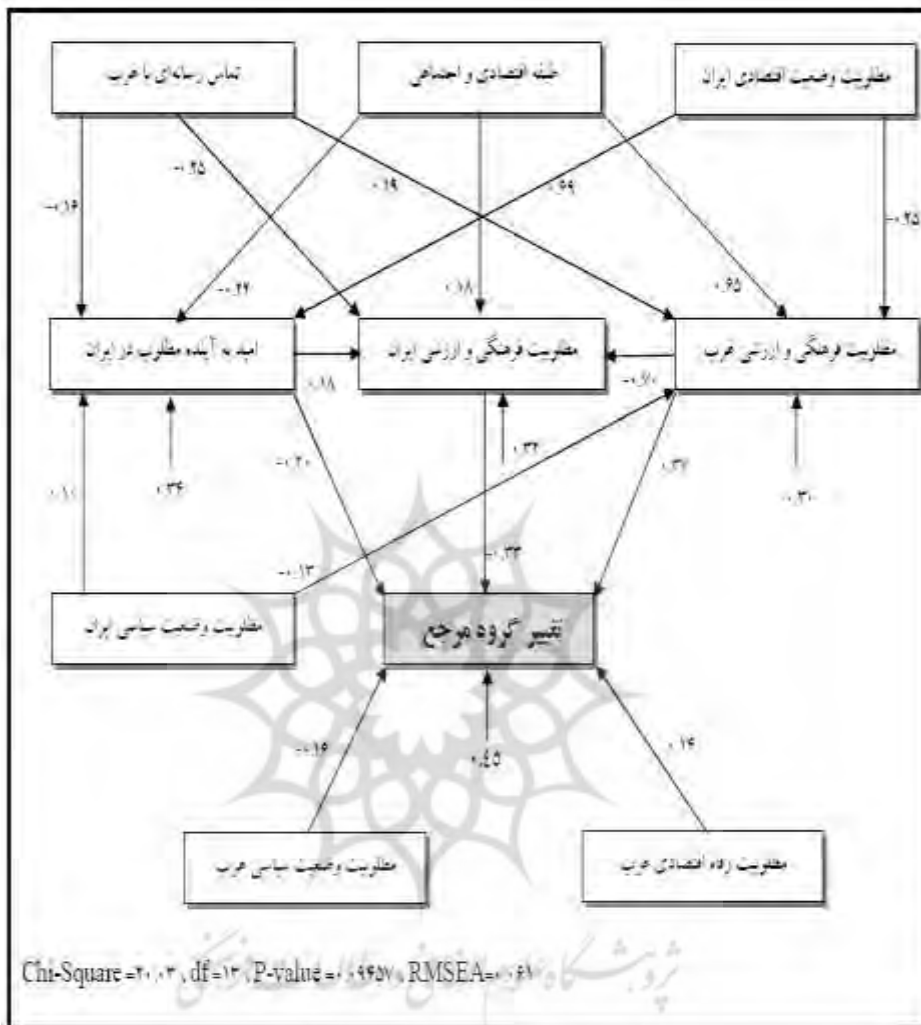
-
- . Path Analysis
 - . Multivariable Analysis
 - . Regression Analysis



Chi-Square=., df=., P-value=1.000, RMSEA=0.000

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
 رتال جامع علوم انسانی

۴-۳-۲- تحلیل مسیر^۱:
 نمودار ۲- تحلیل مسیر پژوهش مبتنی بر چارچوب نظری پژوهش



همان گونه که دیده می‌شود، خطای تبیین مدل $e=0.45$ می‌باشد، بنابراین توانایی تبیین مدل $R^2 = 1 - e = 1 - 0.45 = 0.55$ خواهد بود. مقدار $RMSEA=0.061$ و مقدار

Chi-Square=۲۰.۰۳ و p-value= ۰.۰۹۴۵۷ که نشان از غیرمعنادار شدن chi-square است. همچنین مقدار Chi-Square تعدیل شده عبارت است از:

$$Adjusted - Chi_Square = \frac{Chi_Square}{df} = \frac{20.03}{13} = 1.54$$

که نشان دهنده برازش مطلوب و مناسب مدل می‌باشد.

سایر شاخص‌های برازش مدل عبارتند از:

Goodness of Fit Index (GFI) = ۰.۹۷

Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) = ۰.۸۹

Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI) = ۰.۲۳

بنابراین در مجموع می‌توان گفت مدل ارائه شده مدل مناسبی برای تحلیل و تبیین موضوع می‌باشد.

همچنین همان گونه که از دیاگرام بالا پیداست شیفتگی نسبت به سبک زندگی غربی و ارزش‌های آن با ضریب ۰.۶۱ بالاترین تاثیر را دارد. طبقه اقتصادی و اجتماعی با مجموع ضریب تاثیر (مستقیم و غیر مستقیم) ۰.۳۹ و مطلوبیت اقتصادی و نیز فرهنگی جامعه ایران با ضرایب ۰.۳۳- در مراتب بعدی تاثیر قرار دارند.

مجموع ضرایب تاثیر هر کدام از متغیرها به صورت مستقیم و غیرمستقیم بر روی تغییر گروه مرجع دانشجویان در قالب جدول ۱۰ ارائه شده است:

جدول ۱۰- مجموع تاثیرات متغیرهای پژوهش بر تغییر گروه مرجع در مدل تحلیل مسیر

پژوهش

نام متغیر	تماس رسانه‌ای با غرب	طبقه اقتصادی و اجتماعی	مطلوبیت وضعیت اقتصادی ایران	مطلوبیت وضعیت سیاسی ایران	امید به آینده مطلوب در ایران	مطلوبیت رفاه اقتصادی غرب	مطلوبیت وضعیت سیاسی غرب	مطلوبیت فرهنگی و ارزشی ایران	مطلوبیت فرهنگی و ارزشی غرب
مجموع تاثیر بر تغییر گروه مرجع	۰.۲۴	۰.۳۹	-۰.۳۳	-۰.۱۰	-۰.۲۶	۰.۱۴	-۰.۱۶	-۰.۳۳	۰.۶۱

۵- نتیجه‌گیری و پیشنهادها:

گفته شد که گروه مرجع اثر مهمی در شکل‌گیری هویت افراد و ارزش‌ها، نگرش‌ها و به تبع آن هنجارهای اجتماعی و رفتارهای فردی و گروهی دارد. تغییر گروه مرجع به ویژه در قالب یک جامعه، به تبع اهمیتی که گروه مرجع دارد، می‌تواند موجبات از خود بیگانگی در میان افراد جامعه، تضعیف انسجام اجتماعی، ایجاد نارضایتی اجتماعی و گسترش آن در جامعه و در حالت‌های گسترده‌تر شورش و طغیان، رواج مصرف‌گرایی به سمت کالاهای خارجی و به این ترتیب تضعیف سیستم اقتصادی جامعه و به تبع آن افزایش وابستگی، گسترش بیکاری و ... را به همراه داشته باشد. در این پژوهش علل و عوامل موثر بر تغییر گروه مرجع دانشجویان در نمونه آماری بر گرفته شده از دانشگاه‌های اصفهان و صنعتی اصفهان در قالب عوامل دافعه موجود در جامعه ایران و عوامل جاذبه در کشورهای توسعه یافته بر اساس پارامترهای فرهنگی- ارزشی، سیاسی و اقتصادی مورد بررسی قرار گرفت. علاوه بر این تاثیر دو عامل عمده طبقه اجتماعی و اقتصادی و نیز امکان مقایسه اجتماعی در اثر استفاده از رسانه‌هایی مانند: فیلم و سریال‌های غربی و کانال‌های ماهواره‌ای بر تغییر گروه مرجع

دانشجویان سنجیده شد. با جمع‌آوری داده‌های میدانی و تحلیل آن‌ها تمام فرضیه‌های پژوهش تایید شدند. همچنین آشکار شد که رفاه اقتصادی غرب بیشترین جاذبه را در بین دانشجویان دارد، در حالی که عامل مطلوبیت فرهنگی و ارزشی و سبک زندگی جوامع غربی عمده‌ترین عامل تغییر گروه مرجع دانشجویان می‌باشد.

بنابراین در اثر کج کارکردی‌های خرده نظام‌های اجتماعی ایران، در کنار فراهم آمدن بستر مقایسه اجتماعی برای افراد از طریق گسترش وسایل ارتباط جمعی، جوامع توسعه‌یافته غربی به الگو و مرجع جامعه تبدیل می‌شوند و عواقب یاد شده را برای جامعه به همراه می‌آورند که اکنون می‌توان برخی از وجوه آن را در جامعه دید.

برای مقابله با این وضعیت یک هماهنگی در همه ابعاد اجتماعی لازم است که ابعاد کلی آن عبارت است از:

۱- بازنگری در چگونگی آموزش و جامعه‌پذیری افراد به گونه‌ای که افراد در آن با درونی کردن صحیح ارزش‌های دینی و بومی نوعی پایبندی عقلانی و قوی به آن را احساس کنند. (تعیین صحیح اهداف فرهنگی برای جامعه و اعضای آن و نهادینه کردن لزوم پایبندی به آن)

۲- اصلاح سیستم اقتصادی جامعه در جهت رفع فقر و در کنار آن جلوگیری از نیاز آفرینی دروغین برای کنترل ارزشمندی روز افزون ثروت و مادیات و رواج ارزش‌های مادی در جامعه

۳- تلاش در جهت کاهش نابرابری‌های اقتصادی و اجتماعی در جامعه که در واقع سنگ بنای اولیه در ایجاد این مسائل است.

۴- تدوین اهداف فرهنگی صحیح جامعه منطبق بر ارزش‌های دینی و ملی و انطباق برنامه‌های اقتصادی و توسعه کشور بر این اهداف

۵- تدوین راهکارهایی برای تقویت روحیه ملی در بین مردم و افزایش امید به آینده، هم به صورت واقعی و از طریق افزایش کارآمدی سیستم‌های اجتماعی و هم از طریق فعالیت‌های رسانه‌ای و تبلیغاتی.

منابع:

- انتظاری، اردشیر؛ محمدحسین پناهی. (۱۳۸۶)، رابطه تصور باز بودن ساختاری با گرایش به گروه‌های مرجع غیر بومی: مقایسه‌ای بین محیط‌های واقعی و مجازی، فصلنامه علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی، شماره ۳۸-۳۹.
- بیات، بهرام. (۱۳۸۱)، بررسی بحران هویت جوانان و ارتباط آن با برخی متغیرهای اجتماعی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- تاملین، ملوین. (۱۳۸۱)، جامعه‌شناسی قشربندی و نابرابری‌های اجتماعی، ترجمه: عبدالحسین نیک‌گهر، تهران: نشر توتیا.
- داوری اردکانی، رضا. (۱۳۸۴)، رساله در باب سنت و تجدد، تهران: نشر ساقی.
- دواس، دی‌اس. (۱۳۸۴)، پیمایش در تحقیقات اجتماعی، ترجمه: هوشنگ نایبی، تهران: نشر نی.
- دوچ، مرتون؛ کراس، روبرت م. (۱۳۸۶)، نظریه‌ها در روان‌شناسی اجتماعی، ترجمه: مرتضی کتبی، تهران: موسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران.
- رابرتسون، یان. (۱۳۷۴)، درآمدی بر جامعه: با تاکید بر نظریه‌های کارکردگرایی، ستیز و کنش متقابل نمادین، ترجمه: حسین بهروان، مشهد: انتشارات آستان قدس رضوی.
- رفیع پور، فرامرز. (۱۳۸۲)، آناتومی جامعه، تهران: شرکت سهامی انتشار.
- رفیع پور، فرامرز. (۱۳۸۰)، توسعه و تضاد، تهران: شرکت سهامی انتشار.

- روشه، گی. (۱۳۷۶)، **جامعه شناسی تالکوت پارسونز**، ترجمه: عبدالحسین نیک گهر، تهران: تبیان.

- صدیق سروسستانی، رحمت‌الله؛ سید ضیاء هاشمی. (۱۳۸۱)، گروه‌های مرجع در جامعه‌شناسی و روان‌شناسی اجتماعی، فصلنامه علوم اجتماعی دانشگاه تهران: شماره ۲۰.

- کوزر، لوئیس. (۱۳۸۳)، **زندگی و اندیشه بزرگان جامعه شناسی**، ترجمه: محسن ثلاثی، تهران: انتشارات علمی.

- کوزر، لوئیس؛ روزنبرگ، برنارد. (۱۳۸۵)، **نظریه‌های بنیادی جامعه‌شناختی**، ترجمه: فرهنگ ارشاد، تهران: نشر نی.

- کوئن، بروس. (۱۳۷۳)، **مبانی جامعه‌شناسی**، تهران: سمت.

- منطقی، مرتضی. (۱۳۷۷)، **تاملی در شکل‌گیری نظام ارزشی نوجوانان و جوانان انقلاب اسلامی ایران (راز گل سرخ)**، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مرکز پژوهش‌های بنیادی.

- Chapman, E.A. and Dawson, E.M. (۲۰۰۰). **Reference Group Theory with Implications for Information Studies: A Theoretical Essay**, Information Research, Vol. ۶, No. ۳.

- Festinger, Leon. (۱۹۵۰). "**Informal social communication.**" Psychological Review, ۵۷.

- Festinger, Leon. (۱۹۶۵). "**A theory of social comparison processes**". Pp ۱۴۶-۱۴۹, in A. Paul Hare Paul; Edgar F. Borgatta and Robert F. Bales (Eds) **Small Group: studies in social interaction**". New York: Knopf

- Hyman, Herbert H. (۱۹۶۸). "**Reference Groups.**" In: David Sills (Ed.), International Encyclopedia of the Social Sciences, vol. ۱۳, edited by Davis Sills. New York: Macmillan Company & Free Press.
- Lindesmith, A. R. , et A. L. Strauss (۲۰۰۲). "**Social psychology**" ed. reviuue. New York: Dryden Press
- Merton, Robert K., (۱۹۶۸). "**Social Theory and Social Structure**", The Free Press, New York.
- Merton, Robert K., & Alice Kitt. (۱۹۵۰). "**Contributions to the theory of reference group behavior.**" Glencoe, Illinois: Free Press. (Reprinted in part from Studies in the scope and method of "The American soldier." Edited by R.K. Merton & Paul Lazarsfeld. Glencoe, IL: Free Press.
- Milem, Jeffrey F. (۱۹۹۸). "Attitude change in college students: Examining the effect of college peer groups and faculty normative groups", **The Journal of Higher Education**; Columbus; Mar/Apr.
- Newcomb, Theodore M. (۱۹۴۳). "**Personality and social change: attitude formation in a student community**". New York: Dryden Press
- Newcomb, Theodore M. (۱۹۴۸). "**Attitude development as a function of reference group: the Bennington study**" in Muzafer sharif, an outline of social psychology, New York, Harper & Brothers.