

تحلیلی جامعه‌شناختی از گروه‌های مرجع دانشجویان دانشگاه مازندران

حیدر جانعلیزاده چوب‌بستی^{*۱}

محمداسماعیل ریاحی^۲

مصطفی حیدری^۳

تاریخ پذیرش: ۹۲/۱۰/۲۸

تاریخ دریافت: ۹۲/۰۲/۲۹

چکیده

این مطالعه با هدف طرح و پاسخ‌دهی به چند مسأله‌ی اساسی زیر انجام شده است: دیدگاه دانشجویان دانشگاه مازندران در خصوص ضرورت برخورداری از گروه‌های مرجع در زندگی چیست؟ گروه‌های مرجع دانشجویان دانشگاه مازندران را چه افراد یا گروه‌هایی تشکیل می‌دهند؟ آیا دانشجویان دانشگاه مازندران بیشتر گروه‌هایی را که در آن عضویت دارند به عنوان گروه مرجع انتخاب می‌کنند یا گروه‌هایی را که در آن عضو نیستند؟ دانشجویان دانشگاه مازندران، بیشتر در چه زمینه‌هایی از گروه‌های مرجع بهره می‌برند؟ چرا این دانشجویان آن افراد یا گروه‌ها را به عنوان گروه‌های مرجع خود انتخاب کرده‌اند؟ نظریه‌ی گروه‌های مرجع رابرت مرتون راهنمای اصلی این تحقیق است. با استفاده از فرمول کوکران و به روش نمونه‌گیری طبقه‌ای از مجموع ۹۹۲۴ دانشجوی دانشگاه مازندران در سال تحصیلی ۹۲-۹۱، ۳۷۰ نفر از این دانشجویان به‌عنوان حجم نمونه‌ی تحقیق انتخاب شدند. برخی از مهم‌ترین یافته‌های این تحقیق عبارتند از: ۹۳ درصد از پاسخگویان این مطالعه، داشتن الگو و سرمشق را در زندگی خود مفید ارزیابی کردند. ۹۱ درصد از آن‌ها معتقدند که جوانان بدون راهنمایی دیگران در زندگی دچار مشکل می‌شوند. خانواده، دوستان، اساتید دانشگاه و معلمان دوران مدرسه به ترتیب مهم‌ترین گروه‌های مرجع دانشجویان دانشگاه مازندران می‌باشند. علاقه‌مندی به گروه و کسب منزلت اجتماعی دو دلیل اصلی انتخاب این گروه‌ها به عنوان گروه‌های مرجع نزد این دانشجویان است.

کلید واژه‌ها: گروه‌های مرجع دانشجویان؛ گروه عضویت؛ گروه غیرعضویت؛ چرایی اجتماعی انتخاب

Email: hjc@umz.ac.ir

۱- دانشیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه مازندران (*نویسنده مسئول)

Email: m.riahi@umz.ac.ir

۲- استادیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه مازندران

Email: mostafa_heidari63@yahoo.com

۳- دانش‌آموخته دوره کارشناسی ارشد مطالعات جوانان دانشگاه شیراز

مقدمه و بیان مسأله

در زندگی اجتماعی، اشخاص و گروه‌های مرجع، الگوی اندیشه و عمل هستند و شاخص ارزیابی و مقایسه قرار می‌گیرند. به عبارت دقیق‌تر، اشخاص و گروه‌های مرجع، الگوها و شاخص‌های مقایسه و ارزیابی در نحوه‌ی احساس، اندیشه و عمل هستند. چنانچه آن‌ها مورد تبعیت قرار گیرند، الگوها و مراجع مثبت تلقی می‌شوند (مرجع مثبت) و چنانچه مورد تبعیت قرار نگیرند و خلاف شیوه‌ی آن‌ها عمل شود، آن‌ها الگوها و مراجع منفی (مرجع منفی)^۱ محسوب می‌شوند.

هرکس در زندگی خود، اسوه و پیشوایی دارد که سعی می‌کند خود را به او نزدیک سازد، و پرتوی از صفات او را در درون جان خود ببیند. به تعبیر دیگر، در درون دل انسان، جایی برای اسوه‌ها و قهرمان‌ها است؛ و به همین دلیل، تمام ملت‌های جهان در تاریخ خود به قهرمانان واقعی، و گاه پنداری متوسل می‌شوند، و بخشی از فرهنگ و تاریخ خود را بر اساس وجود آن‌ها بنا می‌کنند؛ در مجالس خود از آن‌ها سخن می‌گویند و آن‌ها را می‌ستایند؛ و سعی می‌کنند خود را از نظر صفات و روحیات به آن‌ها نزدیک سازند. اضافه بر این، اصل «مُحاکات» (همرنگ شدن با دیگران، مخصوصاً افراد پرنفوذ و با شخصیت) یکی از اصول مسلم روانی است. مطابق این اصل، انسان کششی در وجود خود به سوی هماهنگی و هم‌رنگی با دیگران (مخصوصاً با قهرمانان) احساس می‌کند؛ و به همین علت، به سوی اعمال و صفات آنان جذب می‌شود. این جذب و انجذاب، در برابر افرادی که انسان نسبت به آن‌ها ایمان کامل دارد، بسیار نیرومندتر و جذاب‌تر است (مکارم شیرازی، ۱۳۸۷: ۳۶۵).

انسان‌ها به دلایل مختلف (نظیر نیاز به احترام، آبرو و فشار هنجاری) به طور عمده 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 و مرجع می‌گیرد. در این صورت آن افراد را گروه‌های مرجع می‌نامند. به عبارت دیگر، گروه مرجع گروهی است که افراد، خود را با آن مقایسه و با استانداردهای آن، خود را ارزیابی می‌کنند (رفیع‌پور، ۱۳۷۸).

اثرات مدرنیته در چند دهه‌ی اخیر بسیار سریع بوده و جامعه را دستخوش تغییرات عمده و جدی کرده است. این تحولات، تحت تأثیر عوامل مختلف درونی و بیرونی از قبیل رشد جمعیت، مهاجرت‌های گسترده و توسعه‌ی شهرنشینی، گسترش ارتباطات اجتماعی و افزایش چشمگیر فعالیت رسانه‌های جمعی داخلی و خارجی و ... شرایط اجتماعی جدیدی برای گروه‌های مختلف،

۱. مثال بارزی که در این خصوص می‌شود ارائه نمود، همان پرسش و پاسخی است که از لقمان حکیم نقل شده است (ادب از که آموختی؟ پاسخ داد: از بی‌ادبان). در اینجا خلاف شیوه‌ی بی‌ادبان، مبنای عمل لقمان حکیم قرار گرفته است و بی‌ادبان مرجع منفی محسوب می‌شود.

از جمله جمعیت جوان جامعه فراهم آورده است. این تحولات و دگرگونی‌های اقتصادی و اجتماعی نیز خود زمینه‌ساز تغییرات مهمی در میان اقشار جوان بوده تا جایی که صحبت از جهانی شدن فرهنگ جوانان شده است. مطالعات پیشین نشان می‌دهد نهاد خانواده مانند گذشته دیگر تنها گروه مرجع نیست و دیگر نقش منحصر به فرد را در امر جامعه‌پذیری جوانان ندارد (غلامرضا کاشی، ۱۳۸۲)، دسترسی فرزندان به اطلاعات و دانسته‌ها بیش از والدین شده است. پدر دیگر تنها مرجع قدرت نیست (معیدفر، ۱۳۸۷)، اهمیت خرده فرهنگ‌ها و شیوه‌های جدید برای جوانان، زندگی درون خانواده را به چالش کشیده است (سعیدی، ۱۳۸۲)، نسل جوان دیگر چندان خود را در چهارچوب هنجارهای گذشتگان تعریف نمی‌کند و به دنبال گروه‌های مرجع جدید و الگوهای جدید زندگی برای خود است، تا جایی که در جامعه میان جوانان و بزرگسالان شاهد کمترین اتفاق نظر در زمینه‌ی فرهنگ عمومی نظیر معاشرت قبل از ازدواج، ازدواج با خویشاوندان، نحوه‌ی گذران اوقات فراغت و رفتارهای مذهبی هستیم (عبدی و گودرزی، ۱۳۸۷). حتی در برخی از زمینه‌های مراجع هنجاری جامعه، شاهد چرخش جوانان از روحانیت به اقشار دیگری نظیر استادان دانشگاه، ورزشکاران، هنرپیشه‌ها و سایر گروه‌های مرجع غیرخودی هستیم (آزادارمکی و غفاری، ۱۳۸۷). واقعاً این گزاره‌ها تا چه حد در خصوص جوانان و دانشجویان کنونی صحیح است؟ آیا این تحلیل و حدس علمی در خصوص دانشجویان فعلی دانشگاه‌ها اعتبار دارد؟ تا چه حد اطلاعات علمی بهنگام در خصوص گروه‌های مرجع جوانان خاصه دانشجویان در ایران وجود دارد و قابل دسترس است؟ این جوانان و دانشجویان داشتن الگو و گروه مرجع در زندگی را تا چه حد لازم و مفید می‌دانند؟ آنها چه گروه‌هایی را به‌عنوان مرجع زندگی خود انتخاب نموده‌اند؟ چرایی اجتماعی این انتخاب‌ها چیست؟ این جوانان و دانشجویان در چه زمینه‌هایی از زندگی خود، تحت‌تأثیر گروه‌های مرجع قرار گرفته‌اند؟ اینها موقعیت‌های مبهم و مسأله‌های علمی است که پاسخ‌های محققانه‌ای در خصوص آنها وجود ندارد (خلأهای تحقیقاتی). اهداف اصلی این پژوهش بررسی برخی از این خلاها در خصوص دانشجویان دانشگاه مازندران است.

در راستای تحقق بخشی به اهداف اشاره شده، پرسش‌های زیر در این تحقیق مورد جستجو واقع شده است:

- دیدگاه دانشجویان دانشگاه مازندران در خصوص ضرورت برخورداری از گروه‌های مرجع در زندگی چیست؟
- گروه‌های مرجع دانشجویان دانشگاه مازندران را چه افراد یا گروه‌هایی تشکیل می‌دهند؟

- آیا دانشجویان دانشگاه مازندران بیشتر گروه‌هایی را که در آن عضویت دارند به‌عنوان گروه مرجع انتخاب می‌کنند یا گروه‌هایی را که در آن عضو نیستند؟
- دانشجویان دانشگاه مازندران، بیشتر در چه زمینه‌هایی از گروه‌های مرجع بهره می‌برند؟
- چرا این دانشجویان آن افراد یا گروه‌ها را به‌عنوان گروه‌های مرجع خود انتخاب کرده‌اند؟

اهمیت بررسی گروه‌های مرجع جوانان و از جمله دانشجویان نیاز به استدلال ندارد. این مهم در رشته‌های علمی سابقه‌ای قابل توجه دارد. بررسی گروه‌های مرجع به عنوان افراد و گروه‌هایی که مبنای مقایسه و ارزیابی رفتار و نگرش کنشگران اجتماعی قرار می‌گیرند از نیمه‌ی اول قرن بیستم در علوم اجتماعی، به‌ویژه جامعه‌شناسی و روانشناسی اجتماعی مورد توجه قرار گرفته است. این گروه‌ها در جهت‌گیری فکری و رفتار افراد تأثیر تعیین‌کننده‌ای دارند و به‌ویژه برای جوانان و نوجوانانی که دوران حساس جامعه‌پذیری را طی می‌کنند، مهم‌تر و تعیین‌کننده‌تر است. فرد با مشاهده‌ی دیگران در خصوص انجام فعالیت‌های جدید، ایده کسب نموده و در موقعیت‌های بعدی از این اطلاعات و یافته‌ها به عنوان راهنمای عمل بهره می‌برد (آقاجانی دفرازی، ۱۳۸۶).

در این میان جوانان به‌دلیل شرایط اجتماعی و مقتضیات سنی و شخصیتی، آمادگی بیشتری برای تأثیرپذیری از گروه‌های مرجع دارند. جوانان در جستجوی هویتی جدید هستند و می‌خواهند با پشت سر گذاشتن دوران کودکی به استقلال شخصیتی و کسب هویت اجتماعی جدیدی دست یابند. بنابراین آنان آمادگی تغییر دیدگاه‌ها و نگرش‌های خود را دارند و نسبت به گروه‌های مرجع انعطاف‌پذیرند. به‌ویژه در شرایط جدید اجتماعی که نسل جوان عمدتاً دارای تجربه‌ی شهرنشینی و روابط گسترده‌ی شهری است و در مراکز آموزشی با جماعت دانش‌آموز و معلم ارتباط نزدیک و مستمر داشته یا دارد و مهم‌تر از آن از طریق رسانه‌های جمعی به دنیا‌های جدید راه یافته است، مراجع گوناگونی می‌شناسد و بالقوه یا بالفعل از آن‌ها تأثیر می‌پذیرد. بنابراین در شرایط فعلی، شناخت گروه‌های مرجع و تحلیل آن‌ها اهمیتی به سزا دارد. در این شرایط، ارزیابی نحوه و میزان ارجاع و اتکای نسل جوان به گروه‌های اولیه و مقایسه‌ی آن با میزان تأثیرپذیری‌اش از گروه‌های ثانویه یا گروه‌های بیگانه در فهم رفتارهای آنان راه‌گشا خواهد بود (هاشمی، الف، ۱۳۸۳). ضرورت و اهمیت انجام پژوهش حاضر در همین راستا قابل تحلیل و تدلیل است. دانشمندان و محققان در خصوص گروه‌های مرجع تلاش‌های نظری و تجربی قابل استفاده‌ای انجام دادند.

پیشینه‌ی تجربی تحقیق

جستجو در مراکز، سایت‌های علمی، و منابع پژوهشی موجود و قابل دسترس، وجود مطالعات قابل ملاحظه در خصوص گروه‌های مرجع دانشجویان را نشان نمی‌دهد. با این وجود بررسی برخی مطالعات داخلی در خصوص موضوع و مسائل آن می‌تواند مفید واقع شود.

هاشیمان‌فر (۱۳۷۷) در تحقیقی به نام الگوگزینی جوانان و عوامل موثر بر آن، به ابعاد چهارگانه الگوگزینی جوانان پرداخته است: الگوهای خانواده و ازدواج، الگوهای اقتصادی و مصرفی، الگوهای آموزشی و الگوهای رفتار ظاهری و همچنین میزان گرایش جوانان به الگوهای خودی در هر کدام از این محورها بررسی شده است. با توجه به در نظر گرفتن تنوع میدانی لوین و تأثیرگذاری شرایط محیطی و شخصیتی و با عنایت به شرایط اجتماعی جامعه، الگوگزینی جوانان تحت تأثیر گرایش‌های سیاسی و مذهبی، رضایت، فردگرایی، احساس محرومیت نسبی، ارزش‌ها، نیازها، مدگرایی، تشکیل خود، وسایل ارتباط جمعی، ارتباط با همسالان، دیگران مهم، سیستم کنترل اجتماعی، منطقه مسکونی و روابط خانوادگی قرار دارد. ۳۲۰ نفر از جوانان شاغل به تحصیل در شهر اصفهان که شامل ۸۰ دختر و ۸۰ پسر دانش‌آموز سال‌های چهارم دبیرستان و یا سوم نظام جدید و ۸۱ دختر و ۷۹ پسر دانشجوی دوره‌ی لیسانس می‌شوند، به روش نمونه‌گیری چند مرحله‌ای خوشه‌ای، انتخاب شده و مورد مصاحبه قرار گرفتند. در این تحقیق از تکنیک‌های برش قطبین، و لیکرت و تکنیک‌های آماری تحلیل رگرسیون چندمتغیری و تحلیل مسیر استفاده شده است. در مجموع نتایج به دست آمده حاکی از آن است که الگوگزینی جوانان و گرایش آن‌ها به الگوهای خودی بین متوسط تا زیاد است.

میرطالبی (۱۳۷۹)، در پایان‌نامه‌ی کارشناسی‌ارشد خود با عنوان نقش و اهمیت الگوها در تربیت و پرورش نسل جوان از دیدگاه اسلام، هدف از انجام پژوهش را این گونه بیان می‌کند که روش الگویی به عنوان یک روش تربیتی به ویژه با توجه به نظریات قرآن و ائمه اطهار (ع) و علمای تعلیم و تربیت، مورد بررسی قرار گیرد و در نهایت نقش الگو در تربیت نسل جوان ارزیابی گردد. به طور کلی محقق در این تحقیق اهداف کلی و آرمانی پژوهش را این گونه ذکر می‌کند: ارائه الگوهای تربیتی، آشنا شدن به اهمیت الگو در تربیت، نقش اولیا در ارائه الگو، نظرات بزرگان دین و ارائه الگوی عملی و بیان ویژگی‌های انسان نمونه در تربیت از نگاه اسلام و ...

پژوهش فوق، کتابخانه‌ای بوده است و نمونه‌گیری به معنای میدانی وجود نداشته است، ولی برای اثبات مسائل مطروحه، نمونه‌هایی آورده شده است. روش پژوهش، کتابخانه‌ای و توصیفی بوده است که با توجه به موضوع، منابع مورد نظر جمع‌آوری شده است و سپس فیش‌برداری گردیده و به صورت موضوعی مورد مطالعه قرار گرفته شده است. در این راستا برای حصول

اطمینان از دستیابی به حداکثر منابع اصلی به کتابخانه‌های مرکزی و دانشگاهی رجوع شده است. ابزار تحقیق، بیشتر مطالعه کتب مرجع (قرآن کریم و روایات معتبر و بررسی نظرات روان‌شناسان، یافته‌های جدید علمای تعلیم و تربیت، مشاهدات و تجربیات شخصی) بوده است.

محقق در این پژوهش به این نتیجه رسیده است که انسان از طریق مشاهده، بسیاری از رفتارها را یاد می‌گیرد و از آن‌ها تقلید می‌کند و الگوی خود قرار می‌دهد. بنابراین، اولین محیط تربیتی کودک، خانواده است؛ پس تقلید و همانندسازی از محیط خانواده آغاز می‌گردد. گروه همسالان، مربیان، معلمان، قهرمان ورزشی، اجتماعی، سیاسی و غیره الگوهای بعدی در تربیت کودک به شمار می‌روند. رسانه‌های گروهی در ارائه الگو نقش بسیار مهمی ایفا می‌کنند. در قرآن و روایات نیز به استفاده از این روش برای تربیت انسان بسیار سفارش شده است. ذکر داستان‌های گوناگون در قرآن دلیل بر این مدعاست، لذا در شرع مقدس اسلام، الگوی صالح و متعالی، تحت عنوان انسان کامل عبد صالح معرفی شده است.

عباسی اسفجیر (۱۳۸۳) 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. پسران، گروه همسالان را گروه مرجع اول خود دانسته‌اند و پس از آن، خانواده قرار می‌گیرد. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که دختران به طور معناداری 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.

جمالی (۱۳۸۳) در پایان‌نامه‌ی کارشناسی‌ارشد خود با عنوان مدیریت و برنامه‌ریزی فرهنگی برای گروه‌های مرجع، بیان می‌دارد که امروزه الگوی بسیاری از جوانان و نوجوانان، هنرپیشگان و ستارگان سینما و تلویزیون، فوتبالیست‌های مطرح و یا خوانندگان موسیقی پاپ هستند. جوانان با الگو قرار دادن این گروه‌ها به تقلید رفتار، گفتار و پندار آن‌ها می‌پردازند و سعی در نزدیکی شخصیت خود به شخصیت آنان دارند. این گروه‌های یاد شده در جامعه‌شناسی به نام گروه‌های مرجع مطرح هستند. گروه‌های مرجع نقش بسیار مهمی در هر جامعه بازی می‌کنند، از القاء یک ارزش گرفته تا القاء یک ضدارزش و ضد فرهنگ، از تقویت روحیه جمعی گرفته تا تضعیف روحیه‌ی جمعی و بسیاری از فعالیت‌ها و نقش‌های دیگر. این تحقیق، یک تحقیق بنیادی است که بر اساس آن روش به کار گرفته شده، روش تحقیق کتابخانه‌ای می‌باشد و از منابع علمی موجود و تحقیقات و پژوهش‌های میدانی انجام شده توسط سازمان ملی جوانان در این زمینه استفاده شده

است. در این تحقیق، محقق به بخشی از مهم‌ترین کارکردها و نقش‌های گروه مرجع پرداخت و تعدادی از آن‌ها را به‌عنوان نمونه بیان کرده است. محقق در کنار این نقش‌ها از عامل قدرتمند دیگری به نام رسانه‌های جمعی یاد می‌کند و معتقد است که در واقع همان نقشی را که گروه‌های مرجع در جامعه بر عهده دارند، رسانه‌های جمعی نیز بر عهده دارند. همچنین محقق در ادامه بیان می‌کند نکاتی که در برنامه‌ریزی برای گروه‌های مرجع مهم است به طور کلی عبارتند از: توجه به جامعه‌ی آماری، سلیقه‌ها و همچنین زمان‌بندی استفاده از گروه‌های مرجع. به اعتقاد محقق، هنگامی که گروه مرجع جایگاه خود را از دست می‌دهد، گروه مرجع دیگری باید جای خالی او را پر کرده باشد. در مجموع برنامه‌ریزی برای گروه‌های مرجع، بسیار حساس بوده و در صورت تحقق این امر می‌توان به هدایت جامعه، فرهنگ عمومی و در نهایت توده‌ها پرداخت.

فضایلی اخلاقی (۱۳۸۳) پژوهشی را با عنوان شناخت روش‌های تأثیرگذاری گروه‌های مرجع بر جوانان و نوجوانان، با هدف بررسی روش‌ها و میزان تأثیر گروه‌های مرجع بر نوجوانان و جوانان شهر مشهد اجرا کرده است. جامعه‌ی آماری این بررسی نوجوانان و جوانان ۱۵ تا ۲۵ ساله مشهد و حجم نمونه ۵۰۰ نفر بود. در زمینه‌ی روش زندگی، ۵۵.۲ درصد پاسخگویان گروه مرجعی نداشتند. ۱۶.۷ درصد خانواده و ۱۳.۳ درصد دوست و فامیل را گروه مرجع زندگی خود می‌دانند. در زمینه‌ی ویژگی‌های مهم گروه مرجع، ۴۳.۶ درصد از پاسخگویان، ایمان و ۱۵ درصد، حسن خلق را مهم‌ترین ویژگی گروه مرجع مذهبی می‌دانند. ۲۷.۳ درصد نیز فراست و ۲۰.۶ درصد، فداکاری را مهم‌ترین ویژگی گروه مرجع سیاسی می‌دانند.

هاشمی (۱۳۸۳) در پایان‌نامه‌ی دوره‌ی دکتری خود با عنوان گروه‌های مرجع جوانان در شهر تهران، گروه‌های مرجع را معیار و مبنای ارزیابی افکار و رفتار افراد معرفی می‌کند و از آن‌ها به‌عنوان یکی از عوامل جامعه‌پذیری در شکل‌گیری نگرش‌ها و رفتارها یاد می‌کند. این گروه‌ها به ویژه برای جوانان، که تأثیرپذیری زیادی از محیط اجتماعی خود دارند، مهم‌تر و تأثیرگذارترند. جوانان در شرایطی قرار دارند که اگرچه از وابستگی مطلق به خانواده فاصله گرفته‌اند، ولی به دلیل نیازهای عاطفی، اجتماعی و اقتصادی، کماکان متکی به نهاد خانواده‌اند و به استقلال کامل نایل نشده‌اند. این قشر که در این تحقیق با شاخص سنی ۱۶ تا ۲۹ سال تعیین شده‌اند، در ارزیابی نگرش‌ها و کنش‌های خود، افراد و گروه‌هایی را به‌عنوان استاندارد و مبنای عمل می‌پذیرند که گروه‌های مرجع آنان را تشکیل می‌دهند. این گروه‌ها ممکن است گروه‌های اولیه و عضویت، از قبیل خانواده و دوستان باشند، یا گروه‌های ثانویه و غیرعضویت مانند احزاب سیاسی و اساتید دانشگاه. در این تحقیق میزان ارجاع به هر یک از گروه‌های مختلف و انتخاب آنها به عنوان گروه مرجع مورد توجه قرار گرفته است.

گروه‌های مرجع، البته متنوع و چندگانه‌اند، از این رو گروه‌های مرجع جوانان در حوزه‌های مختلف فرهنگی، دینی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی، مورد سنجش قرار گرفته است. ملاک شناخت گروه مرجع، دو شاخص است؛ یکی اتکاء به گروه به‌عنوان مبنای تصمیم‌گیری و دیگری تعلق خاطر به گروه که موجب ارجاع به آن در فکر و عمل می‌گردد. بر این اساس گروه‌های مرجع جوانان با روش پیمایشی مورد سنجش قرار گرفته و نقش عوامل مختلف از قبیل ارزش‌ها و ارتباطات اجتماعی و نیز ویژگی‌های شخصی در انتخاب این گروه‌ها بررسی شده است.

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد، خانواده، به ویژه والدین و همسر، مهم‌ترین گروه مرجع جوانان تهرانی در حوزه‌های مختلف است و در میان گروه‌های ثانویه، اساتید و روشنفکران، بالاترین جایگاه را به‌عنوان گروه مرجع به‌ویژه در زمینه‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی دارند. در میان متغیرهای مستقل تحقیق، میزان ارتباط با گروه، بیشترین همبستگی مستقیم را با متغیر وابسته دارد و پس از آن ارزش‌های اجتماعی قرار گرفته است. از طرف دیگر، متغیرهای سن و پایگاه اجتماعی با متغیر وابسته همبستگی معکوس دارند، به این معنا که با افزایش سن و پایگاه اجتماعی، میزان اتکاء به گروه‌های مرجع کاهش می‌یابد. زنان نیز در مقایسه با مردان اتکای بیشتری به گروه‌های مرجع به‌ویژه گروه‌های عضویت دارند. نمونه آماری این تحقیق شامل ۶۰۹ نفر از جوانان مناطق ۲۲ گانه شهر تهران است و داده‌ها در زمستان سال ۸۱ با استفاده از پرسشنامه گردآوری شده و با استفاده از نرم‌افزار spss مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

شورای عالی انقلاب فرهنگی در سال ۱۳۸۴ پژوهشی را با عنوان سامان‌دهی گروه‌های مرجع جوانان، توسط دکتر علی انتظاری اجرا کرده است که هدف از اجرای این طرح، تدوین مبانی نظری و تجربی سامان‌دهی گروه‌های مرجع جوانان بوده است. این طرح شامل مجموعه مقالاتی است که به منظور تدوین مبانی نظری و تجربی سامان‌دهی گروه‌های مرجع جوانان و به سفارش معاونت اجرایی دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی تدوین یافته است. این مجموعه پس از بررسی اولیه در میان صاحب‌نظران و نظرسنجی از آنان برای تبیین مسأله، مروری بر تحقیقات انجام شده و تشکیل گروه کاری متشکل از ۵ نفر از صاحب‌نظران این حوزه تهیه شده است. عناوین مقالات که هر کدام جداگانه و توسط نویسندگان مختلف نگاشته شده‌اند عبارتند از: رویکردی نظری به گروه‌های مرجع جوانان (علی انتظاری) شکاف نسلی یا گسست فرهنگی (سعید معیدفر)، گروه‌های مرجع جوانان (سید ضیاء هاشمی)، مفهوم گروه مرجع: جوانان، بزرگسالان و متولیان فرهنگی (احمد رجب‌زاده) و، پیشنهادهایی برای سیاست‌گذاری (علی انتظاری).

مقاله نخست به طراحی چهارچوبی نظری برای ورود به مفهوم «گروه‌های مرجع» اختصاص دارد. مقاله دوم با بیان دیدگاه‌ها در مورد وجود یا عدم شکاف نسلی، سه دیدگاه عمده را که حاکی از وجود شکافی بزرگ، توهم وجود شکاف و وجود گسست و تفاوت انتخابی میان نسل‌ها است بیان می‌نماید.

مقاله بعدی زمینه‌های نیاز به گروه مرجع در جوانان را مطرح می‌سازد و هدف آن تعیین شاخص‌هایی برای ارزیابی گروه‌های مرجع جوانان اعلام شده است. در این مقاله، پس از بحث‌های نظری، نویسنده نتایج پژوهشی را که در زمینه موضوع تحقیق انجام داده ارائه نموده است که اهم آن عبارتند از:

- اکثر دانش‌آموزان معتقد به داشتن الگو هستند.
- بیشتر از هر گروهی متمایل به عضویت در گروه دانشجویان و اساتید دانشگاه هستند.
- در زمینه رفتار انتخاباتی بیشتر تحت تاثیر خانواده هستند.
- بیشترین تعلق خاطر را به خانواده خود دارند.
- در مقایسه میان گروه‌های عضویت و غیرعضویت در امر تصمیم‌گیری بیشتر به خانواده‌های خود اتکا دارند.

مقاله‌ی بعدی با دیدی انتقادی نگاشته شده است و اساساً طرح مسأله را زیر سوال برده است. نویسنده‌ی این مقاله، گروه مرجع را چهارچوب‌های داوری می‌داند که افراد با استفاده از آنها به مقایسه‌ی خود و دیگران با هنجارها و معیارهای برگرفته می‌پردازند و این امر اختصاص به گروه‌های عضویت ندارد و گروه‌های غیرعضویت را نیز در بر می‌گیرد. در این مقاله آمده است که با توجه به تأکیدهای نظام آموزشی و رسانه‌ای در جامعه بر اهمیت خانواده، جوانان بیش و پیش از هر گروهی به خانواده‌ی خود وابسته هستند و انتخاب گروه مرجع غیرعضویتی توسط جوان تابع همان نظمی است که گروه‌های مرجع بزرگسالان دارند و در خانواده‌هایشان آموخته‌اند. از این رو نویسنده به شدت به این گونه طرح مسأله می‌تازد و می‌گوید به جای آن که گروه‌های مرجع جوانان بررسی شود، باید گروه‌های مرجع بزرگسالان بررسی شود و به این سوال پاسخ داده شود که در ساختار جامعه، کدام مواضع و پایگاه‌ها برای کدام پایگاه‌ها مرجعیت دارند. مقاله همچنین ضمن وارونه دیدن مسأله بر این نکته تأکید نموده که در صورتی که متولیان بخواهند الگوهای طراحی شده‌ی خود را به جامعه تحمیل کنند، معضلی بزرگ‌تر یعنی به هم خوردن نظم اجتماعی رخ خواهد داد.

در آخرین بخش این گزارش، بر اساس مقالات یاد شده، مجموعه‌ای از پیشنهادات برای سیاست‌گذاری در زمینه‌ی سامان‌دهی گروه‌های مرجع جوانان پیشنهاد شده است که اهم آن‌ها

عبارتند از: عدم تفکیک اقدامات در مورد جوانان از اقدامات در مورد بزرگسالان، رفع این انتظار که همه‌ی جوانان از یک مرجع خاص پیروی کنند، توجه به رویکردهای علمی و عینی و اجتناب از عکس‌العمل‌های هیجانی، استفاده از گروه‌های خاصی که در خلال حوادث و رخداد‌های اجتماعی مورد توجه جامعه قرار می‌گیرند و تأکید بر ویژگی‌های غیر مناسکی دین نظیر عدالت، راستگویی، امانت‌داری و ... در تبلیغات دینی. در بخش پیشنهادات همچنین به این نکته اشاره شده است که نظر به اینکه بر اساس مبانی نظری، مواردی چون: بسته بودن ساختار اجتماعی بومی، تصور بسته ساختار اجتماعی بومی، حاشیه‌ای بودن در جامعه‌ی بومی و نامشروع دانستن نابرابری‌های اجتماعی (عادلان‌ه ندانستن توزیع پاداش‌های اجتماعی)، در گرایش به گروه‌های مرجع غیربومی مؤثر می‌باشند، بهتر است اقداماتی که متناسب با هر یک از موارد فوق است در اولویت کار متولیان و برنامه‌ریزان قرار گیرند.

مختاری (۱۳۸۵) در پژوهشی با عنوان «بررسی گروه‌های مرجع دانش آموزان ایرانی شاغل به تحصیل در مجتمع‌های آموزشی ایرانیان در سوریه» نیز به این مسأله پرداخت که گروه‌های مرجع دانش آموزان شاغل به تحصیل در مجتمع آموزشی ایرانیان در سوریه کدامند؟ و آیا بین دوره‌های تحصیلی راهنمایی و متوسطه و جنسیت با گروه‌های مرجع ارتباطی وجود دارد؟ روش این تحقیق توصیفی از نوع پیمایشی مقطعی است، چون دیدگاه دانش آموزان در مورد گروه‌های مرجع دانش آموزان در یک مقطع خاصی از زمان (سال تحصیلی ۸۴-۸۵) بررسی می‌شود، بنابراین مقطعی است. ابزار پژوهش، شامل چهار سؤال باز و ۱۹ سؤال بسته بوده است که به شکل محقق ساخته، طراحی شده است. جامعه آماری، کلیه دانش آموزان شاغل به تحصیل در مدارس ایرانی در سوریه در دوره راهنمایی و متوسطه در سال تحصیلی ۸۴-۸۵ می‌باشد. جامعه آماری ۱۹۷ دانش آموز بوده است. از این تعداد ۹۳ نفر به عنوان نمونه انتخاب شده‌اند. پس از طراحی پرسشنامه و مشخص کردن تعداد نمونه در هر کلاس با توجه به لیست اسامی دانش‌آموزان به صورت تصادفی سیستماتیک یا منظم انتخاب شده‌اند.

محقق در جواب این سؤال که گروه‌های مرجع دانش آموزان ایرانی شاغل به تحصیل در مدارس ایرانی سوریه کدامند؟ این‌گونه بیان می‌دارد که گروه‌های مرجع این دانش‌آموزان به ترتیب عبارتند از: گروه‌های علمی، ورزشی، مذهبی، هنری، خانوادگی، دوستان، سیاسی و ادبی. سپس محقق در مرحله بعدی به‌طور مجزا گروه‌های مرجع دانش‌آموزان راهنمایی و متوسطه را برمی‌شمرد و بیان می‌کند که گروه‌های هنری، ورزشی و علمی به ترتیب برای دانش‌آموزان دوره راهنمایی مهم‌تر بوده‌اند. البته گروه ورزشی برای دانش‌آموزان پسر دوره راهنمایی رتبه نخست را کسب کرده و شخصیت‌های علمی و مذهبی در دوره‌های بعدی قرار داشته‌اند و برای دانش‌آموزان دختر،

شخصیت‌های هنری (مانند اغلب هنر پیشگان تلویزیون و سینما) مهم‌تر بوده‌اند و پس از آن دوستان و سپس شخصیت‌های علمی مهم بوده‌اند. شخصیت‌های علمی، شخصیت‌های مذهبی و شخصیت‌های ورزشی، مهم‌ترین شخصیت‌های محبوب دانش‌آموزان متوسطه ایرانی در سوریه هستند. دانش‌آموزان پسر دوره متوسطه به ترتیب شخصیت‌های ورزشی، خانوادگی و مذهبی و علمی را به‌عنوان افراد محبوب انتخاب کرده‌اند در حالی که دختران دوره متوسطه به‌ترتیب شخصیت‌های علمی و سپس با فاصله تقریباً زیادی شخصیت‌های مذهبی و پس از آن شخصیت‌های ادبی قرار داشته‌اند. محقق همچنین عنوان می‌کند که مهم‌ترین ویژگی‌هایی که افراد محبوب دانش‌آموزان ایرانی در سوریه داشته‌اند عبارت از مهربانی، صداقت و سایر خصوصیات اخلاقی بوده است.

آقاجانی دفرازی (۱۳۸۶) در پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد خود با عنوان وضعیت جایگاه معلمان به‌عنوان گروه مرجع دانش‌آموزان و عوامل مؤثر بر آن، جایگاه معلمان را در میان گروه‌های مرجع دانش‌آموزان متوسطه شهرستان رودبار بررسی نموده است. محقق در این پژوهش که در شهرستان رودبار و در دوره‌ی زمانی پاییز ۱۳۸۵ لغایت بهار ۱۳۸۶ انجام شده است، با الهام‌گیری از چهارچوب نظری کنش متقابل نمادین و نظریه گروه مرجع «همین» کوشیده تا به این سؤال پژوهشی پاسخ دهد که: «معلمان در میان گروه‌های مرجع دانش‌آموزان متوسطه چه جایگاهی دارند؟»

محقق برای انجام این پژوهش، از روش‌های تحلیل اسنادی (مطالعه اسناد و کتاب‌ها در کتابخانه) و اجرای مصاحبه عمیق به منظور گردآوری داده‌های تجربی دست اول سود جسته است. جامعه آماری این پژوهش را دانش‌آموزان پسر مقطع متوسطه نظری شهرستان رودبار تشکیل می‌دهند که از این جمعیت کل با توجه به توافق اساتید و زمان و هزینه اجرای تحقیق، از ۳۰ نفر از دانش‌آموزان مقطع متوسطه نظری در پایه‌های مختلف، به عنوان حجم نمونه استفاده شده است. روش نمونه‌گیری از نوع اتفاقی ساده می‌باشد. لازم به ذکر است که محقق به منظور مقایسه نظرات دانش‌آموزان با برداشت‌های معلمان از خودشان، از ۱۵ نفر معلم با گرایش‌ات تحصیلی مختلف، مصاحبه به عمل آورده است.

مهم‌ترین یافته‌های این پژوهش عبارتند از:

- اولین و مهم‌ترین گروه مرجع دانش‌آموزان در زمینه‌های مختلف زندگی، والدین آن‌ها می‌باشند.
- در زمینه انتخاب رشته‌ی تحصیلی، معلمان اولین گروه مرجع دانش‌آموزان به حساب می‌آیند.
- پس از گروه والدین و معلمان، گروه‌های دوستی و سپس ورزشی و هنری به ترتیب گروه‌های مرجع دانش‌آموزان را تشکیل می‌دهند.

• اکثریت معلمان مورد مصاحبه، معتقدند که معلمان از جایگاه مناسب و واقعی خویش برخوردار نیستند.

انتظاری (۱۳۸۶) در پایان‌نامه‌ی دکترای خود با عنوان بررسی عوامل گرایش به گروه‌های مرجع غیربومی: مطالعه‌ی در مورد کاربران ایرانی اینترنت، عوامل گرایش به گروه‌های مرجع غیربومی را بررسی می‌کند. در این پژوهش تلاش شده است بر اساس نظریه‌ی گروه مرجع مرتن، به خصوص با تأکید بر عوامل ساختاری گرایش به گروه‌های مرجع عضویتی و غیرعضویتی در چهارچوب گرایش‌های جهانی، محلی و قطبی، به تبیین گرایش دانشجویان و کاربران ایرانی اینترنت پرداخته شود. به این منظور، دو جامعه‌ی آماری مستقل در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفته‌اند. جامعه‌ی آماری اول، دانشجویان دانشگاه علامه طباطبایی و جامعه‌ی آماری دوم، کاربران ایرانی اینترنت عضو گروه‌های یاهو بودند. از جامعه‌ی آماری اول، نمونه‌ای ۳۵۰ نفری، و از جامعه‌ی آماری دوم، نمونه‌ای ۲۹۷ نفری، پرسشنامه‌ی تهیه شده را در اردیبهشت و خرداد ۱۳۸۶ تکمیل نمودند. ابزار جمع‌آوری اطلاعات برای جامعه‌ی آماری دانشجویان (محیط واقعی) پرسشنامه‌ی چاپی و ابزار اطلاعات کاربران اینترنت پرسشنامه‌ی الکترونیکی با استفاده از روش‌های پیمایش اینترنتی بوده است. متغیر وابسته در این پژوهش، یعنی گرایش به گروه‌های مرجع غیربومی، از طریق سه شاخص گرایش عضویتی غیر بومی، گرایش الگوی غیربومی و شاخص نگرشی غیر بومی، سنجیده شده است. بر اساس یافته‌های این پژوهش، گرایش عضویتی غیربومی و شاخص نگرشی غیربومی در نمونه کاربرانی ایرانی اینترنت (محیط مجازی) بیش از نمونه دانشجویان و بالعکس، گرایش الگوی غیربومی در دانشجویان، بیش از کاربرانی ایرانی اینترنت (محیط مجازی) مشاهده شده است. متغیر مستقل، تصور باز بودن ساختاری جامعه ایرانی و گرایش‌های جهانی، محلی و قطبی با متغیر وابسته‌ی پژوهش، یعنی گرایش به گروه‌های مرجع غیربومی، رابطه دارند ولی متغیرهای ناهماهنگی پایگاهی و تغییرات محیط زندگی، با متغیر وابسته‌ی پژوهش در محیط واقعی، (نمونه دانشجویان) رابطه‌ی معکوس و در محیط مجازی، رابطه‌ی مستقیم دارد. گرایش به گروه‌های مرجع غیربومی، گرایش‌های جهانی، ناهماهنگی پایگاهی و تغییرات محیط زندگی در بین کاربران اینترنت بیش از آن‌هایی است که کاربری اینترنت ندارند و تصور باز بودن ساختاری، گرایش محلی و گرایش قطبی در بین دانشجویان بیشتر از کاربران اینترنت، (نمونه‌ی محیط مجازی) مشاهده شده است.

شکوری (۱۳۸۷) در پایان‌نامه‌ی دوره‌ی کارشناسی ارشد خود با عنوان بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر انتخاب گروه‌های مرجع توسط دانشجویان مقطع لیسانس، بیان می‌دارد که در

اثر تحولات اجتماعی و فرهنگی چند دهه‌ی اخیر در سطح جهانی که جامعه‌ی ما نیز از آن متأثر بوده، عوامل اجتماعی مختلفی از قبیل رشد جمعیت، مهاجرت‌های گسترده و رشد شهرنشینی، گسترش ارتباطات و افزایش چشمگیر فعالیت رسانه‌های داخلی و خارجی همانند ماهواره، اینترنت و ... شرایط اجتماعی کاملاً جدیدی را برای گروه‌های مختلف از جمله دانشجویان جامعه‌ی ما فراهم کرده است. در ادامه عنوان می‌کنند که هدفشان در این رساله، اولاً شناخت عوامل اجتماعی مؤثر بر انتخاب گروه‌های مرجع دانشجویان است و در مرحله‌ی بعد، شناخت و طبقه‌بندی گروه‌های مرجع آنان و در آخر نشان دادن این که آیا در جامعه‌ی فعلی ما، الگوی مطلوب و قابل شناختی برای ارائه‌ی گروه مرجع (داخلی) وجود دارد یا خیر؟ نتایج به‌دست آمده نشان داد که در وهله‌ی اول، خود شخص مهم‌ترین عنصر جهتگیری و اتخاذ تصمیم‌گیری‌های مهم است و در وهله‌ی بعد، خانواده، سپس گروه دوستان و همکلاسی‌ها، اساتید، گروه‌های صنفی و حرفه‌ای، ورزشکاران، روزنامه‌نگاران، احزاب سیاسی و ... گروه‌های مرجع دانشجویان محسوب می‌شوند. از میان فرضیه‌ها نیز ۴ فرضیه مبتنی بر دارا بودن وجود تفاوت معنی‌دار بین وضعیت تأهل، نوگرایی، موقعیت حاشیه‌ای منفرد و سال تحصیلی دانشجو و انتخاب گروه مرجع، مورد تأیید قرار گرفتند.

ستارزاده (۱۳۹۰) در پایان‌نامه‌ی کارشناسی‌ارشد خود با عنوان «گروه مرجع و مصرف فرهنگی جوانان»، به تحقیق پرداخته است. در این تحقیق که بر روی ۳۸۴ نفر از جوانان شهر بابل به‌صورت پرسشنامه‌ای اجرا شده است. نتایج توصیفی این پژوهش، نشانگر این است که هم‌چنان خانواده به‌عنوان گروه مرجع اصلی جوانان، و دوستان به‌عنوان دومین گروه مرجع جوانان، محسوب می‌شوند. از میان گروه‌های مرجع بیرونی، گروه‌های مرجع علمی به‌عنوان گروه‌های مرجع اصلی جوانان محسوب می‌شوند. نتایج تحقیق نشان داد که جوانان شهری بابل، همچنان به گروه‌های درونی، بیش از گروه‌های بیرونی تعلق دارند. اما از طرف دیگر، نتایج این تحقیق نشان داد که این گروه‌های مرجع بیرونی هستند که بر مصرف فرهنگی بالاتر جوانان، اثر گذارند و در این میان، گروه‌های مرجع درونی، دچار گسست در این حوزه شده‌اند. در میان گروه‌های مرجع بیرونی، تنها تعلق به گروه‌های مرجع سیاسی، علمی و هنری، بر مصرف فرهنگی جوانان تأثیرگذار بوده‌اند و گروه‌های مرجع ورزشی، تأثیر منفی بر مصرف فرهنگی جوانان داشته‌اند.

مروری بر پیشینه‌ی تحقیق نشان می‌دهد که بررسی گروه‌های مرجع و نیز علل گرایش جوانان به آن‌ها برای درک نیازهای جوانان در دهه‌ی گذشته نسبتاً مورد توجه واقع شده است، اگرچه تحقیق و بررسی در مورد گروه‌های مرجع دانشجویان، مشاهده نشده است. در اکثر تحقیقات انجام شده، بیان شده است که خانواده مهم‌ترین گروه مرجع افراد می‌باشد و نیز افراد،

گرایش به انتخاب گروه مرجع، از گروه‌های عضویتی دارند. در برخی تحقیقات نیز به اهمیت بازیگران سینما و تلویزیون، هنرمندان و ورزشکاران معروف، به‌عنوان گروه مرجع، اشاره شده است. مهم‌ترین مسأله‌ای که به نظر می‌رسد در تحقیقات گذشته مدنظر و تحلیل واقع نشده است، مشخص کردن زمینه‌هایی است که افراد درمورد آن‌ها به گروه‌های مرجع رجوع می‌کنند. هم‌چنین تأثیر جداگانه و مستقل هر یک از گروه‌های مرجع، در هر زمینه مورد بررسی و تحقیق قرار نگرفته است. این بخش‌ها در تحقیق حاضر موردنظر قرار گرفته است. موضوع گروه‌های مرجع و مسایل مربوط به آن در مطالعات نظری نیز مورد توجه واقع شده است.

پیشنه‌ی نظری پژوهش

در سال ۱۹۰۲، «کولی» در «طبیعت بشر و نظم اجتماعی» به ارائه‌ی مباحثی پرداخت که به مفاهیم تئوری گروه مرجع نزدیک است. کولی معتقد است که تصور افراد درباره‌ی خودشان، بر اساس تعریفی که دیگران از آن‌ها دارند، شکل می‌گیرد. ما در آیین‌های تصورات دیگران، حالات و ویژگی‌های خود را می‌یابیم و از آن تأثیر می‌پذیریم، چیزی که ما را به غرور و مباهات یا بالعکس، به شرمندگی و نارضایتی می‌کشاند، تصویری ذهنی است که از تصورات دیگران درباره‌ی خودمان داریم (کولی، ۱۹۶۴: ۱۸۶ - ۱۸۳). بنابراین، به نظر کولی، تصویر فرد درباره‌ی برداشت دیگران از او بر نوع نگاه و احساس او درباره‌ی خود، تأثیری تعیین کننده دارد و در نتیجه، نگرش‌ها، رفتارها و هنجارهای او را جهت خواهد داد (داوسون و چاتمن، ۲۰۰۱).

بحث «هربرت مید» درباره‌ی دیگری تعمیم یافته نیز ارتباط نزدیکی با گروه مرجع دارد. طبق نظریه‌ی مید، فرد از منظر دیگر، اعضای گروه خود را تجربه و ارزیابی می‌کند. به اعتقاد مید، فرد گروه اجتماعی خود را به‌عنوان یک مجموعه سازمان یافته از گرایش‌ها، هنجارها، ارزش‌ها و هدف‌هایی که به رفتار او و دیگری شکل می‌دهد، فرض می‌کند. فرایند اجتماعی از راه دیگری تعمیم یافته بر رفتار افراد گروه تأثیر می‌گذارد، زیرا از این راه است که فرایند اجتماعی یا گروه، به عنوان عامل تعیین کننده در ذهن فرد نفوذ می‌کند (هاشمی، ب، ۱۳۸۳).

عبارت «گروه مرجع» را نخستین بار «هیمن»^۱ (۱۹۴۲) در طول تحقیقات خود در مورد پایگاه اجتماعی - اقتصادی ابداع کرد. او متوجه شد که پایگاه ذهنی (پایگاهی که شخص تصور می‌کند به آن تعلق دارد) نمی‌تواند به‌طور مستقیم از عواملی مانند درآمد یا تربیت ناشی شود و تا حدودی به گروه‌های اجتماعی بستگی دارد که به عنوان چهارچوب مرجع انتخاب شده بودند. افراد در انتخاب گروه‌هایی که به‌عنوان چهارچوب مرجع برای خود اختیار می‌کردند، خود را

محدود نمی‌ساختند و به راحتی گروه‌هایی را برمی‌گزیدند که عضو آن نبودند. به این ترتیب هیمن، تشخیص داد که باید میان «گروه تعلق» (گروهی که شخص واقعاً به آن تعلق دارد) و «گروه مرجع» (گروهی که فرد به‌عنوان مبنایی جهت مقایسه برای ارزیابی خود انتخاب می‌کند) تفاوت قائل شد (دوچ و کراوس، ۱۳۷۴: ۲۰۵).

پس از هیمن، «نیوکمب»^۱ (۱۹۴۳) از محققانی است که در ارتباط با گروه مرجع دست به تحقیق زده است. وی با مطالعه‌ی تغییر ارزش‌ها و گرایش‌های دانشجویان دختر یک کالج خصوصی، دریافت که تعداد زیادی از این دختران، که متعلق به خانواده‌های محافظه‌کار بودند، در طول اقامت در کالج، به ارزش‌های آزادی‌خواهانه گرایش پیدا کرده‌اند. این تحول همچنین با شبکه‌ی ارتباطات اجتماعی دانشجویان دختر در کالج مرتبط بود. نیوکمب، خود نتایج این بررسی را این چنین بیان می‌کند: «در این مجتمع آموزشی، احتمالاً مانند مجتمعات دیگر، همه‌ی افراد به گروه تعلق کلی وابسته‌اند، ولی چنین تعلق‌ی لزوماً برای همه نوع مطابقت اجتماعی، یعنی برای کسب گرایش‌هایی که مربوط به مسائل عمومی می‌شود، نقطه‌ی مرجع به حساب نمی‌آید. با وجود این، چنین گرایش‌هایی در خلاء اجتماعی کسب نمی‌شوند، بلکه کسب این گرایش‌ها، به رابطه‌ای (مثبت یا منفی) که هر کس با چند گروه برقرار می‌کند، بستگی دارد. نتایج بنینگتن این نظر را ظاهراً تأیید می‌کند که در مجتمعی که بعضی گرایش‌ها در آن وجود دارند، رشد گرایش، بستگی به نوع پیوندی دارد که فرد، هم با گروه تعلق کلی و هم با گروه‌های مرجع برقرار کرده است (سفیری و شریفی، ۱۳۸۴).

«مظفر شریف»^۲ نیز در تحقیقاتش، به بررسی ابعاد هنجارهای گروه‌های مرجع پرداخته است. او در تعریف گروه‌های مرجع چنین می‌گوید: گروه‌های مرجع، گروه‌هایی هستند که فرد در صدد کسب عضویت آن‌هاست، 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 شکل-گیری هویت فردی و اجتماعی‌اش 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 و سازمان‌یابی درک فرد و هویتش نقش ایفا کند، گروه مرجع وی تلقی می‌گردد (صدیق سروستانی و هاشمی، ۱۳۸۱).

«مرتون»^۳ (۱۹۵۰) با همکاری «آلیس س. کیت» با انتشار کتابی موجب روشن ساختن و نظم بخشیدن به پایه‌های مفهومی نظریه‌ی گروه‌های مرجع شد. این کتاب که به نام «سرباز

1. Newcomb

2. Muzafar Sherif

3. Merton

آمریکایی» در دو جلد منتشر شد، حاوی گزارش نتایج اصلی تحقیقاتی بود که سرویس پژوهشی شعبه‌ی اطلاعات و آموزش جنگ، به هنگام جنگ جهانی دوم، انجام داده بود. این کتاب در مورد محرومیت سربازان و قضاوت سربازان در مورد محرومیت ناشی از خدمت وظیفه‌ی آن‌ها، بود. مرتون و کیت در این کتاب به این نتیجه رسیدند که محرومیت نسبی، مورد خاصی از رفتار گروه مرجع است و آنچه که مطرح است، فرایندی است که رفتار شخص را نسبت به بعضی گروه‌ها و بعضی افراد، جهت می‌دهد و شخص از آن‌ها، چهارچوب‌های مرجع را برای رفتار، گرایش‌ها و احساسات شخصی خود می‌سازد (ابزاری و دیگران، ۱۳۸۶).

طبق این فرضیه، به هر میزان که یک گروه قابلیت بیشتری برای تأمین پرستیژ اجتماعی (براساس ارزش‌ها و ساختار نهادی جامعه) داشته باشد، احتمال پذیرش آن به‌عنوان گروه مرجع بیشتر است. بنابراین ساختارهای اجتماعی با تعیین میزان پرستیژ و اقتدار گروه‌ها و درجه‌ی دسترسی و ارتباط با آنان، الگوی انتخاب گروه‌های مرجع منزلت بخش را تعیین می‌کنند. به عبارت دیگر این ارزش‌های اجتماعی هستند که منزلت و جایگاه اجتماعی گروه‌ها را تعیین می‌کنند و در نتیجه در انتخاب آن‌ها به‌عنوان گروه مرجع، نقش اصلی را ایفا می‌نمایند (هاشمی، ب، ۱۳۸۳).

فرضیه‌ی دیگری که در زمینه‌ی انتخاب گروه‌های غیر عضویت به‌عنوان گروه مرجع مطرح شده، این است که «افراد حاشیه‌ای در هر گروه، آمادگی بیشتری برای پذیرش ارزش‌های گروه‌های غیرعضویت به‌عنوان چهارچوب مرجع هنجاری دارند. براساس این فرضیه، هر چه فرد در گروه خود ایزوله‌تر بوده، نقش و موقعیت کمتر و ضعیف‌تری داشته باشد، آمادگی و تمایل بیشتری برای دوری از گروه خود و انتخاب گروه‌های دیگر به‌عنوان گروه مرجع دارد.» پیتربلاو^۱ مصادیق افراد ایزوله را به شرح زیر مشخص کرده است: ستیزه‌جویان اجتماعی، افرادی که سبک زندگی طبقات بالاتر از گروه خود را پذیرفته‌اند، نخبگانی که نسبت به جامعه‌ی خود بی‌رغبت و دلزده شده‌اند و بالاخره کسانی که رویکردهای سیاسی حاکم در جامعه‌ی خود را قبول ندارند (مرتون، ۱۹۵۷: ۳۰۵).

سومین فرضیه‌ای که درباره‌ی انتخاب گروه‌های مرجع مطرح شده است این است که در نظام‌های اجتماعی که میزان نسبتاً بالایی از تحرک اجتماعی دارند، رویکرد مثبت به گروه‌های غیرعضویت و پذیرش آن‌ها به‌عنوان گروه مرجع بیشتر است (همان).

1. Peter Blau

«کلی»^۱ (۱۹۵۲) دو نوع کارکرد از گروه‌های مرجع را بیان می‌کند: کارکردهای هنجاری و کارکردهای تطبیقی. نوع هنجاری، هنجارهایی را برای فرد، معین و آن را به وی تحمیل می‌کند (این نوع گروه منبع، ارزش‌های قابل قبول را برای فرد تشکیل می‌دهد). نوع تطبیقی، مبنای مقایسه‌ها را برای فرد فراهم می‌آورد تا فرد بتواند خودش را با دیگران ارزیابی کند (این نوع گروه، به او امکان می‌دهد موضع خود را نسبت به موضع دیگری ارزیابی کند). این دو گروه مرجع را باید از «گروه‌های کنش و واکنشی» متمایز دانست، چه این گروه‌ها جز بخشی از محیط زیست اجتماعی فرد نیستند ... فرد در راستای هدف‌های خود ناچار به این گروه‌های کنش و واکنشی توجه دارد، اما برای او نه اهمیت هنجاری دارند و نه تطبیقی (همان: ۲۴۸). طی پژوهشی که توسط جنینگس و نایمی در سال ۱۹۸۱ صورت گرفته است، نشان داده شده است که والدین، نقش مهمی در تعیین نگرش‌های سیاسی، اجتماعی و اخلاقی فرزندانشان ایفا می‌کنند. در صورتی که والدین نسبت به مذهب و سیاست، حساسیت زیادی داشته باشند، تلاش می‌کنند چنین حالتی را به فرزندانشان نیز منتقل سازند. به‌خصوص در سال‌های اولیه‌ی زندگی کودک، والدین اصلی‌ترین منبع واقعیت برای فرزندان‌اند. از این رو، فرزندان‌شان نیز تمایل دارند تا نگرش‌هایی که منعکس کننده‌ی ارزش‌های خانواده‌شان است را بپذیرند (سفیری و شریفی، ۱۳۸۴).

«ناجفل و ترن» از صاحب‌نظران عمده‌ی تئوری‌های هویت اجتماعی، معتقدند افراد خواهان حفظ احترام و ارزش اجتماعی خود هستند. بنابراین، آنان نگرش مثبتی به گروه مربوط به خود پیدا می‌کنند، زیرا گروه اجتماعی فرد، هویت و آرای ویژه‌ای برای وی به ارمغان می‌آورد. در نتیجه، مشابهت‌های روشنی میان افراد یک گروه پدید می‌آید و به موازات آن، تمایزات مشخصی نیز میان اعضای گروه‌های مختلف ایجاد می‌شود (همان).

لامب، هایر و مک دنیل، معتقدند که گروه‌های مرجع سه نوع اثر دارند: اثر اطلاعاتی، اثر شناسایی و اثر هنجاری. اثر اطلاعاتی بدین معناست که فرد از نظرها و عقاید اعضای گروه به عنوان مرجعی برای کسب اطلاعات استفاده می‌کند. اثر هنجاری، به دستاوردها و تجربه‌های گروهی اعضا و احساس تعلق به گروه برمی‌گردد. اثر شناسایی زمانی اتفاق می‌افتد که ارزش‌ها و هنجارهای گروه، برای فرد درونی شود (هاشمی، ب، ۱۳۸۳).

«تاموتسو شیبوتانی»^۲، صاحب‌نظر دیگری است که به بحث درباره‌ی مفهوم گروه مرجع پرداخته است. وی سه کاربرد برای این مفهوم بیان کرده است: ۱- گروهی که به‌عنوان مبنای

1. Kelley

2. Tamotsu Shibutani

مقایسه و ارزیابی قرار می‌گیرد ۲- گروهی که افراد میل به عضویت و مشارکت در آن دارند ۳- گروهی که رویکردهای آن مورد پذیرش کنشگران قرار می‌گیرد. وی معتقد است: «آنچه یک فرد انجام می‌دهد، به تعریفی که او از موقعیت دارد بستگی دارد. تعریف فرد از موقعیت نیز ناشی از رویکرد سازمان یافته‌ی اوست و این رویکرد، در جریان ارتباطات اجتماعی شکل می‌گیرد و از آن‌جا که گروه مرجع، گروهی است که رویکرد و دیدگاهش، چهارچوب مرجع افراد را تشکیل می‌دهد، انتخاب گروه مرجع نیز تحت تأثیر نوع ارتباطات اجتماعی، خصوصاً در جامعه توده‌ای مدرن می‌باشد و با تغییر شبکه‌ی ارتباطی، گروه‌های مرجع نیز تغییر می‌کنند و به تبع آن، دیدگاه‌ها و نگرش‌های افراد نیز تغییر می‌کنند (صدیق سروستانی و هاشمی، ۱۳۸۱).

«لئون فستینگر» نظریه‌پرداز روانشناسی اجتماعی، در تئوری خود با عنوان «مقایسه‌ی اجتماعی»، به بحث در مورد گروه مرجع پرداخته است. فستینگر معتقد است که افراد در مقایسه‌ی خود با سایرین، تمایل دارند خود را با کسانی مقایسه کنند که شباهت زیادی به آنان دارند. این کنجاوی و مقایسه، رفتارهای خاصی را در افراد به‌وجود می‌آورد و ممکن است آن‌ها را به ایجاد تغییراتی وادارد تا به وضعیت و ویژگی‌های اشخاص مورد مقایسه نزدیک شوند. هر چه اهمیت گروه مقایسه افزایش یابد، فشار برای هم‌شکلی بیشتر می‌شود (همان).

چهارچوب نظری تحقیق

شالوده‌ی اصلی چهارچوب مفهومی / نظری تحقیق حاضر، نظریه‌ی گروه مرجع در مکتب کارکردگرایی و خصوصاً نظریه‌ی رابرت مرتون می‌باشد، همچنین از نظریه‌های مظفر شریف^۱ و تاموتسو شیبوتانی^۲ نیز استفاده شده است.

«مظفر شریف» روانشناس ترک‌تبار آمریکایی در تحقیقاتش، به بررسی ابعاد هنجارهای گروه‌های مرجع پرداخته است. او در تعریف گروه‌های مرجع چنین می‌گوید: گروه‌های مرجع، گروه‌هایی هستند که فرد در صدد کسب عضویت آن‌هاست، 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 اجتماعی‌اش 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 و سازمان‌یابی درک فرد و هویتش نقش ایفا کند، گروه مرجع وی تلقی می‌گردد (صدیق سروستانی و هاشمی، ۱۳۸۱).

1. Muzafar Sherif

2. Tamotsu Shibutani

«تاموتسو شیبوتانی»، سه کاربرد برای مفهوم گروه مرجع بیان کرده است: (۱) گروهی که به عنوان مبنای مقایسه و ارزیابی قرار می‌گیرد (۲) گروهی که افراد میل به عضویت و مشارکت در آن دارند (۳) گروهی که رویکردهای آن مورد پذیرش کنشگران قرار می‌گیرد. وی معتقد است: «آنچه یک فرد انجام می‌دهد، به تعریفی که او از موقعیت دارد بستگی دارد (صدیق سروستانی و هاشمی، ۱۳۸۱).

نظریه‌ی گروه مرجع مرتون در سنت جامعه‌شناسی کارکردی قرار دارد. براساس مکتب کارکردی، وجود و بقای یک نهاد یا ساخت اجتماعی، معلول استعداد و نقش آن در تأمین کارکردهایی است که نیازهای ضروری نظام اجتماعی را تأمین و بقا و دوام آن را تضمین می‌کند. در واقع تحلیل این مکتب نظری، مبتنی بر تصویر نیازهای ضروری نظام اجتماعی و نهادهایی است که به تأمین این نیازها می‌پردازند. یکی از مهم‌ترین این ضرورت‌ها، جامعه‌پذیری به معنای فرایند انتقال ارزش‌ها و هنجارهای جامعه است. این فرایند، توسط نهادهایی از قبیل خانواده، مدرسه، رسانه‌ها، دوستان و ... به اجرا در می‌آید. گروه مرجع نیز در همین چهارچوب قرار می‌گیرد، زیرا گروه‌های مرجع در نهایت متولی انتقال برخی هنجارها (گروه‌های مرجع هنجاری) و تأمین ملاک‌ها و معیارهای لازم برای ارزیابی و محک زدن رفتارها و باورهای افراد هستند (گروه‌های مرجع تطبیقی). انسان‌ها برای ارزیابی و داوری رفتار و نگرش خود به گروه‌هایی مراجعه می‌کنند که چه بسا عضو آن هم نیستند، اما به دلیل کارکردهایی که برای افراد و ساختار اجتماعی دارند، الگوی ذهنی و عملی آنان قرار می‌گیرند. نظریه‌ی گروه مرجع، ادعان می‌دارد که از نظر اجتماعی، افراد تحت تأثیر گروه‌هایی قرار می‌گیرند که به گمان آن‌ها اهمیت زیادی دارند. آن‌ها گروه‌های مشخصی را به‌عنوان راهنما و الگوهای رفتار خود انتخاب می‌کنند (گروه‌های مرجع هنجاری). افراد، گروه‌هایی را به‌عنوان مبنایی برای مقایسه‌ی خود با دیگر افراد و گروه‌ها در نظر می‌گیرند (گروه‌های مرجع تطبیقی). افراد غالباً بیش از یک گروه را به‌عنوان گروه مرجع خود انتخاب می‌کنند (گروه‌های مرجع چندگانه). گروه‌های مشخصی که به عنوان 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 چاتمن، ۲۰۰۱).

مرتون معتقد است مسئله‌ی محوری گروه مرجع، پاسخ به این سؤال است که چه عوامل و زمینه‌هایی باعث می‌شود گروه‌های عضویت و یا غیرعضویت به‌عنوان مرجع برگزیده شوند؟ آیزنشتاد^۱ طی تحقیقی درباره‌ی مهاجران به اسرائیل این قضیه را مطرح ساخت که: انتخاب

1. Eisenstadt

گروه مرجع تابع قابلیت و توانایی گروه‌های خاص برای اعطای منزلت و پرستیژ اجتماعی به افراد است (مرتون، ۱۹۵۷: ۳۰۵).

طبق این فرضیه، به هر میزان که یک گروه قابلیت بیشتری برای تأمین پرستیژ اجتماعی (براساس ارزش‌ها و ساختار نهادی جامعه) داشته باشد، احتمال پذیرش آن به‌عنوان گروه مرجع بیشتر است. بنابراین ساختارهای اجتماعی با تعیین میزان پرستیژ و اقتدار گروه‌ها و درجه‌ی دسترسی و ارتباط با آنان، الگوی انتخاب گروه‌های مرجع منزلت بخش را تعیین می‌کنند. به عبارت دیگر این ارزش‌های اجتماعی هستند که منزلت و جایگاه اجتماعی گروه‌ها را تعیین می‌کنند و در نتیجه در انتخاب آن‌ها به‌عنوان گروه مرجع، نقش اصلی را ایفا می‌نمایند (هاشمی، ب، ۱۳۸۳).

حسب چهارچوب نظری تحقیق، در پاسخ به پرسش پنجم این مطالعه، آن‌چنان‌که در طرح مسأله آمده است، می‌توان این فرضیه را مطرح نمود که دانشجویان، گروه‌هایی را بیشتر به عنوان گروه‌های مرجع خود انتخاب می‌کنند که اولاً آن گروه‌ها از اهمیت بیشتری نزد آنها برخوردار باشند و ثانیاً آن گروه‌ها قابلیت اعطای منزلت اجتماعی بیشتری را نیز به این دانشجویان داشته باشند. به عبارت دیگر، هر گروهی که با اهمیت‌تر بوده و قابلیت اعطای منزلت اجتماعی بیشتری را به افراد (دانشجویان) داشته باشد، احتمال بیشتری دارد که به‌عنوان گروه مرجع انتخاب شود.

روش پژوهش

نوع پژوهش حاضر پیمایشی است. جامعه‌ی آماری این پژوهش را ۹۹۲۴ دانشجوی دانشگاه مازندران تشکیل می‌دادند که در سال تحصیلی ۹۲ - ۹۱ در این دانشگاه مشغول به تحصیل بوده‌اند. به روش نمونه‌گیری طبقه‌ای و با استفاده از فرکول کوکران، از کل ۹۹۲۴ دانشجوی مشغول به تحصیل در دوره‌های کارشناسی و کارشناسی‌ارشد در ۱۱ دانشکده، ۳۷۰ نفر به عنوان حجم نمونه‌ی این پژوهش در نظر گرفته شدند. پرسشنامه تحقیق با استفاده از تحقیقات قبلی خاصه پایان‌نامه‌ی دوره دکتری هاشمی (۱۳۸۳) و با بهره‌گیری از چهارچوب نظری تحقیق فراهم آمد. اطلاعات جمع‌آوری شده با استفاده از نرم‌افزار SPSS و تکنیک‌های آماری مناسب مورد تحلیل واقع شدند.

یافته‌های تحقیق

دیدگاه دانشجویان در خصوص ضرورت برخورداری از گروه‌های مرجع

حسب پرسش‌های بیان شده در این مطالعه (به طرح مسأله مراجعه شود)، سعی یافته‌های تحقیق ارائه و توصیف شود. اولین و دومین مسأله این پژوهش به بررسی دیدگاه دانشجویان دانشگاه مازندران در خصوص ضرورت گروه‌های مرجع اختصاص یافت. جهت دستیابی به هدف از دو زاویه موضوع مورد رسیدگی واقع شد: ۱. سطح فایده‌مندی برخورداری از گروه‌های در زندگی و ۲. سطح باورمندی آنها از مواجه شدن با مشکلات بدون بهره‌مندی از این گروه‌ها. داده‌های به‌دست آمده در این دو مورد در جداول زیر (۱ و ۲) قابل مشاهده است. چنان‌که مشاهده می‌شود ۹۳ درصد از پاسخگویان این مطالعه، داشتن الگو و سرمشق را در زندگی خود مفید ارزیابی کردند. ۹۱ درصد از آنها معتقدند که جوانان بدون راهنمایی دیگران در زندگی دچار مشکل می‌شوند.

جدول ۱: دیدگاه دانشجویان دانشگاه مازندران در خصوص وضعیت فایده‌مندی برخورداری از گروه‌های مرجع در زندگی

درصد	فراوانی	نظر دانشجویان در خصوص وضعیت فایده‌مندی
۲.۷	۱۰	بی فایده
۹۳.۲	۳۴۵	مفید
۴.۱	۱۵	بی نظر
۱۰۰	۳۷۰	جمع

جدول ۲: نظر پاسخگویان در مورد گویه‌ی «جوانان بدون راهنمایی دیگران در زندگی دچار مشکل می‌شوند»

درصد	فراوانی	نظرات در مورد راهنمایی دیگران
۵.۴	۲۰	مخالف راهنمایی دیگران
۹۰.۸	۳۳۶	موافق راهنمایی دیگران
۳.۸	۱۴	بی نظر
۱۰۰	۳۷۰	جمع

گروه‌های مرجع دانشجویان دانشگاه مازندران

اینکه چه گروه‌هایی و به چه میزان در نزد دانشجویان دانشگاه مازندران به‌عنوان گروه‌های مرجع محسوب می‌شوند، ۲۱ گروه به شکل طیف لیکرت در قالب پرسشنامه به این دانشجویان عرضه شد. یافته‌های بدست آمده نشان می‌دهد اولاً بیشتر دانشجویان الگوگیری‌شان محدود به چند گروه است (تعدد و تنوع پایین است) و در ثانی میزان بالای الگوگیری نیز به همین چندگروه اجتماعی (خانواده، دوستان، و اساتید دانشگاه) محدود می‌شود. سایر گروه‌های اجتماعی از این جهات از توجه معتنا بهی نزد دانشجویان برخوردار نمی‌باشند. گزاره‌های بیان شده با داده‌های ارائه شده در جدول ۳ منطبق است.

جدول ۳: ترتیب گروه‌های بر اساس میزان مرجع بودن برای دانشجویان دانشگاه مازندران

میزان مرجع بودن بر حسب طبقه‌بندی هفت‌گانه	گروه‌ها	تعداد پاسخگویانی که در حد متوسط به بالا از این گروه تأثیر می‌گیرند
خیلی زیاد	خانواده	۹۵ درصد
زیاد	دوستان	۷۰ درصد
متوسط رو به بالا	اساتید دانشگاه	۵۶٫۸ درصد
متوسط میانه	معلمان مدرسه	۴۵٫۵ درصد
	بستگان	۴۲ درصد
	مراجع تقلید	۴۱ درصد
	رسانه‌ی ملی	۳۸ درصد
متوسط رو به پایین	روحانیون	۳۰ درصد
	مطبوعات داخلی	۲۹ درصد
	روشنفکران موافق نظام	۲۸ درصد
	بسیجیان	۲۵ درصد
کم	سیاسیون اصول‌گرا	۱۷ درصد
	سیاسیون اصلاح‌طلب	۱۶ درصد
	ورزشکاران داخلی	۱۳ درصد
	سایر احزاب سیاسی	۱۲ درصد
خیلی کم	بازیگران داخلی	۹ درصد
	خوانندگان داخلی	۸ درصد
	ورزشکاران خارجی	۷ درصد
	بازیگران خارجی	۷ درصد
	خوانندگان ایرانی مقیم سایر کشورها	۶ درصد
	خوانندگان خارجی	۶ درصد

همان‌گونه که در جدول فوق مشاهده می‌شود، ۹۵ درصد پاسخگویان ابراز داشته‌اند که در فعالیت‌های مختلف زندگی، در حد متوسط و بالاتر از خانواده بهره می‌برند؛ به عبارت دیگر در زمینه‌های مختلف زندگی، خانواده بیشترین تأثیر را بر انتخاب دانشجویان می‌گذارد. پس از خانواده که در انتخاب‌های مختلف دانشجویان، در حد خیلی زیاد به‌عنوان گروه مرجع قرار می‌گیرند، گروه دوستان هستند که ۷۰ درصد پاسخگویان در حد متوسط و بالاتر از این گروه در انتخاب‌های مختلف زندگی‌شان به‌عنوان گروه مرجع بهره می‌برند. در رتبه‌ی بعدی اساتید دانشگاه قرار دارند که حدود ۵۷ درصد دانشجویان اظهار نموده‌اند که اساتید دانشگاه در حد متوسط و بالاتر، بر انتخاب‌شان در زمینه‌های مختلف تأثیر می‌گذارند. میزان بهره‌مندی از سایر گروه‌های اجتماعی به ترتیب مرجع قرارگیری‌شان در جدول قابل مشاهده است. یافته‌ی دیگری که از داده‌های جدول فوق قابل کشف و بیان می‌باشد این است که مشارکت‌کنندگان این مطالعه، بیشتر گروه‌هایی که در آن عضویت دارند را به‌عنوان گروه‌های مرجع انتخاب می‌کنند و از آنها الگو می‌گیرند (خانواده و دوستان) و گروه‌های غیرعضویتی در مراحل بعدی قرار دارند (اساتید دانشگاه، معلمان مدرسه، بستگان، مراجع تقلید و غیره). شاید بشود استلال نمود که دلیل مرجع قراردادی این گروه‌ها و اولویت‌دهی آنها در این زمینه به جهت اعتمادی باشد که به این گروه‌ها دارند و بهره‌مندی‌هایی است که از این گروه‌ها نصیب‌شان می‌شود. از یافته‌های فوق احتمالاً بتوان استنباط نمود که فرضیه‌ی گسست نسلی با داده‌های به‌دست آمده در این تحقیق (حداقل در خصوص موضوع مقاله) انطباق ندارد؛ دلیل آن این است که اگر دانشجویان با خانواده و والدین خویش تفاوت ارزشی و هنجاری عمیق داشته باشند، دیگر آنها را مرجع خویش قرار نمی‌دهند.

موضوعات و زمینه‌های الگوگیری دانشجویان از گروه‌های مرجع^۱ و میزان اثرپذیری از آنها

زیر عنوان فوق، به این موضوع پرداخته می‌شود که پاسخگویان بیشتر در چه موضوعات و زمینه‌هایی از گروه‌های مرجع تأثیر می‌پذیرند. برای دستیابی به این هدف از پاسخگویان خواسته شد (فکر می‌کنند تا چه حد به مشورت با این گروه‌ها برای تصمیم‌گیری در موضوعات بیان شده نیازمندند؟) موضوعات و زمینه‌های الگوگیری عبارت بودند از: انتخاب شغل، انتخاب

۱ در این پرسش نیز به مانند جدول ۳، تعداد ۲۱ گروه مرجع به دانشجویان به همراه موضوعات و زمینه‌های تأثیرپذیری به آنها ارائه شد تا معلوم شود این دانشجویان آیا در چه زمینه‌هایی و تا چه حد از این گروه‌های مرجع اثر می‌پذیرند.

دوست، انتخاب همسر، انتخاب لباس، انتخاب رشته‌ی تحصیلی و انتخاب کاندیدا در یک انتخابات.

پاسخگویان ابراز داشته‌اند که در زمینه‌ی انتخاب همسر نیاز به مشورت بیشتری نسبت به سایر فعالیت‌ها دارند. از آن‌جا که اکثر پاسخگویان مجرد و در سن ازدواج بوده‌اند، بدیهی است که مسأله‌ی انتخاب همسر از مهم‌ترین دغدغه‌های آن‌ها محسوب شود. انتخاب شغل، دومین موضوعی است که پاسخگویان نسبت به آن نیاز به مشورت دارند. در رتبه‌های بعدی نیز انتخاب رشته‌ی تحصیلی و انتخاب لباس جای می‌گیرند. انتخاب کاندیدا در یک انتخابات عمومی موضوعی است که پاسخگویان، کمترین نیاز به مشورت را در این مورد دارند و تقریباً خود را در این زمینه مستقل می‌دانند.

چرایی اجتماعی مرجع قراردعی گروه‌های نامبرده شده به‌عنوان گروه‌های مرجع

جهت سنجش چرایی اجتماعی مرجع قراردعی گروه‌های ۲۱ گانه نزد دانشجویان، دو عامل: ۱. میزان اهمیت‌مندی این گروه‌ها نزد دانشجویان و ۲. سطح منزلت اجتماعی‌ای که این گروه‌های مرجع به دانشجویان اعطا می‌کنند، استفاده شده است. داده‌های به‌دست آمده از طریق به-کارگیری رگرسیون، نشان می‌دهد که این عوامل، عوامل اثرگذاری بر انتخاب این گروه‌ها به عنوان گروه‌های مرجع بوده است. به‌عبارت دیگر، دانشجویان این گروه‌های عضویتی یا غیرعضویتی را به‌عنوان گروه‌های مرجع انتخاب می‌کنند به این دلیل که آنها اهمیت‌مند هستند و نیز از این طریق می‌خواهند به منزلت اجتماعی دست یابند.

جمع‌بندی، بحث و نتیجه‌گیری

اشخاص و گروه‌های مرجع نقشی اساسی در زندگی عامل‌های اجتماعی ایفا می‌نمایند. نقش‌های منزلتی، هویتی، و تربیتی می‌توانند از جمله نقش‌های مهم اشخاص و گروه‌های مرجع در زندگی اجتماعی محسوب شوند. الگو قراردعی فرد یا گروه در زندگی می‌تواند به منزلت اجتماعی فرد و ویژگی هویتی او تأثیر بگذارد و همچنین در نحوه‌ی احساس کردن، اندیشیدن و کنش وی اثر هدایت‌کننده و کنترلی ایفا نماید. در نتیجه، اشخاص و گروه‌های مرجع، می‌توانند بخشی مهم از زندگی اجتماعی انسان‌ها از جمله دانشجویان به شمار آیند.

اهداف اساسی و مشخص این مطالعه در راستای بررسی واقعی تحلیل نظری فوق بنا شده است و از این رو طرح و بررسی مسایل زیر در این مطالعه مدنظر قرار گرفته است: جستجو در خصوص دیدگاه دانشجویان دانشگاه مازندران در مورد ضرورت داشتن الگو و گروه مرجع در

زندگی، نوع گروه‌های مرجع این دانشجویان و میزان الگوگیری از آنها در زندگی، موضوعات و زمینه‌های الگوگیری این دانشجویان از آن گروه‌های مرجع و در نهایت چرایی اجتماعی مرجع قراردادی این گروه‌ها در زندگی. به‌طور شفاف‌تر می‌توان بیان نمود که پنج پرسش زیر در این پژوهش مورد کاوش واقع شده است: ۱. دیدگاه دانشجویان دانشگاه مازندران در خصوص ضرورت برخورداری از گروه‌های مرجع در زندگی چیست؟ ۲. گروه‌های مرجع دانشجویان دانشگاه مازندران را چه افراد یا گروه‌هایی تشکیل می‌دهند؟ ۳. آیا دانشجویان دانشگاه مازندران بیشتر گروه‌هایی را که در آن عضویت دارند به‌عنوان گروه مرجع انتخاب می‌کنند یا گروه‌هایی را که در آن عضو نیستند؟ ۴. دانشجویان دانشگاه مازندران، بیشتر در چه زمینه‌هایی از گروه‌های مرجع بهره می‌برند؟ و ۵. چرا این دانشجویان آن افراد یا گروه‌ها را به‌عنوان گروه‌های مرجع خود انتخاب کرده‌اند؟

نظریه‌ی گروه‌های مرجع رابرت مرتون راهنمای اصلی این تحقیق است. با استفاده از فرمول کوکران و به روش نمونه‌گیری طبقه‌ای از مجموع ۹۹۲۴ دانشجوی دانشگاه مازندران در سال تحصیلی ۹۱-۹۲، ۳۷۰ نفر از این دانشجویان به‌عنوان حجم نمونه‌ی تحقیق انتخاب شدند. مهم‌ترین یافته‌های این تحقیق عبارتند از:

- ۹۳ درصد از پاسخگویان این مطالعه، داشتن الگو و سرمشق را در زندگی خود مفید ارزیابی کردند.
- ۹۱ درصد از آن‌ها معتقدند که جوانان بدون راهنمایی دیگران در زندگی دچار مشکل می‌شوند.
- خانواده، دوستان، اساتید دانشگاه و معلمان دوران مدرسه به ترتیب مهم‌ترین گروه‌های مرجع دانشجویان دانشگاه مازندران می‌باشند.
- میزان مشارکت‌کنندگان این مطالعه که از حد متوسط به بالا گروه‌های فوق را به‌عنوان گروه‌های مرجع خویش برگزیدند، به ترتیب عبارتند از: خانواده: حدود ۹۵ درصد (خیلی زیاد)، دوستان: حدود ۷۰ درصد (زیاد)، اساتید دانشگاه: حدود ۵۷ درصد (متوسط رو به بالا).
- مهم‌ترین گروه‌های مرجع این دانشجویان مربوط به گروه‌های عضویت (خانواده و دوستان) هستند.
- در میان گروه‌های غیرعضویت، اساتید دانشگاه و معلمان دوران مدرسه مهم‌ترین گروه‌های مرجع پاسخگویان هستند.
- بسیاری از گروه‌های غیرعضویت، نزد اکثر مشارکت‌کنندگان این پژوهش به‌عنوان گروه‌های مرجع محسوب نمی‌شوند.

- دانشجویان دانشگاه مازندران، بیشتر در زمینه‌ی انتخاب همسر، انتخاب شغل، امور مربوط به فعالیت‌های مذهبی، انتخاب رشته‌ی تحصیلی و نیز آرایش و تیپ ظاهری نسبت به زمینه‌های دیگر، از گروه‌های مرجع بهره‌مند می‌شوند.
- در همه‌ی زمینه‌های مورد تحقیق، دانشجویان بیشترین اثرپذیری را از خانواده داشته‌اند. بیشترین تأثیر خانواده مربوط به انتخاب همسر، انتخاب کاندیدا، انتخاب شغل، پایبندی به هنجارهای دینی و اجتماعی، انجام فعالیت‌های مذهبی و آرایش و تیپ ظاهری می‌باشد. بیشترین تأثیر دوستان در زمینه‌های انتخاب کاندیدا، انتخاب دوست، انجام فعالیت‌های مذهبی و آرایش و تیپ ظاهری می‌باشد.
- همخوان با اکثر نتایج تحقیقات داخلی مورد نظر قرار گرفته در این مطالعه، خانواده مهم‌ترین گروه مرجع دانشجویان دانشگاه مازندران نیز می‌باشد.
- علاقه‌مندی به گروه و کسب منزلت اجتماعی دو دلیل اصلی انتخاب این گروه‌ها به‌عنوان گروه‌های مرجع نزد این دانشجویان است.
- اینکه چه عوامل اجتماعی دیگری می‌تواند در تعیین گروه‌های مرجع دانشجویان اثرگذار باشد، آیا اعتماد اجتماعی عنصر و متغیر کلیدی برای مرجع قرارگیری گروه‌ها محسوب می‌شود، گروه‌های مرجع منفی دانشجویان و دیگر گروه‌های اجتماعی کدامند، آیا پایین بودن سطح مرجع قرارگیری بسیاری از گروه‌های غیرعضویتی در حوزه‌های مختلف (سیاسی، فرهنگی، مذهبی) نزد دانشجویان احتمال وجود شکاف اجتماعی (پایین بودن سطح پیوند اجتماعی دانشجویان با دیگر گروه‌های اجتماعی) را در جامعه نشان می‌دهد، موضوعاتی است که نیاز به تأمل و بررسی جامعه‌شناختی دارد.

منابع

- آزاد ارمکی، تقی و غفاری، غلامرضا (۱۳۸۷)، جامعه‌شناسی نسلی در ایران، پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- آقاجانی دفرازی، حمید. (۱۳۸۶)، وضعیت جایگاه معلمان به‌عنوان گروه مرجع دانش‌آموزان و عوامل مؤثر بر آن؛ پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد؛ استاد راهنما: دکتر فاروق خارابی.
- ایزاری، مهدی؛ صمدی، سعید و صفری، علی (۱۳۸۶)، تابستان، نقش گروه‌های مرجع در ترغیب افراد به سرمایه‌گذاری در بورس اوراق بهادار، مجله بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، سال ۱۴، شماره ۴۸، ۳-۲۲.

- جمالی، جواد (۱۳۸۳)، مدیریت و برنامه‌ریزی فرهنگی برای گروه‌های مرجع؛ پایان‌نامه کارشناسی ارشد با عنوان، استاد راهنما: دکتر شهناز هاشمی.
- دوچ، مورتون و کراوس، م. روبرت (۱۳۷۴)، نظریه‌ها در روانشناسی اجتماعی، (مرتضی کتبی، مترجم) تهران: دانشگاه تهران.
- رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۷۸)، آناتومی جامعه، تهران: انتشار.
- ستارزاده، محمود (۱۳۹۰)، گروه مرجع و مصرف فرهنگی جوانان؛ پایان‌نامه دوره کارشناسی ارشد، دانشگاه مازندران، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی.
- سفیری، خدیجه، و شریفی، نیره (۱۳۸۴، بهار)، بررسی سلسله مراتب ارزشی دانشجویان و رابطه آن با گروه‌های مرجع. نامه علوم اجتماعی، ۷۷-۱۰۶.
- شکوری، سیما (۱۳۸۷)، بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر انتخاب گروه‌های مرجع توسط دانشجویان مقطع لیسانس؛ پایان‌نامه کارشناسی ارشد، استاد راهنما: دکتر طهمورث شیری.
- صدیق سروستانی، رحمت‌الله و هاشمی، سید ضیاء (۱۳۸۱)، پاییز و زمستان، گروه‌های مرجع در جامعه‌شناسی و روانشناسی اجتماعی با تأکید بر نظریه‌های مرتن و فستینگر. نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۰، ۱۴۹-۱۶۷.
- عبدی، عباس و گودرزی، محسن (۱۳۷۸)، تحولات فرهنگی در ایران، انتشارات سروش. چاپ اول، تهران.
- عیدی، محمد رضا (۱۳۸۲)، تبیین کارکردی رابطه خانواده و جرایم اجتماعی، ناشر پژوهشکده خانواده.
- غلامرضا کاشی، محمدجواد (۱۳۸۲)، بررسی ابعاد پدیده شکاف نسلی در ایران، تهران، دفتر طرح‌های ملی وزارت ارشاد.
- فضایی اخلاقی، غلامرضا (۱۳۸۳)، شناخت روش‌های تأثیرگذاری گروه‌های مرجع بر جوانان و نوجوانان، بازیابی از پایگاه اطلاع رسانی جوان Aqrjavan.org، مؤسسه خدمات مشاوره‌ای جوانان و پژوهش‌های اجتماعی.
- مختاری، احمد (۱۳۸۵)، بررسی گروه‌های مرجع دانش‌آموزان ایرانی شاغل به تحصیل در مجتمع‌های آموزشی ایرانیان در سوریه، اداره کل آموزش و پرورش مدارس خارج از کشور، سرپرستی مدارس جمهوری اسلامی ایران در سوریه، لبنان و اردن.
- معیدفر، سعید (۱۳۸۷)، مشکل استقلال جوانان و تأثیر آن در نگرش‌های سیاسی آنان، مجموعه مقالات و گفت‌وگوهای "امروز و فردای جوان ایرانی"، انتشارات مؤسسه تحقیقات و توسعه انسانی.
- معین، محمد (۱۳۷۱)، فرهنگ فارسی (جلد ۳). تهران: مؤسسه انتشارات امیر کبیر.
- مکارم شیرازی، ناصر (۱۳۸۷)، اخلاق در قرآن، قم: امام علی بن ابیطالب (ع).
- میرطالبی، سید محسن (۱۳۷۹)، نقش و اهمیت الگوها در تربیت و پرورش نسل جوان از دیدگاه اسلام، پایان‌نامه کارشناسی ارشد با عنوان استاد راهنما: دکتر محمد حسن آموزگار.

- هاشمی، سیدضیاء.(الف): (۱۳۸۳، بهار)، خانواده مهم‌ترین گروه مرجع جوانان در تهران، فصلنامه فرهنگ عمومی، ۴۳-۵۲.
- هاشمی، سیدضیاء.(ب): (۱۳۸۳)، گروه‌های مرجع جوانان در شهر تهران. پایان‌نامه‌ی دکترا. تهران: دانشگاه تهران.
- هاشمیان‌فر، جمشید (۱۳۷۷)، الگوگزینی جوانان و عوامل مؤثر بر آن. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد؛ دانشگاه شهید بهشتی، دانشکده ادبیات.
- Abbasi.A. A. A. (2004). Socialization Process in Society and Selected References Group by Young Adults(A survey on causes of reference group selection,in Iranian Young Adults). Babol: Eslamic Azad University.
- Dawson, M. E. & Chatman, E. A. (2001). "Reference group theory with implications for information studies: a theoretical essay.". Retrieved from Information Research, 6(3) Available at: <http://InformationR.net/6-3/paper105.html>.
- Merton, R. K. (1957). Social theory and social structure. Glencoe: Free Press.

