

نقش سبک زندگی در نوع گروه مرجع دانشجویان دانشگاه رازی کرمانشاه

اردشیر آذرخش^۱

۱. دکترای جامعه شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات،

تهران (نویسنده مسئول)

E-Mail:ardashir.a163@gmail.com

چکیده

به باور بسیاری از اندیشمندان جامعه شناسی نبود یک شناخت علمی از گروه های مرجع و ابعاد کارکردی آن ها به ویژه از نظر جمیعت اشتباہات و لغزش های چشم گیر در مواجه با جوانان شده است. بنابراین هدف اصلی تحقیق حاضر، بررسی نقش سبک زندگی دانشجویان دانشگاه رازی کرمانشاه است. روش پژوهش کمی به شیوه پیمایشی بوده و اطلاعات ۳۱۳ نفر از دانشجویان، از میان جاهای دانشگاه رازی کرمانشاه با روش نمونه گیری سهمیه ای غیر احتمالی جمع آوری و تحلیل گردیده است. جهت تجزیه و تحلیل داده ها از جداول توافقی 2×2 ، آزمون معناداری خی دو (χ^2) از طریق نرم افزار SPSS بهره گرفته شده است. گروه مرجع دانشجویان در سه بعد عضویت- غیر عضویت، خودی- غیر خودی و متکثر و ترکیبی شاخص بندی شده و در بخش یافته های کمی نتایج آزمون های معناداری فرضیات، حاکی از این است که رابطه میان عضویت و سبک زندگی (سنی، مدرن و تلفیقی)، با گروه مرجع در ابعاد (عضویت- خودی، غیر عضویت- غیر خودی و متکثر و ترکیبی) وجود داشته، یعنی متغیرهای مستقل انواع سبک های زندگی در تعیین نوع گروه مرجع دانشجویان مؤثر بوده اند.

وازگان کلیدی: گروه مرجع دانشجویان، سبک زندگی دانشجویان، گروه مرجع عضویت و غیر عضویت، گروه مرجع خودی و غیر خودی، گروه مرجع ترکیبی

مقدمه

در هیچ دورانی همچون دوران جدید امروزی، ما شاهد تماس بین فرهنگ‌های مختلف و تغییرات منتج از آن نبودیم. در واقع در عصر جدید، به دلیل امکانات اطلاعاتی و ارتباطی نوینی که (بنابر تعبیر گیدنر گارگزاران اصلی جهانی شدن هستند)، ما شاهد تشید فرایند فرهنگ‌پذیری هستیم (گیدنر، ۱۳۸۷: ۴۵-۴۶). این فرایند انتقال و تغییر فرهنگی توسط رسانه‌ها انجام می‌شود. در این فرایند گروه‌ها و افراد با فرهنگ‌های مختلف روپرتو شده و از عناصر فرهنگی جوامع مختلف برخی را اخذ می‌کنند و برخی را رها می‌کنند. این انتخاب که تحت تأثیر فشار گروه‌ها و الگوهای رفتاری آن‌ها و هم‌چنین زیر نفوذ اوضاع و احوال اجتماعی (طبقه اجتماعی، نوع اشتغال، سن، منطقه محل سکونت، ...) و اقتصادی است، در بیشتر مواقع آگاهانه است و البته در برخی موارد نیز بطور ناآگاهانه رخ می‌دهد. در حقیقت در جوامع مدرن امروزی، مقوله‌ی انتخاب‌ها گسترش فراوانی یافته‌اند. بحث انتخاب‌های گوناگون در فرایند تجدد و جهانی شدن تجدد، ما را به مفهوم «سبک زندگی^۱» هدایت می‌کند. سبک زندگی روایت خاصی را که فرد برای هویت شخصی خود برگزیده است، در برایر دیگران متجسم می‌سازد. در واقع سبک زندگی بیان مادی هویت فرد است (گیدنر، ۱۳۸۵: ۱۱۹). سبک‌های زندگی نیروی توانمندی هستند که بر رفاه و بهزیستی افراد جامعه، به ویژه جوانان تأثیر می‌گذارند. زندگی افراد در سایه این سبک‌ها دگرگون می‌شوند، و از خلال آنها بینش‌ها، آگاهی‌ها و معنایی بیشتر برای تجربه‌های مختلف زندگی به دست می‌آورند. این سبک‌ها و اجزای آن‌ها همچون فراغت، فرصت‌هایی برای تعمق و تأمل و همچنین خلاقیت برای افراد فراهم می‌کنند (Edginton، ۲۰۰۶^۲). در اغلب موارد، روابط جدید، دوستی‌ها، اشکال جدید تماس اجتماعی و پیوندها، در خلال انجام فعالیت‌های سبک‌های زندگی در دسترس افراد قرار می‌گیرند. این روابط بخشی از سرمایه اجتماعی افراد را تشکیل می‌دهند (Rikouna، ۲۰۰۳). در دهه‌های اخیر بدون داشتن سبک زندگی، یعنی بودن چارچوب مشخصی که شباهت‌ها و تفاوت‌ها را آشکار می‌سازد، افراد در یک جامعه امکان برقراری ارتباطی معنادار و پایدار میان خود نخواهند داشت. سبک زندگی نتیجه همه گزینش‌ها، ترجیحات و رفتارهایی است که فرد در ارتباط با کالاهای مادی و فرهنگ مصرف انجام می‌دهد (ایمان و مرحمتی، ۱۳۹۳: ۱۳). بوردیو سبک زندگی را محصول انتخاب‌های سلیقه‌ای می‌داند؛ اما معتقد است که این انتخاب‌ها تحت تأثیر «موقعیت ساختاری» انجام می‌شوند. سبک زندگی بخش‌های مختلفی؛ همچون فعالیت‌های فراغتی، مصرف فرهنگی، مدیریت بدن، الگوی خرید، الگوهای مصرف غذا را شامل می‌شود (Fاضلی، ۱۳۸۲: ۱۲۷). که با توجه به گسترش قلمرو روابط زندگی اجتماعی در دنیا اجتماعی افراد، احساس کنترل ناپذیر شدن چنین دنیای را در آنها به وجود می‌آورد (کاستلز و میلر، ۱۹۹۲). لذا امروزه دیگر، فرهنگ در قالب‌های ملی و مرزهای جغرافیایی یک جامعه نمی‌گنجد و جریان‌های فرهنگ جهانی، برایده آل‌ها، ارزشها، تصور از خود و همچنین الگوهای فرهنگی و گروه‌های مرجع افراد تأثیر گذارده و آنان را در معرض انواع مختلف الگوها و مدل‌های نگرشی و ارزشی زندگی قرار می‌دهد. بدینهی است که بخش عده مخاطبان این جریان‌های فرهنگی، جوانان هستند که نوگرایی و تنوع طلبی عموماً در صدر از شهای آنان قرار دارد (فرهنگ عمومی، ۱۳۸۳: ۲).

با توجه به اینکه سبک زندگی می‌تواند نوع مصرف افراد در جامعه را تعیین نماید، شناخت نوع مصرف افراد در جامعه و نحوه تأثیر پذیری آن از عوامل مختلف، می‌تواند چهار چوبی کلی، در مورد زندگی روزمره افراد به ما بدهد. و از طرف دیگر نوع سبکی که افراد در زندگی از آن تبعیت می‌کنند، می‌توانند در تعیین گرایش‌ها و ارزش‌های آنها به ویژه نوع ارتباطات گروهی شان دخیل باشد. اما موضوعی که می‌تواند از تأثیرات انواع سبک‌های زندگی افراد مؤثر باشد، نوع گزینش‌های افراد و گروه‌های مرجع مرتبط با سبک‌های زندگی آنان است. که دیدگاه‌ها و نظریه‌های متعدد نشان می‌دهد که ظهور گروه‌های مرجع بر اساس «ضرورت‌های کارکردی»^۳ و ایفای نقش مناسب آن‌ها در نظام اجتماعی حیاتی است. به باور بسیاری از اندیشمندان جامعه‌شناسی، نبود یک شناخت علمی از گروه‌های مرجع و ابعاد کارکردی آن‌ها به ویژه از نظر جوانان دانشجویی، باعث بروز اشتباها و لغزش‌های چشم گیر در مواجهه با جوانان شده است. که این گروه‌ها در واقع، به مقولاتی اجتماعی اطلاق می‌شوند که افراد را در توسعه و رشد ارزش‌ها، نگرش‌ها، رفتارها و تصورات شخصی خود راهنمایی می‌کنند (Merton, 1968).

¹. Life Style

². Edginton

از آنجا که جوانان، بخش مهمی از جامعه ایرانی را تشکیل داده و به واسطه قرار گرفتن در شرایط جهانی شدن، با سبک های مختلفی از زندگی روبرو هستند(خواجه نوری و سروش، ۱۳۸۵). بنابراین بررسی نقش مفهوم سبک های زندگی جوانان و تأثیر آن بر نوع گزینش گروه های مرجع اجتماعی مرتبط با این سبک های زندگی می تواند در درک و شناخت نگرش ها، علایق و رفتارهای جوانان جامعه در سطح کلان و جوانان دانشجوی دانشگاه رازی کرمانشاه در سطح خرد، محققین و مدیران اجرایی در حوزه‌ی بررسی مسائل و مشکلات جوانان را یاری رساند. به ویژه اینکه در زمینه‌ی رابطه‌ی نقش سبک زندگی با نوع گروه های مرجع جوانان تاکنون در کشور پژوهشی تحت عنوان یاد شده صورت نگرفته است، بنابراین هدف این پژوهش، بررسی رابطه بین سبک های زندگی جوانان (در ابعاد سنتی، مدرن و تلفیقی)، و نوع گروه مرجع (از نظر عضویت - غیر عضویت، خودی - غیر خودی و ترکیبی) در بین دانشجویان دانشگاه رازی کرمانشاه است.

ادبیات پژوهش:

گروه مرجع

عبارت گروه مرجع منطبق با نظر هربert هایمن در آرشیو های روانشناسی(۱۹۴۲) است که برای گروهی به کار رفته است که در مقابل یک فرد موقعیت یا عملکرد خودش را ارزیابی می نماید. هایمن تمایزی را بین یک گروه عضویت که افراد به آن تعلق دارند و یک گروه مرجع که به عنوان پایه ای برای مقایسه بوده به کار برد است. در جریان تصمیم گیریها، شکل گیری نگرشها و کنش های انسانها در جامعه، عواملی چند نقش آفرینی دارند که از جمله‌ی مهمترین آنها شامل افراد، گروهها و نهاد هایی هستند که مبنا و معیار قضاوت و ارزشیایی کنشگران اجتماعی قرار می گیرند. اینها گروه مرجع گفته می شوند که دو نوع کارکرد متفاوت در قالب دو نوع گروه مرجع ایفا می کنند. نظریه‌ی گروه مرجع دو نوع «گروه مرجع تجویزی (هنجاري)^۴» و «گروه مرجع تطبیقی (مقایسه‌ای)^۵» را از هم متمایز می کند) هایمن ، ۱۹۴۲ ؛ شریف ، ۱۹۴۸) . چنین تقسیم بندی از جانب «کلی» ۱۹۵۲ بین گروه های مرجع مقایسه‌ای و فرمایشی که حالتی پایه ای دارد مطابق با دو نوع عملکرد از گروههای مرجع به صورت استانداردهای مقایسه‌ای برای خود ارزیابی، و به صورت منبع هنجارها، نگرش ها و ارزش های فردی است، صورت گرفته است (Kelly, 1952).

«تئودور نیوکامب»(۱۹۴۳) از گروههای مرجع برای توضیح ارزش ها و نگرش های در حال تغییر دانشجویان کالج بنینگتون استفاده کرد. از نظر مرتن «نظریه گروه مرجع نظریه‌ای است با برد متوسط و در کل قصد دارد عوامل تعیین کننده و نتایج آن دسته فرایندهای ارزیابی و خودستجویی که طی آن فرد ارزشها و معیارهای افراد و گروههای دیگر را به منزله چهارچوب های مقایسه‌ای مرجع بر می گزیند نظام مند نماید» (Merton 1968: 288)

در این تحقیق گروه های مرجع دانشجویان شامل افراد، دسته ها و گروه هایی نظیر والدین، دوستان و همسالان، دانشجویان، معلمان، اساتید دانشگاه، هنرمندان، ورزشکاران، روحانیون، گروه های مجازی و... است. که گروه های مرجع دانشجویان در قالب سه بعد عضویت و غیر عضویت، خودی و غیر خودی ، متکثر و ترکیبی صورت بندی شده است.

۱- گروه مرجع: به گروه، جمع، رده اجتماعی و یا شخصی (به عنوان نماد یک گرایش یا گروه اجتماعی) که فرد در بعضی یا در همه عرصه های حیات اجتماعی آن را معيار قضاوت خود قرار داده و یا از آنها تبعیت می کند. این تبعیت در ارتباط با سبک زندگی، نگرشها، رفتارها و معيارهای لازم برای سنجش خود و دیگران است(انتظاری، ۱۳۸۴).

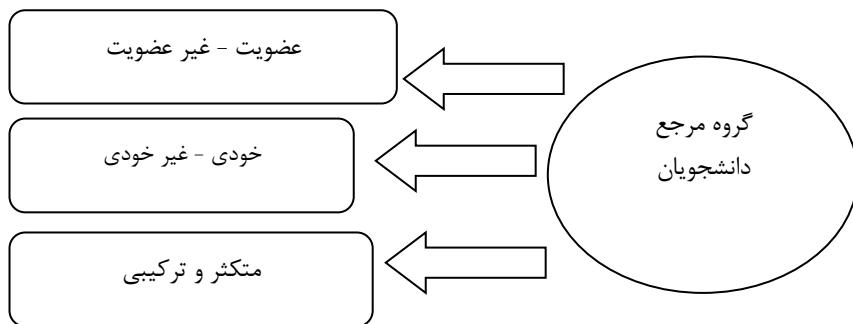
۲.بعد عضویت - غیر عضویت: به معنای میزان پیوند و فعالیت و عضویت فرد در رده ها ، دسته ها و گروه های اجتماعی و فرهنگی مورد نظر است (خسروشاهی ۱۳۹۰، ۸). در این تحقیق حضور و عضویت عینی و معنادار در رده ها ، دسته ها و گروه هایی نظیر خانواده ، دوستان ، همکلاسی ها، خویشاوندان، انجمن های علمی و فرهنگی و ورزشی و شبکه های اجتماعی مجازی(نظیر فیس بوک ، تویتر ، تانگو، تلگرام و...) را شامل می شود.

⁴. Normative reference group (normative)

⁵. Comparative reference group (comparison)

۳. بعد گروه خودی-غیر خودی^۶: در مقابل گروه مرجع غیر خودی قرار دارد و فرد، گروه، رده اجتماعی و یا جمعی است که دارای ملت و یا تبار ایرانی باشد. بعد گروه مرجع غیر خودی^۷: در مقابل گروه مرجع خودی قرار دارد و فرد، گروه، رده اجتماعی و یا جمعی است که دارای ملت و یا تبار غیر ایرانی باشد.

۴. گروه مرجع ترکیبی^۸: به گروه هایی که افراد برای زندگی خود چه برای مقایسه و ارزیابی و چه تبعیت هنجاری، در حوزه های متعدد زندگی سیاسی، اخلاقی، علمی، اقتصادی، هنری و... بر می گزینند و افرادی که چنین مرجع هایی در زندگی انتخاب می کنند، اکثراً دارای تحصیلات تکمیلی (ارشد و دکتری) می باشند. در شکل (۱) وضعیت سازه ای گروه مرجع دانشجویان با شاخصه های آن ذکر گردیده است.



شکل ۱: وضعیت متغیر وابسته گروه مرجع دانشجویان

سبک زندگی:

بوردیو با تلفیقی از نظریات دور کیم، مارکس و وبر مفاهیم همچون طبقه، میدان، منش، سبک زندگی، سرمایه، سلیقه و... را بحث کرده است (همان، ۳۶). برخی تعاریف سبک زندگی در ارتباط نزدیک با مقوله «صرف» تعریف می شود؛ مثلاً در تعریف بوردیو از سبک زندگی چنین خصیصه ای دیده می شود. (بوردیو، ۱۹۸۴، ۶۶)، در جوامع غربی کنونی انواع مختلف ارزش ها اعم از مادی، زیباشناسی، اخلاقی و متافیزیکی (فرامادی) در کالاهای مصرفی و رسانه های جمعی ادغام می شوند. همان گونه که «استوارت اون»^۹ در «بازی انتزاعی همیشگی»^{۱۰} مطرح می کند، تصاویری وجود دارند، که توده ای حاشیه نشین را می سازند و در سبکهای در حال تغییری که بازارها را پر از کالاهای مورد نیاز مصرف کنندگان می کند، ارزشهای مادی و ارزشهای درونی همواره در حال دگرگونی هستند. هر روز بیشتر از پیش گیج کننده می شوند. بنابراین سبکهای زندگی، تجلی گر اراده افراد در راستای خلق شخصیت و هویت فرهنگی و اجتماعی خاص خویش در چهار چوب ساختاری و موقعیتی جامعه ای هستند، که در آن زندگی می کنند (Schwartz, 1995). سبک زندگی مجموعه متعددی از ترجیحات که تمایز بخش مصرف است که قصد نمایش واحد را در منطق خاص هر خرد ه فضای نمادین (لباس، غذا و غیره) نشان می دهد، هر جنبه از سبک زندگی، در سایر جنبه ها متجلی می شود و خود نیز سایر جنبه ها را متجلی می کند. سلیقه، ضابطه زینده سبک زندگی است. ذوق و سلیقه، منبع نظام ویژگی های متمايزی است که هر کس که شناخت عملی درباره روابط میان نشانه ها و موقعیت های متمايز دارد (روابط میان جهان ویژگی های عینی که با مفاهیم و نظریه های عملی روشن می شود) جهان عینی سبک های زندگی که به خودی خود در تجربه عادی وجود دارد، باید آن را به مثابه تجلی سیستماتیک طبقه خاصی از شرایط وجودی؛ یعنی به مثابه سبک زندگی متمايز تشخیص دهد (بوردیو، ۱۳۹۰: ۲۴۴-۲۴۳). عمدت ترین میراث اندیشه بوردیو برای جامعه شناسی مصرف و تحلیل سبک های زندگی، تحلیل ترکیب انواع سرمایه برای تبیین الگوهای مصرف، بررسی فرضیه تمایز یافتن طبقات از طریق الگوهای مصرف و مبنای طبقاتی قرایب و مصرف فرهنگی است. از سوی دیگر، تأکید بوردیو بر الگومند بودن اعمال مصرف که نتیجه الزامات منش است، الهام بخش تکنیک های پژوهش درباره الگوهای سبک زندگی نیز بوده است. عواملی که منشاء سبک زندگی می باشند و تأثیرگذار هستند عبارتند از: طبقه و عوامل اقتصادی، ارزش ها، تحصیلات، جنسیت، سن و دوره عمر، شغل، فرهنگ شغلی، سرمایه فرهنگی، سرمایه اجتماعی، دین و... می باشند. بوردیو در انطباق با نظر بیلز پاسکال، بر این عقیده است که خاستگاه غایی رفتار، عطش فرد برای کسب ارزش و شأن است این تنها جامعه

⁶. Own reference group

⁷. Reference group outsiders

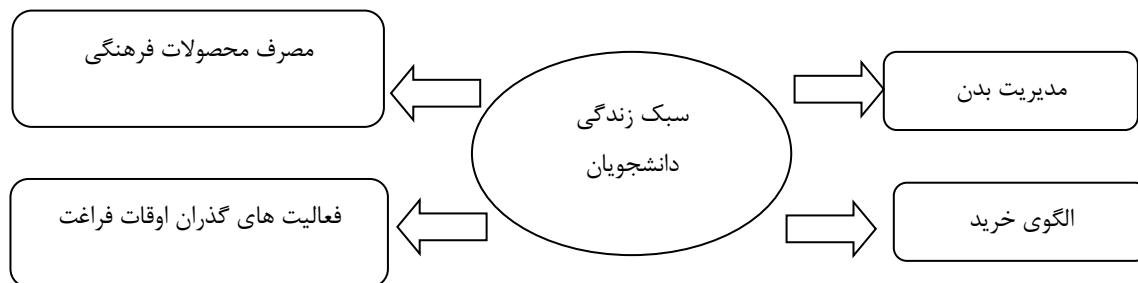
⁸. A combination Reference Group

⁹. Schwartz Own

¹⁰. Abstract game perpetual

است که می تواند این عطش را سیراب کند. چرا که با اختصاص یک نام، یک مکان، یک کارکرد، به فرد در درون یک گروه یا نهاد، فرد می تواند به رهایی از پیشامدها، محدودیت ها، و پوچی نهایی هستی امیدوار باشد. امیدواری انسان به رهایی در گروه تن دادن به «قضاؤت و داوری دیگران است. این قضاؤت اصل اساسی عدم قطعیت و عدم امنیت بوده با این همه، بدون آنکه قضاؤتی داشته باشد قاعده ای است برای قطعیت، اطمینان خاطر و تقدس یافته‌گی»(بوردیو ۱۹۹۷، ۲۸۰). بنابراین در این پژوهش مفهوم سبک زندگی دانشجویان در قالب شاخصه های نظری مرصف فرهنگی، نحوه‌ی گذران اوقات فراغت، الگوی خرید و مدیریت بدن مطرح شده، و از مبانی نظری بوردیو و گیدنز در زمینه‌ی سبک زندگی بهره برده شده است.

سبک های زندگی: «سبک زندگی عبارت از طیف رفتاری است که اصلی انسجام بخش بر آن حاکم است، عرصه‌ای از زندگی را تحت پوشش دارد و در میان گروهی از افراد جامعه قابل مشاهده است. البته سبک های زندگی می توانند تشخیص پذیر یا اساساً به قصد ایجاد تشخیص سامان داده شوند(فاضلی، ۱۳۸۲، ۸۳). در این پژوهش سبک زندگی در قالب چهار شاخصه‌ی مصرف محصولات فرهنگی، فعالیت های گذران اوقات فراغت، مدیریت بدن و الگوی خرید عملیاتی شده است.» در شکل(۲) زیر شاخصه های سبک زندگی آمده است.



شکل ۲: وضعیت شاخصه های سبک زندگی دانشجویان

پیشینه تحقیقات:

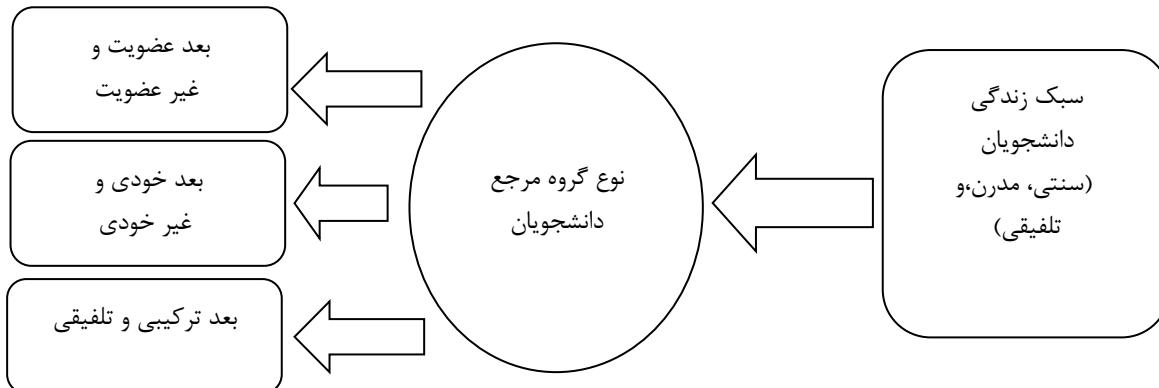
در زمینه رابطه و تأثیر سبک زندگی جوانان بر نوع و گروه های مرجع آنان، با توجه به بررسی های محقق در اسناد و بانک های اطلاعاتی مربوط به مقالات و پایان نامه های دانشجویی در کشور متأسفانه عنوانی مشابه یافت نشد، و محقق کار را با عنایوینی نزدیک به موضوع آغاز کرده که در ادامه مطرح می گردد:

ذوق‌القاری و صوفی زاده (۱۳۹۲) در پژوهشی به این نتیجه رسیده اند که جامعه ایلام، یک جامعه همگرا و درون گروهی است و زنان ایلامی تمایل زیادی به گزینش گروه های مرجع غیر عضویتی ندارند. ساختار اجتماعی بسته شهر ایلام و به تبع آن، تحرک اجتماعی پایین و نیز محلی گرایی در بین زنان، از مهمترین عوامل مؤثر در گزینش گروه های مرجع عضویتی و به ویژه خانواده است. مرتضی منادی (۱۳۸۴) در پژوهشی به بررسی منابع جامعه پذیری جوانان ایرانی می پردازد که نتایج این پژوهش نشان می دهد که جوانان فعلی جامعه به وسیله‌ی رسانه های گروهی نظری ماهواره و اینترنت، جامعه پذیر می شوند. در این تحقیق محقق بیشتر بر روی شکل گیری نگرش ها و ذهنیت های جوانان به وسیله‌ی گروههای مرجع تأکید دارد. غیور با غبانی و اصغر پور ماسوله (۱۳۹۱)، طی پژوهشی تحت عنوان «عوامل مؤثر بر اولویت بندی گروه های مرجع جوانان» به مطالعه پرداخته اند که نتایج حاصله نشان می دهد که جنسیت بر انتخاب گروه مرجع اصلی تأثیر ندارد و این انتخاب تحت تأثیر متغیرهای تحصیلات و درآمد معنادار است. هزار جریبی و آقابیگی کلاکی (۱۳۹۰) در پژوهشی به بررسی «عوامل مؤثر بر گزینش گروه مرجع در بین دانشجویان؛ مطالعه جامعه شناختی تغییر گروه مرجع در بین دانشجویان دانشگاه های اصفهان و صنعتی اصفهان» پرداخته اند، که نتایج حاکی است که مطلوبیت نظام فرهنگی، ارزشی، و سبک زندگی جوامع غربی، بالاترین تأثیر را در تغییر گروه مرجع داشته است. خواجه وند و سروش (۱۳۹۳) در پژوهشی تحت عنوان، استفاده از رسانه ها، سبک زندگی و کیفیت زندگی جوانان شیراز، به این نتیجه رسیده اند که هر سبک فراغتی با سطوح متفاوتی از کیفیت زندگی همراه است؛ اما برخی از سبک های زندگی در کیفیت زندگی اهمیت بیشتری دارد. «کوین اسپینگ»^{۱۱} و دیگران (۲۰۱۳) در تحقیقی تحت عنوان «بررسی ارتباط بین هنجارهای توصیفی (برداشت از تلاش دیگران) در ورزشکاران نوجوان و اثر گروههای مرجع مختلف» به مطالعه پرداخته اند. که نتایج مطالعه

^{۱۱}. Spink

حاکی است که برداشت از هنگارهای توصیفی پیش بینی شده‌ی تلاش فردی، مربوط به سخت کار کردن است. و از نظر گروه مرجع تلاش‌های فردی بیشتر با قواعدی از گروه دوستان همراه بوده است و تأثیرات درک رفتار دیگران بر روی رفتار فردی فرد، سبب شده که تلاش فرد در ورزش تأیید شود. فستینگردر مقاله‌ای که در سال (۱۹۵۴) به چاپ رسید، فرایند تأثیر گذاری افکار در گروههای اجتماعی را به بحث گذاشت. در این مقاله که تحت عنوان «تئوری فرایند مقایسه‌ی اجتماعی» چاپ شد تأثیر مقایسه‌ی اجتماعی و ارزیابی افکار و توانایی‌ها بر شکل گیری افکار در گروه بحث و بررسی شد. به اعتقاد فستینگر تئوری او قادر است واقعیت‌های فراوانی را تبیین کند. فستینگر پس از شرح نظریه خود و ارایه قضایایی نه گانه، 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 شکل گیری گروه و تغییر اعضای آن هم مؤثر خواهد بود (سروستانی، هاشمی ۱۳۸۱، ۷-۱۰).

«شیبوتانی» نیز درباره گروه مرجع به تحقیق تجربی پرداخته است و در چهارچوب نظریه «کنش متقابل نمادین» موضوع خود را توصیف می‌کند و به این نتیجه می‌رسد که انتخاب نوع گروه مرجع تحت تأثیر شبکه ارتباطات اجتماعی است (پارک و لسینگ ۱۹۷۷، چاپمن و داوسون ۲۰۰۰). در واقع شیبوتانی انواع شبکه‌های ارتباطی فرد، کیفیت این شبکه‌های ارتباطی و دیدگاههای حاکم بر این شبکه‌های ارتباطی فرد به نوعی در سوگیری‌های ارزشی، نگرشی و رفتاری فرد مؤثر می‌داند. «جفری میلم» (۱۹۹۸)، در پژوهشی به بررسی تأثیر گروه‌های همسال بر نگرش دانشجویان پرداخته است. اهمیت و گستره این ارتباط و نفوذ، قطعی و مشخص نیست و به زیر گروه‌هایی بستگی دارد که دانشجو خود را متعلق به آن می‌داند یا بسته به فضای دانشکده‌ای است که در آن باید دانشجویان به تعامل می‌پردازد. در پایان این بخش در قالب مدل شماره‌ی (۲) صفحه بعد، روابط نظری بین مفاهیم اصلی تحقیق مطرح می‌گردد:



شکل ۳: روابط نظری بین مفاهیم اصلی تحقیق

روش پژوهش:

روش تحقیق این پژوهش کمی می‌باشد. جهت تحلیل داده‌ها از مقیاس پایایی، تحلیل موضوعی، آزمون فرضیه‌ها، نتایج آلفای کرونباخ، وزن‌های عاملی، سنجش انطباق (X2) استفاده شد. در این پژوهش برای جمع آوری داده‌های کمی از تکیک پرسشنامه محقق ساخت استفاده شده است که سوالات مربوط به متغیر وابسته تحقیق، گروه مرجع دانشجویان، مجموعاً در قالب ۱۵ سؤال طرح گردیده است و سوالات مربوط به سبک زندگی در قالب معرف‌های؛ مصرف محصولات فرهنگی (۷ سؤال)، فعالیت‌های گذران اوقات فراغت (۱۰ سؤال)، مدیریت بدن (۶ سؤال)، الگوی خرید (۶ سؤال)، که در مجموع ۲۹ سؤال را شامل می‌شود. پایایی ابزار سنجش این تحقیق با ارائه‌ی سوالات پرسشنامه به استادیت متخصص جامعه شناسی، بخصوص استادیت راهنمای و مشاور تحقیق مورد بازبینی و بررسی علمی قرار گرفته، که در نهایت بعد از چند مرحله تغییر و اصلاح سوالات برای احرا نهایی سازی شده است. در این تحقیق، جامعه آماری شامل تمامی دانشجویان دانشگاه رازی کلانشهر کرمانشاه شامل ۱۰۰۱۵ نفر دانشجوی دختر و پسر که در مقاطع، کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکترای حرفه‌ای و دکترای تخصصی، در سال تحصیلی ۹۴-۹۳ مشغول به تحصیل اند می‌باشد و حجم نمونه‌ی به کمک فرمول کوکراین برای سطح اطمینان ۰.۹۹ محاسبه کرده است، که رقمی در حدود ۳۱۳ نفر از دانشجویان دختر و پسر بوده است. که داده‌های تحقیق به شیوه‌ی نمونه‌گیری سهمیه‌ای جمع آوری شده است.

جدول(۱) وضعیت آزمون آلفای کرونباخ برای متغیر وابسته و متغیر مستقل

متغیر	بعد	تعداد گویه	گویه محفوظ	آلفای کرونباخ گویه‌ها
-------	-----	------------	------------	-----------------------

۰/۰ ۸۵	شماره ۷	۷	عضویت-غیر عضوت	سپک زندگی
۰/۰ ۷۸	شماره ۱۱	۴	خودی-غیر خودی	
۰/۰ ۷۶	شماره ۱۵	۴	متکثر-ترکیبی	
۰/۰ ۸۹	ندارد	۹	سننی	
۰/۰ ۷۷	ندارد	۱۱	مدرن	
۰/۰ ۷۵	ندارد	۱۰	تلفیقی	

فرضیه ها:

۱. هرچه سپک زندگی سننی در دانشجویان قوی تر باشد، گروه مرجع آنها از نوع خودی و عضویت است.
۲. هرچه سپک زندگی مدرن در دانشجویان قوی تر باشد، گروه مرجع آنها از نوع غیر عضویت و غیر خودی است.
۳. هرچه سپک زندگی تلفیقی در دانشجویان قوی تر باشد، گروه مرجع آنها، از نوع متکثر و ترکیبی است.

تجزیه و تحلیل داده ها:

نتایج فرضیه ها در قالب جداول ذیل ذکر شده است.

جدول ۲: توزیع پراکنش افراد نمونه آماری بر اساس سپک زندگی و گروه مرجع عضویت و غیر عضویت

جمع فراوانی	جمع درصد	غیر عضویت	عضویت	گروه مرجع سپک زندگی
۱۵	.۱۰۰	.۲۷	.۷۳	سننی
۱۴۴	.۱۰۰	.۶۵	.۳۵	مدرن
۱۵۴	.۱۰۰	.۵۵	.۴۴	تلفیقی
۳۱۳	.۱۰۰	.۵۹	.۴۱	جمع

جدول ۳: توزیع پراکنش افراد نمونه آماری بر اساس سپک زندگی و گروه مرجع خودی و غیر خودی

جمع فراوانی	جمع درصد	مرجع غیر خودی	مرجع خودی	گروه مرجع سپک زندگی
۱۵	.۱۰۰	.۳۳	.۶۷	سننی
۱۴۴	.۱۰۰	.۶۹	.۳۱	مدرن
۱۵۴	.۱۰۰	.۴۹	.۵۱	تلفیقی
۳۱۳	.۱۰۰	.۵۸	.۴۲	جمع

جدول ۴: توزیع پراکنش افراد نمونه آماری بر اساس سپک زندگی و گروه مرجع ترکیبی

جمع فراوانی	جمع درصد	غیر ترکیبی	ترکیبی	گروه مرجع سپک زندگی
۱۵	.۱۰۰	.۶۰	.۴۰	سننی
۱۴۴	.۱۰۰	.۶۸	.۳۲	مدرن
۱۵۴	.۱۰۰	.۴۰	.۶۰	تلفیقی
۳۱۳	.۱۰۰	.۵۴	.۴۶	جمع

جدول ۵: آزمون معناداری خی دو (χ^2) بین متغیر سبک زندگی سنتی و گروه مرجع عضویت و خودی

متغیر	تعداد	سطح معناداری	درجه آزادی	آزمون خی دو (χ^2)	گروه مرجع عضویت	گروه مرجع خودی
سبک زندگی سنتی دانشجویان	۳۱۳			۶/۹۳۱	۲۵/۸۱۱	۲
	۳۱۳	معناداری	درجه آزادی	۲	۰/۰۳۱	۰/۰۰۰
	۳۱۳	تعداد				۲

جدول ۶: آزمون معناداری خی دو (χ^2) بین متغیر سبک زندگی مدرن و گروه مرجع غیرعضویت و غیرخودی

متغیر	تعداد	معناداری	درجه آزادی	آزمون خی دو (χ^2)	مرجع غیر عضویت	مرجع غیر خودی
سبک زندگی مدرن دانشجویان	۳۱۳	معناداری	درجه آزادی	۱۴	۲۸۲/۴۳۱	۳۳/۸۷۱
	۳۱۳	تعداد			۰/۰۰۰	۰/۰۰۱
	۳۱۳					۷

جدول ۷: آزمون خی دو (χ^2) بین متغیر سبک زندگی تلفیقی و گروه مرجع ترکیبی

متغیر	تعداد	معناداری	درجه آزادی	آزمون خی دو (χ^2)	بعد ترکیبی گروه مرجع
سبک زندگی (تلفیقی) دانشجویان	۳۱۳	معناداری	درجه آزادی	۰/۰۱۷	۹
	۳۱۳	تعداد			۲۰/۰۸۷
	۳۱۳				۳۳

نتایج فرضیه ها:

فرضیه اول :

نتایج ارائه شده در جدول توافقی (۲)،(۳) برای سبک زندگی سنتی در رابطه با گروه مرجع عضویت و خودی در ردیف های اول نشان می دهد که دانشجویانی که سبک زندگی سنتی بالایی دارند، بیشتر گروه مرجع عضویت و خودی را انتخاب می کنند (از مجموع ۱۵ نفر از نمونه های آماری که سبک زندگی سنتی داشتند، ۷۳ درصد گروه مرجع عضویت را انتخاب کرده اند، این در حالی است که کسانی که گروه مرجع غیر عضویت را انتخاب کرده اند ۲۷ درصد است. و دانشجویانی که گروه مرجع خودی را برگزیده اند ۱۰ نفر، معملاً ۶۷ درصد است، و در مقابل تنها ۳۳ درصد از دانشجویان با سبک زندگی سنتی گروه مرجع غیر خودی را انتخاب کرده اند.

بنابراین با توجه به جدول (۵) که آزمون خی دو (χ^2) بین متغیر واپسی گروه مرجع عضویت با متغیر مستقل سبک زندگی سنتی افراد آزمودنی ($\chi^2 = 6/931$ ، $p \leq .031$ ، $df = 2$) معنادار است. به عبارتی هر چه یک فرد دارای سبک زندگی سنتی قوی تری باشد، بیشتر گروه های مرجع عضویت را انتخاب می کند.

در جدول (۵) ستون دوم آزمون خی دو (χ^2) بین متغیر واپسی گروه مرجع خودی با متغیر مستقل سبک زندگی سنتی افراد آزمودنی ($\chi^2 = 25/81$ ، $p \leq .000$ ، $df = 2$) معنادار است، در نتیجه فرضیه ای اول، «یعنی اگر سبک زندگی سنتی در دانشجویان قوی باشد، به احتمال زیاد دانشجویان گروه مرجع عضویت و خودی را انتخاب می کنند.» با سطح اطمینان ۹۵٪ و خطای ۵٪ معنادار بوده است.

فرضیه دوم :

نتایج ارائه شده در جدول توافقی (۲)،(۳) در ردیف های اول نشان می دهد که دانشجویانی که سبک زندگی مدرن بالایی دارند، بیشتر گروه مرجع غیر عضویت و غیر خودی را انتخاب می کنند (برای نمونه از مجموع ۱۴۴ نفر از نمونه های آماری که سبک زندگی مدرن

داشته اند، ۶۵ درصد گروه مرجع غیرعضویت را انتخاب کرده اند و داشته است، و دانشجویانی که با سبک زندگی مدرن گروه مرجع غیرخودی را برگزیده اند ۶۹ درصد بوده که هویت مدرن بالایی داشته اند، و در مقابل ۳۱ درصد با سبک زندگی مدرن گروه مرجع غیر خودی را انتخاب کرده است.

با توجه به جدول (۶)، ستون اول آزمون خی دو^۲ (X^۲) بین متغیر وابسته ی گروه مرجع غیرعضویت با متغیر مستقل سبک زندگی مدرن افراد آزمودنی (۴۳۱/۴۳۱) معنادار است. به عبارتی هر چه یک فرد دارای سبک زندگی مدرن قوی تری باشد، بیشتر گروه های مرجع غیرخودی را انتخاب می کند. در نتیجه فرضیه ی دوم، «یعنی اگر سبک زندگی مدرن در دانشجویان قوی باشد، به احتمال زیاد دانشجویان گروه مرجع غیرعضویت و غیرخودی را انتخاب می کنند.» با سطح اطمینان ۹۹/۰ و خطای ۰/۱ معنادار بوده و شدت همبستگی آن در سطح بالایی محاسبه می شود.

فرضیه سوم :

نتایج ارائه شده در جدول توافقی (۴)، ردیف سوم و جدول (۷)، نشان می دهد که دانشجویانی که سبک زندگی تلفیقی (مدرن-سنی) بالایی دارند، بیشتر گروه مرجع ترکیبی را انتخاب می کنند (برای نمونه از مجموع ۱۵۴ نفر از نمونه های آماری که سبک زندگی تلفیقی داشته اند، ۶۰ درصد گروه مرجع ترکیبی داشته اند، این در حالی است که کسانی که گروه مرجع غیر ترکیبی داشته اند ۴۰ درصد نمونه ها است).

با توجه به جدول (۷) آزمون خی دو^۲ (X^۲) بین متغیر وابسته ی گروه مرجع ترکیبی با متغیر مستقل سبک زندگی تلفیقی افراد آزمودنی (۸۷۱/۸۷۱) معنادار است. به عبارتی هر چه یک فرد دارای سبک زندگی تلفیقی قوی تری باشد، بیشتر گروه های مرجع ترکیبی را انتخاب می کند. در نتیجه فرضیه ی سوم، «یعنی اگر سبک زندگی تلفیقی در دانشجویان قوی باشد، به احتمال زیاد دانشجویان گروه مرجع ترکیبی و متکثر را انتخاب می کنند.» با سطح اطمینان ۹۹/۰ و خطای ۰/۱ معنادار بوده است.

بحث و نتیجه گیری:

گیدنر معتقد است سنت بیش از گذشته معنای خود را از دست داده است و زندگی روزانه افراد بیشتر تحت تأثیر دیالکتیک امر محلی و امر جهانی شکل می گیرد و بیشتر افراد مجبورند از میان مجموعه انتخاب ها چیزهایی را گزینش کنند (گیدنر، ۱۳۸۵: ۱۲۹). نتایج ارائه شده مربوط به فرضیه اول در جدول توافقی (۲)، جدول معناداری شماره (۵) برای سبک زندگی سنتی در رابطه با گروه مرجع عضویت و خودی در ردیف های اول نشان می دهد که دانشجویانی که سبک زندگی سنتی بالایی دارند، بیشتر گروه مرجع عضویت و خودی را انتخاب می کنند. درواقع افرادی که از سبک های زندگی سنتی پیروی می کنند بیشتر انتخاب های آنها در جهت پیروی از نمادها و الگوهایی که خاص یک مکتب ایدئولوژی خاصی است به وسیله ی رهبران فکری و تشریحی این مکاتب در سطح پیروان این مکاتب تبیین می گردد. برای مثال کسی که متکی به دین خاصی است و در چارچوب دستورات و مناسک آن دین خاص رفتار می کند به تبع سبک زندگی وی غیرشخصی تر و متأثر از دستورات خارج از حوزه شخصی فرد است در نتیجه انتخاب مرتبط با سبک زندگی چنین شخصی بیشتر از بیرون و توسط دیگران مهم تعمیم پیدا می کند. با توجه به جدول (۲) و (۵) مشخص شد دانشجویانی که سنتی می اندیشند و رفتار می کنند بیشتر انتخاب های آنها توسط دیگران مهم در قالب یک ایدئولوژی فکری و هنجاری خاصی در اذهان اجتماعی آنها چه به صورت آگاهانه و چه نآگاهانه درونی سازی شده و در نتیجه بیشتر آنها می توانند پیرو باشند تا رهبر، زیرا نهادینه کردن یک مکتب فکری و هنجاری در یک شخص در عمل برای افراد انگشت شماری اتفاق می افتد. همه نمی توانند امام و قائد باشند، در نتیجه این قشر از دانشجویان با توجه به نوع سبک زندگی شان که مرتبط با دیگران مهم است که با ارزشها و رفتارهای فرهنگی آنها آشنا هستند و با آنها زندگی کرده اند و خود را با این دیگران مهم نام گذاری می کنند (نام های مذهبی یا باستان که برای دختران و پسران ایرانی انتخاب می شود)، بیشتر تمایل به گروه های عضویت و خودی (نظری خانواده، معلمان و گروه های مذهبی و...) دارند که این نتایج می تواند با نظریه بوردیو در مورد نقش طبقات و تأثیر میدان های اجتماعی و فرهنگی سنتی افراد در انتخاب گروه های مرجع سنتی تبیین شود. همیشه انتخاب سبک زندگی صرفاً توسط

فرد صورت نمی‌گیرد، بلکه گاهی این گروه‌های اجتماعی یا فشارهای اقتصادی هستند که فرد را ناچار به گزینش می‌کنند. این فشار ساختارهای اجتماعی و نقش طبقه‌ی اجتماعی فرد به قول «پیر بوردیو» در تعیین نوع نگرش، احساس و سلایق و ذائقه‌های فرهنگی و اجتماعی فرد مؤثر می‌باشد، که به دنبال انتخاب‌های وی در حوزه‌ی مدیریت بدن، مصرف شیوه‌ی اوقات فراغت، الگوهای خرید و مصرف کالاهای فرهنگی و... تعیین می‌کند. در این میان نقش زمینه‌های اجتماعی و ساختارهای اجتماعی می‌تواند در جهت نوع گزینش گروه‌های مرجع سنتی (خانواده، دوستان و معلمان...) باشد یا در جهت گروه‌های مدرن... باشد. با توجه به نظریات گیدنز و تأکیدی بوردیو بر این که انسان‌ها با توجه به زمینه‌ی طبقاتی خود و بهره‌گیری از انواع چهارگانه‌ی سرمایه‌ی انسانی (اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و نمادین) به نظر می‌رسد هرچه سهم فردیت جوان در دوران مدرن بیشتر شود به تبع هویت اجتماعی مدرن وی سبک زندگی وی مدرن تر می‌شود و حتی در پاره‌ای از موقع به سبک زندگی تلفیقی (ترکیبی از سنت و مدرن) تبدیل شود که با توجه به نتایج میدانی این پژوهش در جداول (۲)، (۳)، (۴)، (۵)، (۶) و (۷) چنین امری محقق شده است که جوانان دانشجو با توجه به رویکرد خاص ترکیبی در بعضی از آنها (خصوص دانشجویان سطوح تحصیلات تکمیلی) تمایل بیشتری دارند با چنین رویکرد و انتخاب ترکیبی بین عناصر و لوازمات اولیه و هویت ساز اجتماعی سنت و مدرن بهره‌گیرند تا در نهایت این عناصر مثبت هویت ساز و نگرش ساز سنت و مدرنیسم را در قالب اشخاص و گروه‌های مهم اجتماعی که چنین نشسته‌هایی را یدک می‌کشنند، بیابند و با سنجش سلایق، عقاید، نگرش‌ها و رفتار خود با این گروه‌ها به نوعی برای تکامل شخصیت اجتماعی خود در جهان متغیر و حال به حال، از یک چارچوب الگویی منطقی و منعطف بهره‌گیرند. اینجاست که بوردیو معتقد که سبک سیاق ترجیحات مربوط شناسایی نوع غذا می‌تواند تجلی سیستماتیک دستگاه عواملی مانند خط سیر اقتصادی، خط سیر اجتماعی و خط سیر فرهنگی باشد؛ البته به علاوه معرفه‌های موقعیت اشخاص در سلسله مراتب اقتصادی و اجتماعی (بوردیو، ۱۳۹۱: ۱۲۳). در مورد جدول (۲)، (۳) و (۵) هم نتایج نشان داده که جوانانی که در بند انتخاب‌های مدرن و روز جامعه هستند تمایل دارند از نمادها، لوازمات و امکانات فرهنگی و اجتماعی که تمایز بخش مدرن بودن شخص است پیروی کنند، چنین جوانانی عادات غذایی خاصی چون خوردن فست فودهایی نظیر اسکن مرغ با بوقلمون، انواع پیتا از جمله پیزا تارتالت، رفتن به کافی شاپ‌ها با دوستان و میل ا نوع نوشیدنی‌های مدرن چون؛ اسموتی کیوی و موز، میلک شیک وانیلی، میلک شیک توت فرنگی، میلک شیک نسکافه، کافه گلاسه و ..داشته و ذائقه‌ی فرهنگی آنها حضور در مکان‌های فرهنگی چون خانه‌ی تئاتر، نمایشگاه‌های نقاشی، خوشنویسی و کتاب، و بخش مدیریت بدن به زیبایی چهره و صورت بخصوص جراحی پلاستیک و بینی اهمیت می‌دهند و ذائقه‌ی خرید آنها بیشتر بر روی مدگرایی و زیبایی و چشم نوازی کالاها محدود می‌شود. در این قشر از دانشجویان گروه‌های مرتع بیشتر غیر عضویت و غیر خودی هستند) نظریه هنرپیشه‌ها و ورزشکاران خارجی و الگوهای مرجع رسانه‌ای از نمادها و الگوهایی که مرتبط به حوزه‌ی خودی و عضویت باشد به نوعی چه به صورت عملی و چه به صورت نگرشی و فکری گریزان هستند. که نتایج میدانی در جداول (۲) و (۳) و (۶) مؤید این نتیجه است. و نهایتاً در زمینه‌ی دانشجویانی که از سبک‌های زندگی تلفیقی (سنتی-مدرن) تعیت می‌کنند، نوعی هماهنگی و همسازی ظریف بین مؤلفه‌های سبک زندگی سنتی و مدرن مشاهده می‌شود که می‌توان با توجه به نتایج فرضیه‌ی اول و دوم این تحقیق ارتباطی تنگاتنگ با گروه‌های مرجع داخلی و خارجی (ترکیبی) داشته که با توجه به جداول (۴) و (۷) تأیید شود، یعنی دانشجویانی که سبک زندگی تلفیقی دارند در انتخاب نوع گروه مرجع بیشتر دوست دارند از منابع ارزشی و هنگاری مرتبط با گروه‌های اجتماعی بومی و غیر بومی به شیوه‌ای هوشمندانه بهره‌گیرند. در مجموع می‌توان گفت نوع سبک زندگی (سنتی، مدرن و تلفیقی) تأثیر معناداری بر روی نوع انتخاب گروه مرجع (در ابعاد عضویت- غیر عضویت، خودی- غیر خودی و ترکیبی) دانشجویان در دانشگاه رازی کرمانشاه داشته است. نتایج به دست آمده در این تحقیق با پژوهش‌های (شفرز ۱۳۸۳؛ جفری میلم ۱۹۹۸؛ اسپینگ ۲۰۱۳؛ مرتن ۱۹۶۸؛ هزار جریبی و آقبایگی کلاکی ۱۳۹۰؛ خواجه وند و سروش ۱۳۹۳؛ رفعت جاه ۲۰۰۷؛ منطقی ۱۳۷۷؛ انتظاری ۱۳۸۶؛ حمزه‌ای و دیگران ۱۳۸۹؛ چاکی ۱۳۹۳؛ غیور باغبانی و اصغرپور ماسوله ۱۳۹۱). می‌تواند در بعضی جنبه‌های هماهنگی داشته باشد. در پایان باید گفت جوانان دانشجو در عصری به سر می‌برند که علاوه بر تأثیر پذیری از منابع هنگاری و الگویی متتنوع که یکی از ویژگی‌های اصلی جامعه‌ی اطلاعاتی و شبکه‌ای کنونی به عقیده‌ی کاستلز (۱۹۹۸) است، به دنبال حضور در محیط‌های ارتباطی و مجازی متتنوعی شاخصه‌های سبک‌های زندگی آنها از شکل سنتی، ثابت و مشابهت یافته به سطح مدرن، متتنوع و ترکیبی تغییر شکل یافته است که نتایج میدانی حاصل از جداول (۲) تا (۷) مؤید این نتیجه بوده و توسط نظریات مرتن ۱۹۶۸؛ بوردیو ۱۳۹۰ و فستینگر ۱۹۵۴ و نیوکامب ۱۹۷۴ تبیین نظری می‌گردد.

مراجع

- انتظاری، اردشیر (علی). ۱۳۸۶. عوامل گرایش به گروههای مرجع غیر بومی: مطالعه‌ای در مورد کاربران ایرانی اینترنت. رساله دکتری. به راهنمایی محمد حسین پناهی، دانشگاه علامه طباطبائی.
- ایمان، م، و مرحومتی، ن. ۱۳۹۳. تبیین جامعه شناختی گرایش جوانان به سبک زندگی مدرن در شیراز، جامعه شناسی کاربردی، سال ۲۵، شماره پیاپی ۵۵، شماره سوم، ص ۱-۲۰.
- بوردیو، پیر. (۱۳۹۰). تمایز. ترجمه دکتر چاوشیان. چاپ اول. تهران: نشر ثالث.
- بوردیو، پیر. (۱۳۹۱). تمایز. ترجمه دکتر چاوشیان. چاپ دوم. تهران: نشر ثالث.
- چابکی، ام البنین. ۱۳۹۳. رابطه تعامل با گروه‌های مرجع و تغییر نگرش سیاسی دانشجویان دانشگاه تهران با تأکید بر تفاوت‌های جنسیتی. شریه زن در توسعه و سیاست، دوره ۱۲، شماره ۱، بهار، ص ۵۷-۷۴.
- حمزه‌ای، محمد رضا. و دیگران. ۱۳۸۹. تعیین تفاوت‌های جنسیتی در گرایش جوانان به گروه‌های مرجع. علوم اجتماعی؛ زن در توسعه و سیاست، شماره ۳۱.
- خواجه نوری، بیژن و سروش، مریم. (۱۳۹۳). "استفاده از رسانه‌ها، سبک زندگی و کیفیت زندگی جوانان شیراز". مجله علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد، پاییز و زمستان ۱۳۹۳. ص ۲۵-۴۹.
- ذوالفقاری، ابوالفضل، و صوفی زاده، گلی. ۱۳۹۲. مطالعه گروه‌های مرجع زنان جوان در شهر ایلام. جامعه شناسی کاربردی. اصفهان: دانشگاه اصفهان، دوره ۲۴، ص ۳.
- شفرز، ب. (۱۳۸۳). مبانی جامعه شناسی جوانان. کرامت... راسخ. تهران: نشر نی.
- غیور باغانی، سیده زینب و اصغرپور ماسوله، احمد رضا. ۱۳۹۲. عوامل مؤثر بر اولویت بندی گروه‌های مرجع جوانان. مجموعه مقالات تحولات سبک زندگی. تهران: نیسان، جلد ۲. چاپ اول.
- فضالی، م. (۱۳۸۲). مصرف و سبک زندگی. تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- فرهنگ عمومی (۱۳۸۳). "جوانان و گروه مرجع" فصلنامه فرهنگ عمومی. شماره ۳۸، ۲-۳.
- گیدزن، آنتونی. (۱۳۸۲). تجدد و شخص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید. ترجمه ناصر موقیان، تهران: نشر نی.
- گیدزن، آنتونی. (۱۳۷۸). پیامدهای مدرنیت. ترجمه محسن ثلاثی، تهران: نشر مرکز.
- گیدزن، آنتونی. (۱۳۸۵). جامعه‌شناسی. ترجمه منوچهر صبوری، تهران: نشر نی.
- منطقی، مرتضی. ۱۳۷۷. تأملی در شکل گیری نظام ارزشی نوجوانان و جوانان انقلاب اسلامی ایران (راز گل سرخ). وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی. مرکز پژوهش‌های بنیادی.
- هزار جربی، جعفر، و آقاییگی کلاکی، محمد. ۱۳۹۰. عوامل مؤثر بر گزینش گروه مرجع در بین دانشجویان؛ مطالعه جامعه شناختی تغییر گروه مرجع در بین دانشجویان دانشگاه اصفهان و صنعتی. فصلنامه علوم اجتماعی. پاییز، شماره ۵۴، ص ۵۱-۹۷.

-Bourdieu, Pierre. (1997). *and loci Wacquant, E.Ds. An Invitation to Reflexive sociology* (Chicago: university of Chicago press).

Bourdieu, Pierre. (1984). *Distinction: A social critique of the Judgement of Taste* (Cambridge, M a: Harvard university press).

-Castells, M. J. Miller. (1998). "The Age of Migration", Second Edition, London: Macmillan.

-Chapman, E.A. and Dawson, E.M. (2000). "Reference Group Theory with Implications for Information Studies: A Theoretical Essay, Information Research, Vol.6, No.3.

-Edginton, Christopher. (2006). "Word Leisure: Enhancing Quality of life" international Journal of Applied Sports Sciences.Vol.18.No.2.pp108-120.

-Kelley, Harold H. (1952). "Two Functions of Reference Groups." In Readings in Social Psychology, edited by G.E. Swanson, M. Newcomb and E.L. Maccoby. New York: Henry Holt.

-Kevin S. Spink, Alyson J. Crozier, Blair Robinson. (2013)." Examining the relationship between descriptive norms and perceived effort in adolescent athletes: Effects of different reference groups" Psychology of Sport and Exercise 14 (2013) 813 e 818.

- Milem, J.F. (1998). "Attitude Change in College Students; Examining the Effect of College Peer Groups and Faculty Normative Groups," *The Journal of Higher Education*, Vol.69, No.2, Mar- Apr 1998, Ohio State University Press, PP 117-140.
- RafatJah, Maryam. (2007). Women's Human Identity in the Challenge of Fashion and Mode, *Journal of Women Strategic Studies*, Vol. 9, No. 38, PP:135-171. [In Persian] Selassie, Tehran: Elemi Publication. [In Persian].
- Requena, Felix. (2003). "Social Capital, satisfaction and Quality of life in the work place". *Social Indicators Research*, Vol.61.No.3.pp331-360.
- Schwartz, S.H. & Sagiv, L. (1995). "Identifying Cultural- specifics in the content and structure of values". *Journal cross- cultural psychology*. Vol.126, No.