

تحلیل جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر گزینش نوع گروه‌های مرجع در بین شهروندان شهر کرمانشاه

عظیم شکری^۱، دکتر امیدعلی احمدی^۲، دکتر علی مرادی^۳ و دکتر علی روشنایی^۴

تاریخ وصول: ۹۹/۱۰/۱۰

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۸/۱۱

چکیده:

هدف اصلی این پژوهش تحلیل جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر گزینش نوع گروه‌های مرجع در بین شهروندان شهر کرمانشاه است که با روش پیمایشی و استفاده از ابزار پرسشنامه محقق ساخته انجام گرفت. جامعه آماری این پژوهش شامل کل شهروندان ۱۵ سال به بالای شهر کرمانشاه است که تعداد ۵۷۰ نفر بر اساس فرمول کوکران مشخص و با استفاده از نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای انتخاب شدند. تحلیل‌های آماری با استفاده از دو نرم‌افزار SPSS و AMOS انجام گرفت. نتایج نشان می‌دهد که میزان تحصیلات ($r^2 = 0/143$)، گرایش به نوگرایی ($r^2 = 0/164$)، دینداری ($r^2 = 0/351$) و میزان استفاده از رسانه‌های جمعی ($r^2 = 0/261$) با گزینش نوع گروه‌های مرجع ارتباط معنادار دارد. نتایج رگرسیون گام به گام نشان می‌دهد که دینداری توانسته است ۰/۲۸ از تغییرات مربوط به گزینش نوع گروه‌های مرجع را تبیین نماید. در نهایت استدلال می‌شود که در گزینش و انتخاب گروه‌های مرجع توسط افراد شرایط اجتماعی و زمینه‌های تاریخی می‌توانند تأثیرگذار باشند. در بستر یک جامعه دینی با ارزش‌های غالب دینی می‌توان شاهد مرجعیت گروه‌های دینی در جامعه بود.

مفاهیم کلیدی: گروه مرجع، رسانه جمعی، گرایش به نوگرایی، تحصیلات، دینداری، مهاجرت

^۱ دانشجوی دکتری، گروه جامعه‌شناسی، واحد آشتیان، دانشگاه آزاد اسلامی، آشتیان، ایران
azimshakari@yahoo.com

^۲ استادیار گروه جامعه‌شناسی، واحد آشتیان، دانشگاه آزاد اسلامی، آشتیان، ایران (نویسنده مسئول)
omidaliahmadi@aiau.ac.ir

^۳ دانشیار گروه جامعه‌شناسی، واحد اسلام‌آباد غرب، دانشگاه آزاد اسلامی، اسلام‌آباد غرب، ایران
moradi.pop@gmail.com

^۴ استادیار گروه جامعه‌شناسی، دانشکده علوم انسانی، واحد آشتیان، دانشگاه آزاد اسلامی، آشتیان، ایران
roshanaei@aiau.ac.ir

مقدمه و بیان مسأله

گروه‌های مرجع از نظر شکل‌گیری و تداوم یا تغییر الگوهای رفتاری از اهمیت حیاتی برخوردار هستند. از این‌رو، بحث درباره‌ی گزینش و گرایش به گروه‌های مرجع از موضوعات مهمی است که تحت عناوین مختلف مورد توجه متفکرین اجتماعی قرار گرفته است (Zolfaghari, Soufi Zadeh, 2013:58). گروه مرجع با کارکردهای خود از یک‌سو مبنای مقایسه و ارزیابی رفتار جوانان و الگوی ذهنی قرار می‌گیرد و از سوی دیگر با القای ارزش‌ها و هنجارها بر فرایند جامعه‌پذیری آنان تأثیر مستقیم دارد (Sedigh Sarvestani, Hashemi, 2002). در سال‌های اخیر بواسطه انقلاب ارتباطات و به قول اینگلهارت^۱ «انقلاب خاموش» شاهد تغییراتی سریع در جامعه ایران در حوزه‌های جمعیتی، آموزشی، ارتباطی، شهرنشینی، تغییرات در نظام کار، تحول در نظام‌های قدرت و گفتمان در کنار دگرگونی در ویژگی‌های شخصیتی افراد جامعه به لحاظ نوگرایی، فردگرایی، سنت‌گرایی، عقل‌گرایی و ... هستیم که در نتیجه آن اعضای جامعه به‌ویژه نسل جوان ایرانی به سمت جوامع غربی و توسعه‌یافته و به‌تبع آن تغییر ارزش‌ها و هنجارهای آنان و تقلید و شبیه‌سازی رفتارهای غربی هستند (Emamjome Zadeh & et. al, 2012:64). همگی این عوامل موجب شده‌اند که نوعی تحول کیفی در نسل جدید نسبت به نسل قبلی به وجود آید که به تبع آن گروه‌های مرجع دینی، سیاسی، خانوادگی، اقتصادی، فراغتی و آموزشی افراد و بخصوص جوانان در معرض تغییر و تحول قرار گیرد.

ساکنان کلان‌شهر کرمانشاه خصوصاً جوانان نیز از این تغییرات مصون نمانده و به دلایلی همچون گرایش به نوگرایی، تحصیلات، دینداری، شرایط ناشی از جنگ تحمیلی و مهاجرت به دلایل داشتن امکانات پزشکی، بهداشتی و خدماتی بیشتر اداری نسبت به استان‌های هم‌جوار، رفت و آمد ساکنان استان‌های هم‌جوار برای دسترسی به موارد اشاره شده و بیتوته کردن برای مدت کوتاه و نیز اثرپذیری از فرهنگ‌های بیگانه توسط وسایل ارتباطی گوناگون، همچون ماهواره، اینترنت و ... در معرض این تغییرات قرار گرفته است. بنابراین به‌طور کلی می‌توان گفت امروزه در شهر کرمانشاه نهادهای اجتماعی دچار تغییرات و تحولاتی در کارکردهای خود شده‌اند و به تبع آن گروه‌های مرجع سنتی در جامعه جای خود را به مرجعیت‌های جدیدی داده‌اند. در این میان، جوانان به دلیل شرایط اجتماعی و مقتضیات سنی و شخصیتی، آمادگی بیشتری برای تأثیرپذیری از گروه‌های

^۱ Inghart

مرجع دارند. جوانان در جستجوی هویتی جدید هستند و می‌خواهند با پشت سر گذاشتن دوران کودکی به استقلال شخصیتی و کسب هویت اجتماعی جدیدی دست یابند؛ بنابراین آمادگی تغییر دیدگاه‌ها و نگرش‌های خود را دارند و نسبت به گروه‌های مرجع انعطاف‌پذیرند. به‌ویژه در شرایط جدید اجتماعی که نسل جوان عمدتاً دارای تجربه شهرنشینی و روابط گسترده شهری است و در مراکز آموزشی با جماعت دانش‌آموزان، معلمان، اساتید و دیگر نهادها ارتباط نزدیک و مستمر داشته یا دارد؛ و مهم‌تر از آن از طریق رسانه‌های جمعی به دنیای جدید راه یافته است، مراجع گوناگونی می‌شناسد و بالقوه یا بالفعل از آن‌ها تأثیر می‌پذیرد؛ بنابراین در شرایط فعلی شناخت گروه‌های مرجع و تحلیل آن‌ها اهمیتی بسزایی دارد. در این شرایط، ارزیابی نحوه و میزان ارجاع و اتکای نسل جوان به گروه‌های اولیه و مقایسه‌ی آن با میزان تأثیرپذیری‌اش از گروه‌های ثانویه یا گروه‌های بیگانه در فهم رفتارهای آنان راه‌گشا خواهد بود. از آنجا که گروه‌های مرجع از مهم‌ترین منابع هویتی جامعه هستند که افراد رفتار و ارزش‌های خود را از آن‌ها اقتباس می‌کنند به همین دلیل بررسی تغییرات نگرش آن‌ها در زمینه گروه‌های مرجع از مهم‌ترین دغدغه‌های برنامه‌ریزان اجتماعی محسوب می‌شود. با توجه به چنین دغدغه‌هایی هدف اصلی پژوهش حاضر، تحلیل جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر گزینش نوع گروه‌های مرجع در بین شهروندان شهر کرمانشاه است.

مبانی نظری پژوهش

دیدگاه تغییرات نسلی

«تغییرات نسلی» مسئله مهمی در تحلیل‌های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی بوده است (Lasier, 2019: 954). اعضای هر نسل در دوره تغییرات اقتصادی - اجتماعی، فرهنگی و فناوری رشد می‌کنند و چشم‌انداز منحصر به فردی از جهان را با خود دارند و با اطرافیان خود تعامل متفاوتی دارند که نمایانگر تفاوت‌های خاصی در ارزش‌ها، اعتقادات، نگرش‌ها و ترجیحات آنان است (Mohr & et. al., 190; Duh, 2016: 135). در واقع، هر گروه نسلی شامل اعضای است که تجربیات کودکی مشابه، جهان‌بینی قابل‌مقایسه، ویژگی‌های کاری، سبک‌های آموزش و یادگیری، ترجیحات ارتباطی و انتظارات تعاملی مشابه با دنیای خود دارند (Howe & Strauss, 2000: 52). در همین راستا، McMullin (2007) اظهار داشت که نگرش‌ها و ارزش‌های فردی نتیجه اوضاع اقتصادی، اجتماعی و سیاسی‌ای است که افراد درگیر آن را تجربه کرده‌اند. Schuman & Scott

(1989) نیز خاطر نشان کردند که این تفاوت‌های نسلی را می‌توان از گزینش خاطرات برخی از وقایع مشاهده کرد که منجر به نگرش‌های فردی و ارزش‌های متفاوت جمعی می‌شود.

بیکر معتقد است نسل گروهی از افراد هستند که در فاصله زمانی معینی به دنیا آمده‌اند و موقعیت‌های تاریخی خاص و علائق خاص در سطح فردی و سیستمی آن‌ها را از هم تفکیک می‌کند (Bicker, 2004: 22-23). از منظر راجرز کسانی که اندیشه نوبی را سریع می‌پذیرند، مراحل فوق را نیز با سرعت پشت سر می‌گذارند و برعکس کسانی که دیر می‌پذیرند، مراحل را نیز به کندی پشت سر می‌گذارند. به نظر او معمولاً افرادی که خیلی زود تغییر یا رویه جدیدی را می‌پذیرند از سایرین جوان‌ترند، پایگاه اجتماعی بالاتری دارند و نیز ثروتمندترند (Inglhart, 2016: 75). وایت، در کتاب (خارج از جاده شخصیت) بیان می‌دارد که نسل به واسطه پیدایش بعضی از وقایع و حوادث ساخته می‌شود نظیر: ۱- واقعه فراموش نشدنی مثل جنگ شهری، مصیبت حوادث طبیعی یا خودکشی رهبر سیاسی یا هر حادثه سیاسی؛ ۲- عوامل سیاسی یا فرهنگی مهم که بیانگر واقعه فراموش نشدنی است؛ ۳- تغییر ناگهانی در ساختار جمعیت که زمینه‌ساز جدید در منابع جدید است؛ ۴- شکل‌گیری فاصله طبقاتی جدید (Azad Armaki, 2007: 46).

به عقیده مانهایم، نسل محل ظهور و نیز تداوم جهت‌گیری‌های فکری و فرهنگی جدیدی است که در زمینه اجتماعی - تاریخی ویژه‌ای که هر نسل معینی در آن رشد کرده، ریشه دارد. مانهایم معتقد است که سنتز ارزش‌های قدیم و جدید در هر دوره، موجب تعارضات جدی نسلی می‌شود به طوری که سیستم آموزشی جدیدی نیاز است تا نسل‌های قبل را در برابر تغییرات فرهنگی تازه هم‌نوا سازد (Rempel, 1963: 55).

مک‌لوهان نیز معتقد است زمانی که ما فناوری جدیدی را وارد جامعه‌ای می‌کنیم آن جامعه را برای همیشه عوض کرده‌ایم و جوانان به دلیل نوگرایی و آمادگی برای پذیرش تازگی‌ها، بیشتر از افراد مسن که افکار و عقایدشان شکل گرفته، تحت تأثیر این تغییرات قرار می‌گیرند. یعنی جذب تغییراتی چون نحوه ارتباطات، مد، سیاست و الگوپذیری غیر فرهنگی می‌گردند. بر اساس این رویکرد تحولات سریع تکنولوژیکی در حوزه اطلاعات و ارتباطات و دسترسی گسترده نسل جوان به رسانه‌هایی مانند ماهواره و اینترنت آن‌ها را در موقعیت متفاوتی با نسل پیشین قرار داده است. سرعت این تحولات، زندگی، رشد و بلوغ جوان را تحت تأثیر قرار داده و روند جامعه‌پذیری را کاملاً دگرگون کرده است. اگر در گذشته روند جامعه‌پذیری عمدتاً توسط خانواده، مدرسه و نهادهایی انجام می‌شد که

عناصری از نسل پیشین همچون پدر، مادر، معلم، واعظ و معتمد در این انتقال فرهنگی نقش ایفا می‌کردند، دسترسی گسترده به امکانات نوین تکنولوژیکی، نسل جدید را در جریان تحولات تازه‌ای قرار داده است؛ بدین ترتیب با تغییر مبانی ورود گزاره‌های ارزشی، نظام ارزشی این نسل نیز متفاوت از نسل پیشین شده است (Kouzer, 2013:208).

به اعتقاد شفرز، بنیان‌های اجتماعی جوانان تحت تأثیر دو پدیده شکل می‌گیرد. یکی فردیت جوان و دیگری ساخت‌های اجتماعی، مهم‌ترین عوامل شکل‌گیری شخصیت و هویت جوانان خانواده، مدارس، گروه‌های هم‌سال، رسانه و دین هستند. خانواده برای جوانان مهم‌ترین گروه مرجع است. تأثیر خانواده بر جوانان اشکال مختلف دارد. محیط اجتماعی که جامعه‌پذیری افراد در آن صورت می‌گیرد، زبان که در محیط خانوادگی از آن استفاده می‌شود، نحوه عملی تربیت، سطح فرهنگی خانواده، نگرش‌های والدین به فرهنگ، جامعه، سیاست، دین و حتی فضای بحرانی در خانواده از عوامل مهم هستند (Schafers, 2004:140).

دیدگاه گروه‌های مرجع

هیمن اولین محقق بود که اصطلاح گروه مرجع را به‌طور رسمی به کار برد. از دیدگاه وی نظریه گروه مرجع یک چارچوب مفهومی کلی است که فرض می‌کند نگرش‌ها، ارزش‌ها و ارزیابی خود افراد تا حدی با شناسایی و مقایسه آن‌ها با گروه‌های مرجع شکل می‌گیرد. از دیدگاه وی انسان‌ها در شکل‌دهی به نگرش‌های خود بیش از آنکه به خود متکی باشند، به گروه‌هایی که با آنان در ارتباط‌اند، تکیه دارند (Hyman & Singer, 1968: 4). بر اساس نظریات مرتن، گروه مرجع گروهی است که ما معیارهای لازم را برای سنجش رفتارهای خود و دیگران از آن گروه کسب می‌کنیم. گروهی که فرد ارزش‌ها و معیارهای آنان را به منزله چارچوب‌های مقایسه‌ای مرجع در فرآیندهای ارزشیابی و خودسنجی به کار می‌بندد (Merton, 1968: 283). مرتن دو نوع گروه را بر اساس کارکرد آن‌ها معرفی می‌کند: گروه مرجع هنجاری معیارهایی را برای فرد استقرار و حفظ می‌کند و گروه مرجع مقایسه‌ای که افراد از طریق آن‌ها در جستجوی معیارهایی برای نکات مقایسه‌ای هستند. بر همین اساس جامعه‌شناسان عضویت در گروه را شامل چند نوع: عضویت واقعی، عضویت اسمی و عضویت حاشیه‌ای یا سطحی می‌دانند. به‌طور کلی، غیر عضو کسی است که با سایر اعضای گروه تعامل ندارد و نسبت به آن احساس عضویت نمی‌کنند. غیر عضوها یا افرادی که خارج از گروه قرار دارند، انواع گوناگونی دارند: ممکن

است رقیب گروه باشند، به تخریب گروه بپردازند یا صرفاً خارج از مرزهای آن قرار می‌گیرند. مرتن گروه مرجع مثبت و منفی را نیز مطرح کرده، معتقد است گروه مرجع مثبت، گروهی است که فرد تلاش می‌کند در رفتار و موضع‌گیری‌هایش مطابق برداشت و تصویری که از آن گروه دارد، رفتار نماید و خود را شبیه آنان سازد و گروه مرجع منفی، گروهی است که فرد تلاش می‌کند برخلاف آنچه از موضع‌گیری آنان نگرش‌های اختصاصی آنان دارد و رفتار نماید و نمی‌خواهد شبیه آنان باشد (Merton, 1968: 288).

(French & Raven (1959) اظهار داشتند که قدرت ارجاع یک گروه در شناسایی فرد با آن گروه است. شناسایی در اینجا به معنای احساس یگانگی فرد با گروه یا میل به چنین هویتی است. اگر یک گروه مرجع یک گروه جذاب برای افراد باشد، افراد احساس عضویت یا تمایل به عضویت در آن خواهند داشت. آن‌ها همچنین اظهار داشتند که شناسایی افراد با گروه تنها در صورتی امکان‌پذیر است یا حفظ می‌شود که افراد همان‌گونه که این گروه رفتار می‌کنند، رفتار کنند و به آن اعتقاد داشته باشند. در نتیجه، این گروه توانایی تأثیرگذاری بر افراد را دارد، حتی اگر افراد از آن آگاهی نداشته باشند.

پیشینه پژوهش

در جدول زیر جهت غنی‌تر شدن محتوای مقاله حاضر به مطالعات داخلی و خارجی که ارتباط تقریباً نزدیکی با پژوهش حاضر دارند به‌طور خلاصه پرداخته می‌شود.

جدول ۱: پیشینه داخلی و خارجی مطالعات صورت گرفته در زمینه پژوهش حاضر

نتایج	نام پژوهش	محققین
بین‌گزینش گروه‌های مرجع و ماهیت کاربر گروه‌های تلگرامی (فعال و منفعل بودن) تفاوت وجود دارد، بین‌گرایش‌های سیاسی (محافظه‌کار، اصلاح‌طلب و رادیکال) و گزینش گروه مرجع تفاوت وجود دارد.	تأثیر فضای مجازی بر گزینش گروه‌های مرجع سیاسی مطالعه موردی دانشجویان (دانشگاه تهران) کاربر تلگرام	احمدی و سنجری‌پور (۱۳۹۹)
خانواده برای جوانان نقش بنیادین و مهمی داشته و افراد مؤثر در الگوپذیری جوانان به‌طور عمده‌ای در محدوده اعضای خانواده به‌ویژه والدین قرار دارند.	تغییرات نگرشی جوانان به گروه‌های مرجع	کلاشلو و عقیلی (۱۳۹۸)
روند اعتماد نسل جوان به روحانیون در دهه ۸۰ روند کاهشی داشته است و جوانان الگوهای رفتاری و فکری خود را بیشتر از	بررسی روند تغییرات نگرشی نسل سوم در زمینه گروه‌های مرجع در دهه‌ی ۱۳۸۰	حاتمی و همکاران (۱۳۹۵)

محققین	نام پژوهش	نتایج
		معلمان و اساتید دانشگاه و ورزشکاران اکتباس نموده‌اند.
جهانبخش (۱۳۹۵)	عوامل شکاف نسلی در ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی والدین و فرزندان در استان اصفهان	نسل فرزندان دارای گرایش‌های ارزشی مادی (اقتصادی - اجتماعی)، اما نسل والدین دارای گرایش‌های ارزشی معنوی (مذهبی - سنتی) بوده‌اند.
مرتضایی (۱۳۹۳)	بررسی میزان تأثیر برنامه‌های ماهواره‌ای بر انتخاب گروه‌های مرجع جوانان تهرانی	معلمان و استادان، اعضای خانواده، دوستان نزدیک و آشنایان، هنرمندان و هنرپیشه‌ها، هم‌کلاسی و همکاران، ورزشکاران و روحانیون به ترتیب بیشترین گروه‌هایی هستند که به‌عنوان گروه مرجع از سوی جوانان انتخاب شده‌اند.
قلی‌زاده و همکاران (۱۳۹۲)	بررسی عوامل اجتماعی مرتبط با گرایش دانش‌آموزان به نوع گروه مرجع در دوره متوسطه در شهرستان اردبیل	متغیرهای دین‌داری، پیشرفت تحصیلی، پایگاه اجتماعی و جنسیت دانش‌آموزان با گرایش به نوع گروه مرجع تفاوتی معنی‌داری داشته‌اند.
(Gomez & et. al., 2021)	چگونه تقلید از چند گروه مرجع باعث تحول در استراتژی شرکت‌ها می‌شود؟	با گذشت زمان، شرکت‌ها تمایل به تقلید از استراتژی گروه‌های مرجع در شرکت‌های موفق دارند.
Bashi & et.) al., 2021	توضیح جامعه‌شناسی روند تشکیل گروه‌های مرجع جدید و تأثیر آن‌ها در شکل‌گیری اخلاق شهروندی در ایران طی سه دهه اخیر	عوامل درونی و بیرونی جامعه، فضای مجازی و رسانه‌های جمعی تأثیر بسزایی در شکل‌گیری گروه‌های مرجع جدید طی سه دهه گذشته در ایران دارد.
(Khandelwal & et. al., 2019)	حمایت از گروه‌های مرجع در انتخاب والدین از غذای کودک: چشم‌انداز هندی	گروه‌های مرجع خانواده و دوستان نقش مهمی در انتخاب والدین برای غذای کودک، به‌ویژه برای خانواده‌های هسته‌ای و والدین جوان دارند.
Chen (2019)	نحوه انتخاب گروه مرجع چه اهمیتی دارد: ادغام اقتصادی مهاجران روستایی به شهر در چین	آرزوی مهاجران برای ادغام اقتصادی که در گروه مرجع انتخاب آن‌ها نهفته است، برای درک آنچه مسیر آن‌ها به سمت ادغام اقتصادی را شکل می‌دهد، ضروری است.
(Roberts & et. al., 2001)	گروه‌های مرجع دینی و تداوم رفتار هنجاری: یک آزمون تجربی	باورها و رفتارهای مذهبی اولیه فرد (یا فقدان آن) نشان‌دهنده تأثیر اجتماعی شدن خانواده به‌عنوان یک گروه مرجع است.

از نکات بدیع پژوهش حاضر این است که برای نخستین بار به طور نسبتاً جامع‌تری نسبت به تحقیقات صورت گرفته، نقش متغیرهایی چون رسانه‌های جمعی، مهاجرت، مواجهه یا عدم مواجهه با جنگ، تحصیلات، گرایش به نوگرایی و دینداری را در گزینش انواع گروه‌های مرجع (دینی، سیاسی، خانوادگی، اقتصادی، فراغتی و آموزشی) مورد بررسی قرار می‌دهد.

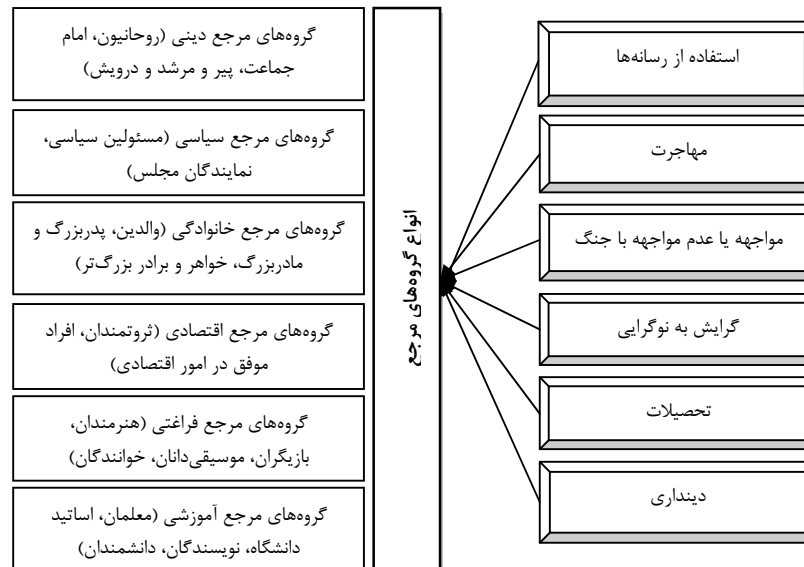
چارچوب نظری پژوهش

در این مطالعه چارچوب نظری برگرفته از رویکرد تلفیقی است. برای نسل از نظریات مانهایم، اینگلهارت، مک‌لوهان، رایزمن، راجرز و شفرز و برای گروه‌های مرجع از نظریات مرتن استفاده شده است. به نظر مانهایم همیشه نسل‌های جدید آغازگر خودخواهی ریشه‌ای و متمایز از نسل‌های پیشین نیستند؛ بلکه برعکس پدیده گسست نسلی عمدتاً در پی دورانی از تغییرات فرهنگی سریع ایجاد می‌شود. اینگلهارت معتقد است که وجه تمایز مردم جوامع مختلف نگرش‌ها، ارزش‌ها و مهارت‌های اصلی و پایدار آنان است، به بیان دیگر فرهنگ آنان با هم تفاوت دارد. نظریه‌ی گروه مرجع مرتن در سنت جامعه‌شناسی کارکردی قرار دارد. بر اساس مکتب کارکردی، وجود و بقای یک نهاد یا ساخت اجتماعی، معلول استعداد و نقش آن در تأمین کارکردهایی است که نیازهای ضروری نظام اجتماعی را تأمین و بقا و دوام آن را تضمین می‌کند. یکی از مهم‌ترین این ضرورت‌ها، جامعه‌پذیری به معنای انتقال ارزش‌ها و هنجارهای جامعه است. این فرایند، توسط نهادهایی از قبیل خانواده، مدرسه، رسانه‌ها، دوستان و ... به اجرا در می‌آید. گروه مرجع نیز در همین چارچوب قرار می‌گیرد، زیرا گروه‌های مرجع در نهایت متولی انتقال برخی هنجارها (گروه‌های مرجع هنجاری)؛ و تأمین ملاک‌ها و معیارهای لازم برای ارزیابی و محک زدن رفتارها و باورهای افراد هستند (گروه‌های مرجع تطبیقی). انسان‌ها برای ارزیابی و داوری رفتار و نگرش خود به گروه‌هایی مراجعه می‌کنند که چه بسا عضو آن نیستند، اما به دلیل کارکردهایی که برای افراد و ساختار اجتماعی دارند، الگوی ذهنی و عملی آنان قرار می‌گیرند. نظریه‌ی گروه مرجع، اذعان دارد که از نظر اجتماعی افراد تحت تأثیر گروه‌هایی قرار می‌گیرند که به گمان آن‌ها اهمیت زیادی دارند. آن‌ها گروه‌های مشخصی را به‌عنوان راهنما و الگوی رفتار خود انتخاب می‌کنند (گروه‌های مرجع هنجاری). افراد گروه‌هایی را به‌عنوان مبنایی برای مقایسه خود با دیگر افراد و گروه‌ها در نظر می‌گیرند (گروه‌های مرجع تطبیقی).

جدول ۲: چارچوب نظری و ارتباط آن با فرضیه‌های پژوهش

متغیرها	ارائه فرضیه	تعمیم ایده با موضوع تحقیق	ایده نظری	نظریه پرداز
تحصیلات	بین تحصیلات و گزینش نوع گروه‌های مرجع رابطه معنادار وجود دارد.	تحصیلات نقش مهمی در هم‌نوا ساختن افراد با تغییرات فرهنگی بین گروه‌های مرجع دارد.	سنتز ارزش‌های قدیم و جدید در هر دوره، موجب تعارضات جدی بین نسلی می‌شود.	مانهایم
ارزش‌های مادی و فرامادی	میانگین نمره گروه‌های مرجع (خانوادگی، آموزشی، دینی، سیاسی، اقتصادی و فراغتی) بر حسب نسل‌های سه‌گانه متفاوت است.	نسل جوان بیشتر درگیر ارزش‌های فرامادی است. در حالی که نسل قبل درگیر ارزش‌های مادی می‌باشد.	نسل همان فاصله جوانان و بزرگ‌سالان بر مبنای اقتضائات نسلی است. شکاف نسلی از تقابل ارزش‌های مادی و ارزش‌های فرامادی به وجود می‌آید.	اینگلهارت
مهاجرت	بین مهاجرت و تغییر گروه مرجع رابطه وجود دارد.	حوادث و وقایع مهم مانند جنگ و مهاجرت، تغییرات جمعیتی و تغییرات اقتصادی - اجتماعی می‌توانند تجربه‌های اجتماعی در اختیار نسل‌ها قرار دهند.	نسل به واسطه پیدایش بعضی از وقایع و حوادث مانند جنگ، مهاجرت و ... ساخته می‌شود.	وایت
نوگرایی	بین گرایش به نوگرایی و گزینش نوع گروه‌های مرجع رابطه معنادار وجود دارد.	در کرمانشاه که نگرش‌های نسل قدیم بیشتر سنتی بود مانع توسعه بوده‌اند اما شکل‌گیری نگرش‌های نو باعث تغییرات اساسی در دیدگاه شده است.	اشاعه نوگرایی، باعث تغییر نگرش‌ها از حالت سنتی به توسعه شده است.	راجرز
رسانه‌های جمعی	بین میزان استفاده از رسانه‌های جمعی و گزینش نوع گروه‌های مرجع رابطه معنادار وجود دارد.	رسانه‌ها عامل اصلی شکاف نسلی در دنیا هستند.	امروزه رسانه‌های جمعی توسعه پیدا کرده و موجب از بین رفتن مرزهای فیزیکی جوامع شده‌اند.	رایزمن
		دسترسی گسترده شهروندان به امکانات نوین ارتباطی، نسل جدید را در جریان تحولات تازه‌ای قرار	تحولات سریع تکنولوژیکی در حوزه ارتباطات و دسترسی گسترده نسل جوان به	مکلوهان

متغیرها	ارائه فرضیه	تعمیم ایده با موضوع تحقیق	ایده نظری	نظریه پرداز
		داده که در نتیجه آن، نظام ارزشی این نسل نیز متفاوت از نسل پیشین است.	رسانه‌هایی مانند ماهواره و اینترنت آن‌ها را در موقعیت متفاوتی با نسل پیشین قرار داده است.	
جنگ	وضعیت مواجهه با جنگ بر گزینش نوع گروه‌های مرجع تأثیر معنادار دارد.	در کرمانشاه گروه‌های نسلی متفاوت تجربیات تاریخی متفاوتی دارند از جمله جنگ یکی از این تفاوت‌های نسلی است.	گروه‌هایی که مقارن با یک رویداد تاریخی بوده‌اند تحت عنوان نسل آن رویداد نام می‌برند. مثل کسانی که تجربه جنگ داشته‌اند.	بیکر
دینداری	بین میزان دینداری و گزینش نوع گروه‌های مرجع رابطه معنادار وجود دارد.	خانواده، مدرسه، همسالان، رسانه و دین از عواملی هستند که باعث تغییر در الگوهای رفتاری افراد می‌شوند	مهم‌ترین عوامل شکل‌گیری شخصیت و هویت جوانان خانواده، مدارس، گروه‌های همسال، رسانه و دین هستند.	شفرز



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

روش‌شناسی پژوهش

در این پژوهش برای گردآوری داده‌ها از روش پیمایش استفاده شد. جامعه آماری پژوهش را تمام شهروندان ۱۵ سال به بالای شهر کرمانشاه تشکیل می‌دهند که مطابق آمار سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۹۵ تعداد ۸۵۵۵۲۳ نفر می‌باشد که این تعداد در سه نسل جوان، میانسال و مسن طبقه‌بندی شدند. جدول ۳ جامعه آماری و حجم نمونه هر کدام از نسل‌های مذکور را به تفکیک نشان می‌دهد. نسل اول پدربزرگ‌ها و مادربزرگ‌ها، نسل دوم پدرها و مادرها و نسل سوم بچه‌های دبیرستانی (دختر و پسر) در نظر گرفته شد. در این پژوهش نمونه‌گیری به شیوه تصادفی خوشه‌ای انجام شد. با توجه به اینکه جمعیت مورد مطالعه در این پژوهش همگن نبود، به ناچار باید در ابتدا جامعه آماری تقسیم شود و از درون هر قسمت نمونه‌ای مناسب انتخاب گردد. حجم نمونه در این تحقیق بر اساس فرمول کوکران برابر با ۵۷۵ نفر می‌باشد. با توجه به این که جامعه آماری ناهمگن بودند برای دقت بیشتر احتمال درصد صحت را ۲/۴۰ در نظر گرفته شد و بنابراین تعداد نمونه ۵۷۵ به دست آمد.

جدول ۳: جامعه آماری و حجم نمونه

نسل	گروه سنی	جامعه آماری	حجم نمونه
سوم (مسن)	۱۹-۲۵ سال	۲۸۳۶۲۸	۱۹۱
دوم (میانسال)	۳۰-۵۴ سال	۴۱۷۷۰۵	۲۸۰
اول (جوان)	۵۵ سال به بالا	۱۵۴۱۹۰	۱۰۴
کل گروه‌ها		۸۵۵۵۲۳	۵۷۵

$$n = \frac{\frac{t^2 pq}{d^2}}{1 + \frac{1}{N} \left(\frac{t^2 pq}{d^2} - 1 \right)} = \frac{\frac{(2/40)^2 (0/5)(0/5)}{(0/05)^2}}{1 + \frac{1}{855523} \left(\frac{(2/40)^2 (0/5)(0/5)}{(0/05)^2} - 1 \right)} = 575$$

در این پژوهش جمع‌آوری داده‌ها از طریق پرسش‌نامه توأم با مصاحبه انجام شد. برای محاسبه روایی ابزار پژوهش از تکنیک تحلیل عاملی^۱ استفاده گردید. جدول ۴ آزمون‌های لازم برای روایی با استفاده از تحلیل عاملی نشان می‌دهد. قاعده کیزر برای همه متغیرها

^۱ factor analysis

معنادار است و نشان می‌دهد که مقادیر ویژه هر کدام از آن‌ها بیشتر از یک است. در این جدول مقادیر آلفای کرونباخ برای اکثر متغیرها بیشتر از ۰/۷ بوده و بنابراین پایا بودن ابزار اندازه‌گیری را نشان می‌دهد.

جدول ۴: قاعده کیزر و آزمون بارتلت

مقدار وریانس تبیین یافته	تحلیل عاملی			KMO	پایایی کرونباخ	تعداد گویه‌ها	متغیر/مؤلفه
	معناداری	آزادی	بارتلت				
۰/۵۵۵	۰/۰۰۰	۳۶	۱۶۷۸۹/۲۰۳	۰/۹۰۴	۰/۹۱۱	۵۴	گروه مرجع کل
۰/۵۱۳	۰/۰۰۰	۱۲	۲۳۷۱/۷۵	۰/۸۹۳	۰/۷۰۸	۴	فعالیت‌های دینی
۰/۶۲۰	۰/۰۰۰	۱۸	۱۳۵۷/۱۲۹	۰/۸۴۰	۰/۷۵	۶	میزان نوگرایی

برای متغیر گروه‌های مرجع این که عمدتاً چه گویه‌ای به چه عاملی اختصاص دارد، برای تشخیص این کار از «دوران عامل^۱» استفاده گردید و با استفاده از «دوران واریماکس» انجام گرفت. این روش تعلق هر گویه به یک عامل را برای ما مشخص می‌کند. در این روش ضرایب کم و زیاد ماتریس دوران یافته، تعلق متغیرها به عامل‌ها را به وضوح نشان می‌دهد. هر کدام از ابعاد متغیر گروه مرجع با استفاده از نه گویه سنجش شده‌اند و برای هر بُعد این گویه‌ها باهم گرد شده‌اند. نتایج نشان می‌دهد که ۵۴ گویه مطرح شده برای سنجش گروه‌های مرجع بر روی شش عامل اصلی متمرکز شدند و از روایی سازه‌ای قابل قبولی برخوردار است.

جدول ۵: سنجش مفاهیم و تعریف عملیاتی متغیرهای پژوهش

تعریف عملیاتی	تعریف مفهومی	متغیرها	
این متغیر با استفاده از ۹ گویه در قالب طیف لیکرت سنجش گردید.	گروه مرجع به گروهی اطلاق می‌شود که فرد در مقایسه به آن مراجعه می‌کند و رفتار، منش و کردار آن را چه در جهت مثبت و چه در جهت منفی ملاک قرار می‌دهد (صدیق سروسستانی و هاشمی، ۱۳۸۱).	خانوادگی	تغییر گروه مرجع
این متغیر با استفاده از ۹ گویه در قالب طیف لیکرت سنجش گردید.	گروه مرجع به گروهی اطلاق می‌شود که فرد در مقایسه به آن مراجعه می‌کند و رفتار، منش و کردار آن را چه در جهت مثبت و چه در جهت	دینی	

^۱ factor rotation

تعریف عملیاتی	تعریف مفهومی	متغیرها
	منفی ملاک قرار می‌دهد (صدیق سروستانی و هاشمی، ۱۳۸۱).	
این متغیر با استفاده از ۹ گویه در قالب طیف لیکرت سنجش گردید.	گروه مرجع به گروهی اطلاق می‌شود که فرد در مقایسه به آن مراجعه می‌کند و رفتار، منش و کردار آن را چه در جهت مثبت و چه در جهت منفی ملاک قرار می‌دهد (صدیق سروستانی و هاشمی، ۱۳۸۱).	آموزشی
این متغیر با استفاده از ۹ گویه در قالب طیف لیکرت سنجش گردید.	گروه مرجع به گروهی اطلاق می‌شود که فرد در مقایسه به آن مراجعه می‌کند و رفتار، منش و کردار آن را چه در جهت مثبت و چه در جهت منفی ملاک قرار می‌دهد (صدیق سروستانی و هاشمی، ۱۳۸۱).	سیاسی
این متغیر با استفاده از ۹ گویه در قالب طیف لیکرت سنجش گردید.	گروه مرجع به گروهی اطلاق می‌شود که فرد در مقایسه به آن مراجعه می‌کند و رفتار، منش و کردار آن را چه در جهت مثبت و چه در جهت منفی ملاک قرار می‌دهد (صدیق سروستانی و هاشمی، ۱۳۸۱).	اقتصادی
این متغیر با استفاده از ۹ گویه در قالب طیف لیکرت سنجش گردید.	گروه مرجع به گروهی اطلاق می‌شود که فرد در مقایسه به آن مراجعه می‌کند و رفتار، منش و کردار آن را چه در جهت مثبت و چه در جهت منفی ملاک قرار می‌دهد (صدیق سروستانی و هاشمی، ۱۳۸۱).	فراغتی
این متغیر با از ۴ گویه در قالب طیف لیکرت سنجش گردید.	نوگرایی به معنای نگرش نوین به زندگی و قرار گرفتن در چارچوب فکری و رفتاری انسان نو می‌باشد (مهدی‌زاده، ۹۷: ۱۳۸۱).	نوگرایی
این متغیر با استفاده از ۴ گویه در قالب طیف لیکرت سنجش گردید.	دین‌داری یعنی بودن، پابندی دینی و داشتن التزام دینی. به بیان کلی، دین‌داری یعنی داشتن التزام دینی، به نحوی که نگرش، گرایش و کنش‌های فرد را متأثر می‌سازد (شجاعی زند، ۳۵-۳۶: ۱۳۸۴).	دینداری

یافته‌های پژوهش

جدول ۶: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب شرکت در جنگ، آوارگی و اسارت

وضعیت	شرکت در جنگ		آوارگی		شهادت، اسارت یا جانبازی	
	بله	خیر	بله	خیر	بله	خیر
فراوانی	۹۵	۴۷۴	۲۷۶	۲۹۳	۸۸	۴۷۸
درصد فراوانی	۱۶/۷	۸۳/۲	۴۸/۴	۵۱/۴	۱۵/۴	۸۳/۹

جدول ۶ نشان‌دهنده توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب متغیرهای شرکت در جنگ، آوارگی و اسارت می‌باشد. بر اساس داده‌های جدول زیر، ۹۵ نفر (۱۶/۷ درصد) از پاسخگویان در جنگ شرکت داشته و ۴۷۴ نفر (۸۳/۲ درصد) از آن‌ها در جنگ شرکت نداشته‌اند. از طرفی ۲۷۶ نفر (۴۸/۴ درصد) از آن‌ها وضعیت آوارگی را تجربه کرده‌اند و ۲۹۳ نفر از آن‌ها این وضعیت را تجربه نکرده‌اند. از طرفی ۸۸ نفر (۱۵/۴ درصد) از آن‌ها شهادت، اسارت یا جانبازی را تجربه کرده ولی ۴۷۸ نفر از آن‌ها این وضعیت را تجربه نکرده‌اند.

جدول ۷: توزیع وضعیت متغیرهای پژوهش بر حسب شاخص‌های توصیفی

نام متغیر	میانگین واقعی	انحراف معیار	میانگین مورد انتظار	فاصله اطمینان ۰/۹۵ بر مبنای برآوردهای خودگردان		
				کران پایین	کران پایین	مقدار T معناداری
وضعیت دینی	۱۱/۵۹	۰/۱۸۷	۱۲	-۰/۷۶۷	-۰/۰۴۳	۰/۰۰۰
میزان نوگرایی	۱۸/۱۵	۰/۱۴۰	۱۵	۲/۸۷	۳/۴۳	۰/۰۰۰
مرجع خانوادگی	۱۸/۷۴	۰/۳۷۲	۲۷	-۸/۹۴	-۷/۴۳	۰/۰۰۱
مرجع دینی	۲۲/۹۸	۰/۲۹۹	۲۷	-۴/۵۹	-۳/۴۳	۰/۰۰۱
مرجع آموزشی	۲۴/۸۴	۰/۳۷۰	۲۷	-۲/۸۶	-۱/۴۲	۰/۰۰۱
مرجع سیاسی	۲۷/۲۱	۰/۳۳۷	۲۷	۰/۹۰۱	-۰/۴۱۲	۰/۰۰۱
مرجع اقتصادی	۲۹/۶۴	۰/۲۸۳	۲۷	۲/۰۶۷	۳/۲۱۲	۰/۰۰۱
مرجع فراغتی	۲۶/۵۹	۰/۳۲۷	۲۷	-۱/۰۴۷	-۰/۵۱۰	۰/۳۲

جدول ۷ توزیع وضعیت متغیرهای پژوهش بر حسب شاخص‌های توصیفی را نشان می‌دهد. نتایج مندرج در جدول نشان می‌دهد که میانگین متغیر میزان وضعیت دینی برابر با ۱۱/۵۹ است که این نمره در مقایسه با میانگین مورد انتظار (۱۲) در حد پایینی است. میانگین متغیر میزان نوگرایی برابر با ۱۸/۱۵ است که این نمره در مقایسه با میانگین مورد

انتظار (۱۵) در حد بالایی است. میانگین متغیر گروه مرجع خانوادگی برابر با ۱۸/۷۴ است که این نمره در مقایسه با میانگین مورد انتظار (۲۷) در حد پایینی است. میانگین متغیر گروه مرجع دینی برابر با ۲۲/۹۸ است که این نمره در مقایسه با میانگین مورد انتظار (۲۷) در حد پایینی است. میانگین متغیر گروه مرجع آموزشی برابر با ۲۴/۸۴ است که این نمره در مقایسه با میانگین مورد انتظار (۲۷) در حد پایینی است. میانگین متغیر گروه مرجع سیاسی برابر با ۲۷/۲۱ است که این نمره در مقایسه با میانگین مورد انتظار (۲۷) در حد بالاتری است. میانگین متغیر گروه مرجع اقتصادی برابر با ۲۹/۶۴ است که این نمره در مقایسه با میانگین مورد انتظار (۲۷) در حد بالایی است. میانگین متغیر گروه مرجع فراغتی برابر با ۲۶/۵۹ است که این نمره در مقایسه با میانگین مورد انتظار (۲۷) در حد پایینی است. آزمون تی تک نمونه‌ای نشان می‌دهد که تفاوت نمرات دو میانگین در فاصله اطمینان ۹۵ درصد معنادار بوده و قابلیت تعمیم به کل جامعه آماری را دارد.

آزمون فرضیه‌ها

فرضیه ۱: میانگین نمره گروه‌های مرجع (خانوادگی، آموزشی، دینی، سیاسی، اقتصادی و فراغتی) بر حسب نسل‌های مختلف سه‌گانه متفاوت است.

جدول ۸: نتایج میزان متغیرهای اصلی بین گروه‌های مختلف نسلی

گروه مرجع	آماره	گروه نسلی			همگنی واریانس	تحلیل واریانس/ولچ		نتیجه تعقیبی	آزمون
		اول	دوم	سوم		مقدار	معناداری		
مرجع خانوادگی	میانگین	۱۷/۶۰	۱۹/۴۹	۱۹/۵۷	۱/۳۴۹	۳/۹۱۵	۰/۰۲۱	تأیید H_1	بونفرونی
	انحراف	۸/۰۲	۷/۲۲	۷/۶۰	همگن				
مرجع آموزشی	میانگین	۲۲/۵۳	۲۲/۴۹	۲۴/۹۰	۱/۶۹۸	۴/۷۴۳	۰/۰۰۹	تأیید H_1	بونفرونی
	انحراف	۶/۱۸	۶/۲۷	۶/۲۱	همگن				
مرجع دینی	میانگین	۲۴/۶۷	۲۴/۸۰	۲۶/۳۳	۲۰/۳۲	۱/۴۹۵	۰/۲۲۵	تأیید H_0	ندارد
	انحراف	۵/۹۵	۸/۶۰	۷/۲۵	ناهمگن				
مرجع سیاسی	میانگین	۲۷/۷۲	۲۶/۴۵	۲۹/۲۲	۳/۷۳۰	۵/۷۳۳	۰/۰۰۳	تأیید H_1	تام هینس
	انحراف	۶/۳۲	۷/۳۵	۶/۲۸	ناهمگن				
مرجع اقتصادی	میانگین	۲۹/۵۱	۲۹/۷۴	۲۹/۸۶	۲/۲۳۵	۰/۱۲۷	۰/۸۸۰	تأیید H_0	ندارد
	انحراف	۵/۷۵	۶/۲۵	۵/۲۸	همگن				
مرجع فراغتی	میانگین	۲۳/۵۶	۲۸/۷۵	۲۷/۹۰	۲/۲۴۵	۳۵/۴۸۲	۰/۰۰۰	تأیید H_1	بونفرونی
	انحراف	۷/۰۱	۶/۳۴	۶/۰۸	همگن				

یکی از اهداف و فرضیه‌های اصلی این مطالعه مقایسه میانگین نمرات گروه‌های مرجع برای نسل‌های مختلف بود. در این مطالعه نسل‌ها در سه گروه سنی ۱۵ تا ۲۹ سال به عنوان نسل سوم، گروه سنی ۳۰ تا ۵۵ سال به عنوان نسل دوم و از سنین ۵۵ سال به بالا به عنوان نسل اول مورد بررسی قرار گرفتند. جدول ۸ میانگین نمره متغیرهای گروه مرجع خانوادگی، آموزشی، دینی، سیاسی، اقتصادی و فراغتی براساس گروه‌های مختلف نسلی را نشان می‌دهد. از آنجا که لازم شد قبل از انجام آزمون تحلیل واریانس، پیش فرض همگنی واریانس‌ها بررسی شود، معناداری همگنی واریانس‌ها برای گروه‌های مرجع خانوادگی، آموزشی، اقتصادی و فراغتی تأیید ولی برای گروه مرجع دینی و سیاسی رد شد؛ نتایج حاصل از همه این آزمون‌ها نشان می‌دهد که میانگین نمرات چهار گروه مرجع خانوادگی، آموزشی، سیاسی و فراغتی در گروه‌های نسلی متفاوت بود و این تفاوت مشاهده شده براساس آزمون‌های به عمل آمده و در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار بودند.

جدول ۹: مقایسه گروه‌ها براساس آزمون‌های تعقیبی بونفرونی و تام هینس

آزمون تعقیبی	مرجعیت	گروه مبنا	ابعاد مورد مقایسه	اختلاف میانگین	خطای استاندارد	فاصله اطمینان ۹۵	
						معناداری	کران پایین
بونفرونی	گروه مرجع خانوادگی	نسل اول	دوم	-۱/۸۹	۰/۷۱	-۰/۰۲۵	-۳/۶۰
			سوم	-۱/۹۷	۱/۰۱	۰/۱۵۶	-۴/۴۰
		نسل دوم	اول	۱/۸۹	۰/۷۱	۰/۰۲۵	۰/۱۷۸
			سوم	-۰/۰۸	۰/۹۵	۱/۰۰۰	-۲/۳۷
		نسل سوم	اول	۱/۹۷	۱/۰۱	۰/۱۵۶	-۰/۴۶
			دوم	۰/۰۸	۰/۹۵	۱/۰۰۰	-۲/۲۱
بونفرونی	گروه مرجع آموزشی	نسل اول	دوم	۰/۰۴	۰/۶۰	۱/۰۰۰	-۱/۴۰
			سوم	-۲/۳۶	۰/۸۵	۰/۰۱۸	-۴/۴۲
		نسل دوم	اول	-/۰۴	۰/۶۰	۱/۰۰۰	-۱/۴۹
			سوم	-۲/۴۱	۰/۸۱	۰/۰۱۰	-۴/۳۷
		نسل سوم	اول	۲/۳۶	۰/۸۵	۰/۰۱۸	۰/۳۰
			دوم	۲/۴۱	۰/۸۱	۰/۰۱۰	۰/۴۵
تام هینس	گروه مرجع سیاسی	نسل اول	دوم	۱/۲۷	۰/۶۴	۰/۱۴۶	-۰/۲۸۶
			سوم	-۱/۵۰	۰/۸۳	۰/۲۰۶	-۳/۵۳
		نسل دوم	اول	-۱/۲۷	۰/۶۴	۰/۱۴۶	-۲/۸۲
			سوم	-۲/۷۷	۰/۸۱	۰/۰۰۳	-۴/۷۵

فاصله اطمینان ۹۵	معناداری		خطای استاندارد	اختلاف میانگین	ابعاد مورد مقایسه	گروه مبنا	مرجعیت	آزمون تعقیبی
	کران بالا	کران پایین						
۳/۵۳	-۰/۵۱	۰/۲۰۶	۰/۸۳	۱/۵۰	اول	نسل	گروه مرجع فراغتی	بونفرونی
۴/۷۵	۰/۸۰	۰/۰۰۳	۰/۸۱	۲/۷۷	دوم	سوم		
-۳/۶۸	-۶/۶۹	۰/۰۰۰	۰/۶۲	-۵/۱۹	دوم	نسل اول		
-۲/۲۶	-۶/۴۱	۰/۰۰۰	۰/۸۶	-۴/۳۴	سوم	نسل اول		
۶/۶۹	۳/۶۸	۰/۰۰۰	۰/۶۲	۵/۱۹	اول	نسل دوم		
۲/۸۰	-۱/۱۰	۰/۸۹۰	۰/۸۱	۰/۵	سوم	نسل دوم		
۶/۴۱	۲/۲۶	۰/۰۰۰	۰/۸۶	۴/۳۴	اول	نسل اول		
۱/۱۰	-۲/۸۰	۰/۸۹۰	۰/۸۱	-۰/۸۵	دوم	سوم		

با توجه به معناداری آزمون‌های تحلیل واریانس و آزمون ولچ، این سؤال مطرح است که معناداری این آزمون‌ها ناشی از اختلاف کدام یک از گروه‌های نسلی است؛ برای این وضعیت برای متغیرهایی که دارای ناهمگنی در واریانس‌ها بودند، از آزمون تعقیبی تام هینس و برای متغیرهایی که واریانس بین گروه‌ها همگن بودند، از آزمون تعقیبی بونفرونی به‌عنوان مناسب‌ترین آزمون‌های تعقیبی برای مقایسه‌های گروهی استفاده گردید. جدول ۹ مقایسه گروه‌ها براساس آزمون‌های تعقیبی بونفرونی و تام هینس را نشان می‌دهد.

فرضیه ۲: بین متغیرهای مستقل و گزینش نوع گروه‌های مرجع رابطه معنادار وجود دارد.

جدول ۱۰: ضریب همبستگی بین تحصیلات و گزینش نوع گروه‌های مرجع

نوع رابطه	نتیجه آزمون	معناداری	شدت رابطه	وابسته	مستقل
مستقیم	تأیید فرضیه	۰/۰۰۳	۰/۱۴۳	گروه مرجع	میزان تحصیلات
مستقیم	تأیید فرضیه	۰/۰۰۱	۰/۱۶۴		گرایش به نوگرایی
مستقیم	تأیید فرضیه	۰/۰۰۰	۰/۳۵۱		دینداری
مستقیم	تأیید فرضیه	۰/۰۰۰	۰/۲۶۱		رسانه جمعی

جدول ۱۰ ضریب همبستگی بین متغیرهای مستقل و گزینش نوع گروه‌های مرجع را نشان می‌دهد. نتایج نشان می‌دهد که تحصیلات پاسخگویان با مقدار همبستگی

($r=0/143$) با گروه‌های مرجع ارتباط معناداری دارد. ضریب همبستگی بین گرایش به نوگرایی و گزینش نوع گروه‌های مرجع با مقدار ($r=0/164$) با کل گروه‌های مرجع ارتباط معناداری دارد. ضریب همبستگی بین میزان دینداری و گزینش نوع گروه‌های مرجع با مقدار ($r=0/351$) با کل گروه‌های مرجع ارتباط معناداری دارد. ضریب همبستگی بین میزان استفاده از رسانه‌های جمعی و گزینش نوع گروه‌های مرجع با مقدار ($r=0/261$) با گروه‌های مرجع ارتباط معناداری دارد.

فرضیه ۳: وضعیت مهاجرت بر گزینش نوع گروه‌های مرجع تأثیر معنادار دارد.

جدول ۱۱: میانگین و انحراف گروه‌های مرجع در گروه مهاجر و غیر مهاجر

متغیر	گروه‌ها	میانگین نمرات	انحراف معیار	آزمون لیون		معنی‌داری آزمون T	
				مقدار F	مقدار	مقدار	مقدار
مرجع خانوادگی	مهاجر	۱۸/۳۴	۷/۸۴	۰/۰۷۳	۰/۷۸۸	-۱/۲۰۲	۰/۲۳۰
	غیر مهاجر	۱۹/۴۶	۷/۸۷				
مرجع دینی	مهاجر	۲۲/۲۰	۵/۹۳	۰/۲۸۱	۰/۵۹۷	-۲/۱۱۳	۰/۳۲۴
	غیر مهاجر	۲۲/۸۵	۶/۴۶				
مرجع آموزشی	مهاجر	۲۴/۲۴	۶/۹۴	۲/۳۷۱	۰/۱۲۵	-۰/۹۸۷	۰/۳۲۴
	غیر مهاجر	۲۵/۱۴	۷/۷۱				
مرجع سیاسی	مهاجر	۲۸/۰۰	۶/۰۸	۱/۵۰۴	۰/۲۲۱	۱/۰۶	۰/۲۸۶
	غیر مهاجر	۲۷/۱۷	۶/۶۹				
مرجع اقتصادی	مهاجر	۲۸/۹۲	۴/۹۷	۱/۶۲۷	۰/۲۰۳	-۱/۲۸۰	۰/۲۰۲
	غیر مهاجر	۲۹/۸۱	۶/۱۹				
مرجع فراغتی	مهاجر	۲۵/۷۵	۷/۳۰	۲/۱۹۴	۰/۱۴۰	-۱/۷۹۷	۰/۰۷۳
	غیر مهاجر	۲۷/۲۹	۶/۸۸				
مرجع (کل)	مهاجر	۱۴۶/۰۸	۲۸/۸۰۴	۰/۲۲۷	۰/۶۲۴	-۱/۴۳۴	۰/۱۵۳
	غیر مهاجر	۱۵۱/۹۹	۳۱/۶۲				

جدول ۱۱ میانگین و انحراف معیار گروه‌های مرجع در گروه افرادی که مهاجرت کردند و آن‌هایی که مهاجرت نکردند را نشان می‌دهد. میانگین نمره گروه مهاجران برابر ۱۸/۳۴ و میانگین گروه غیر مهاجران برابر ۱۹/۴۶ است. نتایج می‌دهد که میانگین گروه‌ها با هم تفاوت معنادار داشته و اختلاف میانگین‌ها برابر ۱/۱۲۷- می‌باشد. نتایج در مورد گروه مرجع دینی میانگین نمره گروه مهاجران برابر ۲۲/۲۰ و میانگین گروه غیر مهاجران برابر ۲۲/۸۵ است. نتایج حاصل از آزمون T نشان می‌دهد که میانگین گروه‌ها با هم تفاوت

معنادار داشته و اختلاف میانگین‌ها برابر $۱/۶۵$ - می‌باشد. نتایج در مورد میانگین و انحراف معیار گروه مرجع آموزشی میانگین نمره گروه مهاجران برابر $۲۴/۲۴$ و میانگین گروه غیر مهاجران برابر $۲۵/۱۴$ است. در مورد گروه مرجع سیاسی میانگین نمره گروه مهاجران برابر $۲۸/۰۰$ و میانگین گروه غیر مهاجران برابر $۲۷/۱۷$ است. نتایج حاصل از آزمون T نشان می‌دهد که میانگین گروه‌ها با هم تفاوت معنادار می‌باشد. نتایج در مورد گروه مرجع اقتصادی میانگین نمره گروه مهاجران برابر $۲۸/۹۲$ و میانگین گروه غیر مهاجران برابر $۲۹/۸۱$ است. نتایج حاصل از آزمون تی نشان می‌دهد که میانگین گروه‌ها با هم تفاوت معنادار می‌باشد. در مورد گروه مرجع فراغتی میانگین نمره گروه مهاجران برابر $۲۵/۷۵$ و میانگین گروه غیر مهاجران برابر $۲۷/۲۹$ است. نتایج حاصل از آزمون T نشان می‌دهد که میانگین گروه‌ها با هم تفاوت معنادار داشته و اختلاف میانگین‌ها برابر $۱/۵۳$ - می‌باشد. در مورد گروه مرجع (کل) نمره گروه مهاجران برابر $۱۴۶/۰۸$ و میانگین گروه غیر مهاجران برابر $۱۵۱/۹۹$ است. نتایج حاصل از آزمون T نشان می‌دهد که میانگین گروه‌ها با هم تفاوت معنادار داشته و اختلاف میانگین‌ها برابر $۵/۹۱$ - می‌باشد.

فرضیه ۴: وضعیت مواجهه با جنگ بر گزینش نوع گروه‌های مرجع تأثیر معنادار دارد.

جدول ۱۲: میانگین و انحراف گروه مرجع در داشتن یا نداشتن تجربه جنگ

متغیر	گروه‌ها	میانگین نمرات	آزمون لیون		معنی‌داری آزمون T	
			مقدار F	معناداری	مقدار	معناداری
مرجع خانوادگی	تجربه جنگ	۲۰/۲۵	۰/۲۱۹	۰/۶۴۰	۲/۶۰۲	۰/۰۱۰
	نداشتن تجربه	۱۸/۳۶				
مرجع دینی	تجربه جنگ	۲۳/۰۹	۴/۷۷۲	۰/۰۲۹	۰/۵۴۰	۰/۵۸۹
	نداشتن تجربه	۲۲/۷۶				
مرجع آموزشی	تجربه جنگ	۲۴/۲۱	۲۲/۷۵	۰/۰۰۰	-۱/۴۵۷	۰/۱۴۶
	نداشتن تجربه	۲۵/۲۸				
مرجع سیاسی	تجربه جنگ	۲۵/۳۵	۴/۲۱۹	۰/۰۴۰	-۳/۹۹	۰/۰۰۰
	نداشتن تجربه	۲۸/۰۰				
مرجع اقتصادی	تجربه جنگ	۳۰/۲۲	۲۰/۴۶۱	۰/۰۰۰	۱/۲۶۴	۰/۲۰۷
	نداشتن تجربه	۲۹/۴۹				
مرجع فراغتی	تجربه جنگ	۲۸/۲۲	۱۳/۲۲	۰/۰۰۰	۲/۶۷۱	۰/۰۰۸
	نداشتن تجربه	۲۶/۴۲				
مرجع (کل)	تجربه جنگ	۱۵۰/۶۴	۰/۸۰۸	۰/۳۶۹	۰/۲۵۳	۰/۸۰۰
	نداشتن تجربه	۱۴۹/۸۱				

جدول ۱۲ میانگین و انحراف معیار وضعیت مواجهه با جنگ در گروه افرادی که تجربه جنگ داشتند و آنهایی که تجربه جنگ نداشتند را نشان می‌دهد. در مورد گروه مرجع کل نتایج نشان می‌دهد که میانگین نمره گروهی که تجربه جنگ داشته برابر ۱۵۰/۶۴ و میانگین گروهی که تجربه جنگ نداشته برابر ۱۴۹/۸۱ است. نتایج حاصل از آزمون T نشان می‌دهد که میانگین گروه‌ها با هم تفاوت معنادار داشته و اختلاف میانگین‌ها برابر ۰/۸۳۵ می‌باشد. بر این اساس می‌توان گفت فرض H_0 مورد تایید و H_1 رد و در نتیجه قابلیت تعمیم به کل جامعه آماری را ندارد.

رگرسیون چندگانه

تحلیل رگرسیون کمک می‌کند در فهم اینکه چگونه مقدار متغیر وابسته با تغییر هر کدام از متغیرهای مستقل و با ثابت بودن دیگر متغیرهای مستقل تغییر می‌کند. نتایج حاصل از آزمون دوربین واتسون با مقدار ۱/۶۲۸ نشان می‌دهد که باقیمانده‌های هم‌جوار به هم ارتباط ندارند و مقادیر مستقل از هم هستند. شاخص تحمل و عامل تورم واریانس به ترتیب با مقادیر ۰/۸۸۱ و ۱/۱۳۵ مورد تأیید هستند. مقدار شاخص تحمل به سمت یک نزدیک بوده و مورد قبول است.

جدول ۱۳: رگرسیون چندگانه و آماره‌های مرتبط با آن

معناداری <i>Sig.</i>	آزمون <i>t</i>	ضریب معیار شده <i>Beta</i>	ضریب معیار نشده		متغیر پیش‌بین	وابسته
			خطای معیار	<i>B</i>		
۰/۰۰۰	۴/۴۶۷	۰/۲۸۵	۰/۴۱۹	۱/۸۷۴	دینداری	گروه‌های مرجع
مهم‌ترین شاخص‌های ارزیابی و برازش رگرسیون چندگانه						
مقدار	نام شاخص		مقدار	معادل لاتین	نام شاخص	
۱۲۱/۰۷	<i>Constant</i>		مقدار ثابت	۱۹/۹۵	<i>F</i>	تحلیل واریانس
۱/۵۶۷	<i>Durbin-Watson</i>		دوربین واتسون	۰/۰۰۰	<i>Sig. F</i>	معناداری واریانس
۰/۰۸۱	<i>R-Square</i>		ضریب تعیین	۰/۲۸۵	<i>R</i>	همبستگی پیرسون
۱/۱۰	<i>VIF</i>		شاخص عامل تورم واریانس	۰/۸۸۱	<i>Tolerance</i>	شاخص تحمل

نتایج مندرج در جدول ۱۳ نشان می‌دهند متغیر دینداری وارد معادله رگرسیونی شده است مقدار T برای این متغیر برابر $(T = ۴/۴۶۷)$ و ضریب معنی‌داری $(Sig. T = ۰/۰۰۰)$

می‌باشد. میزان ضریب تعیین در این مرحله برابر با $R^2=0/081$ به دست آمد. این متغیر توانسته ۰/۲۸۵ درصد از تغییرات درونی متغیر وابسته یعنی تغییر در گروه مرجع را تبیین نمایند.

مدل معادلات ساختاری

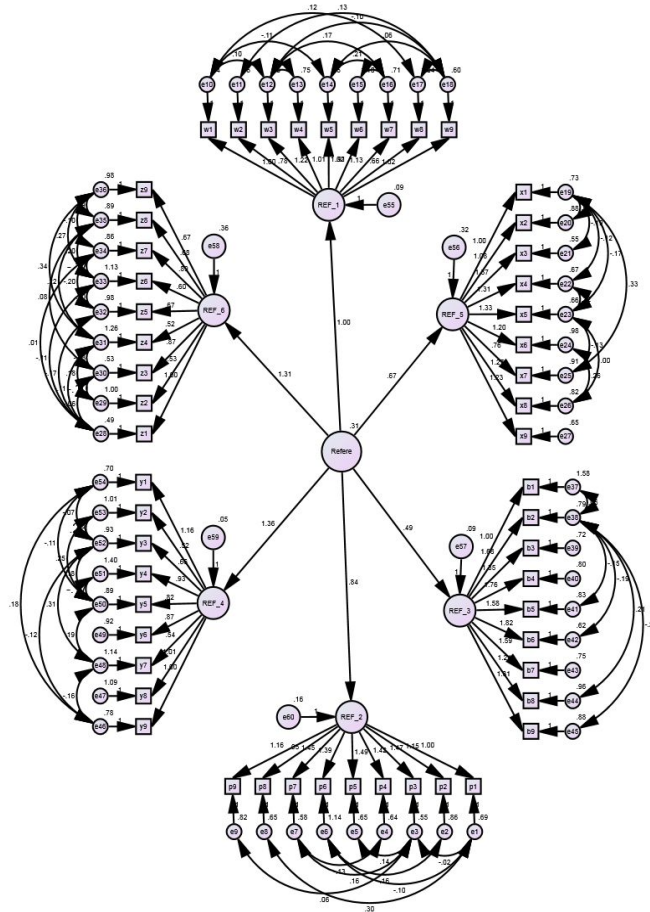
مدل‌سازی به پژوهشگر کمک می‌کند تا الگوی نظری را به صورت جزئی و خاص مورد واری قرار دهد. تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که می‌توان گروه‌های مرجع را با استفاده از یک مدل عاملی مرتبه دوم سنجش کرد. بر این اساس، هر یک از ابعاد شش‌گانه آن به‌عنوان یک سازه یا متغیر پنهان تعریف شدند و این شش متغیر به نوبه خود در نقش معرف‌های گروه‌های مرجع به‌عنوان سازه پنهان و وابسته در مدل ساختاری قرار گرفتند. نتایج حاصل نشان می‌دهد که علاوه بر هماهنگی درونی آیتم‌های تعریف‌شده برای هر یک از مقیاس‌های فرعی، روایی واگرا نیز برقرار است. معیارهای برازش مدل عاملی گروه‌های مرجع نشان می‌دهد که مدل اندازه‌گیری از برازش نسبتاً مناسبی برخوردار می‌باشد.

جدول ۱۴: شاخص‌های کلی برازش برای مدل عاملی گروه‌های مرجع

شاخص	مدل اصلی	شاخص	مدل اصلی
<i>CMIN</i>	۶۳۰۷/۰۱۴	<i>RMSEA</i>	۰/۰۸۲
<i>RMR</i>	۰/۱۳۹	<i>CMIN/DF</i>	۴/۸۱
<i>CFI</i>	۰/۶۸۶		

در پژوهش حاضر مقدار کای اسکور غیر معنادار (*CMIN*) برابر با ۶۳۰۷/۰۱۴ و سطح معناداری ۰/۰۰۰ نتیجه مطلوبی را نشان نمی‌دهد. شاخص *RMR* یا ریشه میانگین مجذور باقیمانده‌ها، هر چه به صفر نزدیک‌تر باشد، دلالت بر برازش بهتر مدل پژوهش دارد. در مدل مذکور مقدار آن برابر ۰/۱۳۹ است؛ که نسبتاً برازندگی مدل را تأیید می‌کند. شاخص برازش تطبیقی *CFI* برابر ۰/۶۸۶ است که نتایج نسبتاً مطلوبی را نشان می‌دهد. نسبت کای اسکور به درجه آزادی *CMIN/DF* برای قضاوت در مورد مدل تدوین شده است. هر چه مقدار این شاخص کوچک‌تر باشد، برازش داده‌ها به مدل بهتر است (*Ghasemi, 2013:135*). این مقدار در مدل برابر ۴/۸۱ می‌باشد که در مجموع وضعیت بهبودی را برای مدل نشان می‌دهد. شاخص ریشه دوم میانگین مربعات باقیمانده یا

RMSEA نشان می‌دهد که آیا مدل تدوین شده را می‌توان پذیرفت یا نه؟ در این پژوهش مقدار این شاخص برابر $0/082$ که نزدیک به صفر بوده و برازندگی مدل را تأیید می‌کند. نتایج حاصل از مدل اندازه‌گیری متغیر وابسته (گروه مرجع) در شکل ۲ بیان شده است.



شکل ۲: مدل استخراج شده اندازه‌گیری استاندارد نشده گروه مرجع

نتیجه‌گیری

در سال‌های اخیر به دلیل تحولاتی که در سطح جامعه ایران و به تبع آن در استان کرمانشاه به وقوع پیوسته است شاهد تغییر گروه‌های مرجع اعضای جامعه به‌ویژه نسل جوان به سوی جوامع غربی و توسعه‌یافته و به تبع آن تغییر ارزش‌ها و هنجارهای آنان و تقلید و شبیه‌سازی رفتارهای غربی هستیم بر این اساس هدف اصلی پژوهش حاضر تحلیل جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر گزینش نوع گروه‌های مرجع در بین شهروندان شهر کرمانشاه بود. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که عوامل جامعه‌شناختی همچون میزان تحصیلات، گرایش به نوگرایی، دینداری و میزان استفاده از رسانه‌های جمعی با گزینش و تغییر گروه‌های مرجع شهروندان در شهر کرمانشاه ارتباط معناداری داشتند.

نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که بین تحصیلات و گرایش به گروه‌های مرجع دینی، سیاسی، اقتصادی و فراغتی؛ بین نوگرایی و گرایش به گروه‌های مرجع خانوادگی، آموزشی، اقتصادی و فراغتی؛ بین دینداری و گرایش به گروه‌های مرجع خانوادگی، آموزشی، دینی، سیاسی، اقتصادی و فراغتی و بین میزان استفاده از رسانه‌های جمعی و گرایش به گروه‌های مرجع خانوادگی، آموزشی، اقتصادی و فراغتی ارتباط معنادار وجود دارد. این نتایج با مطالعات تجربی پژوهش (به‌عنوان نمونه مطالعه جهانبخش (۱۳۹۵) مبنی بر تأثیر تحصیلات و استفاده از رسانه‌ها بر گروه مرجع؛ مطالعه مرتضایی (۱۳۹۳)؛ احمدی و سنجرپور (۱۳۹۹) و (Bashi & et. al., 2021) مبنی بر تأثیر رسانه‌های جمعی (برنامه‌های ماهواره) و شبکه‌های اجتماعی بر انتخاب گروه‌های مرجع؛ مطالعه قلی‌زاده و همکاران (۱۳۹۲) مبنی بر تأثیر متغیرهای دینداری و پیشرفت تحصیلی با گرایش به نوع گروه مرجع؛ مطالعه (Roberts & et. al., 2001) مبنی بر تأثیر باورها و رفتارهای مذهبی بر نوع گروه مرجع) تا حدودی همخوان می‌باشد.

همچنین این نتایج بر مبنای چارچوب نظری پژوهش نیز قابل تفسیر می‌باشد. بر مبنای دیدگاه McMullin (2007) نگرش‌ها و ارزش‌های فردی نتیجه اوضاع اقتصادی، اجتماعی و سیاسی‌ای است که افراد درگیر آن را تجربه کرده‌اند که این مسئله می‌تواند بر گزینش نوع گروه‌های مرجع از سوی افراد جامعه مؤثر باشد. در همین راستا Schuman & Scott (1989) نیز خاطرنشان کردند که تفاوت‌های نسلی از گزینش‌های خاطرات برخی از وقایع منجر به نگرش‌های فردی و ارزش‌های متفاوت جمعی در افراد می‌شود که این مسئله نیز در تغییر گروه‌های مرجع افراد تأثیرگذار می‌باشد.

مک‌لوهان و رایزمن نیز به نقش فناوری، رسانه‌های جمعی و نوگرایی اشاره می‌کنند که می‌تواند منجر بر تغییر نگرش‌ها و ارزش‌های بین نسلی شود که به تبع آن این مسئله می‌تواند باعث تغییر یا گرایش افراد به گروه‌های مرجع خاصی شود. از این دیدگاه زمانی که ما فناوری جدیدی را وارد جامعه‌ای می‌کنیم آن جامعه را برای همیشه عوض کرده‌ایم و جوانان به دلیل نوگرایی و آمادگی برای پذیرش تازگی‌ها، بیشتر از افراد مسن که افکار و عقایدشان شکل گرفته، تحت تأثیر این تغییرات قرار می‌گیرند. به اعتقاد شفرز، مهم‌ترین عوامل شکل‌گیری شخصیت و هویت جوانان خانواده، مدارس، گروه‌های هم‌سال، رسانه و دین هستند. خانواده برای جوانان مهم‌ترین گروه مرجع است. بیشتر جوانان در خانواده زندگی می‌کنند. خانواده به‌عنوان گروه مرجع تأثیر زیادی در کنش‌ها، رفتارها، انگیزه‌ها و تصورات، داوری‌ها و جهت‌گیری‌های جوانان دارد. از دیدگاه *French & Raven (1959)* قدرت ارجاع یک گروه در شناسایی فرد با آن گروه است. شناسایی به معنای احساس یگانگی فرد با گروه یا میل به چنین هویتی است. اگر یک گروه مرجع یک گروه جذاب برای افراد باشد، افراد احساس عضویت یا تمایل به عضویت در آن خواهند داشت.

با توجه به اینکه جامعه ایران، جامعه‌ای در حال گذار یا در حال توسعه است؛ در چنین جامعه‌ای نظام‌ها و ساختارهای سنتی نظیر اجتماعات عشایری و روستایی با گسترش شهرنشینی، تحرکات جمعیتی و اجتماعی و تشدید تعاملات بین فرهنگ‌ها، اقوام و ملل متفاوت، اغلب مردم به‌ویژه جوانان در برابر الگوهای محلی و جهانی متفاوت و بعضاً متعارض قرار می‌گیرند. بسیاری از این جوانان با کنده شدن از بنیادهای سنتی و در ضعف یا نبود ساختارهای نوین مدنی یا تشخیص ندادن الگوهای مناسب، به تعارض، سردرگمی و بلاتکلیفی دچار می‌شوند و خود را بین سنت و مدرنیته سرگردان می‌بینند. معمولاً جوامع در حال گذار در این وضعیت و یا جوامعی که با تحولات سریع اجتماعی و تقابلات سیاسی - اجتماعی مواجه می‌گردند، بیشتر مستعد پدیداری شکاف در میان نسل‌های خود می‌گردند و این قاعده عام، در مورد کشور ایران که مصداق بارزی از یک جامعه در حال عبور از مظاهر سنت به اشکال مدرن است در مورد کرمانشاه نیز صدق پیدا می‌کند. شهر کرمانشاه در گذار تاریخی خود در چند دهه اخیر با حوادث و مسائل گوناگون سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی مانند فعالیت گروهک‌های سیاسی معاند، جنگ تحمیلی هشت ساله و تهاجم منافقین، افزایش جمعیت، مهاجرت، بیکاری شدید، سیل، زلزله و غیره روبه‌رو بوده و هست. از طرف دیگر، هجوم روزافزون تکنولوژی‌های مدرن ارتباطی نظیر

ماهواره، اینترنت و شبکه‌های نرم‌افزاری و اطلاعاتی، نسل جدید را در ایران به‌طور کلی و در شهر کرمانشاه به‌طور خاص به امکانات و قدرت تفاسیر متعدد و متنوعی تجهیز کرده است که این امر جامعه را با خرده‌فرهنگ‌های متعددی روبه‌رو کرده به گونه‌ای که لحن کلام، پوشش، اصلاح موی سر، نوع موسیقی و غیره نشان‌دهنده‌ی ارزش‌ها و هنجارهای خاص نوجوانان و جوانان این مرز و بوم است. روی هم‌رفته همه این تغییر و تحولات صورت گرفته باعث شده است ارزش‌ها، هنجارها، نگرش‌ها و الگوهای رفتاری نسل جدید نسبت به نسل‌های پیشین تفاوت معناداری پیدا کند که به تبع، این امر در تغییر گروه‌های مرجع به خصوص در جوانان منجر شده است. یعنی اگر گروه‌های مرجع نسل‌های پیشین بیشتر خانواده، روحانیون، معلمان و دیگر شخصیت‌های سنتی بودند امروزه گروه‌های مرجع نسل جدید بیشتر هنرمندان، ورزشکاران، موسیقی‌دانان، بازیگران و شبکه‌های اجتماعی جدیدی هستند که بیشتر ارزش‌ها و سبک زندگی غربی را ترویج می‌کنند.

پیشنهادات پژوهش

این پژوهش بر اساس یافته‌های بدست آمده پیشنهادهای زیر را ارائه می‌دهد:

- ۱- با توجه به این که قدرت در خانواده یکی از عوامل تأثیرگذار در تغییر گروه‌های مرجع است، بنابراین پیشنهاد می‌شود مدیریت در خانواده متناسب با ارزش‌ها و آرمان‌های جامعه انجام گیرد و الگوهای نسل‌های جوان توسط بانیان فرهنگی و اجتماعی در جامعه مدیریت و هدایت شوند.
- ۲- با توجه به این که میزان روابط اجتماعی در خانواده یکی از عوامل تأثیرگذار در تغییر گروه‌های مرجع است، بنابراین پیشنهاد می‌شود روابط درون خانواده با توجه به شرایط حاکم بر رفتارهای اجتماعی و بستر جامعه‌پذیری آن‌ها مشارکتی باشد و نسل‌های سوم در مدیریت خانواده مشارکت داده شوند.
- ۳- با توجه به این که دینداری یکی از عوامل تأثیرگذار در تغییر گروه‌های مرجع است، بنابراین پیشنهاد می‌شود در تبیین مسائل دینی باید با استفاده از کاراترین ابزارهای مورد قبول جوانان گروه‌های مرجع ارائه گردند به نحوی که در عمل این گروه‌ها بتوانند خود را به زندگی نسل جدید نزدیک و سازگار نمایند.

۴- با توجه به این که تحصیلات یکی از عوامل تأثیرگذار در تغییر گروه‌های مرجع است، بنابراین پیشنهاد می‌شود از افراد آگاه و دانا بر شرایط حاکم برای تعریف الگوهای مرجع و معرفی آنها استفاده به عمل آید.

References:

Agagolizadeh, H.V; Alaei, M; Rad. F (2013). "The examination of social factors related to the tendency of high school students to the reference group in Ardabil", *The Journal of Sociological Studies*, 6(18), 81-102. (Persian).

Ahmadi, S; Sanjaripour, D., (2020). The effect of cyberspace on the selection of political reference groups Student case study (University of Tehran) Telegram user, Fifth International Conference on Humanities and Education with a focus on sustainable development, Tehran. (Persian).

Azad Armaki, T. (2007). "Generational changing process: a meta analysis of study survey in Iran", *Youth's, Culture and Society Research*, 1, 41-68. (Persian).

Baker, T. (2002). *How to conduct social research*, translated by Houshang Naebi, Tehran: Ney. (Persian).

Bashi, M., Seyfollahi, S., & Pirahari, N. (2021). "Sociological Explanation of the Process of Formation of New Reference Groups and their Effect on the Formation of Citizenship Ethics in Iran over the Last Three Decades", *IAU International Journal of Social Sciences*, 11(1), 41-59.

Chen, Z. (2019). "How the choice of reference group matters: economic integration of rural-to-urban migrants in China", *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 1-29.

Coser, L. (2013). *Life and Thought of Sociological Elders*, translated by Mohsen Thalasi. Tehran: Scientific. (Persian).

Duh, H. I. (2016). "Childhood family experiences and young Generation Y money attitudes and materialism", *Personality and individual differences*, 95, 134-139.

Emamjomehzadeh, S. J.; Rahimi, R; Hatami Nasab, S.H. (2012). "Silent Revolution in the Post-Industrial Societies: Changing in the Priority of Values", *Journal of Political Research in Islamic World*, 2(3), 61-85. (Persian).

Ezkiya, M. (1985). *An Introduction to the Sociology of Rural Development*, Tehran: Information. (Persian).

French, J. R., Raven, B., & Cartwright, D. (1959). "The bases of social power", *Classics of organization theory*, 7, 311-320.

Gomez, J., Orcos, R., & Volberda, H. W. (2021). "How imitation of multiple reference groups drives the evolution of firm strategy", *Review of Managerial Science*, 1-32.

Hatami, M; Ghaderi, A; Jamshidi, A. (2016). "Investigating the Process of Attitudinal Changes of the Third Generation on the Reference Groups in 1980s", *Journal of Political Research in Islamic World*, 6(3), 25-42. (Persian).

Howe, N., & Strauss, W. (2000). *Millennials rising: The next great generation*. Vintage.

Hyman, H. H., & Singer, E. (1968). *Readings in reference group theory and research*. New York: Free press.

Inglehart, R. (2016). *Culture shift in advanced industrial society*. translated by Maryam Veter, Tehran: Kavir. (Persian).

Jahanbakhsh, A. (2016). The Causes of Generation Gap in Socio-cultural Values of Parents and Children in Esfahan Province. *Sociological Studies of Youth*, 7(21), 45-66. (Persian).

Kalashloo, H. Aghili, F. (2020). "Youth Attitudes Change toward Reference Groups", *Strategic Studies on Youth and Sports*, 18(45), 57-80. (Persian).

Khandelwal, R., Khan, M. N., & Chaturvedi, M. (2019). "Support of reference groups in parent's choice of baby food: An Indian perspective", *Asian Journal of Multidimensional Research (AJMR)*, 8(4), 203-213.

Lasierra, J. M. (2019). "Generational differences in work in Spain", a review. *Revista Brasileira de Gestao de Negocios*, 21(4), 953-969.

McMullin, J. A., Duerden Comeau, T., & Jovic, E. (2007). "Generational affinities and discourses of difference: a case study of highly skilled information technology workers 1", *The British journal of sociology*, 58(2), 297-316.

Merton, R. K. (1968). *Social Theory and social Structure*. New York: Glencoe, IL: Free Press.

Mohr, N. M., Moreno-Walton, L., Mills, A. M., Brunett, P. H., Promes, S. B (2011). "Generational influences in academic emergency medicine: teaching and learning, mentoring, and technology (part I)", *Academic Emergency Medicine*, 18(2), 190-199.

Mortezaei, T. (2014). Investigating the effect of satellite programs on the selection of reference groups in Tehran youth, M.Sc. Thesis, Islamic Azad University, East Tehran Branch, Ghiam Dasht, Faculty of Social Communication Sciences. (Persian).

Rempel, F. W. (1963). The role of value in Karl Mannheim's sociology of knowledge. Boston: Doctoral dissertation, Boston University.

Roberts, A. E., Koch, J. R., & Johnson, D. P. (2001). "Religious reference groups and the persistence of normative behavior: An empirical test", *Sociological Spectrum*, 21(1), 81-98.

Sarukhani, B. (1999). *Sociology of Communication*. Tehran: Information. (Persian).

Schafers, B. (2004). *Fundamentals of Youth Sociology*, translated by Keramatollah Rasekh, Tehran: Ney. (Persian).

Schuman, H., & Scott, J. (1989). "Generations and Collective Memories", *American Sociological Review*, 54(3), 359-381.

Sedigh servestani, R.; Hashemi, S. Z. (2003). "Reference Groups in sociology and social psychology, with a focus on Theories Advanced by Merton and Festinger", *Nameh-ye-olum-E Ejtemai*, 10(20), 149-167. (Persian).

Zolfaghri, A.; Soofizad, G. (2013). "A Study of Reference Groups of Young Women in Ilam", *Journal of Applied Sociology*, 24(3), 57-70. (Persian).

Sociological Analysis of Factors Affecting the Selection of the Type of Reference Groups among the Citizens of Kermanshah

Azim Shakari¹, Omid Ali Ahmadi (Ph.D)²
Ali Moradi (Ph.D)³, Ali Roshanaei (Ph.D)⁴

DOI: 10.22055/QJSD.2021.37130.2434

Abstract:

The main purpose of this article is a sociological analysis of the factors affecting the selection of the type of reference groups among the citizens of Kermanshah, which was done by survey method and using a questionnaire. The statistical population of this study includes all citizens aged 15 and over in Kermanshah, which according to the 2016 census was equal to 855,523 people. From this population, 570 people were selected based on Cochran's formula and selected using cluster random sampling. Statistical analyzes were performed using *SPSS* and *AMOS* software. Findings show that the level of education ($r=0.143$), tendency to modernity ($r=0.164$), religiosity ($r=0.351$) and the use of mass media ($r=0.261$) by selecting the type Reference groups had a significant relationship, but migration and exposure or non-exposure to war did not affect the choice of type of reference groups. The results of regression analysis also show that the variable of religiosity could explain 0.28 of the changes related to the selection of the type of reference groups.

Key Concepts: Reference Groups, Mass Media, Tendency to Modernity, Education, Religiosity

¹ PhD Student in Sociology, Ashtian Branch, Islamic Azad University, Ashtian, Iran, azimshakari@yahoo.com

² Assistant Professor of Sociology, Faculty of Humanities, Ashtian Branch, Islamic Azad University, Ashtian, Iran (Corresponding Author),omidaliahmadi@aiau.ac.ir

³ Associate Professor of Sociology, Eslam Abad-e-Gharb Branch, Islamic Azad University, Eslam Abad-e-Gharb, Iran, moradi.pop@gmail.com

⁴ Assistant Professor of Sociology, Faculty of Humanities, Ashtian Branch, Islamic Azad University, Ashtian, Iran, roshanaei@aiau.ac.ir

