

تحلیل جامعه‌شناختی رابطه هویت اجتماعی در گزینش نوع گروه مرجع دانشجویان دانشگاه رازی کرمانشاه

اردشیر آذرخش^۱، حسن سرایی، آباقر ساروخانی^۳

چکیده

به باور بسیاری از اندیشمندان جامعه‌شناسی نبود یک شناخت علمی از گروه‌های مرجع و ابعاد کارکردی آن‌ها به ویژه از نظر جوانان دانشجو باعث بروز اشتباهات و لغزش‌های چشم‌گیر در مواجهه با جوانان شده است. بنابراین هدف اصلی تحقیق حاضر، تحلیل جامعه‌شناختی رابطه بین هویت اجتماعی با نوع گزینش گروه مرجع دانشجویان دانشگاه رازی کرمانشاه است. روش پژوهش کمی به شیوه‌ی پیمایشی بوده و اطلاعات ۳۱۳ نفر از دانشجویان، از میان جامعه آماری ۱۰۰۱۵ نفری دانشگاه رازی کرمانشاه با روش نمونه‌گیری سهمیه‌ای غیر احتمالی جمع‌آوری و تحلیل گردیده است. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون همبستگی فی کرامر از طریق نرم افزار SPSS بهره گرفته شده است. گروه مرجع دانشجویان در سه بعد عضویت- غیر عضویت، خودی- غیر خودی و متکثر و ترکیبی شاخص بندی شده که نتایج پژوهش حاکی است که رابطه‌ی همبستگی معناداری بین هویت اجتماعی در ابعاد (دینی، ملی و جهانی)، با گروه مرجع در ابعاد (عضویت-خودی، غیر عضویت- غیر خودی و متکثر و ترکیبی) وجود داشته، اما بین هویت قومی و نوع گروه مرجع عضویت رابطه‌ی وجود نداشته است.

واژگان کلیدی: گروه مرجع دانشجویان، هویت اجتماعی دانشجویان، گروه مرجع عضویت و غیر عضویت، گروه مرجع خودی و غیر خودی، گروه مرجع ترکیبی

تاریخ پذیرش: ۹۵/۵/۲۷

تاریخ دریافت: ۹۵/۴/۱۳

^۱ دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران E-Mail: a.azarakhsh90@gmail.com

^۲ استاد گروه جامعه‌شناسی دانشگاه علامه طباطبائی تهران (نویسنده مسئول) E-Mail: hsaraei@yahoo.com

^۳ استاد گروه جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران E-Mail: saroukhani@ut.ac.ir

مقدمه

گیدنز معتقد است سنت بیش از گذشته معنای خود را از دست داده است و زندگی روزانه افراد بیشتر تحت تأثیر دیالکتیک امر محلی و امر جهانی شکل می‌گیرد و بیشتر افراد مجبورند از میان مجموعه انتخاب‌ها چیزهایی را گزینش کنند (گیدنز، ۱۳۸۵: ۱۲۹). کاستلز، پیدایش جامعه شبکه ای را دلیل شکل‌گیری انواع مختلف هویت‌ها بیان می‌کند. او نیز با گیدنز موافق است که در دوره مدرن، هویت افراد یا "خود" آنها به برنامه‌ای بازتابی تبدیل می‌شود که شخص برحسب زندگی‌نامه‌اش به طور بازتابی آنرا می‌فهمد. اما کاستلز، استدلال می‌کند که این پیدایش جامعه شبکه ای است که فرایندهای برساختن هویت را در دوره مدرن زیر سؤال می‌برد، و بدین ترتیب شکل‌های جدیدی از تغییر اجتماعی خلق می‌کند. از طرفی دیگر، تجربه قدرت در قالب‌های زمانی مکانی متفاوت نیز مزید بر علت شده‌اند. بنابراین برنامه‌ریزی بازتابی زندگی - غیرممکن می‌شود، مگر برای نخبگانی که در فضای بی‌زمان جریانهای شبکه‌های جهانی و در مناطق فرعی تر آنها سکونت دارند و همچنین پایه‌ریزی صمیمیت و نزدیکی بر اساس اعتماد، متسلزم تعریفی مجدد از هویت به نحوی که مستقل از منطق شبکه ساز نهادها و سازمانهای غالب است. در این شرایط جدید، جستجوی معنا فقط در بازسازی هویت‌های دفاعی حول اصول اجتماع اشتراکی مقدور میشود کاستلز از چند فرایند، بنیادگرایی دینی (که به نظر او مهمترین منبع هویت ساز در جامعه شبکه ای است)، ملی‌گرایی، هویت قومی و منطقه ای به عنوان فرآیندهای کلیدی در برساختن هویت جمعی در یک جامعه شبکه ای یاد می‌کند (کاستلز، ۱۳۸۵: ۲۹-۲۷).

به نظر کاستلز تمام هویت‌ها «برساخته»^۱ می‌شوند. اما مسئله‌ی اصلی این است که چگونه از چه چیزی، توسط چه کسی و به چه منظوری. برای برساختن هویت‌ها از مواد و مصالحی مثل تاریخ، جغرافیا، زیست‌شناسی، نهادهای تولید و بازتولید^۲، «خاطره‌ی جمعی»^۳، «رؤیاهای شخصی»^۴، «دستگاه و جهاز قدرت»^۵، «وحی و الهامات دینی»^۱ استفاده می‌شود. اما افراد، گروه‌های اجتماعی

^۱ . Constructed

^۲ . Institutions production and reproduces

^۳ . Collective memories

^۴ . personal dreams

^۵ . Apparatus and power devices

و جوامع، تمامی این مواد خام را می‌پرورانند و معنای آن‌ها را مطابق با الزامات اجتماعی و پروژه‌های فرهنگی که ریشه در ساخت اجتماعی و چارچوب زمانی- مکانی آن‌ها دارد؛ از نو تنظیم می‌کنند. به نظر کاستلز اینکه چه کسی و به چه منظوری هویت جمعی را برسازد تا حد زیادی تعیین‌کننده‌ی محتوای نمادین هویت مورد نظر و معنای آن برای کسانی است که خود را با آن یکی می‌دانند یا بیرون از آن تصور می‌کنند (کاستلز، ۱۳۸۵: ۲۴). به هر حال به طور کلی هویت شخصی - اجتماعی ترکیب یافتن مضمونهای درهم آمیخته و جدایی‌ناپذیر شباهت و تفاوت انسانی در خلال عمل اجتماعی است. آن دائماً ساخته می‌شود و عملی فرایندی است و از طریق دیالکتیک درونی و برونی شناسایی حاصل می‌شود. شکل‌گیری هویت هر فرد از طریق سازماندهی نگرش‌های فردی دیگران در قالب نگرش‌های سازمان یافته اجتماعی این گروهی شکل می‌گیرد به عبارت دیگر تصویری که فرد از خود می‌سازد و احساسی که نسبت به خود پیدا می‌کند بازتاب نگرشی است که دیگران نسبت به او دارند (Mead, 1964: 222). معنای هویت‌های اجتماعی در شرایط جهانی و به قول «فریدمن»^۲ در پروسه جهانی دارای شباهت در عین تفاوت هستند. همه ما تا اندازه‌ای تحت یک نظام شکوفای جهانی اطلاعات تجارت و حمل و نقل سریع زندگی می‌کنیم که در آن شباهت‌های جهانی به همان اندازه تفاوت‌های محلی واضح است (جنکینز، ۱۳۸۱: ۴۶). که با توجه به گسترش قلمرو روابط زندگی اجتماعی در دنیای اجتماعی افراد، احساس کنترل ناپذیر شدن چنین دنیایی را در آنها به وجود می‌آورد (کاستلز و میلر، ۱۹۹۲). لذا امروزه دیگر، فرهنگ در قالب‌های ملی و مرزهای جغرافیای یک جامعه نمی‌گنجد و جریان‌های فرهنگ جهانی، بر ایده آل‌ها، ارزشها، تصور از خود و همچنین الگوهای فرهنگی و گروه‌های مرجع افراد تأثیر گذارده و آنان را در معرض انواع مختلف الگوها و مدل‌های نگرشی و ارزشی زندگی قرار می‌دهد. بدیهی است که بخش عمده مخاطبان این جریان‌های فرهنگی، جوانان هستند که نوگرایی و تنوع طلبی عموماً در صدر ارزشهای آنان قرار دارد (فرهنگ عمومی، ۱۳۸۳: ۲).

با توجه به اینکه هویت اجتماعی در نوع درک و شناخت از خود و دیگران در جامعه می‌تواند مؤثر باشد، شناخت نوع هویت اجتماعی افراد در جامعه و میزان برجستگی یکی از ابعاد هویت

^۱ religious revelation and inspiration

^۲ .Friedman

اجتماعی در افراد به خصوص جوانان می‌تواند در مسیریابی الگوهای فرهنگی و ارزشی آنها چه در بعد داخلی و چه در بعد خارجی و جهانی تأثیری تعیین‌کننده داشته باشد. و از طرف دیگر نوع هویت اجتماعی که افراد در زندگی از آن تبعیت می‌کنند، می‌تواند در تعیین گرایش‌ها و ارزش‌های آنها به ویژه نوع ارتباطات گروهی شان دخیل باشد. که دیدگاه‌ها و نظریه‌های متعدد نشان می‌دهد که ظهور گروه‌های مرجع بر اساس «ضرورت‌های کارکردی»^۱ و ایفای نقش مناسب آن‌ها در نظام اجتماعی حیاتی است. به باور بسیاری از اندیشمندان جامعه‌شناسی، نبود یک شناخت علمی از گروه‌های مرجع و ابعاد کارکردی آن‌ها به ویژه از نظر جوانان دانشجویی، باعث بروز اشتباهات و لغزش‌های چشم‌گیر در مواجهه با جوانان شده است. که این گروه‌ها در واقع، به مقولاتی اجتماعی اطلاق می‌شوند که افراد را در توسعه و رشد ارزش‌ها، نگرش‌ها، رفتارها و تصورات شخصی خود راهنمایی می‌کنند (Merton, 1968).

از آنجا که جوانان، بخش مهمی از جامعه ایرانی را تشکیل داده و به واسطه قرار گرفتن در شرایط جهانی شدن، با سبک‌ها و هویت‌های مختلفی از زندگی روبرو هستند (خواجه نوری و سروش، ۱۳۸۵). بنابراین بررسی رابطه بین هویت اجتماعی جوانان (در ابعاد قومی، ملی، دینی و جهانی)، با نوع‌گزینش گروه‌های مرجع اجتماعی مرتبط با آنها می‌تواند در درک و شناخت نگرش‌ها، علایق و رفتارهای جوانان جامعه در سطح کلان و جوانان دانشجوی دانشگاه رازی کرمانشاه در سطح خرد، محققین و مدیران اجرایی در حوزه‌ی بررسی مسائل و مشکلات جوانان را یاری رساند. به ویژه اینکه در زمینه‌ی رابطه‌ی هویت اجتماعی در ابعاد (قومی، ملی، دینی و جهانی) با نوع گروه‌های مرجع جوانان تاکنون در کشور در سطح کلان و در کلانشهر کرمانشاه و دانشگاه رازی در سطح خرد و ویژه پژوهشی تحت عنوان یاد شده صورت نگرفته است، بنابراین هدف این پژوهش، تحلیل جامعه‌شناختی رابطه بین هویت اجتماعی جوانان (در ابعاد قومی، ملی، دینی و جهان‌وطنی)، و نوع گروه مرجع (از نظر عضویت - غیر عضویت، خودی - غیر خودی و ترکیبی) در بین دانشجویان دانشگاه رازی کرمانشاه است. حال با توجه به موارد فوق، در این پژوهش این مسأله مطرح است «که بین هویت اجتماعی دانشجویان (در ابعاد قومی،

تحلیل جامعه شناختی رابطه هویت اجتماعی در گزینش نوع گروه مرجع ۱۱

دینی، ملی و جهانی)، و نوع گروه های مرجع آنها (از نظر عضویت و خودی، غیر عضویت و غیر خودی، و ترکیبی) چه رابطه می تواند وجود داشته باشد؟ در راستای چنین مسأله ای به نظر می رسد که: ۱- اگر هویت قومی در دانشجویان مسلط باشد، گروه مرجع بیشتر از نوع عضویت و خودی است. ۲- اگر هویت دینی در دانشجویان مسلط باشد، گروه مرجع بیشتر از نوع عضویت و خودی است. ۳- اگر هویت ملی در دانشجویان مسلط باشد، گروه مرجع بیشتر از نوع عضویت و خودی است. ۴- اگر هویت جهانی در دانشجویان مسلط باشد، گروه مرجع بیشتر از نوع ترکیبی است.

ادبیات تحقیق و چارچوب نظری:

در این پژوهش برای تبیین روابط بین متغیرهای اصلی تحقیق که در قالب فرضیات شماره (۱) تا (۴) ذکر گردیده است از نظریات مرتن (۱۹۶۸)، نیوکامب (۱۹۴۳)، مظفر شریف (۱۹۴۸) برای تحلیل مفهوم گروه های مرجع دانشجویان، و از نظریات تاجفل و ترنر (۱۹۷۹)، کاستلز (۱۳۸۵)، برای تحلیل هویت اجتماعی دانشجویان بهره گرفته شده است.

گروه مرجع: عبارت گروه مرجع منطبق با نظر هربرت هایمن در آرشیو های روانشناسی (۱۹۴۲) است که برای گروهی به کار رفته است که در مقابل یک فرد موقعیت یا عملکرد خودش را ارزیابی می نماید. هایمن تمایزی را بین یک گروه عضویت که افراد به آن تعلق دارند و یک گروه مرجع که به عنوان پایه ای برای مقایسه بوده به کار برده است. در جریان تصمیم گیریها، شکل گیری نگرشها و کنش های انسانها در جامعه، عواملی چند نقش آفرینی دارند که از جمله ی مهمترین آنها شامل افراد، گروهها و نهاد هایی هستند که مبنا و معیار قضاوت و ارزشیابی کنشگران اجتماعی قرار می گیرند. اینها گروه مرجع گفته می شوند که دو نوع کارکرد متفاوت در قالب دو نوع گروه مرجع ایفا می کنند. نظریه ی گروه مرجع دو نوع «گروه مرجع تجویزی (هنجاری)»^۱ و «گروه مرجع تطبیقی (مقایسه ای)»^۲ را از هم متمایز می کند (هایمن، ۱۹۴۲؛ شریف، ۱۹۴۸). چنین تقسیم بندی از جانب «کلی» ۱۹۵۲ بین گروه های

^۱ Normative reference group (normative)

^۲ Comparative reference group (comparison)

مرجع مقایسه‌ای و فرمایشی که حالتی پایه‌ای دارد مطابق با دو نوع عملکرد از گروه‌های مرجع به صورت استانداردهای مقایسه‌ای برای خود ارزیابی، و به صورت منبع هنجارها، نگرش‌ها و ارزش‌های فردی است، صورت گرفته است (Kelly, 1952).

«تئودور نیوکامب» (۱۹۴۳) از گروه‌های مرجع برای توضیح ارزش‌ها و نگرش‌های در حال تغییر دانشجویان کالج بنینگتون استفاده کرد. از نظر مرتن «نظریه گروه مرجع نظریه‌ای است با برد متوسط و در کل قصد دارد عوامل تعیین‌کننده و نتایج آن دسته فرایندهای ارزیابی و خودسنجی که طی آن فرد ارزشها و معیارهای افراد و گروه‌های دیگر را به منزله چهارچوب‌های مقایسه‌ای مرجع بر می‌گزیند نظام‌مند نماید» (Merton 1968: 288).

در این تحقیق گروه‌های مرجع دانشجویان شامل افراد، دسته‌ها و گروه‌هایی نظیر والدین، دوستان و همسالان، دانشجویان، معلمان، اساتید دانشگاه، هنرمندان، ورزشکاران، روحانیون، گروه‌های مجازی و... است. که گروه‌های مرجع دانشجویان در قالب سه بعد عضویت و غیر عضویت، خودی و غیر خودی، متکثر و ترکیبی صورت بندی شده است.

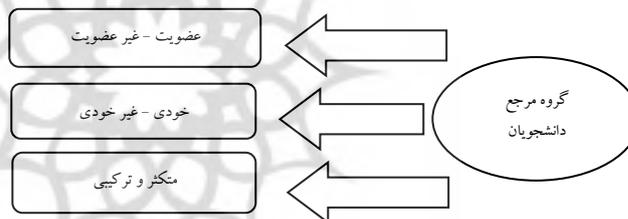
۱- **گروه مرجع:** به گروه، جمع، رده اجتماعی و یا شخصی (به عنوان نماد یک گرایش یا گروه اجتماعی) که فرد در بعضی یا در همه عرصه‌های حیات اجتماعی آن را معیار قضاوت خود قرار داده و یا از آنها تبعیت می‌کند. این تبعیت در ارتباط با سبک زندگی، نگرشها، رفتارها و معیارهای لازم برای سنجش خود و دیگران است (انتظاری، ۱۳۸۴).

۲. **بعد عضویت - غیر عضویت:** به معنای میزان پیوند و فعالیت و عضویت فرد در رده‌ها، دسته‌ها و گروه‌های اجتماعی و فرهنگی مورد نظر است (خسروشاهی ۱۳۹۰، ۸). در این تحقیق حضور و عضویت عینی و معنادار در رده‌ها، دسته‌ها و گروه‌هایی نظیر خانواده، دوستان، همکلاسی‌ها، خویشاوندان، انجمن‌های علمی و فرهنگی و ورزشی و شبکه‌های اجتماعی مجازی (نظیر فیس بوک، تویتر، تانگو، تلگرام و...) را شامل می‌شود.

تحلیل جامعه شناختی رابطه هویت اجتماعی در گزینش نوع گروه مرجع ۱۳

۳. **بعد گروه خودی-غیر خودی^۱**: در مقابل گروه مرجع غیر خودی قرار دارد و فرد، گروه، رده اجتماعی و یا جمعی است که دارای ملیت و یا تبار ایرانی باشد. بعد گروه مرجع غیر خودی^۲: در مقابل گروه مرجع خودی قرار دارد و فرد، گروه، رده اجتماعی و یا جمعی است که دارای ملیت و یا تبار غیر ایرانی باشد.

۴. **گروه مرجع ترکیبی^۳**: به گروه هایی که افراد برای زندگی خود چه برای مقایسه و ارزیابی و چه تبعیت هنجاری، در حوزه های متعدد زندگی سیاسی، اخلاقی، علمی، اقتصادی، هنری و... برمی گزینند و افرادی که چنین مرجع هایی در زندگی انتخاب می کنند، اکثراً دارای تحصیلات تکمیلی (ارشد و دکتری) می باشند. در شکل (۱) وضعیت سازه ی گروه مرجع دانشجویان با شاخصه های آن ذکر گردیده است.



شکل ۱: وضعیت متغیر وابسته گروه مرجع دانشجویان

هویت اجتماعی^۴: نظریه هویت اجتماعی را تاجفل به همراه ترنر^۵ در سال ۱۹۷۹ توسعه داده است. این نظریه به طور عمده به منظور درک پایه های روان شناختی تمایز بین گروهها به کار رفته است. تاجفل و همکاران (۱۹۷۱) تلاش کرده اند «شرایط حداقلی»^۶ را تعیین کنند که براساس آن اعضای یک گروه، درون گروهی را که به آن متعلق هستند و در مقابل برون گروه قرار می گیرد

^۱ . Own reference group

^۲ . Reference group outsiders

^۳ . A combination Reference Group

^۴ . Social Identity

^۵ . Turner

^۶ . minimal conditions

متمایز کنند. در تئوری هویت اجتماعی تاجفل و ترنر یک شخص تنها یک «خود شخصی»^۱ ندارد، بلکه دارای چندین خود است که با «چرخه‌های عضویت گروهی»^۲ هم خوانی دارد. زمینه‌های متفاوت اجتماعی ممکن است یک شخص را به فکر کردن، احساس کردن و عمل کردن بر مبنای رده خود شخصی، خانوادگی یا ملی‌اش برانگیزاند (Turner, 1987). طبق تعریف این محققان هویت اجتماعی برداشت افراد از خود است که از عضویت ادراک شده در گروه‌های اجتماعی ناشی می‌شود (Hogg & Vaughan, 2002). تئوری هویت اجتماعی در این راستا است که عضویت گروهی به خودی خود مقوله‌بندی درون گروهی را ایجاد می‌کند. تاجفل بین هویت اجتماعی و عضویت گروهی ارتباط برقرار می‌کند و عضویت گروهی را شامل سه عنصر می‌داند: الف) عنصر معرفتی یا شناختی: که به میزان آگاهی شخص به متعلق بودن در یک گروه برمی‌گردد. ب) عنصر ارزشی: که شامل محاسباتی می‌شود که فرد درباره پیامدهای مثبت و یا منفی عضویت گروهی دارد. ج) عنصر عاطفی و احساسی: که به میزان احساسات نسبت به یک گروه و نیز افراد دیگری که رابطه ویژه‌ای با آن گروه دارند، اشاره دارد. بر همین مبنا هویت اجتماعی از دیدگاه تاجفل عبارت است از: «برداشت یک فرد از خود به نسبت شناخت و آگاهی از عضویت در یک گروه به همراه بعد ارزشی و احساسی مرتبط با آن عضویت» (Tajfel 1978, 63).

تعریف هویت اجتماعی: «هویتی است که به افراد نسبت داده می‌شود تا در فضای اجتماعی قرار گیرند و بر مبنای خصوصیت اجتماعی و فرهنگی شان به کنش‌های اجتماعی می‌پردازند، که جهت‌گیری افراد نسبت به دیگران به مثابه «موضوع» اجتماعی را شکل می‌دهد و افراد به عنوان «عامل» خود را در تعامل و تقابل با دیگران می‌شناسند و ابراز می‌دارند» (Touraine 2000:36). (تعریف نظری). در این تحقیق باز شناسایی (احساسات، نگرش‌ها و رفتار خود در

¹. Personal self

². Cycles of group membership

تحلیل جامعه شناختی رابطه هویت اجتماعی در گزینش نوع گروه مرجع ۱۵

تقابل با دیگران در قالب مقولاتی و شاخصه هایی نظیر ؛ قومیت، دین، ملیت و جهانی وطنی است.» (تعریف عملیاتی). در شکل (۲) باز شناسی ابعاد مفهوم هویت اجتماعی دانشجویان در قالب قومیت، دین، ملیت و جهان وطنی آمده است.



شکل ۲: وضعیت ابعاد متغیر مستقل هویت اجتماعی دانشجویان

پیشینه تحقیقات:

در زمینه رابطه و تأثیر هویت اجتماعی جوانان در ابعاد (قومی، ملی، دینی و جهانی) بر نوع و گروه های مرجع آنان، با توجه به بررسی های محقق در اسناد و بانک های اطلاعاتی مربوط به مقالات و پایان نامه های دانشجویی در کشور متأسفانه عنوانی دقیق و مشابه یافت نشد، و محقق کار را با عناوینی نزدیک به موضوع آغاز کرده که در ادامه مطرح می گردد: ابراهیم پاشا و فلاح زاده (۱۳۸۹)، در مقاله ای تحت عنوان «بررسی هویت دینی و ملی نوجوانان و جوانان شهر تهران با تاکید بر گروه مرجع» نتیجه گرفته اند که هویت دینی در بین زنان بر هویت ملی برتری دارد در حالی که این وضعیت در بین مردان برعکس است. در رابطه با هویت ملی تغییر اهمیت دادن به دیدگاه گروه های مرجع روحانیون (۹۲٪)، معلمان (۱۱۳٪)، ثروتمندان (۹۰٪-)، رزمندگان (۴۳۰٪)، نویسندگان (۵٪)، و در رابطه با هویت دینی اهمیت به دیدگاه روحانیون (۲۰۴٪)، بسیجیها (۷۰٪)، ثروتمندان (۹۸٪-)، نویسندگان (۵۹٪-)، قضات (۶۴٪) و رزمندگان (۸۱٪) تعیین شده است. بیات (۱۳۸۱) در تحقیقی تحت عنوان «بحران هویت جوانان و ارتباط آن با برخی متغیرهای اجتماعی» به این نتیجه می رسد که اگر گروه های خودی مشروعیت مرجع بودن را از دست بدهند، افراد به دنبال گروه های غیر خودی خواهند بود و آن گاه ثبات نظام اجتماعی مختل خواهد شد. ذوالفقاری و صوفی زاده (۱۳۹۲) در پژوهشی به این نتیجه رسیده اند که جامعه

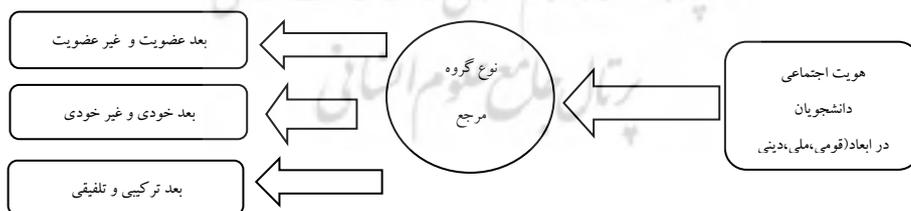
ایلام، یک جامعه همگرا و درون‌گروهی است و زنان ایلامی تمایل زیادی به گزینش گروه‌های مرجع غیر عضویتی ندارند. ساختار اجتماعی بسته شهر ایلام و به تبع آن، تحرک اجتماعی پایین و نیز محلی‌گرایی در بین زنان، از مهمترین عوامل مؤثر در گزینش گروه‌های مرجع عضویتی و به ویژه خانواده است. حبیب خسروشاهی (۱۳۹۰)، در تحقیقی به بررسی گروه‌های مرجع جوانان تهرانی پرداخته است. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که گرایش به گروه‌های مرجع خودی تا حدی در میان جوانان تهرانی دیده می‌شود. همچنین تأثیر گذارترین گروه‌های مرجع در دنبال کردن آرزوها و اهداف به ترتیب اعضای خانواده، دوستان نزدیک و کمترین به ترتیب هنرمندان، ورزشکاران و روحانیون می‌باشد.

غیور باغبانی و اصغر پور ماسوله (۱۳۹۱)، طی پژوهشی تحت عنوان «عوامل مؤثر بر اولویت بندی گروه‌های مرجع جوانان» به مطالعه پرداخته‌اند که نتایج حاصله نشان می‌دهد که جنسیت بر انتخاب گروه مرجع اصلی تأثیر ندارد و این انتخاب تحت تأثیر متغیرهای تحصیلات و درآمد معنادار است. هزار جریبی و آقاییگی کلاکی (۱۳۹۰) در پژوهشی به بررسی «عوامل مؤثر بر گزینش گروه مرجع در بین دانشجویان؛ مطالعه جامعه‌شناختی تغییر گروه مرجع در بین دانشجویان دانشگاه‌های اصفهان و صنعتی اصفهان» پرداخته‌اند، که نتایج حاکی است که مطلوبیت نظام فرهنگی، ارزشی، و سبک زندگی جوامع غربی، بالاترین تأثیر را در تغییر گروه مرجع داشته است. میمار و تقی‌پور (۱۳۹۱)، در مقاله‌ای تحت عنوان «نقش گروه‌های مرجع بر ارزشهای فرهنگی دانشجویان» به تحقیق پرداخته‌اند که نتایج پژوهش حاکی است که بین انتخاب گروه‌های مرجع و هواخواهی از ارزشهای سنتی در بین دانشجویان رابطه‌ای معنادار وجود دارد. و در واقع گروه‌های مرجع سنتی والدین، معلمان و... در شکل دادن به ارزشهای فرهنگی دانشجویان نقش مهمی ایفا می‌کنند. «کوین اسپینگ»^۱ و دیگران (۲۰۱۳) در تحقیقی تحت عنوان «بررسی ارتباط بین هنجارهای توصیفی (برداشت از تلاش دیگران) در ورزشکاران نوجوان و اثر گروه‌های مرجع مختلف» به مطالعه پرداخته‌اند. که نتایج مطالعه حاکی است که

^۱. Spink

تحلیل جامعه‌شناختی رابطه هویت اجتماعی در گزینش نوع گروه مرجع ۱۷

برداشت از هنجارهای توصیفی پیش‌بینی شده‌ی تلاش فردی، مربوط به سخت کار کردن است. و از نظر گروه مرجع تلاش‌های فردی بیشتر با قواعدی از گروه دوستان همراه بوده است و تأثیرات درک رفتار دیگران بر روی رفتار فردی فرد، سبب شده که تلاش فرد در ورزش تأیید شود. «کنیسن»^۱ (۲۰۰۸) در تحقیقی تحت عنوان «گروه‌های مرجع و متغیر استراتژی خطر» به بررسی دو اثر مهم استراتژی خطر می‌پردازد. که نتایج پژوهش هم جایگاه گروه‌های مرجع در زندگی و آرمان‌های افراد را نشان می‌دهد و هم میزان تفکیک‌پذیری گروه‌های مرجع که سبب شکل‌گیری گروه‌های مرجع چندگانه و متکثر افراد جوان شده را به تصویر می‌کشد و اینکه هویت اجتماعی جوانان مدرن در عصر جدید و منابع هویت‌دهنده به نگرش‌ها و شخصیت اجتماعی آنها متکثر می‌باشد که این منابع و نهادها می‌توانند افراد و گروه‌های مهم در زندگی آنها باشند. «شیبوتانی» نیز درباره گروه مرجع به تحقیق تجربی پرداخته است و در چهارچوب نظریه «کنش متقابل نمادین» موضوع خود را توصیف می‌کند و به این نتیجه می‌رسد که انتخاب نوع گروه مرجع تحت تأثیر شبکه ارتباطات اجتماعی فرد است (پارک و لسینگ ۱۹۷۷، چاپمن و داوسون ۲۰۰۰). «جفری میل» (۱۹۹۸)، در پژوهشی به بررسی تأثیر گروه‌های همسال بر نگرش دانشجویان پرداخته است. اهمیت و گستره این ارتباط و نفوذ، قطعی و مشخص نیست و به زیر گروه‌هایی بستگی دارد که دانشجو خود را متعلق به آن می‌داند یا بسته به فضای دانشکده‌ای است که در آن باید دانشجویان به تعامل می‌پردازد. در پایان این بخش در قالب شکل شماره ۳) روابط نظری بین مفاهیم اصلی تحقیق مطرح می‌گردد:



شکل ۳: روابط نظری بین مفاهیم اصلی تحقیق

^۱ Knudsen

روش‌شناسی

روش تحقیق این پژوهش کمی می‌باشد. جهت تحلیل داده‌ها از مقیاس پایایی، تحلیل موضوعی، آزمون فرضیه‌ها، نتایج آلفای کرونباخ، وزن‌های عاملی و آزمون همبستگی فی کرامر استفاده شد. در این پژوهش برای جمع‌آوری داده‌های کمی از تکنیک پرسشنامه محقق‌ساخت استفاده شده است که سؤالات مربوط به متغیر وابسته تحقیق، گروه مرجع دانشجویان، مجموعاً در قالب ۱۵ سؤال طرح گردیده است و سؤالات مربوط به هویت اجتماعی در قالب چهار بعد؛ هویت قومی (۵ سؤال)، هویت دینی (۶ سؤال)، هویت ملی (۵ سؤال)، هویت جهانی (۷ سؤال)، که در مجموع ۲۳ سؤال را شامل می‌شود. پایایی ابزار سنجش این تحقیق با ارائه‌ی سؤالات پرسش‌نامه به اساتید متخصص جامعه‌شناسی، بخصوص اساتید راهنما و مشاور تحقیق مورد بازبینی و بررسی علمی قرار گرفته، که در نهایت بعد از چند مرحله تغییر و اصلاح سؤالات برای اجرا نهایی‌سازی شده است. تحلیل داده‌ها با کمک آزمون فی-کرامر (به دلیل این که متغیرها در سطح سنجش ترتیبی - اسمی بوده‌اند) انجام گرفته است. در این تحقیق، جامعه آماری شامل تمامی دانشجویان دانشگاه رازی کلاتشهر کرمانشاه شامل ۱۰۰۱۵ نفر دانشجوی دختر و پسر که در مقاطع، کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکترای حرفه‌ای و دکترای تخصصی، در سال تحصیلی ۹۳-۹۴ مشغول به تحصیل‌اند می‌باشد و حجم نمونه‌ی به کمک فرمول کوکرین برای سطح اطمینان ۰.۹۹، محاسبه کرده است، که رقمی در حدود ۳۱۳ نفر از دانشجویان دختر و پسر بوده است. که داده‌های تحقیق به شیوه‌ی نمونه‌گیری سهمیه‌ای جمع‌آوری شده است.

جدول ۱: وضعیت آزمون آلفای کرونباخ برای متغیر وابسته و متغیر مستقل

متغیر	بعد	تعداد گویه	گویه محذوف	آلفای کرونباخ گویه‌ها
گروه مرجع	عضویت- غیر عضویت	۷	شماره ۷	۰/۰۸۵
	خودی- غیر خودی	۴	شماره ۱۱	۰/۰۷۸
	متکثر- ترکیبی	۴	شماره ۱۵	۰/۰۷۶
هویت اجتماعی	قومی	۵	ندارد	۰/۰۸۹
	ملی	۵	ندارد	۰/۰۸۸
	دینی	۶	ندارد	۰/۰۸۸

تحلیل جامعه شناختی رابطه هویت اجتماعی در گزینش نوع گروه مرجع ۱۹

۰/۰۸۹	ندارد	۷	جهان وطنی
-------	-------	---	-----------

یافته ها

یافته های تحقیق در قالب جداول شماره های (۲، ۳، ۴ و ۵) زیر ذکر شده است.

جدول ۲: همبستگی بین متغیر هویت قومی و گروه مرجع عضویت و خودی

متغیر	آزمون آماری و معناداری	گروه مرجع عضویت	گروه مرجع خودی
هویت قومی	همبستگی فای	۰/۶۹۴	۰/۶۱۵
	معناداری	۰/۰۰۱	۰/۰۰۰
	همبستگی کرامر	۰/۲۸۳	۰/۳۰۸
	معناداری	۰/۰۰۱	۰/۰۰۰
	تعداد	۳۱۳	۳۱۳

جدول ۳: همبستگی بین متغیر هویت دینی و گروه مرجع عضویت و خودی

متغیر	آزمون آماری و معناداری	گروه مرجع عضویت	گروه مرجع خودی
هویت دینی	همبستگی فای	۰/۸۲۶	۰/۷۴۶
	معناداری	۰/۰۰۱	۰/۰۰۰
	همبستگی کرامر	۰/۳۳۷	۰/۳۷۳
	معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
	تعداد	۳۱۳	۳۱۳

جدول ۴: همبستگی بین هویت ملی و گروه مرجع عضویت و خودی

متغیر	آزمون آماری و معناداری	گروه مرجع عضویت	گروه مرجع خودی
هویت ملی	همبستگی فای	۰/۶۸۷	۰/۶۷۳
	معناداری	۰/۰۱۸	۰/۰۰۰
	همبستگی کرامر	۰/۲۸۱	۰/۳۴۳
	معناداری	۰/۰۱۸	۰/۰۰۰
	تعداد	۳۱۳	۳۱۳

جدول ۵: همبستگی بین متغیر هویت جهانی و گروه مرجع ترکیبی

گروه مرجع ترکیبی	آزمون آماری و معناداری	متغیر
۰/۸۷۳	همبستگی فای	هویت جهانی
۰/۰۰۲	معناداری	
۰/۲۹۱	همبستگی کرامر	
۰/۰۰۲	معناداری	
۳۱۳	تعداد	

یافته های استنباطی

فرضیه اول: «اگر هویت قومی در دانشجویان مسلط باشد، گروه مرجع بیشتر از نوع عضویت و خودی است.» در ستون اول جدول شماره (۲) ضریب همبستگی بین متغیر وابسته ی گروه مرجع عضویت و هویت قومی افراد آزمودنی، بر اساس ضریب همبستگی فای ($Sig=۰/۰۰۱$) و $Value=۰/۶۹۴$ و کرامر ($Sig=۰/۰۰۱$ و $Value=۰/۲۸۳$) معنادار است. این رابطه با توجه به علامت همبستگی مثبت و مستقیم است. در جدول شماره (۲) ستون دوم نشان می دهد ضریب همبستگی بین متغیر وابسته ی گروه مرجع خودی و هویت قومی افراد آزمودنی، بر اساس ضریب فای ($Sig=۰/۰۰۰$ و $Value=۰/۶۱۵$) و کرامر ($Sig=۰/۰۰۰$ و $Value=۰/۳۰۸$) معنادار است، این رابطه با توجه به علامت همبستگی مثبت و مستقیم بوده، به عبارتی هرچه یک فرد دارای هویت قومی بالایی باشد، بیشتر گروه های مرجع خودی را انتخاب می کند. در نتیجه فرضیه ی اول «یعنی اگر هویت قومی در دانشجویان مسلط باشد، به احتمال زیاد گروه مرجع عضویت و خودی را انتخاب می کند.» با سطح اطمینان $۰/۰۹۵$ و و خطای $۰/۰۵$ معنادار بوده و شدت همبستگی آن در سطح زیاد محاسبه می شود.

فرضیه دوم: «اگر هویت دینی در دانشجویان مسلط باشد، گروه مرجع بیشتر از نوع عضویت و خودی است.» ضریب همبستگی در ستون اول جدول شماره (۳)، بین متغیر وابسته ی گروه مرجع عضویت و هویت دینی افراد آزمودنی، بر اساس ضریب همبستگی فای ($Sig=۰/۰۰۰$) و

تحلیل جامعه شناختی رابطه هویت اجتماعی در گزینش نوع گروه مرجع ۲۱

($Value=0/826$) و کرامر ($Sig=0/000$ و $Value=0/337$) معنادار است. این رابطه با توجه به علامت همبستگی، مثبت و مستقیم است؛ به عبارتی هر چه یک فرد دارای هویت دینی قوی تری باشد، بیشتر گروه های مرجع عضویت را انتخاب می کنند. در جدول شماره (۳) ستون دوم نشان می دهد ضریب همبستگی بین متغیر وابسته ی گروه مرجع خودی و هویت دینی افراد آزمودنی، براساس ضریب فای ($Sig=0/000$ و $Value=0/746$) و کرامر ($Sig=0/000$) و ($Value=0/373$) معنادار بوده و این رابطه با توجه به علامت همبستگی، مثبت و مستقیم است؛ به عبارتی هر چه یک فرد دارای هویت دینی بالایی باشد، بیشتر گروه های مرجع خودی را انتخاب می کند. در نتیجه فرضیه ی دوم «یعنی اگر هویت دینی در دانشجویان مسلط باشد، به احتمال زیاد گروه مرجع عضویت و خودی را انتخاب می کنند.» با سطح اطمینان $0/095$ و و خطای $0/05$ معنادار بوده و شدت همبستگی آن در سطح زیاد محاسبه می شود.

فرضیه سوم: «اگر هویت ملی در دانشجویان مسلط باشد، گروه مرجع بیشتر از نوع عضویت و خودی است.» ضریب همبستگی در جدول (۴)، بین متغیر وابسته ی گروه مرجع عضویت و هویت ملی افراد آزمودنی، بر اساس ضریب همبستگی فای ($Sig=0/018$ و $Value=0/687$) و کرامر ($Sig=0/018$ و $Value=0/281$) معنادار است. این رابطه با توجه به علامت همبستگی، مثبت و مستقیم است؛ به عبارتی هر چه یک فرد دارای هویت ملی قوی تری باشد، بیشتر گروه های مرجع عضویت را انتخاب می کند. در جدول شماره (۴) ستون دوم نشان می دهد ضریب همبستگی بین متغیر وابسته ی گروه مرجع خودی و هویت ملی افراد آزمودنی، براساس ضریب فای ($Sig=0/000$ و $Value=0/673$) و کرامر ($Sig=0/000$ و $Value=0/343$) معنادار بوده و این رابطه با توجه به علامت همبستگی، مثبت و مستقیم است، به عبارتی هر چه یک فرد دارای هویت ملی بالایی باشد، بیشتر گروه های مرجع خودی را انتخاب می کند. در نتیجه فرضیه ی سوم؛ «یعنی اگر هویت ملی در دانشجویان مسلط باشد، به احتمال زیاد گروه مرجع عضویت و خودی را انتخاب می کنند.» با سطح اطمینان $0/095$ و و خطای $0/05$ معنادار بوده و شدت

همبستگی آن در سطح زیاد محاسبه می‌شود. در مجموع می‌توان گفت دانشجویانی که هویت قومی، ملی و دینی در آنها مسلط باشد، به احتمال فراوان گروه‌های مرجع ارزشی و هنجاری آنها بیشتر جزو گروه‌های عضویت و خودی است.

فرضیه چهارم: «اگر هویت جهانی در دانشجویان مسلط باشد، گروه مرجع بیشتر از نوع ترکیبی است.» در جدول شماره (۵) ضریب همبستگی بین متغیر وابسته‌ی گروه مرجع ترکیبی و متغیر مستقل هویت جهانی افراد آزمودنی، بر اساس ضریب همبستگی فای $Sig=0/002$ و $Value=0/873$ و کرامر $Sig=0/002$ و $Value=0/291$ معنادار است. این رابطه با توجه به علامت همبستگی مثبت و مستقیم است به عبارتی هر چه یک فرد دارای هویت جهانی قوی‌تری باشد، بیشتر گروه‌های مرجع ترکیبی را انتخاب می‌کند. در نتیجه فرضیه‌ی چهارم، «یعنی اگر هویت جهانی در دانشجویان مسلط باشد، به احتمال زیاد گروه مرجع ترکیبی را انتخاب می‌کنند.» با سطح اطمینان $0/095$ و و خطای $0/05$ معنادار بوده و شدت همبستگی آن در سطح بالایی محاسبه می‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری:

در حوزه‌ی نظری یکی از اندیشمندان روانشناسی اجتماعی «مظفر شریف» است که در ادامه‌ی تحقیقاتش، به بررسی ابعاد هنجاری گروه‌های مرجع پرداخته است. وی گروه مرجع را گروهی می‌داند که فرد در صدد کسب عضویت آنها است یا حداقل از حیث ذهنی و روانی پیوستن به آنها را آرزو می‌کند. بنابراین ارزشها و هنجارهای گروه مرجع یک فرد، مهمترین تکیه‌گاه او را در شکل‌گیری هویت فردی و اجتماعی اش تشکیل می‌دهد. گروه‌های مرجع از نظر شریف، لزوماً گروه‌های عضویت فرد نیستند بلکه هر گروهی که مورد توجه وی قرار گیرد و ارزشها و هنجارهای آن گروه در شکل‌گیری درک فرد از موقعیت و هویتش نقش ایفا کند، گروه مرجع وی تلقی می‌گردد (چاپمن و داوسن، ۲۰۰۰). بنابراین می‌توان گفت جوانانی که هویت و کیستی اجتماعی خود را در حوزه داخلی و مؤلفه‌های قومیت، دین و ملیت تعریف می‌کنند بیشتر گرایش به همراهی با الگوها و شاخصه‌های فرهنگی گروه‌های مرجع عضویت و خودی دارند (

نتایج فرضیه اول، دوم و سوم در قالب جداول شماره‌های (۲)، (۳)، (۴)، این فرضیه را تأیید می‌کنند. در واقع هویت اجتماعی که به قول تاجفیل مرتبط با عضویت در گروه هاست، به دنبال تأثیرات گروهی در هر سطحی پذیرا می‌شود. برای مثال جوانی که بیشتر در گروه‌ها و دسته‌جات مذهبی فعالیت دارد با توجه به نگاه و نگرش ایدئوتیک اعتقادی به نگرش‌ها، عقاید و رفتار انسان‌ها، این جوان بیشتر تمایل دارد درون گروه خود را از برون گروه خود برتر دانسته و کمتر از دایره‌ی خط قرمز هویت مذهبی عدول کند، در نتیجه گروه‌ها و ایده‌آل‌های این جوان بیشتر مرتبط با مفاهیم و اصطلاحات حوزه‌ی مذهب است و این جوان در تقابل با گروه‌های خودی به احتمال فراوان گروه خودی و هم‌کیش خود را برمی‌گزیند و الگوها، نمادها و مفاخر فرهنگی و اجتماعی درون گروه خود را بیشتر قبول دارد و خود را با این الگوها تطبیق و همراه می‌کند. این قضیه در ارتباط با جوانانی که از دریچه‌ی قومیت و ملیت خودی به الگوها و سمبل‌های فرهنگی نگاه می‌کنند صادق است. البته این شرایط در حالت رضایت اعضای یک گروه و جامعه از وضعیت و فضای اجتماعی جامعه‌ی خودی بیشتر می‌تواند صادق باشد. در شرایط بحرانی که گروه خودی به قول مرتن توان دادن پرستیژ و اعتبار به اعضای گروه خودی را ندارد و بیشتر اعضای گروه با توجه به لیاقت‌های اکتسابی در جامعه به نوعی در حاشیه محصور و ایزوله شده‌اند، در این وضعیت تمایل برای گروه‌ها و فضاهای اجتماعی جدید و غیر خودی که به نوعی به نیروهای حاشیه‌نشین خودی شخصیت و اعتبار می‌بخشند، بیشتر می‌شود. اینجاست که مرتن اعتقاد دارد که جوامعی که دارای فضای اجتماعی باز هستند و تحرک اجتماعی در سطوح موقعیت‌ها و پایگاه اجتماعی در سطحی بالا فرض می‌شود، افراد دوست دارند خود را بیشتر با گروه‌های غیر خودی و برون گروه مقایسه کنند. این فرض و نتیجه‌ی نظری مرتن با نتایج تحلیل داده‌های فرضیه چهارم در جدول شماره (۵) این پژوهش هماهنگی دارد. در این فرضیه دانشجویانی که از هویت جهانی بالایی برخوردار بودند بیشتر تمایل داشتند که گروه‌های مرجع ترکیبی را انتخاب کنند. در واقع آنها با دید باز و نسبی‌گرایانه خود به مقایسه‌ی ایده‌ها، نگرش‌ها و هنجارهای جوامع مختلف می‌پردازند و در این مقایسه اسیر یک ایده و یک فکر خاص و بسته نمی‌شوند و نه تنها از داشته‌های فرهنگی و ارزشی درون گروه خودی بهره‌می‌گیرند لیکن تمایل دارند برای تکمیل رویکردهای نگرشی و رفتاری خود، ارزشها، افکار و نحوه‌ی اعمال و کنش‌های دیگر گروه‌های غیر خودی را ببینند، تحلیل کنند و در جای خود از آنها

گرفته برداری انتخابی داشته باشند. در این راستا الگوبرداری از هنرمندان شهیر داخلی و خارجی، دانشمندان و محققین حوزه‌های علمی مختلف، ورزشکاران رشته‌های ورزشی و نهایتاً تأثیر پذیری از الگوهای فرهنگی و رفتاری شبکه‌های اجتماعی و مجازی می‌تواند هماهنگی با نتایج فرضیه چهارم باشد. در واقع می‌توان گفت نوع هویت اجتماعی جوانان در ابعاد (قومی، دینی، ملی و جهانی) همبستگی معناداری با نوع‌گزینش گروه مرجع (در ابعاد عضویت - غیر عضویت، خودی - غیر خودی و ترکیبی) دانشجویان در دانشگاه رازی کرمانشاه داشته است. نتایج به دست آمده در این تحقیق با پژوهش‌های (شفرز ۱۳۸۳؛ جفیری میلیم ۱۹۹۸؛ اسپینگ ۲۰۱۳؛ کنیسن ۲۰۰۸؛ مرتن ۱۹۶۸؛ میمار و تقی پور ۱۳۸۹؛ هزار جریبی و آقاییگی کلاکی ۱۳۹۰؛ بیات ۱۳۸۱؛ صبوری خسروشاهی ۱۳۹۰؛ رفعت جاه ۲۰۰۷؛ منطقی ۱۳۷۷؛ انتظاری ۱۳۸۶؛ حمزه ای و دیگران ۱۳۸۹؛ چابکی ۱۳۹۳؛ غیور باغبانی و اصغرپور ماسوله ۱۳۹۱). می‌تواند در بعضی جنبه‌ها هماهنگی داشته باشد. در مجموع باید گفت جوانان دانشجو در عصری به سر می‌برند که علاوه بر تأثیر پذیری از منابع هنجاری و الگویی متنوع که یکی از ویژگی‌های اصلی جامعه‌ی اطلاعاتی و شبکه‌ای کنونی به عقیده‌ی کاستلز (۱۹۹۸) است، به دنبال حضور در محیط‌های ارتباطی و مجازی متنوعی شاخصه‌های هویت اجتماعی آنها از سطح قومی، دینی و ملی با برجستگی خاصی به سمت هویت‌های جهان‌وطنی، متنوع و ترکیبی در حال تغییر شکل است (این نتیجه با یافته‌های صبوری خسروشاهی ۱۳۹۰ و بیات ۱۳۸۱ هماهنگی دارد) که این تغییر در مؤلفه‌های هویت به دلیل قرارگیری در فضای اجتماعی و مجازی جهانی می‌تواند نوع و شکل‌گزینش گروه‌های مرجع تطبیقی و هنجاری آنها را از حوزه‌ی عضویت و خودی به حوزه‌ی غیر عضویت و غیر خودی و یا ترکیبی تغییر دهد که نتایج میدانی حاصل از جداول (۲) تا (۵) این تحقیق مؤید این نتیجه بوده و توسط نظریات (مرتن ۱۹۶۸؛ مظفر شریف ۱۳۹۰) و فستینگر ۱۹۵۴؛ نیوکامب ۱۹۷۴؛ تاجفل و ترنر ۱۹۷۹؛ کاستلز ۱۳۸۵؛ گیدنز ۱۳۷۸) تبیین نظری می‌گردد.

منابع:

تحلیل جامعه‌شناختی رابطه هویت اجتماعی در گزینش نوع گروه مرجع ۲۵

۲. انتظاری، اردشیر (علی). ۱۳۸۶. عوامل گرایش به گروه‌های مرجع غیر بومی: مطالعه‌ای در مورد کاربران ایرانی اینترنت. رساله دکتری. به راهنمایی محمد حسین پناهی، دانشگاه علامه طباطبائی.
۳. ایمان، م. و مرحمتی، ن. ۱۳۹۳. تبیین جامعه‌شناختی گرایش جوانان به سبک زندگی مدرن در شیراز، جامعه‌شناسی کاربردی، سال ۲۵، شماره پیاپی ۵۵، شماره سوم، ص ۲۰-۱.
۴. بوردیو، پیر. (۱۳۹۰). تمایز. ترجمه دکتر چاوشیان. چاپ اول. تهران: نشر ثالث.
۵. چابکی، ام‌البین. ۱۳۹۳. رابطه تعامل با گروه‌های مرجع و تغییر نگرش سیاسی دانشجویان دانشگاه تهران با تأکید بر تفاوت‌های جنسیتی. شریه زن در توسعه و سیاست، دوره ۱۲، شماره ۱، بهار. صص ۵۷-۷۴.
۶. صبوری خسورشاهی، حبیب. ۱۳۹۰. بررسی گروه‌های مرجع جوانان تهران. فصلنامه پژوهش اجتماعی. س ۴، ش ۱۱، صص ۴۲-۵۲.
۷. حمزه‌ای، محمد رضا. و دیگران. ۱۳۸۹. تعیین تفاوت‌های جنسیتی در گرایش جوانان به گروه‌های مرجع. علوم اجتماعی؛ زن در توسعه و سیاست. شماره ۳۱.
۸. خواجه‌نوری، بیژن و سروش، مریم. (۱۳۹۳). "استفاده از رسانه‌ها، سبک زندگی و کیفیت زندگی جوانان شیراز". مجله علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد، پاییز و زمستان ۱۳۹۳. صص ۲۵-۴۹.
۹. دوالفقاری، ابوالفضل، و صوفی زاده، گل. ۱۳۹۲. مطالعه گروه‌های مرجع زنان جوان در شهر ایلام. جامعه‌شناسی کاربردی. اصفهان: دانشگاه اصفهان، دوره ۲۴، ص ۳.
۱۰. شفرز، ب. (۱۳۸۳). مبانی جامعه‌شناسی جوانان. کرامت. ا. راسخ. تهران: نشر نی.
۱۱. غیور باغبانی، سیده زینب. و اصغرپور ماسوله، احمد رضا. ۱۳۹۲. عوامل مؤثر بر اولویت‌بندی گروه‌های مرجع جوانان. مجموعه مقالات تحولات سبک زندگی. تهران: نیسا. جلد ۲. چاپ اول.
۱۲. فاضلی، م. (۱۳۸۲). مصرف و سبک زندگی. تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
۱۳. فرهنگ عمومی. (۱۳۸۳). "جوانان و گروه مرجع" فصلنامه فرهنگ عمومی. شماره ۳۸، صص ۲-۳.
۱۴. کاستلز، مانوئل. (۱۳۸۵). عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ، ترجمه احمد علی قلییان، خاکباز و چاوشیان، تهران: طرح نو
۱۵. گیدنز، آنتونی (۱۳۸۲). تجدد و تشخیص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید. ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.
۱۶. گیدنز، آنتونی. (۱۳۷۸). پیامدهای مدرنیت. ترجمه محسن ثلاثی، تهران: نشر مرکز.
۱۷. گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۵). جامعه‌شناسی. ترجمه منوچهر صبوری، تهران: نشر نی.
۱۸. 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.
۱۹. هزار جریبی، جعفر، و آفابیکی کلاکی، محمد. ۱۳۹۰. عوامل مؤثر بر گزینش گروه مرجع در بین دانشجویان؛ مطالعه جامعه‌شناختی تغییر گروه مرجع در بین دانشجویان دانشگاه اصفهان و صنعتی. فصلنامه علوم اجتماعی. پاییز، شماره ۵۴، ص ۵۱-۹۷.
20. Bourdieu, Pierre. (1997). and loci Wacquant, E.Ds. An Invitation to Reflexive sociology (Chicago: university of Chicago press).
21. Bourdieu, Pierre. (1984). Distinction: A social critique of the Judgment of Taste (Cambridge, M a: Harvard university press).
22. Castells, M. J. Miller. (1998). "The Age of Migration", Second Edition, London: Macmillan.
23. Chapman, E.A. and Dawson, E.M. (2000). "Reference Group Theory with Implications for Information Studies: A Theoretical Essay, Information Research, Vol.6, No.3.

24. Edginton, Christopher. (2006). "Word Leisure: Enhancing Quality of life" international Journal of Applied Sports Sciences. Vol.18.No.2.pp108-120.
25. Kelley, Harold H. (1952). "Two Functions of Reference Groups." In Readings in Social Psychology, edited by G.E. Swanson, M. Newcomb and E.L. Maccoby. New York: Henry Holt.
26. Kevin S. Spink, Alyson J. Crozier, Blair Robinson. (2013). "Examining the relationship between descriptive norms and perceived effort in adolescent athletes: Effects of different reference groups" Psychology of Sport and Exercise 14 (2013) 813 e 818.
27. Milem, J.F. (1998). "Attitude Change in College Students: Examining the Effect of College Peer Groups and Faculty Normative Groups," The Journal of Higher Education, Vol.69, No.2, Mar- Apr 1998, Ohio State University Press, PP 117-140.
28. RafatJah, Maryam. (2007). Women's Human Identity in the Challenge of Fashion and Mode, Journal of Women Strategic Studies, Vol. 9, No. 38, PP:135-171. [In Persian] Selassie, Tehran: Elemi Publication. [In Persian].
29. Requena, Felix. (2003). "Social Capital, satisfaction and Quality of life in the work place". Social Indicators Research, Vol.61.No.3.pp331-360.
30. Schwartz, S.H. & Sagive, L. (1995). "Identifying Cultural- specifics in the content and structure of values". Journal cross- cultural psychology. Vol.126, No.

