

مجموعه مقالات تحولات سبک زندگی
در ایران

جلد سوم

به نام خداوند جان و خرد
کزین برتر اندیشه برنگذرد

سرشناسه	: همایش ملی تحولات سبک زندگی در ایران
عنوان و نام پدیدآور	: مجموعه مقالات تحولات سبک زندگی در ایران ۱. رئیس همایش: سید محمدهادی ایازی؛ ۲. دبیر همایش: علی اصغر محکی؛ ۳. دبیر علمی همایش: ابراهیم حاجیانی؛ ۴. مدیر اجرایی همایش: احمد شاهانی، سید محمدرضا بهلول.
مشخصات نشر	: تهران: نیسا، ۱۳۹۲.
مشخصات ظاهری	: ۷۸۰ص؛ جدول، نمودار؛ ۲۱×۱۴/۵.
فروست	: نگاشت شهر؛ ۸۲.
فروست	: فرهنگ و اجتماع؛ ۴۲.
شابک	: ۷۰۰۰۰۰ ریال؛ ۱-۱۴-۷۲۱۲-۶۰۰-۹۷۸-۶۰۰-۷۲۱۲-۱۳-۴-۹۷۸-۶۰۰-۹۷۸: جلد سوم
یادداشت	: ج ۲ (چاپ اول: ۱۳۹۲) (فیبیا).
یادداشت	: ج ۳ (چاپ اول: ۱۳۹۲) (فیبیا)
یادداشت	: کتابنامه.
موضوع	: شیوه زندگی - ایران - کنگره‌ها
موضوع	: شیوه زندگی - مقاله‌ها و خطابه‌ها
شناسه افزوده	: ایازی، سید محمدهادی، ۱۳۴۱- ، رئیس همایش
شناسه افزوده	: محکی، علی اصغر، ۱۳۴۲- ، دبیر همایش
شناسه افزوده	: بهلول، سید محمدرضا، ۱۳۵۳- ، مدیر اجرایی همایش
شناسه افزوده	: شاهانی، احمد- ۱۳۴۲
شناسه افزوده	: شهرداری تهران، اداره کل مطالعات اجتماعی و فرهنگی
رده‌بندی کنگره	: HQ ۲۰۴۴ / الف ۹ ه ۸۳ ۱۳۹۲
رده‌بندی دیوبنی	: ۳۰۶/۰۹۵۵
شماره کتابشناسی ملی	: ۳۳۰۲۰۰۸

مجموعه مقالات تحولات سبک زندگی در ایران

جلد سوم

سید محمدهادی ایازی (رئیس همایش)

علی اصغر محکی (دبیر همایش)

ابراهیم حاجیانی (دبیر علمی همایش)



انتشارات تیسّا



معاونت امور اجتماعی و فرهنگی
اداره کل مطالعات اجتماعی و فرهنگی

مجموعه مقالات سبک زندگی در ایران

دکتر سید محمدهادی ایازی، رئیس همایش؛ دکتر علی اصغر محکی، دبیر همایش؛ دکتر ابراهیم حاجیانی، دبیر علمی همایش.
سفارش دهنده: اداره کل مطالعات اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران
مدیر تولید: احمد شاهانی، سید محمدرضا بهلول..

چاپ اول: پاییز ۱۳۹۲

شماره نشر: ۸۱

ویراستار: مینا سعیدی شهروز

صفحه‌آرا: فاطمه حامدی یکتا؛ طراح جلد: مه‌رمان مستوفی

لیتوگرافی: کارآ، چاپ: دالاهو، صحافی: کیمیا

ناظر فنی چاپ: مصطفی شریفی

تعداد: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۲۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۰-۶۶۶۲-۱۳-۴

همه حقوق چاپ و نشر این اثر محفوظ است

استفاده از مطالب یا ذکر منبع بلاشکال است

انتشارات تیسسا

تهران، میدان بهارستان، خیابان ظهیرالاسلام، کوی دیلمان، پلاک ۶، واحد ۳. تلفن: ۰۲۱۳۹۹۹۴۲۳، ۰۲۱۳۹۹۲۴۷۰

www.Teesa.ir iTeesa@mail.com

معاونت امور اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران

تهران، بزرگراه شهید گمنام، ابتدای بزرگراه کردستان. تلفن: ۰۲۱۰۶۰۰۰

اعضای کمیته سیاست‌گذاری همایش

دکتر سید محمدهادی ایازی / معاون فرهنگی اجتماعی شهرداری تهران

دکتر علی اصغر محکی / مدیرکل مطالعات اجتماعی فرهنگی شهرداری

تهران

دکتر سید رضا صالحی امیری / معاون پژوهش‌های فرهنگی و اجتماعی

مرکز تحقیقات استراتژیک

دکتر ابراهیم حاجیانی / مدیر گروه پژوهش‌های فرهنگی و اجتماعی

دبیر علمی همایش

دکتر ابراهیم حاجیانی / دانشیار جامعه‌شناسی دانشگاه

اعضای کمیته علمی

دکتر سید ضیاء هاشمی	دکتر مجید کاشانی
دکتر محمود شهابی	دکتر محمد فاضلی
دکتر مرتضی منادی	دکتر سید آیت میرزایی
دکتر علی ربیعی	دکتر معصومه شفیعی
دکتر محمدرضا پویافر	دکتر آرمان حیدری
دکتر حسین میرزایی	دکتر صلاح‌الدین قادری
دکتر سلیمان پاک‌سرشت	آقای مصطفوی
دکتر مهدی امیرکافی	

بازبینی و کنترل نهایی مجموعه مقالات

شهرود امیرانتخابی

اعضای کمیته اجرایی

عبدالحسین ضمیری	سعید شریفی
پری درویشی	حامد ایرانشاهی
آمنه تبریزی	فرناز سربندی
احمد شاهانی	سید محمدرضا بهلول

فهرست

۱۱	مقدمه
۱۷	بررسی مباحث نظری و مفهومی سبک مصرف پرنیا رضی پور - مرجان نوری
۳۷	دین داری و شیوه مصرف جوانان طبقه فرودست دکتر طاهره قادری - مریم سادات سید کریمی
۸۳	سبک‌های نوین زندگی خانوادگی در ایران مهرنوش خالدی
۱۰۷	بررسی جامعه‌شناختی تأثیر سبک زندگی بر سرمایه اجتماعی (مطالعه موردی خانواده های شهر پارس آباد مغان در سال ۱۳۹۱) شراره ملکی - اکرم اربابی
۱۳۳	سبک‌های پوشش در فضاهای عمومی و بازتعریف هویت اجتماعی ام کلثوم دنیایی
۱۶۵	سبک زندگی و جوانان (مطالعه در بین زنان شهر مهاباد) حسن رشیدی
۲۰۵	ارتباط شادکامی، جهت‌گیری مذهبی و راهبردهای مقابله‌ای با سبک زندگی اسلامی مریان قرآنی
۲۲۳	جمال عاشوری تأثیر اشتغال مادران بر کیفیت زندگی فرزندان در شهر مشهد زهرا ناصری - احمد رضا اصغرپور ماسوله - غلامرضا حسنی درمیان
۲۵۹	جایگاه رسانه‌های ارتباط جمعی در ترویج سبک زندگی اسلامی وجیهه صالحی
۳۲۳	عوامل مؤثر بر اولویت‌بندی گروه‌های مرجع جوانان

۸ مجموعه مقالات تحولات سبک زندگی در ایران؛ جلد سوم

- سیده زینب غیور باغبانی - احمدرضا اصغرپور ماسوله
عوامل مؤثر بر شکل گیری سبک زندگی در ایران ۳۵۷
- اسماعیل کریمی - فرشته پاکیزه
بررسی مقایسه‌ای مصرف فرهنگی دختران و پسران جوان شهر شیراز و رابطه آن با
هویت دینی و جنسیتی آنان ۳۸۳
- آرمان حیدری - مریم سروش
بررسی رابطه بین سرمایه فرهنگی و الگوی مصرف مدرن در بین زنان بالای ۱۸ سال
شهر بوشهر ۴۱۹
- جعفر نجات
بررسی عوامل مؤثر بر سبک زندگی دانشجویان تحت حمایت کمیته امداد امام خمینی
(ره) شهرستان شهرکرد در سال ۱۳۹۱ ۴۳۷
- عزیزاله آقابابایی - سهیلا باقری - کاترین فکری
بررسی و شناخت عوامل اجتماعی مؤثر بر سبک گذران اوقات فراغت خانواده‌های
شهر تهران ۴۷۱
- فروغ ذائرتاب - الناز میرزایی
«آگهی بازرگانی، تزریق پنهان سبک زندگی در الگوی تغذیه دانش آموزان» ۵۰۹
- سکینه کاشی سرخی - دکتر پوران‌دخت فاضلیان - دکتر حسن رستگارپور - رقیه
پژمان
بررسی رابطه احساس خودکارآمدی سلامت و سبک زندگی در ارتقای سلامت
دانشجویان دانشکده علوم انسانی دانشگاه نجف‌آباد اصفهان (با تأکید بر جایگاه تحلیل
سبک زندگی در جامعه ایرانی) ۵۳۵
- مهران سلگی
سبک زندگی خانواده و تأثیر آن بر پرورش فرزندان با تأکید بر الگوهای قرآنی ... ۵۴۷
- فاطمه زینلی - هاجر مرادی
برآورد تابع تقاضای انواع پوشش‌های منطبق با سبک اسلامی با استفاده از الگویی
اقتصادی ۵۶۳
- عطیه هنردوست
معرفی رویکرد مخاطب‌پژوهی در تحلیل گرایش روزافزون به استفاده از رسانه‌های
غیرایرانی (با تأکید بر ماهواره) ۵۹۵
- لادن رهبری - محمداسماعیل ریاحی

فهرست ۹

- نمایش در فضای شهری (مطالعه کیفی رفتارهای نمایشی دختران در مراکز خرید) ۶۲۳
لادن رهبری - محمود شارع پور
- نقش تبلیغات پیامکی در نگرش و سبک زندگی مصرف کنندگان (۲۰۱۲-۲۰۱۳). ۶۴۷.
غزال نوشین فر
- نقش معلمان در آموزش و ترویج سبک زندگی ایرانی - اسلامی (با تمرکز بر پیش
نیازها، راهبردها و راهکارها) ۶۹۹
- علی مهدوی خواه - کاظم منافی شرف آباد
- تأثیر سواد رسانه‌ای بر سبک زندگی ۷۲۷
- بهاره همت پور - مروارید طباطبایی
- نقش اوقات فراغت در رشد هویت دینی جوانان ۷۵۱
پروین صمدی - نازنین نوشین فر

عوامل مؤثر بر اولویت‌بندی گروه‌های مرجع جوانان

سیده زینب غیور باغبانی^۱

احمدرضا اصغرپور ماسوله^۲

چکیده

موضوع تحقیق پیش رو، تأثیر جنسیت بر الویت‌بندی گروه‌های مرجع میان دختران و پسران دانشجویان و انتخاب گروه مرجع اصلی به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شده است. علاوه بر آن تأثیر متغیرهای مداخله‌گر بر حسب نظریات تحقیق همچون تحصیلات و درآمد خانواده مورد آزمون قرار گرفت. روش انجام پژوهش، پیمایشی و ابزار تحقیق پرسش‌نامه است. جامعه آماری دانشجویان دختر و پسر دانشکده ادبیات دانشگاه فردوسی مشهد در بهار سال ۱۳۹۱

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد پژوهشگری، دانشگاه فردوسی مشهد،
Z.S.Qaiur@Gmail.Com

۲. استادیار جامعه‌شناسی، دانشگاه فردوسی مشهد،
Ahmadreza.Asgharpour@Gmail.Com

است. حجم نمونه ۳۰۰ نفر و به شیوه تصادفی انتخاب شده‌اند.

نتایج حاصل نشان می‌دهد که جنسیت بر انتخاب گروه مرجع اصلی تأثیر ندارد و این انتخاب تحت تأثیر متغیرهای تحصیلات و درآمد معنادار است.

واژگان کلیدی: گروه مرجع، دانشجو، دانشگاه فردوسی مشهد، درآمد و تحصیلات.

مقدمه

انسان موجودی اجتماعی و اعمال و رفتارهای او متأثر از ارزش‌ها، هنجارها و قوانین گروه است. جامعه‌پذیری جوانان تحت تأثیر دو پدیده شکل می‌گیرد: یکی فردیت جوان و دیگری ساخت‌های اجتماعی که بر او تأثیر می‌گذارند که مهم‌ترین آنها عبارتند از: خانواده، مدرسه، گروه‌های همسال و دین (شفرز، ۱۳۸۳: ۱۳۷). در فرایندی تحت عنوان جامعه‌پذیری است که ارزش‌ها و هنجارهای یک جامعه به نوجوانان و جوانان منتقل می‌شوند و آنها به اصطلاح اجتماعی می‌شوند و طی همین فرایند است که هویت 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 نقشی 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 این‌گونه مقایسه می‌تواند تشخیص دهد که آیا نقش خود را به‌درستی انجام داده است یا نه. همچنانکه نقش فرد در جامعه دگرگون می‌شود، گروه‌های مرجعی که مبنای ارزیابی او هستند، نیز دگرگون خواهند شد (کونن، ۱۳۸۴: ۶۳). در جریان جامعه‌پذیری افراد، گروه‌های مرجع از اهمیت

ویژه‌ای برخوردارند و در شکل‌گیری شخصیت آنها تأثیرات فراوانی دارند. در این میان تفاوت‌های جنسیتی در انتخاب این گروه‌ها می‌تواند تأثیرگذار باشد. انواع انحرافات در میان جوانان دختر و پسر وجود دارد که بر تأثیر افراد هم‌سن، دوستان، افراد مورد علاقه و الگوهای رسانه‌ای تأکید دارند و همه آنها به نوعی می‌توانند مصداق گروه مرجع باشند. به دنیا آمدن پسر یا دختر، جامعه‌پذیری متفاوت آنها را به دنبال دارد که به تفاوت‌های گوناگون میان آنها منجر می‌شود. در همین راستا این جامعه‌پذیری متفاوت به نوبه خود سبب ایجاد تفاوت بین اولویت‌بندی گروه‌های مرجع در دختران و پسران می‌شود. طبق تحقیقاتی که در این راستا انجام شده است (عباسی، ۱۳۹۲) مقایسه جنسیتی نشان می‌دهد که در مجموع، ارجاع پسرها به گروه‌های همسالان، بیشتر از دخترهاست و این تفاوت تحت تأثیر تفاوت‌های اجتماعی است.

گروه مرجع می‌تواند معیار داوری شخص از خودش باشد بی‌آنکه هرگز عضو آن گروه مرجع بوده باشد. اگر نوجوانان و جوانان در جریان جامعه‌پذیری بدون آگاهی و با الگوبرداری نامتناسب به پیروی از گروه‌های مرجعی بپردازند که آنها را از ارزش‌های خانوادگی به دور کند و یا در آنها تضاد ارزشی به وجود آورد، ممکن است ناسازگاری‌ها و مشکلاتی در میان این افراد ایجاد شود. بنابراین نبود یک شناخت علمی از گروه‌های مرجع و ابعاد کارکردی آنها به‌ویژه از نظر جنسیتی، موجب بروز اشتباهات و لغزش‌های چشمگیر در مواجهه با مشکلات جوانان شده است؛ از این رو، تأثیر تمایزات جنسیتی بر اولویت‌بندی انتخاب گروه‌های مرجع در میان جوانان هدف کلی این تحقیق است.

۱. روش تحقیق

روش مورد استفاده در این پژوهش پیمایشی بوده است؛ روشی برای تحقیق در علوم اجتماعی که معمولاً آن را متناظر با پرسش‌نامه می‌دانند، امالزوماً چنین نیست و می‌توان از تکنیک‌های دیگری هم در این روش بهره برد (دواس، ۱۳۸۱: ۱۳). تکنیک مورد استفاده برای جمع‌آوری داده‌ها در این پژوهش، پرسش‌نامه ساخته شده به وسیله پژوهشگر بوده است. این پرسش‌نامه بر اساس فرضیه‌های پژوهش و به وسیله شاخص‌سازی برای مفاهیم ساخته و در ۳۹ پرسش تنظیم شده است. بیشتر پرسش‌ها به صورت بسته و طیف لیکرت ۵ گویه‌ای تنظیم شده‌اند.

برای توصیف و تحلیل داده‌ها از روش‌های آماری و در بخش تحلیل داده‌ها از آزمون‌های مقایسه میانگین‌ها و رگرسیون خطی استفاده شده است. تحلیل‌های آماری با استفاده از نرم افزار spss صورت گرفته است.

جامعه آماری در این تحقیق، همه دانشجویان دانشکده ادبیات را در برمی‌گیرد که با توجه به گروه پاسخ‌گویان این تحقیق (دانشجویان دختر و پسر) و نیز ابزار جمع‌آوری اطلاعات که پرسش‌نامه است، تلاش کردیم با انتخاب ۳۰۰ نمونه به روشنی رابطه بین متغیر وابسته و مستقل را تحلیل کنیم. ۵۰٪ پاسخ‌گویان دختر، ۵۰٪ پسر و همچنین ۸۸٪ پاسخ‌گویان در مقطع کارشناسی، ۱۰٪ در مقطع ارشد و ۱/۳٪ پاسخ‌گویان در مقطع دکترا مشغول به تحصیل بودند.

واحد تحلیل در این تحقیق، دانشجوی دختر و پسر است و همه دانشجویانی که در دانشکده ادبیات مشغول به تحصیل هستند جزء جمعیت این تحقیق به حساب می‌آیند.

اعتبار در این روش، رؤیت ابزار به وسیله متخصصان و صاحب‌نظران

است که پس از اجماع نظرات آنان روایی آن تأیید می‌شود. برای تعیین روایی در این تحقیق از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است. میزان آلفای کرونباخ برای شاخص متغیر مرجعیت والدین (تعداد گویه‌ها برابر ۱۲) ۰/۸۳، برای شاخص میزان مرجعیت همسالان (تعداد گویه‌ها برابر ۱۱) ۰/۷۸ و برای شاخص مرجعیت رسانه‌های غربی (تعداد گویه‌ها برابر ۸) ۰/۸۲ بوده، که مناسب و قابل قبول است؛ یعنی این سازه قابلیت اعتماد^۱ دارد.

۲. نظریه‌های مربوط به گروه مرجع

نظریه‌های مربوط به گروه مرجع^۲ را می‌توان در دو حوزه روان‌شناسی اجتماعی و جامعه‌شناسی، جست‌وجو و مطالعه کرد. در رویکرد اول می‌توان به افرادی مانند هیمن^۳، شریف^۴، ساپ - هارود^۵ و فستیگر^۶ اشاره کرد.

۲-۱. گروه مرجع در روان‌شناسی اجتماعی

۲-۱-۱. نظریه هیمن

هیمن، مفهوم گروه مرجع در روان‌شناسی اجتماعی را نخستین بار در سال ۱۹۴۲ به کار برد (هیمن، ۱۹۴۲؛ به نقل از: سروستانی و هاشمی، ۱۳۸۱). وی در مقاله‌ای تحت عنوان «روان‌شناسی منزلت»، مفهوم «منزلت ذهنی» را بعدی از رفتار و آن را تصور فرد از موقعیت خود در مقایسه با سایرین تعریف می‌کند. او در ادامه به این استنباط می‌رسد که انسان‌ها در شکل‌دهی

-
1. Reliability
 2. Reference Group
 3. Hyman
 4. Mozafar Sharif
 5. Sapp_ Harrod
 6. Festinger

به نگرش‌های خود بیش از آنکه به خود متکی باشند، به گروه‌هایی تکیه دارند که با آنها در ارتباط هستند (سروستانی و هاشمی، ۱۳۷۲).

۲-۱-۲. نظریه نیوکمب^۱

یکی دیگر از روان‌شناسان اجتماعی که تحقیقاتی درباره گروه‌های مرجع انجام داده، نیوکمب است. وی اولین کسی است که به صورت تجربی تأثیرات گروه‌های مرجع را بررسی کرد. نیوکمب نقش گروه‌های مرجع را در شکل‌گیری دریافت‌ها و تغییر نگرش‌های افراد، مهم و تعیین‌کننده می‌داند و بر جنبه هنجاری این گروه‌ها تأکید می‌کند. به اعتقاد نیوکمب انگیزه فرد برای کسب تعلق یا عضویت در یک گروه (به عنوان گروه مرجع هنجاری) بیش از عضویت واقعی او در آن گروه در رفتارهایش تأثیرگذار است. در نتیجه، تمایل و ارجاع فرد به یک گروه موجب شکل‌گیری نگرش‌ها و رفتارهای وی بر اساس هنجارها و رویه‌های گروه مزبور خواهد بود. وقتی فرد علاقه‌مند باشد که عضو یک گروه شود، آمادگی لازم را برای کسب و پذیرش نگرش‌هایی پیدا می‌کند که به اعتقاد او در آن گروه رواج دارند. این آمادگی به دلیل انگیزه او برای کسب پاسخ و واکنش مناسب از سوی اعضای گروه است. انگیزه‌ای که خود از نوع ارزیابی فرد از جایگاه خویش در میان اعضای گروه متأثر است.

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

1. Newcomb

جاذبه‌ای برای فرد ندارد و او سعی می‌کند که خود را از آن دور نگه دارد و از هنجارها و رویه‌های حاکم در آن تبرّی جوید.

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

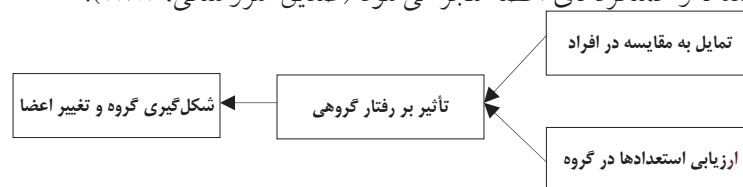
۳-۱-۲. نظریه فستینگر

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. فستینگر فرایند تأثیرگذاری افکار در گروه‌های اجتماعی را تحت عنوان «تئوری فرایند مقایسه اجتماعی» به بحث گذاشت. وی تأثیر مقایسه اجتماعی و ارزیابی افکار و توانایی‌ها بر شکل‌گیری افکار در گروه را بررسی کرد. به اعتقاد فستینگر تئوری او قادر است واقعیت‌های فراوانی را تبیین کند و فرضیه‌های آزمون‌پذیر بسیاری نیز از آن اشتقاق می‌یابد.

فستینگر 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 مایلند 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؛ بنابراین مقایسه و ارجاع به گروه‌هایی که

دارای منزلت‌های خیلی بالاتر یا خیلی پایین‌تر هستند، در مواردی بسیار نادر اتفاق می‌افتد.

طبق نظریه فستینگر، افکار و رفتار فرد در چهارچوب روابط گروهی و تحت تأثیر دیگران شکل می‌گیرد و فشار برای هم‌شکلی در گروه به تغییر ایده‌ها و عملکردهای اعضا منجر می‌شود (صدیق سروستانی، ۱۳۸۱).



۲-۲. گروه مرجع در جامعه‌شناسی

۲-۲-۱. نظریه کولی^۱

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

1. Kolly

دیگران از او بر نوع نگاه و احساس او درباره خودش تأثیری تعیین کننده دارد و در نتیجه نگرش‌ها، رفتارها و هنجارهای او را جهت خواهد داد (صدیق سروستانی، ۱۳۸۱).

۲-۲-۲. نظریه مید^۱

بحث مید درباره «دیگری تعمیم یافته» حوزه نظری دیگری است که ارتباط نزدیکی با بحث گروه مرجع دارد. مرتون نیز مید را به عنوان یکی از مهم ترین پیشگامان نظریه گروه مرجع معرفی کرده است (مرتون، ۱۹۵۷: 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 می کند. به اعتقاد او، فرد گروه اجتماعی خودش را به عنوان یک مجموعه سازمان یافته از گرایش‌ها، هنجارها، ارزش‌ها و هدف‌هایی که به رفتار او و دیگری شکل می دهد، فرض می کند. «فرایند اجتماعی از راه دیگری تعمیم یافته بر رفتار گروه تأثیر می گذارد، زیرا از این راه است که فرایند اجتماعی یا گروه، به عنوان عامل تعیین کننده در ذهن فرد نفوذ می کند» (دوچ و کراس، ۱۳۷۴: ۲۰۲).

۲-۲-۳. نظریه شیبوتانی^۲

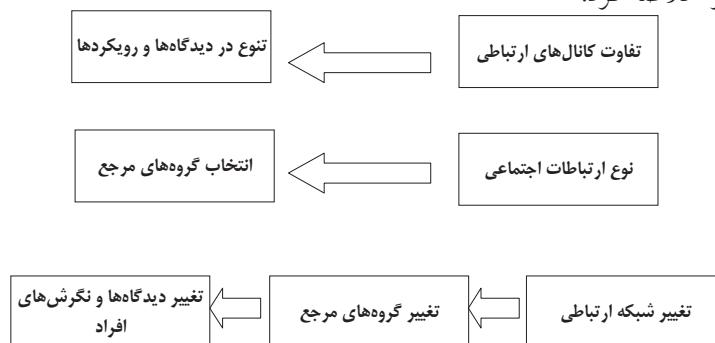
تاموتسو شیبوتانی، صاحب نظر دیگری است که به بحث درباره مفهوم گروه مرجع پرداخته است. وی سه کاربرد برای این مفهوم بیان کرده است: یک) گروهی که به عنوان مبنای مقایسه و ارزیابی قرار می گیرد؛ دو) گروهی که افراد میل به عضویت و مشارکت در آن دارند؛ سه) گروهی که کنشگران

1. Herbert Mead

2. Tamotsu Shibutani

رویکردهای آن را می‌پذیرند. شیبتوانی 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 (سروستانی و هاشمی، ۱۳۷۲)؛ بنابراین تنوع در دیدگاه‌ها و رویکردها ناشی از تفاوت کانال‌های ارتباطی است و از آنجاکه گروه مرجع گروهی است که رویکرد و دیدگاهش چهارچوب مرجع افراد را تشکیل می‌دهد، انتخاب گروه مرجع نیز تحت تأثیر نوع ارتباطات اجتماعی به‌ویژه 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. مطالب بالا را می‌توان در مدل

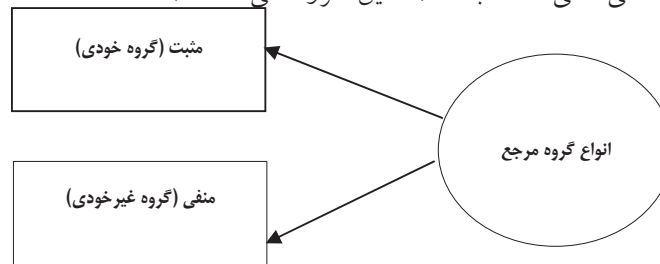
زیر خلاصه کرد:



۴-۲. نظریه مرتون!

در حوزه جامعه‌شناسی رابرت کی مرتون شاخص‌ترین نظریه‌پرداز است

که به شرح و بسط مفهوم «گروه مرجع» پرداخته است. او این مفهوم را در قالب نظریهٔ 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 رشتهٔ تحریر درآورد، تلاش کرد که تئوری کامل و جامعی دربارهٔ کارکردها و عوامل انتخاب گروه‌های مرجع ارائه دهد. مرتون در این راه از دستاوردهای جامعه‌شناسانی از قبیل کولب و مید و به‌ویژه از یافته‌های تحقیق معروف / استوفر تحت عنوان سرباز امریکایی استفاده کرد و در تداوم تلاش‌های علمی آنان «تئوری گروه مرجع» را به عنوان یک تئوری جامعه‌شناختی در عرصهٔ این علم ارائه داد. اما مرتون اذعان دارد که خاستگاه اصلی مفهوم «گروه مرجع» در روان‌شناسی اجتماعی است. رابرت مرتون، تغییری اساسی در نظریهٔ گروه‌های مرجع داد. وی گروه‌های مرجع را به دو دستهٔ مثبت و منفی تقسیم کرد. منظور وی از 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 همان‌گروه برای افراد دیگر نقشی منفی داشته باشد (صدیق سروستانی، ۱۳۸۱).



پارسونز، در این زمینه، ایدهٔ معروف جامعه‌شناسان را مطرح می‌کند: «مردم عمیقاً نسبت به انتظارات دیگران حساس هستند به طوری که این انتظارات

همه کنش‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد.» در واقع، نظریه پارسونز همان مفهوم «انسان بسیار پیچیده» در جامعه‌شناسی نوین است که منشاء به‌هم‌پیوستگی اجتماعی را به حداکثر رساندن «تأیید دیگران» می‌داند (شریفی و حمزه‌ای، ۱۳۸۹).

۳. تفاوت‌های جنسیتی در جامعه‌پذیری

صوبلاً، جامعه‌شناسان، عوامل یا کارگزاران جامعه‌پذیری را به چند بخش عمده تقسیم می‌کنند: خانواده، مدارس و رسانه‌ها (ساروخانی، ۱۳۷۰: ۷۴۴). این عوامل معمولاً از زنان تصویری مطیع، منفعل، عاطفی و وابسته، و از مردان تصویری مستقل، استوار، شایسته، توانا و مصمم دارند. کودکان در دوسالگی اسباب‌بازی‌هایی انتخاب می‌کنند که مناسب جنسیت آنها باشد. در سومین سال زندگی، کودک می‌تواند افراد را برحسب مرد یا زن طبقه‌بندی کند و در مورد چشم‌داشت‌های اجتماعی از دو جنس نیز آگاهی‌هایی دارد. در حدود پنج‌سالگی، کودک شروع به یادگیری اجزای انتزاعی و روان‌شناختی قالب‌های جنسیتی و دخترها، کوچک، خاموش، مؤدب، فرمان‌بردار، و عاطفی‌اند (ماسیون و دیگران، ۳۹۹، ۱۳۷۰).



یکی از مهم‌ترین عوامل جامعه‌پذیری، خانواده و به‌ویژه والدین است. رابین و همکاران، در ۱۹۷۴ دریافتند که والدین با کودکان خود بر اساس ویژگی‌های نقش جنسیتی رفتار می‌کنند. رسانه‌های جمعی همچون کتاب، مجله، رادیو، تلویزیون، اینترنت، سینما و مانند اینها نقش بسیار مهمی در جامعه‌پذیری دارند. در بیشتر این رسانه‌ها، زنان باید به شیوهٔ زنانه، و مردان به شیوهٔ مردانه رفتار کنند. معمولاً در داستان‌های کودکان، پسران و مردها به کارهای هیجان‌انگیز و نقش‌های فعال می‌پردازند، در حالی که دختران عمدتاً محدودند و منفعلانه عمل می‌کنند. پسران، مستقل نمایانده می‌شوند و دختران به آنها وابسته‌اند. گزارش‌های مختلف نشان می‌دهد که در کتاب‌های درسی هم، زنان در بستری از کلیشه‌های جنسیتی نقش دارند. مثلاً در کتاب‌های ریاضی، معمولاً تصویر دخترانی دیده می‌شود که از حل مسائل عاجز مانده‌اند.

بدین‌سان، دیده می‌شود که رفتار جنسی مناسب زنان که در فرایند جامعه‌پذیری آموخته می‌شود، تا حد زیادی آمیخته به عقاید قالبی جنسیتی است که از طریق عوامل جامعه‌پذیری منتقل می‌شود. مسلماً این رفتارهای جنسیتی کاملاً متمایز و متفاوت از مردان است که نحوهٔ عملکرد متقابل دو جنس را تحت تأثیر قرار می‌دهد. همیشه در روابط متقابل اجتماعی و ارتباطات، تعاریفی از نقش‌ها، فعالیت‌ها، و احساسات متناسب با هر جنس ارائه می‌شود که مبنای ساخت هویت جنسیتی هر فرد است.

۴. جمع‌بندی

در حال حاضر، برای شناسایی «عوامل مؤثر بر اولویت‌بندی گروه‌های مرجع» از نظریهٔ مرتون دربارهٔ گروه‌های مرجع استفاده شده است. همانطور که در مباحث نظری اشاره شد، مرتون دو نوع گروه مرجع عضویت

و غیر عضویت را مطرح می‌کند و در جای دیگر این گروه‌ها را خودی و غیرخودی می‌نامد. نظریه‌ها نشان داده است که گرایش پسرها به گروه‌های غیرعضویت بیشتر از دخترهاست و این تفاوت تحت تأثیر فرایند جامعه‌پذیری متفاوت است.

جامعه‌شناسان معتقدند که جایگاه و موقعیت ذهنی و روانی افراد، مستقیماً از عواملی مانند درآمد یا تربیت آنها ناشی نمی‌شود، بلکه تا حد زیادی به گروه‌های اجتماعی‌ای بستگی دارد که به‌عنوان گروه‌های مرجع شناخته می‌شوند.

گروه‌های مرجع، منبع الهام‌بخش برای شکل‌گیری نگرش‌ها، ارزیابی‌ها و رفتار، مرجع اخذ هنجارها، اهداف، الگویی برای همانندسازی و غیره هستند. این گروه‌ها نقش بسیار مهمی در جامعه‌پذیری و ایجاد هویت اجتماعی افراد دارند ولی باید دانست که گروه‌های مرجع همواره نقش مثبت ایفا نمی‌کنند.

خانواده ایرانی همچنان حساسیت‌های خود را برای مراقبت و در صورت لزوم کنترل جوانان حفظ کرده است. آنچه در اعمال این مراقبت‌ها به‌وضوح دیده می‌شود، تفاوت‌های جنسیتی است؛ به‌گونه‌ای که تقریباً در همه موارد، پاسخ‌گویان دختر به اعمال مراقبت بیشتر از جانب والدین خود اشاره کرده‌اند. با این حال به‌واسطه فرایند جامعه‌پذیری متفاوت دو جنس و تفکیک جنسیتی حوزه عمومی و نیز آموزه‌های اخلاقی و دینی، با فرهنگ و تاریخ پیوند عمیقی دارد. «خانواده»، به‌عنوان مرجع قاطع در انتخاب‌های جوانان تا حدودی تخفیف یافته و به‌موازات اهمیت یافتن نهادهای دیگر اجتماعی‌کننده (به‌ویژه رسانه‌ها) خانواده‌ها خود بخشی از مسئولیت انتقال ارزش‌ها را به دیگران سپرده‌اند.

در کنار اهمیت خانواده، نمی‌توان به جایگاه گروه‌های همسال در

شکل‌دهی به ارزش‌ها و هویت جوانان توجه نکرد، البته این تمایل همچنان خصیلتی جنسیتی دارد و از جانب پسران بیش از دختران ابراز شده است، به‌علاوه با دوره زندگی هم ارتباط دارد؛ به‌طوری که به موازات افزایش سن جایگاه گروه دوستان در پرکردن فرصت‌های فراغتی کاهش یافته و عوامل دیگر (به‌ویژه مصرف رسانه‌ای) جای آن را می‌گیرند. تأثیرپذیری جوانان از آنچه فرهنگ رسانه‌ای خوانده می‌شود، مشهود است؛ همچنین فرایند جامعه‌پذیری نقش ماهواره و اینترنت را نباید نادیده گرفت. در اینجا به نظریه گوستائزو اشاره خواهیم کرد؛ وی در تحقیقی نشان داد که ممکن است در سنین نوجوانی گروه همسالان و گروه مرجع تطابق داشته باشند، اما معمولاً در سنین بالاتر از دوره جوانی و با افزایش سن میان این دو تفکیک حاصل خواهد شد و گروه همسال جای خود را به رسانه می‌دهد.

واضح است که تأثیرپذیری جوانان از این رسانه‌ها مطلق و قطعی نیست و آنها تا حدودی به امکانات و پایگاه اقتصادی و اجتماعی جوانان بستگی دارد.

۵. پیشینه تجربی

در این قسمت پنج مقاله مرتبط با موضوع مورد بررسی همراه با انتقادهای وارد شده به آنها به‌طور خلاصه بیان می‌شود. در ابتدا مقاله «تعیین تفاوت‌های جنسیتی در گرایش جوانان به گروه‌های مرجع» (حمزه‌ای، پاپزن و شریفی، زمستان ۱۳۸۹) بررسی خواهد شد.

هدف این مقاله، تحلیل تفاوت‌های جنسیتی در زمینه گرایش به گروه‌های مرجع در میان جوانان ساکن شهر سنندج از طریق روش توصیفی-پیمایشی و مقطع زمانی سال ۱۳۸۷ است. این تحقیق به لحاظ هدف از نوع کاربردی، به لحاظ میزان نظارت، درجه کنترل و نحوه

گردآوری داده‌ها از نوع پیمایشی- توصیفی است. متغیر وابسته تحقیق «سطح گرایش به گروه‌های مرجع» و مبنای تعریف مفهومی آن نظریه‌های فستینگر و مرتون به عنوان دو نظریه اصلی از دو دیدگاه روان‌شناختی و جامعه‌شناسی است.

نتایج تحقیق نشان می‌دهد که والدین، استادان دانشگاه و دانشجویان، به ترتیب سه گروه مرجع اصلی و با گرایش بالا هستند که از سوی دختران جوان پذیرفته شده‌اند و در گرایش به والدین اختلاف معنادار با پسران دارند. همچنین دختران به طور معنادار گرایش بیشتری نسبت به گروه‌های مرجع بومی دارند. در مقابل، گرایش پسران به گروه‌های مرجع غیر بومی با اختلاف معنادار بیشتر است.

نقدی که می‌توان از مطالعه مقاله مورد نظر به آن وارد کرد، در قسمت روش و مربوط به جامعه آماری تحقیق است که شامل جوانان در فاصله سنی ۱۴-۲۶ است؛ این بازه سنی شامل نوجوانان هم می‌شود که بیشتر از جوانان در معرض آسیب‌های اجتماعی به علت عدم آگاهی و شناخت کافی از گروه‌های مرجع هستند. به همین سبب اگر این بازه سنی را محدودتر کنیم به نتایج قابل اعتمادتری می‌رسیم.

دیگر آنکه اهمیت و ضرورت تحقیق به صورت جزئی بیان نشده و به اهداف کلی تحقیق اکتفا شده است. بهتر بود در این قسمت، محقق به آسیب‌های اجتماعی مختلف، ناشی از پیروی و الگوبرداری نامتناسب جوانان از گروه‌های مرجعی که با ارزش‌های خانوادگی و اجتماعی جوانان در تعارض هستند و نیز مشکلات مختلف فرهنگی، اجتماعی‌شان اشاره می‌کرد. عنوان مقاله دوم «گروه‌های مرجع دختران دانش‌آموز دبیرستانی» (اتقایی، ۱۳۸۶) است. این پژوهش تصویری از گروه‌های مرجع دختران دانش‌آموز دبیرستانی در شهر کرمان و ویژگی‌های اجتماعی- فرهنگی آن

گروه‌ها را ارائه می‌دهد.

در بخش یافته‌ها، بررسی اولویت‌بندی گروه‌های مرجع بر اساس شدت گرایش دانش‌آموزان دختر دوره متوسطه نمایانگر آن است که به ترتیب، گروه‌های پدر، مادر، پزشکان، استادان دانشگاه، خواهر، برادر، خوانندگان زن ایرانی، معلمان، اقوام و دوستان جذابیت بیشتری داشته‌اند. محقق در این تحقیق بدون بررسی شرایط و ویژگی‌های خانوادگی، اجتماعی و اقتصادی مناطق مختلف، گروه‌های مرجع دانش‌آموزان مدارس دخترانه را بررسی کرده است. نقدی که در اینجا وارد می‌شود این است که برخی شرایط خانوادگی می‌تواند در انتخاب گروه‌های مرجع دختران تأثیرگذار باشد. برای مثال، جامعه‌پذیری یک دختر در خانواده بسته با خانواده‌ای که دختر آزادی بیشتری دارد متفاوت است و این تفاوت در جامعه‌پذیری، تفاوت در انتخاب و گرایش به گروه‌ها را به دنبال خواهد داشت.

تحقیق دیگری که در این زمینه صورت گرفته، «بررسی سلسله مراتب ارزشی دانشجویان و رابطه آن با گروه‌های مرجع» (سفیری و شریفی، ۱۳۸۴) است. از آنجاکه یکی از مهم‌ترین و درونی‌ترین لایه‌های فرهنگ هر جامعه را ارزش‌های آن تشکیل می‌دهند، مطالعه و بررسی ارزش‌های جوامع و تحولات آنها ما را قادر به درک نگرش‌ها و کنش‌های اجتماعی اقشار مختلف در عرصه‌های گوناگون سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و غیره خواهد کرد. یکی از شایع‌ترین و مهم‌ترین تغییرات در حوزه ارزش‌ها، تغییر در سلسله مراتب آنها است. پرسش مهم در این تحقیق این است که آیا سلسله مراتب نظام ارزشی دانشجویان با میزان علاقه‌مندی یا ارتباط آنان به گروه‌های مرجع‌شان مرتبط است؟

روش تحقیق مورد استفاده تلفیقی از روش‌های پیمایشی و روش‌های مقایسه‌ای بوده است. به طور کلی می‌توان نتیجه گرفت که دانشجویان در

زمینه ارزش‌های سیاسی تحت تأثیر گروه‌های مرجعی مانند والدین، همسالان مذهبی و غیر مذهبی‌اند. همچنین در زمینه ارزش‌های اجتماعی متأثر از والدین و همسالان مذهبی و در ارزش‌های فرهنگی تابع غیر همسالان مذهبی، والدین و همسالان مذهبی و در نهایت در ارزش‌های اقتصادی تحت تأثیر والدین، خارجی‌ها و غیر همسالان و همسالان عادی‌اند. در قسمت روش، محقق روایی و پایایی را مورد بررسی قرار نداده است. دیگر نقدی که می‌توان به این مقاله وارد کرد این است که محقق فرضیات را در قسمت روش آورده است.

«نقش مدرسه در جامعه‌پذیری دختران» (باباوغلی، ۱۳۸۰) مقاله دیگر در این موضوع است. در این مقاله به ارزیابی تأثیر مدرسه در فراهم کردن شرایط لازم برای حضور زنان در جامعه پرداخته است. برای بررسی این موضوع از روش کتابخانه‌ای استفاده شده است. خانواده، مدرسه، وسایل ارتباط جمعی، گروه همسالان و مدرسه نامرئی عواملی هستند که در فرایند اجتماعی‌شدن انسان‌ها نقش دارند. نتیجه بررسی مشخص می‌کند که در توزیع امکانات آموزشی و برنامه‌ریزی‌های شغلی میان دو جنس، کفه ترازو به نفع پسرها سنگینی می‌کند. لذا ناکارآمدی نظام آموزشی درباره اجتماع‌پذیری دختران، موجب بروز بسیاری از آسیب‌های روحی و روانی میان نیمی از جمعیت کشور شده است.

از مزایای این مقاله می‌توان به اهمیت موضوع و بیان دقیق و کامل ضرورت موضوع در تحقیق اشاره کرد که از جوانب مختلف و با نظریات ترکیبی از جامعه‌شناسی و روان‌شناسی به طور کامل بیان می‌کند و به پیامدها و آسیب‌هایی اشاره دارد که در صورت نادیده‌گرفتن ضرورت این مسئله ممکن است به وقوع بپیوندد.

نقدی که می‌توان بر این مقاله وارد کرد، این است که قسمت یافته‌ها

بسیار طولانی و بدون استفاده از جدول و نمودارهایی است که می‌تواند در فهم و درک بیشتر و بهتر به خواننده کمک کند. قسمت یافته‌ها پر از اعداد و ارقام است که محقق همه آنها را در جملاتی کنار هم بیان کرده و این موضوع بی‌حوصلگی و کاهش دقت خواننده را به همراه دارد.

هدف مرتضی منادی، عضو هیئت علمی دانشگاه الزهرا (س) در پژوهش «منابع جامعه‌پذیری جوانان ایرانی» (منادی، ۸۴ - ۱۳۸۳) شناخت فرهنگ جوانان و ارتباط آن با منابع فرهنگی تأثیرگذار در اطراف آنان است و اینکه جوانان تحت تأثیر کدام یک از منابع جامعه‌پذیری اطراف خود واقع شده‌اند. این پژوهش با رویکرد کیفی صورت گرفته است. نتیجه این پژوهش نشان می‌دهد که جوانان فعلی جامعه به‌وسیله نهادهای دیگری جامعه‌پذیری شده‌اند، مانند ماهواره و اینترنت که در عصر حاضر از مهمترین منابع جامعه‌پذیری است. البته تعدادی دیگر از آنان متأثر از منابع فرهنگی داخلی مانند آموزش و پرورش و تلویزیون جمهوری اسلامی بوده است. نقدی که بر این مقاله می‌توان وارد کرد این است که توجه محقق بیشتر به نگرش‌ها و ذهنیت‌هایی است که جوانان از گروه‌های مرجعشان داشته‌اند. یافته‌ها و نتایجی که محقق به آنها رسیده و آنها را طرح کرده است، بیشتر نگرش نوجوانان و جوانان در الگوبرداری، پیروی و اولویت‌بندی از گروه‌های مرجع است.

۶. آمار توصیفی

جدول شماره ۱. توصیف آماره‌های مرجعیت والدین به تفکیک اجزا (مقیاس ۰ تا ۱۰۰)

ردیف	گویه	فراوانی میزان موافقت / مخالفت					انحراف معیار
		کاملاً مخالف (۰)	مخالف (۲۵)	بی‌تفاوت (۵۰)	موافق (۷۵)	کاملاً موافق (۱۰۰)	
۱	وقتی مسئله‌ای برایم پیش می‌آید با مشورت و مساعدت والدینم آن را حل می‌کنم.	۱۱	۲۵	۹۶	۱۱۹	۴۹	۳/۵۷
۲	طرز لباس پوشیدن والدینم را می‌پسندم.	۱۰	۲۴	۸۱	۱۱۹	۶۶	۳/۶۹
۳	نظر پدر و مادرم در نحوه ارتباط من با دیگران برایم خیلی مهم است.	۱۰	۲۳	۸۱	۱۲۱	۶۵	۳/۶۹
۴	موسیقی که والدینم گوش می‌دهند برای من جذاب است.	۳۱	۶۱	۱۲۴	۵۵	۲۸	۲/۹۶
۵	در ساعاتی که با والدینم سپری می‌کنم بیشتر از اوقاتی که با همسالانم هستیم، لذت می‌برم.	۲۲	۳۹	۱۴۱	۵۳	۴۵	۳/۲
۶	ترجیح می‌دهم برای خرید لباس با والدینم به بازار بروم.	۳۷	۶۶	۶۸	۷۵	۵۴	۳/۱
۷	برای انتخاب شغل از نظر والدینم پیروی می‌کنم.	۱۵	۴۲	۱۰۲	۱۰۱	۴۰	۳/۳
۸	وقتی با خانواده‌ام به تفریح می‌روم هیجان زیادی دارم.	۲۲	۴۳	۱۰۳	۹۴	۴۸	۳/۴
۹	در انتخاب همسر نظر والدینم بیشتر از هر کسی برایم اهمیت دارد.	۱۲	۲۵	۵۲	۱۰۱	۱۱۰	۳/۹
۱۰	والدینم سلیقه موسیقی خوبی ندارند.	۳۲	۱۰۷	۷۳	۵۵	۱۶	۲/۷
۱۱	در انتخاب رئیس‌جمهور و نمایندگان و غیره، انتخاب والدینم را قبول دارم.	۳۸	۶۰	۷۳	۷۴	۵۵	۳/۱۶

ردیف	گویه	فراوانی میزان موافقت/ مخالفت					انحراف معیار
		کاملاً مخالفم (۰)	مخالقم (۲۵)	بی‌تفاوت (۵۰)	موافقم (۷۵)	کاملاً موافقم (۱۰۰)	
۱۲	ترجیح می‌دهم برای صرف غذا در رستوران با خانواده‌ام باشم.	۱۴	۳۲	۷۸	۱۱۱	۶۵	۳/۶

جدول شماره ۲. توصیف آماره‌های مرجعیت همسالان به تفکیک اجزا (مقیاس ۰ تا ۱۰۰)

ردیف	گویه	فراوانی میزان موافقت/ مخالفت					انحراف معیار	میانگین
		کاملاً مخالفم (۰)	مخالقم (۲۵)	بی‌تفاوت (۵۰)	موافقم (۷۵)	کاملاً موافقم (۱۰۰)		
۱	در مواقعی که دچار مشکل می‌شوم، برای حل آن به دوستان و همسالانم مراجعه می‌کنم.	۲۴	۶۳	۱۳۲	۶۶	۱۵	۰/۹۷	۲/۸۵
۲	ترجیح می‌دهم برای خرید لباس با دوستانم به بازار بروم.	۳۲	۶۸	۹۲	۸۴	۲۴	۱/۱۲	۳
۳	معمولاً دوستان نزدیک مشوق بسیار خوبی هستند تا اینکه ما اعمالی را انجام دهیم، تشویق دوستان باعث دلگرمی می‌شود.	۵	۲۲	۸۵	۱۳۹	۴۹	۰/۸۹	۳/۶۸
۴	مواقعی که نیاز به مشورت دارم، مشورت با دوستانم را ترجیح می‌دهم.	۲۲	۶۹	۱۱۴	۷۳	۲۲	۱/۰۳	۳
۵	برای اینکه مورد تأیید دوستانم باشم، همانند آنان لباس می‌پوشم.	۱۱۰	۱۱۹	۴۵	۲۰	۶	۰/۹۸	۱/۹۷
۶	مدل مو و آرایش دوستانم برایم جالب و جذاب است.	۵۲	۷۰	۱۲۲	۴۸	۸	۱/۰۳	۲/۶۳
۷	در انتخاب رشته تحصیلی از دوستانم کمک می‌خواهم.	۵۵	۶۵	۹۶	۶۱	۲۳	۱/۲	۲/۷۸
۸	در گردش‌ها و تفریحاتم تمایل دارم با دوستانم باشم.	۶	۲۱	۱۰۴	۱۲۳	۴۶	۰/۸۹	۳/۶

عوامل مؤثر بر اولویت‌بندی گروه‌های مرجع جوانان ۳۴۵

ردیف	گویه	فراوانی میزان موافقت/مخالفت					انحراف معیار	میانگین
		کاملاً مخالفم (۰)	مخالقم (۲۵)	بی‌نظر (۵۰)	موافقم (۷۵)	کاملاً موافقم (۱۰۰)		
۹	برای شرکت در انتخابات سیاسی کشورم، نظر دوستانم برایم اهمیت دارد.	۵۳	۹۵	۹۳	۵۱	۸	۱/۰۵	۲/۵۵
۱۰	موسیقی که دوستانم گوش می‌دهند را می‌پسندم.	۲۷	۵۵	۱۳۱	۷۱	۱۶	۰/۹۹	۲/۹۸
۱۱	ترجیح می‌دهم در انتخاب شغل از دوستانم نظر بخواهم.	۳۳	۹۲	۱۰۴	۶۳	۸	۰/۹۹	۲/۷۳

۷. توصیف آماره‌های مرجعیت رسانه‌های غربی

جدول شماره ۳. توصیف آماره‌های مرجعیت رسانه‌های غربی به تفکیک اجزا (مقیاس ۰ تا ۱۰۰)

ردیف	گویه	فراوانی میزان موافقت/مخالفت					انحراف معیار	میانگین
		کاملاً مخالفم (۰)	مخالقم (۲۵)	بی‌نظر (۵۰)	موافقم (۷۵)	کاملاً موافقم (۱۰۰)		
۱	موسیقی غربی زیباست.	۷۷	۵۷	۷۹	۵۳	۳۴	۲/۷	۱/۳
۲	در میان هنرمندان غربی (بازیگران، خواننده‌ها و غیره) مدل مو و آرایش صورتشان را دوست دارم.	۹۵	۷۱	۶۵	۴۹	۱۹	۲/۴	۱/۲
۳	برنامه‌های تلویزیونی دلچسب نیستند، بهتر است برای گذراندن اوقات فراغت فیلم‌های ویدئویی و ماهواره تماشا کرد.	۶۸	۵۵	۶۲	۵۲	۶۳	۲/۹	۱/۴
۴	سبک زندگی هنرپیشه‌ها و ورزشکاران غربی را می‌پسندم.	۱۰۱	۹۶	۵۲	۳۰	۲۱	۲/۲	۱/۲
۵	رسانه‌های تصویری غربی به دنبال اصلاح سبک زندگی ما هستند.	۱۰۶	۸۱	۶۰	۳۶	۱۶	۲/۲	۱/۲

ردیف	گویه	فراوانی میزان موافقت/مخالفت					میانگین	انحراف معیار
		کاملاً مخالفم (۰)	مخالقم (۲۵)	بی‌فکر (۵۰)	موافقم (۷۵)	کاملاً موافقم (۱۰۰)		
۶	مصرف غذاهای فست‌فود را به غذاهای سنتی ترجیح می‌دهم.	۱۱۲	۹۲	۶۶	۲۰	۱۰	۲/۰۸	۱/۰۷
۷	از کسانی که مدل مو و طرز لباس پوشیدنشان شبیه هنرمندان و ورزشکاران غربی است، خوشم می‌آید.	۱۱۴	۸۸	۶۰	۲۷	۱۱	۲/۱۱	۱/۱۲
۸	لباس‌هایی که عکس ورزشکاران یا هنرمندان غربی را دارد برایم جذاب است.	۱۸۳	۷۸	۱۶	۱۳	۱۰	۱/۶۳	۱

۸. آمار استنباطی

در این بخش به منظور بررسی فرضیه‌های طرح‌شده در پژوهش از دو متغیری یا از آزمون مقایسه میانگین‌ها استفاده کرده‌ایم. انتخاب روش آزمون فرضیه با توجه به سطح سنجش متغیرهای وابسته و مستقل در فرضیه بوده است.

فرضیه ۱. میان نوع گروه مرجع و جنسیت رابطه وجود دارد.

۱-۱. میان میزان مرجع‌بودن والدین و جنسیت؛

۱-۲. میان میزان مرجع‌بودن همسالان و جنسیت؛

۱-۳. میان میزان مرجعیت رسانه‌های تصویری غربی و جنسیت.

عوامل مؤثر بر اولویت‌بندی گروه‌های مرجع جوانان ۳۴۷

جدول شماره ۴. آزمون تأثیر جنسیت بر مرجعیت سه گروه والدین، همسالان و رسانه‌های غربی

متغیر	جنسیت	میانگین	معنی آزمون تفاوت میانگین‌ها
مرجعیت والدین	پسر	۵۷/۷۵	۰/۰۰۷
	دختر	۵۶/۰۰	
مرجعیت همسالان	پسر	۲۳/۷۵	۰/۰۲۹
	دختر	۲۵/۰۰	
مرجعیت رسانه‌های غربی	پسر	۱۰/۲۵	۰/۰۰۲
	دختر	۱۸/۰۰	

ملاحظه می‌شود که جنسیت هیچ تأثیری بر انتخاب گروه مرجع اصلی ندارد و تفاوتی میان میزان مرجعیت گروه‌ها به تفکیک دختر و پسر دیده نمی‌شود و میانگین مرجعیت قراردادن این سه گروه مرجع میان دختران و پسران دانشجو تفاوت معناداری ندارد.

فرضیه ۲. میان نوع گروه مرجع و میزان تحصیلات رابطه وجود دارد.

۲-۱. میان میزان مرجع بودن والدین و تحصیلات افراد؛

۲-۲. میان میزان مرجع بودن همسالان و تحصیلات افراد؛

۲-۳. میان گروه مرجع با مرجعیت رسانه‌های تصویری غربی و

تحصیلات افراد.

برای سه فرضیه بالا آزمون تحلیل واریانس گرفته شد که معناداری آن برای فرضیه اول مقدار ۰/۰۱۲، فرضیه دوم ۰/۰۴ و برای فرضیه سوم ۰/۰۲ به دست آمده است؛ بنابراین هیچ رابطه‌ای میان مقطع تحصیلی افراد و مرجعیت قراردادن والدین، همسالان و رسانه‌های غربی وجود ندارد و مقطع تحصیلی نمی‌تواند بر مرجعیت گروه‌ها تأثیرگذار باشد.

جدول شماره ۵. رابطه میان نوع گروه مرجع و پایگاه اقتصادی و اجتماعی

متغیر وابسته	متغیر مستقل	ضریب همبستگی	ضریب تعیین	معنی داری آزمون آنووا	ضریب بتا	معنی داری آزمون تی
مرجعیت والدین	تحصیلات والدین	۰/۰۱۸	۰/۰۰۰	۰/۷۶۷	-۰/۰۱۸	۰/۷۶۷
مرجعیت والدین	میزان درآمد	۰/۰۵۴	۰/۰۰۳	۰/۴۱۸	۰/۰۵۴	۰/۴۱۸
مرجعیت همسالان	تحصیلات والدین	۰/۰۹۳	۰/۰۰۹	۰/۱۰۸	۰/۰۹۳	۰/۱۰۸
مرجعیت همسالان	میزان درآمد	۰/۰۶۸	۰/۰۰۵	۰/۲۹۱	۰/۲۹۱	۰/۰۶۸
مرجعیت رسانه‌های غربی	تحصیلات والدین	۰/۱۵۶	۰/۰۲۴	۰/۰۰۷	-۰/۱۵۶	۰/۰۰۷
مرجعیت رسانه‌های غربی	میزان درآمد	۰/۰۸۵	۰/۰۰۷	۰/۱۸۷	۰/۰۸۵	۰/۱۸۷

۸-۱. میان گروه مرجع با مرجعیت والدین و میزان تحصیلات والدین رابطه معناداری وجود دارد.

ملاحظه می‌شود که میزان تحصیلات والدین سهم نسبتاً کمی در تبیین واریانس متغیر وابسته دارد. مقدار ضریب همبستگی ۰/۰۱۸ و مقدار ضریب تعیین ۰/۰۰ به دست آمده است. آزمون معناداری مدل رگرسیون نشان می‌دهد که این مدل معنی‌دار نیست؛ یعنی این فرضیه از آزمون رد می‌شود.

۸-۲. میان گروه مرجع با مرجعیت والدین و میزان درآمد والدین رابطه معناداری وجود دارد.

درآمد ماهیانه، سهم نسبتاً کمی در تبیین واریانس متغیر وابسته دارد. مقدار ضریب همبستگی ۰/۰۵۴ و مقدار ضریب تعیین ۰/۰۰۳ به دست آمده است. آزمون معناداری مدل رگرسیون نشان می‌دهد که این مدل معنی‌دار نیست؛ یعنی این فرضیه از آزمون رد می‌شود؛ بنابراین نتیجه می‌گیریم که درآمد

ماه‌یانه تأثیری بر میزان مرجعیت والدین ندارد. این موضوع می‌تواند نشان‌دهنده این باشد که عواملی بیش از عوامل مادی در تعیین میزان مرجعیت والدین مؤثر هستند.

۳-۸. میان گروه مرجع با مرجعیت همسالان و میزان تحصیلات والدین رابطه معناداری وجود دارد.

همانطور که در جداول بالا ملاحظه می‌شود متغیر تحصیلات والدین تأثیری در میزان مرجعیت همسالان ندارد. مقدار ضریب همبستگی $0/093$ و مقدار ضریب تعیین $0/009$ به دست آمده است. آزمون معناداری رگرسیون نشان می‌دهد که این مدل با $(sig) = 0/10$ معنی‌دار نیست؛ یعنی فرضیه ما تأیید نمی‌شود؛ بنابراین نتیجه می‌گیریم که تحصیلات والدین بر میزان مرجع قرار دادن دوستان و همسالان تأثیری ندارد.

۴-۸. میان گروه مرجع بلرجه‌ت همسالان و میزان درآمد رابطه معناداری وجود دارد.

همانطور که می‌بینیم متغیر درآمد ماه‌یانه سهمی در تبیین واریانس متغیر وابسته ندارد. مقدار ضریب همبستگی $0/068$ و مقدار ضریب تعیین $0/005$ به دست آمده است. آزمون معناداری رگرسیون نشان می‌دهد که این مدل با $(sig) = 0/29$ معنی‌دار نیست، یعنی آزمون رد می‌شود؛ بنابراین نتیجه می‌گیریم که درآمد ماه‌یانه بر میزان مرجع قرار دادن دوستان و همسالان تأثیری ندارد.

۵-۸. میان گروه مرجع بلرجعیت رسانه‌های تصویری غربی و میزان تحصیلات والدین رابطه معناداری وجود دارد.

ملاحظه می‌شود که متغیر تحصیلات والدین سهم قابل توجهی در تبیین واریانس متغیر وابسته دارد. مقدار ضریب همبستگی $0/156$ و مقدار ضریب تعیین $0/024$ به دست آمده است. آزمون معنی‌داری رگرسیون نشان می‌دهد که این مدل در سطح 95 درصد معنی‌دار است ($sig = 0/007$). یعنی این فرضیه از آزمون رد نمی‌شود؛ بنابراین نتیجه می‌گیریم که متغیر تحصیلات والدین بر میزان مرجعیت رسانه‌های غربی تأثیرگذار است. مقدار ثابت B برابر با $21/82$ و ضریب زاویه خط رگرسیون $-0/42$ به دست آمده است. با توجه به شکل کلی معادله رگرسیون خطی که چنین است: $y = a + bx$ ، معادله رگرسیون برای این متغیر به شکل زیر خواهد بود:

$$\text{(تحصیلات والدین)} (-0/42) + 21/82 = \text{میزان مرجعیت رسانه‌های غربی}$$

۶-۸. میان گروه مرجع بلرجعیت رسانه‌های تصویری غربی و میزان درآمد رابطه معناداری وجود دارد.

ملاحظه می‌شود که متغیر درآمد ماهیانه سهمی در تبیین واریانس متغیر وابسته ندارد. مقدار ضریب همبستگی $0/085$ و مقدار ضریب تعیین $0/007$ به دست آمده است. آزمون معناداری رگرسیون نشان می‌دهد که این مدل با $sig = 0/18$ معنی‌دار نیست، یعنی آزمون رد می‌شود؛ بنابراین نتیجه می‌گیریم که درآمد ماهیانه بر میزان مرجع قرار دادن رسانه‌های غربی تأثیری ندارد.

۹. بحث و نتیجه‌گیری

در تحقیق حاضر سعی شد که به عوامل مؤثر در انتخاب گروه مرجع اصلی

دانشجویان و الویت‌بندی گروه مرجع در میان دختران و پسران دانشجوی پرداخته شود.

پرسش‌های مطرح‌شده در این تحقیق عبارتند از:

۱. گرایش دختران به کدام گروه مرجع است؟
۲. آیا میان نوع گروه مرجع و میزان تحصیلات رابطه وجود دارد؟
۳. چه عوامل و عناصری می‌تواند بر گرایش جوانان به الویت‌بندی متفاوت گروه‌های مرجعشان تأثیرگذار باشد؟

در فصل یافته‌ها به این نتیجه رسیدیم که جنسیت هیچ تأثیری بر انتخاب گروه مرجع اصلی ندارد و تفاوتی میان میزان مرجعیت گروه‌ها به تفکیک دختر و پسر مشاهده نمی‌شود و میانگین مرجعیت قراردادن این سه گروه مرجع در بین دختران و پسران دانشجوی تفاوت معناداری ندارد.

همچنین هیچ رابطه‌ای میان مقطع تحصیلی افراد و میزان مرجعیت قرار دادن والدین، همسالان و رسانه‌های غربی وجود ندارد و مقطع تحصیلی نمی‌تواند بر میزان مرجعیت گروه‌ها تأثیرگذار باشد.

برای رسیدن به پرسش سوم که میزان درآمد و تحصیلات والدین را بررسی می‌کند؛ به این نتیجه رسیدیم که میان گروه مرجع با مرجعیت رسانه‌های تصویری غربی و میزان تحصیلات والدین رابطه معناداری وجود دارد

نتایج این تحقیق نشان داد که جنسیت هیچ تأثیری بر انتخاب گروه مرجع اصلی ندارد.

جدول شماره ۶. تأثیر جنسیت بر میزان مرجعیت گروه‌های مرجع

متغیر جنسیت	میانگین میزان مرجعیت والدین	میانگین میزان مرجعیت دوستان	میانگین میزان مرجعیت رسانه‌های غربی
پسر	۵۷.۷۵	۲۳.۷۵	۱۰.۲۵۰
دختر	۵۶.۰۰	۲۵.۰۰	۱۸.۰۰

همانطور که در جدول بالا ملاحظه می‌شود در میانگین مرجع قرار دادن والدین و همسالان و رسانه‌های غربی در میان دختران و پسران تفاوت معناداری دیده نمی‌شود.

در حال حاضر، برای شناسایی «تأثیر جنسیت بر الویت‌بندی گروه‌های مرجع» از نظریه مرتون درباره گروه‌های مرجع استفاده شده است. همانطور که در مباحث نظری اشاره شد، مرتون دو نوع گروه مرجع عضویت و غیر عضویت را مطرح می‌کند و در جای دیگر این گروه‌ها را خودی و غیرخودی می‌نامد. نظریه‌ها نشان می‌دهد که گرایش پسرها به گروه‌های غیرعضویت بیشتر از دخترهاست و این تفاوت تحت تأثیر فرایند جامعه‌پذیری متفاوت است. اما یافته‌های جدید در این پژوهش با بررسی دانشجویان به تفکیک جنسیت، این فرضیه را که گروه مرجع دختران، والدین و گروه مرجع اصلی پسران، همسالان آنهاست، رد کرد. اینکه جنسیت تأثیری بر الویت انتخاب مرجع جوانان ندارد ما را به این نکته می‌رساند که علاقه دختران و پسران در ارتباط با گروه‌های همسال و والدینشان تفاوت معناداری ندارد و با توجه به تحقیق حاضر می‌توان برخی نظریه‌ها و تحقیقاتی را که قبلاً به آن اشاره کردیم - مبنی بر اینکه گرایش‌ها به گروه‌های عضویت و خودی در دخترها بیشتر و گرایش به گروه‌های غیر خودی در پسرها بیشتر است - رد کرد. تنها در قسمتی از یافته‌ها به مطلبی از نظریه‌های مطرح شده رسیدیم که درآمد و تحصیلات والدین می‌تواند در انتخاب گروه مرجع و اولویت‌بندی آن تأثیرگذار باشد. جامعه‌شناسان

معتقدند که جایگاه و موقعیت ذهنی و روانی افراد، مستقیماً از عواملی مانند درآمد یا تربیت آنها ناشی نمی‌شود بلکه تا حد زیادی به گروه‌های اجتماعی‌ای بستگی دارد که به‌عنوان گروه‌های مرجع شناخته می‌شوند.

۱۰. پیشنهادها

در این تحقیق به دلیل محدود بودن وقت و شرایط نتوانستیم به سایر عوامل موجود در انتخاب گروه‌های مرجع اصلی و اولویت‌بندی آن پردازیم. همچنین باید به این نکته اشاره کرد که در این تحقیق به گروه مرجع والدین، همسالان و رسانه‌های تصویری غربی به‌عنوان سه مورد از گروه‌های مرجع اصلی میان دختران و پسران پرداخته شد و نه همه گروه‌های مرجع آن. به‌عنوان پیشنهاد به چند نکته اشاره می‌شود که امیدواریم محققان دیگر به آنها جامه عمل بپوشانند:

۱. توجه کردن به دیگر گروه‌های مرجع اصلی (جز گروه مرجع والدین، همسالان و رسانه‌های تصویری غربی) در میزان مرجعیت و اولویت قراردادن آنها در پژوهش؛
۲. بررسی عوامل اجتماعی دیگر و جامعه‌پذیری متفاوت در مناطق مختلف که در این تحقیق به آنها پرداخته نشده است؛
۳. بررسی سایر عواملی که می‌تواند موجب مرجع قراردادن سایر گروه‌های مرجع میان دختران و پسران باشد.

کتابنامه

- اسکیدمور، ویلیام (۱۳۷۲)، تفکر نظری در جامعه‌شناسی، ترجمه: علی محمد حاضری و دیگران، تهران: نشر سفیر.
- اتقایی، طاهره (۱۳۸۶)، «با دبیران علوم اجتماعی: گروه‌های مرجع دختران دانش‌آموز دبیرستانی در شهر کرمان»، مجلات جامعه‌شناسی و علوم اجتماعی، رشد آموزش علوم اجتماعی، (۳۶).
- بوردیو، پی یر (۱۳۸۰)، نظریه کنش، دلایل عملی و انتخاب عقلانی، ترجمه: مرتضی مردیها، تهران: انتشارات نقش و نگار.
- حمزه‌ای محمدرضا؛ پاپ‌زن عبدالحمید؛ شریفی، محمدامین (۱۳۸۹)، «تعیین تفاوت‌های جنسیتی در گرایش جوانان به گروه‌های مرجع»، زن در توسعه و سیاست (پژوهش زنان)، (۸) ۴.
- رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۷۹)، توسعه و تضاد، تهران: شرکت سهامی انتشار.
- رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۷۹)، آناتومی جامعه، تهران: شرکت سهامی انتشار.
- ریتزر، جورج (۱۳۷۴)، نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر، مترجم: محسن ثلاثی، تهران: نشر علمی.
- زارعیان، آرمین؛ غفرانی‌پور، فضل‌الله؛ احمدی، فضل‌الله؛ کاظم‌نژاد، انوشیروان؛ اختر دانش‌نوری؛ محمدی، عیسی (۱۳۸۶)، «تبیین مفهوم سبک زندگی در نوجوانان پسر»، پژوهش پرستاری، ۲، (۷۶).
- صدیق سروستانی، رحمت‌الله؛ هاشمی، سیدضیا (۱۳۸۱)، «گروه‌های مرجع در جامعه‌شناسی و روان‌شناسی اجتماعی»، فصلنامه علمی - پژوهشی نامه علوم اجتماعی
- سفیری، خدیجه؛ شریفی، نیره (۱۳۸۴)، «بررسی سلسله مراتب ارزشی دانشجویان و رابطه آن با گروه‌های مرجع»، مجلات: جامعه‌شناسی و علوم اجتماعی،

نامه علوم اجتماعی، ۲۵.

شارون، جوئل (۱۳۷۹)، ده پرسش از دیدگاه جامعه‌شناسی، ترجمه: منوچهر

صبوری، تهران: نشر نی

شفرز، برنهاد (۱۳۸۳)، مبانی جامعه‌شناسی جوانان، تهران: نشر نی.

شفیع‌آبادی، عبدالله (۱۳۷۲)، مبانی روان‌شناسی رشد، تهران: انتشارات چهره.

فی، برایان (۱۳۸۱)، فلسفه امروزی علوم اجتماعی، با نگرش چندفرهنگی، ترجمه:

خشایار دیهمی، تهران: طرح نو.

کار، مهرانگیز (۱۳۸۰)، زنان در بازار کار ایران، تهران: انتشارات مطالعات زنان.

کوزر، لوئیس و روزنبرگ، برنارد (۱۳۷۸)، نظریه‌های بنیادی جامعه‌شناسی،

ترجمه: فرهنگ ارشاد، تهران: نشر نی.

گروتر، چارلز (۱۳۷۸)، جامعه‌شناسی مرتون، مترجم: زهره کسایی، تهران: انتشارات

دانشگاه علامه طباطبائی.

گیدنز، آنتونی (۱۳۸۶)، جامعه‌شناسی، مترجم: منوچهر صبوری، تهران: نشر نی.

محمدی اصل، عباس (۱۳۸۹)، جنسیت و زبان‌شناسی اجتماعی، تهران: نشر

آذین‌گل.

محمدی اصل، عباس (۱۳۸۶)، جنسیت و دیدگاه نئوفمینیستی، تهران: نشر علم.

هاشمی، سیدضیا (۱۳۸۱)، پژوهشی در سامان‌دهی گروه‌های مرجع جوانان، تهران:

شورای عالی انقلاب فرهنگی.