

بررسی علل گرایش به مد در بین دختران ۱۵-۳۰ ساله شهر همدان

علی احمد نادری^۱، عفت اسفندیاری^۲، سمیه احمدی^۳

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۰۲/۲۰

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۱۰/۱۲

چکیده

این پژوهش با هدف بررسی عوامل مؤثر بر گرایش به مد، در دختران ۱۵-۳۰ ساله شهر همدان انجام شده است. روش: روش تحقیق حاضر، روش توصیفی از نوع زمینه‌یابی است. آزمودنی‌ها شامل ۲۱۴ نفر از دختران ۱۵ تا ۳۰ ساله شهر همدان می‌باشند که با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. ابزار گردآوری اطلاعات، پرسشنامه‌ای است محقق ساخته که مشتمل بر ۹ سؤال عمومی و ۲۳ سؤال اختصاصی می‌باشد. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از آزمون تحلیل واریانس یک راهه استفاده شد.

نتایج پژوهش نشان داد که بین میزان گرایش به مد و سن پاسخگویان رابطه معنادار وجود دارد. همچنین، بین میزان گرایش به مد پاسخگویان مشاغل مختلف، سطوح مختلف تحصیلی، وضعیت‌های مختلف اقتصادی و در سطوح مختلف امکانات زندگی تفاوت وجود دارد.

واژگان کلیدی: «مد، دختران، امکانات زندگی، سطوح مختلف»

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

۱. کارشناس ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اراک

۲. کارشناس ارشد مشاوره و راهنمایی دانشگاه آزاد اسلامی ابهر (نویسنده مسؤل)
effat_esfandiari@yahoo.com.

۳. کارشناس امور اجتماعی دانشگاه پیام نور همدان

مقدمه

جوامع مختلف، متناسب با شرایط اقتصادی، اجتماعی، آموزشی و سیاسی دارای آداب و رسوم، سنن، سلوک و رفتار خاص خود می‌باشند. به بیان دیگر می‌توان گفت جوامع مختلف از فرهنگ‌های مختلفی برخوردارند. وجه تمایز مردم جوامع مختلف نگرش‌ها، ارزش‌ها و مهارت‌های اصیل و پایدار آنان و یا به عبارت دیگر فرهنگشان می‌باشد. فرهنگ کشور ما نیز که آمیخته‌ای است از فرهنگ سنتی ایرانی و فرهنگ اسلامی، دارای ویژگی‌های خاص خود می‌باشد. در این راستا، غرب نیز از به‌کارگیری هر ترفندی جهت نفوذ فرهنگ خود، غافل نشده‌است و سعی بر آن دارد که جوامع مختلف را از فرهنگ خویش بیگانه سازد و فرهنگ خود را به کشورهای مختلف بالخصوص کشورهای جهان سوم، غالب نماید. به عقیده متخصصان حالت و رفتار اجتماعی جوانان در هر جامعه‌ای، نوعی معیار شناخت تعادل آن جامعه است. اگر بین خواست‌های جوانان و امیال و ایده‌آل‌های آن‌ها و واقعیت‌های اجتماعی چنین تعادلی به وجود نیاید، جامعه ناظر برخوردها و واکنش‌های شدیدی می‌شود که در اصطلاح به «عصیان نسل جوان» شهرت یافته است، در این حالت است که جوانان عکس‌العمل‌های خود را در برابر ارزش‌های جامعه از طریق مدگرایی افراطی و مذموم، طرز لباس پوشیدن و بی‌اعتنایی به ارزش‌های مادی جامعه نشان می‌دهند. ما در عصر انقلاب ارتباطات قرار داریم، عصری که در آن «دهکده‌ی جهانی^۱ مک لوهان^۲»، تحقق یافته است. امروزه بر خلاف گذشته، وقتی حادثه‌ای اتفاق می‌افتد، انعکاس و حوزه انتشار آن، به محل وقوع حادثه محدود نیست، بلکه فراگیر و جهانی است و نتایج «دهکده جهانی» کوچک شدن دنیا و پیدایش تعلق جهانی داده‌های خبری و حوزه انتشار و پیدایش همسایگی در بین ملت‌ها، مانند

1. Global village

2. Mc.Lohan

همسایه‌های دیوار به دیوار است. به علت تماس مستقیم و غیرمستقیم افراد جوامع مختلف، انسان‌ها به سادگی در برابر الگوهای فرهنگی مختلف قرار می‌گیرند. در عصر امواج، فرهنگ‌ها و ارزش‌ها به جای حمل به وسیله کتاب‌ها و نشریات، سوار بر امواج در اختیار بشر قرار می‌گیرند. امواجی که بدون وقفه و بدون هیچ حدی مرزهای جغرافیایی و کشوری و خانوادگی را درهم می‌شکنند و به درون زندگی انسان‌ها وارد می‌شوند و بسته بودن مرزهای کشور و درب‌های منازل، مانعی برای ورود به درون و اندرون خانه محسوب نمی‌شود (رفیعی، ۱۳۷۳).

ادبیات پژوهش

مد امری پویا و مبتکرانه است و معمولاً سبک‌هایی را از فرهنگ‌های گوناگون وام می‌گیرد در گذشته این گونه بوده است که طبقات متمول مد را ایجاد می‌کرد و طبقات فرودست مد را تقلید می‌کرد. طبقات ثروتمند برای این که تفکیکی از طبقات فرودست داشته باشد دائم در حال تغییر و تحول مد بودند. "به عقیده زیمل: مد هم میل به گرد هم آمدن و اجتماع با دیگران را ارضاء می‌کند و هم میل به جدایی و ممتاز بودن از دیگران را" (استوتزل، ۱۳۵۴: ۲۸۵). در تعریف مد آمده است: «رفتار اجتماعی نوظهوری که به قدر رسم اجتماعی تثبیت نشده باشد، مد اجتماعی نام دارد» (آگ برن، ۱۳۶۵، ص ۲۷).

کرمی نوری و مرادی" (۱۳۷۰) در کتاب «روانشناسی تربیتی» نظرات چند تن از روانشناسان معروف را در این باره آورده‌اند که عبارتند از:

«موریس دوبس» روانشناس و مربی معروف فرانسوی می‌گوید:

انسان‌ها «در حدود ۱۵ تا ۱۷ سالگی، به ندای تقدس و شجاعت به لرزه در می‌آیند، و آرزومند می‌شوند که جهان را از نو تشکیل دهند، بدی را محو و نابود سازند و عدالت را حکم‌فرما نمایند و سن ۱۶ سالگی، سنی است که معمولاً آدمی در آن یا ایمان خود را از دست می‌دهد، یا آن را نگه می‌دارد».

«استانلی هال» روانشناس آمریکایی و پدر روانشناسی نوجوانی معتقد است: «بین بحران بلوغ و جهش ناگهانی احساسات مذهبی، ارتباط وجود دارد».

«پیازه» روانشناس معروف سوئسی می گوید:

«مسایل مذهبی اکثر اوقات در دوره جوانی، ارزش واقعی پیدا می کنند و در نظام های زندگی ادغام می شوند. احساس مذهبی جوان، اغلب به صورت شدید یا خفیف، رنگ مسیح نمایی دارد».

«اریکسون» روانشناس معروف آلمانی، بیش از همه به اهمیت مذهب و هویت ایدئولوژیکی در دوره جوانی اشاره می کند و چنین می گوید:

«نوجوانان و جوانان در سنین بین (۱۵ الی ۳۵ سالگی)،» در کسب هویت فرهنگی خود که جزء مهمی از هویت عمومی آنهاست، به دنبال ایده آل های خانوادگی، اجتماعی، فلسفی و مذهبی می گردند. روان نوجوانی، روانی است عقیدتی (ایدئولوژیکی) که در جستجوی وحدت بخشیدن به ایده آل ها و عقاید مختلف است. به عقیده او زمانی که جوان قادر به یافتن ارزش های پایدار و مثبت در خانواده و فرهنگ خود نباشد و ایدئولوژی منسجم و قابل قبولی به او ارائه نشود، دچار درهم ریختگی ایده آلی می شود و هویت از هم پاشیده ای پیدا می کند. ایدئولوژی برای جوان وسیله ای است که تصویر معینی از احساس هویت فردی و اجتماعی فراهم می کند و به صورت ساده جواب های مشخص و معینی به سؤالات اساسی و مهم او می دهد. جوان با کسب یک هویت ایدئولوژیک، به یک فلسفه زندگی دست پیدا می کند» (کرمی نوری و مرادی، ۱۳۷۰: ۱۶۳).

نظریه برت ریمونه ریویه: به نظر وی شباهت بین اعمال، رفتار و ظاهر جوانان بیش از آن که حقیقی باشند، سطحی اند، زیرا زمینه فرهنگی آنان متفاوت بوده است چرا که یافته های تجربی خود را در شرایط اجتماعی و فرهنگی متفاوتی گردآوری و کسب کرده اند و نتیجه این که، نیازهای مشترک و عمومی آنان است. به عبارت بهتر، مسائل

روانی آنهاست که شباهت رفتارها را در آنان موجب می‌شود. به این مسائل و نیازهای عمومی که جستجوی هویت، اثبات وجود، ورود به اجتماع بزرگسالان از اساسی‌ترین و عام‌ترین آنهاست، هر محیط و هر فرهنگ، با توجه به امکانات و شیوه‌های مخصوص به خود پاسخ می‌دهد (احدی و محسنی، ۱۳۷۲: ۱۰۵).

نظریه ار. مرتون^۱ جامعه‌شناس آمریکایی: وی بی‌هنجاری^۲ را دلیلی برای رفتارهای انحرافی نوجوانان و جوانان دانسته و می‌گوید: «بی‌هنجاری به عنوان رفتاری انحرافی نسبت به اهداف و هنجارهایی که در مجموع مورد پذیرش گروه هستند، بیان می‌دارد، یا به عبارتی بی‌هنجاری نگرشی اعتراض‌آمیز نسبت به شیوه‌هایی است که یک جامعه برای اجرای الگوهای اجتماعی رفتار خود پذیرفته است» (روش بلاو، ۱۳۷۱: ۸۸).

نظریه فروید^۳: وی در تعریف مد چنین می‌گوید: «رفتار جمعی مکرری که به اندازه رسم اجتماعی تثبیت نشده باشد، مد دیروز را زشت و مضحک، فردا را نامعقول و تنها مد روز را شیک می‌داند» (روش بلاو، ۱۳۷۱: ۱۶۶).

نظریه گابریل تارد^۴: وی قوانینی را برای تقلید بیان کرده است که عبارتند از:

۱- قانون توارث: این قانون می‌گوید که اعمال و رفتار نسل‌های پیشین مورد تقلید نسل‌های بعدی قرار می‌گیرد.

۲- قانون تصاعد هندسی: عبارت است از اشاعه و انتشار سریع یک مدل یا الگو که با سرعتی فوق‌العاده صورت می‌گیرد.

۳- قانون درونی در برابر قانون برونی: این قانون به این حقیقت اشاره دارد که رفتار هر فرد بر اساس تقلید از فرهنگ جامعه است (روش بلاو، ۱۳۷۱: ۳۹).

نظریه ژرژ مید^۱: وی از جمله روانشناسان اجتماعی است که در اهمیت کنش متقابل میان انسان و محیط به مطالبی اشاره کرده است. وی می‌گوید: «در زمینه فرآیند ارتباط،

1.R. Merton

2.Anorm

3.Frouid

4.Gabriel Tarde

مطالعاتی انجام داده‌ام و آن‌ها را بر اساس «نقش‌پذیری» یعنی در عمل، از لحاظ ذهنی در برابر طرف مقابل قرار گرفتن و نگرش او را پذیرفتن، تبیین می‌کنم. این نقش‌پذیری به فرد اجازه می‌دهد تا کنش‌های دیگری را پیش‌بینی کند و نگرش خاص خود را با آن هماهنگ سازد. در جریان نقش‌پذیری است که شخصیت شکل می‌گیرد و نقش از نظر «مید» به یک اندازه، بین اشخاص واقع می‌شود» (روش بلاو، ۱۳۷۱: ۸۷-۸۶).

نظریه یادگیری اجتماعی^۲ آلبرت بندوار^۳: در نظریه یادگیری اجتماعی، هم عوامل عینی محیطی و هم عوامل ذهنی شخصی در تعیین رفتار نقش دارند. در این نظریه، عمده‌ترین نوع یادگیری، یادگیری از طریق «اصل مجاورت»^۴ صورت می‌پذیرد و نقش تقویت صرفاً کمک به انجام عملکرد از سوی یادگیرنده است. در واقع، نظریه یادگیری اجتماعی، نوعی نظریه خبرپردازی است، هنگامی که مشاهده‌کننده (یادگیرنده) رفتار کسی را مشاهده می‌کند، اعمال و رفتار او را به شکل تصویرهای ذهنی کلامی یا نمادی به رمز در می‌آورد که بعد آن تصویرهای ذهنی را هنگام اجرای آن اعمال از حافظه باز می‌یابد. به نظر واضعان نظریه‌ی یادگیری اجتماعی، مهم‌ترین نوع یادگیری انسان «یادگیری مشاهده‌ای»^۵ است. به اعتقاد این روانشناسان اگر ما قادر نبودیم در محیط اجتماعی مان از طریق مشاهده اعمال و رفتار دیگران به یادگیری بپردازیم، زندگی مان مختل می‌شد. یادگیری مشاهده‌ای در واقع همان «تقلیدآموزی یا سرمشق‌گیری»^۶ است که در آن فرد با انتخاب یک «الگوی سرمشق»^۷ به تقلید از رفتار آن می‌پردازد (سیف، ۱۳۷۰).

1. Gorge Mead
2. Social learning Theory
3. Albert Bandura
4. Contiguity
5. Observation Learning
6. Modeling
7. Model

روش پژوهش

طرح پژوهش حاضر تحقیق زمینه‌یابی از نوع توصیفی است؛ زیرا قصد دارد به توصیف رفتارهای طبیعی بپردازد. هدف از انجام این نوع تحقیق، توصیف عینی، واقعی و منظم خصوصیات یک موقعیت یا یک موضوع است (نادری، سیف‌نراقی، ۱۳۸۲: ۷۰). جامعه آماری در این پژوهش عبارت بودند از: کلیه دختران ۱۵-۳۰ ساله شهر همدان که با توجه به جدول مورگان حجم نمونه برابر با ۲۱۴ نفر از دختران جامعه آماری به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. سپس آزمودنی‌ها پرسشنامه‌ها را دریافت کرده و آن‌ها را پر کردند.

در این پژوهش، از ابزار پرسشنامه محقق‌ساخته استفاده شده است. در این پرسشنامه، از ۹ سؤال مشخصات عمومی و ۲۳ سؤال برای سنجش متغیر وابسته استفاده شد که سؤالات آن بسته و به صورت طیف لیکرت می‌باشد. این طیف از گزینه‌های [خیلی کم/ کم/ متوسط/ زیاد/ خیلی زیاد] تشکیل شده است. نمره‌دهی به گزینه‌ها به این صورت است که به هر ماده از ۱ تا ۵ امتیاز تعلق می‌گیرد. این سؤالات سنجش‌گر میزان تمایل فرد به مدگرایی می‌باشد. جهت تضمین روایی پرسشنامه حاضر با توجه به اهداف و فرضیات پژوهش، این ابزار تهیه و تنظیم گردیده و در نهایت از نظرات استاد راهنمای محترم و نظرات پژوهشگران و روشی که در سایر پرسشنامه‌های تحقیقاتی به کار رفته استفاده گردیده است. همچنین، جهت طراحی پرسشنامه به کتب و منابع مختلف در این زمینه مراجعه شده است. برای برآورد پایایی ابزار گردآوری اطلاعات نتایج پرسشنامه توسط برنامه‌ی رایانه‌ی SPSS و با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ مورد سنجش قرار گرفت و نتیجه به دست آمده نشان از آن دارد که این پرسشنامه دارای پایایی لازم می‌باشد؛ زیرا عدد آلفای به دست آمده ($\alpha = 0/92$) پایایی بسیار خوبی را نشان می‌دهد. روش پژوهش حاضر به این صورت بود که پس از آن‌که از بین دخترانی که در گروه سنی ۱۵-۳۰ سال قرار داشتند، ۴۴ نفر خانه دار، ۴۶ نفر شغل آزاد، ۱۹ نفر کارمند و

۱۰۵ نفر دانش آموز یا دانشجو به عنوان نمونه به صورت تصادفی ساده انتخاب شدند، پرسشنامه‌ها به این افراد داده شد و پس از ارائه توضیحات در مورد نحوه پاسخگویی به سؤالات از افراد گروه نمونه خواسته شد که بصورت کامل و دقیق به پرسش‌ها پاسخ دهند. پس از پاسخگویی افراد پرسشنامه‌ها جمع‌آوری شدند و نمره‌گذاری شدند. در نهایت نمرات حاصل با استفاده از روش تحلیل واریانس یک راهه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

یافته‌ها

ارتباط بین سن پاسخگویان و میزان مدگرایی آنان در جدول (۱) آمده است.

جدول شماره ۱: سنجش ارتباط بین سن پاسخگویان و میزان مدگرایی آنان

منابع تغییرات	درجه آزادی	مجموع مربع انحرافات (SS)	میانگین مربع انحرافات (MS)	مقدار F	سطح اطمینان (P.Value)
بین گروهی	۲	۷۴۸۹/۵۳۹	۳۷۴۴/۷۷	۱۷/۸۷۴	۰/۰۰۱
درون گروهی	۲۱۱	۴۴۲۰۶/۱۶۲	۲۰۹/۵۰۸		
کل	۲۱۳	۵۱۶۹۵/۷۰۱			

با توجه به اطلاعات جدول (۱) و سطح اطمینان (۰/۰۰۱)، مشاهده می‌گردد که بین سن و میزان مدگرایی رابطه وجود دارد.

ارتباط بین میزان مدگرایی و مشاغل مختلف در جدول (۲) آمده است.

جدول شماره ۲: سنجش تفاوت میزان مدگرایی پاسخگویان در مشاغل مختلف

منابع تغییرات	درجه آزادی	مجموع مربع انحرافات (SS)	میانگین مربع انحرافات (MS)	مقدار F	سطح اطمینان (P.Value)
بین گروهی	۳	۱۰۶۴۱/۱۴۸۳	۳۵۴۷/۱۶۱	۱۸/۱۴۴	۰/۰۰۱
درون گروهی	۲۱۰	۴۱۰۵۴/۲۱۸	۱۹۵/۴۹۶		
کل	۲۱۳	۵۱۶۹۵/۷۰۱			

با توجه به اطلاعات جدول (۲) و سطح اطمینان (۰/۰۰۱)، مشاهده می‌گردد که بین میزان مدگرایی و شغل افراد رابطه وجود دارد.

ارتباط بین میزان مدگرایی و مشاغل مختلف به تفکیک در جدول (۳) آمده است.

جدول شماره ۳: بررسی نقاط تفاوت میزان مدگرایی پاسخگویان در مشاغل مختلف

زیر مجموعه آلفا=۰/۰۵			تعداد	شغل
گروه ۳	گروه ۲	گروه ۱		
		۶۱/۴۵	۴۴	خانه دار
		۶۱/۷۲	۴۶	آزاد
	۷۰/۲۵		۱۰۵	دانش آموز یا دانشجو
۸۶/۳۷			۱۹	کارمند

بر اساس اطلاعات جدول (۳) و سطح معنی‌داری (۰/۰۵) مشاهده می‌گردد که به، شدت میزان مدگرایی در مشاغل مختلف، اختلاف قابل توجهی با یکدیگر دارند. تفاوت سنجی مزبور نشان دهنده آن است که کمترین میزان مدگرایی در زنان و دختران خانه دار، سپس در مشاغل آزاد، در گروه سوم در بین دانش آموزان و دانشجویان و در بالاترین سطح در بین دختران کارمند بوده است.

ارتباط بین میزان مدگرایی و سطوح مختلف تحصیلی در جدول (۴) آمده است.

جدول شماره ۴: سنجش تفاوت میزان مدگرایی پاسخگویان در سطوح مختلف تحصیلی

سطح اطمینان (P.Value)	مقدار F	میانگین مربع انحرافات (MS)	مجموع مربع انحرافات (SS)	درجه آزادی	منابع تغییرات
۰/۰۰۷	۳/۲۵۸	۷۵۰/۹۷۲	۳۷۵۴/۸۶۲	۵	بین گروهی
		۲۳۰/۴۸۵	۴۷۹۴۰/۸۳۹	۲۰۸	درون گروهی
			۵۱۶۹۵/۷۰۱	۲۱۳	کل

بر اساس اطلاعات جدول (۴) و سطح اطمینان (۰/۰۰۷) مشاهده می‌گردد که بین میزان مدگرایی در سطوح مختلف تحصیلی تفاوت وجود دارد. ارتباط بین میزان مدگرایی و سطوح مختلف تحصیلی به تفکیک در جدول (۵) آمده است.

جدول شماره ۵: بررسی نقاط تفاوت میزان مدگرایی پاسخگویان در مشاغل مختلف

میزان سواد	تعداد	زیر مجموعه آلفا=۰/۰۵
ابتدایی	۳۷	۶۴/۱۳۵
سیکل	۴۵	۶۵/۴۲۲
خواندن و نوشتن	۶	۶۵/۶۶۷
دیپلم	۶۳	۶۶/۵
فوق دیپلم	۳۷	۷۱/۵۹
لیسانس و بالاتر	۲۶	۷۷/۰۳

بر اساس اطلاعات جدول (۵) و سطح معنی‌داری (۰/۰۵)، مشاهده می‌گردد که به شدت میزان مدگرایی در سطوح تحصیلی مختلف، اختلاف قابل توجهی با یکدیگر دارند. کمترین مدگرایی مربوط به سطح سواد خواندن و نوشتن و بالاترین مدگرایی مربوط به سطح تحصیلی لیسانس و بالاتر است. ارتباط بین میزان مدگرایی و وضعیت اقتصادی در جدول (۶) آمده است.

جدول شماره ۶: سنجش تفاوت میزان مدگرایی پاسخگویان در وضعیت‌های اقتصادی مختلف

منابع تغییرات	درجه آزادی	مجموع مربع انحرافات (SS)	میانگین مربع انحرافات (MS)	مقدار F	سطح اطمینان (P.Value)
بین گروهی	۳	۴۰۹۵۸/۹۸۷	۱۳۶۵۲/۹۹۶	۲۶۷	۰/۰۰۰
درون گروهی	۲۱۰	۱۰۷۳۶/۷۱۴	۵۱/۱۲۷		
کل	۲۱۳	۵۱۶۹۵/۷۰۱			

بر اساس اطلاعات جدول (۶) و سطح اطمینان (۰/۰۰۰)، مشاهده می‌گردد که بین میزان مدگرایی پاسخگویان در وضعیت‌های مختلف اقتصادی تفاوت وجود دارد. ارتباط بین میزان مدگرایی و وضعیت اقتصادی در سطوح مختلف به تفکیک در جدول (۷) آمده است.

جدول شماره ۷: بررسی نقاط تفاوت میزان مدگرایی پاسخگویان در سطوح مختلف اقتصادی

زیر مجموعه آلفا=۰/۰۵				تعداد	سطح اقتصادی
گروه ۴	گروه ۳	گروه ۲	گروه ۱		
			۳۴/۷	۷	ضعیف
		۵۱/۱۲		۴۹	متوسط
	۷۱/۰۷			۱۳۴	خوب
۹۵/۴				۲۴	مرفه

بر اساس اطلاعات جدول (۷) و سطح معنی‌داری (۰/۰۵)، مشاهده می‌گردد که به شدت میزان مدگرایی در سطوح مختلف رفاه اقتصادی، اختلاف وجود دارد. این تفاوت در سطوح مختلف رفاه اقتصادی به قدری زیاد است که باعث گردیده تا هر یک از سطوح در گروهی مجزا دسته‌بندی شود. کم‌ترین مدگرایی مربوط به سطح اقتصادی ضعیف و بیشترین مدگرایی مربوط به سطح اقتصادی مرفه می‌باشد. ارتباط بین میزان مدگرایی و سطوح مختلف امکانات زندگی در جدول (۸) آمده است.

جدول شماره ۸: سنجش تفاوت میزان مدگرایی پاسخگویان در سطوح امکانات زندگی

منابع تغییرات	درجه آزادی	مجموع مربع انحرافات (SS)	میانگین مربع انحرافات (MS)	مقدار F	سطح اطمینان (P.Value)
بین گروهی	۴	۶۶۱۹/۴۹۲	۱۶۵۴/۸۷۳	۸/۰۱۶	۰/۰۰۰
درون گروهی	۲۰۷	۴۲۷۳۵/۲۶۳	۲۰۶/۴۵۱		
کل	۲۱۳	۴۹۳۵۴/۷۵۵			

بر اساس اطلاعات جدول (۸) و سطح اطمینان (۰/۰۰۰)، مشاهده می‌گردد که بین میزان مدگرایی در سطوح مختلف امکانات زندگی تفاوت وجود دارد. ارتباط بین میزان مدگرایی و سطوح مختلف امکانات زندگی به تفکیک در جدول (۹) آمده است.

جدول شماره ۹: بررسی نقاط تفاوت میزان مدگرایی پاسخگویان در سطوح مختلف امکانات زندگی

زیر مجموعه آلفا=۰/۰۵			تعداد	سطح امکانات زندگی
گروه ۳	گروه ۲	گروه ۱		
		۶۰/۳	۳۴	خیلی کم
		۶۴/۷	۵۵	کم
	۶۷/۷		۵۱	متوسط
	۷۵		۴۹	زیاد
۷۶/۳۹			۲۳	خیلی زیاد

بر اساس اطلاعات جدول (۹) و سطح معنی‌داری (۰/۰۵)، مشاهده می‌گردد که به شدت میزان مدگرایی در سطوح مختلف امکانات زندگی، اختلاف قابل توجهی با یکدیگر دارند. این تفاوت در سطوح مختلف امکانات زندگی به قدری زیاد است که باعث گردیده تا سطوح برخوردار از امکانات زندگی در گروه‌های مجزا دسته‌بندی شوند. پایین‌ترین میزان مدگرایی مربوط به سطح امکانات زندگی کم و بالاترین میزان مدگرایی مربوط به سطح امکانات زندگی خیلی زیاد می‌باشد.

بحث و نتیجه‌گیری

از آن‌جا که مدگرایی و پرداختن به ظواهر پوششی، کلامی یا رفتاری باعث ایجاد تضادهایی در بین هنجارهای خانواده و مدرسه شده و مشکلات عاطفی روانی را ناشی از دوگانگی ارزشی برای جوانان بوجود می‌آورد. در این زمینه، توجه بیشتر به عوارض ناشی از این تمایلات و زمینه‌های آن در صورت امکان جایگزین کردن موارد مناسب

می‌تواند در حفظ و سلامت عاطفی و روانی جامعه مؤثر باشد (حیدری، ۱۳۸۶). در این تحقیق علل گرایش به مد در دختران ۱۵-۳۰ ساله شهر همدان و میزان آن با توجه به شرایط متفاوت (سنی، تحصیلی، شغلی و اقتصادی) دختران بررسی شد.

نتیجه آزمون فرضیه اول: بین سن پاسخگویان و میزان گرایش به مد آنان رابطه معنادار وجود دارد. اشرفی (۱۳۷۷) در تحقیق خود تحت عنوان «بی‌هویتی اجتماعی و گرایش به غرب، عوامل اجتماعی- فرهنگی مؤثر بر گرایش جوانان به الگوهای فرهنگ غربی (رپ و هوی متال)» مشابه نتیجه به دست آمده در این تحقیق را به دست آورده است.

نتیجه آزمون فرضیه دوم: بین میزان گرایش به مد پاسخگویان مشاغل مختلف تفاوت وجود دارد. به نظر می‌رسد که شغل زنان یکی از مؤثرترین عوامل در گرایش به مد می‌باشد و می‌توان نتیجه گرفت که بیرون از خانه بودن زنان، عاملی مهم در تقویت گرایش به مد بوده است.

نتیجه آزمون فرضیه سوم: بین میزان گرایش به مد پاسخگویان در سطوح مختلف تحصیلی تفاوت وجود دارد. در پژوهش «مسعودی‌فر» (۱۳۷۲)، وی بیان می‌دارد که میزان تحصیلات والدین در نگرش دختران به فرهنگ بیگانه مؤثر، ولی در پسران بی‌تأثیر است.

نتیجه آزمون فرضیه چهارم: بین میزان گرایش به مد پاسخگویان در وضعیت‌های مختلف اقتصادی تفاوت وجود دارد. «مسعودی‌فر» (۱۳۷۲)، در تحقیق خود به نتیجه مشابهی با نتیجه تحقیق حاضر دست یافته است. وی در پژوهش خود دریافته است که چگونگی گذران اوقات فراغت، وضع اقتصادی خانواده، در نگرش جوانان به فرهنگ بیگانه تأثیر دارد.

نتیجه آزمون فرضیه پنجم: بین میزان گرایش به مد پاسخگویان در سطوح مختلف امکانات زندگی تفاوت وجود دارد. این نتیجه تقریباً با نتیجه فرضیه ششم انطباق دارد؛

یعنی می‌توان امکانات زندگی را جزئی از رفاه اقتصادی افراد دانست. پس می‌توان پذیرفت که در تحقیقات پیشین نیز نتایج مشابهی به دست آمده است.

پیشنهادات پژوهش

۱. انجام مطالعات تطبیقی برای بررسی مسایل اجتماعی از جمله مدگرایی جوانان؛ زیرا عوامل اجتماعی از ساختارهای اجتماعی، تحصیلی، اقتصادی و شغلی مختلف نشأت می‌گیرند، بنابراین برای به دست آوردن نتایج مکمل، صریح و مکفی، انجام مطالعه تطبیقی مانند بررسی یک مسأله اجتماعی در دو مکان مختلف، می‌تواند، بسیار مؤثر باشد.

۲. دعوت از جوانان موفق درزمینه‌های مختلف علمی، فرهنگی، هنری، ورزشی و ... به عنوان الگوهای مرجع و ارائه دیدگاه‌های آنان درزمینه مسائل و مشکلات جوانان ازجمله مدگرایی افراطی، ریشه‌ها، پیامدها و راهکارهای مقابله با آن.

۳. تولید و ساخت فیلم‌ها، سریال‌ها و مستندهای آگاهی‌دهنده به جوانان درزمینه مد و مدگرایی افراطی، علل، اثرات و پیامدهای آن.

۴. آگاه‌سازی درزمینه ضرورت رعایت ارزش‌ها و هنجارهای اخلاقی، انسانی و دینی درجامعه و محیط خانواده، توسط والدین، به عنوان الگوهای مرجع مؤثر بر گرایش‌های فرزندان.

منابع

۱. آگ برن، ف و نیم کوف، ف، م. (۱۳۵۶). زمینه‌ی جامعه‌شناسی. ترجمه: آریان پور، ا، ح. تهران: انتشارات فرانکلین.
۲. اتکینسون، ریتال. اتکینسون، ریچارد. هیلگارد، ارنست. (۱۳۸۰). زمینه روانشناسی. ترجمه: جمعی از مترجمین. تهران: انتشارات رشد.
۳. اشرفی، ابوالفضل. (۱۳۷۷). بی‌هویتی اجتماعی و گرایش به غرب، بررسی عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر گرایش نوجوانان به الگوهای فرهنگی غربی (رپ و هوی متال). تهران: دانشکده تربیت مدرس.
۴. احدی، حسن. محسنی، نیکچهر. (۱۳۸۰). روانشناسی رشد و مفاهیم بنیادی در روانشناسی نوجوانی و جوانی. تهران: انتشارات چهره.
۵. روش بلاو، آن ماری. (۱۳۷۱). روانشناسی اجتماعی. ترجمه: سید محمد دادگران. تهران: مروارید.
۶. حیدری، محمدرضا. (۱۳۷۶). پژوهشی در پدیده مدگرایی جوانان شهر. دانشگاه فردوسی.
۷. سیف، علی اکبر. (۱۳۸۳). روش تهیه پژوهشنامه در روانشناسی و علوم تربیتی. تهران: دوران.
۸. شریعتمداری، علی. (۱۳۷۵). جامعه و تعلیم و تربیت جهانی. تهران: امیرکبیر.
۹. کلاین برگ، اتو. (۱۳۸۳). روانشناسی اجتماعی. ترجمه: محمدعلی کاردان، جلد دوم. تهران: نشر اندیشه.

-Communication Education 1996. Vo145, Iss2, PP135-198.

-Horton , D.B& Hunt, CL, Sociology, bthed, Mcgrawhill, 1984.

-(Journal CITAion):A,erician-school-Board-Tournal: VL73,n5,P43,May 1986.

-Longman Dictionary of contemporary English, 1995.\