

## تعیین تفاوت‌های جنسیتی در گرایش جوانان به گروه‌های مرجع

(مطالعه‌ی موردی: شهر سنج)

محمد رضا حمزه‌ای\*، عبدالحمید پاپزن\*\*، محمد امین شریفی\*\*\*

**چکیده:** هدف مقاله‌ی حاضر تحلیل تفاوت‌های جنسیتی در زمینه‌ی گرایش به گروه‌های مرجع در میان جوانان ساکن شهر سنج از طریق روش توصیفی-پیمایشی و مقطع زمانی سال ۱۳۸۷ است. تعداد ۶۲۷ نفر از جوانان دختر و پسر با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای متناسب با سهم انتخاب شدند. روش‌های آماری مورد استفاده بیشتر شامل تحلیل همبستگی، تحلیل عاملی و رگرسیون است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که والدین، اساتید دانشگاه و دانشجویان به ترتیب سه گروه مرجع اصلی و با گرایش بالا هستند که از سوی دختران جوان پذیرفته شده‌اند و در گرایش به والدین اختلافی معنادار با پسران دارند. جوانان پسر نیز به ترتیب سه گروه شامل اساتید دانشگاه، همسالان و دانشجویان را سه گروه مرجع اصلی خود انتخاب می‌کنند. همچنین دختران به طور معنادار گرایش بیشتری نسبت به گروه‌های مرجع عضویت (بومی) دارند. در مقابل، گرایش پسران به گروه‌های مرجع غیرعضویت (غریبی) با اختلاف معنادار بیشتر است. چهار مؤلفه‌ی اصلی، به ترتیب اهمیت نسبی، شامل ارزیابی کارکرد عاملان جامعه‌پذیری، سطح تحصیلات و تجربه، جاذبه‌ی گروه‌های مرجع و منزلت‌یابی ذهنی در یک ترکیب خطی ۷۳ درصد از واریانس گرایش به گروه‌های مرجع عضویت را تبیین می‌کنند.

**واژه‌های کلیدی:** گروه مرجع، گروه مرجع عضویت و غیرعضویت، عاملان جامعه‌پذیری، گرایش.

### مقدمه و طرح مسئله

انسان موجودی اجتماعی و اعمال و رفتارهای او متأثر از ارزش‌ها، هنجارها و قوانین گروه است. انسان بدون تعلق به گروه احساس امنیت نمی‌کند. به گفته‌ی مورینو<sup>۱</sup>: «انسان در گروه متولد می‌شود، در گروه زندگی و کار می‌کند و در گروه بیمار و درمان می‌شود.»<sup>۲</sup> آدلر<sup>۲</sup> نیز علاقه‌ی اجتماعی را در انسان امری

fariborzhamzhee@yahoo.com

H\_papzan@yahoo.com

amsharif@yahoo.com

\*استادیار جامعه‌شناسی، عضو هیئت علمی دانشگاه رازی کرمانشاه

\*\*دانشیار ترویج و توسعه، عضو هیئت علمی دانشگاه رازی کرمانشاه

\*\*\*دانش‌آموخته کارشناس ارشد توسعه

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۸۸/۰۳/۰۹ تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۸۹/۰۳/۰۷

<sup>۱</sup> Moreno

<sup>۲</sup> Adler

ذاتی می‌داند و معتقد است که انسان از بدو تولد در درون شبکه‌ای از روابط اجتماعی پیچیده و متقابل قرار می‌گیرد و شکل‌گیری شخصیت او دژتر همین ارتباطات متقابل است (شفیع‌آبادی<sup>۳</sup>، ۱۳۷۵). کولی<sup>۴</sup> در کتاب «طبع انسانی و نظم اجتماعی»<sup>۵</sup> در این مورد می‌گوید: «کودک نخست به وجود خودش پی می‌برد، سپس با تصور عقیده‌ی دیگران راجع به خود و دقت در چگونگی رفتار و کردار سایرین درمی‌یابد که چگونه آدمی است (تاجداری<sup>۶</sup>، ۱۳۷۷؛ کولی، ۱۹۰۲).

در فرایندی تحت عنوان جامعه‌پذیری<sup>۷</sup> است که ارزش‌ها و هنجارهای یک جامعه به نوجوانان و جوانان منتقل می‌شوند و آن‌ها به اصطلاح اجتماعی می‌شوند و طی همین فرایند است که هویت اجتماعی آنان شکل می‌گیرد. نتایج پژوهش‌ها و یافته‌های اندیشمندان بیان‌گر آن است که چالش‌هایی جدی در زمینه‌ی تغییر سریع ارزش‌ها و تضاد ارزشی بین نسل‌ها، پیروی ناآگاهانه از فشارهای هنجاری و گسترش انواع مدهای هنجاری، انحراف از ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی و هم‌چنین مسائلی هم‌چون بحران هویت جوانان، فراروی جامعه‌ی کنونی کشورمان است که همگی آن‌ها در چهارچوب موضوع جامعه‌پذیری و نهادهای مؤثر بر آن می‌گنجد (رفیع‌پور<sup>۸</sup>، ۱۳۷۹). در این میان و طبق نظریه‌ها و دیدگاه‌های متعدد، یکی از نهادهای و الگوهای تأثیرگذار بر فرایند جامعه‌پذیری جوانان، «گروه‌های مرجع» است.

گروه مرجع با کارکردهای خود از یک سو مبنای مقایسه و ارزیابی رفتار جوانان و الگوی ذهنی قرار می‌گیرد و از سوی دیگر، با القای ارزش‌ها و هنجارها بر فرایند جامعه‌پذیری آنان تأثیر مستقیم دارد. به عبارت ساده‌تر؛ انسان‌ها چون در جامعه و در ارتباط با دیگران زندگی می‌کنند و نمی‌توانند از طریق ملاک‌های عینی<sup>۹</sup> به صحت رفتارها و نگرش‌های خود یقین پیدا کنند، خود را با گروه‌هایی مقایسه می‌کنند و تحت شرایطی آنان را مرجع یا به عبارت بهتر، الگوی ذهنی (شناختی - نگرشی) و عملی (کنشی - رفتاری) خود قرار می‌دهند (سروستانی و هاشمی<sup>۱۰</sup>، ۱۳۸۱). تحقیقات زیادی نیز درباره‌ی انواع انحرافات در میان جوانان دختر و پسر وجود دارد که به تأثیر افراد هم‌سن، دوستان، افراد مورد علاقه و الگوهای رسانه‌ای تأکید دارند که همه‌ی آن‌ها به نوعی می‌توانند

<sup>3</sup>. Shafieabadi, Abdolah

<sup>4</sup>. Cooley

<sup>5</sup>. Human Nature and the Social Order

<sup>6</sup>. Tajdari, A. R

<sup>7</sup>. Socialization

<sup>8</sup>. Rafeipour

<sup>9</sup>. Objective Criterias

<sup>10</sup>. Sarvestani, R. and S. Z. hashemi

تعیین تفاوت‌های جنسیتی در گرایش جوانان به گروه‌های مرجع ۹۹

مصدق گروه مرجع باشند (هاگنبرگ<sup>۱۱</sup>، ۲۰۰۲). دیدگاه‌ها و نظریه‌های متعدد نشان می‌دهد که ظهور گروه‌های مرجع بر اساس ضرورت‌های کارکردی 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 کارکرد آن‌ها به‌ویژه از نظر جنسیتی، باعث بروز اشتباهات و لغزش‌های چشم‌گیر در مواجهه با مشکلات جوانان شده است.

با وجود اهمیت مفهوم گروه‌های مرجع و ضرورت شناخت علمی آن‌ها، تا کنون تحقیقات تجربی و میدانی معدودی در کشورمان صورت گرفته و حتی مباحث نظری در این زمینه بسیار محدود است. به همین علت می‌توان گفت که برنامه‌ها و اقدامات اجرایی مرتبط که توسط نهادهای فرهنگی اعمال می‌شود، از پشتوانه‌ی علمی و راهبردی برخوردار نبوده است. شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر بر گرایش به گروه‌های مرجع در میان جوانان دختر و پسر در قالب دیدگاه‌های فوق و به‌منظور دستیابی به یک چهارچوب مناسب در این زمینه از ضرورت‌های اساسی است. فقدان مطالعه‌ی جامع و مبتنی بر روش‌های علمی در زمینه‌ی گرایش به گروه‌های مرجع و عوامل مؤثر بر آن، یکی از موانع اساسی در تشخیص اولویت‌گذاری‌ها و تدوین برنامه‌های فرهنگی - راهبردی شناخته می‌شود که بدون شک برای نیل به کارکرد مناسب گروه‌های مرجع مؤثر خواهد بود. بر این اساس، شناخت عوامل اثرگذار بر گرایش جوانان به گروه‌های مرجع و تعیین تفاوت‌های جنسیتی در میان جوانان شهر سنندج، هدف کلی این مقاله است.

## مبانی نظری

### ادبیات تحقیق

نظریه‌های مربوط به گروه مرجع<sup>۱۲</sup> را می‌توان در دو حوزه‌ی روانشناسی اجتماعی و جامعه‌شناسی جست‌وجو و مطالعه کرد. در رویکرد اول می‌توان به افرادی مانند هایمن<sup>۱۳</sup>، شریف<sup>۱۴</sup>، ساپ - هارود<sup>۱۵</sup> و فستینگر<sup>۱۶</sup> اشاره کرد. هایمن در مقاله‌ای تحت عنوان روان‌شناسی منزلت، مفهوم «منزلت ذهنی» را یک بعد از رفتار و آن را تصور فرد از موقعیت خود در مقایسه با سایرین تعریف می‌کند. او در ادامه به این استنباط می‌رسد که انسان‌ها

11. Hugenberg

12. Reference Group

13. Hyman

14. Mozafar Sharif

15. Sapp & Harrod

16. Festinger

در شکل‌دهی به نگرش‌های خود بیش از آن که به خود متکی باشند، به گروه‌هایی تکیه دارند که با آن‌ها در ارتباط هستند (سروستانی و هاشمی، ۱۳۷۲). شریف، گروه‌های مرجع را گروه‌هایی می‌داند که فرد در صدد کسب عضویت در آن‌هاست یا حداقل از نظر ذهنی و روانی آرزوی پیوستن به آن‌ها را دارد (چاپمن و داوسون<sup>۱۷</sup>، ۲۰۰۰). از دید ساپ و هارود، گروه مرجع می‌تواند شامل هر مجموعه‌ای از مردم<sup>۱۸</sup> (محل، روستا و ...) باشد. در واقع، این گروه یک چهارچوب ارزش‌یابی را به‌وجود می‌آورد که اعضای اجتماع بر اساس آن یکدیگر را ارزیابی و کنترل می‌کنند (رفیع‌پور، ۱۳۷۹). نظریه‌ی فستینگر در زمینه‌ی گروه مرجع بیش از سایر نظریه‌های روان‌شناسی اجتماعی مد نظر قرار گرفته است که آن را «نظریه‌ی مقایسه‌ی اجتماعی»<sup>۱۸</sup> نیز گفته‌اند و مضمون اصلی آن تأثیر گروه بر فرد است.

در میان نظریه‌های جامعه‌شناسی می‌توان به نظریه‌ی شبوتانی<sup>۱۹</sup>، مرتن<sup>۲۰</sup>، پارسونز<sup>۲۱</sup> و لوئیس-روزنبرگ<sup>۲۲</sup> اشاره کرد. شبوتانی، در چهارچوب نظریه‌ی «کنش متقابل نمادین» موضوع گروه مرجع را تحلیل می‌کند و معتقد است: آن چه یک فرد انجام می‌دهد به تعریف او از موقعیتش بستگی دارد. تعریف فرد از موقعیت نیز ناشی از رویکرد سازمان‌یافته‌ی اوست و این رویکرد در جریان ارتباطات اجتماعی شکل می‌گیرد (سروستانی و هاشمی، ۱۳۷۲). مرتن در سال ۱۹۴۹ در کتاب «تئوری و ساخت اجتماعی» نظریه‌ای با عنوان «تئوری گروه مرجع»<sup>۲۳</sup> ارائه کرد که گامی مهم در تبیین موضوع به حساب می‌آید. نظریه‌ی گروه مرجع مرتن را می‌توان جزو نظریه‌های کارکردی به حساب آورد که وجود و بقای یک نهاد یا ساخت اجتماعی را معلول استعداد و نقش آن در تأمین کارکردهایی می‌داند که نیازهای ضروری نظام اجتماعی را تأمین و دوام آن را تضمین می‌کند. یکی از مهم‌ترین ضرورت‌های کارکردی نظام اجتماعی، جامعه‌پذیری است که توسط نهادهایی از قبیل خانواده، مدرسه، رسانه، دوستان و ... اجرا می‌شود (رفیع‌پور، ۱۳۷۹). مرتن معتقد است که تحت شرایطی بین رفتار فرد و گروه عضویت تضاد به‌وجود می‌آید. به عبارت دیگر؛ یک گروه مرجع ممکن است جایگاه خود را بجز از دست بدهد و گروه مرجع منفی شناخته شود که در این حالت، افراد درست عکس رفتار و خواسته‌های آن گروه رفتار خواهند کرد و به گروه‌های دیگری روی می‌آورند.

17. Chapman & Dawson

18. Social Comparison Theory

19. Shibutani

20. Merton

21. Parsons

22. Lewis and Rosenberg

23. Theory of Reference Group

تعیین تفاوت‌های جنسیتی در گرایش جوانان به گروه‌های مرجع ۱۰۱

همین‌طور مرتن به دو نوع گروه مرجع عضویت و غیرعضویت اشاره دارد. در این‌جا گروه عضویت گروهی است که فرد عملاً در آن عضویت دارد و گروه غیرعضویت آن است که فرد عملاً عضو آن نیست (لوئیس و روزنبرگ، ۱۳۷۸). مرتن در جایی دیگر گروه‌های فوق را گروه خودی و گروه غیر خودی می‌نامد (مرتن، ۱۹۵۷). نظریه‌ی پارسونز در این زمینه در واقع همان ایده‌ی معروف جامعه‌شناسان است که می‌گویند: «مردم عمیقاً نسبت به انتظارات دیگران حساس هستند به طوری که این انتظارات تمام کنش‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد.» در واقع، نظریه‌ی پارسونز همان مفهوم اگسا بن بسیار اجتماعی شده» در جامعه‌شناسی نوین است که منشأ به هم‌پیوستگی اجتماعی را به حداکثر رساندن «تأیید دیگران» می‌داند.

آیزن و فیشر باین<sup>۲۴</sup> نیز این ایده را در تحقیقات خود تحت عنوان «انتظارات دیگران» معرفی می‌کنند و آن را در رفتار فرد بسیار مؤثر می‌دانند (لوئیس و روزنبرگ، ۱۳۷۸). لوئیس و روزنبرگ، گروه‌های مرجع را به دو نوع عینی و انتزاعی تقسیم می‌کنند. در گروه اول، افراد با یکدیگر ارتباط مستقیم دارند، اما در نوع دوم این ارتباط وجود ندارد. گروه‌های انتزاعی امکان بسیار زیادی برای گسترش دادن، تنوع بخشیدن و تقویت مناسبات اجتماعی میان افراد فراهم می‌کنند. به زعم لوئیس و روزنبرگ، بحث گروه‌های مرجع اساساً می‌تواند در چهارچوب هنوایی اجتماعی<sup>۲۵</sup> مطرح کرد به شرط آن که مراد ما هم‌نوایی با هنجارها و انتظارات رایج در گروه عضویت باشد. به زعم لوئیس و روزنبرگ، چنان‌چه کارکرد گروه مرجع، عضویت نامناسب باشد یا موانع جدی بر سر ایفای کارکرد آن وجود داشته باشد یا برای عضویت و گرایش به گروه غیرعضویت محدودیت‌های اجتماعی وجود داشته باشد، وضعیتی پیش می‌آید که آن را «اجتماعی شدن پیشینی<sup>۲۶</sup>» می‌نامند که طی آن افراد ارزش‌ها و هنجارهای گروه غیرعضویت را می‌پذیرند و آرزوی عضویت (واقعی یا مجازی) در آن دارند (همان).

رفیع‌پور با اقتباس از نظریات فستینگر می‌نویسد: «انسان‌ها به دلایل مختلف (نظیر نیاز به احترام، آبرو و فشار هنجاری) همواره خود را در زمینه‌هایی با عده‌ای مقایسه و ارزیابی می‌کنند. در این فرایند، انسان ارزش‌ها و استانداردهای افراد یا گروه‌های دیگر را به عنوان یک قالب مقایسه‌ای<sup>۲۷</sup> و مرجع برمی‌گزیند» (رفیع‌پور، ۱۳۸۰). شفیع‌آبادی در کتاب «پویایی گروه» این‌گونه می‌گوید: «گروه‌های مرجع در تغییر رفتار پیروان خود نقشی به‌سزا دارند زیرا مردم رفتار خود را با آنان مقایسه می‌کنند و عمل کرد آنان را الگو قرار می‌دهند» (شفیع‌آبادی، ۱۳۷۵).

24. Ajzen & Fishbein

25. Social Conformity

26. Forward socialization

27. Comparative Frame

در مجموع و با توجه به تعاریف فوق می‌توان گفت که گروه مرجع گروهی است که افراد خود را با آن مقایسه و با استانداردهای آن خود را ارزیابی می‌کنند و آن را الگوی ذهنی و عملی خود قرار می‌دهند. همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، در نظریه‌های روان‌شناسی اجتماعی به ویژگی‌ها و ابعاد فردی مسئله در گروه توجه می‌شود، اما در رویکرد جامعه‌شناختی، ارزش‌های اجتماعی و ساختارهای حاکم در جامعه نقش‌آفرین تلقی می‌شوند و بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرند. مقایسه‌ی این دو دیدگاه نشان می‌دهد که سؤال محوری هر دوی آن‌ها، تأثیر گروه در شکل‌گیری رفتارها، نگرش‌ها و نحوه‌ی همراهی و تطابق فرد با گروه است. پیش‌تر ض هر دو دیدگاه این است که انسان‌ها با مقایسه‌ی افکار و استعدادهای خود با دیگران (گروه مرجع) به ارزیابی نگرش‌ها و کنش‌های خود می‌پردازند و رفتارها و روابط اجتماعی خود را بر اساس تصویری تنظیم می‌کنند که از این ارزیابی به‌دست می‌آورند (سروستانی و هاشمی، ۱۳۷۲). ملاحظه می‌شود که دیدگاه روان‌شناسی اجتماعی از تحلیل‌های ساختاری و اجتماعی غافل است و دیدگاه جامعه‌شناختی نیز عوامل فردی و متغیرهای مربوط را در نظر نمی‌گیرد. بدین ترتیب هیچ‌کدام از دیدگاه‌ها و نظریه‌های مطرح‌شده به‌تنهایی قادر به تبیین جامع مسئله‌ی تحقیق نیستند. به همین علت مدل این تحقیق مبتنی بر یک دیدگاه ترکیبی خواهد بود.

### پیشینه‌ی تحقیق

«هایمن» در مطالعه و آزمایش‌های کنترل‌شده‌ی خود در سال ۱۹۴۲ مفهوم گروه مرجع را برای اولین بار از زاویه‌ی روان‌شناختی تبیین کرد. محور پژوهش او، متغیر «منزلت‌یابی ذهنی» بود و سر آخر به این نتیجه رسید که افراد غالباً از گروه‌هایی تأثیر می‌پذیرند که در شکل‌دادن به منزلت ذهنی بیشترین تأثیر را داشته باشند و در این میان «سطح ارتباط» افراد به‌عنوان یک عامل تعیین‌کننده قابل‌شناسایی است (سروستانی و هاشمی، ۱۳۸۲). «کلمن» و «گرارد»<sup>۲۸</sup> طی تحقیقات جداگانه به تبیین کارکرد گروه‌های مرجع پرداختند و سه نوع گروه مرجع را شناسایی کردند که عبارتند از: دادن اطلاعات<sup>۲۹</sup>، فایده‌مندی<sup>۳۰</sup> و بیان ارزش‌ها<sup>۳۱</sup>. این تقسیم‌بندی در مطالعات بازاریابی، مدیریتی و اجتماعی که بعدها توسط دیگران انجام شد کاربرد زیادی داشته است (باردن و ایتزل<sup>۳۲</sup>، ۲۰۰۱؛ مایرز<sup>۳۳</sup>، ۱۹۹۷).

28. Kelman & Gerard  
25. Information  
30. Utilitarian  
31. Value-expressive  
32. Bearden & Etzel  
33. Myers

تعیین تفاوت‌های جنسیتی در گرایش جوانان به گروه‌های مرجع ۱۰۳

«شیبوتانی» نیز درباره‌ی گروه مرجع به تحقیق تجربی پرداخته است و در چهارچوب نظریه‌ی «کنش متقابل نمادین» موضوع خود را توصیف می‌کند و به این نتیجه می‌رسد که انتخاب نوع گروه مرجع تحت تأثیر شبکه‌ی ارتباطات اجتماعی است (پارک و لسینگ<sup>۳۴</sup>، ۱۹۷۷؛ چاپمن و داوسون، ۲۰۰۰). تحقیق معروف «مرتون» در زمینه‌ی وضعیت «سرباز آمریکایی» است که به ارائه‌ی تئوری معروف «گروه مرجع» منجر شد. نتایج تحقیق او نشان داد که عوامل زیر در انتخاب و پذیرش گروه‌های مرجع مؤثر هستند: ۱- تأمین منزلت و پرستیژ اجتماعی به‌عنوان عامل اصلی ۲- تحرک و ارتباطات اجتماعی به‌عنوان عامل اصلی ۳- پایگاه و ویژگی‌های فردی ۴- درجه‌ی بی‌عدالتی اجتماعی ۶- امکان تغییر توانایی‌های فرد با پذیرش گروه مرجع ۷- ارزیابی فرد در رابطه با مطلوب بودن کارکرد نهادهای اجتماعی.

گوستانزو<sup>۳۵</sup> طی تحقیقی تجربی نشان داد که ممکن است در سنین نوجوانی گروه هم‌سالان و گروه مرجع تطابق داشته باشند اما معمولاً در سنین بالاتر دوره‌ی جوانی و تحت تأثیر عواملی نظیر میزان جاذبه‌ی گروه مرجع و ارزیابی فرد از کارکرد عاملان جامعه‌پذیری، بین این دو تفکیک حاصل خواهد شد (کوکز<sup>۳۶</sup>، ۱۹۹۹؛ جانسون و فرانک<sup>۳۷</sup>، ۱۹۹۶). کمیسیون جوانان دولت هنگ‌کنگ در سال ۱۹۹۱ تحقیقی جامع تحت عنوان «بررسی تأثیرات رسانه بر جوانان» انجام داد و به نتایجی جالب دست یافت. بر اساس یافته‌های این پژوهش، ۵۰ درصد از جوانان دارای نوعی «الگوی رسانه‌ای» بودند که در میان انواع الگوها ۷۰ درصد را خواننده‌های پاپ و بازیگران تشکیل می‌دادند و ۸/۹ درصد نیز ستاره‌های ورزشی بودند. نتایج نشان داد که مدت استفاده از ماهواره، ویدیو سی‌دی، بازی‌های رایانه‌ای و... تأثیری منفی بر گرایش جوانان به گروه‌های مرجع عضویت داشته است. از سوی دیگر رابطه‌ی بین محتوای رسانه‌ای و گرایش به گروه‌های مرجع معنادار شده است (هاگنبرگ و گالن<sup>۳۸</sup>، ۲۰۰۲). «یانگ»<sup>۳۹</sup> و هم‌کاران طی یک تحقیق بین‌المللی به مطالعه تأثیر گروه مرجع در نحوه‌ی خرید گوشی موبایل پرداخته و انتخاب گروه مرجع را بیشتر تحت تأثیر دو کارکرد فایده‌مندی و مشورت‌دهی آن‌ها می‌داند و البته سطح ارتباطات فرد در این انتخاب را یک عامل معنادار ارزیابی می‌کند. مقایسه‌ی جنسیتی نشان داد که در مجموع، ارجاع

34. Park and Lessing

35. Constanco

36. Cocks

37. Johnson & frank

38. Hugenberg & Galen

39. Yang

پسرها به گروه‌های غیرعضویت بیشتر از دخترها است و این تفاوت را تحت تأثیر تفاوت در ویژگی‌های اجتماعی می‌داند (یانگ، هی و لی<sup>۴۰</sup>؛ ۲۰۰۷؛ جانسون و همکاران<sup>۴۱</sup>، ۱۹۷۷).

در ایران، اولین مطالعات درباره‌ی گروه مرجع را در واقع می‌توان تحقیقاتی در زمینه‌ی گرایش جوانان به گروه‌های غربی و ضدفرهنگ نظیر «گروه‌های رپ»<sup>۴۲</sup> و «هوی متال»<sup>۴۳</sup> دانست که غالباً در دهه‌ی ۶۰ انجام گرفته است. این تحقیقات معمولاً سعی در شناسایی عوامل درون‌مرزی و بیرونی مؤثر بر تغییر مرجع ارزشی جوانان داشته‌اند و در این نقطه مشترک هستند که دنیای غرب با حرکت‌های برنامه‌ریزی‌شده سعی در القای فرهنگ خود در میان جوانان کشورمان دارد. برای مثال، منطقی (۱۳۷۷) در مجموعه‌ی «راز گل سرخ» نتیجه‌گیری می‌کند که غرب با «عملیات روانی»<sup>۴۴</sup> دقیق و در یک روند طولانی موفق به تغییر گروه‌های مرجع بخشی از جوانان شده است. تعدادی از محققان ضمن تأکید بر عوامل بیرون‌مرزی، بیش از آن عواملی را مؤثر می‌دانند که ناشی از تغییر و تحولات هدایت‌نشده‌ی داخلی باشد. «رفیع‌پور» ضمن ارائه‌ی بحث‌های نظری و مطالعات میدانی، عامل اصلی مؤثر بر گرایش جوانان به انواع گروه‌های مرجع غیربومی را تغییر نظام ارزشی مردم می‌داند. به زعم او باید پایه‌های اصلی تغییر گروه مرجع را در تغییر ارزش‌ها دانست که خود ناشی از ارزش ثروت و نمایش آن است. او رفتارهایی هم‌چون نمایش مقیاس‌های مادی و نقش ارزش‌گذاران و هنجارفرستان در این زمینه را مؤثر می‌داند (رفیع‌پور، ۱۳۷۹). «فرید» در تحقیقی پیرامون نظام‌های ارزشی جوانان به این نتیجه می‌رسد که گروه‌های مرجع می‌توانند نقشی الگوساز داشته باشند و هر نوع تأثیرگذاری بر روی آن‌ها بلافاصله خصیصه‌ی فراگیر یافته و به‌گونه‌ای تصاعدی در سطح اجتماع بازتاب می‌یابد (فرید<sup>۴۵</sup>، ۱۳۷۹).

«بیات»<sup>۴۶</sup> در پژوهش خود تحت عنوان «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 به‌دنبال گروه‌های غیرخودی خواهند بود و آن‌گاه ثبات نظام اجتماعی به خطر خواهد افتاد (بیات، ۱۳۸۱).

40 . Yang & He & Lee

41 . Johnson, David W. & Frank P.

42 . Rap

43 . Heavy Metal

44 . Psychological Operations

45 . Farid

46 . Bayat, Bahram

تعیین تفاوت‌های جنسیتی در گرایش جوانان به گروه‌های مرجع ۱۰۵

نتایج طرح «سامان‌دهی گروه‌های مرجع در ایران» که با هدف گونشناسی گروه‌های مرجع و روند تغییرات آن به اجرا درآمد نشان می‌دهد: ۱- پذیرش یک گروه به‌عنوان مرجع با کارکرد آن گروه در میان مخاطبان ارتباط مستقیم دارد و برای گونه‌شناسی و ارزیابی گروه‌های مرجع باید حوزه‌ی تأثیرگذاری آن‌ها را از یکدیگر تفکیک کرد. ۲- بیشترین گرایش به خانواده، گروه هم‌سالان، اساتید دانشگاه و دانش‌جویان است. ۳- جوانان در امر تصمیم‌گیری بیشتر به خانواده‌های خود اتکا دارند (هاشمی<sup>۴۷</sup>، ۱۳۸۱).

«انتظاری<sup>۴۸</sup> طی تحقیقی به این نتیجه رسید که: ۱- گروه مرجع جوانان و بزرگسالان از هم‌دیگر قابل تفکیک نیست. ۲- همه‌ی جوانان از یک مرجع خاص پیروی نمی‌کنند. ۳- ارتقای گرایش جوانان به گروه‌های مرجع مستلزم آن است که بر ویژگی‌های غیرمناسکی دین نظیر عدالت، راست‌گویی، امانت‌داری در جامعه توجه شود. ۴- تصور بسته از ساختار اجتماع بومی، در حاشیه قرار گرفتن، ارزیابی جوانان از نابرابری‌های اجتماعی در جامعه بومی و همین‌طور ارزیابی آنان از کارکرد نهادهای جامعه‌پذیری، از جمله عواملی است که در گرایش جوانان به گروه‌های مرجع غیربومی مؤثر است. ۵- گرایش دخترها به خانواده و گروه‌های بومی، به‌طور معنادار بیشتر از پسران است (انتظاری، ۱۳۸۱).

«عباسی اسفجیر<sup>۴۹</sup> طی یک تحقیق میدانی به مقایسه‌ی انتخاب گروه مرجع جوانان در بین دختران و پسران می‌پردازد نتایج تحقیق نشان داد که پسران عمدتاً به گروه هم‌سالان و دختران به والدین خود گرایش دارند. گروه مرجع اول دختران، خانواده بود و پس از آن هنرمندان و اساتید دانشگاه قرار می‌گیرند. پسرها هم گروه هم‌سالان را گروه مرجع اول خود دانسته‌اند و پس از آن گروه هم‌سالان قرار می‌گیرند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که دختران به‌طور معنادار بیشتر از پسران تحت تأثیر جاذبه‌ی گروه‌های مرجع قرار می‌گیرند. همین‌طور مشارکت اجتماعی پسران عاملی تعیین‌کننده است که در نوع و میزان گرایش آنان به گروه‌های مرجع ایجاد تفاوت می‌کند (عباسی اسفجیر، ۲۰۰۴).

## روش تحقیق

این تحقیق به لحاظ هدف از نوع کاربردی، به لحاظ میزان نظارت، درجه‌ی کنترل و نحوه‌ی گردآوری داده‌ها از نوع پیمایشی-توصیفی است. متغیر وابسته‌ی تحقیق «سطح گرایش به گروه‌های مرجع» و مبنای تعریف

47. Hashemi

48. Entezari, A. and etal

49. Abbasi asfajir

مفهومی آن نظریه‌های فستینگر و مرتن به‌عنوان دو نظریه‌ی اصلی از دو دیدگاه روان‌شناختی و جامعه‌شناسی است. با این روی‌کرد، گروه مرجع دارای دو کارکرد هنجاری (کنشی - رفتاری) و مقایسه‌ای (شناختی - نگرشی) است و معرف‌های مربوط به تعریف عملیاتی گرایش نیز بر اساس این دو کارکرد تعیین شد. به‌منظور تعریف مفهومی و عملیاتی «گرایش»<sup>۵۰</sup> از تئوری معروف «آیزن و فیش‌باین» استفاده شد که خود مبتنی بر تئوری رفتار عقلایی است. آن‌ها گرایش را ارزیابی فرد از مطلوب یا نامطلوب بودن یک پدیده می‌دانند. در این تئوری، گرایش به‌عنوان حلقه ماقبل تصمیم مد نظر بوده و تحت تأثیر دو عامل دیگر است (رفیع‌پور، ۱۳۷۹؛ هافمن<sup>۵۱</sup>، ۱۹۹۶): ۱- انتظار از این که آیا انجام یک رفتار معین برای شخص نتیجه‌ای خواهد داشت (انتظار فایده). ۲- ارزیابی مثبت یا منفی بودن نتایج (ارزیابی فایده). کول و بکمان<sup>۵۲</sup> مؤلفه‌های نظریه‌ی فوق را به‌صورت رابطه‌ی زیر نشان می‌دهند:  $AB\alpha \sum b_i e_i$  که  $b_i$  و  $e_i$  به‌ترتیب نشان‌گر انتظار فایده و ارزیابی فایده است. طبق نظریه‌ی آیزن و فیش‌باین، علاوه بر گرایش، عامل دیگری تحت عنوان «هنجار ذهنی»<sup>۵۳</sup> به‌طور مستقیم بر تصمیم فرد مؤثر است. هنجار ذهنی در واقع ادراک فرد از یک فشار اجتماعی است که در صورت انجام دادن یا ندادن رفتار مورد نظر، بر روی فرد اعمال می‌شود این اساس عموم آ برای گرایش سه بعد شناختی، احساسی و رفتاری در نظر می‌گیرند (رفیع‌پور، ۱۳۷۹)

مشاهده می‌شود که اساساً گرایش یک سازه‌ی کیفی است لذا در این تحقیق به‌منظور سنجش گرایش، ابتدا مجموعه‌ای از معرف‌ها در هر یک از ابعاد سه‌گانه‌ی شناختی، احساسی و رفتاری تعیین و سپس با استفاده از مقیاس «لیکرت» و با روش فرافکن<sup>۵۴</sup> یا سناریویی، گویه‌هایی برای سنجش معرف‌ها تنظیم شد<sup>۵۵</sup> (کرلینجر<sup>۵۶</sup>، ۱۳۷۷). به همین ترتیب برای سنجش سایر متغیرهای کیفی که ماهیت سازه‌ای داشتند از مقیاس‌های «محقق ساخته» استفاده شد که از طریق طیف لیکرت اجرا شدند.

<sup>۵۰</sup> برخی از صاحب‌نظران واژه‌ی Attitude را معادل نگرش معادل نگرش نیز ترجمه کرده‌اند، اما به زعم رفیع‌پور، نگرش یک فرد درباره‌ی یک پدیده عموم آ در مرحله‌ای است که فرد هنوز با آن پدیده‌ی تجربه‌ی شخصی زیادی نداشته و به یک تصمیم قاطع درباره‌ی رد یا پذیرش آن نرسیده است. به‌عبارت بهتر نظر فرد دوام و قوام ندارد (رفیع‌پور، ۱۳۷۹).

<sup>۵۱</sup> Haffman

<sup>۵۲</sup> Coole & Bekman

<sup>۵۳</sup> Subjective Norm

<sup>۵۴</sup> Projective Test

<sup>۴۷</sup> در این روش ابتدا وضعیتی به‌خصوص توصیف می‌شود (سناریو)، سپس از فرد خواسته می‌شود تا مشخص نماید که اگر در آن وضعیت قرار بگیرد، چه رفتاری از او سر خواهد زد (کرلینجر، ۱۳۷۷).

<sup>۵۶</sup> Kerlinger

تعیین تفاوت‌های جنسیتی در گرایش جوانان به گروه‌های مرجع ۱۰۷

جامعه‌ی آماری تحقیق شامل جوانان واقع در فاصله سنی ۲۶-۱۴ (۹۸۸۰۴ نفر) است که ابتدا واریانس صفت اصلی تحقیق در یک آزمون مقدماتی<sup>۵۷</sup> (به تعداد ۳۰ نفر) برآورد شد ( $S^2=0/363$ ). سپس، دقت احتمالی مطلوب تعیین شد ( $d=0/047$ ) و با استفاده از آماره‌ی «کوکران» حجم نمونه به دست آمد ( $n=627$ ). به منظور انتخاب افراد نمونه، از روش نمونه‌گیری خوشه‌ی چندمرحله‌ای<sup>۵۸</sup> استفاده شد، به این صورت که ابتدا قلمرو مناطق سه‌گانه‌ی شهر سنجندج مشخص و فهرست نواحی و بلوک‌های مختلف هر منطقه استخراج شد. سپس به نسبت متبیه‌ی جم جمعیت هر منطقه، تعداد نواحی نمونه‌گیری آن تعیین و افراد نمونه به صورت تصادفی سیستماتیک شامل ۳۰۹ نفر مرد و ۳۱۸ نفر زن انتخاب شدند. ابزار جمع‌آوری داده‌ها در این تحقیق بیشتر پرسش‌نامه بود که تکمیل آن به صورت مصاحبه‌ی حضوری صورت گرفت برای تعیین روایی<sup>۵۹</sup> پرسش‌نامه از تکنیک «پانل افراد متخصص»<sup>۶۰</sup> و برای سنجش پایایی<sup>۶۱</sup> آن از آزمون «آلفای کرونباخ»<sup>۶۲</sup> و روش «بازآزمایی»<sup>۶۳</sup> استفاده کردیم که البته فاصله‌ی زمانی تکمیل مجدد پرسش‌نامه ۲۰ روز تعیین شد. به دلیل کمتر بودن مقدار آلفای کرونباخ (کمتر از ۰/۸۲) برای بعضی از متغیرهای سازه‌ای و همچنین گویه‌های متغیر وابسته، اصلاحات لازم در آن‌ها اعمال شد. با توجه به هدف تحقیق و نوع متغیرهای مورد استفاده، برای تحلیل نهایی داده‌ها از دو مدل رگرسیون خطی و تحلیل عاملی استفاده می‌کنیم.

## یافته‌های تحقیق

### گرایش به گروه‌های مرجع و مقایسه‌ی جنسیتی آن:

در جدول (۱) درصد فراوانی جوانانی که گرایش زیادی به گروه‌های مرجع دارند نشان داده می‌شود. همین‌طور میانگین فاصله‌ای گرایش جوانان به تفکیک گروه‌های مرجع و آماره‌ی  $t$ <sup>۶۴</sup> و سطح معناداری آن به منظور مقایسه‌ی میانگین گرایش دو گروه دختر و پسر ارائه شده است. قابل مشاهده است که

57 . Pilot Test

59 . Clusteral Multi\_ Stage Sampling

59 . Validity

60 . Panele of Experts

61 . Reliability

62 . Cronbach's Alpha

63 . Test- Retest

64 . T- Student

۱۰۸ زن در توسعه و سیاست (پژوهش زنان)، دوره‌ی ۸، شماره‌ی ۴، زمستان ۱۳۸۹

۶۸/۵ درصد از دختران و ۳۲/۳ درصد از پسران گرایش بالا به والدین خود دارند و مقایسه‌ی میانگین‌ها نشان داد که به‌طور معنادار گرایش دخترها بالاتر است. گروه مرجع اول پسران (۵۹/۳) اساتید دانشگاه هستند و البته میزان گرایش آن‌ها به این گروه اختلافی معنادار با دخترها نشان نمی‌دهد. گرایش هر دو گروه جنسیتی به دانشجویان در سطحی بالا است و تفاوتی معنادار از این لحاظ نیز ندارند. نتایج نشان می‌دهد که پسران بعد از اساتید دانشگاه با تفاوت معنادار نسبت به دخترها به گروه هم‌سالان خودگرایش دارند. گرایش به چهار گروه روحانیون، معلمان، هنرمندان و ورزشکاران نسبت به سه گروه اول در سطح پایین‌تر قرار دارد. با این حال آزمون تفاوت میانگین‌ها نشان می‌دهد که گرایش دختران نسبت به سه گروه روحانیون، معلمان و هنرمندان بیشتر از پسران است. تفاوتی معنادار به لحاظ میزان گرایش به گروه ورزشکاران نیز در بین دو گروه مشاهده نمی‌شود.

جدول (۱): مقایسه‌ی گرایش جوانان به هر یک از گروه‌های مرجع (عضویت)<sup>۶۵</sup>

گروه مرجع	درصد فراوانی (گرایش در سطح زیاد)		میانگین گرایش		t	سطح معناداری <sup>۶۶</sup> (Sig)
	پسر	دختر	پسر	دختر		
اساتید	۵۹/۳	۶۱/۷	۳۴/۳	۳۵/۷	۱/۴	NS
دانشجویان	۴۲/۴	۵۶/۸	۳۳/۸	۳۹/۴	۲/۹	NS
هم‌سالان	۴۴/۵	۲۲/۸	۳۰/۶	۱۸/۲	۱۸/۴	S
والدین	۳۲/۳	۶۸/۵	۲۰/۳	۴۵/۴	۱۴/۳	S
روحانیون	۱۱/۴	۱۷/۶	۱۲/۵	۲۰/۶	۱۲/۵	S
معلمان	۱۶/۶	۲۰/۷	۱۷/۶	۲۳/۳	۱۲/۲	S
هنرمندان	۱۷/۴	۲۳	۱۴/۳	۲۲/۳	۱۵/۷	S
ورزشکاران	۱۸/۲	۱۱/۲	۲۰/۴	۱۸/۸	۳/۶	NS

همین‌طور مقایسه‌ی گرایش به گروه‌های مرجع غیرعضویت (غیربومی)<sup>۶۷</sup> برای دو گروه جنسیتی در جدول (۲) ارائه شده است. همان‌گونه که مشاهده می‌شود ۳۵/۲ درصد از پسرها و ۱۵/۵ درصد از دخترها دارای گرایش زیادی به گروه مرجع غیرعضویت هستند. آزمون t نیز نشان داد که میانگین این گرایش بین گروه پسران به‌طور معنادار بیشتر از گروه دخترها است. از این رو، می‌توان نتیجه گرفت که گرایش دخترها به گروه‌های عضویت بیشتر از پسران است. در مقابل، گرایش پسرها به گروه‌های مرجع غیرعضویت با اختلاف معنادار بیشتر است.

<sup>۶۵</sup>. P<05, Max=50, Min=10

<sup>۶۶</sup>. S=Significant, NS= no significant

<sup>۶۸</sup>. در تحقیق شورای عالی انقلاب فرهنگی، گروه‌های مرجع عضویت و غیرعضویت به‌ترتیب گروه‌های بومی و غیربومی عنوان شده‌اند.

تعیین تفاوت‌های جنسیتی در گرایش جوانان به گروه‌های مرجع ۱۰۹

جدول (۲): مقایسه‌ی گرایش جوانان به گروه‌های مرجع عضویت و غیرعضویت (غیربومی) ۶۸

سطح معناداری	t	میانگین گرایش		درصد فراوانی (گرایش در سطح زیاد)		میزان گرایش نوع گروه مرجع
		پسر	دختر	پسر	دختر	
S	۶/۷	۳۱/۳	۱۳	۳۵/۲	۱۴/۵	غیر عضویت
NS	۱/۳	۲۲/۶	۳۳/۵	۶۴/۸	۸۵/۵	عضویت

### نتایج تحلیل همبستگی

به‌منظور تحلیل همبستگی متغیرهای مستقل و وابسته‌ی تحقیق (گرایش به گروه‌های مرجع عضویت) از ماتریس ضرایب همبستگی استفاده شد و معناداری ضرایب مربوط، به شرح جدول (۳) آزمون گردید. با توجه به مقیاس هر یک از متغیرها، نوع آزمون و ضریب همبستگی مربوط به آن انتخاب شد به این ترتیب که برای متغیرهای فاصله‌ای از ضریب همبستگی پیرسون و برای متغیرهای رتبه‌ای از ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شد.

جدول (۳): ضرایب همبستگی متغیرهای مستقل و وابسته اصلی و سطح معناداری آن‌ها

نام متغیر	ضریب همبستگی <sup>۶۹</sup>	نام متغیر	ضریب همبستگی
سن	-.۰۵۵**	هم‌نوایی یا گروه هم‌سالان	-.۰۳۳**
سطح تحصیلات	-.۰۳۴**	جاذبه‌ی گروه‌های مرجع	۰/۲۹*
بعد خانوار	۰/۰۶	مناسب بودن ارزیابی از کارکرد خانواده	۰/۶۱**
سطح استفاده از رسانه‌ها	-.۰۴۰**	مناسب بودن ارزیابی از کارکرد نهاد آموزش	۰/۳۳*
پایگاه اجتماعی	۰/۱۰	مناسب بودن ارزیابی از کارکرد رسانه‌ها	۰/۲۱*
سطح مشارکت اجتماعی	-.۰۲۸*	هنجار ذهنی	۰/۵۱**
منزلت‌یابی ذهنی	۰/۶۲**	مناسب بودن ارزیابی از عدالت اجتماعی	۰/۴۱*
احساس هویت اجتماعی	۰/۲۷*	پذیرش ارزش‌ها و هنجارها	۰/۰۹

مشاهده می‌کنیم که متغیرهای احساس هویت اجتماعی، جاذبه‌ی گروه‌های مرجع، مناسب بودن ارزیابی از کارکرد خانواده، مناسب بودن ارزیابی از کارکرد رسانه‌ها و نهاد آموزش، مناسب بودن ارزیابی از عدالت اجتماعی و هنجار ذهنی، رابطه‌ای مثبت و معنادار با متغیر وابسته دارند. به این معنی که با افزایش سطح این متغیرها، گرایش به گروه‌های مرجع افزایش و با کاهش سطح متغیرهای فوق، گرایش به گروه‌های مرجع نیز کاهش می‌یابد. متغیرهای سن، سطح تحصیلات، سطح استفاده از رسانه‌ها، سطح مشارکت اجتماعی، منزلت‌یابی ذهنی و هم‌نوایی با گروه هم‌سالان رابطه‌ای منفی و معنادار با میزان گرایش به گروه‌های مرجع نشان دادند به این معنی که با افزایش متغیرهای مذکور، گرایش به گروه‌های مرجع کاهش و بر عکس، با کاهش سطح این متغیرها گرایش به گروه‌های

<sup>68</sup> . P<05, Max=50, Min=10

<sup>۷۰</sup> . \*\* و \* : به ترتیب بیان‌گر معناداری در سطح ۰/۰۱ و ۰/۰۵.

۱۱۰ زن در توسعه و سیاست (پژوهش زنان)، دوره ۸، شماره ۴، زمستان ۱۳۸۹

مرجع افزایش می‌یابد، اما متغیرهای بعد خانوار، پایگاه اجتماعی و پذیرش ارزش‌ها و هنجارها با متغیر وابسته رابطه‌ی معنادار نشان نمی‌دهند. به سخن دیگر؛ تغییرات این متغیرها در گرایش جوانان تأثیر معنادار نخواهد داشت.

### نتایج تحلیل عاملی و تحلیل رگرسیون

همان‌گونه که ملاحظه شد متغیرهای مستقل زیادی با متغیر وابسته‌ی تحقیق رابطه‌ی معنادار نشان دادند و این موضوع ضرورت کاهش مجموعه‌ی داده‌ها را در چند مؤلفه یا عامل زیربنایی بیان می‌کنند. برای این منظور از مدل تحلیل عاملی<sup>۷۰</sup> و نوع خاص آن تجزیه به مؤلفه‌های اصلی<sup>۷۱</sup> استفاده خواهیم نمود. استخراج عامل‌ها در این روش به‌گونه‌ای است که در آن، عاملها تقریباً مستقل از هم خواهند بود. در واقع مؤلفه (عامل) متغیری جدید است که از طریق ترکیب خطی متغیرهای اصلی برآورد می‌شود.<sup>۷۲</sup> نتایج حاصل از تحلیل عاملی بر روی داده‌ها نشان داد که پنج عامل اول در مجموع ۷۴/۸۹ درصد از واریانس را به خود اختصاص دادند. برای تشخیص این که چه متغیرهایی به چه عامل‌هایی تعلق دارند و همچنین برای تفسیرپذیر کردن عامل‌ها، از چرخش عاملی به روش واریماکس<sup>۷۳</sup> استفاده شد که حاصل آن در جدول شماره (۵) منعکس شده است.

جدول (۵): ماتریس عاملی دوران یافته

نام متغیر	عامل پنجم	عامل چهارم	عامل سوم	عامل دوم	عامل اول	نماد
سن جوانان				-۰/۵۷۱		X1
سطح تحصیلات				-۰/۴۴۳		X2
مشارکت اجتماعی	-۰/۵۳۴					X3
احساس هویت اجتماعی	۰/۴۰۸					X4
هنجار ذهنی	۰/۵۰۳					X5
مناسب بودن ارزیابی از کارکرد خانواده					۰/۸۳۰	X6
مناسب بودن ارزیابی از کارکرد نهاد آموزش					۰/۵۱۴	X7
مناسب بودن ارزیابی از کارکرد رسانه‌ها					۰/۵۰۲	X8
مناسب بودن ارزیابی از عدالت اجتماعی					۰/۵۲۰	X9
جاذبه‌ی گروه‌های مرجع		۰/۷۱				X10
هم‌نویی با گروه هم‌سالان			-۰/۴۵			X11
منزلت‌یابی ذهنی			-۰/۷۳۹			X12
سطح استفاده از رسانه‌ها			-۰/۳۲			X13

منبع: نتایج تحقیق ۴/۲۰.

<sup>۷۰</sup>. Factor analysis

<sup>۷۲</sup>. Principle Component

<sup>۷۳</sup>. هدف از به‌کارگیری این روش، یافتن ترکیباتی از  $X_1, X_2, \dots, X_p$  و  $X_p$  جهت ایجاد متغیرهای مستقل و غیر همبسته  $F_1, F_2, \dots, F_j$  می‌باشد این متغیرهای جدید در واقع متغیرهای متفاوتی را در خود جای می‌دهند و اطلاعات تکراری از بین رفته است.

<sup>۷۳</sup>. Varimax

تعیین تفاوت‌های جنسیتی در گرایش جوانان به گروه‌های مرجع ۱۱۱

در این جدول هر یک از متغیرها با ضریبی مشخص در یک عامل بارگذاری نموده و قابل تفسیر شده است: متغیرهای مناسب بودن ارزیابی از کارکرد سه نهاد خانواده، آموزش و رسانه‌ها و مناسب بودن ارزیابی از عدالت اجتماعی در عامل اول (F1) بارگذاری نمودند. این عامل دارای بیشترین سهم در تبیین واریانس مجموعه‌ی متغیرها است و ۳۱/۴۹ درصد از واریانس را تبیین کرد. با توجه به ماهیت متغیرها، عامل فوق را «مناسب بودن ارزیابی» جوانان از کارکرد عاملان جامعه‌پذیری نام‌گذاری می‌کنیم.

دو متغیر سن و سطح تحصیلات جوانان در عامل دوم (F2) بارگذاری نموده و ۱۸/۴۷ درصد از واریانس مجموعه‌ی متغیرها را به خود اختصاص دادند. ضرایب منفی این دو متغیر بیان‌گر تأثیر منفی این عامل در واریانس عمومی متغیرها است. با توجه به ماهیت متغیرهای این عامل می‌توانیم آن‌را «تجربه و آگاهی» فرد در مواجهه با گروه‌های مرجع بنامیم.

سه متغیر هم‌نوایی با گروه هم‌سالان، منزلت‌یابی ذهنی و سطح استفاده از رسانه‌ها با عامل سوم (F3) بیشترین همبستگی را نشان دادند و عامل ایجادشده ۱۲/۱۱ درصد از واریانس را به خود اختصاص می‌دهد. این متغیر «منزلت‌یابی ذهنی» نام‌گذاری می‌شود.

متغیر «جاذبه‌ی گروه‌های مرجع» به‌تنهایی در عامل چهارم (F4) قرار گرفت و توانست ۹/۱۱ درصد از واریانس مجموعه‌ی داده‌ها را به خود اختصاص دهد که با همان عنوان نام‌گذاری می‌شود.

سه متغیر مشارکت اجتماعی، احساس هویت اجتماعی و هنجار ذهنی در عامل پنجم (F5) بارگذاری نموده و ۳/۷۱ درصد از واریانس را به خود اختصاص می‌دهد. این متغیر «هویت اجتماعی» جوانان نام‌گذاری می‌شود.

به‌منظور تعیین رابطه‌ی خطی مؤلفه‌های حاصل از تحلیل عاملی با متغیر وابسته‌ی تحقیق (گرایش به گروه‌های مرجع) و مشخص کردن اهمیت نسبی آن‌ها، از رگرسیون خطی چندگانه به روش حداقل مربعات معمولی (OLS)<sup>۷۴</sup> استفاده کردیم. روش وارد کردن متغیرهای مستقل به مدل، روش گام‌به‌گام<sup>۷۵</sup> است که در آن متغیرها بر حسب بزرگی ضریب همبستگی جزئی<sup>۷۶</sup> با متغیر وابسته وارد مدل رگرسیون می‌شوند و معیار توقف این روش، معناداری در سطح  $(\alpha = 0.01)$  است. بر این اساس تحلیل رگرسیون تا ۵ مرحله پیش رفت که نتایج آن در جدول (۶) آمده است.

<sup>74</sup> Ordinary Least Square

<sup>75</sup> Stepwise

<sup>76</sup> Partial Correlation

ضرایب متغیرها، آزمون  $t$ ، شاخص‌های تولرانس و عامل تورم واریانس<sup>۷۷</sup> هر یک از مدل‌ها در جدول (۶) مشاهده می‌شود. عامل تورم واریانس به‌عنوان شاخصی برای سنجش عدم وجود هم‌خطی در هر یک از مدل‌ها نشان داده شده است (فرشادفر<sup>۷۸</sup>، ۱۳۸۲) و بر اساس آن، متغیرهایی که ایجاد هم‌خطی می‌کردند از مدل حذف شدند. بدین ترتیب متغیرهایی که در مدل جای گرفته‌اند به‌صورت ذیل است:

جدول (۶): ضرایب متغیرها در مدل نهایی رگرسیون و آزمون‌های مربوط

متغیر وابسته	B	SEB	Beta	T	Sig	TO	VIF
$X_1$	۲/۲۱	۰/۱۰	۰/۶۲	۸/۱۲	۰/۰۰۰	۰/۱۹۰	۵/۲
$X_2$	-۱/۲۳	۰/۰۹	-۰/۵۴	-۶/۰۷	۰/۰۰۰	۰/۳۱۲	۳/۲
$X_3$	۰/۳۲	۰/۰۶	۰/۱۷	۲/۱۱	۰/۰۰۰	۰/۴۲۰	۲/۴
$X_4$	-۰/۸۱	۰/۰۵	-۰/۲۷	-۳/۱۷	۰/۰۰۰	۰/۵۰	۲
مقدار ثابت	۱۹/۷۱	۲/۳۰	—	۸/۴	۰/۰۰۰	---	---

در مدل نهایی مقادیر ضریب همبستگی چندگانه ( $R=۰/۸۷$ )، ضریب تعیین ( $R^2=۰/۷۵$ ) و ضریب تعیین تعدیل شده ( $R^2_{adj}=۰/۷۳$ ) به‌دست آمد. شکل عمومی مدل رگرسیون بر اساس داده‌های استاندارد<sup>۷۹</sup> به‌صورت زیر است:

$$y = \sum_{i=1}^p \beta_i x_i$$

که در این رابطه  $\beta$  ضرایب رگرسیون و  $p$  تعداد متغیرهای مستقل و مدل از نوع خطی است. بر این اساس مدل نهایی رگرسیون در مرحله‌ی چهارم به دست آمد:

$$Y = .62X_1 - .54X_2 + .17X_3 - .27X_4$$

متغیرهای این مدل عبارتند از:

- X1: مناسب بودن ارزیابی از کارکرد عاملان جامعه‌پذیری:** در این پژوهش ارزیابی جوانان از مناسب بودن کارکرد خانواده، نهاد آموزش و رسانه‌ها مورد نظر بوده است. علاوه بر آن، ارزیابی جوانان از سطح عدالت اجتماعی در جامعه از طریق تحلیل عاملی با داده‌های فوق ترکیب شده است.
- X2: سطح تحصیلات و تجربه‌ی اجتماعی:** این دو ویژگی از طریق تحلیل عاملی ترکیب شده‌اند و مؤلفه‌ی فوق را تشکیل داده است.
- X3: جاذبه‌ی گروه‌های مرجع:** این متغیر به جنبه‌های احساسی، اخلاقی و کارکردی گروه‌های مرجع اشاره دارد به این معنا که گروه‌های مرجع تا چه حد می‌توانند به نیازهای احساسی، اخلاقی و کارکردی جوانان پاسخ‌گو باشند.

<sup>77</sup> Tolerance index & (VIF) Variance Inflation Factor

<sup>78</sup> Farshadfar, Ezatolah

<sup>79</sup> داده‌های استاندارد اهمیت نسبی متغیرها را بر اساس ضرایب بتا فراهم می‌کند (منصورفر، ۱۳۸۶).

تعیین تفاوت‌های جنسیتی در گرایش جوانان به گروه‌های مرجع ۱۱۳

X4: منزلت‌یابی ذهنی: این سازه برگرفته از دیدگاه‌های روان‌شناختی و به‌ویژه نظریه‌ی فستیگر است و دلالت بر آن دارد که فرد از طریق مقایسه‌ی ذهنی خود با دیگران همواره در صدد مشخص کردن جایگاه و منزلت و هویت خود در اجتماع است.

آنالیز واریانس در این حالت بیان‌گر معنادار شدن مقدار F در سطح معناداری (0/01) است (F = 48/6)، از این رو می‌توان گفت که ۳۳٪ از تغییرات واریانس «گرایش جوانان به گروه‌های مرجع» توسط یک ترکیب خطی از متغیرهای «ارزیابی کارکرد عواملان جامعه‌پذیری»، «سطح تحصیلات و تجربه‌ی اجتماعی»، «منزلت‌یابی ذهنی» و «جاذبه‌ی گروه‌های مرجع» به‌ترتیب اهمیت قابل تبیین است. حال که مؤلفه‌های مؤثر در گرایش جوانان به گروه‌های مرجع مشخص شد می‌توان به تحلیل تفاوت مشاهده‌شده در رگیش دو گروه دختران و پسران پرداخت و بعضی از علل آن را شناسایی کرد. جدول (۷) به مقایسه‌ی ویژگی‌های مربوط به هریک از دو گروه در قالب متغیرهای بارگذاری شده در مؤلفه‌ها می‌پردازد.

جدول (۷): مقایسه‌ی تفاوت دختران و پسران از لحاظ مؤلفه‌های مؤثر در گرایش به گروه‌های مرجع

سطح معناداری	T	پسران		دختران		متغیرهای مربوط به مؤلفه‌ها <sup>۸۰</sup>
		Sd	میانگین	Sd	میانگین	
NS	۰/۴۱	۴/۱	۲۲	۳/۹	۲۰	سن (سال)
NS	۵/۸	۴	۱۴	۳	۱۲	سطح تحصیلات (کلاس)
S	۷/۳	۲/۱۸	۱۹/۵۴	۲/۷۲	۱۵/۹	میزان مشارکت اجتماعی
S	۱۱/۴	۵/۳	۱۹	۲/۴	۳۷/۵	سطح استفاده از رسانه‌ها
S	۱/۹	۲/۳	۱۴/۷	۳/۴	۲۴/۵	احساس هویت اجتماعی
S	۴۶/۴	۳/۲	۱۸/۳	۳/۷	۳۰/۴	مناسب بودن ارزیابی از کارکرد خانواده
S	۶/۶	۱/۵	۱۰/۹	۲/۲	۱۷/۱	مناسب بودن ارزیابی از کارکرد نهاد آموزش
NS	۱/۶	۱/۲	۱۲/۸	۱/۳	۱۴/۹	مناسب بودن ارزیابی از کارکرد رسانه‌ها
S	۴۹/۷	۳/۱	۱۵	۳/۳	۳۳/۸	مناسب بودن ارزیابی از سطح عدالت اجتماعی
S	۱۰/۲	۴/۴	۱۹/۵	۳/۴	۲۸/۲	هنجار ذهنی
S	۴۵/۵	۳/۸	۲۱/۳	۴/۶	۱۱/۶	هم‌نوبی با گروه هم‌سالان
NS	۱/۸	۲/۷	۲۷/۹	۴/۲	۲۴/۷	منزلت‌یابی ذهنی
S	۲/۹	۳/۴	۱۴/۶	۵	۲۵/۸	جاذبه‌ی گروه‌های مرجع

### نتیجه‌گیری

نتایج نشان می‌دهد که دخترها والدین خود را به‌عنوان گروه مرجع اول خود می‌شناسند و به‌طور معنادار گرایش بیشتری نیز در این زمینه نسبت به پسرها دارند. عباسی اسفجیر (۱۳۸۰) با دست‌یابی به نتایج

<sup>80</sup> . P<05, Max=35, Min=7

مشابه، آنرا ناشی از وابستگی دختران به والدین و استقلال نسبی پسران از آن‌ها می‌داند. از سوی دیگر، نتایج نشان می‌دهد که گروه مرجع اول پسرها اساتید دانشگاه هستند، اما از نظر میزان گرایش به این گروه تفاوتی معنادار با دختران وجود ندارد. در پژوهش عباسی اسفجیر، گروه مرجع اول هر دو گروه جنسیتی والدین هستند در حالی که نتایج پژوهش حاضر نشان داد که گروه مرجع اول پسرها تغییر پیدا کرده و جای خود را به اساتید دانشگاه داده است. هاشمی (۱۳۸۱) در مواجهه با چنین نتیجه‌ای به این استنباط رسیده بود که ممکن است یک گروه مرجع جایگاه واقعی خود را در میان جوانان نداشته باشد که در چنین شرایطی معمولاً برخی از جوانان برمی‌گزینند. او دلیل عمده‌ی این جابجایی را برای گروه مرجع والدین، بروز نوعی گسستگی نسلی در خانواده می‌داند. پسرها در مرتبه‌ی دوم به گروه هم‌سالان و پس از آن به دانشجویان گرایش دارند و دخترها نیز پس از والدین، اساتید دانشگاه را گروه مرجع انتخاب می‌کنند و برای آن‌ها دانشجویان در مرتبه‌ی سوم قرار می‌گیرند. لذا مشاهده می‌شود که هر دو گروه جنسیتی گرایشی بالا به جامعه‌ی دانشگاهی شامل اساتید و دانشجویان دارند. این نتیجه با یافته‌های تحقیق «مرتون» همخوانی دارد، یعنی افراد معمولاً خود را با گروه‌هایی که در مسیر سلسله‌مراتبی پیشرفت می‌بینند مقایسه و ارزیابی می‌کنند. لذا این نتیجه را می‌توان ناشی از خواست جوانان در کسب منزلت اجتماعی ارزیابی کرد و از این لحاظ تفاوتی معنادار بین دو گروه جنسیتی مشاهده نمی‌شود.

مقایسه‌ی میانگین‌ها نشان می‌دهد که پسرها به‌طور معنادار بیشتر از دختران به هم‌سالان خود گرایش دارند. یانگ (۲۰۰۷)، بیات (۱۳۸۱) و رفیع‌پور (۱۳۷۹) نیز به چنین نتایجی رسیده بودند. پژوهشگران مذکور دلیل اصلی بروز این نتیجه را این می‌دانند که پسرها بیشتر از دختران در پی کسب استقلال و ویژگی‌ها و رفتارهای متمایز از والدین خود هستند.

گرایش به روحانیون به‌عنوان گروه مرجع، بدون تفاوت معنادار در بین هر دو گروه در سطحی پایین قرار دارد که با نتایج انتظاری (۱۳۸۱) همخوانی دارد و علت آن را می‌توان متفاوت بودن دامنه‌ی نیازهای جوانان امروز ذکر کرد که البته در حوزه‌ی مسائل دینی، ارجاع به روحانیون هم‌چنان در سطح بالا بوده است. گرایش هر دو گروه به گروه معلمان نیز در سطح پایین است هرچند که با اختلافی معنادار، گرایش دختران در این زمینه بیشتر است. در تبیین این نتیجه باید از یافته‌های استنباطی پژوهش استفاده کنیم که بیان‌گر تأثیر معنادار روحانیون بر هنجار ذهنی و منزلت‌یابی ذهنی بر میزان گرایش جوانان به گروه‌های مرجع است. لذا می‌توان به این نتیجه رسید که هنجار ذهنی احساس شده توسط جوانان برای ارجاع به گروه معلمان یک

تعیین تفاوت‌های جنسیتی در گرایش جوانان به گروه‌های مرجع ۱۱۵

عامل بازدارنده است، و جوانان نمی‌توانند از طریق مقایسه و ارزیابی خود با معلمان به لحاظ ذهنی برای خود منزلت کسب کنند. از این رو گرایش به معلمان برای هر دو گروه جنسیتی کاهش یافته است.

نتایج نشان می‌دهد که گرایش پسرها به گروه‌های غیربومی با اختلافی معنادار بیشتر از گروه‌های بومی است و این نتیجه در پژوهش انتظاری و عباسی اسفجیر نیز به دست آمده است. مقایسه‌ی میانگین مؤلفه‌های مؤثر بر گرایش به گروه‌های مرجع در بین دو گروه جنسیتی نشان می‌دهد که علت عمده‌ی چنین نتیجه‌ای، نامناسب بودن ارزیابی پسران از کارکرد نهادهای خانواده، آموزش و سطح عدالت و رفاه اجتماعی از یک سو، و بیشتر بودن تجربه و مشارکت اجتماعی آنان از سوی دیگر است. گرایش نسبتاً بیشتر دخترها به هنرمندان و هم‌پنلور نیز تفاوت معنادار در گرایش به ورزشکاران را می‌توانیم بر اساس چهارچوب نتیجه‌ی فوق استدلال کنیم.

نتایج تحلیل عاملی و رگرسیون نشان می‌دهد که گروه‌های مرجع در صورتی می‌توانند در سطح بالایی مورد پذیرش قرار گیرند که جوانان ارزیابی مناسبی از کارکرد عاملان جامعه‌پذیری داشته باشند. انتظاری نیز در پژوهش خود به نتیجه‌ی فوق دست می‌یابد، اما تفاوت جنسیتی را مشخص نکرده است. نتایج این پژوهش بیانگر آن است که اگرچه مناسب بودن ارزیابی هر دو گروه از کارکرد عاملان جامعه‌پذیری در سطح پایینی قرار دارد، اما مقایسه‌ی میانگین دو گروه نشان می‌دهد که در مجموع، ارزیابی دخترها از نهاد خانواده و آموزش به‌طور معنادار مناسب‌تر است و همین‌طور آن‌ها ارزیابی مناسب‌تری از عدالت اجتماعی داشته‌اند. عامل دیگری که تأثیر نسبی آن بر گرایش جوانان به گروه‌های مرجع معلوم شد که سطح تحصیلات و تجربه‌ی اجتماعی جوانان است و ضریب منفی آن در رابطه‌ی رگرسیون گویای آن است که با افزایش این عامل، گرایش به گروه‌های مرجع کاهش می‌یابد. منطقی (۱۳۷۷) در یافته‌های خود به این نتیجه رسیده بود که افزایش سطح تحصیلات ممکن است منجر به کمتر شدن ارجاع جوانان به گروه‌های خاص شود و هاشمی (۱۳۸۱) نتیجه می‌گیرد که جوانان در جامعه‌ی به اصطلاح مدرن امروز کمتر خود را ارزیابی و مقایسه می‌کنند و بیشتر گرایش دارند در تصمیم‌گیری‌ها اتکالی به نفس داشته باشند، لذا می‌توان بر اساس یافته‌های پژوهش حاضر به این استنباط رسید که با افزایش سطح تحصیلات و تجربه‌ی زندگی اجتماعی جوانان، گرایش آنان به گروه‌های اجتماعی نیز کاسته خواهد شد.

سومین عامل مؤثر در گرایش جوانان به گروه‌های مرجع، جاذبه‌ی این گروه‌ها است و ضریب مثبت این عامل نشان می‌دهد که افزایش جاذبه‌ی گروه‌های مرجع به لحاظ احساسی، اخلاقی و کارکردی می‌تواند در

افزایش گرایش به گروه‌های مرجع مؤثر باشد. پژوهش‌های انتظاری، فرید ربیع و یانگ در این یافته مشترک هستند. نتیجه‌ی جالب توجه پژوهش حاضر در این زمینه، معنادار شدن اختلاف دو گروه جنسیتی از نظر عامل فوق است. به عبارت دیگر؛ جاذبه‌ی گروه‌های مرجع برای دخترها به‌طور معنادار بیشتر از پسرها است و شاید یکی از علل بالا بودن گرایش کلی دخترها به گروه مرجع نیز همین باشد.

عامل چهارم و مؤثر در گرایش جوانان به گروه‌های مرجع، منزلت‌یابی ذهنی است که در رابطه‌ی رگرسیون با ضریب منفی جای گرفته است، لذا این عامل که ترکیبی از دو متغیر هم‌نوایی با گروه هم‌سالان و منزلت‌یابی ذهنی است تأثیر منفی در گرایش جوانان به گروه‌های مرجع دارد. مقایسه‌ی میانگین‌ها نشان داد که به لحاظ جنسیتی تفاوتی معنادار برای نتیجه‌ی فوق وجود ندارد. به عبارت دیگر؛ می‌توان گفت که هرچه جوانان مقایسه و ارزیابی خود با گروه‌های مرجع را افزایش می‌دهند، گرایش آن‌ها به گروه‌های مرجع کاهش می‌یابد. این یافته با نتایج پژوهش ویت و مرتون مغایرت دارد. با توجه به مطالعه‌ی متغیرهای تأثیر گذار در گرایش به گروه‌های مرجع، می‌توان علت تفاوت در بروز نتیجه‌ی مذکور را محدود شدن کارکردها و جاذبه‌های مناسب از سوی گروه‌های مرجع بومی برای جوانان برشمرد. در چهارچوب نظریه‌ی فستینگر شاید بتوان تأثیر منفی عامل فوق را ناشی از نامناسب بودن معیارهای مورد استفاده توسط جوانان برای مقایسه و ارزیابی خود با گروه‌های مرجع دانست. البته دست‌یابی به استنباط درست‌تر در این زمینه نیازمند پژوهشی جداگانه خواهد بود.

### پیشنهادها

الگوپذیری از والدین به‌عنوان مؤثرترین عامل جامعه‌پذیری برای دختران جوان هم‌چنان در سطح بالایی وجود دارد، اما این نقش برای پسران در سطح پایین‌تر قرار دارد و در واقع سایر گروه‌ها نظیر جامعه‌ی دانشگاهی و هم‌سالان جای‌گزین آن شده‌اند و الگوپذیری از والدین به‌عنوان گروه مرجع تضعیف شده است. به همین دلیل کارکرد خانواده‌ها در مقابل جوانان پسر نیازمند بازاندیشی جدی است و پیشنهاد می‌شود در درجه‌ی اول خانواده‌ها را به شیوه‌های مناسب از این موضوع آگاه کنیم. در مرحله‌ی بعد، از طریق کانال‌های آموزشی و اطلاع‌رسانی فرصت‌هایی به‌وجود آید تا با یادگیری رفتار متقابل دختران و خانواده‌های‌شان و همین‌طور تقویت کارکرد، جاذبه و پویایی خانواده‌ها، جایگاه خانواده در بین پسران نیز احیاء شود. برای رسیدن به این هدف، جامعه‌ی دانشگاهی و گروه هم‌سالان به‌عنوان دو گروه مرجع مورد پذیرش پسران می‌توانند کمک و نقشی چشم‌گیر داشته باشند.

تعیین تفاوت‌های جنسیتی در گرایش جوانان به گروه‌های مرجع ۱۱۷

نتایج نشان داد که گروه‌های دانشگاهی شامل اساتید و دانشجویان به‌عنوان گروه مرجع فعال جوانان پذیرفته شده‌اند و گرایشی بالا در بین هر دو گروه دختر و پسر نسبت به آن‌ها وجود دارد. از این رو، به جامعه‌ی دانشگاهی کشور پیشنهاد می‌شود که هم‌چنان کارکردهای خود را از طریق مسیرها و فرایندهای شناخته‌شده ادامه دهند و تقویت کنند تا کماکان بتوانند گروه مرجع جوانان باقی بمانند.

گرایش به گروه‌های معلمان و روحانیون در مقایسه با جامعه دانشگاهی در بین هر دو گروه جنسیتی در سطح پایین‌تری قرار دارد و این نتیجه با توجه به ارتباط نزدیک دو گروه فوق با جوانان دور از انتظار است. لذا به تصمیم‌سازان و فعالان امر پیشنهاد می‌شود راهبردها و اقدامات لازم برای تقویت کارکرد و بهبود کیفیت ارتباطی را در مواجهه با شرایط جدید جوانان چاره‌اندیشی و اجرا نمایند.

گرایش کمتر جوانان پسر به گروه‌های بومی و گرایش بیشتر آن‌ها به گروه‌های غیر بومی مسئله‌ای هشداردهنده و لازم است مورد توجه جدی دست‌اندرکاران قرار گیرد. تحلیل داده‌ها نشان داد که این نتیجه بیش از هر چیز ناشی از نامناسب بودن ارزیابی پسران از عدالت اجتماعی و کارکرد گروه‌های مرجع و سایر عوامل جامعه‌پذیری است. بهبود کارکرد گروه‌ها و نهادهای جامعه‌پذیری در یک اجتماع، نیازمند برنامه‌ریزی راهبردی از سوی دولت و مسئولیت‌پذیری رافذ، نهادها و ارکان جامعه و اصولاً فرایندی فرهنگی است. عامل دیگر که تفاوت معنا دار آن در بین دختران و پسران منجر به تفاوت گرایش آنان به گروه‌های بومی می‌شود، جاذبه‌ی گروه‌های مرجع است. به سخن دیگر، جاذبه‌ی گروه‌های مرجع بومی از نظر دختران به‌طور معنادار بیشتر از پسران است. بر این اساس، به افراد و گروه‌های مسئول و مرجع جوانان توصیه می‌شود که جنبه‌های رفتاری خود را در زمینه‌های عاطفی، اخلاقی و کارکردی در جامعه بیشتر مورد توجه قرار دهند.

نتایج پژوهش نشان می‌دهد که افزایش تحصیلات و سن جوانان در گرایش آنان به گروه‌های مرجع تأثیری منفی دارد. به عبارت دیگر؛ با افزایش آگاهی و تجربه‌ی جوانان، ارزیابی‌های اجتماعی آن‌ها نیز افزایش پیدا می‌کند و به آسانی می‌توانند نامناسب بودن کارکردها را تشخیص دهند. از سوی دیگر، منزلت‌یابی ذهنی جوانان به‌طور چشم‌گیر بر گرایش آن‌ها به گروه‌های مرجع تأثیری منفی خواهد گذاشت، از این رو جوانان هرچه خود را با گروه‌های مرجع مقایسه و ارزیابی کنند، گرایش کمتری به آن‌ها پیدا خواهند کرد. به همین دلیل ارجاع آن‌ها به گروه‌های مرجع کاهش خواهد یافت و تا حدی در تصمیم‌گیری‌ها به خود متکی خواهند بود. از این رو به دست‌اندرکاران مسائل فرهنگی و اجتماعی یادآوری خواهد شد که تقویت گرایش

۱۱۸ زن در توسعه و سیاست (پژوهش زنان)، دوره ۸، شماره ۴، زمستان ۱۳۸۹

جوانان به گروه‌های مرجع در سنین پایین‌تر امکان‌پذیر خواهد بود و با بالا رفتن سن و افزایش تحصیلات آن‌ها، عوامل بازدارنده‌ی زیادی کار را با مشکل مواجه خواهد کرد. اثر مثبت‌معنادار بر متغیر هنجار دهنی در گرایش جوانان نشان می‌دهد که جوانان در انتخاب گروه‌های مرجع و گرایش به آن‌ها به‌طور معنادار از دیگران «پیروی» می‌کنند و در این میان، پیروی گروه دختران به‌طور معنادار بیشتر از پسران است. لذا این یافته به مسئولان فرهنگی کشور و اصحاب رسانه‌های جمعی یادآوری می‌کند که بیش از پیش به تفاوت‌های جنسیتی توجه و آن‌را در برنامه‌های خود لحاظ کنند.

## منابع

- آبرکرامی، نیکلاس و استیفن هیل، برایان ترنر (۱۳۶۷) فرهنگ جامعه‌شناسی، ترجمه‌ی حسن پویان، چاپ اول، تهران: نشر چاپخش.
- آگ برن و نیم کوف (۱۳۵۳) زمینه جامعه‌شناسی، اقتباس حسین آریان‌پور، چاپ هفتم، تهران: نشر حبیبی و دهخدا.
- انتظاری، علی و همکاران (۱۳۸۱) پژوهشی در سامان دهی گروه‌های مرجع جوانان، تهران: شورای عالی انقلاب فرهنگی.
- بیات، بهرام (۱۳۷۸) «بررسی هویت جوانان، ارتباط آن با برخی متغیرهای اجتماعی»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته‌ی جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه اصفهان.
- پاشا، ابراهیم (۱۳۷۸) «ره‌آورد تئوری در تحقیق: نقدی بر تحقیقات اجتماعی در ایران»، فصل‌نامه‌ی علمی-پژوهشی علوم اجتماعی، تهران: دانشگاه علامه طباطبایی، شماره ۱۰، صص ۵۵-۲۷.
- تاجداری، علی‌رضا (۱۳۷۷) «بررسی میزان سازگاری هنجارها با اهداف ارزشی در بین سرپرستان خانواده‌های شهر اراک»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبایی.
- رجب‌زاده، احمد و مسعود کوثری (۱۳۸۲) «آنومی سیاسی در ایران با تکیه بر نظر شهروندان تهرانی»، فصل‌نامه‌ی علمی-پژوهشی نامه علوم اجتماعی، تهران: دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران، شماره ۲۱، صص ۳۴۸-۳۱۹.
- رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۷۹) آناتومی جامعه، چاپ دوم، تهران: شرکت سهامی انتشار.
- رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۷۹) توسعه و تضاد، چاپ چهارم، تهران: شرکت سهامی انتشار.
- رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۷۹) سنجش گرایش روستائیان نسبت به جهاد سازندگی، تهران: انتشارات جهاد سازندگی.
- سروستانی، رحمت‌ا... صدیق و سید ضیاء هاشمی (۱۳۸۱) «گروه‌های مرجع در جامعه‌شناسی و روان‌شناسی اجتماعی»، فصل‌نامه‌ی علمی-پژوهشی نامه‌ی علوم اجتماعی، تهران: دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران، شماره ۲۰، صص ۱۶۷-۱۴۹.
- شفیع‌آبادی، عبدالله... (۱۳۷۲) مبانی روان‌شناسی رشد، چاپ ششم، تهران: انتشارات چهره.
- کالوین جی. لارسن (۱۳۷۷) «نظریه‌های جامعه‌شناسی محض و کاربردی»، ترجمه‌ی غلامعباس توسلی و رضا فاضل، تهران: انتشارات سمت.

تعیین تفاوت‌های جنسیتی در گرایش جوانان به گروه‌های مرجع ۱۱۹

کریمی، یوسف (۱۳۷۷) روان‌شناسی اجتماعی، چاپ پنجم، تهران: نشر اسبازان.

لوئیس ای. کوزر و برنارد روزنبرگ (۱۳۷۸) نظری‌های بنیادی جامعه‌شناسی، ترجمه‌ی فرهنگ ارشاد، تهران: نشر نی.

هاشمی، سیدضیاء (۱۳۸۱) «پژوهشی در سامان‌دهی گروه‌های مرجع جوانان»، تهران: شورای عالی انقلاب فرهنگی.

**Abbasi A., Ali asghar** (2004) Socialization Process in Society and Selected References Group by Young Adults(A survey on causes of reference group selection, in Iranian Young Adults), Eslamic Azad university- Babol Branch, Department of sociology.

**Burk. Peter** (1991) Identity Processes and Social Stress, American Sociological Review, Vol.5, 1991.

**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

**Cocks, Andra** (1999) Guidelines for Ipswich City Council Access Reference Group, American Sociological Review, Vol.6, No.22, pp.35-59.

**Haffman, V** (1998) Attitude Formation [online]. Available: [http://www.Plice.Wayne.edu/wpoff/cor/grp\\_for\\_matio.html](http://www.Plice.Wayne.edu/wpoff/cor/grp_for_matio.html), May 2000.

**Hugenberg, Kurt and Galen V. Bodenhausen** (2002) Effects of Reference Group Norms and Distinctivanss Motives on Attitudinal Judgments, Northwestern University.

**Johnson, David W. & Frank P.** (1996) Joining together: Group theory and group skills. Boston, Mass: Allyn & Bacon.

**Yang, Jiaqin & Xihao, He & Huei, Lee** (2007) Social referene group influene mobile phone purchading behaviour: a cross nation comparative study, Int.J. Mobile Communications, Vol.5, No. 3.