

تغییرات نگرشی جوانان به گروه‌های مرجع

حسن کلاشلو^۱

فریده عقیلی^۲

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۲/۲

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۸/۳/۲۸

با توجه به جمعیت جوان کشور، سنجش نگرش و تحولات جوانان در زمینه گروه‌های مرجع مورد توجه جدی سیاستگذاران و تصمیم‌گیران نظام می‌باشد. گروه مرجع، یکی از مهم‌ترین منابع هویت‌بخشی به افراد و شکل‌دهی به ارزش‌ها و هنجارها و در نهایت رفتار آنان است. به تبع اهمیتی که گروه مرجع برای جهت‌دهی به رفتار و کردار اعضای یک گروه یا جامعه دارد، در صورتی که گروه مرجع فرد یا افرادی تغییر کند، ارزش‌ها و هنجارهایی مورد پذیرش آنان قرار می‌گیرد که با ارزش‌ها و هنجارهای مورد پذیرش گروه عضویتی او در تضاد و تخاصم قرار می‌گیرد و او را به رویارویی با گروه عضویتی می‌کشاند. برای بررسی روند تغییرات و تحولات صورت گرفته در این تحقیق، با استفاده از پیمایش‌های ملی انجام شده در طی سال‌های ۱۳۸۶ الی ۱۳۹۵، گویه‌هایی که می‌توانستند در بررسی این مفهوم تاثیرگذار باشند، استخراج و سپس با همسان‌سازی سنجه‌ها، روند تغییرات نگرشی جوانان در این بازه زمانی مشخص شده است. به این منظور، مفهوم گروه‌های مرجع به صورت موضوعی در مقولات مختلف تقسیم و گویه‌هایی که معرف هر کدام از این مقوله‌ها بودند، استخراج شدند و در نهایت روند تغییرات نگرشی جوانان در این زمینه ترسیم گردید. روش تحقیق، تحلیل ثانویه است که به مقایسه نتایج پژوهش‌های ملی - با جامعه آماری مشابه، شیوه نمونه‌گیری یکسان و دارای گویه‌های مشابه - می‌پردازد. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که نسل جوان خود را در چهارچوب هنجارهای گذشتگان تعریف نمی‌کند و ارزش‌ها و نگرش‌هایشان در برخی از حوزه‌ها تغییر یافته است؛ با این حال خانواده برای جوانان نقش بنیادین و مهمی داشته و افراد موثر در الگوپذیری جوانان به طور عمده‌ای در محدوده اعضای خانواده به ویژه والدین قرار دارند.

واژگان کلیدی: جوانان، تغییرات نگرشی و گروه‌های مرجع

^۱ - معاون پشتیبانی و توسعه پژوهش، مرکز مطالعات و پژوهش‌های راهبردی، وزارت ورزش و جوانان، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

Email: h.kalashloo@msy.gov.ir

^۲ - رئیس گروه مطالعات و پژوهش‌های فرهنگی و اجتماعی، مرکز مطالعات و پژوهش‌های راهبردی، وزارت ورزش و جوانان، تهران، ایران

مقدمه

مطالعه و بررسی پدیده‌های اجتماعی و فرهنگی در دوران حاضر نمی‌تواند بر اساس رویکردهای تک علتی صورت گیرد. افزون بر اینکه واقعیت‌های اجتماعی در ایران خصلت منظومه‌ای و چندوجهی دارند. خرده‌نظام‌های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی هر یک در ساختن حوادث و رخداد‌های اجتماعی ایران معاصر نقش آفرین می‌باشند بدین لحاظ، ضمن توجه و تأکید بر دریافت چندوجهی واقعیت‌ها ارزیابی وضعیت نسلی در تحولات مهم می‌باشد.

وجه تمایز مردم جوامع مختلف نگرش‌ها، ارزش‌ها، و مهارت‌های اصلی و پایدار آنان است. به بیان دیگر، فرهنگ آنان با هم تفاوت دارد. در چند دهه گذشته تغییرات اقتصادی، تکنولوژیکی و اجتماعی - سیاسی، فرهنگ‌های جوامع پیشرفته صنعتی را از جنبه‌های بسیار مهم دگرگون ساخته است. انگیزه‌هایی که مردم را به کار و می‌دارد و مسائلی که سبب بروز برخورد سیاسی می‌شود همه دگرگون شده است تا بدان حد که می‌توان اظهار داشت در تمام کشورهای پیشرفته خواست مردم از زندگی تغییر کرده است.

خانواده، ابتدایی‌ترین و کوچکترین واحد اجتماعی است که در تعیین گروه‌های مرجع برای نوجوانان و جوانان نقش محوری دارد. این امر از طریق آموزش و تربیت اعضا عملی می‌شود و سهم زیادی در شکل دادن به شخصیت روانی، اجتماعی و فرهنگی نوجوانان و جوانان و همچنین انتقال ارزش‌ها و هنجارهای جامعه دارد (ویولت و گارلند، ۱۹۸۶، تاکانو و سوگون، ۲۰۰۸).

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 فرآیند 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 دهه 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 توسعه شهرنشینی، گسترش ارتباطات اجتماعی و افزایش چشمگیر فعالیت رسانه‌های جمعی داخلی و خارجی و ... شرایط اجتماعی جدیدی برای گروه‌های مختلف، 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. انسان موجودی اجتماعی است و اعمال و رفتارهای او متأثر از ارزش‌ها، هنجارها و قوانین گروه می باشد. جامعه‌پذیری جوانان تحت تأثیر دو پدیده شکل می‌گیرد: یکی فردیت جوان و دیگری ساخت‌های اجتماعی که بر او تأثیر می‌گذارند که مهمترین آنها عبارت اند از: خانواده، مدرسه، گروه‌های همسال و دین (شفرز، ۱۳۸۳: ۱۳۷). در فرآیندی با عنوان «جامعه‌پذیری» است که ارزش‌ها و هنجارهای یک جامعه به نوجوانان و جوانان منتقل و آنها به اصطلاح اجتماعی می‌شوند و طی همین فرآیند است که هویت اجتماعی‌شان شکل می‌گیرد.

گروه‌های مرجع، الگوهایی هستند که افراد در هنگام داوری و ارزیابی شیوه‌های اجرای نقش‌هایشان آنها را در نظر دارند. این گروه‌ها، یکی از معیارهایی به شمار می‌آیند که هر فردی هنگام ارزیابی رفتار نقش خود در یک موقعیت معین از آنها استفاده می‌کند. شیوه اجرای نقش هر فرد، در مقایسه با دیگرانی که همان نقش را ایفا می‌کنند، سنجیده می‌شود. او از طریق این گونه مقایسه می‌تواند تشخیص دهد که آیا نقش خود را به درستی انجام داده است یا نه. همچنان که نقش فرد در جامعه دگرگون می‌شود، گروه‌های مرجعی که مبنای ارزیابی او هستند، نیز دگرگون خواهند شد (کوئن، ۱۳۸۴: ۶۳). در جریان جامعه‌پذیری افراد، گروه‌های مرجع از اهمیت ویژه‌ای برخوردارند و در شکل‌گیری شخصیت آنها تأثیرات فراوانی دارند. بر این اساس مقاله سوالات اصلی در این مقاله این است که گروه مرجع جوانان چه کسانی هستند؟ آیا گروه‌های مرجع در میان جوانان در حال تغییر است؟

پیشینه پژوهش

حاتمی و همکاران در پژوهشی با موضوع «روند تغییرات نگرشی نسل سوم در گروه‌های مرجع در دهه ۱۳۸۰» به بررسی سه پیمایش ملی مربوط به سال‌های ۱۳۸۱، ۱۳۸۲ و ۱۳۸۵ پرداختند. نتایج نشان می‌دهند روند تغییرات گروه‌های مرجع در بین جوانان در اعتماد این قشر به روحانیون روندی کاهشی داشته و الگوهای رفتاری خود را از معلمان، اساتید و ورزشکاران اقتباس نموده‌اند. (حاتمی و همکاران، ۱۳۹۵)

خسروشاهی در پژوهشی با موضوع «بررسی گروه‌های مرجع در شهر تهران» نشان داد که گرایش جوانان ۱۵ الی ۲۹ ساله برخی مناطق شهر تهران به گروه‌های مرجع غیرخودی در حال افزایش است. همچنین

تاثیرگذارترین گروه‌ها در زمینه دنبال کردن آرزوها و اهداف به ترتیب اعضای خانواده و دوستان نزدیک و کمترین به ترتیب هنرمندان، ورزشکاران و روحانیون بوده‌اند. (خسروشاهی، ۱۳۹۰)

هزارجریبی و شالی در فراتحلیلی با موضوع «بررسی چرایی دگرگونی‌های گروه مرجع در بین دانشجویان» نتیجه‌گیری نموده‌اند که الگوپذیری از والدین به عنوان گروه مرجع و موثرترین عامل جامعه‌پذیری برای پسران نسبت به دختران تضعیف شده است. همچنین گروه‌های مرجع و دیگران مهم اکثریت قابل توجهی از دانشجویان در عرصه‌های مختلف، نمایندگان فرهنگ بومی (دینی و ملی) جامعه ایران‌اند. (هزارجریبی و صفری شالی، ۱۳۹۵)

غیور باغبانی و اصغرپور پژوهشی را با موضوع «عوامل موثر بر اولویت‌بندی گروه‌های مرجع جوانان» در بین ۳۰۰ دانشجوی دانشکده ادبیات دانشگاه فردوسی مشهد اجرا نموده‌اند. تاثیر جنسیت، تحصیلات و درآمد خانواده بر اولویت‌بندی گروه‌های مرجع میان دختران و پسران دانشجو مورد آزمون قرار گرفته است. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که متغیر جنسیت در انتخاب گروه‌های مرجع اصلی تاثیر نداشته و انتخاب دانشجویان بیشتر تحت تاثیر متغیرهای تحصیلات و درآمد معنادار بوده‌اند. (غیورباغبانی و اصغرپور، ۱۳۹۲)

جانعلیزاده و همکاران «تحلیل جامعه‌شناختی گروه‌های مرجع دانشجویان دانشگاه مازندران» را مورد بررسی و مطالعه قرار داده‌اند. یافته‌های این پژوهش حاکی از آن است که بیش از ۹۰ درصد از پاسخگویان داشتن الگو و سرمشق را در زندگی خود مفید ارزیابی نموده‌اند. خانواده، دوستان، اساتید دانشگاه و معلمان دوران مدرسه به ترتیب مهمترین گروه‌های مرجع دانشجویان می‌باشند. علاقه‌مندی به گروه و کسب منزلت اجتماعی دو دلیل اصلی انتخاب این گروه‌ها به عنوان گروه‌های مرجع نزد این دانشجویان بوده است. (جانعلیزاده چوب بستی و همکاران، ۱۳۹۲)

تعاریف و مفهوم‌پردازی‌ها در ادبیات گروه مرجع

جوانی به مثابه مهلت

عقل سلیم به ما می‌گوید که جوانی، مشخصه‌ای طبیعی و غیرقابل اجتناب از سن معین زیستی است؛ طبقه‌بندی ارگانیک افرادی است که در اثر سن خود، مواضع اجتماعی خاصی را اشغال می‌کنند، اما جامعه‌شناسانی چون تالکوت پارسونز این ایده را به چالش کشیده‌اند. جوانی، مقوله‌ای جهانی و زیستی

نیست، بلکه برساخته متغیر اجتماعی و فرهنگی است که در برهه‌ای خاص از زمان تحت شرایطی مشخص، ایجاد می‌شود. (کریس بارکر، ۲۰۰۹: ۶۷۷)

از نظر پارسونز (۱۹۶۳، ۱۹۴۲) جوانی یا نوجوانی، مقوله‌ای اجتماعی است که مقارن با تغییر نقش‌های خانوادگی در اثر توسعه سرمایه‌داری، ظهور کرده است. وی معتقد است در جوامع پیشاسرمایه‌داری، خانواده همه کارکردهای اصلی بیولوژیکی، اقتصادی و فرهنگی بازتولید اجتماعی را ایفا می‌کرد. تغییر از کودکی به بزرگسالی را مناسب گذار مشخص می‌کرد و دوره طولانی جوانی یا نوجوانی وجود نداشت. مقارن با ظهور نقش‌های تخصصی، عمومیت یافته و عقلانی شده و نقش‌های بزرگسالان در جوامع سرمایه‌داری، گسستی میان خانواده و جامعه بزرگتر به وجود آمد. چنین گسستی نیازمند فضای فرهنگی تغییر، آموزش و جامعه‌پذیری برای جوانان بود. این تغییر فقط با مقوله جوانی مشخص نمی‌شود، بلکه همچنین به مثابه مهلتی برای بی‌مسئولیتی ساختاریافته میان کودکی و بزرگسالی نیز هست. در چنین جایی بود که فرهنگ جوانان توانست ظهور کند. معنای جوانی، به منزله برساخته‌ای فرهنگی طی زمان و در مکان‌های مختلف و نیز بر مبنای این که چه کسی به چه فرد دیگری جوان اطلاق کند، تغییر می‌کند. جوانی بر ساخته گفتمانی است که شیوه سازمانی و ساختار یافته‌ای آن را شکل می‌دهد که درباره آن سخن می‌گوییم و آن را به منزله مقوله‌ای از افراد به وجود می‌آوریم. گفتمان‌های سبک، ایماژ، تفاوت و هویت در این زمینه از اهمیتی ویژه برخوردارند. (کریس بارکر، ۲۰۰۹: ۶۸۳)

دردسر و خوش گذرانی

بسیاری از بزرگسالان به جوانی به گونه‌ای می‌نگرند که گویی فقط مرحله‌ای برای گذار است، اما جوانان برای جوانی خود به منزله عرصه‌ای ممتاز سرمایه‌گذاری می‌کنند تا آن را به صورت زمینه‌ای برای احساس تفاوت خود در آورند. این سرمایه‌گذاری شامل امتناع از پذیرش هویت‌هایی است که به مثابه تکرار مکررات زندگی روزمره، خسته‌کننده به نظر می‌رسند. جوانی به صورت دال ایدئولوژیکی در آمده است که با ایماژهای یوتویپایی آینده تغذیه می‌شود. همینطور، اغلب از آن تصویری به منزله تهدیدی بالقوه برای هنجارها و قاعده‌مندی‌های موجود ترسیم می‌شود. بنابراین، «جوانی به صورتی تردیدآمیز ارزش‌گذاری شده است» (گراسبرگ، ۱۹۹۲).

تغییرات جمعیتی

جمعیت کشور، طی دو دهه به دو برابر افزایش یافته و جامعه به شدت جوان شده است. بدون شک، تمامی عرصه‌های سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی کشور از این متغیر جمعیت‌شناختی متأثر شده است. افزایش جمعیت با خود، از یک سو، افزایش و تنوع مطالبات و تقاضاها (بخصوص در زمینه فرهنگی-اجتماعی) و از سوی دیگر، کاهش نظارت، کنترل و پاسخگویی به این مطالبات را به همراه داشته است. این شرایط، به نوبه خود، زمینه‌ساز رویگردانی از خود و روی‌آوری به غریبه شده است. دقیقاً در بستر همین گسست و پیوست روحی و روانی است که قاچاق کالاها و فرهنگی به مثابه یک حرفه بسیار پردرآمد بروز و ظهور می‌کند. (تاجیک، ۱۳۸۶: ۱۴۸)

در ادبیات اجتماعی و تاریخی مربوط به ایران، جامعه ایران به عنوان جامعه‌ای که در گذار تاریخی خود با حوادث و مشکلاتی اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی مواجه است، تعبیر شده است. کودتا، انقلاب، شورش، جنبش‌های اجتماعی، اعتصاب، مهاجرت داخلی و خارجی، بحران‌های اجتماعی، تعارض در حوزه قدرت و تحولات فرهنگی هر کدام در مراحل از تاریخ تحولات ایران ثبت شده است. وجود تجربه‌های متعدد سیاسی، اجتماعی و فرهنگی در مقیاس‌های داخلی و خارجی موجب شده است تا تحولات این جامعه خصلت چند وجهی پیدا کند. در این صورت داوری در مورد ماهیت حوادث شکل گرفته یا در حال وقوع را نمی‌توان به یک عامل یا متغیر تقلیل داد. تأکید صرف بر اهمیت عوامل اقتصادی یا فرهنگی و سیاسی، در طول سده گذشته در مورد روند و ماهیت تغییرات در ایران در میان سیاستمداران و روشنفکران ایرانی وجود داشته است. این نوع ارزیابی‌ها بیش از اینکه علمی باشد، سیاسی و ایدئولوژیک است و به همین دلیل داوری‌های ارائه شده صرفاً در میان گروه طرفدار و در زمان خاص از اهمیت برخوردار بوده است. (تاجیک، ۱۳۸۶: ۱۵۲)

به نظر بالس، نظریه پردازان فرهنگ عامه و نیز تاریخ‌نگاران بر این اعتقادند که ظاهراً در حدود هر ده سال شکل جدیدی از ذهنیت نسلی ظهور می‌کند (بالس، ۱۳۸۰: ۶).

ورنون شکاف‌های سیاسی را به چهار دسته شکاف‌های ساختاری-اجتماعی، شکاف‌های خاص، شکاف‌های وضعی و شکاف‌های رفتاری تقسیم نموده است. شکاف‌های ساختاری را شکاف‌هایی دانسته‌اند که به مقتضای وجود جامعه وجود دارند و ناشی از طبع جامعه بشری هستند. شکاف‌های طبقاتی، جنسی و نسلی را در زیرمجموعه شکاف‌های ساختاری-اجتماعی قرار داده‌اند. (تاجیک، ۱۳۸۱: ۲۶۸)

به نظر می‌آید که سنخ تحولات دنیای معاصر بیشتر در فرآیند تعاملی / تقابلی صورت می‌گیرد تا تقابلی یا تعاملی صرف. از طرف دیگر، روند تحولات در دنیای معاصر و ایران بیشتر فرهنگی براساس کارگزاری گروه‌های سنی - جنسی تا طبقاتی و ایدئولوژیکی است. تفکیک جنسی - نسلی در کنار تفکیک گروه‌های حرفه‌ای و منزلتی در خور توجه است.

ایزشتاد در تحلیلی که از نسل‌ها و روابط بین نسل‌ها ارائه نموده، به خوبی نشان داده که درک هر نسل از جامعه، اشیاء و زندگی مبتنی بر شرایطی است که در آن رشد یافته، تجاربی که به دست آورده و مرارت‌هایی که متحمل گردیده است. رفتار نسلی که در شرایط جنگ و محرومیت رشد یافته با نسلی که جز صلح و رفاه به خود ندیده، متفاوت است. در جوامع پیچیده مبتنی بر تحولات سریع، تضاد نسل‌ها غیرقابل اجتناب است (روشه، ۱۳۶۸: ۱۳۶).

برخی از صاحب‌نظران معتقدند که نسل‌ها را می‌توان در مقاطع زمانی ده ساله مورد توجه قرار داد و از مفهوم دهه نسلی استفاده نمود؛ آن چنان که بالس بیان می‌نماید حدوداً در هر ده سال، ما از فرهنگ، ارزش‌ها، پندها، علایق هنری، دیدگاه‌های سیاسی و قهرمان‌های اجتماعی خود تعریفی جدید ارائه می‌کنیم. این مجموعه در هر یک دهه به نحوی بارز دگرگون می‌شود و لذا می‌توان عناصر آن را به نحو معنادار مشخص کرد. به نظر می‌رسد که دهه، تقریباً کوچکترین واحد زمانی است که به عنوان شاخص برای تعیین فرهنگ جمعی می‌توان به کار برد (بالس، ۱۳۸۰: ۷).

تجربه تحقیق در ایران نشان دهنده تغییرات بی‌معنا و سریع در حوزه اجتماع و فرهنگ نیست. جریان تغییر فرهنگی درگیری مستمر نسلی با فرهنگ را می‌رساند، زیرا نسل جدید در جهت اخذ فرهنگ بیرونی - غربی - یا فرهنگ شهری بدون توجه به فرهنگ خود نیست. از طرف دیگر، فرهنگ بومی نیز در جریان تحول مستمر است. با این توضیح است که می‌توان مدعی شد ورود نسل جدید همراه با تغییر فرهنگی است. (آزاد ارمکی و غفاری، ۱۳۸۳)

به لحاظ روانی و اجتماعی، نسل جدید، نسل ویرانگر نیست، بلکه نسل تحول‌گرا و تغییر طلب است؛ در حالی که رویکرد سوم این نسل را نسل ویرانگر و رویکرد اول نسل جدید را نسل گیج و بلا تکلیف می‌شناسد. تجربه نشان می‌دهد، نسل جدید با امکاناتی که در اختیار دارد (تحصیلات، آشنایی با جهان، آرزوها و آمال جدید، تجربه جنگ و انقلاب، نارسایی اقتصادی - اجتماعی ناشی از تحولات و ...) خواهان و طالب تغییر با توجه به ظرفیت‌ها و واقعیت‌های فرهنگی اجتماعی است. (تاجیک، ۱۳۸۶: ۷۴)

نسل جوان در ایران در فضای فرهنگی در سطوح ملی - جهانی قرار گرفته و عامل تغییر فرهنگی به سوی جهانی نو با ویژگی ملی - جهانی می‌باشد. این نسل با طرح علائق، نیازها و گرایش‌هایش تلاش دارد تا فرهنگ را دچار تکاپوی بیشتر نماید و ساختار مدرن‌تر به فرهنگ بدهد. از این رو بهتر است به سهم این نسل در تغییر فرهنگی بر اساس الگوی اینگلهارت از ارزش‌های سنتی به مدرن در چارچوب فرهنگ ملی - جهانی اشاره شود. (عبدی و گودرزی، ۱۳۷۸: ۹۵)

براساس مطالعات صورت گرفته، در کل جامعه ایرانی را می‌توان با توجه به نکات زیر توضیح داد:

۱. هرم جمعیتی ایران طی چند دهه اخیر تغییر نموده است؛ به گونه‌ای که آن را تبدیل به یک جمعیت جوان نموده است.
۲. نوسازی فرهنگی و آموزشی در جامعه صورت گرفته است. میزان افراد باسواد در مقایسه با گذشته بیشتر شده است. مؤسسات آموزشی و تحقیقاتی جدید دایر شده و افراد بسیاری در آن مؤسسات مشغول به کار می‌باشند. به عبارت دیگر، جامعه در جریان و تجربه نمودن تغییرات متعدد اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی قرار دارد.
۳. جامعه دچار نوعی دوگانگی ساختاری (بین ساختار سنتی و مدرن) شده است. این دوگانگی در سطوح اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و سازمانی نمودار شده است.
۴. جامعه ایران، جامعه‌ای مصرفی است. میل به مصرف در حوزه‌های مادی (کالاها و مصنوعات تکنولوژیکی) و مصرف فرهنگی (مطبوعات، کتابخوانی، فیلم و ...) افزایش یافته است.
۵. به هم ریختگی ساختار قدرت و یا بلا تکلیفی در تصمیم‌گیری، یکی دیگر از صفات و ویژگی‌های جامعه ایرانی شناخته شده است که ریشه در توزیع نامناسب (و بعضاً نامشخص) قدرت دارد.
۶. نرخ بالای مهاجرت در مقیاس‌های داخلی و خارجی یکی از مشخصات اصلی جمعیتی، اجتماعی و فرهنگی است.
۷. تلاش در جهت برقرار ساختن نسبت خود با جهان و تعریف موقعیت خود در صحنه جهانی مورد توجه است. (آزاد ارمکی و غفاری، ۱۳۸۳: ۵۲)

گروه‌های مرجع

گروه مرجع یکی از مهم‌ترین منابع هویت‌بخشی به افراد و شکل‌دهی به ارزش‌ها و هنجارها و در نهایت رفتار آنان است. از این رو، بحث درباره گروه مرجع، یکی از مهمترین بحث‌هایی است که در رشته‌هایی

مانند روان‌شناسی، جامعه‌شناسی و نیز گرایش‌های بین رشته‌ای مانند روان‌شناسی اجتماعی مورد توجه بوده است. به تبع اهمیتی که گروه مرجع برای جهت‌دهی به رفتار و کردار اعضای یک گروه یا جامعه دارد، در صورتی که گروه مرجع فرد یا افرادی تغییر کند، ارزش‌ها و هنجارهایی مورد پذیرش آنان قرار می‌گیرد که با ارزش‌ها و هنجارهای مورد پذیرش گروه عضویتی او در تضاد و تخاصم قرار می‌گیرد و او را به رویارویی با گروه عضویتی می‌کشاند. این امر به ویژه از سوی جامعه یا گروه عضویتی فرد و اعضای آن غیرقابل تحمل است، چرا که ارزش‌های آن را به چالش می‌کشد و از دید آنان نوعی کجروی و هنجارشکنی به حساب می‌آید. حالت نامطلوب‌تر برای یک گروه، زمانی است که طیف وسیعی از اعضای آن در این مسیر قدم بگذارند.

در جامعه‌شناسی مبحث مرجع‌ها با عنوان «گروه مرجع» مورد بررسی قرار گرفته است و دلالت بر افراد یا گروه‌هایی دارد که به عنوان الگو و سرمشق قرار گرفته و رفتارها، آگاهی‌ها، ایدئولوژی‌ها و افکار معینی را به افراد القا می‌کنند. تغییر در مرجع‌های افراد به عنوان شاخص برای دگرگونی‌های اجتماعی و فرهنگی لحاظ می‌شود. (آزاد ارمکی و غفاری، ۱۳۸۳: ۷۰)

اندیشه مدرنیته در قالب نوگرایی، فردگرایی، مالکیت خصوصی، مشارکت گروه‌های اجتماعی، مشارکت زنان و جوانان، استقلال و آزادی در جامعه نمود یافته است. از این رو، نسلی که بیشتر در جریان مدرنیته قرار گرفته است، به مؤلفه‌های فوق اهمیت بیشتری می‌دهد و سعی دارد تا جهت‌دستیابی به آنها اقدام نماید. از این روست که برای نسل جدید در مقایسه با نسل‌های گذشته مشارکت، تغییر در شکل، میزان و نوع گذران اوقات فراغت و گروه‌های دوستان و همسالان دارای اهمیت بیشتری است. (آزاد ارمکی و غفاری، ۱۳۸۳: ۱۰۸)

گروه مرجع در جریان تصمیم‌گیری‌ها، کنش‌ها و حتی شکل‌گیری نگرش انسان‌ها در جامعه نقش بسزایی دارد. گروه مرجع شامل افراد یا گروه‌هایی هستند که مبنا و معیار قضاوت و ارزیابی کنشگران اجتماعی قرار می‌گیرند. گروه‌های مرجع به ویژه برای جوانان از جایگاه خاصی برخوردارند.

گروه‌های مرجع دو کارکرد عمده دارند: اولاً هنجارها، دستورالعمل‌ها، رویه‌ها، ارزش‌ها و باورهایی را به دیگران القا می‌کنند و به اصطلاح کارکرد هنجاری دارند؛ ثانیاً استانداردها و معیارهایی در اختیار کنشگران قرار می‌دهند که کنش و نگرش خود را با آن محک می‌زنند و در اصطلاح کارکرد مقایسه‌ای و تطبیقی دارند. اساساً به دلیل اینکه انسان‌ها در جامعه و در ارتباط با دیگران زندگی می‌کنند و نمی‌توانند با ملاک‌های عینی به صحت رفتارها یا باورهای خود یقین پیدا کنند، مقایسه با گروه‌های مرجع و ارجاع به

آنها راهی برای برون شدن از این معضل است. این ارجاع حتی اگر خودآگاهانه نباشد، نقش انکارناپذیر و بسزایی در تصمیم‌گیری‌ها و رفتارهای اعضای جامعه ایفا می‌کند (صدیق سروستانی و هاشمی، ۱۳۸۱: ۱۵۰). گروه مرجع، یکی مهمترین منابع هویتی افراد یک گروه و در ابعاد گسترده‌تر، در یک جامعه است و تأثیر بسیار مهمی در شکل‌گیری نگرش‌ها و ارزش‌ها و جهت‌دهی به هنجارها و رفتارهای افراد جامعه دارد. (هزار جریبی و آقایی، ۱۳۹۰: ۵۲).

در واقع افراد برای برگزیدن یک رفتار، رضایت و برآوردن خواسته افرادی که برای آنان اهمیت قائل هستند را مورد توجه قرار می‌دهد و بدان گونه عمل می‌کنند که در این مسیر گام بردارند تا نظر آنها را تأمین کرده باشند و این مسئله به عنوان گروه مرجع نام برده می‌شود. دائره‌المعارف فرهنگ جامعه‌شناسی، گروه‌های مرجع را این گونه تعریف می‌کند: «مردم در شکل‌دهی به تمایلات و عقاید خودشان و انجام رفتارشان، خودشان را با دیگر مردم یا گروه‌های مردمی دیگر، کسانی که تمایلاتشان، عقایدشان و رفتارشان دارای مقایسه‌ی مناسبی است، مقایسه و یا همسان می‌کنند. این گروه‌ها گروه‌های مرجع نامیده می‌شوند.» (شرما، ۱۹۹۹: ۷۷۵).

اصطلاح گروه مرجع به یک وضعیت دسته جمعی اشاره دارد که افراد نه تنها آن را برای ارزیابی موقعیت‌شان به کار می‌برند (یک گروه مقایسه‌ای) بلکه هنجارها و الگوهای رفتاری را از آنها اخذ می‌کنند (گروه‌های مرجع هنجاری) (ترنر، ۲۰۰۶: ۲۸۸).

چارچوب نظری پژوهش

رویکرد جامعه‌شناسی

نظریه کولی

اولین جامعه‌شناس صاحب نامی که درباره‌ی تعاملات گروه و فرد، به نظریه‌پردازی پرداخته است، چارلز هورتن کولی است. وی در سال ۱۹۰۲ در کتاب معروفش «طبع انسان و نظم اجتماعی» مباحثی ارائه کرد که ارتباط نزدیکی با مفهوم گروه مرجع دارد. کولی معتقد است تصور افراد درباره‌ی خودشان بر اساس تعریفی که دیگران از آنها دارند شکل می‌گیرد: «خود اجتماعی بازتابی از خود آینه‌سان است. ما در آینه‌ی تصورات دیگران، حالات و ویژگی‌های خود را می‌یابیم و از آن تأثیر می‌پذیریم. چیزی که ما را به غرور و مباهات یا برعکس شرمندگی و نارضایتی می‌کشاند تصویری ذهنی است که از تصورات دیگران درباره‌ی خودمان داریم.» (کولی، ۱۹۰۲: ۱۸۳).

نظریه مرتون

در حوزه جامعه‌شناسی، رابرت مرتون شاخص‌ترین نظریه‌پرداز است که به شرح و بسط مفهوم «گروه مرجع» پرداخته است. او این مفهوم را در قالب نظریه بُرد متوسط ارائه کرده است. وی در مقالات مفصلی که طی سال‌های ۱۹۵۰ تا ۱۹۵۷ با همکاری جامعه‌شناسان دیگری از قبیل لازارسفلد، روسی و کیت به رشته تحریر درآورد، تلاش کرد که تئوری کامل و جامعی درباره کارکردها و عوامل انتخاب گروه‌های مرجع ارائه دهد. مرتون در این راه از دستاوردهای جامعه‌شناسانی از قبیل کولی و مید و به ویژه از یافته‌های تحقیق معروف استوفر با عنوان «سرباز آمریکایی» استفاده کرد و در تداوم تلاش‌های علمی آنان «تئوری گروه مرجع» را به عنوان یک تئوری جامعه‌شناختی در عرصه این علم ارائه داد. اما مرتون اذعان دارد که خاستگاه اصلی مفهوم «گروه مرجع» در روان‌شناختی اجتماعی است. رابرت مرتون، تغییری اساسی در نظریه گروه‌های مرجع داد. از نظر وی گروه‌های مرجع مثبت، گروه‌هایی است که هنجارهای آنها پذیرفته می‌شود و گروه مرجع منفی، گروه‌هایی است که هنجارهای آن طرد می‌شود. یک گروه مرجع ممکن است برای برخی افراد نقش مثبت و همان گروه برای افراد دیگر نقشی منفی داشته باشد (صدیق سروستانی، ۱۳۸۱).

نظریه شیبتانی

تاموتسو شیبتانی، صاحب‌نظر دیگری است که به بحث درباره مفهوم گروه مرجع پرداخته است. وی سه کاربرد برای این مفهوم 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 کنشگران رویکردهای آن را می‌پذیرند. شیبتانی که این موضوع را در چهارچوب نظریه کنش متقابل نمادین تحلیل می‌کند، معتقد است که «آنچه یک فرد انجام می‌دهد، به تعریفی که او از موقعیت دارد، وابسته است». تعریف فرد از موقعیت نیز ناشی از رویکرد سازمان یافته اوست و این رویکرد در جریان ارتباطات اجتماعی شکل می‌گیرد (صدیق سروستانی و هاشمی، ۱۳۷۲). بنابراین تنوع در دیدگاه‌ها و رویکردها ناشی از تفاوت کانال‌های ارتباطی است و از آنجا که گروه مرجع گروهی است که رویکرد و دیدگاهش چهارچوب مرجع افراد را شکل می‌دهد، انتخاب گروه مرجع نیز تحت تأثیر نوع ارتباطات اجتماعی به ویژه در جامعه توده‌ای مدرن است و با تغییر شبکه ارتباطی، گروه‌های مرجع نیز تغییر می‌کنند و به تبع آن دیدگاه‌ها و نگرش‌های افراد نیز دستخوش تغییر می‌شود.

یان رابرتسون

رابرتسون بر این باور است که گروه‌های مرجع مانند شبکه‌ها نقشی حیاتی در زندگی اجتماعی انسان‌ها دارند و افراد برای مشورت و اخذ نظرات به شبکه‌ی روابط خود مراجعه می‌کنند. افراد به طور دائم با سایر مردم و گروه‌ها کنش متقابل دارند. این نوع ارتباط به صورت شبکه‌های اجتماعی سازمان می‌یابند؛ شبکه‌ی روابطی که فرد را به طور مستقیم و غیرمستقیم به سایر مردم پیوند می‌زند. به عنوان مثال، می‌توان به شبکه‌ی خویشان، دوستان، همکلاسی‌ها، هم‌کلویی‌ها و همکاران اشاره کرد. البته لازم به ذکر است که شبکه‌ی یک شخص دقیقاً یک گروه نیست، زیرا اعضای آن همگی با یکدیگر کنش متقابل ندارند، لیکن شبکه‌ی در برگیرنده‌ی گروه‌هاست و دسترسی غیرمستقیم به سایر گروه‌ها را فراهم می‌سازد. (رابرتسون، ۱۳۷۲: ۱۵۴).

رویکرد روانشناسی اجتماعی

نظریه هایمن

هایمن مفهوم گروه مرجع را اولین بار در سال ۱۹۴۲ بکار برد. او در مقدمه کتابی که همراه با سینگر با عنوان «مطالعاتی درباره تئوری گروه مرجع» تدوین کرد، آورده است: «انسان‌ها در شکل‌دهی به نگرش‌های خود بیش از آنکه به خود متکی باشند، به گروه‌هایی که با آنان در ارتباط‌اند، تکیه دارند» (هایمن و سینگر، ۱۹۶۸: ۴). وی همچنین در مقاله‌ای با عنوان «روانشناسی منزلت» مفهوم منزلت ذهنی را به عنوان یک بُعد از رفتار بشر معرفی کرد و آن را به عنوان تصور فرد از موقعیت خود در مقایسه با سایرین تعریف نمود.

نظریه مید

بحث مید درباره «دیگری تعمیم‌یافته» حوزه نظری دیگری است که ارتباط نزدیکی با بحث گروه مرجع دارد. مرتون نیز مید را به عنوان یکی از مهمترین پیشگامان نظریه گروه مرجع معرفی کرده است (مرتون، ۱۹۷۵: ۲۳۸). طبق نظریه مید، فرد از منظر دیگر اعضای گروه یا از منظر گروه اجتماعی که به آن تعلق دارد، خودش را تجربه و ارزیابی می‌کند. به اعتقاد او، فرد گروه اجتماعی خودش را به عنوان یک مجموعه سازمان‌یافته از گرایش‌ها، هنجارها، ارزش‌ها و هدف‌هایی که به رفتار او و دیگری شکل می‌دهد، فرض می‌کند. «فرآیند اجتماعی از راه دیگری تعمیم‌یافته بر رفتار گروه تأثیر می‌گذارد، زیرا از این راه است که فرآیند اجتماعی یا گروه، به عنوان عامل تعیین‌کننده در ذهن فرد نفوذ می‌کند» (دوچ و کراس، ۱۳۷۴: ۲۰۲).

نظریه فستینگر

نظریه فستینگر خاستگاه مفهوم و تئوری گروه مرجع در روانشناسی اجتماعی است. این نظریه اگرچه با تئوری گروه مرجع متفاوت است، اما مضمون مشابهی دارد و به موضوع واحدی که همان «تأثیر گروه بر فرد» است می‌پردازد. وی تأکید می‌کند که تمایل افراد به مقایسه و ارزیابی استعدادها و افکار خود در گروه، نه تنها بر رفتار گروهی آنان تأثیر می‌گذارد، بلکه در شکل‌گیری گروه و تغییر اعضای آن نیز مؤثر خواهد بود. به اعتقاد وی مردم مایل اند وارد گروه‌هایی شوند که افکار و توانایی‌های مشابه و هماهنگ با خودشان دارند. آنها از گروه‌هایی که دارای چنین ویژگی‌هایی نباشند خارج می‌شوند یا افکار و رفتار خود را به گونه‌ای تغییر می‌دهند که با الگوهای رایج در گروه تطابق پیدا کند.

نظریه شریف

شریف نیز در تحقیقاتش، به بررسی ابعاد هنجاری 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. گروه‌های مرجع از مهمترین منابع هویتی جامعه هستند که افراد رفتار و ارزش‌های خود را از آنها اقتباس می‌کنند. به همین دلیل بررسی روند تغییرات نگرشی نسل جوان در زمینه گروه‌های مرجع از مهمترین دغدغه‌های برنامه‌ریزان اجتماعی محسوب می‌شود. با توجه به تغییرات سریع در جوامع بشری به ویژه در جامعه ما، تغییر در گروه‌های مرجع نیز اتفاق افتاده است.

نظریه نیوکمب

یکی از افراد دیگری که با نگاه روان‌شناسی اجتماعی به گروه‌های مرجع می‌پردازد، نیوکمب است. نیوکمب نقش گروه‌های مرجع را در شکل‌گیری دریافته‌ها و تغییر نگرش‌های افراد، مهم و تعیین‌کننده می‌داند و بر جنبه هنجاری این گروه‌ها تأکید می‌کند.

نیوکمب دو مفهوم جدید نیز درباره گروه‌های مرجع عرضه کرده است: گروه مرجع مثبت و گروه مرجع منفی. گروه مرجع مثبت، گروهی است که فرد به حضور و عضویت در آن تمایل دارد و نگرش‌ها و رفتارهای جاری در آن را مطلوب می‌انگارد. گروه مرجع منفی، در مقابل گروهی است که جاذبه‌ای برای فرد ندارد و او سعی می‌کند که خود را از آن دور نگه دارد و از هنجارها و رویه‌های حاکم در آن تبری جوید (غیور باغبانی، ۱۳۹۲: ۳۲۹).

نیوکمب معتقد است که گروه‌های مرجع می‌توانند گروه‌های غیرعضویت یا گروه‌های عضویت فرد باشند. به اعتقاد او، گروه‌های عضویت به میزانی می‌توانند برای فرد، گروه مرجع مثبت به شمار روند که رضایت خاطر او از عضویت در آنها حاصل شود و مطلوبیت و جذابیتی برای وی داشته باشند (صدیق سروستانی، ۱۳۸۱).

روش‌شناسی پژوهش

روش تحقیق در این مقاله، تحلیل ثانویه داده‌های استخراج شده از پژوهش‌های ملی است. در ابتدا پژوهش‌هایی که در سطح ملی اجرا شده و گروه‌های مرجع به گونه‌ای در آنها بررسی شده است، انتخاب و سپس پژوهش‌هایی که جامعه آماری و شیوه نمونه‌گیری یکسان و دارای گویه‌های مشابه بوده‌اند گزینش شدند. در گویه‌های مشترک که دارای طیف لیکرت می‌باشند، از میانگین وزنی یا رتبه‌دهی جهت مقایسه آن استفاده گردیده است.

جدول ۱: خلاصه پژوهش‌های استفاده شده در این مقاله

عنوان	سال اجرا	جامعه آماری	حجم نمونه	سازمان مربوطه
سنجش سرمایه اجتماعی جوانان در ایران	۱۳۸۵	جوانان ۱۵ تا ۲۹ سال در مراکز استان‌ها، شهرها و روستاها	۴۵۰۰	سازمان ملی جوانان
پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌های جوانان ایران	۱۳۸۶	جوانان ۱۵ تا ۲۹ سال در مراکز استان‌ها، شهرها و روستاها	۷۰۰۰	سازمان ملی جوانان
آرمان‌ها و الگوهای جوانان	۱۳۸۷	جوانان ۱۵ تا ۲۹ سال در مراکز استان‌ها، شهرها و روستاها	۴۵۰۰	سازمان ملی جوانان
پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌های جوانان ایران	۱۳۸۹	جوانان ۱۵ تا ۲۹ سال در مراکز استان‌ها، شهرها و روستاها	۶۵۰۰	سازمان ملی جوانان
پیمایش ملی ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای جوانان ایران	۱۳۹۲	جوانان ۱۵ تا ۲۹ سال در مراکز استان‌ها، شهرها و روستاها	۱۵۰۰۰	وزارت ورزش و جوانان
پیمایش ملی سنجش سرمایه اجتماعی کشور	۱۳۹۳-۹۴	افراد بالای ۱۸ سال خانوارهای شهری و روستایی ساکن در ۳۱ استان کشور	۱۴۲۰۰ نفر (حجم نمونه جوانان ۱۸ تا ۲۹ سال ۴۵۹۱)	وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان (موج سوم)	۱۳۹۴-۹۵	افراد بالای ۱۵ سال خانوارهای شهری و روستایی ساکن در ۳۱ استان کشور	۱۴۹۰۶ نفر (حجم نمونه جوانان ۱۵ تا ۲۹ سال ۵۱۶۰)	وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

یافته‌های پژوهش

تغییرات نگرشی جوانان

جدول ۲: بیشترین نگرانی شما در حال حاضر چیست؟

سایر موارد	مشکل خاصی ندارم	نبودن چشم انداز روشن و ثبات برای برنامه ریزی آینده	مشکلات روحی و رفتاری	مشکلات جسمانی و سلامتی	ارضاء غریزه جنسی	ازدواج	تحصیل و قبولی در کنکور	مسائل خانوادگی	مسائل مالی - اقتصادی	اشتغال مناسب	
۱/۸	۷/۳	-	۳/۶	۱۴/۶	-	۸/۸	۱۷	۹/۳	۲۲/۱	۲۸	۱۳۸۶
۰/۵	۷/۵	-	۲	۲/۱	۱/۷	۹/۴	۱۲/۱	۷	۲۴/۱	۳۳/۵	۱۳۸۹
۰/۴	۷/۵	۶/۲	۲/۶	۱/۳		۷/۶	۱۰/۸	۳/۸	۳۰/۸	۲۹/۱	۱۳۹۲

در مورد بیشترین نگرانی جوانان طی سال‌های ۸۶ تا ۹۲، اشتغال مناسب و مسائل مالی - اقتصادی در رتبه اول و دوم هستند. تحصیل و قبولی در کنکور در رتبه سوم نگرانی جوانان می‌باشد و ازدواج در رتبه بعد از تحصیل قرار دارد. نکته جالب توجه این که ۷ تا ۷/۵ درصد جوانان در طی این سال‌ها اذعان داشته‌اند که مشکل خاصی ندارند.

جدول ۳: درصد میزان اهمیت هر یک از موارد زیر برای آینده جوانان

داشتن شغل مناسب	همسر خوب	والدین حمایت‌گر و تشویق‌کننده	دوستان خوب	درآمد بالا	
۹۵/۸	۹۴/۶	۹۰/۶	۸۶/۲	۷۷/۶	۱۳۸۶
۹۵/۴	۹۵/۱	۸۸/۹	۸۴/۶	۷۴/۷	۱۳۸۹

جدول ۴: به نظر شما کدام یک از موارد زیر بیانگر یک زندگی موفق است؟

داشتن همسر زیبا و خوش تیپ	درآمد بالا	موقعیت اجتماعی و منصب شغلی بالا	داشتن خانواده و دوستان دلسوز و صمیمی	سایر	
۳/۸	۲۴/۱	۳۷/۵	۳۲/۲	۲/۵	۱۳۹۲

میزان اهمیت موارد مختلف برای آینده جوانان از نظر آنان در طی سال‌های ۱۳۸۶ و ۱۳۸۹ به ترتیب داشتن شغل مناسب، سلامتی و همسر خوب می‌باشد. داشتن ماشین و رفتن به دانشگاه در کمترین رتبه میزان اهمیت برای آینده جوانان قرار دارد. نکته جالب توجه اینکه اهمیت «والدین حمایت‌گر و تشویق‌کننده» بیشتر از داشتن «دوستان خوب» و «داشتن مشاوران امین» می‌باشد. این نشان می‌دهد که مرجعیت خانواده

در نزد جوانان بیشتر از دوستان و مشاوران است و جوانان همچنان وابستگی خود به خانواده‌هایشان را حفظ کرده‌اند.

طبق پیمایش سال ۱۳۹۲ یک زندگی موفق از نظر جوانان به ترتیب «موقعیت اجتماعی و منصب شغلی بالا»، «داشتن خانواده و دوستان دلسوز و صمیمی»، «درآمد بالا» و «داشتن همسر زیبا و خوش تیپ» است.

جدول ۵: تا چه اندازه با دوستی دختر و پسر موافق هستید؟

میانگین وزنی	کاملاً	تا اندازه‌ای	کم	اصلاً	میانگین وزنی
۱۳۸۶	۱۰/۴	۳۰/۴	۱۸/۴	۳۹/۴	۲/۰۹
۱۳۸۹	۱۱/۹	۳۰/۲	۱۸/۸	۳۵/۵	۲/۱۱
۱۳۹۲	۲۰/۳	۳۳/۹	۱۶/۳	۲۹/۶	۲/۴۴

جدول ۶: توزیع درصدی پاسخ به سوال

«با معاشرت و دوستی دختر و پسر قبل از ازدواج چقدر موافق یا مخالفید؟» (سال ۱۳۹۴)

موارد	کاملاً مخالف و مخالف	فرقی ندارد	کاملاً موافق و موافق
درصد	۵۳/۶	۱۵/۳	۳۱

جدول ۷: توزیع درصدی پاسخ به گویه‌های مربوط به برخورد با ناهمنوایی اجتماعی (۱۳۹۴)

موارد	اشکالی ندارد	مخالفم ولی کاری ندارم	تذکر می‌دهم	به مراجع ذیصلاح اطلاع می‌دهم	برخورد می‌کنم
معاشرت و دوستی غیرشرعی دختر و پسر	۱۷	۶۲/۹	۱۳/۷	۲/۶	۳/۸

جدول ۸: توزیع درصدی پاسخ به سوال

«با زندگی دختر و پسر بدون ازدواج رسمی (قانونی) چقدر موافق یا مخالفید؟» (سال ۱۳۹۴)

موارد	کاملاً مخالف و مخالف	فرقی ندارد	کاملاً موافق و موافق
درصد	۹۱/۴	۵/۳	۳/۲

میانگین وزنی در مورد میزان موافقت جوانان با دوستی دختر و پسر نشان می‌دهد که طی سال‌های ۱۳۸۶ تا ۱۳۹۲ بر میزان موافقت جوانان افزوده شده است و این نشان از تغییر نگرش جوانان نسبت به این موضوع

است؛ به گونه‌ای که در سال ۱۳۹۴ از نظر ۱۷ درصد جوانان معاشرت و دوستی غیرشرعی دختر و پسر اشکالی ندارد و حتی فراتر از این وقتی در سال ۱۳۹۴ از میزان موافقت جوانان نسبت به زندگی دختر و پسر بدون ازدواج رسمی (قانونی) پرسیده می‌شود، با وجود اینکه ۹۱/۴ درصد مخالف و کاملاً مخالف این شیوه زندگی هستند، ولی ۳/۲ درصد موافق و کاملاً موافق بوده و ۵/۳ درصد نظر صریحی نداده و برایشان فرقی نمی‌کند. به عبارتی ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی جامعه در طول زمان تغییر کرده و در حال تغییر است. بسیاری از هنجارهایی که اکنون برای جوانان امری بدیهی است، در سال‌های پیش - یک دهه قبل - با ارزش‌های عموم مردم تناقض داشته است.

الگوهای غیرعضویتی

جدول ۹: موارد زیر تا چه اندازه‌ای برای شما در زندگی اهمیت دارد؟ (۱۳۹۲)

رتبه	نسبت ارزیابی مثبت به منفی در تراز عدد ۱۰۰	خیلی کم	کم	تا حدودی	زیاد	خیلی زیاد	موارد
۱	۲۴۰/۶۷	۸/۹	۹/۱	۲۷/۱	۲۶	۲۸/۹	الگو بودن شخصیت‌های مذهبی
۲	۲۰۱/۲۱	۶/۶	۱۱	۳۴/۲	۳۰/۴	۱۷/۸	الگو بودن شخصیت‌های ملی
۴	۱۰۴/۲۸	۱۱/۵	۱۹/۲	۳۷/۱	۱۹/۶	۱۲/۶	الگو بودن شخصیت‌های هنری
۳	۱۱۶/۱۸	۱۴/۴	۱۷/۱	۳۰/۶	۲۰/۲	۱۷/۸	الگو بودن شخصیت‌های ورزشی

طبق نتایج آخرین پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌های جوانان در سال ۱۳۹۲، اهمیت الگو بودن گروه‌های مختلف از نظر جوانان به ترتیب مربوط به شخصیت‌های مذهبی، شخصیت‌های ملی، شخصیت‌های ورزشی و شخصیت‌های هنری است.

جدول ۱۰: مقایسه نظرات پاسخگویان در اعتماد به گروه‌های اجتماعی

موارد	نسبت ارزیابی مثبت به منفی در تراز عدد ۱۰۰ (سال ۱۳۸۵)	نسبت ارزیابی مثبت به منفی در تراز عدد ۱۰۰ (سال ۱۳۹۳)
قضات	۱۰۵/۰۴	۱۱۱/۳۵
مسئولین و مدیران اداری	۶۸/۰۷	۶۹/۰۶
نظامیان	۱۲۱/۷۱	۱۳۴/۵۴
نمایندگان مجلس	۹۵/۲۰	۷۳/۶۸
روحانیون	۱۱۴/۶۰	۱۰۳/۴۷
پرستاران و پزشکان	۲۴۶/۳۵	۱۵۸/۰۶
مهندسان و صاحبان مشاغل فنی حرفه‌ای	۹۱/۱۸	۷۸/۹۸

معلمان	۳۳۶/۹۵	۱۹۹/۱۸
اساتید دانشگاه‌ها	۲۲۱/۰۷	۱۷۰/۰۸
خبرنگاران و روزنامه‌نگاران	۹۲/۸۳	۹۰/۳۲

میزان اعتماد جوانان به گروه‌های اجتماعی مختلف بیانگر آن است که طی سال‌های ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۳، اعتماد جوانان به نظامیان، قضات، مسئولان و مدیران اداری افزایش یافته و نسبت به نمایندگان مجلس، روحانیون، پرستاران و پزشکان، مهندسان و صاحبان مشاغل فنی حرفه‌ای، معلمان و اساتید دانشگاه، خبرنگاران و روزنامه‌نگاران اعتمادشان کمتر شده است. نتایج گویای این است که گروه مرجع و الگوهای رفتاری فرد قابل تغییر است. زمانی که مشروعیت گروه مرجع کاهش یابد، موجب تغییر گروه مرجع می‌شود.

الگوی نوع پوشش

جدول ۱۱: در خصوص انتخاب پوشش خود از کدام یک از افراد زیر الگو می‌گیرید؟

سال	خانواده	دوستان و همسالان	معلمان و اساتید	ورزشکاران	هنرپیشه‌ها	تلویزیون ایران	ماهواره	علاقه شخصی	مشاور	اقوام	سایر
۱۳۸۶	۶۰	۱۳/۷	۵/۴	۱/۹	۲/۳	-	-	-	-	-	۱۰/۷
۱۳۸۷	۳۰/۷	۶/۵	۰/۸	۰/۵	۱/۱	۱/۸*	-	۵۵/۱	۰/۶	۱/۳	۱/۵
۱۳۸۹	۵۴/۳	۱۷/۵	۳/۹	۱/۷	۲/۲	۱/۸	۲/۲	-	-	-	۱۰

*- رسانه‌ها

در انتخاب نوع پوشش الگوگیری جوانان از خانواده، معلمان و اساتید کاهش یافته و از دوستان افزایش داشته است. از آنجایی که جوانان وقت بیشتری را در معاشرت با همسالان خود می‌گذرانند، تأثیرپذیری بیشتری نیز از دوستان خود دارند و بدین ترتیب از میزان تأثیرپذیری از والدین کاهش می‌یابد. مطابق با نظریه هایمن، گروه مرجع افراد اغلب از میان نزدیکان آنها هستند. بنابراین افراد در یک جامعه بزرگ اغلب تحت تأثیر کسانی قرار دارند که در قالب گروه‌های کوچک ارتباط نزدیکی با آنان دارند. به عنوان نمونه، دوستان و همکلاسی‌ها بیشترین تأثیر را در فرایند خودارزیابی بر افراد به جای می‌گذارند.

یافته‌های پژوهش در سال ۱۳۹۴ نشان از تغییر فرهنگ جوانان در زمینه حجاب دارد. در سال‌های ۱۳۸۶ و ۱۳۸۹ مطابق با جداول شماره‌های ۱۲ تا ۱۴ اهمیت بالای رعایت حجاب، ارتباط بین پوشش افراد و عفاف را می‌توان دریافت. در سال ۱۳۹۴ با وجود اینکه ۴۸/۷ درصد از جوانان بر این نظرند که همه خانم‌ها باید حجاب داشته باشند حتی اگر به آن اعتقاد نداشته باشند، ۲۵/۷ درصد مخالف این نظر هستند و به همین

میزان یعنی ۲۵/۷ درصد نیز نظر صریحی در این خصوص نداده و میزان موافقت یا مخالفت خود را اعلام نکرده‌اند. حتی از نظر ۱۵/۴ درصد از جوانان بدحجابی خانم‌ها اشکالی ندارد.

جدول ۱۲: رعایت حجاب و عفاف مسأله‌ای فردی و سلیقه‌ای است.

کاملاً موافق	موافق	بینابین	مخالف	کاملاً مخالف	میانگین وزنی	
۱۷/۵	۳۳	-	۳۲/۷	۱۵/۴	۳/۱۲	۱۳۸۶
۱۴/۵	۲۹/۵	۲۲/۳	۲۳/۶	۹/۲	۳/۱۴	۱۳۸۹

جدول ۱۳: قلب پاک مهم است نه رعایت حجاب.

کاملاً موافق	موافق	بینابین	مخالف	کاملاً مخالف	میانگین وزنی	
۱۵/۸	۲۱/۳	-	۳۸	۲۳/۹	۲/۸۳	۱۳۸۶
۱۲/۱	۱۶/۶	۲۱/۶	۳۱	۱۷/۷	۲/۷۱	۱۳۸۹

جدول ۱۴: حفظ عفاف ربطی به نوع پوشش افراد در جامعه ندارد.

کاملاً موافق	موافق	بینابین	مخالف	کاملاً مخالف	میانگین وزنی	
۱۲/۵	۲۴/۵	-	۴۰/۸	۱۹/۸	۲/۹۳	۱۳۸۶
۹/۵	۲۱/۱	۲۳/۲	۳۲/۴	۱۲/۵	۲/۷۸	۱۳۸۹

جدول ۱۵: توزیع درصدی پاسخ نسبت به حجاب خانم‌ها (۱۳۹۴)

موارد	کاملاً مخالف	مخالف	کاملاً مخالف	نه موافق، نه مخالف	کاملاً موافق و موافق
تا چه اندازه با این نظر که «همه خانم‌ها باید حجاب داشته باشند، حتی اگر به آن اعتقاد نداشته باشند» موافق یا مخالفید؟	۲۵/۷	۲۵/۷	۲۵/۷	۲۵/۷	۴۸/۷

جدول ۱۶: توزیع درصدی پاسخ به گویه‌های مربوط به برخورد با بدحجابی خانم‌ها (۱۳۹۴)

موارد	اشکالی ندارد	مخالفم ولی کاری ندارم	تذکر می‌دهم	به مراجع ذیصلاح اطلاع می‌دهم	برخورد می‌کنم
بدحجابی خانم‌ها	۱۵/۴	۶۷/۲	۱۳/۳	۱/۲	۳

الگوی فراغتی

جدول ۱۷: «اوقات فراغت خود را با چه کسانی یا گروه‌هایی می‌گذرانید؟»

سال	با اعضای خانواده	با فامیل و اقوام	با دوستان	با همکاران	با همسایگان	به تنهایی	با شبکه‌های مجازی	سایر موارد
۱۳۸۹	۵۰/۲	۳/۶	۳۱/۹	۲/۲۱	-	۶	-	۰/۶
۱۳۹۲	۵۶/۳	-	۲۹	۲/۲	-	۱۱/۹	-	۰/۶
۱۳۹۴	۶۱/۳	۱۰	۳۱/۸	۰/۹	۱/۵	۶/۹	۸/۴	-

در زمینه اوقات فراغت تمایل جوانان به گذراندن اوقات فراغت با خانواده افزایش یافته است و اهمیت گذران فراغت با دوستان در درجه دوم بعد از خانواده قرار دارد. میانگین وزنی جدول شماره ۱۸ نشان از میزان مخالفت جوانان با گویه «دوست دارم و قتم را بیشتر با دوستانم باشم تا با خانواده» دارد. لازم به ذکر است میزان موافقت با این گویه در سال ۱۳۸۹ کاهش یافته است؛ یعنی تمایل جوانان در همراه با خانواده بودن افزایش یافته است. مطابق با نتایج تحقیقات، صاحب‌نظرانی همچون پارسونز، رابرتسون و لنسکی بر نقش خانواده به عنوان اولین و مهم‌ترین عامل واسط میان فرد و جامعه تأکید دارند و در جامعه‌پذیری و مدل‌های الگوهای کنش متقابل اجتماعی به درون خانواده اشاره می‌نمایند.

جدول ۱۸: دوست دارم و قتم را بیشتر با دوستانم باشم تا با خانواده

	کاملاً موافق	موافق	بینابین	مخالف	کاملاً مخالف	میانگین وزنی
۱۳۸۶	۱۰/۴	۲۴/۷	-	۴۴/۳	۱۹/۱	۲/۷۹
۱۳۸۹	۸/۳	۱۵/۵	۲۸/۴	۳۲/۷	۱۴/۶	۲/۶۸

الگوی انتخاب همسر

جدول ۱۹: در انتخاب همسر نظر کدام یک از اعضای خانواده برایتان مهم است؟

سال	پدر	مادر	پدر و مادر	خواهر	برادر	دوستان	مشاور	هیچ کس	علاقه شخصی	معلم و استاد	اقوام	هنرمندان	ورزشکاران	رسانه‌ها	سایر
۱۳۸۶	۳۷/۴	۳۶	-	۲/۷	۲/۲	-	۴/۸	۶/۱	-	-	-	-	-	-	۰/۸
۱۳۸۷	۱۸/۱	۲۳/۷	-	۲	۱/۲	۰/۹	۲/۴	-	۴۷/۷	۰/۴	۱/۲	۰/۱	۰/۱	۰/۰۳	۰/۹
۱۳۸۹	۳۰/۹	۲۲/۵	۱۴/۵	۳/۲	۱/۹	۱/۷	۵/۷	۵/۵	-	۸/۱	-	-	-	-	۶

طی سال‌های ۱۳۸۶ تا ۱۳۸۹ در انتخاب همسر نقش پدر و مادر و برادر کاهش یافته و نقش خواهر و مشاور افزایش یافته است. مطابق با نتایج جداول شماره‌های ۲۰ تا ۲۲ در سال‌های ۱۳۸۶ تا ۱۳۸۹ میزان موافقت جوانان در قبول نظر بزرگترها در انتخاب همسر افزایش یافته و نقش فرد در انتخاب همسر طی همین سال‌ها افزایش داشته است. افزایش نقش مشاور در الگوگزینی جوانان در مسئله انتخاب همسر را می‌توان با مفهوم همانندسازی در مبحث الگوگزینی در روان‌شناسی اجتماعی مرتبط دانست. بر این اساس، یکی از متداول‌ترین طرق اتخاذ نگرش‌های متناسب با وضعیت و شرایط دوره‌های زندگی، تقلید از رفتار آنهایی است که به نظر می‌رسد آگاهی و تجربه و سایر ویژگی‌های مورد نیاز افراد را دارند.

جدول ۲۰: در انتخاب همسر باید نظر بزرگترها را قبول کرد.

	کاملاً موافق	موافق	بینابین	مخالف	کاملاً مخالف	میانگین وزنی
۱۳۸۶	۳۵/۸	۴۸۴۸,۸/۸	-	۱۱	۳/۹	۳/۹۴
۱۳۸۹	۳۱/۲	۴۱/۵	۲۱/۸	۳/۷	۱/۴	۴

جدول ۲۱: پدر و مادر همسر آینده‌ام را انتخاب می‌کنند و من هیچ نقشی ندارم.

	کاملاً موافق	موافق	بینابین	مخالف	کاملاً مخالف	میانگین وزنی
۱۳۸۶	۴/۹	۸/۲	-	۴۹	۳۶/۹	۲/۲۳
۱۳۸۹	۲/۷	۵/۹	۱۵/۴	۴۱/۴	۳۴/۲	۲/۰۲

جدول ۲۲: در خانواده ما رسم است که والدین برای پسرانشان همسر انتخاب کنند.

	کاملاً موافق	موافق	بینابین	مخالف	کاملاً مخالف	میانگین وزنی
۱۳۸۶	۱۲/۵	۳۳/۲	-	۳۶	۱۷/۲	۲/۹۸
۱۳۸۹	۹/۲	۱۹/۶	۲۶/۸	۲۷/۱	۱۶/۲	۲/۷۵

رسانه و مسائل سیاسی

جدول: توزیع درصدی پاسخ به «در مسائل و موضوعات مهم سیاسی نظر چه فرد یا گروهی برای شما مهم‌تر است؟»

خانواده	علاقه شخصی	علما و روحانیون	مراجع تقلید	اساتید دانشگاه	معلمان	مستولان کشور	گروه‌های سیاسی	روزنامه‌نگاران	بزرگان و ریش‌سفیدها	هنرمندان	ورزشکاران	دوستان	اقوام	مشاور
---------	------------	-----------------	-------------	----------------	--------	--------------	----------------	----------------	---------------------	----------	-----------	--------	-------	-------

۲/۷	۲/۳	۵/۳	۱/۱	۰/۸	-	-	-	-	۴/۷	-	-	۴۷	۲۵/۵	۱۳۸۷
-	-	۶/۸	۰/۷	۰/۷	۳/۱	۱/۴	۷/۷	۱۳/۱	۱/۹	۸/۳	۹/۱	۸/۹	۴۰/۶	۱۳۹۴

جدول ۲۴: میزان مرجع بودن رسانه‌های داخلی و خارجی در بین جوانان

هیچ‌کدام	شبکه‌های اجتماعی مجازی	رادیو خارجی	رادیو داخلی	روزنامه و مجلات	سایت‌های اینترنتی	تلویزیون‌های ماهواره‌ای	صدا و سیما	موارد سال
-	-	۲/۲	۹/۲	۷/۲	۸/۹	۸/۴	۶۰/۶	۱۳۸۶
-	-	۲/۳	۵/۲	۷/۸	۷/۲	۱۴/۹	۵۵/۷	۱۳۸۹
۲۲/۹	-	-	-	۷/۱	۱۰/۹	۱۳/۴	۴۵/۸	۱۳۹۲
-	**۱۵/۴	-	-	*۳۴/۴	-	۱۴/۳	۵۰/۶	۱۳۹۴

*- روزنامه‌ها و سایت‌های خبری داخلی

** - اینترنت و شبکه‌های مجازی

در اعتماد به رسانه‌های مختلف، اعتماد به صدا و سیما روندی کاهشی داشته و اعتماد به اخبار ماهواره و سایت‌ها اینترنتی افزایش داشته است. لازم به ذکر است با توجه به افزایش میزان استفاده از فضای مجازی در بین جوانان از نظر ۱۴ درصد آنان اخبار و اطلاعات دنیای مجازی در حد زیاد و خیلی زیاد با واقعیات بیرونی سازگاری دارد. ۹/۹ درصد از جوانان زندگی‌شان به میزان زیاد و خیلی زیاد تحت تأثیر شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی است و ۷/۹ درصد با کسانی که در شبکه‌های اجتماعی آشنا می‌شوند در دنیای واقعی نیز به میزان زیاد و خیلی زیاد رابطه برقرار می‌کنند.

جدول ۲۵: توزیع درصدی پاسخ به سوالات دنیای مجازی (۱۳۹۴)

موارد	خیلی کم و کم	متوسط	خیلی زیاد و زیاد
چقدر اطلاعات و اخبار و آگاهی‌های کسب شده از دنیای مجازی (اینترنت و شبکه‌های مجازی) با واقعیات بیرونی سازگار است؟	۵۰/۸	۳۵/۲	۱۴
زندگی شما چقدر تحت تأثیر شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی است؟	۶۸/۱	۲۲/۱	۹/۹
تا چه اندازه به این شبکه‌ها اعتماد دارید؟	۶۵/۹	۲۷/۲	۶/۹
چقدر با کسانی که در شبکه‌های اجتماعی آشنا می‌شوید در دنیای واقعی رابطه برقرار می‌کنید؟	۷۳/۴	۱۸/۷	۷/۹

بحث و نتیجه گیری

دگرگونی فرهنگی تدریجی و بازتاب دگرگونی در تجربه‌های سازنده‌ای است که به نسل‌های مختلف شکل داده است. از این رو، ارزش‌ها و هنجارهای سنتی در میان نسل‌های گذشته کاملاً گسترده‌اند در حالی که گرایش‌های جدید تا حد زیادی در میان نسل‌های جوان‌تر اهمیت داشته‌است. با جانشین شدن نسل‌های جوان‌تر به جای نسل‌های بزرگتر، جهان‌بینی متداول در این جوامع دگرگون شده است.

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 زمینه فرهنگ عمومی نظیر معاشرت قبل از ازدواج، ازدواج با خویشاوندان، نحوه گذران اوقات فراغت و رفتارهای مذهبی هستیم (عبدی گودرزی، ۱۳۷۸: ۶۲)

به اعتقاد تالکوت پارسونز، جوانان در نقطه اوج تنش و فشار بین دو نظام ارزشی جامعه سنتی و جامعه مدرن قرار دارند، زیرا نقش‌هایی که کودک در خانواده قرار می‌گیرد، دیگر با نقش‌های بزرگسالی که وی در جامعه بزرگتر و مدرن باید ایفا نماید تناسب ندارد. از نظر او، خرده‌فرهنگ‌های جوانان ممکن است حاکی از طرد ارزش‌های سنتی باشد، اما اغلب این خرده‌فرهنگ‌ها دارای کارکردهای مهم و مثبتی در جهت تسهیل انتقال از امنیت کودکی به امنیت بزرگسالی تمام عیار و کامل در قالب ازدواج و احراز جایگاه شغلی هستند. به هر حال، در فرآیند تأمین پل ارتباطی از کودکی به بزرگسالی، این خرده‌فرهنگ‌ها همچنین ممکن است نظام ارزشی سنتی را در مواردی که کهنه و منسوخ شده است، مورد تغییر و اصلاح قرار دهند. بنابراین، نه تنها این خرده‌فرهنگ‌ها باعث انجام جامعه‌پذیری نسبت به دنیای موجود بزرگسالان می‌شود، بلکه همچنین آینده آن را از طریق فرآیند انطباق و سازگاری تضمین می‌نماید. (تاجیک، ۱۳۸۶: ۱۴۵)

جوانان مقدار زیادی وقت آزاد و علاقه شدیدی به مصرف کردن و سرگرمی دارند. در شرایط کنونی، جامعه ما در مسیر تجربه شکافی دیگر در عرصه فرهنگ قرار گرفته است: شکاف میان صنعت فرهنگی قدیم و تقاضاهای فرهنگی جدید. علل بروز این «شکاف» را از یک سو، باید در پوسیدگی و خمودگی صنعت فرهنگی جامعه جست و جو کرد و از جانب دیگر، باید به تحولات سریع و گسترده‌ای که در زمانه ما در عرصه فرهنگ ایجاد شده، توجه کرد. (تاجیک، ۱۳۸۶: ۱۵۰)

جوانان با توجه به جریان جهانی شدن فرهنگ همواره نسبت به سایر اقشار بیشتر در معرض تغییرات فرهنگی هستند. در تمامی جوامع جوانان پیشگام استقبال از تغییرات‌اند. علاقه به پذیرش افکار جدید، مد و

ارزش‌های جدید با خرده فرهنگ‌های جوان همراه هستند تا جایی که این تغییرات زمینه‌هایی برای گسست ایجاد می‌کنند. در سال‌های اخیر به دلیل تحولاتی که در سطح جامعه ایران به وقوع پیوسته است، شاهد تغییر گروه مرجع اعضای جامعه به ویژه نسل جوان به سوی جوامع غربی و توسعه یافته و به تبع آن تغییر ارزش‌ها و هنجارهای آنان و تقلید و شبیه‌سازی رفتارهای غربی هستیم.

نتایج این تحقیق نشان داد که خانواده برای جوانان مهمترین گروه مرجع محسوب می‌شود و افراد موثر در الگوپذیری جوانان به طور عمده‌ای در محدوده اعضای خانواده به ویژه والدین قرار دارند. نقش خانواده در جامعه‌پذیری از دو عامل مهم ناشی می‌شود: اول اینکه، خانواده بر زندگی فرد نقش تقریباً انحصاری دارد. گرایش‌هایی که فرد در مراحل اولیه رشد کسب می‌کند معمولاً گرایش‌هایی است که خانواده در رشد و استمرار آنها نقش اساسی را بازی می‌کند. این برداشت‌ها و شناخت‌ها از جانب فرد در سال‌های اولیه شکل‌گیری خود به مثابه ستونی به شمار می‌آید که یادگیری‌های بعدی، بر آن بنا می‌شود. دومین عامل، پیوند محکمی است که بین اعضای خانواده و روابط بین آنها وجود دارد که آکنده از احساسات و عواطف انسانی است که در سایر نهادهای نخستین دیده نمی‌شود. هر اندازه روابط عاطفی بین اعضای خانواده و به ویژه بین والدین و فرزندان عمیق‌تر باشد، تأثیر خانواده در مراحل رشد اجتماعی و رفتار او بیشتر خواهد بود. وجود این دو عامل، انحصار خانواده بر فرد در سال‌های حساس رشد اجتماعی و وجود پیوندهای محکم عاطفی در سال‌های شکل‌گیری شخصیت به نقش خانواده در جامعه‌پذیری مقام ارزنده‌ای می‌بخشد. خانواده امروزین برای اینکه بتواند نقش با اهمیت خود را در الگودهی و ارزشگذاری‌های جوانان ایفا کند باید با شرایط گوناگون سازگار شود.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پایه علمی جامعه‌شناسی

سیاستگذاران و تصمیم‌گیرانی که در سطوح کلان اجتماعی علاقمند به برنامه‌ریزی در مورد جوان‌ها هستند، باید در اولین گام، «سن» را به عنوان یک پدیده اجتماعی مد نظر قرار دهند و توجه ویژه‌ای از تمامی جوانب و ابعاد به آن داشته باشند و برنامه‌ریزان اجتماعی نیز نهادینه کردن و بهنجار نمودن دوره جوانی را مورد توجه قرار دهند.

منابع

- آزادارمکی، تقی و غفاری، غلامرضا. (۱۳۸۳). جامعه‌شناسی نسلی در ایران. تهران: پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی
- امام جمعه‌زاده، سید جواد و همکاران. (۱۳۹۱). «انقلاب خاموش در جوامع فرا صنعتی، تغییر در اولویت ارزش‌ها». فصلنامه پژوهش‌های سیاسی جهان اسلام. سال دوم، شماره ۳.
- انتظاری، اردشیر و محمدحسین پناهی. (۱۳۸۶). «رابطه تصور باز بودن ساختاری با گرایش به گروه‌های مرجع غیربومی». فصلنامه علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی، شماره ۳۸-۳۹.
- اینگلهارت، ر. (۱۳۷۳). تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی. مریم وتر. تهران: نشر کویر
- بارکر، کریس. (۱۳۸۷). مطالعات فرهنگی: نظریه و عملکرد. مهدی فرجی و نفیسه حمیدی. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی
- بالس، کریستوفر. (۱۳۸۰). «ذهنیت نسلی». حسین پاینده. ارغنون، شماره ۱۹.
- بودون، ریمون. (۱۳۷۰). منطق اجتماعی. عبدالحسین نیک گهر. تهران: نشر جاویدان
- تاجیک، محمدرضا. (۱۳۸۶). شکاف یا گسست نسلی در ایران امروز، تحلیل‌ها، تخمین‌ها و تدبیرها. پژوهشکده تحقیقات استراتژیک، نشر مجمع تشخیص مصلحت نظام
- تاجیک، محمدرضا. (۱۳۸۱). «جامعه ایرانی و شکاف میان نسل‌ها». فصلنامه راهبرد. مرکز تحقیقات استراتژیک. شماره ۲۶.
- جانعلیزاده چوب بستی، حیدر و همکاران. (۱۳۹۲). «تحلیل جامعه‌شناختی از گروه‌های مرجع دانشجویان دانشگاه مازندران». فصلنامه پژوهش‌های معاصر. شماره ۳.
- حاتمی، محمدرضا و همکاران. (۱۳۸۵). «بررسی روند تغییرات نگرشی نسل سوم در زمینه گروه‌های مرجع در دهه ۱۳۸۰». فصلنامه پژوهش‌های سیاسی جهان اسلام. سال ششم، شماره سوم.
- دوچ، مورتون و کراوس، م. روبرت. (۱۳۷۴). نظریه‌ها در روانشناسی اجتماعی. مرتضی کتبی. تهران: دانشگاه تهران
- ذکایی، محمد سعید. (۱۳۸۶). فرهنگ مطالعات جوانان. چاپ اول، تهران: نشر آگه
- ریتز، جورج. (۱۳۷۴). نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر. محسن ثلاثی. تهران: انتشارات علمی

- رفیع پور، فرامرز. (۱۳۷۹). توسعه و تضاد، کوششی در جهت تحلیل انقلاب اسلامی و مسائل اجتماعی ایران. چاپ چهارم، تهران: شرکت سهامی انتشار
- رفیع پور، فرامرز. (۱۳۷۸). آناتومی جامعه. تهران: انتشار
- ساروخانی، باقر. (۱۳۷۰). درآمدی بر دایره‌المعارف علوم اجتماعی. تهران: کیهان
- سفیری، خدیجه و شریفی، نیره. (۱۳۸۴). «بررسی سلسله مراتب ارزشی دانشجویان و رابطه آن با گروه‌های مرجع». نامه علوم اجتماعی. شماره ۲۵.
- شفرز، ب. (۱۳۸۳). مبانی جامعه‌شناسی جوانان. کرامت‌الله راسخ. تهران: نشر نی
- صدیق سروستانی، رحمت‌الله و هاشمی، سید ضیاء. (۱۳۸۱). «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. چاپ اول، تهران: انتشارات سروش
- غلامرضا کاشی، محمدجواد. (۱۳۸۲). بررسی ابعاد پدیده شکاف نسلی در ایران. تهران: دفتر طرح‌های ملی وزارت ارشاد
- غیور باغبانی، سیده زینب، و اصغریور ماسوله، احمدرضا. (۱۳۹۲ بهار). «عواملی موثر بر اولویت‌بندی گروه‌های مرجع جوانان». مجموعه مقالات تحولات سبک زندگی در ایران. جلد دوم و سوم، چاپ اول، انتشارات نیساء.
- کریمی، یوسف. (۱۳۷۵). روانشناسی اجتماعی (نظریه‌ها، مفاهیم و کاربردها). تهران: ارسباران
- معیدفر، سعید. (۱۳۸۷). «مشکل استقلال جوانان و تاثیر آن در نگرش‌های سیاسی آنان». مجموعه مقالات و گفت و گوهای امروز و فردای جوان ایرانی. انتشارات مؤسسه تحقیقات و توسعه انسانی.
- منطقی، م. (۱۳۸۷). «جوانان می‌خواهند فرهنگ ایرانی را با فرهنگ غربی آشتی دهند». مجموعه مقالات و گفت و گوهای امروز و فردای جوان ایرانی. انتشارات مؤسسه تحقیقات و توسعه انسانی.
- هزار جریبی، جعفر و صفری شالی، رضا. (۱۳۹۵). «بررسی چرایی دگرگونی‌های گروه مرجع در بین دانشجویان». مجله فرهنگ در دانشگاه آزاد اسلامی. شماره ۱۸.

- هزارجریبی، جعفر و آقا بیگی کلاکی، محمد. (۱۳۹۰). «عوامل موثر بر گزینش گروه مرجع در بین دانشجویان (مطالعه جامعه‌شناختی، تغییر گروه مرجع در بین دانشجویان دانشکده‌های اصفهان و صنعتی اصفهان)». فصلنامه علوم اجتماعی. شماره ۵۴.



Youth Attitudes Change toward Reference Groups

Hassan Kalashloo

Head Assistant for Support and Development of Research, Strategic Studies and Researches Center, Ministry of Sports and Youth, Tehran, Iran

Farideh Aghili

Head of Social and Cultural Studies Department, Strategic Studies and Researches Center, Ministry of Sports and Youth, Tehran, Iran

Received: ۲۲ Apr. ۲۰۱۹

Accepted: ۱۸ Jun. ۲۰۱۹

Regarding the young population of the country, measuring the attitudes and developments of young people in the reference groups is a matter of serious concern to policymakers and decision-makers in the system. In order to study the changes and developments, using national surveys conducted during the years ۱۳۸۶ to ۱۳۹۰ in this research, the items that could have influenced the study of this concept were extracted. Then, the trend of youth changes during this time interval is set through matching the measures. The concept of reference groups was categorized in a variety of categories, and the terms representing each of these categories were extracted, and the process of youth change was drawn in this direction. The research methodology is a secondary analysis that compares the results of the national researches, which holds the same statistical population of the same sampling method with similar ones. The results of the research showed that the young generation does not define itself in the framework of the norms of the past, and their values and attitudes have changed in some areas; however, the family has a fundamental role for young people, and the influential people in Young people's modeling is mainly within the family, especially the parents.

Key Words: Youth, Change Attitude and Reference Groups