



تحلیلی از وضعیت گروه‌های مرجع در ایران

مسئله‌آمیز بودن مقوله گروه‌های مرجع در ایران بر کسی پوشیده نیست. رقابت گروه‌های مختلف برای کسب مرجعیت اجتماعی، سیاسی و فکری، بحث بر سر افول جایگاه و اثرگذاری گروه‌های مرجع پیشین از روحانیت تا روشنفکران، ظهور یا گسترش روندهای جدید مانند «سلبریتی‌سازی» در عرصه کسب مرجعیت‌های اجتماعی و نگرانی از گروه‌های مرجع جدید و نوظهور، از جمله مسائل مناقشه‌برانگیز مرتبط با گروه‌های مرجع در جامعه ایران بوده است. متن حاضر به دنبال آن است ضمن شناسایی اهمیت و جایگاه گروه‌های مرجع در ایران با توجه به متغیرهای جمعیت‌شناختی، مرجعیت برخی گروه‌های مهم را که طی زمان دستخوش تغییر شده است، مطالعه کند. این گزارش را فاطمه فلاح نوشته است.

مقدمه و بیان مسئله

در چند دهه اخیر عوامل مختلفی همچون رشد سریع جمعیت، مهاجرت‌های گسترده و توسعه شهرنشینی، توسعه ارتباطات اجتماعی، تنوع و تکثر رسانه‌های جمعی و ... به تحولات اجتماعی و فرهنگی جامعه سرعت داده و وضعیت اجتماعی جدیدی را ایجاد کرده است. وضعیتی که منجر به تغییر در الگوهای رفتاری و مرجعیت تأثیرگذاری بر باورها، ارزش‌ها و رفتارهای افراد شده است. افراد در زندگی در تعامل و ارتباط مستقیم یا غیرمستقیم با گروه‌های مختلفی قرار دارند که برخی از آن‌ها، مقبولیت بیشتری در میان مردم دارند و اعضای جامعه آن‌ها را به‌عنوان راهنما و الگو در نظر می‌گیرند؛ افراد یا گروه‌هایی که اعضای جامعه با توجه به معیارها و انتظارات خود، تحت تأثیر آن‌ها قرار گرفته و ارزش‌ها، رفتار و سبک زندگی خود را با آن‌ها مقایسه می‌کنند. به این افراد و گروه‌ها که بر کنش‌ها و نگرش‌های دیگران تأثیرگذار هستند، «گروه‌های مرجع» گفته می‌شود.

در پی تغییر و تحولات ارزشی و هنجاری گسترده در ایران در دهه‌های اخیر، شاهد تغییر در جایگاه و اهمیت گروه‌های مرجع هستیم. وقتی نظام ارزشی جامعه دچار تغییراتی می‌شود، مرجعیت گروه‌های مختلف و جایگاه آنان نیز تغییراتی می‌کند. علاوه بر آن، یکی از موارد دیگری که نیازمند مطالعه بیشتر است، دسترسی و نوع تعامل با گروه‌های مرجع است. تنوع و تکثر گروه‌ها و پیشرفت‌های تکنولوژیکی و توسعه ارتباطی سبب شده است تا دسترسی افراد به گروه‌های مرجع مختلف بیش از گذشته فراهم باشد. به طوری که فرد با استفاده از ابزارهای مدرن و از جمله فناوری‌های ارتباطی به‌سهولت به اندیشه، آرا و نگرش‌های گروه‌های مختلف دسترسی پیدا می‌کند و با آن‌ها آشنا می‌شود. بدین ترتیب با توسعه ارتباطات و گسترش و تنوع رسانه‌های مدرن، امکان تعامل و ارتباط بیشتر با گروه‌های مرجع فراهم شده است. از سوی دیگر برخلاف گذشته، روابط مردم نیز با گروه‌های مرجع یک‌طرفه نیست و تحولات اخیر، امکان تعامل دوسویه و کنشگری مؤثر را نیز فراهم کرده و فرصت مشارکت بیشتر را در اختیار کنشگران گذاشته است. در این مقوله، نقش فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی پررنگ است. با گسترش رسانه‌های اجتماعی، رابطه افراد جامعه با گروه‌های مرجع، دست‌کم در نگاه نخست، جنبه‌های تعاملی بیشتری یافته است. به عبارت دیگر عرصه رسانه‌های مدرن و فضای مجازی این امکان را برای همه افراد فراهم کرده که بتوانند رفتار، نگرش و ارزش‌های خود را در جهت موافقت یا مخالفت با گروه‌های مرجع مختلف بروز دهند و آشکار کنند. از این رو به‌نظر می‌رسد در چنین فضایی گروه‌هایی همچون هنرمندان، ورزشکاران و چهره‌های رسانه‌ای در برخی از زمینه‌ها مرجعیت پیدا کرده‌اند.

گروه‌های مرجع نقش‌های مهمی در هر جامعه بازی می‌کنند؛ نقش گروه‌های مرجع در تغییرات اجتماعی-سیاسی جامعه از طریق تأثیرگذاری و الگودهی رفتاری بخش‌هایی از جامعه اهمیت پیدا می‌کند. گروه‌های مرجع می‌توانند اعتماد عمومی و مشارکت اجتماعی را در جامعه افزایش دهند و نقشی سازنده در عرصه اجتماعی و فرهنگی داشته باشند و می‌توانند برعکس عمل کنند. از القای یک ارزش گرفته تا القای یک ضدارزش و ضدفرهنگ، از تقویت روحیه جمعی گرفته تا تضعیف روحیه جمعی و بسیاری از فعالیت‌ها و نقش‌های دیگر (Alm & ...). اهمیت این گروه‌ها به خصوص در بزنگاه‌های اجتماعی، سیاسی یا در مواقع بحران بیشتر پدیدار می‌شود. چنان‌که نقش این گروه‌ها در جهت‌دهی به نتیجه انتخابات مختلف موضوع بحث و گفتگوهای فراوانی بوده است. همراهی مردم با «سلب‌ریتی‌ها» در فراخوان‌های عمومی و کمپین‌های مربوط به زلزله کرمانشاه نمونه دیگری از نقش‌آفرینی گروه‌های مرجع در سالیان اخیر به‌شمار می‌رود.

مسئله‌آمیز بودن مقوله گروه‌های مرجع در ایران بر کسی پوشیده نیست. رقابت گروه‌های مختلف برای کسب مرجعیت اجتماعی، سیاسی و فکری، بحث بر سر افول جایگاه و اثرگذاری گروه‌های مرجع پیشین از روحانیت تا روشنفکران، ظهور یا گسترش روندهای جدید مانند «سلب‌ریتی‌سازی» در عرصه کسب مرجعیت‌های اجتماعی و نگرانی از گروه‌های مرجع جدید و نوظهور، از جمله مسائل مناقشه‌برانگیز مرتبط با گروه‌های مرجع در جامعه ایران بوده است. فرازوفرود موقعیت گروه‌های مرجع در یکی دو دهه اخیر، بحث‌های فراوانی درباره تغییر جایگاه و اهمیت گروه‌های مرجع مردم ایجاد کرده است. ردپای این تغییرات در پژوهش‌ها و از جمله پیمایش‌های ملی چند دهه گذشته نیز قابل‌مشاهده است. متن حاضر به دنبال آن است ضمن شناسایی اهمیت و جایگاه گروه‌های مرجع در ایران با توجه به متغیرهای جمعیت‌شناختی، مرجعیت برخی گروه‌های مهم را که طی زمان دستخوش تغییر شده است، مطالعه کند. حال پرسش این است:

گروه‌های مرجع کدامند و دارای چه ویژگی‌هایی هستند؟
کدام عوامل گروه‌های خاصی را از میان گروه‌های متعدد عضویت و عدم‌عضویت به جایگاه گروه مرجع کنشگران برمی‌کشند؟
اساساً کدام بخش‌های جامعه و به چه میزان در زندگی روزمره یا در بزنگاه‌های اجتماعی و سیاسی به این گروه‌ها چشم دوخته‌اند؟ به عبارت دیگر این گروه‌ها یا منزلت‌ها در جامعه امروز ایران از حیث توان تأثیرگذاری اجتماعی چه وضعیتی دارند؟
و مقبولیت و اثرگذاری این گروه‌ها در دو - سه دهه اخیر چه فرازوفرودی داشته است؟

پاسخگویی به این پرسش‌ها مستلزم شناخت گروه‌های مرجع و شرایط و زمینه‌های اجتماعی است که به انتخاب گروه‌های خاصی به‌عنوان گروه مرجع منجر می‌شود. بنابراین برای شناخت گروه‌های مرجع باید شاخص‌هایی قابل‌آزمون و اندازه‌گیری تعریف کرد و به مطالعه میدانی بر پایه شاخص‌های حتی‌الامکان عینی روی آورد. از آنجایی‌که داده‌ها درباره گروه‌های مرجع در ایران پراکنده و از برخی جهات ناقص است، در این پژوهش می‌کوشیم با کنار هم قرار دادن این داده‌ها و شواهد دیگر و ارجاع به مباحث نظری و تحلیلی، تا حد ممکن به پرسش‌های تحقیق پاسخ بگوییم.

بیان مسئله

دربارهٔ گروه‌های مرجع

تنوع و تکثر گروه‌های مرجع

تحولات اجتماعی و افت و خیز گروه‌های مرجع

گروه‌های مرجع مثبت یا منفی

سلبریتی‌ها؛ گروه مرجع جدید و مناقشه‌برانگیز

روش‌شناسی

تحلیل یافته‌ها

گروه‌های مرجع و مسائل سیاسی

رسانه و گروه‌های مرجع

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

منابع