

<https://www.aftabekherad.ir>

Changing reference groups and cultural poverty

Vahid Kangrani Farahani^۱

Received: 2018/01/18

Accepted: 2018/02/02

Abstract

Over the past decades, Iranian society has witnessed various developments and developments in the field of culture, one of the most important of which is the change in reference groups as an important element in the culture and socialization of the people of the society. These groups, as sources of value in the society, have the capacity to influence the cultural advancement and decline of the society. The main claim of this research is to propose the issue of change in reference groups. A change that has occurred in three areas: a change towards non-traditional, non-religious and non-self reference groups. In this research, other field research has been utilized and finally, in the phenomenon of revolution in the selection of reference groups, components such as some exogenous development policies, the growth of cyberspace and the resulting epistemic and cognitive vacuum, the lack of intellectual references and the gap between elite society and the masses have been examined and finally, suggestions have been made to improve the current situation.

Keywords: Reference groups, celebrities, intellectual reference, socialization, culture, development

^۱ - Graduate of Qom Seminary at the third level and a master's student in applied ethics - reflection1400@gmail.com

تغییر گروه‌های مرجع و فقر فرهنگی

وحید کنگرانی فراهانی^۱

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۱۰/۲۸

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۱۱/۱۳

چکیده

جامعه ایرانی طی دهه‌های گذشته شاهد تحولات و تطورات مختلفی در حوزه فرهنگ بوده که یکی از مهمترین آنها تغییر در گروه‌های مرجع به عنوان یکی از عناصر مهم در فرهنگ و جامعه پذیری افراد جامعه می‌باشد. این گروه‌ها به مثابه منابع ارزش گذار در جامعه، ظرفیت تأثیرگذاری در تعالی و از سویی افول فرهنگی جامعه را دارند. مدعی اصلی این پژوهش طرح موضوع تغییر در گروه‌های مرجع می‌باشد. تغییری که در سه حوزه اتفاق افتاده است: تغییر به سمت گروه‌های مرجع غیرسستی، غیردینی و غیر خودی. در این تحقیق از سایر تحقیقات میدانی بهره برداری شده و در نهایت در پدیده انقلاب در انتخاب گروه‌های مرجع مؤلفه‌هایی همچون برخی سیاست‌های توسعه‌ای برون‌زا، رشد فضای مجازی و خلأ معرفتی و شناختی ناشی از آن و فقدان مراجع فکری و فاصله بین جامعه نخبگانی و توده، بررسی و در نهایت پیشنهاداتی در راستای بهبود شرایط فعلی عنوان شده است.

کلید واژه‌ها: گروه‌های مرجع، سلبریتی‌ها، مرجع فکری، جامعه‌پذیری، فرهنگ، توسعه

^۱- دانش آموخته حوزه علمیه قم در مقطع سطح سه و دانشجوی کارشناسی ارشد اخلاق کاربردی-
reflection1400@gmail.com

مقدمه و بیان مسأله

گروه‌های مرجع و تأثیرات آن در فرآیند جامعه‌پذیری از دغدغه‌های برخی از اندیشمندان علوم اجتماعی طی دو دهه گذشته بوده است. این گروه‌ها به عنوان یکی از پایه‌های تولید فرهنگ در هر جامعه نقشی بی‌بدیل در افول و صعود فرهنگ فردی و عمومی داشته و به عنوان منابع ارزش‌گذار و تعیین‌کننده غنا و فقر فرهنگی مطرح می‌باشند. طی سال‌های گذشته دو دیدگاه در خصوص شرایط گروه‌های مرجع در جامعه ایرانی را می‌توان تصور و مطرح نمود:

دیدگاه اول) مرجعیت‌گرایی

این دیدگاه معتقد است نسل جوان در حال‌گریز از گروه‌های مرجع بوده و به اقتضای دال‌ها و تبعات زیست‌مدرن به سمت تشخیص‌های درونی و هنجاری خود پسند حرکت می‌کنند. این دیدگاه که در حوزه تصمیم‌گیری‌های اخلاقی مطرح می‌باشد معتقد به نوعی از بی‌هنجاری، بی‌نظمی^۱ و گسست میان هنجار و رفتار می‌باشد. بحران مرجعیت‌زدایی گرچه در فرهنگ و نهضت‌های فکری مغرب‌زمین ریشه دارد به مدد پروژه دهکده جهانی به آن سرزمین و فرهنگ منحصر نمی‌شود و دامنه نفوذ آن به فرهنگ‌های دیگر و از آن میان به فرهنگ اصیل ایرانی - اسلامی ما نیز با شدت و معنی متفاوت نفوذ کرده است. شاید بتوان گفت اندیشه مرجعیت‌زدایی در ایران به دلیل صبغه دینی فرهنگ این سرزمین آثاری به مراتب زیان‌بارتر از زادگاه خود دارد. (پناهیان و دیگران، ۱۳۹۱) این دیدگاه معتقد است در میان جوانان جامعه ما، گروه‌های مرجع از اقتدار کمتری بر فرد برخوردارند. جوانان به اقتضای روزگار مدرن از آتوریت‌های بیرونی از خویش و تشخیص خویش کمتر پیروی می‌کنند و کمتر به مرجعیت‌های اخلاقی بیرونی تن می‌دهند. این ویژگی سبب پیدایش خصلت اخلاقی مرکب شده است. به این معنا که جوانان به خود اجازه می‌دهند ضمن تعلق اجتماعی به یک گروه خاص و پذیرش عضویت آن گروه به هنجارهای گروه‌های دیگر نیز تن داده و شماری از هنجارهای گروه خود را زیر پا بگذارند. این اتفاق در نهایت به اخلاق مرکب می‌انجامد و بیشتر نشانه تکیه به درک و ذائقه خویشتن است تا سرسپردگی به گروه مرجع (صادق‌نیا، ۱۳۹۴).

دیدگاه دوم) تغییر گروه‌های مرجع

دیدگاه دیگر که در بین برخی از اندیشمندان علوم اجتماعی {که در ادامه خواهد آمد} مطرح است تغییر و نه نفی گروه‌های مرجع است از این منظر و به خصوص در حوزه جوانان تغییرات فرهنگی سرعت بیشتری دارد و جامعه ایرانی به جهت جوان بودن شاهد این تغییرات از جمله در

^۱ - Anomy

حوزه گروه‌های مرجع می‌باشد. در اکثر جوامع، جوانان پیشگام‌های استقبال از تغییر بوده و علاقه‌مند به پذیرش افکار جدید، مد و ارزش‌های جدید می‌باشند.

بر این اساس به نظر می‌رسد که فرآیند مرجعیت‌پذیری امری اجتناب‌ناپذیر می‌باشد و گزینش گروه‌های مرجع تنها از تشخیص و تعیین نسبت به گروه خاصی فاصله گرفته است. در واقع گزینش گروه‌های مرجع طی چند دهه گذشته و تحت تأثیر مؤلفه‌های مختلف از جمله فضای مجازی رشد فرهنگ غربی و سایر عوامل به سمت گروه‌هایی متفاوت از گروه‌های سنتی و نه نفی کامل گروه مرجع حرکت کرده است. این دیدگاه بیان می‌کند که نسل جوان دیگر چندان خود را در چارچوب هنجارهای گذشتگان تعریف نمی‌کند و به دنبال گروه‌های مرجع جدید و الگوهای جدید زندگی برای خود است تا جایی که در جامعه میان جوانان و بزرگسالان شاهد کمترین اتفاق نظر در زمینه فرهنگ عمومی نظیر معاشرت قبل از ازدواج، ازدواج با خویشاوندان، نحوه گذران اوقات فراغت و رفتارهای مذهبی هستیم (عبدی و گودرزی، ۱۳۷۸: ۵۴).

پس از انقلاب اسلامی ذهنیت ایرانیان تحت تأثیر دو عنصر ملیت و اسلام به سمت گروه‌های مرجع همسو با این عناصر حرکت کرد. اما در شرایط کنونی این دو مبنا در گزینش گروه‌های مرجع کمرنگ شده و به جای آنها ورزشکاران، هنرمندان، بازیگران و برخی از سیاست‌مداران زرد و مع‌الاسف در کنار این‌ها سلبریتی‌ها و مفهومی به نام اینفلوئنسرها^۱ نیز به عنوان گروه‌هایی سطح پایین‌تر از سطح دوم در حال رشد می‌باشند. مواجهه با گروه‌های مرجع در این سطح سبب روزمرگی و به حاشیه رفتن ارزش‌های اساسی جامعه شده و سبب انگیزش‌های فکری نشده بلکه اندیشه‌ها و ارزش‌ها را تابع افراد و احساسات زودگذر می‌کند. این روند در بلندمدت می‌تواند به عنوان چالشی در حوزه‌های مختلف مطرح شود و بحران هویت به همراه بیاورد بحرانی که ناشی از عدم همخوانی این روند با زیرساخت‌های فرهنگی جامعه ایرانی بوده که منجر به شکل‌گیری گروه‌های نامانوس با فرهنگ بومی می‌شود.

در ادامه تلاش می‌کنیم با تبیین مفاهیم و کلیات چارچوب نظری و تبیین انقلاب در مرجعیت‌یابی در جامعه ایرانی به آسیب‌شناسی روند پیش‌آمده در تغییر گروه‌های مرجع بپردازیم و در نهایت پیشنهاداتی را در راستای بهبود شرایط فعلی ارائه دهیم.

^۱- اینفلوئنسرها (influencer) برخی از فعالان فضای مجازی هستند که معروفیت خود را در فضای مجازی به دست آورده و در فضای حقیقی جایگاهی نداشته‌اند.

۱- مفاهیم و چارچوب نظری

۱-۱- فقر فرهنگی

گرچه فرهنگ فقر به عنوان یک اصطلاح متداول جامعه شناسی توسط اسکار لوئیس^۱ مطرح شده است اما فقر فرهنگی از جمله کلیدواژه‌هایی است که کمتر بدان پرداخته شده است. اگر این اصلاح را یک صفت و موصوف در نظر بگیریم فهم آن منوط به ارائه تعریف از واژه فرهنگ می‌باشد. فقر فرهنگی یک مفهوم ارزش گذارانه است و فرهنگ مجموعه پیچیده‌ای است که شامل معارف، معتقدات، هنرها، صنایع، فنون، اخلاق، قوانین، سنن و بالاخره تمام عادات و رفتار و ضوابطی است که فرد به عنوان عضو جامعه از جامعه خود فرا می‌گیرد و در برابر آن جامعه وظایف و تعهداتی را بر عهده دارد (روح الامینی، ۱۳۹۴: ۱۷).

بر این اساس فقر فرهنگی به شرایطی اطلاق می‌شود که در آن مجموعه در هم تنیده فوق دچار نوعی اختلال گردد. اختلالی که نه یک اختلاف قالبی بلکه محتوایی و کیفی و براساس نگاه ارزش گذارانه قابل طرح و تحلیل می‌باشد.

در تغییر گروه‌های مرجع جامعه از شخصیت‌های علمی و مذهبی و اخلاقی به سمت سلبریتی‌ها و اینفلوئنسرها، در واقع روند فراگیری بین فرد و جامعه در حوزه قالب دچار مشکل نمی‌شود بلکه نگاه ارزش گذار یک آسیب شناس حوزه فرهنگ آن را به عنوان یک آسیب مطرح و در صدد ریشه یابی و حل آن می‌باشد.

۲-۱- گروه‌های مرجع^۲

گروه یا گروه‌های مرجع نوعی از گروه‌های اجتماعی می‌باشند که توده مردم در راستای ارزیابی و سنجش رفتار، گفتار و حتی اندیشه‌های خود به آنها مراجعه و آنها را به عنوان ملاک ارزش گذاری می‌پذیرند. اولین کسی که این اصطلاح را به کار برد هربرت هایمن^۳ روانشناس اجتماعی بود که در تعریف این گروه‌ها آورده است:

انسانها در شکل دهی به نگرش‌های خود بیش از آنکه به خود متکی باشند. با گروه‌هایی که به آنان تکیه دارند در ارتباطند (صدیقی و هاشمی، ۱۳۸۱).

در دایره‌المعارف علوم اجتماعی و در تعریف گروه مرجع عنوان می‌شود:

^۱ - Oscar Lewis

^۲ - Reference Group

^۳ - Herbert H. Hyman

گروه مرجع گروهی را می سازند که فرد خود را با آن یکی می داند، اندیشه ها و افکارش را از آن می گیرد و همواره درستی یا نادرستی اندیشه ها و افکارش را با معیارهای آن می سنجد (ساروخانی، ۱۳۷۰: ۳۰۵).

شایان ذکر است گروه‌های مرجع را از منظری می توان به دو طیف سلبی و ایجابی تقسیم نمود. گروه های مرجع ایجابی به گروه‌هایی اطلاق می شود که فرد تمایل به حضور و تأثیرپذیری از آنها در فرآیندهای تصمیم گیری و زندگی فردی و اجتماعی خود دارد و گروه های مرجع سلبی گروه هایی هستند که فرد تلاش می کند که از هنجارها و ارزش‌های حاکم بر آنها تبری جسته و تحت تأثیر آنها قرار نگیرد. در واقع انتخاب هر گروه مرجعی ایجابی در نهان خود به سلب گروه‌های مرجع متضاد و مخالف با گروه مرجع ایجابی می انجامد.

۳-۱- چارچوب نظری

زندگی و حیات انسانی بر خلاف بسیاری از موجودات دیگر در فهم و ارتباط گیری با دیگران^۱ معنا پیدا می کند و اساساً آدمی منهای دیگری قادر به ادامه زیست خود نیست. در کنار این انسانها نیازمند این معنا هستند که رفتار خود و دیگران را برای اخذ معیار نظارت کنند و از سوی دیگر زندگی در کنار دیگری نیاز به قوانین و مقرراتی دارد تا چالش ها و تضادهای بین انسان و دیگری را به حداقل سطح ممکن برساند. در این فضا مفهومی به عنوان جامعه پذیری^۲ و الگوی جامعه پذیری و اینکه انسان از چه کسی باید جامعه پذیری را بیاموزد مطرح می شود. جامعه پذیری فرآیندی لزوماً آگاهانه نبوده و در طی یک دوره آموزش مستقیم طی نمی شود و متأثر از گروه‌های مرجع می باشد و به تعبیر هربرت مید^۳ خویششن اجتماعی فرد محصول گرایش‌های اشخاصی است که در اطراف او برای وی معنایی دارند (دوچ و کراوس، ۱۳۸۶: ۲۰۵).

این اشخاص و گروه‌ها همان گروه‌های مرجع هستند که در نتیجه یک فقدان ملاک‌های عینی ارزیابی عقاید به دست می آید. لئول فستینگر^۴ معتقد است: افراد در جهت تخمین و ارزیابی عقاید، استعدادها و اعمال و رفتارشان هرگاه به اندازه گیری و معیارهای عینی و غیر اجتماعی دست پیدا نکنند عقاید خود را با عقاید و استعدادهای دیگران مقایسه می کنند (به نقل از هزار جریبی و آقا بیگی، ۱۳۹۰).

یافتن ملاک‌ها و سنجه هایی که در هر زمان و مکانی قابل فهم و اعمال در حوزه ارزش گذاری یکی از مشکلات دیرینه بشر بوده است و در فقدان این ارزش گذاری؛ افراد به گروه‌ها و افرادی

^۱- Other

^۲- Socialitation

^۳- Herbert Mead

^۴- Leon Festinger

مراجعه می‌کنند که ارزش‌ها را تولید و پشتیبانی می‌کنند. این افراد در متریکی‌ترین شکل ممکن می‌توانند متفکرانی باشند که استدلال‌ها و تحلیل‌هایشان به عنوان منابع ارزش‌گذاری مطرح شوند و یا در شکل‌های امروزی و فروکاهش یافته آن بازیگران، سیاستمداران، هنرمندان و در مرتبه نازله بعدی سلبریتی‌هایی باشند که مؤلفه‌های جذاب دیگری برای جذب افراد جامعه به سمت خود و مطرح شدن به عنوان گروه مرجع را دارند. در این شرایط این گروه‌ها مبنا و معیار داوری و ارزیابی ارزش‌ها و ضدارزش‌ها در جامعه می‌باشند و انسان‌ها نیز معمولاً به گروه خود علاقه مندند و برای آن بیش از گروه غریبه ارزش قائلند و بدین ترتیب افراد معیارها و مقیاس‌های گروه خود را اساس و معیار قرار می‌دهند و بدان متمایلند تا دیگران را با آن معیارها بسنجند. به عبارت دیگر افراد مقیاس‌های ساخته شده در گروه خود را مرجع می‌انگارند (رفیع پور، ۱۳۸۰: ۱۳۳).

مهم‌ترین خاصیت گروه‌های مرجع این است که انسان‌ها در عین فقدان ملاک‌های عینی برای ارزش و قضاوت و سنجه، نیاز فوری و فوری به سنجه دارند و اساساً زندگی انسانی بدون ملاک ارزشیابی و سنجه قابل کنترل و اداره نیست چرا که انسان‌ها در جامعه مستمراً در حال کنش‌های متقابل بوده و در مرحله اول برای خودسنجی و در مرحله بعدی برای دیگرسنجی نیاز به معیار و ثبات نسبی در آنها وجود دارد و از سویی دیگر گروه‌های مرجع سبب می‌شوند که جامعه از یک همنوایی و حد اشتراک‌هایی برای کنترل برخوردار شود تا در پرتو آن وجوه مشترک بتوان اختلافات را مدیریت نمود. از دیگر کارکردهای گروه‌های مرجع عبارتند از همسویی ارزش‌ها، انتشار همگرایی در جامعه مأخذ و ملجأ برای شکل‌گیری دیدگاه‌ها و پناهگاه هویتی افراد و جامعه.

۲- فرضیه‌ها و روش تحقیق

مبتنی بر طرح مسأله و چارچوب نظری بیان شده مهم‌ترین فرضیه این تحقیق عبارت است از اینکه طی چند دهه گذشته در جامعه ایرانی دچار نوعی انقلاب در گروه‌های مرجع شده ایم در واقع سه برهه تاریخی در حوزه گروه‌های مرجع در قریب به ۵۰ سال گذشته قابل تصور است: (اول) پیش از انقلاب اسلامی که طی آن از سوی حاکمیت و طیفی از هنرمندان و نخبگان جامعه ارزش‌های غربی و سکولار به جامعه تزریق شده که منجر به شکل‌گیری گروه‌های مرجعی غیرهمسو با دین و مذهب و فرهنگ اصیل اسلامی ایرانی گردید. (دوم) از انقلاب اسلامی تا اواخر جنگ تحمیلی دوره ای است که همسو با انقلاب اسلامی ایران، انقلابی در مرجعیت پایی نسل جوان و سایر نسل‌ها در پرتو انقلاب اسلامی به وجود آمده، مذهب و ملیت به عنوان دو عنصر اساسی در مرجعیت یابی مطرح می‌شوند.

سوم) پس از جنگ و همزمان با سیاست‌های توسعه‌ای برون‌زا و رشد طبقه سرمایه‌دار در کشور و برخی اقدامات در حوزه‌های فرهنگی و رسانه‌ای به صورت خزننده‌ای گروه‌های مرجع در ایران دچار تغییر شده و مجدداً و البته با سرعتی آرام به سمت غیر خودی شدن حرکت نمود و با ظهور و بروز و تأثیرگذاری تکنولوژی و نگرش‌های متأثر از فرهنگ غربی و اساساً تحول‌خواهی نسل جوان نسبت به نسل‌های گذشته حتی در برخی از زمینه‌های مراجع‌هنجاری جامعه شاهد چرخش جوانان از روحانیت به اقشار دیگری نظیر استادان دانشگاه، ورزشکاران، هنرپیشه‌ها و سایر گروه‌های مرجع غیرخودی هستیم (آزاد ارمکی و غفاری، ۱۳۸۳: ۳۵).

این تحقیق گرچه از سایر تحقیقات کمی و آماری منتشر شده طی دو دهه گذشته در حوزه تغییر در گروه‌های مرجع بهره‌برداری نموده است لکن مبتنی بر پارادایم تحقیق کیفی و کتابخانه‌ای اسنادی می‌باشد.

۳- یافته‌ها

۳-۱- انقلاب در مرجعیت یابی

در ایران اولین مطالعه در خصوص گروه‌های مرجع و تحت تأثیر نگرانی‌ها در فضای تهاجم فرهنگی در دهه هفتاد توسط مرتضی منطقی (۱۳۷۷) با عنوان تأملی در شکل‌گیری نظام ارزشی نوجوانان و جوانان در انقلاب اسلامی ایران صورت گرفته است. وی در این پژوهش تلاش نمود که عوامل درونی و بیرونی تأثیرگذار بر حوزه‌های مرجع‌جولان را یافته و بر این نکته تأکید دارد که غرب با حرکت‌های برنامه‌ریزی شده در صدد القای فرهنگ مصرف‌گرای خود در ایران می‌باشد. منطقی در نهایت به این نتیجه می‌رسد با عملیات روانی صورت گرفته و در یک پروسه بلندمدت غرب موفق به تغییر گروه‌های مرجع بخشی از جوانان آن دوره شده است. افراد و پژوهشگران دیگری نیز نظیر دکتر فرامرز رفیع‌پور و بهرام بیات نیز پژوهش‌هایی در سال‌های ۱۳۸۰ و ۱۳۸۱ منتشر نموده و به تلاش غرب برای ایجاد روندهایی در حوزه‌های مرجع که به مشروعیت بخشی گروه‌های مرجع غیرخودی منتهی شود تأکید کرده‌اند که در نهایت منجر به خطر افتادن ثبات اجتماعی می‌شود.

در کنار پژوهش‌های صورت گرفته به نظر می‌رسد که تأملی در نموده‌های اجتماعی جامعه ایرانی نیز می‌تواند انگاره فوق‌را در دهه ۹۰ تصدیق کند. مراجعه جوانان به صفحات سلبریتی‌ها و اینفلوئنسرها و تبعیت از آنها در پوشش، گفتار و رفتار و تلاش برای پیروی از آنها در بزنگاه‌های فکری سیاسی و فرهنگی کشور همچون انتخابات‌ها، یکی از دلایل تغییری واضح در گروه‌های

مرجع نسبت به گذشته و تقویت این طیف از گروه‌های مرجع می‌باشد. اساساً می‌توان تحولات در انتخاب گروه‌های مرجع در ایران را تحت تأثیر سه عامل تحلیل و بررسی نمود:

مدرنیزاسیون^۱: مدرنیزاسیون به معنای مدرن شدن و یا حتی مدرن سازی یکی از واقعیت‌های چند دهه گذشته جامعه ایرانی می‌باشد. این روند با آشنایی ایرانیان با قوانین مجلس جامعه مدنی و در نهایت ورود اندیشه‌های غربی از طریق نهضت ترجمه و طی دهه‌های گذشته با رشد تکنولوژی و سبک زندگی مدرن وارد کشور گردید. در بستر جوامع سنتی یکی از گروه‌های مرجع خانواده بوده است که اعتبار آن در فرآیند مدرنیزاسیون رو به افول می‌باشد. اساساً در حوزه مرجعیت یابی و تمایل افراد به مقایسه خودشان با دیگران، در صورتی که تفاوت زیادی میان افکار و توانایی‌های آنان وجود داشته باشد، زمینه‌های الگوپذیری و مرجع پذیری کاهش می‌یابد و افراد نسبت به قرار گرفتن در موقعیت‌ها و گروه‌هایی که دیگران تفاوت زیادی با آنها دارند رغبتی نشان نمی‌دهند. یکی از مؤلفه‌های تأثیرگذار در این حوزه شکاف و تمایز نسلی است. پدیده‌ای که در دوره متاخر به دلیل سرعت بالای تحولات مدرنیسم از سایر دوره‌های تاریخی حادثتر می‌باشد در شرایطی که فرد نتواند در بسیاری از حوزه‌ها با والدین و نهاد سنتی خانواده هم‌دلی کند دچار سرخوردگی شده و در نهایت الگو بودن والدین رنگ می‌بازد.

سکولاریزم و دین: یکی دیگر از عواملی که در انتخاب گروه‌های مرجع در ایران اثر گذار بوده است گرایش‌های غیردینی^۲ (و نه ضددینی) است. در این حوزه برخی پژوهش‌ها نشان داده که برخی جوانان گرایش به گروه‌هایی مرجعی دارند که با نهاد دین قرابت کمتری را داشته باشد. در پژوهشی در سال ۹۴ از میان مصاحبه‌شوندگان تنها پانزده درصد اعلام کردند که روحانیان را به عنوان مرجع اخلاقی خود برمی‌گزینند و بیشتر در این زمینه به دوستان نزدیک خانواده و افرادی که خود موجه تشخیص دهند، رجوع می‌کنند (صادق‌نیا، ۱۳۹۴).

غیر خودی شدن: گروه‌های مرجع از منظری به خودی و غیر خودی تقسیم و گروه‌های مرجع خودی گروه‌هایی تلقی می‌شوند که به آنها تعلق داریم در این مورد می‌توان به مراجع سنتی مذهبی و ملی اشاره کرد. گروه‌های مرجع غیر خودی می‌توانند کشورهای دیگری باشند که خارج از مراجع سنتی، مذهبی و ملی هستند (صبوری خسروشاهی، ۱۳۹۰).

براساس پژوهش خسروشاهی که در خصوص گروه‌های مرجع جوانان در شهر تهران انجام شده است ۴۲ درصد پاسخگویان گروه مرجع غیر ایرانی (بیگانه) دارند، ۱۹ درصد در حالت بینابینی هستند و ۳۹ درصد گروه مرجع ایرانی (خودی دارند) (همان).

^۱- Modernization

^۲- Irreligion

۲-۳- آسیب شناسی مرجعیت یابی در ایران و خलाهای پیش رو

تغییر گروه مرجع در جوامعی که مذهب و ارزش‌ها به صورت متراکم در فرهنگ نقش بازی می‌کنند می‌تواند در بلندمدت چالش‌های متعددی به همراه داشته باشد. امروزه به گواهی برخی از آمارها که برخی از آنها گذشت با شیبی ملایم شاهد تغییر گروه مرجع با سه محور غیرسستی، غیرخودی و غیردینی هستیم (صادق نیا ۱۳۹۴). این موضوع گرچه در دهه شصت و هفتاد به صورت یک پدیده خود را نشان داد اما امروز مسأله‌ای در حوزه فرهنگ به شمار آمده و در نهایت ظرفیت تبدیل به آسیب و حتی بحران را برای حاکمیت و شرایط فرهنگی کشور را دارد. در ادامه تلاش میکنیم در قالب سه نکته به آسیب شناسی این مسأله بپردازیم:

الف سیاست‌های توسعه‌ای و گروه‌های مرجع

جامعه ایرانی طی تماس‌های اولیه با غرب در ابعاد مختلف دچار چالش‌هایی گردید و در بین برخی از جریانات فکری و سیاسی و فرهنگی به اندیشه‌ها و الگوهای تفکر غربی به عنوان معیاری برای رشد و توسعه کشور مطرح گردید. الگویی که در حوزه سبک زندگی و بدون تأمل در ابعاد فرهنگی فکری و فلسفی مدرنیته غربی پذیرفته شد که از جمله نمونه‌های آن در نسل اول روشنفکران ایرانی نظیر میرزا ملک خان و در نهایت برخوردارهای استبدادی رضاخان در قائله کشف حجاب خود را نشان داد. در دوره پهلوی دوم نیز این رویه به وضوح از سوی محمدرضا پهلوی پیگیری شد. در واقع فرهنگ غرب به حدی برای محمدرضا شاه جاذبه داشت که وی در سال ۱۳۳۳ رسماً اعلام کرد، غربی کردن آرمان ماست و منافع ایران در اتحاد با غرب به بهترین وجه تأمین می‌شود. شاه در زندگی خصوصی اش نیز چنان غرب گرا شده بود که تنها موسیقی و فیلم‌های غربی مورد علاقه اش بود (حسینیان، ۱۳۸۳: ۲۹۱).

پس از پهلوی و دوره ای که تلاش شد ارزش‌های غربی به عنوان یکی از عناصر اصلی جامعه نقش ایفا کند، انقلاب اسلامی ایران به عنوان یک نظام جامع فکری، سیاسی و فرهنگی این رویه را متوقف نمود. در این مقطع امام خمینی (ره) و انقلابیون با نقد رویه‌های موجود در لایه‌های زیرین فرهنگی جامعه در واقع انقلابی در انتخاب گروه‌های مرجع به سمت گروه‌های مرجع دینی سنتی و متناسب با فرهنگ بومی را رقم زدند. امام خمینی (ره) فساد موجود در تمدن غرب را به حدی می‌دانند که خود غربی‌ها نیز از آن ناراضی هستند. از نظر ایشان جوامع غربی نه تنها خود دچار فساد شده‌اند، بلکه کنند فساد و اخلاق فاسده غربی را در جوامع شرقی و اسلامی نیز ترویج کنند (قربی و جعفری، ۱۳۹۲).

پس از دوران هشت سال دفاع مقدس برنامه‌های توسعه و براساس الگوهای غربی و بدون بومی سازی با ارزش‌های دینی و فرهنگی جامعه ایرانی پیگیری شد که از جمله مهم ترین آنها

سیاست‌های اقتصادی مبتنی بر نظام سرمایه داری بود. قرار گرفتن برنامه های مبتنی بر مفهوم توسعه غربی در صدر برنامه ریزی‌های جامعه و عدم توجه به مبانی فرهنگی و بومی جامعه در برنامه ریزی سمت و سوی جامعه را به سمت هدفی که آرمان نهایی آن در کشورهای غربی قرار دارد سوق داده و این خود زمینه را برای تغییر هر چه بیشتر گروه‌های مرجع فراهم نمود. توسعه در حقیقت یک نگاه فلسفی و عمیق تر از آن چه در جامعه شناسی و اقتصاد به آن نگریسته می‌شود، بسط صورت زندگی و تمدن غرب در جهان است (داوری ۱۳۸۴: ۱). دکتر فرامرزی رفیع پور در خصوص این دوره اشاره دارد:

این برنامه ها زمینه را برای تغییر ارزش‌های جامعه به سمت ارزش‌های مادی و ارزشمند شدن و اصالت یافتن ثروت در مقابل ارزش‌های دینی و معنوی فراهم کردند (رفیع پور، ۱۳۸۰). در این رویه و پروسه و با ارزشمند شدن پول و ثروت و پمپاژ مداوم آن از سوی رسانه ها و سیاست‌های اعمالی ثروتمندان و طبقات مرفه جامعه به عنوان گروه‌های مرجع و نقش آفرین در معادلات فرهنگی و سیاسی مطرح شدند. از سوی دیگر به دلیل امکان مسافرت و بهره گیری و تماس با فرهنگ غرب در این قشر و مرجع شدن این طبقات اجتماعی و تأثیرپذیری ایشان نهایتاً برخی دیگر از طبقات اجتماعی از جمله طبقه متوسطی که در اوایل انقلاب نگاهی متفاوت داشت با الگوپذیری از این طبقه به سمت غربی شدن حرکت کرد. این مسأله در کنار نهضت ترجمه و ورود ارزش‌های غربی در طبقات دانشگاهی و نخبگان کشور توانست معادلات را در حوزه گروه‌های مرجع تنها پس از طی دو دهه از انقلاب اسلامی که یکی از ابعاد آن انقلاب در گروه های مرجع بود، برهم زند. در کنار تمامی این عوامل، هنر و رسانه را هم به سمت و سویی متفاوت از آنچه انتظار می‌رفت حرکت نمود. رشد ماهواره ها در شهرهای بزرگ و ترویج سبک زندگی آمریکایی از طریق فیلم‌های منتشره در نهایت به روند فوق سرعت بخشید و منجر به این گردید که آمریکا علی رغم منفور بودن به لحاظ سیاسی و تاریخیچه منفی دخالت آن در ایران همچنان به عنوان یکی از گزینه های برتر در حوزه مهاجرت مطرح و در حوزه نخبگانی نیز ایران به لحاظ مهاجرت افراد نخبه رتبه اول در میان ۹۸ کشور در حال توسعه و نیز براساس آمار صندوق بین المللی پول سالانه ۱۸۰ هزار تحصیل کرده از کشور خارج شوند (افخمی راد، ۱۳۹۲). تصویری که از طریق رسانه و سینمای غربی از میزان رفاه، آزادی و آسایش جوامع غربی به مخاطب ایرانی ارائه گردید، و از سویی توسط صدا و سیما داخلی نیز در حوزه طبقات مرفه و ثروتمند جامعه ارئه می‌گردد به وضوح در تغییر گروه‌های مرجع اثر گذار است و ارزش‌ها و اتمسفری را ترسیم می‌کند که مخاطب به طور طبیعی به سمت گروه‌های غیر خودی غیر سنتی و غیردینی حرکت می‌کند.

ب) فضای مجازی و خلا معرفتی و شناختی

طی سال‌های گذشته یکی از پدیده‌های تأثیرگذار در فرهنگ جامعه ایرانی رشد فضای مجازی بود به گواهی آمار سایت مرکز آمار ایران ضریب نفوذ اینترنت در سال ۹۴ در ایران ۷۳ درصد و این آمار در سال ۹۵ رشدی ۱۷ درصدی داشته و با رشد روزافزون شبکه‌های اجتماعی تلگرام به تنهایی ۶۰ درصد پهنای باند کشور را اشغال کرده است (خوراکیان (۱۳۹۶)). از سویی برخی از شبکه‌های اجتماعی که به طور ذاتی جنبه تفریحی و سرگرمی دارند نیز نفوذ متناهی در بین ایرانیان داشته که از جمله پرنفوذترین آنها تلگرام و اینستاگرام می‌باشد که براساس آمارهای اعلام شده از سوی مرکز فناوری اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال وزارت ارشاد و فرهنگ اسلامی، هم اکنون بیشتر از ۷/۵ میلیون نفر از جمعیت ۱۶ تا ۳۵ ساله کشور ایران در شبکه اجتماعی اینستاگرام عضو هستند (ایلنا، ۹۶).

این حجم از تبادل اطلاعات از منظر اول ممکن است نوعی از فرهیختگی و آگاهی را در جامعه به ارمغان بیاورد. فضایی که اخبار تحلیل‌ها و گزارشات در حوزه‌های مختلف و در ابعاد داخلی و جهانی در شبکه‌های اجتماعی تبادل می‌شود و می‌تولند مردم را از جهاتی آگاه‌تر کند بر این اساس کاربران فضای مجازی با حجم عظیمی از اطلاعات مواجه می‌شوند، حجمی که به چالش تورم دانسته‌ها دامن می‌زند. در نهایت پس از ورود این حجم عظیم اطلاعات به ذهن و جان انسان به صورت خودکار تمرکز و توجه از بین می‌رود، تمرکزی که شرط اصلی تحلیل‌گری می‌باشد. پس از کاهش تمرکز، کاربر به جای موجودی فعال و گزینشگر در فضای مجازی تبدیل به موجودی منفعل شده و فضای مجازی ذائقه و ذهنیت وی را سمت و جهت دهی می‌کند و مسائلی همچون ذائقه سازها، موج‌سازی و جریان‌سازی‌ها ایجاد می‌شود. بنابراین این فضا گرچه در وهله اول آگاهی‌بخش و آگاه‌ساز است، در عین حال آگاهی‌سوز و معرفت‌سوز می‌باشد. چرا که اراده، اختیار و توجه مخاطب را از او می‌گیرد و ذائقه کاربر را به سمت و سوی جهت‌دار می‌کشاند.

شیوه رایج مراجعه به شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی در جامعه ایرانی در نهایت منجر به نوعی خلا معرفتی و شناختی در حوزه تحلیل داده‌ها می‌شود. در این فضا نوعی آگاهی کاذب به وجود می‌آید و کاربران نیز در نهایت به جای انتخاب مراجع فکری و براساس حس استغنائی کاذب در حوزه فکر و تحلیل، به سمت گروه‌های مرجعی حرکت می‌کنند که تنها در نوع لباس آرایش ظاهری خاص و متفاوت و اصطلاحاً سلبریتی می‌باشند. پدیده بعد از سلبریتی‌ها، اینفلوئنسرها هستند. اینفلوئنسرها افراد شناخته شده و تأثیرگذار در شبکه‌های اجتماعی می‌باشند

این افراد بر عکس سلبریتی‌ها (هنرمندان ورزشکاران فعالان، سیاسی اقتصادی و ...) در خارج از فضای مجازی کمتر شناخته شده‌اند. در واقع معروفیت آنها بیشتر در رسانه‌های اجتماعی است، اما تأثیرگذاری بیشتری را روی مخاطبان خود دارند.

در چنین شرایطی که فضای مجازی محلی برای از بین رفتن بینش‌ها و معرفت‌های تحلیلی شده گروه‌های مرجع زرد در صفحات مجازی فعال شده و ذائقه‌ها را سمت و سو می‌دهند و در نهایت هم شاهد آن هستیم که در بزنگاه‌های فرهنگی و سیاسی کشور نظیر انتخابات‌ها و .. سیاستمداران و سایر گروه‌های ذی نفوذ جامعه برای جلب آرای مردم به سمت سلبریتی‌ها و گروه‌های مرجع زرد و در دوره‌های اخیر اینفلوئنسرهای رفته و از آنها مدد می‌جویند.

ج) خلا مراجع فکری

مراجع، فکری اندیشمندان و تأمل ورزانی هستند که در تأملات گروهی از افراد جامعه نقش الگو را ایفا می‌کنند. مراجع فکری از این جهت مورد گرایش افراد هستند که تأملات آنها کارایی و گره‌گشا بوده و می‌تواند مشکلات جامعه را حل و فصل کند. این رویه در نهایت منجر به تکثیر ایده مراجع فکری و در صورت کارایی و تطابق با واقعیت‌های اجتماعی می‌تواند به حل مشکلات و مسائل اجتماعی و سیاسی و ... بینجامد. در سال‌های ابتدایی انقلاب اسلامی ایران موضوع مراجع فکری یکی از پیش‌برنده‌های اصلی گفتمان انقلاب بوده است. در این برهه تاریخی افرادی همچون شهید مطهری شهید بهشتی، دکتر شریعتی و سایر متفکرین به عنوان الگوها و مراجع فکری مطرح بوده‌اند که کتب آنها از دبیرستان‌ها و مدارس راهنمایی تا دانشگاه‌ها مورد استقبال قرار گرفته است.

طی دو دهه گذشته بروز و ظهور مراجع فکری در ایران با اختلال روبرو بوده است و این امر معلول فاصله گرفتن روشنفکران و جامعه‌نخبگانی کشور از توده‌هاست. در جامعه‌ای که مراجع فکری به فراموشی سپرده شوند و صرفاً گروه‌هایی خاص ذهنیت و رفتار افراد را شکل دهند می‌توان درباره فاصله گرفتن افراد آن جامعه از عقلانیت استعلایی و گرفتار شدن به عقلانیت روزمره سخن گفت. در چنین جامعه‌ای ذهن افراد یک جامعه مقولاتی را مدنظر قرار می‌دهد که برگرفته از زندگی روزمره است و نگاه به ارزش‌ها و ایده‌آل‌ها به تدریج رنگ می‌بازد (عالمی، ۱۳۹۶).

در فضایی که بین مراجع فکری و توده مردم فاصله ایجاد شده، ردای ارزشمند گروه‌های مرجع برتن سلبریتی‌ها و شبه هنرمندانی اندازه می‌شود که جامعه را با امواج حوادث سطحی و درگیری‌های اینستاگرامی به خود مشغول کرده و در نهایت مراجع فکری به حاشیه رانده و فکر و

اندیشه اعتبار خود را از دست می‌دهد و نیروهای فکری و نخبگانی نیز وارد چرخه حاشیه پردازی و تأملات مقطعی و غیر راهبردی می‌شوند.

نتیجه گیری و پیشنهادات

گروه‌های مرجع به عنوان یکی از بنیان‌های فرهنگی هر جامعه نقشی بی بدیل در شکل‌گیری غنا و فقر فرهنگ‌ها بازی می‌کنند در این فضا به نظر می‌رسد که طی سال‌های و با تأثیرگذاری مؤلفه‌های مختلفی از جمله سیاست‌گذاری‌ها، سبک زندگی فضای مجازی و ... گروه‌های مرجع در حال تغییر به سمت گروه‌های غیر خودی، غیرسنتی و غیردینی می‌باشند. امروزه متافیزیک ذهن بخشی از جوانان با متافیزیک ذهنی بسیاری از گروه‌های مرجع سنتی و مذهبی فاصله گرفته است و طی سال‌های گذشته خلا مراجع فکری، رشد بی ضابطه فضای مجازی و سیاست‌های توسعه محور به این فاصله دامن زده است. در این فضا پیشنهادات ذیل قابل طرح و تأمل می‌باشد:

- بازنگری در برخی از سیاست‌های برون را در توسعه اقتصاد و سایر حوزه‌های حاکمیتی
- حمایت از نیروهای فکری و رسانه‌ای با هویت ملی و خودی در راستای تثبیت و ترویج ارزش‌های همسو با هویت ایرانی - اسلامی

- نقد رویه‌های ترویج و تثبیت ارزش‌های غربی در حوزه رسانه‌های حاکمیتی
- کاهش فاصله بین جامعه نخبگانی و توده مردم و کاربست نظریات جامعه نخبگانی و فکری در حوزه‌های مختلف

- کنترل و ساماندهی سلبریتی‌های و اینفلوئنسرها در فضای مجازی در راستای گروه‌های خودی
- رویکرد سلبی و ایجابی در حوزه آموزش و تربیت شامل مدارس، دانشگاه‌ها در راستای ترویج فرهنگ ایرانی - اسلامی

منابع

- تقی، آزاد ارمکی و غلامرضا غفاری (۱۳۸۳)، *جامعه‌شناسی نسلی در ایران*، پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاددانشگاهی
- بهرام بیات (۱۳۸۱) *بررسی بحران هویت در ارتباط آن با برخی متغیرهای اجتماعی*، پایان نامه ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه علوم اجتماعی تهران
- پناهیان، مریم، محسن، ایمانی مهدی و سجادی (۱۳۹۱) *تبیینی از مبانی نظری اندیشه مرجعیت زدایی اخلاقی*
- پساساختارگرا و نقد*، آن پژوهش در مسائل تعلیم و تربیت سال بیستم شماره ۱۵

جعفری علی اکبر و سید محمد جواد قربی، (۱۳۹۲) *راهبردهای مقابله با سلطه فرهنگی نظام استکبار در اندیشه سیاسی امام خمینی (ره)* پژوهشنامه انقلاب اسلامی سال سوم، شماره ۹
داوری اردکانی، رضا (۱۳۸۴) *رساله ای در باب سنت و تجدد* نشر ساقی
دوچ مرتون و روبرت، م کراس (۱۳۸۶)، *نظریه ها در روان شناسی اجتماعی* ترجمه مرتضی کتبی تهران مؤسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران
رفیع پور، فرامرز (۱۳۸۰) *توسعه و تضاد تهران* انتشارات شرکت سهامی انتشار
روح الامینی، محمود (۱۳۹۴) *زمینه فرهنگ شناسی تألیفی در انسان شناسی فرهنگی و مردم شناسی*، ناشر عطار.

ساروخانی باقر (۱۳۷۰) *درآمدی بر دایره المعارف علوم اجتماعی*، تهران: انتشارات کیهان
سایت آکادمی مطالعات ایرانی لندن مصاحبه با دکتر مهربان صادقی نیا ۱۴/۴/۹۴ دسترسی در <http://iranianstudies.org/Fa>
سایت دانشگاه ادیان و مذاهب گزارش نشست مرجعیت اخلاقی جوانان ۲۹/۱/۹۴ دسترسی در <http://urd.ac.ir/Fa/cont/۱۲۴۶>

حسینیان، روح الله (۱۳۸۳)، *چهارده سال رقابت ایدئولوژیک شیعه در ایران (۱۳۴۳-۱۳۵۶)*، مرکز اسناد انقلاب اسلامی
خبرگزاری ایسنا مصاحبه معاون مرکز فضای مجازی کشور امیر خوراکیان ۲۷/۶/۹۶ دسترسی در <http://www.isna.ir/news/۹۶۰۶۲۷۱۵۷۵۷>

خبرگزاری ایلنا مصاحبه رئیس وقت سازمان توسعه و تجارت ایران افخمی ۲۶/۹/۹۲، دسترسی در <http://www.ilna.ir>
خبرگزاری فارس گروههای مرجع در جایگاه مراجع، فکری، حمزه عالمی، ۲۲/۵/۹۶ دسترسی در <http://www.farsnews.com/newstext.php?nn=۱۳۹۶۰۵۲۱۰۰۱۸۹۰>

صدیقی، رحمت الله و سید ضیاء هاشمی (۱۳۸۱) *گروههای مرجع در جامعه شناسی و روانشناسی اجتماعی با تأکید بر نظریه های مرتن و فستینگر*، فصلنامه علوم اجتماعی شماره ۲۰، پائیز و زمستان.

صبوری خسروشاهی حبیب (۱۳۹۰) *بررسی گروههای مرجع جوانان در شهر*، تهران، پژوهش، اجتماعی تابستان ۱۳۹۰، دوره ۴، شماره ۱۱

عبدی، عباس و، محسن گودرزی (۱۳۷۸) *تحولات فرهنگی در ایران* انتشارات سروش، تهران، چاپ اول
منطقی، مرتضی (۱۳۷۷)، *تأملی در شکل گیری نظام ارزشی نوجوانان و جوانان انقلاب اسلامی ایران را از گل سرخ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مرکز پژوهشهای*

فصلنامه آفتاب خرد، زمستان ۱۳۹۶، دوره ۳، شماره ۴، پیاپی ۷

بنیادی هزار جریبی، جعفر محمد آقاییگی (۱۳۹۰) عوامل مؤثر بر گزینش گروه مرجع در بین دانشجویان

فصلنامه علوم اجتماعی، شماره ۵۴

هزار جریبی، جعفر و رضا صفری (۱۳۹۵) بررسی چرایی دگرگونی های گروه مرجع در بین دانشجویان

نشریه فرهنگ در دانشگاه اسلامی سال ششم، شماره اول بهار.