

بررسی تجربه جامعه‌پذیری دانش‌آموزان سال اول و دوم دبیرستان‌های پسرانه شهر تهران و مقایسه آن با دو نسل قبل از خود

دکتر علی‌محمد حاضری^۱، اسماعیل شریفی^۲

چکیده: این مقاله به بررسی نحوه جامعه‌پذیری نسل جدید (دانش‌آموزان مقطع دبیرستان) و مقایسه آن با تجربه جامعه‌پذیری دو نسل قبل از خود می‌پردازد. با کنکاش در موضوعات و مسائلی مانند بحران هویت، گسست فرهنگی، شکاف نسلی، و مسائلی از این قبیل که امروزه در جامعه خود با آن‌ها مواجه هستیم، این سوال برای ما مطرح شد که جامعه‌پذیری به‌عنوان فرایندی که هر جامعه با اجرای آن تلاش دارد فرهنگ خود را از نسل‌های پیشین به نسل‌های پسین منتقل نماید، امروزه چه تغییر و تحولی پذیرفته و چه تفاوتی با فرایند جامعه‌پذیری دو نسل گذشته یافته است. برای پاسخ به سوال تحقیق، با نقد و بررسی پژوهش‌های انجام گرفته و نظریه‌های تدوین شده در این زمینه، سرانجام دو نظریه «ساختاربنندی» و «دوجوانی‌شدن» به‌عنوان پشتوانه نظری تحقیق انتخاب و بر این اساس چارچوب نظری تدوین گردید. دو فرضیه از چارچوب نظری استخراج شدند: فرضیه اول: وزن و ترکیب عوامل جامعه‌پذیری (خانواده، مدرسه، همالان و رسانه) در سه دوره سنتی، مدرن اولیه و مدرن متأخر دگرگون شده است. فرضیه دوم: بین عوامل اجتماعی شدن سنتی و نحوه‌ی جامعه‌پذیری فرد با در نظر گرفتن عامل فضای مجازی، رابطه است، به‌طوری‌که هم فرد جامعه‌پذیر و هم عوامل اجتماعی‌کننده شدیداً متأثر از این فضا هستند. متناسب با موضوع و سوال پژوهش، روش این تحقیق بصورت کیفی با تکنیک مصاحبه عمیق است. جامعه آماری نسل سوم تحقیق، دانش‌آموزان سال اول و دوم دبیرستان‌های پسرانه از سه منطقه 2، 12 و 19 شهر تهران انتخاب شده‌اند. جامعه آماری نسل دوم و اول به ترتیب پدر و پدر بزرگ دانش‌آموزان (نسل سوم) است. حجم نمونه به صورت هدف‌دار 90 نفر، از هر نسل 30 نفر است. یافته‌ها و نتایج بدست آمده از مصاحبه‌ها، فرضیه‌های تحقیق را تایید نمودند.

کلمات کلیدی: جامعه‌پذیری، عوامل اجتماعی شدن، فضای مجازی، نظریه ساختاربنندی، نظریه دوجوانی‌شدن، نسل

^۱. استادیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه تربیت مدرس
^۲. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه تربیت مدرس

مقدمه

بحث جامعه‌پذیری^۱ یا اجتماعی شدن از مباحث اولیه و بنیادی علوم اجتماعی و علوم رفتاری محسوب می‌شود. در ادبیات کلاسیک جامعه‌شناسی در این خصوص نظریه‌های متعددی ارائه شده است و بنیانگذاران و صاحب‌نظران این رشته^۲ به نوعی با این مساله برخورد داشته‌اند.

تئوری‌های کلاسیک جامعه‌پذیری متناسب با شرایط و ویژگی‌های نظام اجتماعی دوره خاص خود تدوین شده‌اند و تبیین‌ها و تحلیل‌های آن‌ها با در نظر گرفتن عوامل و ابعاد اجتماعی شدن آن دوره ارائه شده است. در این تئوری‌ها اصلی‌ترین و مهم‌ترین عامل اجتماعی شدن، خانواده محسوب می‌شد و در کنار آن گروه همسالان و مدرسه به عنوان عوامل بعدی مطرح بودند. اما امروزه با پیشرفت تکنولوژی‌های ارتباطی و اطلاعاتی و تحولات صورت گرفته در زندگی اجتماعی انسان‌ها، مجاری و عوامل تاثیرگذار در فرایند اجتماعی شدن افراد بسیار متنوع و متکثر گشته است و از طرفی با پیچیده‌تر شدن روزافزون زندگی، ابعاد و حوزه‌های جامعه‌پذیری نیز پیچیده و متنوع گشته‌اند. شرایط جدید پیش آمده، تئوری‌های تبیین‌کننده متناسب خود را طلب می‌نماید، چرا که تئوری‌های کلاسیک توان تبیینی لازم را، به دلیل لحاظ نکردن عوامل و شرایط جدید، دارا نیستند. لذا امروزه برای پرداختن به مسئله جامعه‌پذیری می‌بایست سراغ تئوری‌ها و نظریه‌های رفت که به عوامل، ابعاد و فرایند جدید جامعه‌پذیری توجه و دقت لازم را مبذول داشته‌اند.

طرح مساله

در جریان جامعه‌پذیری همیشه شاهد تفاوت‌های نسلی هستیم، چرا که هیچ‌گاه نسل جدید دقیقاً از همه ابعاد و جوانب شبیه نسل قبل نمی‌گردد. در این میان و در این فرایند انتقال، به تبع تغییرات فرهنگی و اجتماعی، همیشه میزانی از تفاوت نسلی عادی و اجتناب‌ناپذیر است. زمانی این تغییرات برای یک جامعه می‌تواند مساله‌ساز گردد که میزان آن از حد مورد انتظار و قبول جامعه فراتر رفته و بحران‌آفرین باشد. در این جاست که موضوع از صورت عادی خود خارج گشته و به عنوان یک مساله‌ی اجتماعی تولید سوال می‌کند.

در جامعه خودمان، از یک دهه پیش با مسائلی همچون بحران هویت، شکاف نسلی، گسست فرهنگی و مسائل در خصوص بحران نسلی و تفاوت ارزش‌ها و هنجارهای نسل جدید با نسل‌های پیشین، مواجه هستیم. صرف نظر از اختلاف‌هایی که در خصوص بحران و حاد بودن این مسائل در بین اندیشمندان وجود دارد، تاکید ما در این تحقیق بر روی میزان تفاوت‌های نسلی است و همان‌طور که اشاره نمودیم این تفاوت‌ها از حد معمول خود فراتر رفته و تبدیل به مساله اجتماعی گردیده است. شواهد و تحقیقات^۳ نشان می‌دهد امروزه این شکاف و گسست عمیق‌تر و

^۱. socialization

^۲. این موضوع برای پایه‌گذاران روانشناسی (فروید، پیازه و بلوم) هم، البته به شکل روانشناختی و تحت عنوان فرایند رشد شخصیت کودک، بعنوان مساله مطرح بوده و محور اصلی نظریه آنها شده است. و خواهیم دید که پارسونز نظریه جامعه‌پذیری خود را بر پایه نظریه فروید طرح‌ریزی می‌کند.

^۳. در این زمینه رجوع کنید به منابع زیر:

الف) علیخانی، علی‌اکبر (1382) گسست نسل‌ها (مجموعه مقالات)
ب) علیخانی، علی‌اکبر (1386) هویت و بحران هویت (مجموعه مقالات)
ج) یوسفی، نریمان (1383) شکاف بین نسل‌ها

پرابلماتیک‌تر شده و جامعه برای برون‌رفت از این بحران هزینه‌های اقتصادی و اجتماعی بسیاری را متحمل گشته است.

با توصیف شرایطی که رفت، این سوال مطرح می‌شود که مکانیسم و فرایند جامعه‌پذیری¹ به‌عنوان ابزاری که جامعه به عنوان یک سیستم (به تعریف پارسونزی) برای پاسخ‌گویی به نیاز اجتماعی و فرهنگی و انتقال ارزش‌ها و هنجارها از نسل گذشته به نسل حاضر آن را تدوین نموده است، چه تغییر و دگرگونی یافته است که امروزه با این مسائل مواجه گشته‌ایم؟ این شرایط و شواهد نشان می‌دهد که فرایند جامعه‌پذیری در گذار از نسل گذشته به نسل فعلی دچار مسأله گشته است، و تئوری‌های کلاسیک جامعه‌پذیری از توان تبیینی لازم در این زمینه برخوردار نیستند و نمی‌توانند برای تحلیل و بررسی موضوع به‌کار آیند.

سوال تحقیق: فرایند جامعه‌پذیری در گذار از نسل اول و دوم به نسل سوم، در جامعه حال حاضر خودمان، چه تفاوتی یافته و این تفاوت نتیجه چه عواملی است؟
هدف اصلی تحقیق توصیف و تبیین فرایند جامعه‌پذیری نسل جدید، و مقایسه آن با دو نسل قبل از خود، در جامعه خودمان است.

مبانی و چارچوب نظری

نقد نظریات کلاسیک

تئوری‌های کلاسیک جامعه‌پذیری (هم تئوری‌های جامعه‌شناختی و هم تئوری‌های روانشناختی) برای تحلیل و تبیین فرایند جامعه‌پذیری افراد در دوره جدید با نقدها و تردیدهای جدی مواجه گشته‌اند، که در زیر به چند نمونه از آن‌ها اشاره می‌کنیم. غالب این نقدها را گیدنز (در بحث ساختاربنندی و هویت شخصی در عصر جدید) و تامپسون (در بحث رسانه‌ها و مدرنیته) مطرح نمودند.

اول این که، در بیشتر این نظریات (هم روانشناختی و هم جامعه‌شناختی) اجتماعی‌شدن فرایندی یک‌طرفه در نظر گرفته شده است که بیرون از فرد و توسط نهادها و ساختارهای اجتماعی بر او اعمال می‌شود، و فرد جامعه‌پذیر نقش منفعلانه‌ای در این بین ایفا می‌کند. بر اساس این دیدگاه‌ها «بازتولید جامعه دور از چشم عاملانی صورت می‌گیرد که رفتار آن‌ها جامعه را می‌سازد. سهم رفتار قصدمندانه‌ی خود کنش‌گران در دلیل تراشی کنش از دست می‌رود» (گیدنز، 1384: 115-114). گیدنز معتقد است که هر بازتولید اجتماعی بر کاربست و بازکاربست آگاهانه‌ی قواعد و منابع توسط کنش‌گران در زمینه‌های اجتماعی مستقر استوار است.

در نظریات کارکردگرایانه (غیر مارکسیستی)، و بالاخص در نظریات کنش متقابل نمادین، هم که بر مفهوم نقش و آزادی کنش‌گر در فرایند جامعه‌پذیری و ایفای نقش در نظام اجتماعی اشاره شده است، مفهوم نقش اگرچه به گونه‌ای معرفی شده که اجازه «بازی آزاد» را به کنش‌گر اجتماعی می‌دهد ولی، به قول گیدنز «بخش اعظم این نظریات بر ویژگی معین نقش‌ها تاکید دارد. این ایفای نقش است که شخص شاید بتواند بر آن نفوذ و کنترل داشته باشد نه بر خود نقش. از این رو این تحلیل‌های اجتماعی اغلب دوگانگی کنش/ساختار را تداوم می‌بخشد که کاملاً در نظریه‌ی اجتماعی ریشه دوانیده است» (1384: 118).

¹. process of socialization

غالب نظریات مطرح در بحث اجتماعی شدن (چه در حوزه علوم اجتماعی و چه در حوزه علوم رفتاری)، به نیمه نخست قرن بیستم برمی گردد. از خصوصیات بارز این دوره این است که «خانواده»، چه در سطح گسترده و چه در سطح هسته‌ای، رکن اصلی نظام اجتماعی را تشکیل می‌دهد و به تبع آن نقش حساس و کلیدی را در تحلیل مسائل اجتماعی، که یکی از آن‌ها چگونگی اجتماعی شدن کودک است، بازی می‌کند. بنابراین طبیعی است که خانواده متغییر اصلی تحلیل‌ها و نظریات دانشمندانی را که در این دوره در خصوص اجتماعی شدن نظریه‌پردازی نمودند را به خود اختصاص بدهد. خانواده به‌عنوان یک نهاد پر قدرت اجتماعی نقش محوری در بحث‌های اجتماعی - کردن کودک و جامعه‌پذیری افراد داشته است. و متغییرهای دیگر چون مدرسه و همسالان در رده‌های بعدی مورد توجه بوده‌اند. عامل رسانه هم به دلیل شرایط اجتماعی هنوز موجودیت خود را به‌عنوان یک پدیده‌ی اجتماعی نیافته بود، اگر هم بحثی راجع به رسانه می‌شود عموماً مختص به تلویزیون و رادیو، آن هم در سطح بسیار محدود، است. اما امروزه عوامل و متغییرهای اجتماعی شدن از دایره‌ی خانواده، همالان و مدرسه فراتر رفته است. عوامل اجتماعی شدن سنتی (خانواده، مدرسه و همالان) دچار تغییر و دگرگونی‌های اساسی شده‌اند و قدرت تاثیرگذاری سابق را ندارند و از طرف دیگر عوامل جدیدی ظهور پیدا کرده‌اند که نه تنها فرد جامعه‌پذیر شونده را، بلکه حتی خانواده، مدرسه و همالان را هم متأثر ساخته‌اند. عامل رسانه همان‌طور که اشاره شد در گذشته به‌عنوان یک پدیده‌ی اجتماعی مطرح نبود. اما امروزه در نتیجه پیشرفت‌های برق‌آسای تکنولوژی ارتباطات، به قول کاستلز¹، باعث رخداد انقلاب الکترونیکی و دیجیتالی گردیده است و به تعبیری، دهکده‌ی جهانی مک‌لوهان را واقعیت بخشیده‌اند.

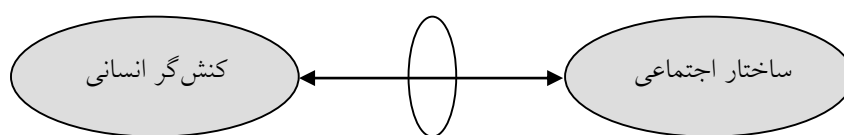
البته باید توجه داشت، تأکید بر رسانه و به ویژه "در معرض فضای مجازی قرار گرفتن" در این جا به هیچ روی به منزله تک عاملی بودن فرایند جامعه‌پذیری در دوره جدید نیست، و همچنین نفی نقش و تأثیر دیگر عوامل (به ویژه خانواده) در شرایط فعلی جامعه ایران نیز نمی‌باشد. مدعای نظری تحقیق این است که در دوره جدید، مجموعه‌ای از عوامل جدید، در نتیجه ظهور پدیده جهانی شدن و گسترش تکنولوژی‌های ارتباطی و اطلاعاتی، در فرایند جامعه

¹. Castells, M.

تئوری پارسونز و سایر تئوری‌هایی که تاکنون در صدد تبیین فرایند اجتماعی شدن برآمدند، از سطوح خرد و روانشناختی (فروید، پیاز، بلوم، مید، کولی) تا سطوح میانی و کلان (دورکیم، مرتون، هومنز)، همگی به دلیل آن که متأثر از شرایط نظام اجتماعی عصر خود بودند برای تبیین و تفسیر دو مرحله اول و دوم جامعه‌پذیری کارایی دارند. لذا برای شرایط جدید و دوره سوم اجتماعی شدن، به دلیل آنکه متغیرها و عواملی را که در این مرحله ظاهر شده‌اند را در تحلیل خود نیاورده‌اند، نمی‌توانند از عهده تبیین آن برآیند. بر این اساس ما در این جا برای تبیین نظری مسالهای خود از دو تئوری که هم تغییرات عصر حاضر را مورد توجه قرار داده و هم کاستی‌های تئوری قبلی را بر طرف می‌نماید، بهره می‌جوییم: تئوری «ساختاربندی» گیدنز و تئوری «دو جهانی شدن».

1- تئوری ساختاربندی^۱

تلاش گیدنز در طرح نظریه‌ی ساختاربندی فائق آمدن بر دوآلیسم تاریخی ساختار- عاملیت است. او با نقد دیدگاه‌های سلف خویش؛ کارکردگرایی ساختاری و کنش متقابل نمادین، چهره سیال‌تری از نظام اجتماعی را به نمایش می‌گذارد. از نظر گیدنز تقسیم‌بندی اساسی در جامعه‌شناسی و نظریه‌ی اجتماعی، همان است که میان دو رویکرد به تحلیل اجتماعی وجود دارد: رویکرد عامل‌محور و رویکرد ساختار‌محور. «رویکرد اول به افراد، مقاصد و نیت‌ها، انگیزه‌ها، باورها، یا ارزش‌ها، به منزله‌ی عوامل شکل‌دهنده به زندگی اجتماعی توجه دارد. رویکرد دوم برای تبیین زندگی فردی و اجتماعی بر فرایندهایی همچون پویای سازمانی یا طبقاتی تاکید دارد» (سیدمن، 190: 1386). گیدنز در طرح نظریه‌ی «ساختاربندی» خود، مفهوم «دوگانگی ساختار» را به کار می‌گیرد تا دیدگاه و رویکرد خود را به عمل اجتماعی نشان دهد. به اعتقاد او «ساختارهای اجتماعی هم وسیله‌ی کنش‌اند یا کنش را ممکن می‌سازند، و هم خود به وسیله کنش اجتماعی بازتولید می‌شوند» (همان: 191). از نظر گیدنز، نکته‌ی کلیدی این است که حیات اجتماعی نه مجموعه‌ای از کنش‌های فردی و نه مجموعه‌ای از ساختارهای اجتماعی است بلکه به مثابه فرایندی در نظر گرفته شده است که مفهوم کلیدی آن عمل اجتماعی به‌شمار می‌آید و دارای دو جنبه‌ی «عاملانه»^۲ و «ساختاری»^۳ است.



بازتولید ساختارها از طریق

تجدید اعمال کنش‌گران فردی

نمودار 1: فرایند بازتولید کنش و ساختار، برگرفته از سیتانگر^۵

بر این اساس گیدنز در تحلیل اجتماعی خود، نقش فعال و آگاهانه‌ای برای کنش‌گران در بازتولید اجتماعی قائل می‌شود. به اعتقاد او «هر بازتولید اجتماعی بر کاربست و بازکاربست آگاهانه‌ی قواعد و منابع توسط کنش‌گران در زمینه‌های اجتماعی مستقر استوار است» (همان: 116). گیدنز با نقد مفهوم نقش، که در ادبیات جامعه‌شناختی

1. Structuration

2. agent

3. structure

4. agentic

5. Situngkir Hokky

(به‌ویژه کارکردگرایی) به منزله‌ی حلقه‌ی اتصال رشد شخصیت از یک طرف و ساختارهای نهادمند جامعه از طرف دیگر قلمداد شده است، معتقد است که از این منظر، «جامعه‌پذیری» فقط ناظر بر پذیرش و سازگاری کودک با نقش‌هایی است که برای ایفای آن‌ها در جامعه فراخوانده می‌شود.

گیدنز وظیفه‌ی نظریه‌ی اجتماعی را جستجو برای غلبه بر دوگانگی سنتی سوژه و ابژه در تحلیل بازتولید اجتماعی می‌داند. او می‌نویسد: «باید از هر نوع توضیحی درباره‌ی جامعه‌پذیری اجتناب کنیم که یا سوژه را تعیین شده ابژه‌ی اجتماعی (به‌عنوان فردی که صرفاً توسط جامعه شکل گرفته است) فرض می‌کند یا برعکس، ذهنیت را به‌عنوان خصلت ذاتی انسان‌ها بدیهی می‌انگارد که نیازی به تبیین ندارد» (گیدنز، 1384: 122-121). به اعتقاد گیدنز جامعه‌پذیری را باید عنصر تداوم بازتولید اجتماعی یا عنصر زمان‌مندی ذاتی فرایند اجتماعی دانست تا چیزی که صرفاً به زمان‌مندی تکوین شخصیت در کودک اطلاق می‌شود.

گیدنز به مدد تحلیل ساختاربنندی خود، سه انتقاد اصلی بر موضع دورکیمی و پارسونزی وارد می‌سازد. و معتقد است که با درنظر داشتن این سه نکته، فرایندهای جامعه‌پذیری در دوره جدید برای توضیح سازمان نهادی نظام‌های اجتماعی اساسی است: اول، جامعه‌پذیری چیزی شبیه نقش‌پذیری منفعلانه‌ی هر «فرد» از «جامعه» نیست. کودک از همان تجربیات اولیه‌اش، مشارکت‌کننده‌ی فعال در وابستگی متقابل تعامل و دخالت فزاینده در جامعه است. دوم، جامعه‌پذیری درست در نقاط خاصی از زندگی فرد متوقف نمی‌شود؛ یعنی زمانی که فرد عضوی بالغ از جامعه شده است (برخلاف دیدگاه‌های روانشناختی و روانشناسی اجتماعی، که اجتماعی‌شدن را عموماً به دوران کودکی محدود می‌کردند). بلکه جامعه‌پذیری را به‌گونه‌ای باید فهمید که عملاً به کل چرخه‌ی زندگی فرد راجع است. سوم این‌که نمی‌توان به نحوی شایسته از فرایند جامعه‌پذیری صحبت کرد مگر با تسامح زیاد. اجتماعی‌شدن را نمی‌توان بر حسب واژگانی با منطق یک‌سویه درک کرد؛ یعنی به‌عنوان مجموعه توانایی‌های که صرفاً در یادگیرنده ذخیره می‌شود. بلکه اجتماعی‌شدن، در سطح شناختی، متضمن زمینه‌ها ارتباطی «گفت و شنودی» است (گیدنز، 1384: 130-128).

گیدنز با برقراری یک رابطه دیالکتیکی و متقابل بین عوامل اجتماعی‌کننده (ساختار) و فرد اجتماعی‌شونده (کنش‌گر)، جامعه‌پذیری را فرایندی دوسویه فرض می‌گیرد که نه فقط کودک بلکه والدین و سایر کسانی را که در تماس با کودک هستند را نیز درگیر می‌سازد. یعنی همان‌طور که کودک از والدین و افرادی که در اجتماعی‌شدن او سهیم‌اند تاثیر می‌پذیرد، متقابلاً بر آن‌ها نیز تاثیر می‌گذارد. بچه‌ها والدین را خلق می‌کنند همان‌طوری که والدین بچه‌ها را. و به قول گیدنز بهتر است «جامعه‌پذیری را توالی نسل‌ها در نظر بگیریم نه الحاق کودک به درون جامعه» (گیدنز، 1384: 130).

به این ترتیب با توسل به نظریه گیدنز، تا این جا، دو ضعف اساسی تئوری‌های کلاسیک برطرف می‌گردد. اول این‌که گیدنز نقش فعال و آگاهانه‌ای را به فرد اجتماعی‌شونده قائل می‌شود و رابطه ساختار و فرد جامعه‌پذیر را یک رابطه دوسویه می‌داند. دوم، اجتماعی‌شدن را فرایندی پیوسته در نظر می‌گیرد که از ابتدا تا انتهای زندگی فرد را شامل می‌شود.

2- تئوری دوجهانی‌شدن¹

¹. dua globalization

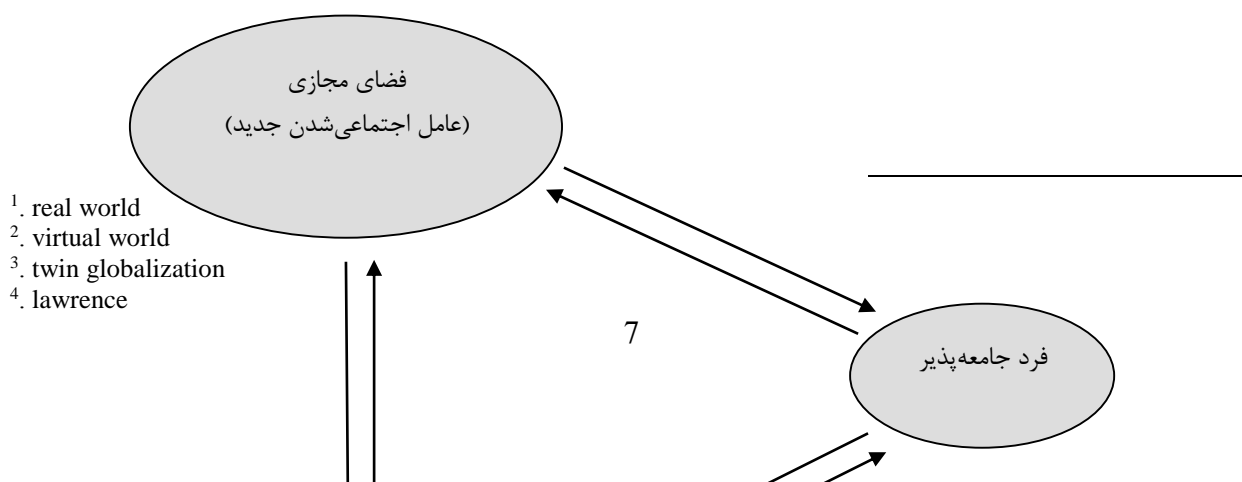
پارادایم دوج جهانی شدن، قائل به دو نوع جهان در فضای زندگی روزمره امروز ما انسان‌هاست. جهان اول، «جهان واقعی»^۱ است. جهانی که از قبل بوده و انسان در ساخت آن هیچ نقشی نداشته و گذشتگان ما، فقط این نوع جهان را تجربه کرده‌اند. جهان دوم، «جهان مجازی»^۲ است که عمر آن به بیش از چند دهه نمی‌رسد. این جهان، نتیجه انقلاب تکنولوژی ارتباطی و اطلاعاتی و ساخته دست انسان است (عاملی، 1382).

به اقتضای این دو نوع جهان متفاوت از هم، دو نوع جهانی شدن موازی هم خواهیم داشت. اثرات دیالکتیکی این دو فضای جهانی بر زندگی انسان‌ها مهم‌ترین دغدغه امروزه و آینده ما را شکل می‌دهد. «این دو جهان در بسیاری از موارد تبدیل به دوقلوهای به هم چسبیده خواهند شد که تعامل فردی و اجتماعی در قلمروهای بسیار، بستگی به تعامل‌های دو جهانی دارد و ما مواجه هستیم با دو جهانی شدن‌های به هم چسبیده»^۳ که حذف یکی از آنها موجب زوال دیگری نیز می‌شود» (عاملی، 1383: 55). لارنس^۴ معتقد است؛ مهم‌ترین تغییری که فضای دوج جهانی شدن به وجود آورده، تغییر در روابط انسانی و شکل‌گیری هویت‌های جدید است. در واقع، روابط چهره به چهره سنتی، در سطح وسیعی جای خود را به روابط در فضای مجازی، مثل رابطه با واسطه کامپیوتر و یا با واسطه‌ی وسایل ارتباط از راه دور و یا وسایل ارتباط جمعی داده است (به نقل از عاملی 1383). با این توصیف مهم‌ترین تغییر در زندگی امروزه انسان‌ها، که آینده جهان را رقم خواهد زد، رقابتی شدن این دو جهان متفاوت باهم دیگر است. ظهور جهان جدید، یعنی جهان مجازی، بسیاری از روندها و نگرش‌ها و ظرفیت‌های آینده جهان را به خود اختصاص خواهد داد.

این فضا و جهان جدیدی که ظهور یافته، پروسه‌ی اجتماعی شدن افراد را وارد مرحله‌ای نموده که متفاوت از گذشته است. اگر در گذشته افراد؛ محدود در مرزهای جغرافیایی جامعه خود بودند، کم اطلاع (اگر نگوییم بی-اطلاع) از وقایع و رویدادهای که در دیگر نقاط جهان روی می‌دهد، و شناخت کمتری (و در بسیاری از مواقع ناآشنا) از ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگ‌ها و خرده فرهنگ‌ها داشتند، امروزه تکنولوژی‌های ارتباطی و فضای مجازی برآمده از آن، این امکان را سهل و سریع‌تر و دسترس‌تر نموده است. و از طرفی عوامل اجتماعی شدن گذشته (خانواده، مدرسه، همالان) را دگرگون نموده و حتی آن‌ها را متأثر از عوامل نوپدید کرده که ساخته‌ی این شرایط جدید است، و در گذشته مطرح نبودند. در این فضای شکل‌گرفته، افراد و حتی خود عوامل اجتماعی‌کننده سابق، متأثر از عوامل و مراجعی‌اند که فرسنگ‌ها دور از محیط جغرافیایی، روند هویت‌یابی و فرهنگ‌پذیری آن‌ها را شکل می‌دهند. «با تحول جامعه مدرن، فرایند خودشکل‌پذیری بازتابی‌تر و بازتر می‌شود. و افراد برای ساختن هویتی منسجم برای خود، بیش از پیش به منابع جدیدتر متوسل می‌شوند» (تامپسون، 1380: 60).

مدل نظری تحقیق

بر اساس این دو تئوری (ساختاربندی و دوج جهانی شدن)، مدل نظری این تحقیق به شکل زیر می‌باشد:



نمودار 2: مدل نظری تحقیق

فرضیه‌ها

فرضیه اول: بین عوامل جامعه‌پذیری و فرد جامعه‌پذیر با شرط عامل فضای مجازی رابطه است. به عبارت دیگر در دوره جدید، فضای مجازی بعنوان عامل جدید جامعه‌پذیری، هم فرد جامعه‌پذیرشونده و هم دیگر عوامل جامعه‌پذیری سنتی (خانواده، مدرسه و همالان) را تحت تاثیر قرار می‌دهد.

فرضیه دوم: در دوره جدید وزن و ترکیب عوامل جامعه‌پذیری (خانواده، مدرسه، همالان و رسانه) در مقایسه با دو دوره قبل دگرگون شده است.

روش تحقیق

موضوع پژوهش و مسائل و مشکلات، یا به‌طور خلاصه پیچیدگی‌های پژوهش و امکانات تحقیق، به کار بردن یک فن را مجاز و در مقام مقایسه با سایر فنون بر صواب می‌سازد (پیران، 1382).

در این تحقیق برای پاسخ به سوال خود در سطح تجربی، متناسب با ماهیت و اهداف تحقیق، و به دلیل امتیاز روش کیفی در جذب و دستیابی به نظرهای شخصی و نظرهایی که در ارتباط با زندگی هستند و از آن ناشی می‌شوند (دلاور، 1374)، از روش کیفی با تکنیک مصاحبه عمیق استفاده نموده‌ایم. از آن‌جا که تحقیق به بررسی فرایند جامعه‌پذیری در میان سه نسل می‌پردازد بنابراین تحلیل آن در سطح کلان¹ صورت می‌گیرد. واحد تحلیل تحقیق، با توجه به نوع تحلیل و نگاه محقق، نسل (نسل اول، نسل دوم و نسل سوم)، و از آن‌جا که ما از تک‌تک افراد جمع‌آوری اطلاعات نمودیم، واحد مشاهده در این‌جا فرد (دانش‌آموز، پدر و پدربزرگ) می‌باشد. جامعه آماری

1. پژوهش‌های اجتماعی در سه سطح تحلیل می‌شوند: سطح تحلیل خرد، میانه و کلان. موضوعی که برای پژوهش انتخاب می‌شود ممکن است در سطح خرد یا در سطح کلان یا در هر دو سطح و یا در سطح میانه باشد (ساعی، 1381)

نسل سوم تحقیق، دانش‌آموزان سال اول و دوم دبیرستان‌های پسرانه از سه منطقه 2، 12 و 19 شهر تهران انتخاب شده‌اند. جامعه آماری نسل دوم و اول به ترتیب پدر و پدر بزرگ دانش‌آموزان (نسل سوم) است. حجم نمونه به صورت هدف‌دار 90 نفر، از هر نسل 30 نفر است. «نمونه‌برداری کیفی به‌گونه کلی شامل واحدهای کوچک در مطالعه عمقی است. برخی از متون پژوهشی تعداد واحدهای نمونه را برای گروه‌های همگون، 6 الی 8 واحد و برای گروه‌های ناهمگون بین 12 تا 20 پیشنهاد می‌کند. نمونه‌ها اغلب بین 4 تا 40 شرکت‌کننده را شامل می‌شود» (کوزل به نقل از هومن، 1385: 91-92). اگرچه قاعده محض یا راهنمایی خاصی برای حجم نمونه در تحقیق کیفی وجود ندارد، اما اغلب متون پژوهشی، مناسب بودن حجم نمونه را بسته به سوال پژوهش، منابع مادی، زمان، عمق و محتوای مطالعه انجام گرفته می‌دانند و محقق با توجه به این پارمترها در انتخاب حجم نمونه آزاد است (ماکسول 1995؛ هالیدی 2002). در این تحقیق با توجه به ناهمگونی گروه‌ها (که در این‌گونه موارد حجمی بین 12 تا 20 پیشنهاد شده) و با در نظر گرفتن محدودیت‌های منابع مالی و زمانی، جهت اطمینان بخشی بیشتر، حجم نمونه برای هر نسل 30 نفر که در مجموع 90 نفر می‌باشد، انتخاب شده است که با توجه به مطالب گفته شده، کفایت و تناسب لازم را داراست. از میان انواع شیوه‌های نمونه‌گیری در پژوهش‌های کیفی، در این تحقیق، شیوه‌ی نمونه‌گیری تصادفی هدفمند¹ مورد استفاده قرار گرفته است. این نوع نمونه‌گیری را گاهی نمونه‌گیری قضاوتی² نیز می‌نامند. این شیوه مستلزم یک نمونه‌ی تصادفی با استفاده از روش‌های تحقیق کمی است، اما برخلاف تحقیق کمی هدف از انتخاب این نمونه‌ی تصادفی، معرف بودن جامعه نیست بلکه هدف حصول اطمینان از به‌کارگیری یک شیوه‌ی نمونه‌گیری غیراریب می‌باشد؛ به این معنی که پژوهشگر با انتخاب نمونه، قصد تاثیر بر نتیجه تحقیق را ندارد بلکه از این طریق بر اعتبار یافته‌های تحقیق خواهد افزود (گال و همکاران، 1382). در این نوع نمونه‌گیری از آن‌جا که محقق با محدودیت جدی امکان تعمیم‌پذیری مواجه است، بنابراین با قصد و نیت خاص سراغ انتخاب نمونه‌ها می‌رود (سفیری، 1387: 59). در پژوهش حاضر، ما هم برای انتخاب نمونه‌ها، سراغ آن‌هایی رفتیم که اولاً پدر و پدربزرگ آن‌ها در قید حیات بوده و ثانیاً دسترسی به آن‌ها امکان‌پذیر باشد. در این تحقیق بنا به محدودیت زمان و هزینه تحقیق و محدودیت مصاحبه، متغییر جنس را کنترل کرده و تنها یک جنس (مرد) را وارد جامعه‌ی آماری خود نمودیم. از طرف دیگر برای کنترل سن پاسخ‌گویان از افراد نسل اول و دوم خواستیم که تجربه‌ی اجتماعی شدن خود را در دوره سنی که هم‌سن افراد نسل سوم بودند بیان کنند تا تجربه اجتماعی شدن هر سه نسل در یک دوره سنی مشخص بررسی شود. مثلاً اگر نوه یا فرزند خانواده (نسل سوم) در حال حاضر 15 یا 16 سال دارد، پدر و پدربزرگ خانواده هم با تداعی و یادآوری خاطرات و تجربیات خود در سن 15 یا 16 سالگی به سوالات جواب بدهد. و همچنین برای کنترل پایگاه اجتماعی نسل‌ها، هر سه نسل را از یک خانواده انتخاب نمودیم.

تعریف مفاهیم

1- جامعه‌پذیری: آلن بیرو (1370) در فرهنگ علوم اجتماعی، اجتماعی شدن را فرایندی روانی - اجتماعی تعریف می‌کند که بر پایه‌ی آن شخصیت اساسی فرد تحت تاثیر محیط، و مخصوصاً نهادهای تربیتی، دینی و خانوادگی، شکل می‌یابد (363). در این تعریف عوامل اصلی اجتماعی‌کننده همان عوامل سنتی هستند که قبلاً

1. purposive random sampling

2. judgmental sampling

راجع به آن‌ها بحث نمودیم. گیدنز تا حدودی تعریف متمایزی از اجتماعی شدن ارائه می‌دهد. او اجتماعی شدن را فرایندی می‌داند که طی آن کودک ناتوان به تدریج به شخصی خودآگاه، دانا و ورزیده در شیوه‌های فرهنگی که در آن متولد گردیده است تبدیل می‌شود (1379: 86). اجتماعی شدن در نگاه گیدنز نوعی «برنامه‌ریزی فرهنگی» نیست که در آن کودک تاثیراتی را که با آن‌ها برخورد می‌کند به‌طور انفعالی جذب نماید. از مجموع این تعاریف می‌توان این تعریف را استخراج نمود: اجتماعی شدن یا جامعه‌پذیری، فرایندی که از طریق آن فرد با ارزش‌ها، هنجارها، نگرش‌ها و ایستارهای مورد پذیرش فرهنگ جامعه‌ی خود آشنا گردیده و آن‌ها را درونی می‌سازد. این فرایند، همان‌طور که گیدنز هم اشاره می‌کند، یک فرایند دوسویه است؛ هم جامعه‌پذیرکننده و هم جامعه‌پذیرشونده، هر دو آگاهانه و فعالانه در این فرایند سهیم هستند.

در این تحقیق برای سنجش جامعه‌پذیری افراد، پنج بُعد جامعه‌پذیری را به‌عنوان معرف، در نظر گرفتیم¹: جامعه‌پذیری فرهنگی، جامعه‌پذیری اجتماعی، جامعه‌پذیری ورزشی، جامعه‌پذیری سیاسی و جامعه‌پذیری دینی. برای سنجش هر کدام از این ابعاد تعدادی سوال مطرح نمودیم که در پیوست‌ها به صورت جدولی نشان داده شده است. البته ناگفته روشن است که ابعاد جامعه‌پذیری امروزه به اقتضای حوزه‌های تخصصی زندگی افراد بیش از این‌هاست. اما در این تحقیق با علم به این موضوع، به لحاظ محدودیت‌های متعددی² که با آن مواجه بودیم تنها این پنج بُعد (که به نظر معرف‌های اصلی و کلیدی بودند) را انتخاب نمودیم.

2- عوامل جامعه‌پذیری: عوامل جامعه‌پذیری، «نمایندگان جامعه هستند که در طی مراحل رشد، شیوه‌های زندگی و به‌طور کلی فرهنگ را انتقال می‌دهند» (محسنی، 1378: 107). به عبارت دیگر عواملی هستند که در طول زندگی فرد، ارزش‌ها و هنجارها و آداب و رسوم جامعه را به او انتقال می‌دهند. این عوامل عبارتند از خانواده، دوستان و معاشران، مدرسه و رسانه‌ها صوتی - تصویری (که باعث شکل‌گیری یک فضا و جهانی به نام فضای مجازی گردیده‌اند که امروزه نقش و تاثیرات به‌سزایی در فرهنگ‌سازی و هویت‌سازی افراد بلاخص جوانان بازی می‌کنند). در این تحقیق برای سنجش تاثیر هر یک از این عوامل، سوالاتی را طرح نمودیم (به پیوست‌ها رجوع شود).

3- فضای مجازی: از نگاه دیوید بل³ (2001) فضای مجازی فقط مجموعه‌ای از سخت افزار نیست، بلکه مجموعه‌ای از تعاریف نمادین است که شبکه‌ای از عقاید و باورها را در قالب دادوستد ردوبدل می‌کنند. از این تعریف برمی‌آید که این فضا می‌تواند عامل اساسی در فرهنگ‌سازی و هویت‌سازی و به‌تبع آن تاثیر مهمی در روند اجتماعی شدن افراد داشته باشد. در این تحقیق برای سنجش میزان برخورداری و آشنایی پاسخ‌گویان با فضای مجازی 11 سوال از مصاحبه‌شوندگان پرسیدیم (به پیوست‌ها رجوع شود).

³. مفهوم جامعه‌پذیری، مفهوم بسیطی است که برای شرح و سنجش آن ناگزیر باید به ابعاد آن نیز اشاره شود. در این تحقیق هدف از طرح و بررسی ابعاد، صرفاً سنجش جامعه‌پذیری افراد بوده است. از آن‌جا که تعریف جامعه‌پذیری یک تعریف عام بوده، در این پژوهش برای سنجش این مفهوم (در سطح تجربی) کمتر به این تعریف عام پرداخته‌ایم. برای سنجش آن به ابعاد آن توجه کرده‌ایم و از بین این ابعاد پنج بُعدی که برای سنجش میزان جامعه‌پذیری فرد عموماً کاربرد دارد را با مشورت اساتید صاحب‌نظر انتخاب کرده‌ایم.

1. از طرفی حجم و وسعت سوالات این اجازه را نمی‌داد، چرا که اگر به همه موارد اشاره می‌کردیم زمان مصاحبه بسیار طولانی‌تر می‌شد و عملاً قابل اجرا نبود. و از طرف دیگر بنابر ماهیت ۶ ساله و موضوع، هدف این تحقیق پرداختن به انواع ابعاد جامعه‌پذیری نیست. و بسیاری از محدودیت‌ها که عملاً دست محقق را در سنجش ابعاد مختلف اجتماعی شدن کوتاه می‌نمود.

³. Bell, D.

یافته‌های تحقیق

داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها به صورت جداول مقایسه‌ای بین سه نسل، تنظیم شده است. یافته‌ها در دو بخش «ابعاد جامعه‌پذیری» و «عوامل اجتماعی شدن» ارائه می‌شوند.

1_ ابعاد جامعه‌پذیری

1. جامعه‌پذیری فرهنگی: جامعه‌پذیری فرهنگی یکی از ابعاد مهم جامعه‌پذیری افراد به‌شمار می‌رود. این بُعد نقش اساسی در شکل‌دهی هویت فرد دارد. از طرفی تغییرات و تاثیراتی که امروزه، در نتیجه فرایند جهانی‌شدن، روند جامعه‌پذیری افراد را متحول نموده، بیشتر متوجه این بُعد بوده است. بروز مسائل و مفاهیمی چون: بحران هویت فرهنگی، تهاجم فرهنگی، گسست فرهنگی و استعمار فرهنگی، دلیلی بر این مدعاست.

جامعه‌پذیری فرهنگی، پشتوانه سرمایه‌ی فرهنگی است. در این جا برای روشن ساختن مفهوم «سرمایه فرهنگی» لازم دانستیم این مفهوم را تعریف و انواع آن را دسته‌بندی کنیم.

بورديو (1986) سرمایه فرهنگی را مجموعه نمادها، عادات، منش‌ها، شیوه‌های زبانی، مدارک آموزشی، ذوق و سلیقه‌ها و شیوه‌های زندگی که به‌طور غیر رسمی، بین افراد شایع است تعریف می‌کند. کالینز سرمایه فرهنگی را شامل منابعی نظیر مکالمات از پیش اندوخته در حافظه، شیوه زبانی، انواع خاص دانش یا مهارت، حق ویژه تصمیم‌گیری و حق دریافت احترام می‌داند (ترنر، 2000). بورديو سه شکل سرمایه فرهنگی را از هم تمیز می‌دهد: الف) سرمایه متجسد یا درونی‌شده¹: نوعی سرمایه خودآموخته و توانایی‌های بالقوه‌ای است که ماحصل کار شخص روی خود و صرف هزینه مستقیم از سوی شخص بصورت صرف وقت است. رفته‌رفته این سرمایه جزء جدانشدنی و اعمال عادت‌گونه شخص می‌شود و تثبیت درونی می‌یابد و در واقع با جسم فرد حد و مرز یکسان دارد (تاجبخش: 1384).

ب) سرمایه فرهنگی عینیت‌یافته²: به شکل اشیاء مادی و رسانه‌هایی چون نوشته‌ها، نقاشی‌ها، بناهای تاریخی، ابزارها و غیره عینیت می‌یابد که در حالت مادیت خود قابل انتقال است.

ج) سرمایه فرهنگی نهادینه‌شده³: این سرمایه فرهنگی به‌وسیله صلاحیت‌هایی که رسماً از طریق آموزش و تحصیلات و نیز سایر اشکال دستاوردهای اجتماعی که قابل رتبه‌بندی هستند به افراد اعطا می‌شود. بورديو تحصیلات را نمودی از سرمایه فرهنگی می‌داند. سرمایه فرهنگی نهادینه‌شده این امکان را بوجود می‌آورد که صاحبان این صلاحیت‌ها با هم مقایسه شوند و حتی با نشاندن فردی به جای دیگری مبادله شوند. مدرک تحصیلی، سند تخصصی فرهنگی است و به دارنده‌اش ارزش قراردادی تضمین‌شده حقوقی درازمدت انتقال می‌دهد (تاجبخش، 1384).

بورديو بازتولید و انتقال سرمایه اجتماعی، فرهنگی و سمبلیک را تحت‌الشعاع فرآیند جامعه‌پذیری می‌داند که از خانواده آغاز می‌شود. بی‌شک هر جامعه‌ای برای ارتقای سرمایه فرهنگی خود سعی در انتقال درست و صحیح ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی خود به افراد تازه‌وارد به جامعه دارد. یافته‌ها نشان می‌دهند که در بین نسل جدید با کاهش این‌گونه سرمایه فرهنگی مواجه هستیم.

جدول 2: مقایسه تجربه جامعه‌پذیری فرهنگی نسل اول، دوم و سوم

1. Embodied

2. Objective

3. Institutionalized

نسل سوم	نسل دوم	نسل اول
1- پایین بودن سواد منابع و مراجع آموزشی	1- بالا رفتن سواد در نتیجه ورود افراد به مدرسه	1- پایین بودن سواد
2- عدم علاقه به آشنایی با شخصیت‌های فرهنگی و تاریخی	2- بالا بودن مطالعه غیردرسی و در نتیجه شناخت و آشنایی بیشتر با شخصیت‌های تاریخی و ادبی	2- شناخت و آگاهی نسبی و شفاهی افراد از مسائل فرهنگی و شخصیت‌های تاریخی و ادبی
3- بی تفاوتی به مسائل ملی و میهنی	3- حس برتر وطن‌دوستی و هویت ملی	3- حس برتر وطن‌دوستی و هویت ملی
4- کاهش شدید نقش خانواده در تصمیم‌گیری‌های فرد	4- کاهش نسبی نقش و جایگاه خانواده به دلیل ظهور دو عامل مدرسه و همسالان	4- خانواده تنها مرجع و نهاد تصمیم‌گیری
5- آزادی‌های فردی بالا	5- وجود آزادی‌های نسبی فردی	5- پایین بودن آزادی‌های فردی
6- تنوع و تکثر صنایع فرهنگی بالاخص صنایع جهانی	6- تلویزیون و مطبوعات هم در کنار رادیو	6- رادیو تنها وسیله فرهنگی
7- تنوع و تعدد انواع فیلم‌ها و سبک‌های موسیقی و همچنین نماد ابراز وجود و هویت‌بخشی	7- فیلم و موسیقی در حد کم و به‌عنوان سرگرمی و تفریح	7- ماهیت نداشتن مقولاتی مثل فیلم و موسیقی
8- استقبال از مُد و الگوهای جدید	8- نبود مُد و مُدگرایی	8- نبود مُد و مُدگرایی
9- تجمل‌گرایی و رفاه‌طلبی	9- ساده‌زیستی و قناعت	9- ساده‌زیستی و قناعت
10- ترجیح مصالح فردی به جای مصالح جمعی	10- ترجیح مصالح جمعی به جای مصالح فردی	10- ترجیح مصالح جمعی به جای مصالح فردی
11- هنجارآفرینی‌های جدید، تنوع ارزش‌ها و خرده‌فرهنگ‌های جدید و گاه متضاد با ارزش‌های مرسوم جامعه	11- پذیرش هنجارها و ارزش‌های موجود	11- پذیرش هنجارها و ارزش‌های موجود
12- کاهش سرمایه فرهنگی	12- بالا بودن سرمایه فرهنگی	12- بالا بودن سرمایه فرهنگی

2-1 جامعه‌پذیری اجتماعی: جامعه‌پذیری اجتماعی هم یکی دیگر از ابعاد مهم و اساسی در فرایند جامعه‌پذیری افراد به شمار می‌آید. هم جامعه‌پذیری فرهنگی و هم اجتماعی، هر دو، سازنده‌ی دو نوع سرمایه‌ی غیرمادی (سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی) هستند که نقش حیاتی و ضروری برای جوامع دارند. بررسی این دو بُعد از جامعه‌پذیری و به تبع آن سنجش دو نوع سرمایه فرهنگی و اجتماعی در اغلب تحقیقات و پژوهش‌ها، نشان از اهمیت بالای این دو مقوله در جامعه‌ی امروز دارد. در متون پژوهشی تعاریف متعددی از سرمایه اجتماعی بعمل

آمده؛ بورديو (1986) سرمايه اجتماعي را مجموعه منابع بالفعل و بالقوه‌اي مي‌داند كه با عضويت در شبكه‌هاي اجتماعي كنش‌گران بوجود مي‌آيد و بطور جمعي از سرمايه شخصي پشتيباني مي‌كند. به نظر كلمن سرمايه اجتماعي مجموعه‌اي از معيارها، شبكه‌هاي اجتماعي و روابط (بين بزرگسالان و فرزندان، بين والدين دانش‌آموزان با يكديگر) مي‌باشد. شبكه‌هاي اجتماعي به واسطه تعهدات و انتظارات دوطرفه، اعتماد، سازگاري عملكرد فعالان شبكه و تقويت يكديگر، ايدئولوژي‌ها و ارزش‌هاي مشترك و ثبات مي‌توانند موثر واقع شوند (كلمن، 1988: 100-101). در واقع كلمن ارتباطات را به‌عنوان ايجادكننده منابع سرمايه مي‌داند كه «با ايجاد تعهدات و انتظارات بين فعالان، ساخت اعتماد در محيط اجتماعي، و باز كردن كانال‌هاي ارتباطي به عنوان معيارهائي براي متخلفان و مفت‌خورها عمل مي‌كنند» (فيلد، 1386: 38). كلمن سرمايه اجتماعي را پلي بين رفتار فردي و جمعي مي‌داند به اين معنا كه اگرچه نوعي دارايي فردي است اما وجود آن منوط به منابع ساختاري اجتماعي است چرا كه افراد در ساختار فعاليت مي‌كنند. اثربخشي اين منابع ساختاري نيازمند پروسه موفق جامعه‌پذيري است.

جامعه‌پذيري اجتماعي، نحوه‌ي آمادگي و ورود يك فرد از محيط خانواده به محيط جامعه را نشان مي‌دهد. هر جامعه‌اي در اين فرايند بر آن است كه از افراد منفرد و جداگانه، شهروندان اجتماعي ساخته كه بتوانند عضوي فعال در جامعه‌اي باشند كه در آن زيست مي‌كنند.

مصاحبه‌هاي اين بخش براي هر سه نسل با 9 سوال انجام شد. محورهاي موضوعي سوالات شامل: مشاركت اجتماعي، اعتماد اجتماعي، فردگرابي يا جمع‌گرابي، ديدوبازديد با دوستان و آشنايان بود. يافته‌ها نشان مي‌دهند كه در اين بُعد از جامعه‌پذيري هم ما شاهد تفاوت‌هاي نسلي چشمگيري بين نسل اول و دوم با نسل سوم هستيم.

جدول 3: مقايسه تجربه جامعه‌پذيري اجتماعي نسل اول، دوم و سوم

نسل اول	نسل دوم	نسل سوم
1- اعتماد بالاي اعضاي خانواده و فاميل به‌همديگر	1- اعتماد بالاي اعضاي خانواده و اقوام درجه يك	1- اعتماد بالا به اعضاي خانواده و دوستان
2- پيوندها و همبستگي‌هاي عميق خانوادگي و خويشاووندي	2- پيوندها و همبستگي‌هاي بالاي خانوادگي	2- پيوندهاي نسبي خانوادگي و همبستگي‌هاي بسيار ضعيف خويشاووندي
3- روابط چهره به چهره و عاطفي و صميمي همه اعضا فاميل	3- روابط چهره به چهره به اعضاي خانواده	3- روابط چهره‌به‌چهره و صميمي پايين اعضاي خانواده
4- تقسيم كار ساده	4- تقسيم كار پيچيده	4- تقسيم كار پيچيده
5- مشاركت بالاي خويشانودان در مسائل مختلف همديگر	5- مشاركت نسبي اعضا در خانواده خانواده و بيرون از محيط خانواده	5- مشاركت بسيار پايين افراد در داخل و بيرون خانواده
6- خانواده‌ي گسترده	6- خانواده‌ي هسته‌اي	6- خانواده‌ي هسته‌اي
7- فردگرابي بسيار پايين	7- فردگرابي بسيار پايين	7- فردگرابي بسيار بالا

8- احترام و پذیرش هنجارهای و ارزشهای اجتماعی مرسوم	8- احترام و پذیرش هنجارهای و ارزشهای اجتماعی مرسوم	8- احترام و پذیرش هنجارهای و ارزشهای اجتماعی مرسوم
ارزشهای اجتماعی مرسوم	ارزشهای اجتماعی مرسوم	ارزشهای اجتماعی مرسوم
9- سرمایه اجتماعی بالا	9- سرمایه اجتماعی بالا	9- سرمایه اجتماعی بسیار پایین

3-1 جامعه‌پذیری ورزشی: جامعه‌پذیری ورزشی، مقوله‌ی جدیدی است که امروزه وارد حوزه جامعه‌پذیری شده است. و به همین دلیل، همان‌گونه که یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد، این بُعد از جامعه‌پذیری برای نسل اول و دوم از موضوعیت آنچنانی برخوردار نیست.

تخصصی‌شدن حوزه‌های مختلف زندگی، ابعاد جامعه‌پذیری افراد را هم متنوع‌تر و متکثرتر ساخته‌است. از جمله این‌ها می‌توان به حوزه ورزش اشاره نمود که امروزه خود عامل و مجرای مهمی برای الگوگرایی و هنجارپذیری افراد، بالاخص نسل جوان و نوجوان، گشته است. رشته‌ها، آداب و مقررات، چهره‌ها و شخصیت‌ها ملی و جهانی ورزشی و همچنین تماشای مسابقات مختلف به‌صورت حضوری یا از طریق رسانه‌های تصویری، شعارها و تکیه کلام‌های ورزشی و موارد مختلف دیگر، همگی از نمادها و شاخص‌های تاثیرگذاری‌اند که ارزش‌ها و هنجارهای جدید، و گاهاً متمایز از هنجارهای مقبول جامعه، را به افراد معرفی و القا می‌کنند. در مجموع مصاحبه‌ها نشان دادند که نمونه‌های نسل سوم امروزه با یک فضای جدید جامعه‌پذیری، به اسم جامعه‌پذیری ورزشی مواجه‌اند که بسیاری از الگوهای رفتاری و پوششی آنان را شکل می‌دهد.

جدول 4: مقایسه تجربه جامعه‌پذیری ورزشی نسل اول، دوم و سوم

نسل اول	نسل دوم	نسل سوم
1- مطرح نبودن ورزش به‌عنوان یک پدیده‌ی جداگانه	1- ورزش به‌عنوان یک پدیده‌ی اجتماعی همساز با سایر ابعاد اجتماعی شدن	1- ورزش به‌عنوان یک بُعد اجتماعی شدن جدید
2- تداخل فعالیت‌های بدنی با فعالیت‌های روزمره افراد	2- ورزش به‌عنوان یک پدیده جداگانه و مجزا از سایر فعالیت‌ها	2- ورزش به‌عنوان یک پدیده جداگانه و مجزا از سایر فعالیت‌ها
3- نبود ارزش‌ها و هنجارهای جداگانه ورزشی	3- ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی و دینی جامعه در محیط ورزشی	3- موج عظیمی از ارزش‌ها و هنجارهای جداگانه و گاه متضاد با فرهنگ جامعه
4- دیدگاه مذهبی و سنتی به ورزش	4- دیدگاه مذهبی در کنار دیدگاه مدرن	4- دیدگاه مدرن و تخصصی و غیردینی
5- بازی‌ها و تفریحات سنتی و محلی	5- بازی‌ها و تفریحات سنتی در کنار رشته‌های ورزشی جدید	5- بازی‌ها و تفریحات جدید و دیجیتالی شده
6- رشته‌های و محیط‌های ورزشی محدود	6- رشته‌های و محیط‌های ورزشی متنوع و کثرت ورزش‌های مختلف فکری و جسمی	6- تنوع و کثرت ورزش‌های مختلف فکری و جسمی

7- وجود نهادها و موسسات مربوط به ورزش	7- رشته‌های و محیط‌های ورزشی محدود و ظهور کلوب‌ها و باشگاه‌های خصوصی
	8- مطبوعات و رسانه‌های ورزشی متنوع
	9- ورزش‌ها و بازی‌های رایانه‌ای و اینترنتی
	10- ورزش به عنوان یک ابزار تبلیغاتی فرهنگی
	11- بیشتر تماشای مسابقات و برنامه‌های ورزشی در مقایسه با انجام فعالیت‌های ورزشی
	12- الگوپذیری از شخصیت‌ها و بازیکنان ورزشی

1-4 جامعه‌پذیری سیاسی: جامعه‌پذیری سیاسی یکی دیگر از ابعاد جامعه‌پذیری است که برای دولت‌ها از اهمیت و حساسیت بالایی برخوردار است. طبق تعریف آلموند، جامعه‌پذیری سیاسی فرایندی است که از طریق آن ارزش‌ها و ایستارهای سیاسی افراد شکل می‌گیرد (آلموند و دیگران، 1381).

در تحقیق حاضر برای سنجش تجربه جامعه‌پذیری سیاسی افراد نمونه 21 سوال در حین مصاحبه از آنان پرسیده شد. این سوالات بر اساس محورهای مشارکت سیاسی، دانش سیاسی، اعتماد سیاسی، احساس تعلق سیاسی و نگرش سیاسی تنظیم گشته بودند. یافته‌های مصاحبه‌ها نشان دادند که امروزه دانش‌آموزان در محورهای مورد آزمون جامعه‌پذیری سیاسی (مشارکت سیاسی، دانش سیاسی، اعتماد سیاسی، احساس تعلق سیاسی و نگرش سیاسی) طبق انتظارات جامعه پیش نرفته‌اند. مشارکت پایین نسل سوم در جریان‌ات و فعالیت‌های سیاسی و اجتماعی (مثل: نماز جمعه‌ها، راهپیمایی‌ها، مراسمات و سخنرانی‌ها) می‌تواند ریشه در ابعاد فرهنگی و اجتماعی جامعه‌پذیری و پایین بودن سرمایه‌های فرهنگی و اجتماعی این نسل داشته باشد که موجب تضعیف پایه‌های ارزشی و اعتقادی آنان هم گردیده است.

امروزه با وجود فن‌آوری‌های ارتباطی، که دسترسی به منابع اطلاعاتی مختلف را سهل و ممکن می‌سازد، دانش‌آموزان از آگاهی و دانش سیاسی پایینی برخوردارند. تحقیقات و پژوهش‌های انجام گرفته¹ در این زمینه هم مؤید یافته‌های تحقیق حاضر است.

¹ . در این زمینه نگاه کنید به پایان‌نامه‌های زیر:

- جمشید روشن «جامعه‌پذیری سیاسی نوجوانان تهران»، دانشگاه امام صادق.
- ابوطالب گل‌وردی «سنجش میزان تحقق جامعه‌پذیری سیاسی رسمی در نسل جدید انقلاب»، پژوهشکده امام خمینی و انقلاب اسلامی.
- محمد میرزایی ماکیان «بررسی تاثیر نوع روابط خانوادگی بر جامعه‌پذیری سیاسی دانشجویان دانشگاه تهران» دانشگاه تهران.
- محمدرحیم صفری «جامعه‌پذیری سیاسی و مشارکت سیاسی» دانشگاه علامه طباطبائی.

جدول 5: مقایسه تجربه جامعه‌پذیری سیاسی نسل اول، دوم و سوم

نسل اول	نسل دوم	نسل سوم
1- پایین بودن سطح سواد	1- سطح سواد بالا	1- سطح سواد بالا
2- کمبود منابع اطلاعاتی و ارتباطی (فقط رادیو)	2- وجود منابع و مجاری ارتباطی و اطلاعاتی (رادیو، تلویزیون، مطبوعات و کتاب)	2- وجود منابع و مجاری ارتباطی و اطلاعاتی متنوع و متکثر
3- دانش و آگاهی سیاسی بسیار پایین افراد	3- دانش و آگاهی سیاسی بالا	3- دانش و آگاهی سیاسی پایین
4- نگرش سیاسی خنثی و محافظه‌کار	4- نگرش سیاسی رادیکال و انقلابی	4- نگرش سیاسی خنثی و بی‌تفاوت به مسائل و رویدادهای سیاسی
5- مشارکت سیاسی بسیار پایین	5- مشارکت سیاسی بالا در فعالیت‌های رادیکال و مخالف نظام	5- مشارکت سیاسی بسیار پایین
6- کنش انفعالی در خصوص رویدادها و اتفاقات سیاسی	6- کنش فعال و آگاهانه نسبت به اتفاقات و مسائل سیاسی	6- کنش انفعالی در خصوص فعالیت‌ها و اتفاقات سیاسی

1-5 جامعه‌پذیری دینی¹:

جامعه‌پذیری دینی هم از حوزه‌های حساس و مهم اجتماعی کردن افراد است که امروزه اهمیت و جایگاه آن در قیاس با گذشته به مراتب افزون‌تر گشته است. معمولاً در این حوزه، جامعه سعی می‌کند تا به بوا سطره عوامل و مجاری موجود، ارزش‌ها و هنجارها و به عبارتی فرهنگ دینی مورد پذیرش خود را به نسل‌هایی که پا به عرصه اجتماعی می‌گذارند، انتقال دهد. هر جامعه‌ای تلاش دارد که این فرایند را مطلوب‌تر و با هزینه پایین و با نیروی کنترلی و نظارتی کمتری به انجام رساند. برای این منظور درونی‌ساختن ارزش‌ها و هنجارها و باثبات نمودن آن‌ها در افراد، اولویت اصلی مجریان این امر است.

در این تحقیق با درک اهمیت و ضرورت این بُعد از جامعه‌پذیری در جامعه خود، برای سنجش تجربه جامعه‌پذیری دینی افراد مورد آزمون، مبادرت به طرح 14 سوال در موضوعات مختلف دینی نمودیم. محورهای اصلی سوالات عمدتاً؛ آگاهی به مسائل دینی، تعهد و تقید به انجام مناسک دینی، مشارکت در مجالس و مراسم دینی بودند.

جدول 6: مقایسه تجربه جامعه‌پذیری دینی نسل اول، دوم و سوم

نسل اول	نسل دوم	نسل سوم
---------	---------	---------

¹. در این تحقیق، با علم به تفاوت‌های معنایی دین با مفاهیم مذهب، فرقه، آیین و... صرفاً معنای کلی دین مد نظر بوده و از ورود به حیطه‌های مذهب و تقسیم‌بندی‌های دینی خودداری کردیم. همان‌گونه که در بخش تعریف مفاهیم ذیل تعریف جامعه‌پذیری بیان نمودیم، هدف این تحقیق ورود به حوزه‌های تخصصی و سنجش دقیق ابعاد جامعه‌پذیری نیست. بی‌شک هر یک از این ابعاد می‌توانند جداگانه در قالب تحقیق اختصاصی‌تری واکاوی و موشکافی گردند. هدف این تحقیق بررسی فرایند جامعه‌پذیری است، ورود به حوزه ابعاد جامعه‌پذیری با این نیت انجام گرفته که فهم و کمکی کند تا شناختی از نحوه جامعه‌پذیری افراد، حاصل آید.

1- دانش و آگاهی بسیار پایین دینی	1- سواد و آگاهی دینی بالا	1- دانش و آگاهی بسیار پایین دینی
2- تعهد و پایبندی بسیار ضعیف به انجام تکالیف و مناسک دینی	2- مقید و متعهد به انجام تکالیف دینی	2- مقید و متعهد به انجام تکالیف دینی
3- اکتفا به نماز و روزه به عنوان تکالیف دینی	3- گسترش تکالیف دینی از سطوح ظاهری تا سطوح اعتقادی و بینشی	3- محدود بودن تکالیف دینی و تداخل آن با سنت‌ها و رسوم ملی و محلی
4- آزادی و اختیار کامل افراد در انجام دادن یا ندادن تکالیف دینی	4- اختیار و آزادی نسبی افراد در انجام امور دینی و مذهبی	4- انجام امور دینی با نظارت و کنترل مستقیم خانواده
5- دیدگاه تعقلی در سطح پایین و گاه جدلی به مسائل دینی	5- دیدگاه تعقلی به مسائل دینی	5- دیدگاه تعبدی ارزش‌ها و هنجارهای دینی و کمتر تعقل و تعمق در آن‌ها
6- نقد و به چالش کشیدن بسیاری از ارزش‌ها و هنجارهای دینی	6- نقد و بررسی علمی مسائل دینی و شرعی	6- نبود نقد و بررسی علمی مسائل دینی و شرعی
7- تنوع و تکثر منابع و مجاری انتقال اطلاعات دینی: کتب، مطبوعات، تکنولوژی و فن‌آوری‌های صوتی و تصویری	7- مجرای انتقال اطلاعات دینی؛ کتب و مجالس دینی	7- مجرای انتقال اطلاعات دینی، گفته‌ها و شنیده‌هاست
8- مجازات قانونی برای هنجارشکنان دینی	8- مجازات اجتماعی و عرفی برای هنجارشکنان دینی	8- مجازات سنگین اجتماعی و عرفی برای هنجارشکنان دینی
9- کم‌رنگ شدن حساسیت‌ها و محدودیت‌ها در خصوص روابط محرم و نامحرم	9- رعایت شدید بحث محرم و نامحرم	9- رعایت شدید بحث محرم و نامحرم

2- عوامل اجتماعی شدن

2-2 خانواده: خانواده از اولین و مهم‌ترین عوامل اجتماعی ساختن افراد به شمار می‌آید. این عامل به‌عنوان اولین و پایه‌ترین نهاد اجتماعی نقش مهم و حساسی در فرایند تربیت و پرورش شخص بر عهده داشته است. اگرچه امروزه، با تخصصی شدن حوزه‌های گوناگون زندگی افراد و تقسیم‌کار پیچیده‌ی اجتماعی، که منجر به شکل‌گیری نهادهای متعدد با شرح وظایف مشخص گردیده است، از نقش و مسئولیت خانواده به‌عنوان یک نهاد اجتماعی کاسته است؛ اما نقش و اهمیت آن امروزه نیز مورد توجه همگان قرار دارد. به این نکته باید توجه داشت که در دوره جدید خانواده همچنان به‌عنوان یکی از عوامل اجتماعی‌شدن، نقش متفاوتی در قیاس با گذشته ایفا می‌کند. در دو دوره اول و دوم، خانواده مجرای انتقال هنجارها و ارزش‌هایی (و در بسیاری از موارد منشا شکل‌گیری آداب و رسوم بومی) است که برآمده از فرهنگ سنتی جامعه خودی است. اما در دوره جدید

خانواده به عنوان کانال بروز و ظهور پدیده‌ی مصرف‌گرایی و مُدگرایی مطرح است که این پدیده با خود موجی از ارزش‌ها و هنجارهای متفاوت و بیگانه با فرهنگ و سنت خودی را اشاعه و ترویج می‌کند. رسانه‌ها و تکنولوژی‌های ارتباطی و اطلاعاتی تاثیرات فرهنگی خود را با موجی از مصرف‌گرایی بروز می‌دهند که در این میان خانواده یکی از عوامل مهم و اصلی انتقالی به حساب می‌آید.

در تحقیق حاضر برای بررسی نقش و تاثیر خانواده در فرایند تجربه جامعه‌پذیری نمونه‌های مورد آزمون، 9 سوال در موضوعات؛ روابط عاطفی و صمیمی اعضای خانواده، مشارکت اعضاء، نفوذ و کنترل والدین بر فرزندان، تصمیم‌گیری والدین در خصوص مسائل فرزندان، آگاهی‌بخشی (در مسائل مختلف) به فرزندان، در کنار هم بودن اعضاء، پرسیده شده است.

جدول 7: مقایسه نقش عامل خانواده در نسل اول، دوم و سوم

نسل سوم	نسل دوم	نسل اول
1- کاهش نقش و جایگاه خانواده در فرایند اجتماعی کردن فرزندان	1- خانواده یکی از عوامل مهم اجتماعی کننده	1- خانواده تنها نهاد جامعه‌پذیری
2- تقسیم کار پیچیده و انتقال بسیاری از فعالیت‌ها و مسئولیت‌های آموزشی و تربیتی به نهادهای اجتماعی دیگر.	2- مجزا بودن فعالیت‌های اقتصادی و آموزشی از کانون خانواده	2- محل تمرکز فعالیت‌های اقتصادی، آموزشی، تربیتی و غیره
3- خانواده هسته‌ای و نظام فرزندسالاری	3- خانواده هسته‌ای و نظام پدرسالاری	3- خانواده گسترده و نظام پدرسالاری شدید
4- نقش و اختیار بسیار پایین والدین در الگودهی و نقش‌پذیری فرزندان	4- اختیار نسبی والدین در الگودهی و نقش‌پذیری فرزندان	4- اختیار بالا در الگودهی و نقش‌پذیری فرزندان
5- رابطه اجتماعی شدن دوسویه	5- رابطه اجتماعی شدن یک‌سویه	5- رابطه اجتماعی شدن یک‌سویه
6- ارزش‌ها و هنجارهای جدید و جهانی	6- ارزش‌ها و هنجارهای سنتی در کنار هنجارهای جدید	6- ارزش‌ها و هنجارهای سنتی
7- آزادی انتخاب فرزندان در انتخاب الگوها و مراجع نقش-پذیری و هنجارگرایی	7- اختیار و آزادی نسبی فرزندان در بعضی از مسائل	
8- تاثیرپذیری والدین در بسیاری از موارد، از ارزش‌ها و هنجارهایی که فرزندان وارد خانواده می‌کنند.		

2-2 مدرسه: مدرسه، به عنوان یکی دیگر از عوامل جامعه‌پذیری، در این تحقیق مورد بررسی و نقش و تاثیر آن در فرایند اجتماعی شدن نمونه‌های سه نسل، مورد آزمون و سنجش قرار گرفته است. برای این منظور

به تناسب شرایط هر سه نسل، مبادرت به طرح هشت سوال در موضوعاتی چون: مدت حضور فرد در مدرسه، مطالب آموزشی به فرد، نوع رابطه و تاثیر اولیای مدرسه بر افراد و الگوپذیری معلمان و اولیای مدرسه، نمودیم.

جدول 8: مقایسه نقش عامل مدرسه در نسل اول، دوم و سوم

نسل اول	نسل دوم	نسل سوم
1- مدرسه به عنوان یک عامل اجتماعی شدن مطرح نیست.	1- مدرسه خود یک عامل جامعه‌پذیری مهم بوده و همچنین مجرای بوده که از طریق آن عامل همسالان و دوستان شکل گرفتند.	1- مدرسه به‌عنوان یک عامل اجتماعی شدن بیشتر نقش آموزشی دارد
	2- تنها نهاد آموزشی و تربیتی رسمی تا مرحله دانشگاه	2- وجود نهادها و موسسات آموزشی و تربیتی متعدد در کنار مدرسه
	3- مجرای ورود رسمی فرد به جامعه است	3- یکی از مجاری ورود رسمی فرد به جامعه
	4- عاملی است که آینده و سرنوشت افراد را رقم می‌زند	4- عوامل زیادی در تعیین سرنوشت افراد دخیل هستند
	5- معرفی ارزش‌ها و هنجارهای جامعه به افراد و نفوذ و تاثیر بالا در افراد	5- تاثیر ضعیف در اجتماعی ساختن افراد
	6- مدرسه به‌عنوان خانه دوم افراد	6- مدرسه صرفاً یک نهاد آموزشی

2-3 همالان: عامل دیگری که در این تحقیق از آن به‌عنوان همالان نام می‌بریم، یکی دیگر از عوامل سنتی اجتماعی شدن است. همالان، گروه دوستان و هم‌سن و سالانی است که فرد در هر دوره از زندگی خود با آن‌ها در تعامل است. در این تحقیق برای سنجش و بررسی تأثیر این عامل در فرایند اجتماعی‌گشتن افراد مورد آزمون، تعداد هشت سوال در موضوعاتی چون: میزان معاشرت و رفت و آمد با دوستان، نوع تفریحات انجام گرفته با آن‌ها، مسائل و موضوعات مطرح در روابط دوستی و پذیرش نظرات و راهنمایی‌های دوستان، از هر سه نسل پرسیدیم.

جدول 9: مقایسه نقش عامل همالان در نسل اول، دوم و سوم

نسل سوم	نسل دوم	نسل اول
1- محیط های دوست یابی فراتر از محیط خویشاوندی و محله و مدرسه	1- علاوه بر فامیل و محله، مدرسه هم یک محیط دوست یابی به شمار می رود	1- گروه همالان و دوستان محدود به دایره خویشاوندی و محلی است
2- تعاملات علاوه بر تفریح و سرگرمی در بسیاری از موضوعات و مسائل خصوصی و شخصی هم هست	2- تعاملات علاوه بر تفریح و سرگرمی برای مسائل درسی هم صورت می گیرد	2- تعاملات عموماً در سطح بازی و سرگرمی و اتفاقات ساده روزمره
3- ارزش ها و هنجارهای همالان بسیار متفاوت و گاه متضاد با ارزش های خانواده	3- ارزش ها و هنجارهای همالان تا حدودی متفاوت از ارزش های سنتی است در عین حال که آنها را هم قبول دارند	3- ارزش ها و هنجارهای همالان همان ارزش ها و هنجارهای خانوادگی و سنتی است
4- همالان و دوستان به عنوان یک عامل بسیار مهم و تاثیر گذار در فرایند اجتماعی شدن	4- همالان به عنوان یک عامل جداگانه و مهم در فرایند اجتماعی شدن	4- همالان به عنوان یک عامل جداگانه اجتماعی شدن مطرح نیست
5- معاشرت ابعاد مختلفی پیدا کرده و در برخی موارد تا جزئی ترین و خصوصی ترین مسئله شخصی هم شامل می شود.	5- معاشرت و رفت و آمد دوستان کمتر خانوادگی و بیشتر در محیط مدرسه صورت می گیرد	5- معاشرت و رفت و آمد دوستان نزدیک و عموماً خانوادگی است
6- نقش و تاثیر همالان در رفتار و پوشش و معرفی و آشنایی مُد و تیپ روز	6- تاثیر نسبی همالان در الگودهی به رفتار و پوشش فرد	6- عدم نقش همالان در الگودهی به رفتار و پوشش فرد
7- روابط دوستان هم چهره به چهره و هم غیر حضوری	7- روابط دوستان حضوری و چهره به چهره	7- روابط دوستان حضوری و چهره به چهره

2- 4 عامل اجتماعی شدن جدید (فضای مجازی): این پدیده نوظهور، که در دوره های گذشته ماهیتی وجودی نداشت، امروزه از اهمیت به سزایی در زندگی انسان ها برخوردار گشته است، به طوری که اندیشمندان و نظریه پردازان بحث از یک نوع جهانی شدن مجازی در کنار جهانی شدن واقعی را مطرح می کنند. در این تحقیق با درک این اهمیت و ضرورت، به طرح مساله پرداخته و با توجه به داده ها و شواهد موجود، مدعی گشتیم که امروزه فضای مجازی به عنوان یک عامل مهم و تاثیر گذار هم بر فرد جامعه پذیر و هم بر عوامل اجتماعی شدن سنتی، نقش کلیدی در فرایند جامعه پذیری افراد دارد. بر این اساس برای بررسی و سنجش تاثیر این عامل جدید بر افراد مورد آزمون به طرح 11 سوال در موضوعات مختلف مرتبط با فضای مجازی پرداختیم.

جدول 10: مقایسه نقش عامل فضای مجازی در نسل اول، دوم و سوم

نسل سوم	نسل دوم	نسل اول
1- تنوع و تکثیر فن‌آوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی	1- علاوه بر رادیو تلویزیون و مطبوعات هم به عنوان رسانه‌های ارتباطی مطرح‌اند	1- رادیو تنها تکنولوژی ارتباطی حاضر با غایب
2- تجربه فضای مجازی به‌عنوان یک عامل مهم و تاثیر گذار در فرایند اجتماعی شدن افراد	2- عدم تجربه فضای مجازی به‌عنوان یک عامل اجتماعی شدن	2- عدم تجربه فضای مجازی به‌عنوان یک عامل اجتماعی شدن
3- اعتماد بیشتر به وسایل ارتباطی مثل اینترنت و ماهواره و اعتماد پایین به تلویزیون و مطبوعات		
4- استفاده از امکانات ارتباطی اینترنت (چت‌روم، ایمیل، کلوب)		
5- استفاده از وسایل صوتی و تصویری مثل: موبایل، رایانه، ماهواره، اینترنت		
6- آشنایی با شخصیت‌ها، خرده-فرهنگ‌ها و آداب جوامع دیگر بالاصح جوامع غربی		
7- الگوپذیری جوانان و نوجوانان از ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگ‌های حاضر در فضای مجازی		

نتیجه‌گیری

در این تحقیق با بررسی و نقد تئوری‌ها و کارهای تجربی انجام شده در این زمینه و با کمک دو نظریه «ساختاربندی» و «دوجوانی شدن»، به این نتیجه رسیدیم که امروزه با شکل‌گیری پدیده‌ی جهانی شدن و تغییرات عمیق و عظیمی که در ابعاد ارتباطی و اطلاعاتی زندگی افراد رخ داده، فرایند جامعه‌پذیری از چند جهت دچار تحول و دگرگونی گشته است؛ اول و مهم‌تر این که عوامل و مجاری ارزش‌پذیری و هنجارگرایی افراد امروزه در نتیجه پیشرفت و توسعه فن‌آوری‌های ارتباطی، در مقایسه با قبل متنوع‌تر و متکثرتر شده است. و از طرفی دامنه‌ی تاثیرگذاری عوامل سنتی اجتماعی شدن محدودتر و در مواردی بسیار کم‌رنگ‌تر گشته است. دوم این که رابطه‌ی بین جامعه‌پذیرکننده و جامعه‌پذیرشونده، که در گذشته به صورت یک طرفه و یک‌سویه بوده، امروزه این رابطه متقابل و دیالکتیکی گشته است. این فرایند امروزه دو سویه بوده و فرد نقش فعال و آگاهانه‌ای را در این پروسه به اجرا می‌گذارد؛ همان‌گونه که عواملی مثل خانواده و همالان بر ارزش‌پذیری و هنجارگرایی

فرد تاثیر دارند، اجتماعی شدن فرد و آشنایی او با ارزش‌ها و هنجارهای جدید و حتی نحوی اجرای آن‌ها متقابلاً بر خود این عوامل تاثیر داشته و بازاجتماعی شدن آن‌ها را متحول می‌سازد.

یافته‌های تجربی تحقیق نیز مؤید ادعای نظری و فرضیه‌های تحقیق بودند. یافته‌ها نشان دادند که فرایند اجتماعی شدن در گذار از نسل اول به نسل دوم تغییر و دگرگونی نسبی یافته است که متناسب با انتظارات جامعه بوده است و از طرفی این مقدار از تغییر و تحولات در گذار نسلی طبیعی و پیش‌بینی پذیر است. اما در انتقال از نسل دوم به نسل سوم، تغییرات و تحولات معنی‌دار و مساله‌ساز بودند. پژوهش‌های انجام گرفته در این زمینه هم شاهد این مساله و بحران هستند.

نکته دیگری که در این تحقیق حاصل شد این بود که بر خلاف تئوری‌های کلاسیک اجتماعی شدن، نقش و جایگاه خانواده در دوره جدید (در مقایسه با دو دوره اول و دوم)، در فرایند اجتماعی ساختن افراد بسیار تغییر یافته است. امروزه والدین نفوذ و تاثیری را که سابقاً بر رفتار و افکار و حتی آینده فرزندان خود داشتند، دارا نیستند. دامنه و محدوده نقش و مسئولیت خانواده‌ها در مواردی فقط به‌عنوان تامین نیازهای اولیه فرد محدود می‌شود. نگرش، بینش و الگوهای نقش‌پذیری و هنجارگرایی فرد امروزه غالباً متأثر از عوامل و مجاری است که متفاوت و متضاد با فرهنگ ملی و محلی اوست و در بسیاری از موارد ارزش‌ها و هنجارهایی که فرد وارد محیط خانواده می‌سازد، قواعد و آداب خانواده را متحول می‌سازد و در بازاجتماعی شدن والدین و اعضای خانواده تاثیرگذار می‌شود. از طرف دیگر در دوره جدید، خانواده با آنکه نقش و جایگاه قبلی خود را به‌عنوان مجرای انتقال فرهنگ سنتی و بومی خود دارا نیست ولی به کانال بسط مصرف‌گرایی و مدگرایی حاصل از رسانه‌ها و تکنولوژی‌های ارتباطی و اطلاعاتی تبدیل گشته است. به عبارت دیگر امروزه خانواده یکی از مجاری اصلی دسترسی فرزندان به محصولات و تکنولوژی‌های ارتباطی و اطلاعاتی است که با خود موجی از ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگ و سنت غیر خودی را تبلیغ و ترویج می‌کنند.

عوامل اجتماعی شدن دیگر مانند مدرسه و همالان نیز نقش و جایگاه متفاوتی در دوره جدید پذیرا شدند. اگر در دوره دوم مدرسه به‌عنوان یک مجرای انتقال ارزش‌ها و هنجارهای رسمی جامعه به افراد محسوب می‌شد و فرد تحت الگوهای تربیتی و اخلاقی ارائه شده در مدرسه و کلاس‌های درسی با انتظارات جامعه و فرهنگ خود آشنا می‌شد، امروزه نقش مدرسه تنها به امر آموزشی و ضرورت علمی تقلیل یافته است. رقابتی شدن زندگی افراد و تلاش در جهت رسیدن به مدارج بالای علمی (رشد و گسترش آموزشگاه‌ها و موسسات علمی و آموزشی شاهدی بر این احساس نیاز و ضرورت افراد برای رسیدن به مراتب بالای علمی است)، باعث رشد پدیده‌ی مدرک‌گرایی و کاهش نقش و جایگاه مدارس در زمینه تربیتی و پرورشی افراد شده است.

عامل همالان و دوستان نیز به‌عنوان یکی از عوامل مهم و سنتی اجتماعی شدن فرد، تحولات اساسی پذیرفته است. یافته‌ها نشان دادند که در دوره جدید (نسل سوم) ساخت و ترکیب گروه همالان متفاوت‌تر از قبل گشته و نوع روابط و معاشرت آن‌ها نیز دگرگونی‌های معناداری یافته است.

و نکته پایانی به عامل رسانه و فضای مجازی ساخته شده توسط رسانه‌ها اختصاص دارد. بر اساس یافته‌های تحقیق دامنه و محدوده این عامل در دوره اول مختص به رادیو (آن‌هم در سطح بسیار محدود) و در دوره دوم محدود به تلویزیون بود. از آن جا که کم و کیف این دو وسیله ارتباطی در این دو دوره به لحاظ زمان اجرای برنامه و نوع برنامه بسیار محدود بود، لذا اصلاً رسانه به‌عنوان یک عامل مجزا و مستقل جامعه‌پذیری که توان تاثیرگذاری بر رفتار و افکار افراد را داشته باشد، در این دو دوره مطرح نیست. اما در دوره سوم با پیشرفت‌های

فنی و نرم افزاری که در حوزه تکنولوژی ارتباطات به وقوع پیوسته؛ تعاملات و روابط اجتماعی افراد متحول و دگرگون گشته و از محدوده واقعی (حضور و چهره‌به‌چهره) فراتر رفته و در محیط مجازی اشکال متنوع‌تری به خود گرفته است؛ و از طرفی بسیاری از حوزه‌های زندگی امروزی افراد به اقتضای شرایط و پیچیدگی عصر جدید در تعامل با رسانه‌ها صورت می‌گیرد (کاربردهای متنوع و فراوان اینترنت در موضوعات علمی و تفریحی - سرگرمی و اخبار و اطلاعات مختلف، و شبکه‌های گسترده ماهواره‌ای، کاربردها و استفاده‌های روزافزون موبایل و بسیاری از وسایل ارتباطی و اطلاعاتی دیگر) و به قول گیدنز امروزه با دیجیتالی‌شدن زندگی روزمره افراد مواجه‌ایم. بنابراین در دوره جدید رسانه‌ها و به تبع آن فضای مجازی ساخته‌شده توسط آن‌ها، مجرا و عامل مهمی است که هم فرد جامعه‌پذیر و هم عوامل سنتی اجتماعی‌شدن را متاثر می‌سازد.

منابع

- آرون، ریمون (1381) *مراحل اساسی سیر اندیشه در جامعه‌شناسی*، باقر پرهام، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
- آکبرن و نیم‌کوف (1350) *زمینه جامعه‌شناسی*، امیرحسین آریان‌پور، تهران: انتشارات دهخدا، چاپ پنجم.
- بیرو، آلن (1370) *فرهنگ علوم اجتماعی*، باقر ساروخانی، چاپ دوم، تهران: نشر کیهان.
- پیران، پرویز (بی‌تا) "نیم‌نگاهی به فنون گردآوری اطلاعات در جامعه‌شناسی؛ مصاحبه عمیق"، *مجله رونق*، سال اول، شماره 6.
- پهلوان، چنگیز (1378) *گفتارهایی در زمینه فرهنگ و تمدن*، تهران: انتشارات پیام امروز.
- تاجبخش، کیان (1384) *سرمایه اجتماعی، اعتماد، دموکراسی و توسعه*، حسن پویان و افشین خاکباز، تهران: نشر شیرازه.
- تامپسون، جان بروک‌شایر (1382) *رسانه‌ها و مدرنیته؛ نظریه اجتماعی رسانه‌ها*، م. سعود اوحدی، تهران: نشر سروش.
- دلاور، علی (1374) *مبانی نظری و عملی پژوهش در علوم انسانی و اجتماعی*، تهران: انتشارات رشد.
- ذکایی، محمدسعید (1382) "نظریه و روش در تحقیقات کیفی"، *فصلنامه علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی*.
- روح‌الامینی، محمود (1368) *زمینه فرهنگ‌شناسی*، تهران: عطار.
- روشن، سید جمشید (1375) *جامعه‌پذیری سیاسی نوجوانان تهران*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، علوم سیاسی، دانشگاه امام صادق (ع).
- ساعی، علی (1381) *تحلیل آماری در علوم اجتماعی*، تهران: انتشارات کیان‌مهر.
- سفیری، خدیجه (1387) *روش تحقیق کیفی*، تهران: نشر پیام پویا.
- سیدمن، استیون (1386) *کشاکش آراء در جامعه‌شناسی*، هادی جلیلی، تهران: نشر نی.

- صفری، محمد رحیم (1381) **جامعه‌پذیری سیا سی و م شارکت سیا سی**، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه علامه طباطبائی.
- عاملی، سعیدرضا (1382) "دو جهانی شدن و جامعه جهانی اضطراب"، **نامه علوم اجتماعی**، شماره 21، مهرماه.
- عاملی، سعیدرضا (1383) "جهانی شدن: مفاهیم و نظریه‌ها"، **فصلنامه ارغنون**، شماره 24، تابستان، صص 1 - 58.
- علیخانی، علی اکبر (1382) **گسست نسل‌ها** (مجموعه مقالات)، تهران: جهاد دانشگاهی، پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی.
- علیخانی، علی اکبر (1386) **هویت و بحران هویت** (مجموعه مقالات)، چاپ دوم، تهران: جهاد دانشگاهی، پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی.
- فیلد، جان (1384) **سرمایه اجتماعی**، جلال متقی، تهران: موسسه عالی پژوهش تامین اجتماعی.
- گال، مردیت و بورگ، والتر و گال، جویس (1382) **روش های تحقیق کیفی و کمی در علوم تربیتی و روانشناسی**، جلد اول، احمدرضا نصر و همکاران، تهران: انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
- گل‌وردی، ابوطالب (1383) **سنجش میزان تحقق جامعه‌پذیری سیاسی رسمی در نسل جدید انقلاب**، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته جامعه‌شناسی انقلاب اسلامی، پژوهشکده امام خمینی و انقلاب اسلامی.
- گیدنز، آنتونی (1384) **مسائل محوری در نظریه اجتماعی**، محمد رضایی، تهران: انتشارات سعادت.
- گیدنز، آنتونی (1379) **جامعه‌شناسی**، منوچهر صبوری، تهران: نشر نی.
- محسنی، منوچهر (1378) **مقدمات جامعه‌شناسی**، تهران: نشر دوران.
- میرزایی ملکیان، محمد (1380) **برر سی تاثیر نوع روابط خانوادگی بر جامعه‌پذیری سیا سی داغ شجویان**، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه تهران.
- یوسفی، نریمان (1383) **شکاف بین نسل‌ها**، تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی، پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی.
- هومن، حیدرعلی (1385) **راهنمای عملی پژوهش کیفی**، تهران: نشر سمت.
- Bell, David (2001) **An introduction to cyberculture**, USA, Routledge.
- Bourdieu, Pierre (1986) **The Forms of Capital**, in Handbook of Theory and Research in the Sociology of Education, ed. John G. Richardson. New York: Greenwood.
- Holliday, Adrian (2002) **Doing and Writing Qualitative Research**, London, SAGE Publication.
- Maxwell, Joseph (1995) **Qualitative Research Design**, Applied Social Research Methodos Series, Volume 41.
- Parsons. T & R.F. Bales (1955) **Family, Socialization & Interaction** process, New york, Free press.
- Situngkir, Hokky (2003) "Emerging The Emergence Sociology", **Journal of social complexity** Vol.2/March.
- Turner, Jonathan H. (2000) "The Formation of Social Capital", **The International Bank for Reconstruction and Development**, The World Bank, Washington, US: 94-145.
- Whittaker, Jason (2004) **The cyberspace handbook**, London and New York Routledge.