

#### ۴۶ / پیش‌بینی گرایش جوانان به مدهای نامتعارف بر اساس تصور از خویشتن و تکوین شخصیت

داد که تصور از خویشتن و تکوین شخصیت می‌توانند گرایش به مدهای نامتعارف را به طور معناداری در جوانان پیش‌بینی کنند و تصور از خویشتن سهم بیشتری در تبیین گرایش به مدهای نامتعارف در جوانان دارد ( $p < 0/01$ ) نتایج پژوهش شواهدی را پیشنهاد می‌کند که تصور از خویشتن و تکوین شخصیت در گرایش جوانان به رفتارمدگرایی تاثیر دارد. لذا پیشنهاد می‌شود برای پیشگیری از گرایش جوانان به انجام رفتارهای مدگرایی، با انجام برنامه‌های روانی- آموزشی نسبت به بهبود خودپنداره و تحول شخصیت آنان اقدام شود.

**کلید واژه‌ها:** تصور از خویشتن، تکوین شخصیت، خودپنداره، مدگرایی

رفتار مدگرایی یکی از مهمترین مسائل دوران نوجوانی و جوانی است که امروزه بیش از هر زمان دیگری شیوع پیدا کرده است و یک از دغدغه های حساس این قشر پرهیجان جامعه به شمار می رود. روان شناسان درباره گرایش به مدهای نامتعارف عقاید گوناگونی دارند. بعضی از روان شناسان گرایش به مدهای نامتعارف را به دلیل روحیه نوگرایی و تنوع طلبی افراد می دانند و بعضی دیگر علت گرایش به مدهای نامتعارف را ظهور شور و اشتیاق جوانی در مسیری هدایت نشده تلقی می کنند.

بعضی از روان شناسان روان تحلیل گر معتقدند که انسان ها به دلیل سرخوردگی و نداشتن اعتماد به نفس و خودکم بینی به مدهای نامتعارف گوناگون رو می آورند و بعضی از افراد هم بدون هیچ دلیل خاصی و صرفاً به خاطر اینکه پدیده ای رایج است، رفتار مدگرایی را انجام می دهند. تعدادی از روان شناسان هم گرایش به مدهای نامتعارف را یک رفتار اجتماعی می دانند. شبکه ای از روابط اجتماعی می دانند که دارای ارزش ها و هنجارهای خاص خودشان می باشند. آنها رفتار مدگرایی را ظهور یک تاثیرپذیری روانی در سطح جامعه می دانند که اثرات آن در رفتار، گفتار، پوشش و آرایش افراد بروز می کند (الیتار<sup>۱</sup>، ۲۰۰۸). جامعه شناسان هم بر این باورند که مد و رفتار مدگرایی، ابزار، سلاح و نماد جامعه سرمایه داری و لیبرال است. جامعه سرمایه داری، تشنه تنوع طلبی است و برای بازار فروش خود مدام به دنبال جذب تقاضاهای بیشتر می باشد. جامعه لیبرال نیز از آنجایی که بر مبنای آزادی و در نتیجه، اختیار و حق انتخاب افراد پایه گذاری شده است نیاز به تنوع طلبی را از دل و جان حس می کند (دال<sup>۲</sup>، ۲۰۰۷). تقریباً از حدود قرون شانزده و هفده، دنیا شاهد رواج یافتن مد به معنای امروزی آن می باشد مدشناسی خود نوعی مردم شناسی است می توان با شناخت تاریخ مد به زمان و مکان زندگی مردم و تا حدودی چگونگی رفتار و عقاید آنها پی ببرد (لتهام<sup>۳</sup>، ۲۰۰۵).

---

1. Olitar  
2. Dale  
3. Latham

مد در طرز لباس پوشیدن، آرایش موی سر، تزیین منازل و غیره نقش داشته و در گذشته نشانه اشرافیت و طبقه مردم نیز بوده است (هنسن و رید<sup>۱</sup>، ۱۳۸۱). در قرن بیستم با فروپاشی اشرافیت و گسترش ارتباطات به تدریج مرزهای سیاسی و مذهبی درهم شکست. طرز پوشش مردم علیرغم تفاوت‌های فرهنگی میان آنها به یکدیگر نزدیک‌تر شد (کمار<sup>۲</sup>، ۲۰۰۵). در پایان قرن بیستم و با فروپاشی اتحادیه جماهیر شوروی و بلوک شرق، اندیشه‌های سرمایه‌داری با تمام قدرت و یک‌جانبه به دیگر مرزها و به خصوص کشورهای جهان سوم سرازیر شد. در این زمان بود که فرهنگ بومی خاص کشورها تضعیف شد و سرمایه‌داری برای افزایش فروش کالاهای خود و یافتن بازار فروش جدید سعی در جهانی کردن امر مد داشت و با تبلیغات وسیع خویش کشورهای جهان سوم را به سمت خود جلب نمود (هنسن و رید، ۱۳۸۱).

در جوامع ابتدایی که هنوز طبقه‌های اجتماعی شکل نگرفته بود و رقابت اقتصادی وجود نداشت، زنان و مردان، بدن‌شان را رنگ‌آمیزی و زینت می‌کردند که هیچ ربطی به مقوله زیبایی نداشت. در آن زمان لازم بود همه افرادی که به دلیل قرابت، متعلق به گروه مشخصی بودند، خود را به شکل خاصی نشانه‌گذاری کنند.

این نشانه‌ها، تنها به زینت آلات، انگشتر، الگو و مانند آن محدود نمی‌شد، بلکه به صورت شکاف و بریدگی‌هایی بر روی بدن، خال کوبی و رنگ‌آمیزی به شکل‌های مختلف و غیره خودنمایی می‌کرد. این نشانه‌ها نه تنها جنسیت هر فرد را تعیین می‌کرد، بلکه تعیین کننده گروه و موقعیت کاری هر فرد از دوره کودکی تا پیری بود. با شکل‌گیری جوامع طبقاتی این نشانه‌ها دگرگون شد و به مد و آرایش تبدیل گردید و دیگر بیان‌گر نابرابری‌های اجتماعی نبود، بلکه به عنوان نشانه‌ی تعلقات قومی، قبیله‌ای و گروهی تلقی می‌شد (کلپ<sup>۳</sup>، ۲۰۰۹).

اوج این تشخص و تمایز اجتماعی را می‌توان در دربار فرانسه و پیش از انقلاب کبیر فرانسه مشاهده کرد. شاهان، شاهزادگان و اشراف زمین‌دار و مردان و زنان آنها طبق مد روز به بهترین شکل لباس می‌پوشیدند. صورت‌های شان را پودر می‌زدند و موهایشان را

---

1. Hassen & Reid  
2. Kumar  
3. Klepp

رنگ می‌کردند، از والان‌های توردار، زینت آلات، طلا و نظیر آن استفاده می‌کردند (جونز و هیز<sup>۱</sup>، ۲۰۰۹).

در جوامع طبقاتی زن و مرد به زیبا نمودن خود توجه می‌کردند، اما مهم‌تر آن که این مدها و لوازم آرایش، زنان و مردان طبقات بالا را نشانه گذاری می‌کرد و آنان را از تهیدستان جدا می‌نمود. در آن دوران، مد نشانه تمایز طبقاتی زنان و مردان طبقه حاکم بود و آنان را از طبقات دیگر متمایز می‌ساخت (بیل<sup>۲</sup>، ۲۰۰۲). تغییر بزرگی که بعد از انقلاب فرانسه سر برآورد، تعیین پایگاه طبقاتی را به عهده زنان گذاشت تا به جای مردان که دیگر شلوار زربافت و والان توردار نمی‌پوشیدند، با استفاده از مدهای زنانه و عوامل دیگر، تمایز طبقاتی آنان را معرفی کنند (ریزمن و انگوبتا، ۲۰۰۷).

علی اصغر (۱۳۸۶) معتقد است که رفتار مدگرایی با توجه به روحیه انسانی و خصلت‌های یک جوان، پدیده‌ای هنجار مدار می‌باشد. مد برای نوجوانان و جوانان امری طبیعی است و تمایل دارند نیازها و خواسته‌های خود را حتی در زمینه پوشش نیز نشان دهند. در نظر ایشان گرایش به مد بیشتر جنبه نوگرایی دارد و تنها گرایش به مدهای بیگانه و غیر خودی مدنظر نیست. در جایی دیگر معتقد است که مدگرایی در واقع گرایش به سمت صفتی است که مورد پسند عامه مردم باشد.

شریف (۱۳۸۶) گرایش به مد و مدگرایی نوجوانان را ناشی از احساس استقلال طلبی و خودمختاری و همانندسازی با همسالان می‌داند و مدگرایی نوجوانان را زمانی خطرناک می‌داند که به مبارزه و ضدیت با رفتارهای نسل گذشته منجر شود. برک (۲۰۰۷) معتقد است که گرایش نوجوانان و جوانان به مدهای نامتعارف دارای علل متعددی می‌باشد ولی اکثر روان شناسان معتقدند که بستر اولیه زندگی جوانان یعنی خانواده و عملکرد آن در قبال جوانان و نقش آن در شکل‌گیری شخصیت یکپارچه و منسجم و کسب هویتی موفق و تعریف شده در گرایش جوانان به مدهای نامتعارف و غیر خودی نقش بسزایی دارد.

امروزه توجه به خود و خودپنداره<sup>۳</sup> از موضوعات مهم قابل بحث در روان شناسی است

1 . Jones

2 . Beall

3. self-concept

## ۵۰ / پیش‌بینی گرایش جوانان به مدهای نامتعارف بر اساس تصور از خویشتن و تکوین شخصیت

که از مفاهیم اصلی نظریه راجرز است و شامل خصوصیتی است که فرد به عنوان یک موجود منحصر به فرد در مورد خودش ادراک می‌کند. نتایج پژوهش‌ها نشان می‌دهند که تصور و پندار شخص نسبت به خود تا حدود زیادی جهت دهنده و تعیین کننده رفتار وی در تعامل با اطرافیان می‌باشد به تعبیر دیگر، خودپنداره میدان فعالیت ما را در زندگی جمعی ما مشخص می‌کند (رین و کانینگام<sup>۱</sup>، ۲۰۰۸).

در این رابطه تصور از خویشتن (خودپنداره) می‌تواند نقش موثری را در رفتار افراد ایفا کند زیرا رفتار و شخصیت فرد تحت تاثیر ادراکی است که فرد از خود دارد. اکثر پژوهشگران عقیده دارند که جوانان تمایل دارند در عین حفظ فردیت و استقلال، پیوند عاطفی خود را با دیگران حفظ نمایند و در چنین حالتی است که می‌توانند تصور از خود را بهبود بخشیده و سلامت روانی بیشتری را کسب نمایند (پارا و البوا<sup>۲</sup>، ۲۰۰۹).

افرادی که توانایی بیشتری برای تمایز عقل و احساس دارند توانایی بیشتری برای تمرکز بر مشکل دارند و راحت‌تر می‌توانند با دیگران سازگار شوند، تحقیقات روان‌شناسان نشان داده که کیفیت زندگی خانوادگی رابطه تنگاتنگی با سایر جنبه‌های زندگی روانی افراد دارد (جنایی، ۱۳۸۰).

تصور از خویشتن زیربنای تفکر است و رفتارهای اجتماعی و سلامت روانی فرد وابسته به آن می‌باشد. به طور کلی در وجود انسان سه نوع خود وجود دارد:

- ۱) خود اصلی: استعداد و نیرویی است که اگر فشار و عوامل نامساعد، رشد آن را تضعیف نکند، انسان به طور طبیعی مطابق آن استعدادها رشد می‌کند و در حقیقت خودشان می‌شوند.
- ۲) خود ایده آل: آن چیزی که فرد نیست، اما تصور می‌کند که هست یا آرزو می‌کند که آن باشد، درحقیقت خود ایده آل جانشین خود اصلی و واقعی فرد می‌شود
- ۳) خود فعلی: چیزی که فرد فعلاً هست یعنی خودی که تحت تاثیر اضطراب، تضاد و سایر جریانات عصبی شکل می‌گیرد (نادری، ۱۳۸۱).

بسیاری از روان‌شناسان اجتماعی معتقدند که انسان مفهوم در هم پیچیده‌ای از خود

را رشد می‌دهد که بر چگونگی واکنش‌های انسان در موقعیت‌های اجتماعی تاثیر می‌گذارند (بینشی، ۱۳۸۵). این طور نتیجه گرفته می‌شود که یک ارتباط مداوم بین شیوه رفتار کردن فرد در محیط و چگونگی ارزیابی خودش از رفتار خودش وجود دارد که می‌توان آن را تصور از خویشتن نامید. خودپنداره مجموعه‌ای از اعتقادات درباره ماهیت واقعی فرد و کیفیت‌های بی نظیر او و رفتار نوعی فرد می‌باشد (هاینز<sup>۱</sup>، ۱۹۹۰). همچنین راجرز خود پنداره را یک مجموعه منظم از ویژگی‌هایی می‌داند که فرد آن را جزیی از خودش تلقی می‌کند و نیز راجرز اعتقاد دارد که خود پنداره فرآیندی اجتماعی است و از طریق تماس اجتماعی حاصل می‌شود و می‌تواند موجب شکل‌گیری انواع رفتارهای اجتماعی در افراد گردد (غلامی، ۱۳۸۴).

پدیدآیی و تحول شخصیت از یک طرف تحت تاثیر پایه‌های ژنتیکی افراد می‌باشد که در هنگام تولد از والدین خود به ارث می‌برند (لارسن و باس<sup>۲</sup>، ۲۰۰۸). و از طرفی دیگر، از طریق ترکیب نیازهای ارگانیک با انتظارات اجتماعی در مراحل گوناگون جامعه پذیری و در تعامل با محیط‌های اجتماعی و فرهنگی صورت می‌گیرد (چلبی، ۱۳۸۵)

دوره نوجوانی با توجه به همزمانی آن با بلوغ و تغییرات جسمانی مربوط به آن، تحولات شناختی و عاطفی، و انتظارات اجتماعی در حال تغییر، معرف گذار مرحله تحولی چشمگیری می‌باشد (احمدی، منصور، فتحی آشتیانی، رسول زاده طباطبایی، ۱۳۸۵).

از آن جایی که شخصیت مجموعه‌ای از ویژگی‌های انسجام یافته یک شخص یا اشخاص می‌باشد که الگوهای پایدار پاسخ به موقعیت را در افراد تبیین می‌کند (شافر و کیپ<sup>۳</sup>، ۲۰۰۷) و رفتار انسان نتیجه تعامل ویژگی‌های شخصیتی و عوامل بیرونی و اجتماعی می‌باشد، ویژگی‌های شخصیتی اهمیتی اساسی در تفاوت‌های فردی و رفتار افراد دارد و از آنجایی که وراثت، محیط و موقعیت ابعاد تشکیل دهنده شخصیت هستند می‌توان نتیجه گرفت با این که شخصیت یک فرد نسبتاً ثابت و پایدار است اما در موقعیت‌های مختلف مانند موقعیت‌های مشکل‌زا تغییر می‌کند. بنابراین ویژگی‌های شخصیتی افراد پویا هستند و طی مراحل تحول

1 . Haynes

2 . Iarsen, R. J., & Buss

3 . Shaffer & Kipp

## ۵۲ / پیش‌بینی گرایش جوانان به مدهای نامتعارف بر اساس تصور از خویشتن و تکوین شخصیت

تحول روانی تغییر می‌کند (اتکینسون و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۰۷).

مد و مدگرایی امروزه به صورت معضلی درآمده است که اکثر جوامع را در زمینه‌های گوناگون فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی با مشکل اساسی مواجهه نموده است. روان‌شناسان تحولی معتقدند که گرایش به مد در دراز مدت مانع رشد شخصیت فرد می‌شود. و در نهایت خود-واقعی افراد رشد نمی‌کند. بنابراین در چنین شرایطی توانایی‌ها و استعدادهای درونی فرد فرصت رشد و بروز پیدا نخواهند کرد (جعفری، ۱۳۹۰).

لذا با توجه به نقش احتمالی تصور از خویشتن و تکوین شخصیت افراد در شکل‌گیری رفتارهای اجتماعی آنان، پژوهشگر به بررسی این سؤال پژوهشی پرداخت که آیا تصور از خویشتن و تکوین شخصیت، گرایش به مدهای نامتعارف را در جوانان پیش‌بینی می‌کنند؟

### روش

جامعه پژوهش، جوانان رده سنی ۲۰ تا ۳۰ در شهر تهران بودند که در فاصله زمانی فروردین و اردیبهشت ۱۳۹۳ به منظور تفریح و گردش به یکی از پارک‌های موجود در مناطق بیست و دوگانه در شهر تهران مراجعه کردند که به روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای چند مرحله‌ای ۱۰۰ نفر به عنوان نمونه پژوهش انتخاب شدند. روش پژوهش همبستگی بود. داده‌ها با استفاده از پرسشنامه‌های تصور از خویشتن، تکوین شخصیت و گرایش به مدهای نامتعارف جمع‌آوری شدند.

### ابزار پژوهش

مقیاس خودپنداره راجرز: برای اندازه‌گیری تصور از خویشتن از مقیاس خودپنداره راجرز استفاده شد که دارای دو فرم الف و ب می‌باشد فرم الف نگرش و احساس فرد را نسبت به خود واقعی و فرم ب نگرش و احساس فرد را نسبت به خود ایده‌آل اندازه‌گیری می‌کند مقیاس خودپنداره راجرز شامل ۲۵ جفت صفت است.

پایایی این آزمون از طریق روش کرونباخ ۰/۸۴ و از طریق تصنیف ۰/۸۷ بدست آمده

---

1 . Atkpnson & et al

است. همچنین در اجرای دیگر این آزمون روی جمعیت دانشجویان از طریق ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۶ بدست آمده است (مهمین دوست، ۱۳۸۱). نادری (۱۳۸۱) اعتبار این پرسشنامه را از طریق زوج و فرد کردن (ضریب همبستگی ۰/۸۱) و ضریب تشخیص اعتبار ۰/۸۹ بدست آوردند. در پژوهش نیسی، نجاریان و شیخانی (۱۳۸۳) که بر روی ۷۷ نفر از دانش آموزان پسر سال دوم متوسطه شهر بوشهر انجام دادند برای سنجش روایی آزمون از روش اعتبار سازه استفاده شد بدین ترتیب نمره های آزمون مذکور با نمره های حاصل از پرسشنامه عزت نفس کوپر اسمیت همبسته شده و ضریب بدست آمده برابر با ۰/۵۱ بود که در سطح ۰/۰۱ معنادار است همچنین برای بررسی روایی این آزمون از پرسشنامه خود پنداره بک استفاده شد (برهون، ۱۳۹۲).

پرسشنامه تکوین شخصیت: در این پرسشنامه، تکوین شخصیت به وسیله ۷۸ سؤال و شش مقیاس فعال گرایی، خردورزی، کنش عاطفی عام، کنترل محیط درونی و بیرونی، خود - تنظیمی و کوشش برای موفقیت مورد سنجش قرار می گیرد. جزایری (۱۳۸۴) در پژوهش خود بر روی نوجوانان شهر تهران با استفاده از روش آلفای کرونباخ ضریب ۰/۹۱ را برای این پرسشنامه بدست آورد و همچنین با استفاده از روش بازآزمایی ضریب همبستگی ۰/۸۷ را برای آن بدست آورد. برای روایی آن هم از روایی صوری استفاده نمودند و همچنین از روش روایی محتوایی بوسیله نظر متخصصان و صاحب نظران در حوزه شخصیت بدست آوردند. گرایش به مدهای نامتعارف: در این پژوهش، برای اندازه گیری گرایش به مدهای نامتعارف از پرسشنامه ۱۲ سئوالی "گرایش به رفتار مدگرایی" استفاده شد که بوسیله جعفری (۱۳۹۱) ساخته شده است. این ابزار بر اساس ابعاد روان شناختی و جامعه شناختی رفتار مدگرایی و مدخواهی تدوین شده است. در پژوهشی که در ایران بر روی دانشجویان انجام شد، اعتبار به روش تصنیف، ۰/۸۷ و با استفاده از نظر متخصصان روایی محتوایی این پرسشنامه بدست آمد.

## نتایج

میانگین و انحراف استاندارد نمرات آزمودنی ها در تکوین شخصیت، تصور از خویشتن و



## ۵۴ / پیش‌بینی گرایش جوانان به مدهای نامتعارف بر اساس تصور از خویشتن و تکوین شخصیت

گرایش به مدهای نامتعارف محاسبه شد که خلاصه نتایج در جداول زیر نشان داده شده است.

جدول ۱ شاخص‌های توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد	کمترین نمره	بیشترین نمره
تکوین شخصیت	۱۰۰	۶۸/۸۸	۹/۸۹	۵۳	۱۰۰
تصور از خویشتن	۱۰۰	۸	۳/۵۶	۶	۱۶
گرایش به مدهای نامتعارف	۱۰۰	۱۹/۷۴	۴/۵۰	۹	۳۰

در جدول ۱ میانگین و انحراف استاندارد نمرات آزمودنی‌ها در تکوین شخصیت، تصور از خویشتن و گرایش به مدهای نامتعارف نشان داده شده است.

## ۲- ارتباط بین مؤلفه آزادی عمل و تعارض بین فردی

بر اساس یافته‌های جدول (۲) ضریب همبستگی بین آزادی عمل با تعارض در سطح  $p \leq 0.05$  معنی‌دار بوده بنابراین بین آزادی عمل و تعارض رابطه معکوس وجود دارد.

جدول ۲ ضرایب همبستگی پیرسون برای تصور از خویشتن، تکوین شخصیت و گرایش به مدهای نامتعارف

متغیرها	۱	۲	۳
تکوین شخصیت	۱		
تصور از خویشتن	-۰/۱۶	۱	
گرایش به مدهای نامتعارف	** -۰/۳۶	** -۰/۵۹	۱

\*\* $P < 0.01$

مندرجات جدول ۲ نشان می‌دهد که همبستگی تصور از خویشتن و تکوین شخصیت با گرایش به مدهای نامتعارف منفی معنادار است. با استفاده از تحلیل رگرسیون چندگانه رابطه بین تصور از خویشتن و تکوین شخصیت با گرایش به مدهای نامتعارف در نوجوانان محاسبه شد.

قبل از انجام رگرسیون، مفروضه‌های نرمال بودن داده‌های "گرایش به مدهای نامتعارف"

## فصلنامه علوم رفتاری / ۵۵

و هم خطی بودن متغیرهای پیش بین یعنی تصور از خویشتن و تکوین شخصیت مورد بررسی قرار گرفت که نتایج نشان داد این دو مفروضه برقرار می باشند.

ضریب همبستگی بین تصور از خویشتن و تکوین شخصیت با گرایش به مدهای نامتعارف در نوجوانان ۰/۳۸۹ بود که ۱۵ درصد از رفتارهای گرایش به مدهای نامتعارف را تبیین می کنند.

جدول ۳ خلاصه نتایج تجزیه و تحلیل واریانس برای معناداری مدل رگرسیون

منابع تغییرات	مجموع مجزورات	درجات آزادی	میانگین مجزورات	F	سطح معناداری
رگرسیون	۳۰۳/۶۱	۲	۱۵۱/۸۰	۸/۶۲	۰/۰۰۱
باقیمانده	۱۷۰۷/۶۲	۹۷	۱۷/۶۰		
کل	۲۰۱۱/۲۴	۹۹			

متغیرهای پیش بین: تصور از خویشتن، تکوین شخصیت

متغیر ملاک: گرایش به مدهای نامتعارف

همانطور که مندرجات جدول ۳ نشان می دهد عوامل تصور از خویشتن و تکوین شخصیت در مدل رگرسیون به طور معناداری ( $P < 0/05$  و  $F=8/62$ ) گرایش به مدهای نامتعارف را در جوانان پیش بینی می کنند.

جدول ۴ خلاصه ضرایب رگرسیونی برای تصور از خویشتن و تکوین شخصیت

مدل نهایی	ضریب رگرسیون (B)	SE	ضریب استاندارد (بتا)	T	سطح معناداری
مقدار ثابت	۸	۲/۹۷		۲/۶۹	۰/۰۰۸
تکوین شخصیت	-۰/۱۷	۰/۰۴	-۰/۳۸	-۴/۰۶	۰/۰۰۱
تصور از خویشتن	۰/۲۴	۰/۰۲	۰/۴۴	۱/۵۰	۰/۰۰۱

متغیر ملاک: گرایش به مدهای نامتعارف

نتایج جدول ۴ سهم هر کدام از متغیرهای وارد شده در مدل پیش بینی گرایش به مدهای نامتعارف را نشان می دهد. همان طوری که ملاحظه می شود بزرگترین ضریب بتا

## ۵۶ / پیش‌بینی گرایش جوانان به مدهای نامتعارف بر اساس تصور از خویشتن و تکوین شخصیت

برابر با ۰/۲۴ است که مربوط به تصور از خویشتن می باشد. این نتیجه نشان می دهد که "تصور از خویشتن" سهم بیشتری در تبیین گرایش به مدهای نامتعارف دارد. به عبارتی دیگر "تصور از خویشتن" پیش‌بینی کننده قوی تری در پیش‌بینی "گرایش به مدهای نامتعارف" جوانان می باشد.

### بحث و نتیجه گیری

بر اساس یافته های پژوهش، فرضیه پژوهشی تأیید شد و نتیجه گرفته شد که بین تصور از خویشتن و تکوین شخصیت با گرایش به مدهای نامتعارف در جوانان رابطه معناداری وجود دارد. علاوه بر این از بین متغیرهای پیش بین، تصور از خویشتن سهم بیشتری در تبیین گرایش به مدهای نامتعارف در جوانان داشت که این نتیجه با نتایج پژوهش های زیمل (۲۰۰۳) و دیدگاه سانتراک (۲۰۰۸)، برک (۲۰۱۰) و اینگرسول (۲۰۰۰) مطابقت داشت.

در تبیین نتیجه بدست آمده می توان گفت که چون رفتار مدگرایی ناشی از عوامل روان شناختی و جامعه شناختی می باشد بنابراین گرایش به انجام رفتار مدگرایی در جوانان برگرفته از عوامل انگیزشی می باشد که در فرآیند تحول روانی در پی شیوه و چگونگی ارضاء نیازهای درونی و روان شناختی آنان شکل می گیرد.

در شرایطی که ارضاء نادرست و نامناسب نیازها، الگوهای شخصیتی ضعیف و انسجام نیافته ای را شکل دهد فرد به منظور پرکردن و پوشاندن ضعف های شخصیتی خودش به انجام مدگرایی به روش های گوناگونی روی می آورد. خانواده بستر اولیه تحول فرد است که باید با توجه به مراحل فرآیند تحول روانی فرد نیازهای روانی، اجتماعی و عاطفی فرد را برآورده سازد یا شرایطی را برای فرد فراهم سازد که بتوانند به توانایی های خودشان تکیه نمایند و بر اساس خود واقعی عمل نمایند و فرآیند رشد شخصی خودشان را ادامه دهند. از جمله فعالیت هایی که خانواده بواسطه ارضاء مناسب نیازهای نوجوانان به طور مستقیم یا غیرمستقیم انجام می دهند ارتباطات و درگیری های عاطفی، خودآگاهی، الگوپذیری و تقویت توانایی های شناختی است.

افزون براین، تجهیزات روانی که فرد از دوران کودکی در خانواده یاد می‌گیرد سازمان روانی خاصی را در فرد شکل می‌دهد که شیوه گذر از دوران طوفانی و پر تعارض نوجوانی را مشخص می‌کند. بسته به این که تجهیزات روانی فرد چگونه و در چه سطحی شکل گرفته باشد و سازمان روانی در چه سطحی انسجام یافته است، به همان اندازه نوجوان و جوان مفهوم واضح تر و ادراک مثبت تری نسبت به خود بدست می‌آورند و در نتیجه در فرآیند دست یابی به هویت خود موفق تر می‌باشند و پایبندی بیشتری به ارزش های خود و رفتارهای مرتبط با فرهنگ خود دارند و به همین علت بیشتر به انجام رفتارهای هماهنگ با جامعه و بهنجار روی می‌آورند.

از آن جایی که جوانان شرکت کننده در پژوهش حاضر دارای خودپنداره ضعیف و منفی بودند نمی‌توانند تعریف انسجام یافته و مشخصی نسبت به خود پیدا کنند، از طرفی دیگر وقتی ادراکات و مفهوم سازی جوان نسبت به خود ضعیف و منفی باشد تحول و تکوین شخصی او نمی‌تواند با توجه به تغییرات فرآیند تحول روانی و مسایل اجتماعی هماهنگ شود و معمولاً یک سری خلاء هایی را در خودش می‌بیند که در نهایت به صورت انگیزه های ناهشیار در مراحل بعدی فرآیند تحول شخصیت ناچاراً به انجام رفتارهایی مانند مدگرایی گرایش پیدا می‌کنند.

از طرف دیگر با عنایت به تفاوت الگوپذیری و الگوبرداری، که الگوپذیری بیشتر به صورت منفلانه صورت می‌گیرد و فرد خود ناگزیر به انجام یک سری از رفتارها و پیروی از الگوهای غیرخودی می‌بیند و هیچ گونه انتخابی انجام نمی‌دهد. در حقیقت در الگوپذیری، نوجوان و جوان الگوهای رفتاری دیگران مانند مد لباس، مدل مو و دیگر مدل های ظاهری بدن را خیلی راحت و بدون هیچ تامل و اندیشه خودی می‌پذیرد و سریع جذب و شیفته انجام رفتارهای آنان می‌شود.

در صورتی که در الگوبرداری فرد به راحتی الگوهای رفتاری دیگران را نمی‌پذیرد و در انتخاب الگوها فعالانه دست به انتخاب می‌زند. از تقلید کورکورانه دیگران خودداری می‌کند. این که فرد الگوپذیری کند یا الگوبرداری، به تجهیزات روانی او بستگی دارد که در فرآیند تحول روانی در چارچوب هویت یابی، خودپنداره و خودتصویری در دوره نوجوانی به بعد

نمود پیدا می‌کند. اگر عملکرد خانواده‌ای که فرد در دوران کودکی در آن بزرگ شده توانسته باشد این توانایی‌های روانی را در فرد تقویت نماید و به نیازهای روانی و اجتماعی فرد جواب دهند فرد توانایی لازم را برای کسب یک خودپنداره کسب کند و در نتیجه می‌تواند خوددرونی و واقعی خودش را رشد دهد و استقلال لازم را برای انجام رفتارهایش بدست آورد در تعامل با محیط بر اساس "خوددرونی و هویتش" عمل می‌کند.

به عبارتی دیگر، چون پایه‌های اساسی و خیلی مهم خود پنداره جوانان از دوران کودکی و نوجوانی در خانواده اصلی شکل می‌گیرد، لذا کمک کردن به فرآیند رسیدن یک خودپنداره مسنجم نوجوانان بخشی بسیار مهمی از عملکرد خانواده می‌باشد که در صورت موفق نبودن عملکرد خانواده، نوجوانان و جوانان نمی‌توانند از شخصیت انسجام یافته‌ای برخوردار شوند و الگوهای رفتاری مشخص و مناسبی را برای خودشان انتخاب کنند در نتیجه براحتی الگوهای رفتاری نامناسب چه داخلی و چه خارجی و غیرخودی دیگران را می‌پذیرند.

زیمل معتقد است که شخص با آزاد ساختن خود از بسیاری از قید و بندهای جامعه فردیت خودش را بدست می‌آورد، اما همین فرد آزاد شده خود را در میان فشارهای جامعه می‌یابد که دائماً به عرصه فردیت او تجاوز و تعرض می‌کنند. از دید زیمل فرد مدرن با پیگیری نمادها و نشانه‌های مد، فردگرایی را گسترش می‌دهد و به عبارتی مد دیالتیک میان شبیه بودن فرد به دیگران از یک سو و در همان حال متمایز بودن از دیگران است. به این ترتیب افراد در دنیای مدرن از طریق توجه به بدن خود به گونه‌ای سعی در متمایز کردن خود از دیگران دارند که این امر به بصری شدن هویت‌ها در افراد اشاره دارد.

به طور کلی خانواده بخصوص روابط عاطفی نامناسب والدین در سوق دادن نوجوانان و جوانان به سمت رفتارهای تقلیدی نظیر مدگرایی و همانند سازی با همسالان نقش موثری دارد از طرف دیگر کارکرد سازنده خانواده باعث ایجاد و تقویت ارزش‌های سنتی می‌گردد و آنها را به سمت مدهای متعارف و تحریف شده خودی سوق می‌دهند.

زیمل (۲۰۰۳) هم معتقد است که حل نمودن مسئله مد گرایی باید از درون خانواده

شروع شود. ابتدا نوع و شیوه رفتار با نوجوانان در خانه شناسایی شود بعد در صدد تقویت الگوهای رفتاری برآمد که بتواند آنها را با والدین هماهنگ نماید و موجبات تقویت و تحول شخصیت و هویت آنها را فراهم سازد در آن صورت است که جوانان به جای پیدا کردن الگوهای بیرونی و بیگانه می توانند به نیروهای درون زاد و خود انگیزته متوسل شوند و دیگر نیازی به مدگرایی و نوگرایی در خود احساس نمی کنند.

### منابع

- اتکینسون، ریتال، اتکینسون، ریچاردسی، اسمیت ادواردای؛ بم؛ داریل چ؛ هوکسی؛ سوزان نولن. (۲۰۰۷). *زمینه روانشناسی*، ترجمه براهنی، محمد تقی و همکاران (۱۳۸۷)، تهران، انتشارات رشد.
- احمدی، مهرانز؛ منصور، محمود؛ فتحی آشتیانی، علی؛ رسول زاده طباطبایی؛ کاظم. (۱۳۸۵). اثربخشی آموزش انگیزش پیشرفت و تمرین حرمت خود بر تحول نظام خود در سطح تحول شناختی. *عینی و انتزاعی. مجله روانشناختی*، ۳۲، ۱۵-۲۷.
- برک، لورای. (۲۰۰۷). *روان شناسی رشد*، جلد ۲. ترجمه، یحیی سید محمدی. (۱۳۹۲). تهران: نشر ارسباران.
- بیهون، مهری. (۱۳۹۲). *رابطه سبک‌های فرزندپروری و طرح‌واره‌های ناسازگار اولیه با خودهای ممکن در دانشجویان*. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ابهر.
- بینشی، عبدالباسط. (۱۳۸۵). *بررسی رابطه جمع‌گرایی فرهنگی، خودپنداره وابسته و سازگاری اجتماعی دانشجویان شهید بهشتی*، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی.
- جزایری، مهناز. (۱۳۸۵). *تاثیر ساختار خانواده بر تکوین شخصیت پیشرفته*. پایان نامه کارشناسی ارشد، تهران، دانشگاه الزهراء.
- جعفری، اصغر. (۱۳۸۶). *رابطه کارآیی خانواده و دینداری با سلامت روان در دانشجویان*. طرح پژوهشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ابهر.

## ۶۰ / پیش‌بینی گرایش جوانان به مدهای نامتعارف بر اساس تصور از خویشتن و تکوین شخصیت

- جنایی، کتابون. (۱۳۸۰). بررسی تعاملات درونی خانواده و سلامت روان دانش‌آموزان پایه سوم راهنمایی شهرستان بروجرد. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت معلم.
- چلبی، مسعود. (۱۳۸۵). بررسی تجربی نظام شخصیت در ایران. تهران: موسسه پژوهشی رسا.
- ریزمن، ل.، انگویتا، م. (۲۰۰۷). جامعه‌شناسی قشرها و نابرابری‌های اجتماعی. ترجمه محمد قلی پور. (۱۳۸۸). انتشارات آوای کلک، چاپ دوم.
- رئیسی، فاطمه. انیسی، جعفر. یزدی، سیده منوره. زمانی، مریم. رشیدی، سمیه. (۱۳۸۷). مقایسه سلامت‌روان و شیوه‌های فرزندپروری در بین افراد معتاد و غیرمعتاد. مجله علوم رفتاری، دوره ۲، شماره ۱.
- شریف، خلیل. (۱۳۸۶). مدگرایی در ایران. هفته‌نامه روان‌شناسی اجتماعی تپش. ۳، ۴۷-۳۴.
- علی اصغر، فاطمه. (۱۳۸۶). مدگرایی. هفته‌نامه روان‌شناسی اجتماعی تپش. ۳، ۵۶-۶۸.
- غلامی، یونس (۱۳۸۴). بررسی مقایسه‌ای انگیزه‌ی پیشرفت و خودپنداره‌ی دانش‌آموزان پایه‌ی هشتم کشورهای مختلف با پیشرفت تحصیلی علوم آنان در تکرار سومین مطالعه‌ی بین‌المللی ریاضیات و علوم. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه شهید بهشتی.
- مهین دوست، زینب. (۱۳۸۱). رابطه خودپنداره، جایگاه مهار و عزت نفس با بهداشت روان در دانشجویان دانشگاه ایلام. تهران: انتشارات دانشگاه علم و صنعت.
- نادری، خیرالنساء. (۱۳۸۱). بررسی مقایسه بین خودپنداره با تیپ شخصیتی و آرزوهای شغلی دانش‌آموزان دختر و پسر پیش‌دانشگاهی شهرستان شهرکرد. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه الزهراء (س).
- نادری، خیرالنساء. (۱۳۸۱). بررسی مقایسه بین خودپنداره با تیپ شخصیتی و آرزوهای شغلی دانش‌آموزان دختر و پسر پیش‌دانشگاهی شهرستان شهرکرد. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه الزهراء (س).
- هسن، ج.، رید، س. (۲۰۰۲). آرایش، مد و بهره‌کشی از زنان، ترجمه افشنگ مقصودی (۱۳۸۱)، تهران: نشر گل آذین.

- Beall, J. (2002). Globalization and Social Exclusion in Cities: Framing the Debate with Lessons from Africa and Asia. *LSE Development studies Institute and Working, 11*, 20-27.
- Dale, I. (2007). *Plastic Human: How technology is changing the relationship between body and self*, BS Thesis, School of computing university of Plymouth.
- Haynes, N. (1990). Influence of self-concept on school adjustment. *Journal of Social Psychology*, 5(4), 140-145.
- Ingersol, M. (2009). identity and mode and modeling. *Journal of social psychology*, 32, 72- 85.
- Jones, M. R. & C. J. Heyes. (2009). "Cosmetic surgery in the age of gender" in Cressida J. Heyes & Meredith Jones (eds), *Cosmetic Surgery: A Feminist Primer*, Ashgate, England & USA.
- Klepp, I. G. (2009). Does beauty come from within? Beauty and well-being in Norwegian spas; *Medicine anthropology*, 21 (1), 34-42.
- Kumar, S. (2005). Exploratory analysis of global cosmetic industry: major players, technology and market trends, *Technology*, 25, 56-68.
- larsen, R. J., & Buss, D. M. (2008). *Personality psychology*. New York: McGraw-hill.
- Latham, M. (2005). The shape of things to come: Feminism, regulation and cosmetic surgery, *Medical Law review*, 16, 67-79.
- Olitar, S. (2008). Mode in adolescent behaviors. *Journal of social psychology* .32, 42-53.
- Rinn, A. N., & Cunningham, L. G. (2008). Using self-concept instruments with Highability college students: reliability and validity evidence. *Gifted Child Quarterly*, 52(3): 232-242.
- Santrock, J. W. (2008). *Life -span development*. New York: McGraw hill.



۶۲ / پیش‌بینی گرایش جوانان به مدهای نامتعارف بر اساس تصور از خویشتن و تکوین شخصیت

- Shaffer, D. R., & Kipp, K. (2007). *Developmental psychology*. New York: McGraw Hill.
- Simel, K. (2003). Mode and family relationship modeling in boys and girls and parental styles. *Journal of social psychology*, 16, 46-57.