

بررسی سلسله مراتب گروه مرجع دانشجویان دانشگاه رازی کرمانشاه^۱

اردشیر آذرخش*

E-mail: ardashir.a163@gmail.com

حسن سرایی**

E-mail: hsaraei@yahoo.com

باقر ساروخانی***

E-mail: sarokhani@ut.ac.ir

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۸/۹

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۱۱/۱۱

چکیده

مسئله گروه مرجع از این نظر که الگویی برای داوری و ارزیابی در اختیار افراد قرار می‌دهد می‌تواند در تکوین هویت آنها اهمیتی زیادی داشته باشد و به‌عنوان شاخصه‌ای در تعیین رفتار، استعداد، ظواهر بدنی، ارزش‌ها و هنجارهای افراد جامعه، بخصوص جوانان مؤثر باشد. بنابراین هدف این پژوهش، بررسی سلسله مراتب گروه مرجع دانشجویان دانشگاه رازی کرمانشاه است. محققان با استفاده از آرای اندیشمندانی نظیر مرتن، مید و لازارسفلد، چارچوبی مفهومی را تنظیم کرده‌اند. روش تحقیق از نوع کیفی و نظریه مبنایی است، داده‌های میدانی با استفاده از تکنیک مصاحبه عمیق و معیار اشباع نظری از بین ۴۰ نفر از دانشجویان دختر و پسر دانشگاه رازی کرمانشاه در سال تحصیلی ۹۴-۱۳۹۳ گردآوری شده است. نتایج تحقیق حاکی است، خانواده، الگوی مرجع رسانه‌ای (اینترنت و ماهواره)، معلمان و اساتید دانشگاه مهم‌ترین مراتب گروه‌های مرجع دانشجویان هستند و عوامل مهم در انتخاب گروه مرجع عبارتند از: میزان حمایت عاطفی از جوانان و دادن پرستیژ اجتماعی به آنها، میزان باز یا بسته بودن فضای اجتماعی برای تحرک اجتماعی. همچنین در حاشیه واقع نبودن جوانان در روند تحولات اقتصادی، اجتماعی، و نهایتاً جذابیت گروه‌های مرجع.

کلید واژه‌ها: گروه مرجع، روش تحقیق کیفی، مصاحبه عمیق نیمه ساختار، گروه مرجع رسانه‌ای.

۱. مقاله مستخرج از رساله دکتری با عنوان «تحلیلی جامعه‌شناختی بر گروه مرجع دانشجویان، با محوریت دانشجویان دانشگاه رازی کرمانشاه» از دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات، تهران، ایران در سال ۹۴-۹۳ می‌باشد.
- * دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران، نویسنده مسئول
- ** استاد جامعه‌شناسی دانشگاه علامه طباطبائی تهران
- *** استاد جامعه‌شناسی دانشگاه تهران

مقدمه و طرح مسأله

در جریان تصمیم‌گیری‌ها، شکل‌گیری نگرش‌ها و کنش‌های انسان‌ها در جامعه، عواملی چند نقش دارند که از جمله مهم‌ترین آنها؛ افراد، گروه‌ها و نهادهایی هستند که مبنای معیار قضاوت و ارزشیابی کنشگران اجتماعی قرار می‌گیرند، اینها «گروه مرجع» هستند که دو نوع کارکرد متفاوت در قالب دو نوع گروه مرجع ایفا می‌کنند. نظریه گروه مرجع دو نوع «گروه مرجع تجویزی (هنجاری)» و «گروه مرجع تطبیقی (مقایسه‌ای)» را از هم متمایز می‌کند (هایمن، ۱۹۴۲: ۶۵). این واژه برای اولین بار در سال ۱۹۴۲ به وسیله «هایمن» ابداع شد بعدها نظریه گروه مرجع در کارهای «مرتون» و «کیت» مطرح شد که در آن به جهت‌گیری افراد اشاره می‌کنند و می‌گویند افراد ارزش‌های گروهی را می‌پذیرند و ممکن است خود نیز به آن گروه تعلق نداشته باشند، ولی در آرزوی عضویت در آن گروه‌ها هستند (مورل، ۲۰۰۱: ۳۱). دیدگاه‌ها و نظریه‌های متعدد نشان می‌دهد که ظهور گروه‌های مرجع براساس «ضرورت‌های کارکردی» و ایفای نقش مناسب آن‌ها در نظام اجتماعی حیاتی است (فلدمن و روبل، ۱۹۸۱: ۱). نتایج پژوهش‌ها و یافته‌های اندیشمندان بیانگر آن است که چالش‌هایی جدی در زمینه تغییر سریع ارزش‌ها و تضاد ارزشی بین نسل‌ها، انحراف از ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی و همچنین مسائلی همچون بحران هویت جوانان، فراروی جامعه کنونی کشورمان است، که همگی آنها در چهارچوب موضوع جامعه‌پذیری نهادهای مؤثر بر آن می‌گنجد (رفیع‌پور، ۱۳۷۹: ۱۱۳). به نظر می‌رسد تحقیقاتی که تاکنون در کشور در زمینه گروه‌های مرجع انجام گرفته است بیشتر در مقام بررسی توصیفی صرف بوده و کمتر مورد تحلیل عمیق کیفی جامعه‌شناختی قرار گرفته است (ابراهیم پاشا و فلاح‌زاده، ۱۳۹۱: ۴؛ حمزه‌ای و دیگران، ۱۳۸۹: ۸؛ تاجداری، ۱۳۹۰: ۱۱؛ سروستانی و هاشمی، ۱۳۸۱: ۱۷؛ سفیری و شریفی، ۱۳۸۴: ۱۳۳). از همه مهم‌تر وجود بافت‌های جمعیتی با ارزش‌ها، نگرش‌ها و سبک‌های زندگی سنتی، مدرن و تلفیقی از مدرن و سنتی در بین جوانان دانشگاه رازی کرمانشاه، زمینه‌ها و ضرورت‌هایی را برای محققان ایجاد کرد که در زمینه گروه‌های مرجع دانشجویی با دیدی جامعه‌شناختی و کیفی وضعیت این پدیده را بررسی کنند. بنابراین هدف کلی این پژوهش، شناخت جامعه‌شناسانه از سلسله مراتب گروه‌های مرجع در میان دانشجویان دانشگاه رازی کرمانشاه است. هدف‌های ویژه این پژوهش؛ شناخت و آگاهی از عوامل اجتماعی مؤثر در نحوه انتخاب نوع گروه‌های مرجع در بین دانشجویان دانشگاه رازی است، تا تأثیر متغیرهای جمعیت‌شناختی بر نوع مرجع‌گیری

در بین آنها بررسی شود و نهایتاً عوامل اجتماعی مؤثر بر گروه مرجع دانشجویان تعیین شود.

سؤال‌های تحقیق

- سؤال‌ات اصلی این پژوهش عبارتند از: (۱) سلسله مراتب گروه‌های مرجع در میان دانشجویان دانشگاه رازی کرمانشاه چگونه است؟
- (۲) آیا با توجه به متغیرهای جمعیت‌شناختی (نظیر سن، جنس، مقطع تحصیلی و پایگاه اجتماعی - اقتصادی دانشجویان)، می‌توان نوع مرجع‌گیری آنها را مشخص کرد؟،
- (۳) مهم‌ترین عوامل اجتماعی مؤثر بر انتخاب گروه‌های مرجع، در بین دانشجویان دانشگاه رازی کرمانشاه کدامند؟

چارچوب نظری یا مفهومی تحقیق

در حوزه علوم اجتماعی، برخی از مفاهیم و اصطلاحات وجود دارد که بررسی ادبیات نظری مرتبط با آنها کار دشواری نیست (نظیر مفاهیم شکاف نسلی، طبقه اجتماعی، قشربندی اجتماعی) (قادرزاده، ایراندوست، ۱۳۹۳: ۷). اما مفهوم گروه مرجع این خصوصیت را ندارد و نادر بودن آراء و اندیشه‌های راجع به آن و ابهام مفهوم‌شناختی و فقدان شاخصه‌ها و مؤلفه‌های عینی، بررسی آن را مشکل کرده است. بنابراین محققین در ابتدا برای روشن کردن مفاهیم و اصطلاحات کلیدی در این حوزه به تعریف نظری و عملیاتی آنها پرداخته، سپس اشاره‌ای به پیشینه موضوع داشته و نهایتاً در ادامه با ذکر نظریات مطرح در حوزه گروه‌های مرجع به جمع‌بندی از ابعاد و مصادیق موضوع رسیده‌اند.

تعریف مفاهیم

- «گروه مرجع»: عبارتست از: گروه، جمع، رده اجتماعی و یا شخص (به‌عنوان 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 و رفتارها است (انتظاری، ۱۳۸۱: ۷). در این تحقیق گروه‌های مرجع دانشجویان گروه‌هایی نظیر؛ والدین، همسالان، اساتید دانشگاه، معلمان، هنرمندان، ورزشکاران و روحانیون است.

- «گروه مرجع در بعد عضویت و غیرعضویت»: (به معنای میزان پیوند و فعالیت و

عضویت فرد در رده‌ها، دسته‌ها و گروه‌های اجتماعی و فرهنگی است» (صبوری خسروشاهی، ۱۳۹۰: ۸). در این تحقیق حضور و عضویت عینی و معنادار در رده‌ها، دسته‌ها و گروه‌هایی نظیر خانواده، دوستان، همکلاسی‌ها، انجمن‌های علمی و فرهنگی، گروه‌های هنری، ورزشی و شبکه‌های اجتماعی مجازی را شامل می‌شود.

- «**بعد خودی و غیر خودی گروه مرجع**»: «گروه‌های مرجع خودی به گروه‌هایی اطلاق می‌شود که به آنها تعلق داریم، نظیر مراجع سنتی، مذهبی و ملی. گروه‌های مرجع غیر خودی گروه‌هایی هستند که به آنها تعلق نداریم و از کشورهای دیگری باشند که خارج از مراجع سنتی، مذهبی و ملی هستند» (صبوری خسروشاهی، ۱۳۹۰: ۴۰). در این پژوهش گروه مرجع خودی شامل نگرش جوانان به الگوهای ایده‌آل زندگی با شاخصه بومی بودن می‌شود. و گروه مرجع غیر خودی شامل نگرش جوانان به الگوهای ایده‌آل زندگی، و نیز پذیرش الگوی فرهنگی کشورهای پیشرفته (غیربومی) است.

- «**گروه مرجع هنجاری**»: شامل افراد و گروه‌هایی است که هنجارهایی را برای فرد معین می‌کنند و آنها را به وی تحمیل می‌کنند (کلی، ۱۹۵۲: ۳۹). در این پژوهش منظور افراد و گروه‌هایی هستند که فرد به تبعیت از نگرش و رفتار آنها می‌پردازد، نظیر والدین، همسالان، همکاران، معلمان و اساتید.

- «**گروه مرجع تطبیقی**»: گروه مرجع تطبیقی، مبنایی برای مقایسه و ارزیابی برای فرد فراهم می‌کند تا فرد بتواند خودش را با دیگران ارزیابی کند (کتبی، ۱۳۸۴: ۲۰۸). در این پژوهش منظور افراد، گروه‌ها و دسته‌های اجتماعی هستند که فرد برای سنجش و ارزیابی جایگاه و منزلت اجتماعی خود نسبت به دیگران به عنوان یک معیار و شاخصه بهره می‌گیرد. نظیر افراد مشهور و قهرمان.

- «**پایگاه اقتصادی - اجتماعی**»: پایگاه یا طبقه اقتصادی - اجتماعی یکی از مهم‌تری متغیرها در تحقیقات اجتماعی است، زیرا جایگاه اجتماعی فرد بر شانس وی در تحصیل، درآمد، شغل، ازدواج، سلامتی، دوستان و غیره مؤثر است» (آذرخش، ۱۳۷۸: ۱۱۵). در این تحقیق منظور از پایگاه اقتصادی - اجتماعی وضعیت افراد در سه شاخصه؛ درآمد، شغل و تحصیلات است.

پیشینه مطالعه

میمار و تقی‌پور (۱۳۹۱)؛ در پژوهشی به این نتیجه رسیده‌اند که بین انتخاب گروه‌های مرجع و هواخواهی از ارزش‌های سنتی در بین دانشجویان رابطه‌ای معنادار وجود دارد

و در واقع گروه‌های مرجع سنتی نظیر والدین و معلمان در شکل دادن به ارزش‌های فرهنگی دانشجویان نقش مهمی ایفا می‌کنند. سلیم‌آبادی و حسنی (۱۳۹۰) در تحقیقی به این نتیجه رسیده‌اند که خانواده اطلاعات مهمی درباره سازمان روان‌شناختی اجتماعی نوجوانان و نوع انتخاب الگو به ما می‌دهد، البته در کنار خانواده، معلمان، مریبان و همسالان بر نگرش و شخصیت نوجوانان و جوانان تأثیر دارند. حمزه‌ای و دیگران (۱۳۸۷) معتقدند که والدین، اساتید دانشگاه و دانشجویان به ترتیب سه گروه مرجع اصلی با گرایش بالا هستند که از سوی جوانان دختر و پسر پذیرفته شده‌اند. ذوالفقاری و صوفی‌زاده (۱۳۹۲) در پژوهشی به این نتیجه رسیده‌اند که جامعه ایلام، یک جامعه همگرا و درون‌گروهی است و زنان ایلامی تمایل زیادی به گزینش گروه‌های مرجع غیرعضویت‌ی 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 به‌ویژه خانواده است. غیور باغبانی و اصغرپور ماسوله (۱۳۹۲)، طی پژوهشی به این نتیجه رسیده‌اند که جنسیت بر انتخاب گروه مرجع اصلی تأثیر ندارد و در این انتخاب تحت تأثیر متغیرهای تحصیلات و درآمد معنادار است ابراهیم پاشا و فلاح‌زاده (۱۳۹۱) در مطالعه‌ای با عنوان «بررسی هویت دینی و ملی نوجوانان در شهر تهران با تأکید بر گروه مرجع» به این نتیجه رسیده‌اند که گرایش به دیدگاه گروه‌های مرجع بر وضعیت هویت دینی و ملی نوجوانان و جوانان شهر تهران تأثیر داشته و از بین گروه‌های مرجع گروه‌هایی نظیر روحانیون، نویسندگان و رزمندگان به‌صورت مشترک بر تکوین هویت دینی و ملی آنها مؤثر بوده‌اند. نتایج طرح سامان‌دهی گروه‌های مرجع در ایران بیانگر این است که: (۱) پذیرش یک گروه به‌عنوان گروه مرجع با کارکرد آن با مخاطبان ارتباط مستقیم دارد و برای گونه‌شناسی و ارزیابی گروه‌های مرجع باید حوزه تأثیرگذاری آنها را از یکدیگر تفکیک کرد. (۲) بیشترین گرایش به خانواده، گروه همسالان، اساتید دانشگاه و دانشجویان است (هاشمی، ۱۳۸۱: ۳۴).

ایرینا (۲۰۱۵) در مقاله‌ای به مطالعه محیط فرهنگی و اجتماعی جوانان دانشجو به‌عنوان یک گروه مرجع جامعه‌پذیری حرفه‌ای پرداخته که نتایج تحقیق نشان می‌دهد که اجتماع حرفه‌ای اولیه در درون دانشگاه به‌عنوان یک نهاد اجتماعی می‌تواند به‌عنوان وسیله‌ای برای کاهش درگیری‌های اجتماعی عمل کند، چرا که جامعه‌پذیری و کار مناسب حرفه دانشگاهی، استانداردها و ارزش‌هایی برای ارزیابی و سنجش برای دانشجویان ایجاد می‌کند. کنیسن (۲۰۰۸)، در تحقیقی تحت عنوان «گروه‌های مرجع و متغیر

استراتژی خطر» به بررسی دو اثر مهم استراتژی خطر می‌پردازد. این پژوهش هم جایگاه گروه‌های مرجع در زندگی و آرمان‌های افراد را نشان داده و هم میزان تفکیک‌پذیری گروه‌های مرجع را که سبب شکل‌گیری گروه‌های مرجع متکثر افراد جوان شده، به تصویر می‌کشد. پرکینز (۲۰۰۲) در تحقیقی به این نتیجه رسیده که هنجارهای والدین تأثیر کمتری بر رفتار و نگرش آشامیدنی دانشجویان بعد از ورود به دانشگاه دارد.

در یک جمع‌بندی کلی از تحقیقات داخلی و خارجی، می‌توان به این نتیجه رسید که گروه‌های مرجع سنتی (خانواده، دوستان، همکلاسی‌ها، اساتید) بیشترین تأثیر را در شکل‌گیری نگرش‌ها و رفتار جوانان داشته‌اند. نتیجه دیگر تحقیقات نوعی شکاف نسلی و شکاف بین هنجارها و ارزش‌های والدین و نهادهای سنتی را در انتقال درست و صحیح مفاهیم و عناصر فرهنگ سنتی و اسلامی نشان می‌دهد.

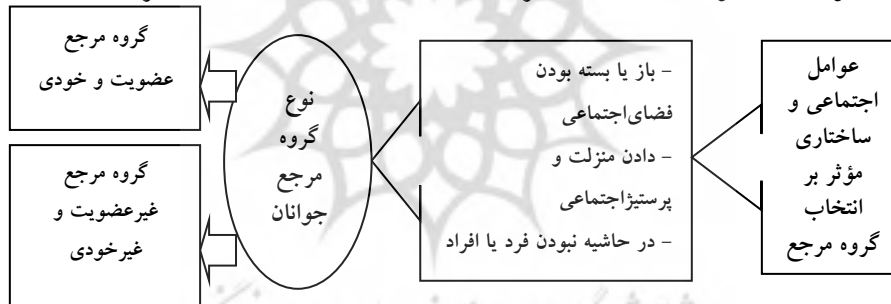
چارچوب نظری

در حوزه نظری یکی از اندیشمندان «مظفر شریف» است که در 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 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 می‌شود (چاپمن و داوسن، ۲۰۰۰: ۲۴). بحث «مید» درباره «دیگران مهم» و یا «دیگری تعمیم‌یافته» حوزه نظری دیگری است که ارتباط نزدیکی با بحث گروه مرجع دارد. طبق نظریه مید، فرد از منظر دیگر اعضای گروه یا از منظر گروه اجتماعی که به آن تعلق دارد، خودش را تجربه و ارزیابی می‌کند. به اعتقاد مید، فرد گروه اجتماعی خودش را به‌عنوان یک مجموعه سازمان‌یافته از گرایش‌ها، هنجارها، ارزش‌ها و هدف‌هایی که به رفتار او و دیگری شکل می‌دهد، فرض می‌کند. «فرایند اجتماعی از راه «دیگری تعمیم‌یافته» بر رفتار گروه تأثیر می‌گذارد، زیرا از این راه است که فرایند اجتماعی با گروه، به‌عنوان عامل تعیین‌کننده در ذهن فرد نفوذ می‌کند.» (دوچ و کراس، ۱۳۷۴: ۲۰۲).

مهم‌ترین نظریه جامعه‌شناسی در حوزه گروه‌های مرجع، توسط «مرتن» در سال

۱۹۴۹ تدوین شد. این نظریه ادعان دارد که از نظر اجتماعی افراد تحت تأثیر گروه‌هایی قرار می‌گیرند که به گمان آنها اهمیت زیادی دارند، آنها ۱- گروه‌های مشخصی را به‌عنوان راهنما و الگوهای رفتار خود انتخاب می‌کنند (گروه‌های مرجع هنجاری). ۲- افراد گروه‌هایی را به‌عنوان مبنایی برای مقایسه خود با دیگر افراد و گروه‌ها در نظر می‌گیرند (گروه‌های مرجع تطبیقی). ۳- افراد غالباً بیش از یک گروه را به‌عنوان گروه مرجع خود انتخاب می‌کنند (گروه‌های مرجع چندگانه). ۴- گروه‌های مشخصی که به‌عنوان مبنای مقایسه و مراجعه توسط افراد انتخاب می‌شوند، قدرت نفوذ و تأثیرگذاری بر گرایش‌ها و رفتارهای آنها را دارند، حتی در صورتی که عضو آنها نباشند (داوسون و دیگران، ۲۰۰۰: ۷). اما مسأله اصلی در تئوری گروه مرجع مرتن این است که چه عواملی باعث می‌شود فرد، گروه عضویت یا گروه غیرعضویت را به‌عنوان گروه مرجع انتخاب کند؟ در پاسخ به این سؤال مرتن چهار فرضیه مهم در تئوری خود ارائه می‌دهد که عبارتند از: ۱- انتخاب گروه مرجع، تابع توانایی گروه‌ها برای تأمین منزلت و پرستیژ اجتماعی براساس ساختار نهادی جامعه است. ۲- اعضای ایزوله و حاشیه‌ی گروه، آمادگی بیشتری برای پذیرفتن ارزش‌های گروه‌های مرجع غیرعضویت دارند. ۳- در نظام اجتماعی باز، به علت تحرک، گرایش به انتخاب گروه‌های مرجع غیرعضویت بیشتر است. ۴- پایگاه اجتماعی و ویژگی‌های شخصیتی افراد بر انتخاب گروه مرجع آنها تأثیر دارد.

در ادامه مطالب بخش نظری می‌توان گفت محوریت اصلی این پژوهش با توجه به سؤالات تحقیق به نوعی زمینه‌یابی گزاره‌های نظری مرتن در بحث انتخاب گروه مرجع در میان جوانان دانشجوی دانشگاه رازی کرمانشاه است که در مدل شماره (۱) ذکر شده است.



مدل شماره ۱: چارچوب مفهومی استنباطی از گروه مرجع مرتن

روش تحقیق

روش مورد استفاده در این تحقیق کیفی است. روش کیفی برای مسائلی مناسب است که در آن بر درک پیچیدگی‌ها، جزئیات و بافت پدیده‌های مورد مطالعه تأکید می‌شود (قادرزاده، ایران دوست، ۱۳۹۳: ۱۰). گروه مرجع جوانان نیز پدیده‌ای مبهم، پیچیده و چند بعدی است؛ یعنی جنبه‌های مبهم ناشناخته بسیاری دارد و مؤلفه‌ها و عناصری که گروه مرجع را تشکیل می‌دهند، زیاد و نزد افراد متفاوت هستند. از این رو در این پژوهش از بین روش‌های مختلف کیفی، از روش «نظریه مبنایی» بهره گرفته شده، نظریه مبنایی، کشف نظریه از داده‌هاست که به صورت استقرایی و بر مبنای تحقیق اجتماعی تولید می‌شود (دانیشان، ۲۰۰۶: ۱۸۴). در نظریه مبنایی، محقق با مبنای قرار دادن گزاره‌های نظری مرتن در باب نقش ساختارهای اجتماعی در انتخاب و نوع گروه مرجع، مؤلفه‌های نظری را به همراه ویژگی‌های جدید دیگر در میدان استقرایی تجربه مورد بررسی قرار داده، یعنی از دل مصاحبه‌های عمیق با نمونه‌های پژوهشی به بازآزمایی نظریه رسیده است (ایمان، ۱۳۸۹: ۳۳۲).

یافته‌های تحقیق

کدگذاری سه مرحله‌ای تئوری زمینه‌ای

کدگذاری باز و اولیه از نظر واحد تحلیل می‌تواند به صورت سطر به سطر، عبارت به عبارت، یا پاراگراف به پاراگراف یا به صورت صفحه‌جداگانه انجام شود. بنابراین محقق در قالب سه سؤال اصلی تحقیق کیفی، اقدام به تحلیل نتایج مصاحبات عمیق نیمه ساختار کرده، که پس از کدگذاری‌های باز، محوری و گزینشی به مفاهیم، مقولات اصلی مرتبط با موضوع گروه مرجع دانشجویان و سؤالات اصلی تحقیق رسیده است. در ادامه نتایج کدگذاری باز و محوری و گزینشی در قالب جدول شماره (۱) ارائه گردیده است.

جدول شماره ۱: کدگذاری باز، محوری و گزینشی مصاحبات دانشجویان

| کدگذاری گزینشی | کدگذاری محوری | کدگذاری باز مرحله دوم | کدگذاری باز مرحله اول |
|--|---|--|--|
| (مقوله هسته‌ای) صورت‌بندی از سلسله مراتب گروه‌های مرجع دانشجویان دانشگاه رازی کرمانشاه | مرجع مقوله ابعاد گروه‌های دانشجویان | گروه مرجع عضویت | خانواده، خویشاوندان، دوستان |
| | | گروه مرجع غیرعضویت | معلمان، اساتید، روحانیون، ورزشکاران، و... |
| | | گروه مرجع خودی | الگوهای ایرانی اسلامی و بومی و.. |
| | | گروه مرجع غیرخودی | الگوهای علمی و فرهنگی کشورهای غربی |
| | | گروه مرجع ترکیبی | الگوهای علمی و فرهنگی مثبت ایرانی غربی |
| | مقوله‌های اجتماعی (عوامل) مؤثر بر نوع گروه مرجع دانشجویان | هویت اجتماعی در ابعاد قومی، دینی، ملی، جهانی | علاقه به آداب و رسوم قومی، وابستگی خاص به منطقه بومی، انتخاب دوستان با نگرش مذهبی، اعتماد داشتن به توفیقات الهی، علاقه به حفظ موارد ملی و ایرانی، تعصب به زبان و ادب فارسی، برگزیدن الگوهای فرهنگی ایرانی، دیدگاه فراملی به الگوهای ارزشی، اعتقاد به پیروی از قوانین حقوق بشر، اعتقاد به هنجارها و ارزش‌های انسانی |
| | | مرجع رسانه‌ای | علاقه به صرف زمانی خاصی برای برنامه‌های تلویزیونی و ماهواره‌ای، اعتقاد به حاکمیت عصر رسانه، - فعالیت در گروه‌های اینترنتی و تلگرامی |
| | | فضای بسته اجتماعی | نبود شرایط برای اظهارنظر سریع، نبود چارچوبی قاعده‌مند برای رسیدگی به مشکلات جوانان، حاکمیت رابطه به جای ضابطه در جامعه |
| | | در حاشیه بودن جوانان | نارضایتی از وضعیت خود در جامعه، نبود شرایط برای نشان دادن قابلیت‌های شخصیتی، کم‌توجهی به فعالیت‌های علمی و فرهنگی در جامعه |
| | مقوله انواع شیوه‌های مرجع‌گیری از گروه‌های مرجع دانشجویان | مرجع‌گیری هنجاری تقلیدی | تبعیت از افراد و اقشار ارزشی و هنجاری بدون مقایسه و تنها به صرف تقلید |
| | | مرجع‌گیری مقایسه‌ای تطبیقی | بررسی منابع هنجاری و ارزشی با سنجش و ارزیابی دقیق |
| | | مرجع‌گیری هنجاری مقایسه‌ای | تأثر شدن ارزشی و هنجاری از گروه‌های مرجع خودی و غیرخودی همراه با مقایسه دقیق و آگاهانه |

با توجه به کدگذاری سه مرحله‌ای تئوری زمینه‌ای در ادامه به سؤالات اصلی تحقیق پاسخ داده می‌شود.

- اولویت‌بندی گروه‌های مرجع دانشجویان دانشگاه رازی کرمانشاه: با تحلیل مصاحبه‌های ۴۰ نفر از دانشجویان (۲۲ نفر پسر و ۱۸ نفر دختر)، معلوم شده است که اولویت‌بندی گروه‌های مرجع در میان دختران دانشجوی شامل: ۱- خانواده، ۲- گروه‌های مرجع رسانه‌ای، ۳- اساتید دانشگاه، ۴- دوستان و همسالان است، اما اولویت‌بندی در میان پسران دانشجوی شامل: ۱- خانواده، ۲- اساتید دانشگاه، ۳- گروه‌های مرجع رسانه‌ای، ۴- دوستان و همسالان است. اولویت‌بندی گروه‌های مرجع دانشجویان دانشگاه رازی براساس تفکیک جنسیتی نشان می‌دهد که گروه خانواده به دلیل نقش بنیادی و اولیه آن در تأمین نیازهای مادی، عاطفی، فکری و اجتماعی جوانان از همان بدو تولد، و حضور دائمی و چهره به چهره با جوانان و دادن منزلت و پرستیژ به آنها براساس فرضیات مرتن (۱۹۶۸) نقشی مثبت و ریشه‌داری به‌عنوان اولویت اول گروه مرجع جوانان دارد (۴۰ درصد). این نتیجه با نتایج «مظفر شریف» نظریه‌پرداز ترک‌تبار روان‌شناسی اجتماعی، که گروه‌های مرجع را در شکل‌دهی به هویت فردی و اجتماعی جوانان مؤثر می‌داند مطابقت دارد. نتیجه دیگر که از این سلسله مراتب گروه‌های مرجع دانشجویان می‌توان گرفت، الگوی مرجع رسانه‌ای است که نشان می‌دهد که یکی از شاخص‌های مرجعیت پسران و دختران دانشجوی در زندگی مدرن کنونی، الگوی مرجع رسانه‌ای است (۳۱/۲ درصد). این الگو شاخصه‌ای است که از طرف محقق برای گروه‌های مرجع مدرن و غیربومی تعریف شده است. و نهایتاً اولویت سوم اساتید دانشگاه است که (۳۰ درصد) دانشجویان آن را انتخاب کرده‌اند. جدول شماره (۱) اولویت‌بندی گروه‌های مرجع دانشجویان را به تفکیک جنسیت نشان می‌دهد.

جدول شماره ۲: اولویت‌بندی گروه‌های مرجع دانشجویان به تفکیک جنس

| جنسیت | | دختران | | پسران | | دختران و پسران | |
|----------------------------|--|---------|------|---------|-------|----------------|--------|
| اولویت‌بندی گروه‌های مرجع | | فراوانی | درصد | فراوانی | درصد | فراوانی | درصد |
| ۱- خانواده | | ۱۶ نفر | ۴۰٪ | ۱۵ نفر | ۳۷/۵٪ | ۳۱ نفر | ۳۸/۷۵٪ |
| ۲- گروه‌های مرجع رسانه‌ای | | ۱۲ نفر | ۳۰٪ | ۱۳ نفر | ۳۲/۵٪ | ۲۵ نفر | ۳۱/۲۵٪ |
| ۳- معلمان و اساتید دانشگاه | | ۱۲ نفر | ۳۰٪ | ۲ نفر | ۳٪ | ۲۵ نفر | ۳۰٪ |
| درصد کل | | - | ۱۰۰٪ | - | ۱۰۰٪ | - | ۱۰۰٪ |

نقش متغیرهای زمینه‌ای در نوع مرجع‌گیری دانشجویان: در این زمینه بین جنس زن و مرد در نوع سلسله مراتب گروه‌های مرجع تفاوت فاحشی دیده نشد، فقط در زمینه مقطع تحصیلی (کارشناسی، ارشد و دکتری) و سن دانشجویان (۲۰-۳۱ سال) با بالا رفتن سن دانشجویان، گروه‌های مرجع آنها بیشتر متکثر و ترکیبی می‌شود، یعنی گروه‌های مرجع دانشجویی که به سطح تحصیلات تکمیلی رسیده است (ارشد و دکتری)، بیشتر ترکیبی و متکثر است. اما دانشجویان کارشناسی به نظر می‌رسد گروه‌های مرجع آنها بیشتر هنجاری بوده است این در حالی است که دانشجویان مقاطع ارشد و دکتری بیشتر گروه‌های مرجع تقلیدی - تطبیقی را به صورت هوشمندانه تجربه کرده‌اند. **منظور از گروه مرجع هنجاری - تطبیقی** این است که چنین دانشجویانی نه صرفاً تقلید و الگوگیری دارند و نه صرفاً مقایسه و سنجش رفتار و نگرش خود با دیگران، بلکه وقتی لازم باشد از هنجارها و نگرش‌های بعضی گروه‌ها تأثیر می‌پذیرند و هم‌چنین در جای خود و در شرایط مناسب دست به مقایسه می‌زنند. در مجموع، محقق با تحلیل مصاحبه‌های دانشجویان به سه نوع مرجع‌گیری در بین دانشجویان دست یافته است: ۱- **مرجع‌گیری هنجاری و تقلیدی** (خاص جوانان مقطع کارشناسی است که در خانواده‌های مذهبی پرورش یافته‌اند و الگوهای داخلی و بومی را برای تبعیت شایسته تشخیص داده‌اند). ۲- **مرجع‌گیری مقایسه‌ای** (برخی جوانانی که احساس حاشیه‌ای و محرومیت نسبی داشته و با داشتن اندیشه‌های مدرن به دنبال ایده‌آل‌های زندگی‌شان در جوامع دیگر می‌گردند. البته این گروه دارای هویت‌های دوگانه‌اند، از یک طرف برای پذیرش در جامعه بومی و مبدأ از الگوهای رسمی تبعیتی مناسبی و قشری دارند، اما در محیط‌ها و شرایط کنترل نشده به دنبال مقایسه خود با نگرش و ارزش‌های گروه‌های غیرعضویت و غیرخودی هستند (نتایج با گزاره‌های نظری مرتن ۱۹۶۸، و نیز با تحقیق لیت واک ۱۹۶۰ هماهنگی دارد). ۳- **مرجع‌گیری هنجاری - تطبیقی** (که خاص جوانان با سن و مقطع تحصیلی بالا (ارشد و دکتری) است. این گروه به سطحی از ثبات و درک هویتی و شخصیتی رسیده‌اند که هر زمان به دنبال الگوهای فرهنگی و هنجاری می‌روند، با توجه به موقعیت و شرایط کاری و شخصیتی خود بین مرجع‌های هنجاری - تطبیقی در نوسان هستند).

نکته: در مورد پایگاه اقتصادی - اجتماعی دانشجویان، اکثراً به جز یک نفر خواستار تغییر پایگاه اقتصادی - اجتماعی خود بوده‌اند (۹۷ درصد)، آنها بخصوص از وضعیت پایگاه اقتصادی و درآمدی خود ناراحت بوده‌اند، حتی بعضی از آنها عدم تمکن مالی را

در انتخاب رشته تحصیلی و نوع دانشگاه خود مؤثر می‌دانند. بنابراین با توجه به اظهارات خود دانشجویان تقریباً اکثر آنها از نوعی محرومیت نسبی، چه در بعد اقتصادی و چه در بعد اجتماعی، رنج می‌بردند یعنی زمانی که ساختارهای نهادی جامعه (وزارتخانه‌های دولتی چون نهاد اقتصاد، آموزش و تأمین اجتماعی) توانایی جذب، به کارگیری و حمایت از نیروی جوان دانشگاهی در بخش‌های مختلف جامعه را ندارد، جوانان دانشجوی راه خود را خارج از نهادها و سازمان‌های دولتی جامعه تشخیص می‌دهند و از طریق رسانه‌های مدرن جهانی که به قول «دیوید رایزمن» در دوران ما سبب «دگر راهبری» افراد جامعه بخصوص جوانان شده‌اند، آرمانها و آرزوهای تحقق نیافته خود را خارج کشور دنبال می‌کنند. این نتیجه با تئوری «مظفر شریف» در مورد گروه مرجع غیرعضویت افراد، زمانی که آنها در تصورات خود تحقق آرمان‌هایشان را در کنش و ارتباط با ارزش‌ها و هنجارهای آنها می‌بینند، همسویی دارد.

عوامل اجتماعی مؤثر بر گروه مرجع دانشجویان: با تأسی از فرضیات و گزاره‌های نظری مرتن به صورت خود اظهاری، دانشجویان دختر و پسر دانشگاه رازی کرمانشاه عوامل اجتماعی مؤثر در تعیین گروه‌های مرجع خود را به چهار عامل محدود کرده‌اند که عبارتند از:

۱- **نوع هویت اجتماعی:** به نظر «جنکینز» آنچه یک گروه انسانی را هویت می‌بخشد شباهتی است که باعث تفاوت آنها از گروه‌های دیگر می‌شود. شباهت و تفاوت معنایی هستند که افراد آنها را می‌سازند. فرهنگ جوامع بشری فرایند تفاوت و شباهت را عینیت می‌بخشد. ابزارهای فرهنگی هویت‌ساز، باعث شکل‌گیری مقوله‌های هویتی در بین جوامع بشری می‌شوند. زبان، مذهب، قومیت، ملیت، پوشاک، علائق زیباشناختی، تفریحات و سرگرمی، ورزش و تغذیه از مواردی هستند که برای زندگی هر گروهی ایجاد معنا می‌کنند و باعث شباهت درون گروهی و تفاوت از بیرون گروه می‌شود (جنکینز، ۱۳۸۱: ۱۴۱). در این عامل (۶۰ درصد) دانشجویان معتقد بودند زمانی که به سراغ گروه مرجع به منظور الگوبرداری یا مقایسه و یا هردوی این موارد می‌روند، اسیر تعصبات و تنگ‌نظری نیستند و بیشتر خود را با رویکردی واقع‌بینانه در معرض تأثیرات گروه‌های مرجع قرار می‌دهند. در این رابطه یکی از دانشجویان دکتری می‌گوید: «کل انسان‌ها به هم وابسته‌اند و باید مبنای تبعیت را بر مشترکات و آرمان‌های انسانی بگذارند». و یا دانشجوی مهندسی معماری می‌گوید: «هر زمان به سراغ گروه‌های مرجع می‌روم با نگرش و هویتی فراملی، مرجع نگرشی و رفتاری‌ام را انتخاب می‌کنم». در این

میان دانشجویانی بودند که معتقد بودند با توجه به وضعیت واقعی فضای اجتماعی در شهر و منطقه خود، در بعضی جنبه‌ها با هویت دینی خود به مرجع‌گیری هنجاری و مقایسه‌ای اقدام می‌کنند (نقل قول‌هایی مانند: «در کشور شیعه مذهب هستم پس شروع روزه ماه مبارک رمضان را با کشورم تنظیم می‌کنم نه کشورهای اسلامی غیرخودی.»، «در انتخابات شوراها یا مجلس شورای اسلامی از کاندیدای هم تیره و عشیره‌ام طرفداری می‌کنم نه نامزدی که غیر از عشیره‌ام باشد».

۲- در حاشیه بودن جوانان: قریب به اتفاق دانشجویان احساس محرومیت نسبی و در حاشیه بودن را در زندگی تجربه کرده‌اند (۳۴ نفر یعنی ۸۵ درصد) و این عامل در ایجاد بعضی پیش‌داوری‌ها و نظرات کلیشه‌ای نسبت به کارکرد برخی نهادها و گروه‌های اجتماعی مؤثر بوده است. این افراد تأثیرات شدیدی را از گروه‌های مرجع رسانه‌ای مدرن پذیرفته‌اند و به نظر آنها، چنانچه شرایط از نظر مادی و اجتماعی مهیا شود، برای ادامه زندگی و رسیدن به اهداف و آرمان‌هایشان به خارج از کشور مهاجرت می‌کنند. این گروه‌ها با از خود بیگانگی فرهنگی و عدم درک هنجارها و ارزش‌های نهادها و گروه‌های سنتی داخلی دست و پنجه نرم می‌کنند. یکی از دلایل شکل‌گیری گروه‌های مرجع رسانه‌ای را (بخصوص از نوع غیرعضویت و غیرخودی آن) در میان دانشجویان می‌توان به این عامل (در حاشیه بودن و عدم منزلت و پرستیژ اجتماعی در گروه عضویت و خودی) ربط داد که در واقع یکی از فرضیه‌های نظریه مرتن است.

۳- فضای بسته اجتماعی: این یکی از عواملی در جامعه دانشجویی دانشگاه رازی است که سبب ترغیب جوانان به گروه‌های مرجع رسانه‌ای (اینترنت و شبکه‌های ماهواره‌ای) شده است. (۳۲/۵ درصد) دختران و (۳۰ درصد) پسران الگو و مرجع رسانه‌ای و مجازی دارند. در این میان دانشجویانی که زیاد اهل ریسک و خطر نیستند و در کنار گروه‌های سنتی نظیر خانواده و دوستان به گروه‌های مرجع رسانه‌ای ترغیب شده‌اند.

۴- الگوی مرجع رسانه‌ای: در این عامل نوع رسانه و محتوا و تنوع در برنامه‌ها و پیام‌های رسانه‌ای در گرایش و تعیین گروه‌های مرجع جوانان مؤثر بوده است. (۳۱/۲ درصد) از دانشجویان دانشگاه رازی با توجه به نوع رسانه‌ای که مصرف می‌کنند گروه مرجع خود را صورت‌بندی می‌کنند. اینترنت و ماهواره دو وسیله مدرن رسانه‌ای است (۳۱/۲ درصد) در گرایش جوانان دانشجویی به گروه‌ها و افراد مرجع غیربومی و غیرعضویت مؤثر بوده است.

تکنیک گردآوری اطلاعات

از آنجا که در این پژوهش مطالعه کیفی است، تکنیک کارآمد در این زمینه مصاحبه و مشاهده است و از بین انواع مصاحبه، مصاحبه عمیق و نیمه ساختار به دلیل این که ساختاری سیستماتیک و علمی دارد و به عمق پدیده مورد بررسی رسوخ می کند، می تواند نسبت به انواع دیگر مصاحبه کیفیت بهتری داشته باشد. بنابراین محققان با طرح سؤال های مصاحبه که شامل ۱۰ سؤال در زمینه ۱- پایگاه اقتصادی - اجتماعی، ۲- احساس محرومیت و در حاشیه بودن، ۳- دلایل تغییر پایگاه اقتصادی - اجتماعی و موانع تغییر، ۴- سوابق تقلید و مقایسه در دانشجویان، ۵- گروه مرجع چندگانه دانشجویان، ۶- تضاد در مراجع و الگوهای زندگی، ۷- پیامدهای تضاد در مراجع هنجاری و مقایسه ای برای دانشجویان، ۸- عوامل اجتماعی مهم در تعیین گروه مرجع، ۹- نقش رسانه ها در تعیین نوع گروه مرجع، ۱۰- سلسله مراتب گروه مرجع از دیدگاه دانشجویان است، اقدام به مصاحبه کرده اند. این سؤال ها در راستای گزاره های نظری مرتن (تئوری زمینه ای) در بحث تأثیر ساختارهای اجتماعی بر انتخاب نوع گروه مرجع بوده و با تأیید اساتید متخصص و راهنما تصحیح و عملیاتی شده است. در این پژوهش محققان نظرات دانشجویان را به صورت کدگذاری باز ثبت کرده که در مراحل بعد با کدگذاری محوری و تشکیل مقولات، پاسخی منطقی برای پرسش ها و سؤال های پژوهشی فراهم کرده است. محققان تعداد نمونه های مصاحبه ها را تا آن مرحله ادامه داده است که جواب به سؤال ها به سطح اشباع رسیده و تقریباً نمونه های بعدی حرف جدیدی متفاوت از نمونه های قبلی برای سؤال های مصاحبه نداشته اند؛ یعنی نمونه ۴۰ نفری از دانشجویان بعد از سطح اشباع به دست آمده است نه این که در ابتدای پژوهش محاسبه شده باشد. قابلیت اعتماد داده ها و یافته های کیفی نیز به کمک متداول ترین روش ها و معیارهای اعتباریابی اطلاعات و گزارش های کیفی، نظیر صرف زمان زیاد در میدان مطالعه، زاویه بندی، توصیفی عمیق و غنی از تجارب مطلعان، روش اعتبار پاسخگو و یا کنترل توسط اعضای مشارکت کننده، تصحیح شد است (کراسول، ۲۰۰۷: ۲۰۸).

جامعه آماری و حجم نمونه

جامعه آماری این تحقیق شامل ۱۳۱۲۲ نفر از دانشجویان دانشگاه رازی کرمانشاه است، که در سال تحصیلی ۹۴-۱۳۹۳ مشغول به تحصیل بوده اند. به دلیل بهره گیری از روش تحقیق کیفی قاعدتاً باید نمونه های کمتری با بررسی عمیق تر انتخاب شود، بنابراین

محقق با شیوه نمونه‌گیری هدفمند و متوالی با سطح اشباع اطلاعات به حجم نمونه ۴۰ نفری از دانشجویان (۱۸ نفر دختر و ۲۲ نفر پسر)، دست یافته است. با توجه به در دسترس بودن و علاقه آنان برای شرکت در مصاحبه، از بین ۷ دانشکده (علوم انسانی، علوم پایه، فنی مهندسی، تربیت بدنی، علوم اجتماعی و تربیتی، کشاورزی و دامپزشکی)، و با رعایت سه مقطع تحصیلی (کارشناسی، ارشد و دکتری)، با توجه به سهم هر کدام از مقاطع در جامعه آماری، رسیده است، یعنی چون تعداد دانشجویان علوم انسانی و مقطع کارشناسی از همه بیشتر بوده سهم بیشتری در حجم نمونه داشته‌اند. باید این نکته را در نظر داشت در چنین تحقیقاتی به دلیل بررسی عمیق نمونه‌ها، سطح اشباع اطلاعات به نوعی تعیین کننده حجم نمونه است. در جلسه‌های ۲-۴ ساعته با هر یک از دانشجویان در قالب سؤالات مصاحبه، اطلاعات پژوهشی را جمع‌آوری کرده است.

خلاصه و نتیجه‌گیری

در این پژوهش برای تحلیل و بررسی گروه‌های مرجع دانشجویان دانشگاه رازی کرمانشاه از روش تحقیق کیفی به شیوه نظریه‌مبنایی با بهره‌گیری از تکنیک مصاحبه نیمه‌ساختار استفاده کرده، که در مجموع این نتیجه به دست آمده که دانشجویان دختر و پسر بیشتر از طرف گروه‌های مرجع سنتی (خانواده، اساتید دانشگاه و دوستان)، تحت تأثیر بوده و این گروه‌ها به‌عنوان الگو و مرجع هنجاری و ارزیابی قرار گرفته‌اند. این نتایج با یافته‌های (نیوکمب، ۱۹۴۴: ۷۲؛ مید، ۱۹۳۶: ۳۸۷؛ مرتن، ۱۹۴۸: ۸۸؛ پرکینز، ۲۰۰۲: ۴؛ صبوری خسروشاهی، ۱۳۹۰: ۱۶؛ میمار و تقی‌پور، ۱۳۹۰: ۱۸؛ ایرنیا، ۲۰۱۵: ۷۵) هماهنگی دارد. در مورد خانواده به‌عنوان مهم‌ترین گروه مرجع دانشجویان باید گفت که خانواده گروه اولیه اجتماعی کوچکی است که به طور معمول آیت‌های یک مبادله ضمنی، مانند عشق، مراقبت، نگرانی، دشمنی و پشتیبانی را برای همه اعضا به اشتراک می‌گذارد و آنها نیز اغلب به لحاظ روانی برای افراد درگیر یک منبع حمایت و آرامش هستند (اندرسون و تایل، ۲۰۱۰: ۳۷). از جمله نتایج مهم دیگر این تحقیق با توجه به اظهارات دانشجویان وجود «گروه مرجع یا الگوی رسانه‌ای» است که حدوداً (۳۱/۲ درصد) از دانشجویان چنین گروه مرجعی را در سلسله مراتب الگوهای مهم زندگی‌شان تجربه کرده‌اند. این نتیجه بیانگر اینست که رسانه‌های مدرن امروزی نظیر اینترنت، ماهواره و شبکه‌های رسانه‌ای اجتماعی (فیس‌بوک، توئیتر، واتس‌آپ) اصطلاحات، درک از

دوستی و حتی روابط عاشقانه را در جهان مدرن تغییر داده‌اند. که این نتیجه با یافته «پین» (۲۰۱۲)، که استدلال می‌کند فیس‌بوک در محبوبیت رشد کرده، و به طور سیستماتیک راه جامعه را در درک روابط شخصی و اجتماعی امروزی تغییر داده است، هماهنگی دارد. اما سؤال اساسی در این زمینه چنین است که به چه علتی دانشجویان خواستار حضور گروه مرجع رسانه‌ای در زندگی شخصی و اجتماعی خود هستند؟ در جواب باید این فرضیه مرتن را مطرح کرد که، وقتی بعضی از افراد یک گروه در حاشیه قرار بگیرند، تعلق آنها به نظام فرهنگی گروه عضویت و خودی کم شده و آنان به احتمال بیشتری به سمت گروه‌های غیرعضویت و غیرخودی گرایش پیدا می‌کنند. این نتیجه با نتایج تحقیقات «لازارسفلد»، «برلسون»، «گوده» در سال ۱۹۴۴ که معتقد بودند، رسانه‌های گروهی با تحت تأثیر قرار دادن رهبران فکری (در این جا گروه‌های مرجع)، به کمک حمایت و استدلال‌های این گروه موجه اجتماعی محتوای پیام‌ها را برای آحاد جامعه بخصوص جوانان قابل پذیرش می‌کنند، هماهنگی دارد. جوان دانشجوی ایرانی زمانی که با کوله باری از امید و اهداف، ادامه تحصیل می‌دهد تغییر پایگاه و موقعیت اقتصادی و اجتماعی خود را از سیستم‌های سیاسی و اجتماعی موجود در جامعه‌اش خواستار است، اما در مقابل تلاش‌ها و خواسته‌های منطقی و اخلاقی خود با نوعی «فراموشی» و به «حساب نیامدن» روبرو شده است و در این شرایط بیشتر از هر زمان دیگر رنجیده خاطر شده و احساس بی‌توجهی و تنهایی می‌کند، لذا برای مسیریابی خواسته‌های منطقی‌اش، نوع فضای اجتماعی‌اش را تغییر داده و گروه‌ها یا نهادهایی را به‌عنوان گروه‌های مهم و مرجع انتخاب می‌کند، که توانایی تأمین اهداف و خواسته‌هایش را داشته باشند. به عقیده «شیبوتانی» جوانان با چنین گروه‌هایی که هنوز به عضویت آنها در نیامده است و تحت مستقیم هنجارهای آنها قرار نگرفته‌اند نوعی احساس نزدیکی و یگانگی دارند. از دیگر نتایج مهم این تحقیق سهم (۹۰ درصدی) احساس محرومیت اجتماعی و اقتصادی در بین دانشجویان و سهم (۹۷ درصدی) آمادگی برای تغییر موقعیت پایگاه اجتماعی در بین آنهاست که همگی حکایت از این دارد که جامعه بومی، بسترهای اولیه فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی را برای ارتقای جایگاه دانشجویان، در نردبان پایگاه‌های اجتماعی به خوبی تعبیه نکرده است. که این امر سبب حاشیه‌نشینی جوان در اجتماع شده که در ادامه سبب تغییر هویت اجتماعی جوانان به سمت هویت جهان وطنی شده است. (۶۰ درصد دانشجویان) و این امر در گرایش آنها به الگوهای مرجع غیرعضویت و غیرخودی مؤثر بوده است. نتیجه دیگری

که از این تحقیق بدست آمده است به انواع مرجع‌گیری در بین دانشجویان (مرجع‌گیری هنجاری - تقلیدی، مرجع‌گیری مقایسه‌ای - تطبیقی و مرجع‌گیری مقایسه‌ای - هنجاری) مرتبط است که هر کدام تا حدودی در گروه و دسته خاصی از دانشجویان نمود می‌یابد. در اکثر دانشجویان تحصیلات تکمیلی (ارشد و دکتری) مرجع‌گیری از نوع مقایسه‌ای - هنجاری است، که این نوع مرجع‌گیری در شکل‌گیری گروه مرجع ترکیبی و متکثر در دانشجویان نقش دارد. یعنی این دسته از دانشجویان به سطحی از پختگی رسیده‌اند که دچار از خودبیگانگی فرهنگی نشوند.

در پایان پیشنهادها

۱- تقویت جایگاه و منزلت جوانان در جامعه از طریق راهکارهایی نظیر: ادامه تحصیل حمایتی، ایجاد شغل برای جوانان دانشجو با توجه به تخصص و مهارت آنها، فراهم کردن شرایط ازدواج آسان و موفق، بکارگیری نیروهای نخبه جوان در مسوولیت‌های خطیر مدیریتی، قرار دادن ۲ واحد درسی اجباری در زمینه جامعه‌شناسی جوانان در تمام رشته‌های تحصیلی آموزش عالی.

۲- بازتعریف دوباره از نقش و عملکرد صداوسیما در قبال تقویت هویت فرهنگی و اجتماعی جوانان. جوان باید احساس کند دیده می‌شود، تحلیل می‌شود و برای حضور موفق او در جامعه از طریق مسوولان و مجریان برنامه‌های رسانه‌های گروهی راهکار پیشنهاد می‌شود.



منابع

- آذرخش، اردشیر (۱۳۸۷)؛ *بررسی وضعیت هویت دینی دانش‌آموزان مدارس متوسطه سنندج*، پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، رشته جامعه‌شناسی، اساتید راهنما مهدی ادیبی و بهجت یزدخواستی، استاد مشاور رسول ربانی، اصفهان: دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه اصفهان.
- انتظاری، اردشیر (۱۳۸۶)؛ *عوامل گرایش به گروه‌های مرجع غیربومی: مطالعه‌ای در مورد کاربران ایرانی اینترنت*، رساله دکتری، به راهنمایی محمدحسین پناهی، تهران: دانشگاه علامه طباطبایی.
- ایمان، محمدتقی (۱۳۸۹)؛ *مبانی پارادایمی روش‌های کمی و کیفی تحقیق در علوم انسانی*، تهران: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- بیات، بهرام (۱۳۷۸)؛ *بررسی هویت جوانان، ارتباط آن با برخی متغیرهای اجتماعی*، پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، رشته جامعه‌شناسی، اصفهان: دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه اصفهان.
- پاشا، ابراهیم؛ فلاح‌زاده، محمدهادی (۱۳۹۱)؛ «بررسی هویت دینی و ملی نوجوانان و جوانان شهر تهران با تأکید بر گروه مرجع»، *فصلنامه مطالعات ملی*، زمستان ۹۱، دوره ۱۳، ش ۵۲.
- تاجداری، علی‌رضا (۱۳۷۷)؛ *بررسی میزان سازگاری هنجارها با اهداف ارزشی در بین سرپرستان خانوارهای شهر اراک*، پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، رشته جامعه‌شناسی، تهران: دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبایی.
- جنکینز، ریچارد (۱۳۸۱)؛ *هویت اجتماعی*، ترجمه تورج یاراحمدی، تهران: نشر شیرازه.
- حمزه‌ای، محمدرضا؛ پاپ‌زن، عبدالحمید؛ شریفی، محمدامین (۱۳۸۹)؛ «تعیین تفاوت‌های جنسیتی در گرایش جوانان به گروه‌های مرجع»، *زن در توسعه و سیاست*، دوره ۸، ش ۴، ش ۳۱، صص ۱۲۰-۹۷.
- دوچ، مورتون؛ کراوس، م. روبروت (۱۳۸۴)؛ *نظریه‌ها در روان‌شناسی اجتماعی*، ترجمه مرتضی کتبی، تهران: مؤسسه انتشارات چاپ دانشگاه.
- ذوالفقاری، ابوالفضل؛ صوفی‌زاده، گلی (۱۳۹۲)؛ «مطالعه گروه‌های مرجع زنان جوان در شهر ایلام»، *جامعه‌شناسی کاربردی*، اصفهان: دانشگاه اصفهان، دوره ۲۴، ش ۳.
- رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۷۹)؛ *سنجش گرایش روستائیان نسبت به جهاد سازندگی*، تهران: انتشارات جهاد سازندگی.
- رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۸۲)؛ *آنانومی جامعه: مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی کاربردی*، تهران: شرکت سهامی.
- سفیری، خدیجه؛ شریفی، نیره (۱۳۸۴)؛ «بررسی سلسله مراتب ارزشی دانشجویان و رابطه آن با گروه‌های مرجع»، *نامه علوم اجتماعی*، ش ۲۵، صص ۱۰۵-۷۷.
- سلیم‌آبادی فراهانی، داود؛ حسنی، علی‌جان (۱۳۹۰)؛ «شناسایی گروه‌های مرجع و الگوی جوانان در شهر اراک»، *همایش منطقه‌ای روان‌شناسی و علوم تربیتی*، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بندرگز.
- صبوری خسروشاهی، حبیب (۱۳۹۰)؛ «بررسی گروه‌های مرجع جوانان تهران»، *فصلنامه پژوهش اجتماعی*، س ۴، ش ۱۱، صص ۵۲-۴۲.
- صدیق سروسستانی، رحمت‌الله؛ هاشمی، سیدضیاء (۱۳۸۱)؛ «گروه‌های مرجع در جامعه‌شناسی و روان‌شناسی با تأکید بر نظریه‌های مرتن و فستینگر»، *نامه علوم اجتماعی*، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران، ش ۲۰، صص ۱۶۷-۱۴۹.
- غیورباغبانی، سیده‌زینب؛ اصغرپور ماسوله، احمدرضا (۱۳۹۲)؛ «عوامل مؤثر بر اولویت‌بندی گروه‌های مرجع جوانان»، *مجموعه مقالات تحولات سبک زندگی*، تهران: نیساء، ج ۲، چ ۱.

- قادرزاده، امید؛ ایراندوست، سیدفهم (۱۳۹۳)؛ «مطالعه کیفی سنخ‌شناسی سبک‌های زندگی: مطالعه جوانان شهر مهاباد»، *جامعه‌شناسی کاربردی*، اصفهان: دانشگاه اصفهان، شماره پیاپی (۵۵)، ش ۳.
- Andersen, Margaret L. and Taylor, Howard F. (2010); "Sociology: The Essentials", P 129, *Engage Learning*, ISBN 0495812234.
- Bennett, M, & Sane, S. (2008); "Children's subjective identification with social groups", A group-reference effect approach, *British Journal of Developmental Psychology*, 26, 381–387.
- 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.
- Creswell, j.w. (2007); *Qualitative Inquiry and research design: Choosing among five approaches (3rd ed)*, Thousand Oaks.CA: Sage.
- Dunican, Enda. (2006); *Initial Experiences of Using Grounded theory Research in Computer Programming Education*, University of Sussex.
- Feldman N.S., Ruble D.N. (1981); *Social comparison Strategies: Dimensions Offered and Options Taken*, dans *Personality and social Psychology Bulletin*, 7.
- Hyman, H. (1942); *The Psychology of Status*, (New York Times Company, New York).
- Knudsen, Thorbjorn. (2008); *Reference groups and variable risk strategies*, University of Southern Denmark, Department of Marketing & Management, Strategic Organization Design Unit (SOD).
- Merton, Robert K., (1968); *Social Theory and Social Structure*, the Free Press, New York.
- Murell, D. and Elfreda (2001); *Reference group theory with implications for information studies: a theoretical essay*, *Information Research*, Vol. 6, No. 3.
- Payne, D. (2012); *How Face book has changed the concept of friend*, Retrieved from Helium website: <http://www.helium.com/items/2340949-facebook-and-friendship>.
- rina v. Shaposhnikova (2015); *Socio-cultural Environment of student as a reference group of professional Socialization: development of trends*, Kherson State University (Ukraine), ISSN 2351-6569 (Online).
- Wesley. Perking. (2002); "Social Norms and the Prevention of alcohol misuse in Collegiate Contexts", *Department of anthropology and Sociology*, Geneva, Newyourk, 164-172).



پروپوزیشن گاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی