

## مطالعه و تحلیل الگوهای جامعه‌پذیری اقتصادی کودکان شهر همدان

اسماعیل بلالی<sup>۱</sup>

راهله جعفری<sup>۲</sup>

سلیمان پاک‌سرشت<sup>۳</sup>

سعید عیسی‌زاده<sup>۴</sup>

تاریخ پذیرش: ۹۳/۳/۲۵

تاریخ دریافت: ۹۲/۱۲/۱۳

### چکیده

آگاهی کودکان از پول و مسائل اقتصادی طی فرآیند جامعه‌پذیری شکل می‌گیرد و تکوین و تغییر می‌یابد و تثبیت می‌شود. این پژوهش با استفاده از نظریات روان‌شناختی، روان‌شناسی اجتماعی، جامعه‌شناختی، و اقتصاد به مطالعه درک و استدلال و نگرش کودکان و توانایی آن‌ها در فعالیت‌های اقتصادی می‌پردازد. هدف پژوهش بررسی شکل‌گیری الگوهای خاصی از جامعه‌پذیری اقتصادی در متن، سبک، و مقطع خاصی از زندگی یک خانواده، موقعیت طبقاتی آن، و آثار و نتایج این نوع جامعه‌پذیری در کودکان دوره تحصیلی ابتدایی شهر همدان است. پژوهش به صورت کیفی و با استفاده از رویکرد نظریه زمینه‌ای و از طریق مصاحبه عمیق با ۳۶ تن از والدین انجام شد. تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد شرایط زمینه‌ای شامل طبقه خانوادگی و تحصیلات والدین و جنسیت فرزندان است. بر این اساس شاهد سه فرآیند جامعه‌پذیری مستقیم، جامعه‌پذیری غیرمستقیم، و جامعه‌پذیری جنسیتی هستیم. این نوع جامعه‌پذیری در انتها ما را به نظریه هسته‌ای «جامعه‌پذیری دوگانه» رساند. بدین صورت که جامعه‌پذیری مستقیم و غیر مستقیم به دو صورت در خانواده‌ها صورت می‌گیرد. جامعه‌پذیری جنسیتی نیز در دختران و پسران متفاوت است.

**واژه‌های کلیدی:** جامعه‌پذیری اقتصادی، خانواده، رفتارهای اقتصادی، کودکان، مطالعه

زمینه‌ای

۱. دانشیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه بوعلی سینا (نویسنده مسئول)، balali\_e@basu.ac.ir

۲. کارشناس ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه بوعلی سینا

۳. استادیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه بوعلی سینا

۴. دانشیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه بوعلی سینا

## مقدمه

جامعه‌پذیری یکی از فرآیندهای جدی و قطعی در هر اجتماع انسانی است که تداوم و ثبات آن اجتماع را میسر می‌کند. جامعه‌پذیری در مجموعه وسیعی از حوزه‌های رفتار روی می‌دهد. افراد تازه‌وارد اجتماع به صورت مستقیم و غیر مستقیم در مراحل مختلف چرخه زندگی خود روش زندگی جامعه خویش را می‌آموزند. یکی از این حوزه‌ها حوزه ارزش‌ها و نگرش‌ها و نقش‌ها و رفتارهای اقتصادی است. تحلیل رفتارهای اقتصادی گروه‌های مختلف اجتماع نشان می‌دهد به‌رغم آنکه آن‌ها در یک بستر و ساختار اقتصادی زندگی می‌کنند، تفاوت‌هایی در رفتارها و نگرش‌های اقتصادی آنان وجود دارد.

در طول پنجاه سال گذشته تغییرات بزرگی در ماهیت اقتصاد و جامعه و نیز تغییرات قابل توجهی در شیوه‌های جامعه‌پذیری اقتصادی صورت گرفته است؛ اما مشخص نیست تا چه اندازه موفق بوده است. برای موفقیت بیشتر نیازمند آن هستیم که والدین در تنظیم رفتار فرزندان خود فعال‌تر باشند (وبلی و نیهاز، ۲۰۱۲: ۳). زیرا خانواده کوچک‌ترین واحد اجتماعی، اما مهم‌ترین واحد حمایتی و تربیتی است. از طرف دیگر، از منظر اقتصادی، به‌خصوص اقتصاد خرد، درباره رفتارهای اقتصادی تحلیل خاصی ارائه نشده است؛ یعنی، با وجود اینکه اقتصاددانان درباره پول مطالب بسیاری برای گفتن دارند، بر تحلیل رفتارهای پولی و اقتصادی تمرکز محدودی داشته‌اند (فرنهام و آریگال، ۱۳۸۴: ۲۴). اما، برخلاف اقتصاددانان، انسان‌شناسان و جامعه‌شناسان بر مناسبات اجتماعی، که معاملات پولی را به‌وجود می‌آورند، تأکید می‌کنند. آن‌ها به مسائل اقتصادی از جنبه نقش‌های فردی و محتوای اجتماعی آنچه روی می‌دهد می‌نگرند. از نظر آن‌ها پول واسطه تجربه‌های اجتماعی و معیار اندازه‌گیری ارزش‌هاست و بر این باورند که نحوه کاربرد، تصور، و درکی که هر جامعه از پول دارد بر چگونگی کارکرد شبکه پولی تأثیر می‌گذارد. بنابراین، نباید اهمیت ریشه‌ها و علل اجتماعی این مسئله را نادیده گرفت (همان: ۴۵-۴۹). برای درک این موضوع که چرا و چگونه مردم پس‌انداز می‌کنند و چه عواملی تعیین‌کننده این الگوی رفتاری و جامعه‌پذیری اقتصادی است، در این پژوهش با استفاده از روش کیفی و رویکرد نظریه زمینه‌ای به دنبال فهم پدیده‌ها و زمینه‌های شکل‌گیری الگوهای خاص رفتار اقتصادی هستیم. مهم‌ترین سؤالی که این پژوهش در پی پاسخگویی به آن است این است که چگونه الگوی خاصی از جامعه‌پذیری اقتصادی در سبک یا مقطعی خاص از زندگی یا موقعیت

طبقاتی یا تصمیم‌گیری خانواده مستقر و توجیه می‌شود و آثار و نتایج این جامعه‌پذیری در کودکان چیست.

### اهمیت و ضرورت پژوهش

در گذشته تصور می‌شد رفتارها در دوران کودکی یاد گرفته می‌شوند و در سراسر زندگی باقی می‌مانند. اما مطالعات اخیر نشان می‌دهد جامعه‌پذیری به دوران کودکی محدود نمی‌شود و دوره‌ای خاص را نمی‌توان برای جامعه‌پذیری افراد در نظر گرفت.

در مطالعات مختلف، سال‌های اولیه زندگی سال‌هایی مهم در روند مدیریت پول، پس‌انداز، و رفتارهای اقتصادی شناخته شده‌اند (اولاندر<sup>۱</sup> و اسپیل<sup>۲</sup>، ۱۹۷۰؛ موسچیز<sup>۳</sup> و چارچیل<sup>۴</sup>، ۱۹۷۸؛ فارنهام<sup>۵</sup>، وبل<sup>۶</sup>، بارگوین<sup>۷</sup>، لیا<sup>۸</sup>، و یانگ<sup>۹</sup>، ۲۰۰۱، نقل در اتنو، ۲۰۰۹: ۱۲). بنابراین مطالعه فرآیند جامعه‌پذیری اقتصادی کودکان می‌تواند مؤثر باشد. فرآیند جامعه‌پذیری اقتصادی بر رفتارهای اقتصادی و اجتماعی کودک تأثیرگذار است و از آنجا که کودکان با مفاهیم غالب و توضیحات رفتار اقتصادی بیگانه‌اند شکافی جدی در فرآیند جامعه‌پذیری اقتصادی آنان ایجاد شده است.

امروزه پول تقریباً بنیان همه فعالیت‌های اقتصادی است و لازمه رسیدن به هر نوع شادمانی و خرسندی مشخص در زندگی تصاحب مقدار معینی پول است (زیمل، ۱۹۹۱: ۹)؛ در حالی که اتنو در پژوهش خود نشان داده است در سه دهه اخیر به توسعه مفاهیم اقتصادی و آموزش کودکان با این مفاهیم کمتر توجه شده است و همین مسئله بر آگاهی و درک کودکان در زمینه مدیریت پول تأثیر گذاشته است (اتنو، ۲۰۰۹: ۱۲-۱۳). لازم است مطالعه در خصوص جامعه‌پذیری اقتصادی با دقت و تأمل بالایی انجام گیرد؛ زیرا مطالعات محدودی که در این خصوص صورت گرفته اطلاعات و دانش چندانی درباره چگونگی و روند یادگیری رفتارهای اقتصادی به ما نمی‌دهد؛ به‌ویژه در ایران برای ارزیابی این حیطه تلاش اندکی شده است. با این

- 
1. Ölander
  2. Spipel
  3. Moschis
  4. Churchill
  5. Furnham
  6. Webley
  7. Burgoyne
  8. Lea
  9. Young

پژوهش می‌توان تا حدودی به شناسایی مکانیسم‌های تأثیرگذار بر جامعه‌پذیری اقتصادی کودکان پرداخت. گفتنی است نتایج این تحقیق می‌تواند به توسعه ادبیات تجربی و نظری در حوزه جامعه‌پذیری اقتصادی کمک کند.

### پیشینه مطالعاتی پژوهش

بررسی مطالعات داخلی حاکی از آن بود که تا کنون پژوهشی با نام خاص «جامعه‌پذیری اقتصادی» انجام نشده است. اما در سطح جهانی در این حوزه، به‌ویژه جامعه‌پذیری اقتصادی کودکان، مطالعات بسیاری انجام شده است. در این مطالعات بر محورهای مختلف، مانند سن، جنسیت، نژاد، فرهنگ، نقش والدین، تأثیر نهادهای آموزشی، نوع نگرش سیاسی، و پس‌انداز تأکید شده است که در ادامه به تعدادی از آن‌ها اشاره خواهد شد.

الف) رولاندلوی<sup>۱</sup> (۱۹۹۰A) در پژوهشی با نام «جامعه‌پذیری اقتصادی: مبنایی برای مقایسه جهانی»، با هدف مطالعه تعدادی از زمینه‌های تئوریک در ارتباط با تکامل کودکان و جامعه‌پذیری اقتصادی آن‌ها، با استفاده از تکنیک مصاحبه در پانزده کشور به این نتیجه رسید که درک و فهم و استدلال اقتصادی مفاهیمی هستند که هم بر دانش و هم بر تفکر درباره جهان اقتصادی دلالت دارند که اغلب از طریق تجربه به دست می‌آید. وی همچنین به این نتیجه رسید که تفاوت جنسی خاصی در دانش اقتصادی کودکان وجود دارد؛ دختران نسبت به پسران درک اقتصادی کمتری دارند.

ب) هرراه<sup>۲</sup> و فریدمن<sup>۳</sup> (۱۹۹۰) در پژوهش خود با نام «جامعه‌پذیری اقتصادی در کودکان در جامعه غرب آمریکای میانه» برای توصیف و درک فرآیند جامعه‌پذیری اقتصادی در کودکان آمریکایی با ۸۷ کودک ۸ و ۱۱ و ۱۴ ساله (دختر و پسر) مصاحبه کردند. نتایج نشان داد جامعه‌پذیری اقتصادی با افزایش سن افزایش می‌یابد و تفاوت چشمگیری در درک اقتصادی کودکان در سنین مختلف وجود دارد.

ج) فارنهام<sup>۴</sup> (۱۹۹۹) پژوهشی با نام «عادات پس‌انداز و خرج کردن جوانان» ثبت کرده است. نمونه آماری این پژوهش ۲۵۰ کودک و نوجوان بریتانیایی است. نتایج نشان داد پسران بیشتر از

---

1. Roland-Levy  
2. Jacklyn Harrah  
3. Monroe Friedman  
4. Furnham Adrian

دختران و نوجوانان بیشتر از کودکان پول‌توجیبی دریافت می‌کنند. در این پژوهش بیان شده است که پس‌اندازکردن از نظر کودکان مثبت و تأیید شده است و کودکان بر این باورند که نیازمند یادگیری درس‌هایی برای پس‌اندازکردن هستند.

د) رولاندوی (۱۹۹۰B) در پژوهش خود، با هدف مقایسه جامعه‌پذیری اقتصادی کودکان در دو کشور مختلف، پس از تجزیه و تحلیل داده‌ها، به این نتیجه رسید که توسعه مفاهیم اقتصادی میان کودکان الجزایری بسیار شبیه است به آنچه در کودکان فرانسوی وجود دارد. با این حال کودکان الجزایری از قیمت‌ها، مبادلات پولی، مکانیزم اقتصادی تولید و سود، و عملکرد و نقش جامعه‌پذیری اقتصادی سیستم خود، به‌خصوص نفوذ دولت در اشتغال و بی‌کاری، درک بهتری دارند.

مطالعات نشان می‌دهد، برخلاف کشورهای دیگر، در ایران به پژوهش در زمینه جامعه‌پذیری اقتصادی کودکان کمتر توجه شده است. تحقیقات محدود انجام‌شده نیز هر یک جنبه خاصی از این مسئله را بررسی کرده‌اند و تحقیقات کمی وجود دارد که همه جنبه‌های موضوع را هم‌زمان بسنجد. بیشتر این تحقیقات از روش پیمایش برای بررسی جامعه‌پذیری اقتصادی استفاده کرده‌اند. در پژوهش حاضر، به تعداد زیادی از این مؤلفه‌ها؛ از جمله سن، جنسیت، طبقه، فرهنگ، نقش والدین، و نگرش به پس‌انداز-هم‌زمان توجه و از رویکرد نظریه زمینه‌ای استفاده شده است.

### رویکردهای نظری

جامعه‌پذیری اقتصادی، که سنتی پذیرفته‌شده در مطالعات جامعه‌شناسی است، رهیافتی میان رشته‌ای است که سه حوزه جامعه‌شناسی، روان‌شناسی، و اقتصاد را پیوند می‌دهد. علم روان‌شناسی عبارت است از مطالعه و شناخت علمی چگونگی و چرایی ابعاد مختلف رفتار. علم جامعه‌شناسی جوان‌ترین رشته علوم اجتماعی است که رفتار اجتماعی انسان‌ها، از جمله رفتارهای اقتصادی، را مطالعه می‌کند. علم اقتصاد نیز دانش مردم و جامعه در به‌کارگیری و استخدام منابع کم‌یاب جهت تولید کالاها و خدمات گوناگون و توزیع آن‌ها میان افراد و گروه‌های مختلف جامعه برای مصرف است (اتنو، ۲۰۰۹: ۱۴). در زمینه ارتباط بین روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، و اقتصاد باید گفت ارتباط این سه به حدی است که غالباً به‌سختی قابل تفکیک از یکدیگرند. اقتصاد بیشتر به تمایلات و کردارهای مادی توجه می‌کند و جامعه‌شناسی و

روان‌شناسی همه تمایلات و کردارهای گروه‌ها و اجتماع‌ها را در نظر می‌گیرد (منتظر ظهور، ۱۳۷۶: ۳۰). جامعه‌پذیری اقتصادی فرآیندی فعال و مستمر است که طی آن افراد اطلاعات و مهارت‌ها و رفتارها و گرایش‌های لازم را برای شرکت در فعالیت‌های اقتصادی موجود در اجتماع کسب می‌کنند (انتو، ۲۰۰۹: ۳۸) و به‌کار می‌برند؛ هرچند که متأسفانه هنوز آن‌طور که باید و شاید شناخته شده نیست.

از آنجا که روش این پژوهش کیفی است و روش کیفی معطوف بر چگونگی تفسیر و درک و تجربه است و بر درک عمیق پیچیدگی‌ها و جزئیات و بافت پدیده‌های مورد مطالعه تأکید می‌کند، در این قسمت به مطالعه مبانی نظری پژوهش خواهیم پرداخت. در واقع نظریات در پس ذهن محقق قرار می‌گیرد و به طراحی سؤالات کمک می‌کند. دیدگاه‌هایی که در این مطالعه استفاده شده عبارت است از دیدگاه روان‌شناختی، جامعه‌شناسی، و اقتصاد.

### دیدگاه روان‌شناختی

صاحب‌نظران این دیدگاه جامعه‌پذیری را به معنای روند یادگیری انسان می‌دانند و آن را فرآیندی غیرعقلانی و تحت تأثیر عوامل درونی و روانی معرفی می‌کنند. در واقع این دیدگاه یادگیری را نتیجه تجربیات پیشین فرد و ماحصل ترکیب محرک‌های وارد شده به فرد از محیط خارجی و آموخته‌های قبلی وی می‌داند (زین‌آبادی، ۱۳۸۶: ۱۹۰-۱۹۱).

### نظریه شناختی<sup>۱</sup>

منظور از شناخت دانستن، یادگرفتن، به‌یادآوردن، فهمیدن، و اندیشیدن است. رشد یا تحول شناختی به تغییرات منظمی گفته می‌شود که در طول زمان در این فرآیندها رخ می‌دهد. ژان پیاژه<sup>۲</sup> یکی از پژوهشگران بنام در زمینه رشد کودک است. وی به مطالعه چگونگی تحول دانش در انسان علاقه‌مند بود و از راه جمع‌آوری اطلاعات درباره رفتارها و اندیشه‌های کودکان درصدد بود به شناسایی اعمال و افکار کودکان و بزرگسالان دست یابد. فرض پیاژه این بود که بتواند بفهمد چگونه دانش نزد کودکان ساخته می‌شود (سیف، ۱۳۸۶: ۶۸). وی چهار مرحله اصلی را به‌دست آورد؛ مرحله حسی- حرکتی (از تولد تا دوسالگی)، پیش‌عملیاتی (از دو تا

1. cognitive theory

2. Jean Piaget

هفت سالگی)، عملیات عینی (از هفت تا یازده سالگی)، و عملیات صوری (از یازده تا پانزده سالگی). ویژگی مهم مراحل رشد آن است که ساخت‌شناختی کودک در هر یک از این مراحل با ساخت‌شناختی او در مراحل قبل و بعد، از نظر کمی و کیفی، متفاوت است. همچنین ورود کودک به مرحله بعد مستلزم آن است که او مرحله قبل را طی کرده باشد. پیازه با تأکید بر این سال‌ها صرفاً می‌خواهد اهمیت زمان را نشان دهد (همان: ۷۵-۷۶). بنا بر این مراحل، تغییرات تدریجی در شناخت و فهم کودک از دنیای اقتصاد اتفاق می‌افتد و رشد و بلوغ اقتصادی آن‌ها طی مراحل مختلف صورت می‌گیرد. ژان پیازه بر این باور است که کودک بین هفت تا یازده سالگی قابلیت‌های شناختی پیچیده‌ای به دست می‌آورد و به درک درستی از ارزش و استفاده از پول می‌رسد. آنچه کودک در سنین مختلف یاد می‌گیرد به درک شرایط اقتصادی وی در بزرگسالی کمک می‌کند؛ ولی این ضرورتاً نشان‌دهنده توانایی او برای فعالیت‌های اقتصادی نیست. کودکان بین یازده تا پانزده سالگی شروع به درک مبادلات اقتصادی و نقش‌های مختلف در آن می‌کنند. در واقع نظریه شناختی بر تفاوت‌های درون‌فردی همراه رشد تمرکز می‌کند؛ یعنی هم‌زمان با رشد کودک شناخت و درک اقتصادی او نیز رشد می‌کند (هرراه و فریدمن، ۱۹۹۰: ۴۹۷).

### دیدگاه جامعه‌شناسی

از نظر این دیدگاه، جامعه‌پذیری فرآیندی عقلانی و جمعی و ناشی از اهداف و علایق و تأثیرات زندگی جمعی است (زین‌آبادی، ۱۳۸۶: ۱۹۱). بنابراین چگونگی ادراک کودکان از دنیای اقتصادی و اجتماعی، به‌ویژه در خصوص اینکه چگونه و در چه زمانی اطلاعاتی درباره مفهوم و ارزش و منبع پول به دست می‌آورند یا اینکه چه وقت به مفاهیم ویژه اقتصادی پی می‌برند، نیازمند مطالعه یادگیری کودکان در دوران کودکی و تربیت دوران اولیه و شخصیت افراد و وضعیت‌های خاص اقتصادی آنان در جامعه است.

### سبک زندگی

سبک‌های زندگی روش‌های متمایز زیستن است که گروه‌های مختلف مردم برمی‌گزینند (خادمیان، ۱۳۹۰: ۱۸) و دارای جنبه‌های عینی و مشهود و ملموس فرهنگ و نظام ارزشی در یک جامعه است (حاجیان، ۱۳۸۶: ۸). سبک زندگی الگوهای مصرفی یک فرد را در بر می‌گیرد؛ به‌ویژه اینکه افراد معاصر احساس می‌کنند هویتشان در خرید کالا و مصرف آنی است

(آزاد ارمکی، ۱۳۸۶: ۱۸). در واقع سبک زندگی یک الگوی متعارف رفتاری در مصرف است و از آنجا که هر انسانی منحصربه‌فرد است و سبک زندگی ویژه خود را دارد، رفتار مصرفی او نیز منحصربه‌فرد است و الگویی را برمی‌گزیند که با دنیای ذهنی‌اش منطبق باشد (خادمیان، ۱۳۹۰: ۱۸). البته زمانی بود که الگوهای طبقاتی در جامعه در تحلیل رفتارهای اقتصادی مبنای قرار می‌گرفت و بیشتر دارایی‌ها تعیین‌کننده بودند. اما امروزه انسان‌ها ورای دارایی‌هایشان مصرف می‌کنند که سبک زندگی این را دیکته می‌کند و انتخاب افراد را به سوی تنوع موقعیت‌ها سوق می‌دهد. اکنون مصرف‌گرایی یک ایدئولوژی معنابخش در زندگی به‌شمار می‌رود و مصرف توده‌ای مدرن بیش از اینکه مبتنی بر نیاز باشد بر اساس امیال است. به همین دلیل مثلاً برای بعضی خانواده‌ها خرید اتومبیل‌های بزرگ و گران‌افراطی و عجیب و برای بعضی دیگر ضروری و متداول است (دینه‌پارت و جفریز، ۱۹۷۱: ۱۲۲). از این رو می‌توان گفت مصرف نه‌تنها فعالیتی اقتصادی، بلکه فعالیتی اجتماعی و فرهنگی است (تیمونی، ۱۳۸۸: ۹-۲۰) و وجود تفاوت‌ها را به‌سادگی نمی‌توان به انگیزه‌های افراد برگرداند و تحلیل کرد. زیرا عوامل مهمی چون جنسیت و سن کودکان، زمینه اجتماعی خانواده آن‌ها، تحولات فرهنگی، قشربندی فرهنگی، و قریحه فرهنگی رشد کودکان متفاوت است و این موضوع بر توانایی کودکان و اشتیاق آن‌ها برای مصرف و پس‌انداز تأثیر می‌گذارد.

### نظریه بازتولید

نظریه بازتولید به دو نظریه بازتولید اجتماعی و بازتولید فرهنگی تقسیم می‌شود. طبق نظریه بازتولید اجتماعی، برنشتاین بر این باور است که فرد اصول ارتباط را فرامی‌گیرد و به تفکر و عمل در چارچوب شرایط اجتماعی خاصی می‌پردازد (شارع‌پور، ۱۳۸۳: ۷۸). نظر بوردیو این است که خانواده در حفظ و تداوم نظم اجتماعی نقش مهمی دارد و عالی‌ترین نمونه مکان انباشت سرمایه و انتقال آن به نسل بعدی است (بوردیو، ۱۳۸۰: ۱۸۹). در واقع می‌توان گفت خانواده به ساختارهای طبقاتی تداوم می‌بخشد و دسترسی افراد را به موقعیت‌ها و امکانات موجود در جامعه کنترل می‌کند. بنابراین عملیات اقتصادی کودکان تحت تأثیر بزرگسالان است (بوردیو، ۱۳۸۰: ۱۸۹-۱۹۰).

مطالعات برنشتاین در نظریه بازتولید معطوف به اشکال گفتار کودکان است. به نظر وی کودکان طبقه کارگر از قواعد محدود و کودکان طبقه متوسط از قواعد دقیق و مفصل استفاده



می‌کنند؛ زیرا والدین طبقه متوسط به بالا تمایل دارند در پاسخ‌دادن به کودکان خود توضیحاتی منطقی ارائه دهند. از نظر وی تفاوت‌های موجود در کودکان ناشی از تفاوت در ضریب هوشی نیست، بلکه ناشی از تفاوت در روابط اجتماعی است. بنابراین، کودکان طبقه متوسط سرمایه فرهنگی بیشتری دارند. از نظر برنشتاین این ساختار را نیز می‌توان در ویژگی‌های ساختارهای اقتصادی کودکان یافت (شارع‌پور، ۱۳۸۳: ۸۰-۸۳). به اعتقاد بوردیو فرد از طریق خانواده شایستگی‌ها و ویژگی‌های زبان‌شناختی و نیز ویژگی‌هایی نظیر سبک و راه روش کار را می‌آموزد. خانواده به کودک انتظار از آینده و ملاک‌های موفقیت را می‌آموزد و اطلاعات خاصی در خصوص ارزش‌های مسلط به وی منتقل می‌کند. پس منبع نابرابری خانواده است که شایستگی‌های اجتماعی و زبانی را به کودک اعطا می‌کند (همان: ۸۶-۸۷).

## دیدگاه اقتصادی

### نظریه اقتصاد رفتاری

اقتصاد، به عنوان علمی انسانی، برای مدل‌سازی و پیش‌بینی و سیاست‌گذاری و سایر کارکردهای خود نیازمند شناختی مناسب از انسان است که محور تصمیم‌گیری اقتصادی است (انصاری سامانی و همکاران، ۱۳۹۰: ۲۹). پی‌گیری نفع شخصی از موضوعاتی است که حداقل از زمان تدوین علم اقتصاد تا کنون محل تحقیقات و مناقشات بسیار بوده است (متوسلی و همکاران، ۱۳۹۱: ۸۷).

اقتصاددانان تا مدت‌ها بر آن بودند که تصمیم‌گیری‌ها و اعتقادات افراد از قوانین و اصول منطقی پیروی می‌کند و نظریه‌های خود را بر پایه جهان ایده‌آلی استوار کرده بودند که افراد در آن مانند عوامل عقلایی عمل می‌کردند و از هر فرصتی برای دستیابی به لذت و منفعت بیشتر بهره می‌بردند. اقتصاد رفتاری، با نادیده گرفتن فروض جریان رایج اقتصاد، تصمیم‌های افراد را بررسی می‌کند. طبق این نظریه بسیاری از اقتصاددانان تصدیق کرده‌اند که افراد گاه و بی‌گاه رفتار غیر عقلایی از خود بروز می‌دهند. اقتصاددانان رفتاری اثبات کرده‌اند که افراد در برخی موارد کاملاً غیر منطقی رفتار می‌کنند و انطباق تصمیم‌گیری‌ها و قضاوت‌های آن‌ها با مدل‌های عقلایی تقریباً ناممکن است. اقتصاد رفتاری در پی بیان این است که انسان‌ها برای تصمیم‌گیری‌های صحیح توانایی تام ندارند یا اگر دارند، در شرایط مختلف و در قالب‌ها و شرایط متفاوت از آن منحرف می‌شوند. امروزه اقتصاد رفتاری کاربرد وسیعی در بسیاری از حوزه‌های مطالعات اقتصاد

دارد؛ از جمله در تحلیل رفتار مصرف و پس‌انداز، تحلیل و پیش‌بینی رفتار انتخاب و واکنش در بازار سهام، تحلیل رفتار مصرف‌کننده، و غیره (همان: ۳۱-۳۲).

### جمع‌بندی مبانی نظری

در این پژوهش از رویکردهای نظری فرضیه استخراج نخواهد شد؛ بلکه با به‌کاربردن رویکردهای تئوریک تجارب مستقیم کودک مطالعه می‌شود تا مفاهیم عمده مطالعه‌شده در قالب نظامی منسجم و مرتبط، از نظر معنایی، به یکدیگر پیوند بخورد و چهارچوب مفهومی پژوهش استخراج شود. در واقع از آنجا که این پژوهش جنبه اکتشافی دارد از روش استقرایی استفاده خواهد شد و مانند روش قیاسی نظریات آزمون نمی‌شود، بلکه از نظریه برای هدایت عمومی تحقیق و ایجاد حساسیت نظری و تدوین برخی سؤال‌های عمومی جهت ورود به میدان مطالعه استفاده می‌شود. ولی هدف این است که پدیده در سایه چارچوب نظری، که در ضمن خود تحقیق پدید می‌آید، توضیح داده شود (استراس و کوربین، ۱۳۹۰: ۴۷). در واقع در نظریه‌مبنایی حساسیت نظری می‌تواند به این نوع مطالعات کمکی جدی بکند. زیرا در حساسیت نظری بر ایده‌ها و مفاهیمی که در فرآیند تحقیق ظهور می‌کنند و متکی بر تجربه‌های مشارکت‌کنندگان است تمرکز می‌شود. این ایده‌ها و مفاهیم طی فرآیندی قبل از جمع‌آوری اطلاعات شروع می‌شود و در طول جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها ادامه می‌یابد. از آنجا که در این رویکرد هدف کشف نظریه است مفاهیم حساسیت‌زا هدایتگر تحقیق‌اند. این مفاهیم حساسیت‌زا مانند حساسیت نظری و ایده‌های نظری‌اند که از نظریه‌های موجود به‌وجود می‌آیند؛ اما نه به این صورت که برای محقق نسخه‌پیچی کنند (ایمان، ۱۳۹۱: ۸۶-۸۷). نظریه‌های مطرح‌شده برخلاف تحقیق پیمایشی چارچوب تحقیق را محدود و معین نمی‌کند، بلکه اطلاعاتی در اختیار محقق قرار می‌دهد که بتواند داده‌های تحقیق را با آن‌ها مقایسه کند و او را به جریان تحقیق هدایت کند و فرضیاتی ذهنی برای او پدید آورد.

### روش پژوهش

حوزه اصلی این مطالعه دانش و شناخت کودکان از دنیای اقتصادی است. از آنجا که این پژوهش به دنبال فهم الگوها، زمینه‌ها، ارزش‌ها، نگرش‌ها و در کل فرآیند جامعه‌پذیری اقتصادی است، تحقیق با روش کیفی و با استفاده از رویکرد نظریه‌زمینه‌ای انجام می‌شود.

در روش کیفی محقق رفتارها و فعالیت‌های قابل مشاهده را در بافت طبیعی خود به صورت کامل مشاهده و تفسیر می‌کند و از گزینش جنبه‌های خاصی از رفتار می‌پرهیزد (میرزایی، ۱۳۸۹: ۷۰). این روش رویکردهای مختلفی دارد و طرح پژوهشی در هر یک از این رویکردها ابعاد متمایزی را در بر می‌گیرد. رویکرد پژوهش حاضر رویکرد زمینه‌ای است. انتخاب این رویکرد به دلیل ویژگی خاص موضوع است، که ماهیتی فرآیندی و سیال و اکتشافی دارد. تفاوت این رویکرد با سایر رویکردهای پژوهش کیفی فقدان نظریه از پیش تعیین شده و تأکید این رویکرد بر تکوین نظریه است.

در این رویکرد محقق گردآوری داده‌ها را بر حسب پیشرفت نظریه تعدیل می‌کند؛ یعنی مسیرهای اشتباه کنار گذاشته می‌شود و سؤال‌های مرتبط بیشتری به میان می‌آید. داده‌ها در حین فرآیند گردآوری بررسی و کدگذاری اولیه شروع می‌شود. از بین داده‌های جمع‌آوری شده دوباره سؤال‌هایی مطرح و به جمع‌آوری مجدد یافته‌ها پرداخته می‌شود. در واقع فرآیندی رفت‌وبرگشتی صورت می‌گیرد تا به غنای مفهومی برسد. «در فرآیند مقایسه مداوم فرضیات تحقیق ظهور می‌یابند و بر اساس داده‌های جمع‌شده یا داده‌هایی که لازم است جمع گردند آزمون می‌شوند» (ایمان، ۱۳۹۱: ۷۹).

### نحوه گردآوری داده‌ها

پژوهش حاضر جهت ارائه نظریه مستلزم گردآوری داده‌های متنی - مصاحبه‌ای عمیق است. زیرا این روش انعطاف‌پذیر و غیر رسمی است و مصاحبه‌کنندگان برای پاسخ‌دادن به پرسش‌ها آزادی کامل دارند. از آنجا که هدف این است که همه جنبه‌های موضوع مورد مصاحبه بررسی واقع شود، از طیفی از روش‌ها، شامل مشاهده و مشاهده مشارکتی و گردآوری اسناد و مدارک، استفاده شد. از این رو ابتدا با مطالعه پیشینه موجود در زمینه تحقیق مفاهیم حساس مشخص شد و بعد به فراخور ساختن نظریه جدید سعی شد سؤالاتی حول مفاهیم حساس بر اساس موقعیت‌ها و شرایط مختلف تدوین شود. این مفاهیم، در کنار حساسیت نظری محقق، که یافتن سرخ‌ها و جزئیات ریز داده‌ها را برای استنباط معنا میسر می‌کند، مسیر گردآوری داده‌ها را نیز مشخص می‌کند. بعد از گردآوری داده‌های مصاحبه‌ای با روش مصاحبه عمیق داده‌های مشاهده‌ای نیز بررسی شد (محمدپور، ۱۳۸۹: ۳۲۳-۳۲۴).

مصاحبه‌ها به صورت رودررو و با استفاده از دستگاه ضبط صدا انجام شد و بلافاصله مکتوب و کدگذاری شد و تحلیل اولیه انجام گرفت. پژوهشگر همچنین به طور مداوم در حین مصاحبه به ثبت مشاهدات می‌پرداخت. مشاهدات، به منزله روش مکمل، می‌توانند صحت گفته‌های مصاحبه‌شونده و نکات احتمالی فراموش‌شده را مشخص کنند.

در آغاز هر مصاحبه، پژوهشگر پس از معرفی خود به والدین شرکت‌کنندگان و مطرح کردن هدف تحقیق، این سؤال‌ها را مطرح کرد: «کودک شما در زمینه فعالیت‌های اقتصادی باید چه چیزهایی را یاد بگیرد؟»، «در خانه باید چگونه رفتار کرد؟»، «چطور باید به کودک رفتارهای اقتصادی را آموزش داد؟». سپس مصاحبه هدایت شد.

### میدان تحقیق

میدان تحقیق در نظریه زمینه‌ای می‌تواند اشکال متعددی را در بر گیرد؛ مثلاً می‌توان یک مدرسه یا سازمان یا هر مکان دیگری را به مثابه میدان مطالعه برگزید و با مراجعه به میدان می‌توان مطالعات اکتشافی و سپس گردآوری داده‌ها را آغاز کرد (محمدپور، ۱۳۸۹: ۳۲۲). انتخاب میدان تحقیق این پژوهش (موقعیت‌ها و مکان‌ها) را محقق، بر اساس میزان دسترسی و رضایت مشارکت‌کنندگان، بر عهده داشت. بدین صورت که ابتدا برای مصاحبه‌های اولیه هماهنگی‌هایی جهت مراجعه حضوری با تعدادی از مشارکت‌کنندگان انجام گرفت. سپس به منزل آن‌ها مراجعه شد یا در فضاهای عمومی شهر مصاحبه صورت گرفت. مصاحبه‌های این پژوهش با سی‌وشش تن از والدین کودکان مقطع ابتدایی انجام شد. حجم نمونه با استفاده از شیوه نمونه‌گیری نظری و هدفمند، که خاص تحقیقات کیفی-میدانی است، انتخاب شد؛ یعنی در گام اول نمونه‌ای از کودکان در طبقات اجتماعی-اقتصادی مختلف، مردم کم‌درآمد و پردرآمد، مردمی با شغل‌های ثابت و مردمی با شغل‌های آزاد و کم‌ثبات، خانواده‌های دارای تحصیلات متفاوت با فرزندان متعدد و با توجه به جنسیت کودکان، و ... گزینش شدند و اطلاعات جمع‌آوری شد. این گزینش براساس میزان دسترسی و همچنین میزان همکاری والدین و کودکان در پاسخگویی به سؤالات بود. در گام دوم پس از تجزیه و تحلیل داده‌ها و بیرون‌کشیدن مقوله‌ها مشخص شد محقق در مرحله بعد باید سراغ چه کسانی برود. از آنجا که در نظریه زمینه‌ای به دنبال شناخت شرایط، فرآیندها، و پیامد درک مسئله از افراد پاسخگو هستیم در انتخاب پاسخگویان بعدی، بر اساس ابهامات و ابعاد متفاوت، سؤالات جدیدتر و پیچیده‌تر در قالب «چه» و «چگونه» مطرح شد.

همچنین پاسخ‌های پاسخگوی قبلی تعیین‌کننده خصوصیات پاسخگوی بعدی و نحوه درک وی از مسائل اقتصادی بود؛ یعنی به صورت هدفمند با افراد مصاحبه شد و مصاحبه‌ها تا زمانی ادامه داشت که محققان به تأیید و اشباع نظری رسیدند. مدت زمان مصاحبه برای هر نفر به طور متوسط یک ساعت و نیم بود و مکتوب‌کردن هر مصاحبه برای هر نفر نیز به طور متوسط پنج ساعت زمان برد. همچنین محققان هنگام گردآوری داده‌ها، با کسب اجازه از والدین، از ضبط صوت استفاده می‌کردند تا بتوانند داده‌ها را دقیق ثبت و سپس بررسی و تجزیه و تحلیل کنند.

### انتخاب جامعه هدف و نحوه نمونه‌گیری

از آنجا که این پژوهش کیفی است و هدف تعمیم‌دادن نیست، از گروهی اطلاع‌رسان در این پژوهش استفاده شد. این گروه عبارت است از مادر یا پدر کودکان مقطع ابتدایی شهر همدان، ۷ تا ۱۲ ساله، که بیشترین درگیری و تأثیر را بر رفتار و آموزش و ارتباط اقتصادی فرزندان خود داشتند. به منظور شناسایی این فرد، مصاحبه‌های اولیه با اعضای خانواده انجام شد. حجم نمونه با استفاده از شیوه نمونه‌گیری نظری و هدفمند انتخاب شد. نمونه‌گیری نظری فرآیندی است که در آن پژوهشگر هنگام جمع‌آوری، کدگذاری، و تجزیه و تحلیل داده‌ها به منظور ایجاد نظریه در حال شکل‌گیری تصمیم می‌گیرد در مرحله بعد درباره چه موضوعاتی (ازکیا و ایمانی جاجرمی، ۱۳۹۰: ۶۳) و در چه مکانی داده جمع‌آوری کند تا بتواند به توسعه نظریه بپردازد (گلاسر و اشتروس، به نقل از محمدپور، ۱۳۸۹: ۳۲۵). هدف این نمونه‌گیری گرفتن نمونه از حوادث و رخدادها و امثال آن است (استراس و کوربین، ۱۳۹۰: ۱۷۶). محقق باید افرادی را برگزیند که در توسعه نظریه مشارکت کنند. به این صورت که ابتدا نمونه‌ای از افراد شبیه به هم انتخاب و اطلاعات آن‌ها جمع‌آوری می‌شود. پس از ظهور مقوله‌ها، نمونه‌های متفاوت با هم انتخاب می‌شود؛ یعنی، به جای انتخاب تصادفی، برای تعمیم نتایج نمونه‌گیری هدفمند صورت می‌گیرد (ایمان، ۱۳۹۱: ۸۷). محقق نمونه‌گیری را تا جایی ادامه می‌دهد که به اشباع نظری برسد؛ یعنی مرحله‌ای که در آن محقق، با استفاده از رویکرد مقایسه مستمر، دیگر اطلاعات جدیدی کسب نکند (کرسول، ۱۳۹۱: ۱۹۵).

### تحلیل داده‌ها

در رویکرد نظریه‌ی زمینه‌ای تحلیل داده‌ها بر اساس کدگذاری صورت می‌گیرد که شامل سه مرحله است. این مراحل به ترتیب عبارت‌اند از مرحله کدگذاری باز، که در آن مفاهیم اولیه و مقولات عمده استخراج می‌شود (محمدپور، ۱۳۸۹: ۳۲۸-۳۴۰) و از طریق آن روابط میان وقایع تبیین و بررسی و کنترل می‌شود. مرحله دوم کدگذاری محوری است، که در آن پژوهشگر داده‌ها را به شکل جدیدی سازماندهی و دسته‌بندی می‌کند (کرسول، ۱۳۹۱: ۹۱). در این مرحله رویدادها، وقایع، اشیا، اعمال، و کنش‌های متقابل که به لحاظ مفهومی مشابه یکدیگرند یا به لحاظ معنایی با هم ارتباط دارند تحت مفاهیم مجردتری به نام مقوله‌ها گروه‌بندی می‌شوند (ببی، ۱۳۹۰: ۸۶۰). مرحله سوم کدگذاری گزینشی است، که در جست‌وجوی کدی است که به آن مقوله هسته می‌گویند. این کد باید قدرت تحلیل داشته باشد و دیگر مقولات را در خود جای دهد (محمدپور و ایمان، ۱۳۸۷: ۲۰۰). در این مرحله محقق به مدل‌سازی و توسعه قضایا و فرضیات می‌پردازد و مقوله‌ها را در ارتباط با یکدیگر، در قالب یک الگوی پارادایمی<sup>۱</sup>، ترسیم می‌کند (کرسول، ۱۳۹۱: ۹۱). در واقع محقق باید از سطح توصیف فراتر برود و خط داستان را به نحوی تشریح کند که یک مفهوم به پدیده اصلی در داستان نسبت داده شود و با دیگر مقوله‌ها مرتبط شود و نظریه بیان شود و تصویری اجمالی از مسئله یا پدیده مطالعه‌شده ارائه دهد (ایمان، ۱۳۹۱: ۸۲). البته باید به این نکته اشاره کنیم که نظریه باید در اطلاعات مستتر باشد نه اینکه بر آن تحمیل شود (حکیم‌زاده و عبدالملکی، ۱۳۹۰: ۷۵).

تجزیه و تحلیل داده‌های این پژوهش نیز با استفاده از روش استراس و کوربین و هم‌زمان با جمع‌آوری داده‌ها صورت گرفت؛ یعنی پژوهشگر پس از هر مصاحبه متن مصاحبه را کلمه‌به‌کلمه تایپ و پیش از مصاحبه بعدی کدگذاری می‌کرد. به این صورت، جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها به طور هم‌زمان انجام شد.

### یافته‌ها و بحث

در این بخش فعالیت‌های اقتصادی والدین و رفتار آن‌ها با کودکان و شناسایی ارزش‌ها و نگرش آن‌ها در زمینه فعالیت‌های اقتصادی کودکان تبیین می‌شود. در مرحله کدگذاری باز، با هدف

۱. نمایش گرافیکی مفاهیم و ارتباط میان آن‌ها که برای فرموله کردن نظریه سودمند واقع می‌شود.

خردکردن داده‌ها و مشخص کردن مفاهیم موجود، بیش از پانزده مفهوم به‌دست آمد؛ مفاهیمی مانند «جامعه‌پذیری با هدف پس‌انداز»، «جامعه‌پذیری با هدف سرمایه‌گذاری»، «جامعه‌پذیری با هدف اولویت‌دهی»، «جامعه‌پذیری با هدف برنامه‌ریزی»، و ... در مرحله کدگذاری محوری محققان مفاهیم مشترک را در غالب مقوله درآوردند و سه مقوله «جامعه‌پذیری مستقیم»، «جامعه‌پذیری غیر مستقیم»، و «جامعه‌پذیری جنسیتی» پدیدار شد. در انتها مقوله هسته «جامعه‌پذیری دوگانه» نام‌گذاری شد. سپس سه مقوله به‌دست آمده در مرحله کدگذاری محوری تشریح و چگونگی استخراج مقوله هسته از مقوله‌ها تبیین می‌شود.

#### جدول ۱. یافته‌های تحقیق

مقوله هسته	مقوله	مفهوم	گزاره
جامعه‌پذیری دوگانه	جامعه‌پذیری مستقیم	جامعه‌پذیری با هدف پس‌انداز	من برای فراز و فریب حساب بانک مسکن باز کرده‌ام. به آن‌ها گفته‌ام که با این حساب وقتی بزرگ شوند می‌توانند خانه بخرند.
		جامعه‌پذیری با هدف سرمایه‌گذاری	ما در خانه درباره قیمت زمین صحبت می‌کنیم و درباره اینکه چه چیزهایی بخریم، کجا پول‌هایمان را سرمایه‌گذاری کنیم، و ...
		جامعه‌پذیری با هدف اولویت‌دهی	درباره اینکه پس‌انداز کنیم، چه چیزی را بخریم، پولمان به این کار می‌رسد و به آن کار نمی‌رسد حتی از مصطفی نظر می‌خواهیم که در اولویت‌بندی نظر بدهد.
		جامعه‌پذیری با هدف برنامه‌ریزی	به او توضیح می‌دهم که هر روز نمی‌شود یک بلوز بخری، یک شلوار بخری، یک کفش بخری. ما برنامه‌ای داریم که غزل هم می‌داند؛ مثلاً اگر این ماه برای خواهرش یک شلوار بخرم، نمی‌توانم برای او هم بخرم. چون پولمان تمام می‌شود. باید صبر کنیم تا دوباره حقوق بگیریم.
جامعه‌پذیری مستقیم	جامعه‌پذیری مستقیم	جامعه‌پذیری با هدف پرهیز از چشم‌وهم‌چشمی	پیش آمده که رفتیم بیرون. خودش را زده و گریه کرده که برایش چیزی بخریم. ولی آمده‌ایم خانه و برایش آن چیز را نخریده‌ام. شاید بعداً برایش خریده باشم؛ ولی آن روز نه.
		جامعه‌پذیری با هدف ارزش‌گذاری	اگر چیزی بخواهند، می‌گذارم چند بار به من بگویند بعد برایشان می‌خرم. باید یاد بگیرند که آسان به‌دست نمی‌آید. باید برای به‌دست آوردن آن زحمت بکشند.

جدول ۱. یافته‌های تحقیق

جامعه‌پذیری با هدف مسئولیت‌پذیری	برای انجام‌دادن کارهای خانه به او پول نمی‌دهم. به او در خانه کار می‌دهم. باید هر کسی در خانه مسئولیتی داشته باشد.
جامعه‌پذیری با هدف آینده‌نگرانه	همیشه به او گفتم هم پولی را که در کیفیت هست یک‌جا خرج نکن. شاید بروی جایی و چیز بخواهی و نتوانی بخری.
جامعه‌پذیری با هدف شناخت	برای یادگرفتن آن‌ها مثلاً پیش آمده آن‌ها را برده‌ام فروشگاه و یک چرخ به دستشان داده‌ام و نفری ده‌هزار تومان و گفتم این را شما خرج کنید.
جامعه‌پذیری با هدف کنترل	به او پول می‌دهم و از او می‌پرسم که چه خریده است تا خدای نکرده برای چیزهایی که به شخصیت بچه آسیب می‌زند هزینه نکند.
جامعه‌پذیری با هدف خودکفایی	متینا را می‌برم بانک. می‌گویم کارهایش را تو انجام بده. دفترچه و پول را به او می‌دهم و می‌گویم برو جلوی باجه. خودم هم کنترلش می‌کنم. دوست دارم بچه باعرضه‌ای بشود.
جامعه‌پذیری با هدف نوع‌دوستانه	من همیشه به او تأکید کرده‌ام که به مدرسه موز نبرد، خیار نبرد، فخر نفروشد؛ هر غذایی که می‌برد و لباسی که می‌پوشد. حتی بعضی وقت‌ها چیزی را خواسته که توان مالی‌اش را داشته‌ام بخرم و نخریده‌ام. چون ممکن است کسی نداشته باشد و آه بکشد و غصه بخورد.
جامعه‌پذیری با هدف وابستگی	کمتر به آن‌ها پول می‌دهم. معمولاً خواسته‌هایشان را به من می‌گویند و من برایشان تأمین می‌کنم.
جامعه‌پذیری با هدف دوری از نگرانی	دوست ندارم زیاد درباره‌ی گرانی و این‌طور مسائل حرف بزنیم. چون روی ذهنیت بچه تأثیر می‌گذارد. بعضی وقت‌ها که ما درباره‌ی گرانی حرف می‌زنیم، فردا که چیزی می‌خواهیم بخریم، کیانا می‌گوید: «مامان، پول داریم؟» احساس بدی به من دست می‌دهد. می‌گویم این تقصیر ماست که این ذهنیت را برای بچه ایجاد کرده‌ایم.

جامعه‌پذیری غیر مسئولیت‌محور



ادامه جدول ۱. یافته‌های تحقیق

<p>جامعه‌پذیری با هدف آزادی</p>	<p>من به بچه‌هایم پول می‌دهم. اگر دوست داشتند، نگه می‌دارند، اگر نه، خرجش می‌کنند. دست خودشان است. باید خودشان با صلاح‌دید خودشان خرجش کنند. من از بچگی به نشمیل آزادی دادم. هر وقت پول خواسته یا من یا مادرش به او پول داده‌ایم؛ برای اینکه خریدکردن را یاد بگیرد. من چیزی به آن‌ها یاد نمی‌دهم. به نظر من، باید خودشان یاد بگیرند.</p>
<p>جامعه‌پذیری رفتارهای پسرانه</p> <p>جامعه‌پذیری رفتارهای دخترانه</p>	<p>علی‌رضا بیشتر از پول خوشش می‌آید و بیشتر اهل پس‌انداز است. ولی پگاه این‌طور نیست. از بچگی هم همین‌طور بود. علی‌رضا بیشتر دوست دارد مستقل باشد.</p> <p>من خیلی دوست داشتم بچه‌ام برود خرید و خریدکردن را یاد بگیرد. برای همین به او پول می‌دادم و می‌گفتم برو فلان مغازه خرید کن. خودم هم از دور نگاهش می‌کردم. تا اینکه یک روز رفتیم مغازه و او خرید کرد. وقتی برگشت موقع خواب به من گفت: «مامان، من وقتی می‌روم داخل این مغازه فروشنده به من می‌گوید خودت برو جنس را بردار. وقتی می‌روم جنس را بردارم، فروشنده...» فکر کنید این حرف چه احساس بدی برای یک مادر ایجاد می‌کند... من بچه‌ام را می‌فرستادم مغازه و از او سوءاستفاده جنسی می‌شد. بچه چیزی از این مسائل نمی‌داند. پیرمردی که هفتاد یا هشتاد ساله است دست بزند به بدن یک دختر بچه! دیگر نگذاشتم این کار تکرار شود. وقتی می‌رود خرید، خودم هم با او می‌روم. من دوست داشتم او مستقل باشد؛ ولی...</p>

جامعه‌پذیری مستقیم

تعدادی از خانواده‌ها بر این باورند که کودکان باید از کودکی مهارت‌های پولی را به صورت ویژه بیاموزند؛ مانند خرج‌کردن پول، بودجه‌بندی، پس‌انداز، مدیریت پول. از رفتارهای والدین این است که به نیازهای پولی فرزندان در صورت ضرورت پاسخ می‌دهند. به کودک اجازه می‌دهند خودش درباره‌ی چگونگی مصرف پول تصمیم بگیرد، ولی بر بودجه‌بندی و خرج‌کردن پول نظارت می‌کنند. در حد معقول به فرزندان خود پول توجیبی می‌دهند و با بزرگ‌شدن کودک میزان پول توجیبی را افزایش می‌دهند. در واقع منافع کودک ایجاب می‌کند که در بودجه‌ی خانواده

سهیم باشد. این نوع رفتارها در تربیت کودکان بسیار مؤثر است و آنان از کودکی با ارزش‌های پولی آشنا می‌شوند و پایه‌های مسئولیت در آن‌ها ایجاد می‌شود.

والدین فرزندان مشارکت‌کننده در پژوهش می‌گفتند که از کودکی به فکر کسب درآمد بوده‌اند؛ ولی این را به فرزندان خود آموزش نمی‌دهند. نگاه والدین امروزی به آینده فرزندانشان متفاوت از دیدگاه‌های گذشتگان است. والدین امروز خود را مسئول فردای فرزندانشان می‌دانند و با ایجاد شرایط مطلوب، رفاه کامل، و تأمین نیازهای فرزندان در پی یافتن امنیت نسبی برای آینده فرزندان خود هستند. با وجود این، این خانواده‌ها سعی می‌کنند کودکان خود را در جریان اکثر مسائل و مشکلات اقتصادی خانواده قرار دهند تا کودکانشان یاد بگیرند در مقابل مسائل و مشکلات اقتصادی مقاومت کنند و از پس مشکلات برآیند. از این رو، مقوله «جامعه‌پذیری مستقیم» جنبه‌های مختلف رفتارهای اقتصادی یک کودک را در بر می‌گیرد که والدین درصدد آموزش دادن آن به کودکان‌اند.

مفاهیم عمده‌ای که این مقوله برای پوشش آن‌ها استفاده شده است عبارت‌اند از جامعه‌پذیری با هدف پس‌انداز، جامعه‌پذیری با هدف سرمایه‌گذاری، جامعه‌پذیری با هدف اولویت‌دهی، جامعه‌پذیری با هدف برنامه‌ریزی، جامعه‌پذیری با هدف پرهیز از چشم و هم‌چشمی، جامعه‌پذیری با هدف ارزش‌گذاری، جامعه‌پذیری با هدف مسئولیت‌پذیری، جامعه‌پذیری با هدف آینده‌نگرانه، جامعه‌پذیری با هدف شناخت، جامعه‌پذیری با هدف کنترل، جامعه‌پذیری با هدف خودکفایی، جامعه‌پذیری با هدف نوع‌دوستانه. موارد یادشده مؤید آگاه‌کردن کودکان از وظایف و رفتارهای اقتصادی است که به شخصیت فردی کودک و رشد اجتماعی او کمک می‌کند؛ مثلاً مشارکت‌کنندگان جملات زیر را در مصاحبه خود جهت هر یک از مفاهیم به کار برده‌اند:

به بچه‌هایم یاد می‌دهم پولشان را پس‌انداز کنند. به آن‌ها می‌گویم اگر این پول را بلافاصله خرج کنید، چیزی از آن نمی‌فهمید. همیشه مقداری پول کنار داشته باشید که وقتی چیزی دلتان خواست، بتوانید بخرید و از داشتنش لذت ببرید.

بچه‌ها به من می‌گویند چرا پول‌های ما را در بانک می‌گذاری؟ به چه درد ما می‌خورد؟ به آن‌ها می‌گویم فردا بزرگ می‌شوی، ماشین می‌خواهی بخری، ولی در آن سن هزینه‌هایت بالاست و نمی‌توانی بخری. اگر از حالا پس‌انداز کنی، ریزریز و خردخرد، می‌توانی به آنچه می‌خواهی دسترسی پیدا کنی.

حسین ما، در همین سن اول ابتدایی، خودش به من می‌گوید بابایی الان ماشین شده بیست میلیون، خونه گران شده و ... در خانه بحث می‌شود و او یاد می‌گیرد و به خودمان منتقل می‌کند. من هم به او می‌گویم؛ مثلاً می‌گویم حسین این اسباب‌بازی را که شکستی قدرش را بدان، این شمشیرت را که دادی به دوستت ۷۰۰۰ تومان پول دادم خریدم، ماشینت را که گذاشتی کوچه و دزد برد این قدر پولش بود.

آن‌ها را در جریان می‌گذارم؛ مثلاً به آن‌ها می‌گویم الان بابا این قدر حقوق گرفته، این قدر قسط داریم، این قدر می‌ماند. ما باید طوری خرج کنیم که بتوانیم با آن پول این کارها را انجام بدهیم. اگر پولمان رسید، چیزی را که می‌خواهید برایتان می‌خرم. اگر نرسید، نمی‌خرم. می‌ماند برای ماه بعد.

به او می‌گویم پولت را پس‌انداز کن، برای روزی که نیاز داشتی. بی‌دلیل خرج نکن. پولت را هدر نده. چیزی را که واجب است و به آن نیاز داری بخر.

اگر بیاید و ببینم دست کسی چیزی دیده و می‌گوید من هم می‌خواهم، برایش نمی‌گیرم؛ حتی اگر می‌خواستم آن روز مثلاً بستنی برایش بگیرم. چون اگر این‌طور یاد بگیرد، بعداً هر چه دست هر کس ببیند می‌خواهد.

دوست دارم بچه‌هایم مسئولیت‌پذیر باشند. الان هم که طبقه بالای خانه را می‌سازیم پایه‌پای من کمک می‌کند. حتی در کارهای خانه، چون ما دختر نداریم، به مادرش کمک می‌کند. به سینا هم کار می‌دهم. چون دوست دارم بچه‌هایم مسئولیت‌پذیر باشند. تا جایی که در توانشان باشد به آن‌ها کار می‌دهم که انجام بدهند.

به او گفته‌ام تا حدی که در روز نیاز داری خرج کن. اگر نیاز نداشتی، بقیه‌اش را پس‌انداز کن برای چیزی که می‌خواهی در آینده بخری؛ مثلاً دوچرخه.

از فروشگاه زنجیره‌ای که خرید می‌کنیم حتماً او را با خودمان می‌بریم. هم تمرین است هم تفریح؛ به‌خصوص برای دختر بچه‌ها.

اگر پانصد تومان هم به آن‌ها بدهم، از آن‌ها می‌پرسم پانصد تومان را چه خریده‌اند. یک بار بربری خریده بود که کهنه و سرد بود. نان را به او دادم که ببرد پس بدهد.

گفتم عزیزم، شما باید نگاه کنی چه چیزی می‌خری. امروز هم به او پول پاره داده بودند. دادم پس بُرد. به جایش سکه گرفت.

مصطفی، حتی وقتی بچه بود، وقتی می‌رفت بیرون تا بچه‌ای می‌دید چیزی را که در دستش بود پشتش پنهان می‌کرد. می‌گفتم چرا این کار رو می‌کنی؟ می‌گفت می‌ترسم او

هم دلش بخواد. خودم هم به او می‌گفتم وقتی کسی چیزی ندارد چیزی را که خودت داری به او نشان نده. چون ناراحت می‌شود.

### جامعه‌پذیری غیرمستقیم

پنهان‌کاری یکی از موارد رایج است که والدین در همهٔ امور زندگی، به‌ویژه در مسائل اقتصادی، انجام می‌دهند. والدین فرزندان را از امور مالی خانواده کاملاً بی‌اطلاع نگاه می‌دارند که این امر باعث می‌شود آن‌ها درک مخدوشی از مسائل اقتصادی و از واقعیت‌های اقتصادی داشته باشند؛ مثلاً خیلی از آن‌ها مدام به خواسته‌های فرزندانشان پاسخ می‌دهند و بسیاری از سختی‌ها و مشکلات را از کودکان پنهان می‌کنند. آن‌ها نگران‌اند که مسائل و نگرانی‌های اقتصادی ذهن کودک را مغشوش کند و نمی‌خواهند کودک درگیر این مسائل بشود. اما این نوع نگرش منجر به عادت‌های عجیب در زمینهٔ پول می‌شود و کودکان الگوی نامناسبی برای رفتارهای اقتصادی خود انتخاب می‌کنند. از طرفی آنچه کودک دربارهٔ پول نمی‌داند در آینده به او آسیب می‌زند. عادت‌های پولی نادرست دوران کودکی در بزرگسالی مشکلات زیادی ایجاد می‌کند. مفاهیمی که مقولهٔ جامعه‌پذیری غیر مستقیم را در بر می‌گیرد عبارت‌اند از «جامعه‌پذیری با هدف وابستگی»، «جامعه‌پذیری با هدف دوری از نگرانی»، «جامعه‌پذیری با هدف آزادی».

زیاد به او پول نمی‌دهم. به نظر من هر چه می‌خواهد باید برایش بخریم. مثلاً وقتی می‌رود مدرسه اگر قرار است شیر و کیک ببرد، برایش تهیه می‌کنم. اگر خودش پول بخواد، به من می‌گوید خودم هم می‌خواهم کمی پول توجیبی داشته باشم؛ همین. در حد معقول دربارهٔ مسائل اقتصادی با او حرف می‌زنم. ولی اگر بخوام زیاد باز کنم ممکن است بچه برود مدرسه و ذهنش مشغول شود. مثلاً همین الان که من اینجا نشسته‌ام، باید یک مشکل اقتصادی را تا آخر هفته حل کنم. حتماً باید حل کنم. ولی هیچ‌کس از اعضای خانواده نمی‌داند.

فرزندان این نوع خانواده‌ها، به‌دلیل آسان‌گیری والدین در رفتار فرزندان، دچار پراکندگی احساس و عملکرد می‌شوند و نمی‌توانند خوب و بد را به‌درستی تشخیص دهند و از این نظر آسیب‌پذیر می‌شوند. پرداخت پول بدون حساب و کتاب به فرزند باعث می‌شود حس زیاده‌خواهی در او افزایش یابد. یکی از مشارکت‌کنندگان گفته است:

هر چه دوست داشته باشد می‌خرد. آزاد است. البته بعضی وقت‌ها به او خرده می‌گیریم. ولی همیشه هر چه دوست داشته خریده است. ما هم ترجیح داده‌ایم هر چه دوست دارد بخرد.

### جامعه‌پذیری جنسیتی

مشارکت‌کنندگان با جنسیت‌های مختلف رفتارهای اقتصادی متفاوتی داشتند. یعنی رفتارهای جنسیتی در این خانواده‌ها مشاهده شد. منظور از رفتارهای جنسیتی این است که افراد چه تصویری از نقش فرزند پسر یا دختر خود دارند و این تصور چگونه در رفتارهای اقتصادی آن‌ها نمود پیدا می‌کند.

در هر فرهنگی، بنا به اقتضائات اجتماعی و فرهنگی و عقایدی که در آن رایج است، رفتارهای مختلفی شکل می‌گیرد و این رفتارها از طریق جامعه‌پذیری به کودکان آموزش داده می‌شود و بر ارزش‌ها و نگرش‌ها و رفتارهای آن‌ها تأثیر می‌گذارد. والدین بر اساس جنسیت فرزندان به شکل خاصی با کودکان رفتار می‌کنند و به آنان آموزش می‌دهند و رفتارهای متفاوتی از فرزندانشان انتظار دارند. پاسخ مصاحبه‌شوندگان به برخی از سؤالات مصاحبه بیانگر همین تغییر در رفتارهاست؛ مثلاً والدین از پسران خود انتظار دارند بیشتر کارها را مستقل انجام دهند؛ ولی همین والدین دختران خود را در انجام دادن فعالیت‌های اقتصادی، از جمله خرید، همراهی می‌کنند.

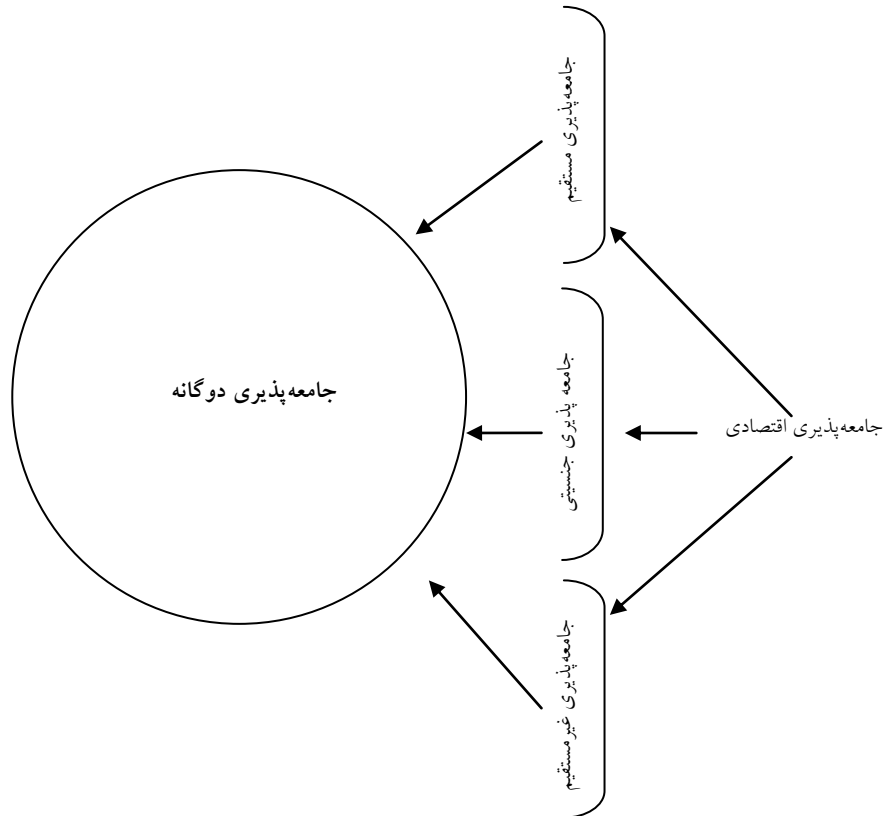
### جامعه‌پذیری رفتارهای پسرانه

حسین خوشحال می‌شود و ارزش پولش را می‌داند و با پولش کیف می‌کند. ریحانه این‌طور نیست. حسی مثل حس حسین به او دست نمی‌دهد.

### جامعه‌پذیری رفتارهای دخترانه

غزل دوست دارد تنها برود مدرسه، تنها کاری را انجام بدهد. ولی من به او اجازه نمی‌دهم این کار را بکند. مسائل امنیتی هم هست که نمی‌گذارم این کار را بکند.

### مدل پارادایمی



تصویر ۱. مدل کلی فرآیند جامعه‌پذیری اقتصادی در کودکان

### بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌ها حاکی از آن است که پدر و مادر وظیفه خطیری در اجتماعی کردن کودکان خود برعهده دارند. زیرا یافته‌های پژوهش به پیچیده‌بودن فرآیند جامعه‌پذیری اشاره می‌کند. طبق این فرآیند باید نقش‌های اجتماعی و نگرش‌های جمعی به کمک والدین در کودک درونی شود. همان‌طور که یافته‌ها نشان می‌دهد در این پژوهش با سه مقوله «جامعه‌پذیری مستقیم»، «جامعه‌پذیری غیرمستقیم»، و «جامعه‌پذیری جنسیتی» که فرآیند جامعه‌پذیری را در کودکان نشان می‌دهد مواجه بوده‌ایم. یافته‌ها، که از طبقات مختلف و با سطح تحصیلات متفاوت به دست آمده است، نشان می‌دهد طبقات بالا و متوسط و متوسط به بالا با تحصیلات بالای دیپلم سعی می‌کنند فرزندان خود را آگاهانه و مستقیم جامعه‌پذیر کنند و کودکانشان را در جریان بسیاری از

رفتارها و مسائل اقتصادی قرار دهند. اما والدین در طبقات متوسط به پایین و پایین و با تحصیلات زیر دیپلم بر این باورند که نباید کودکان را در سن پایین درگیر مسائل اقتصادی کرد. نظر بسیاری از آنها این است که شرایط فعلی آنها ناشی از در جریان مسائل و مشکلات خانواده، به‌خصوص مشکلات مالی، بودن آنها در دوران کودکی است و اینکه سعی می‌کردند خواسته‌های خود را کنترل کنند و تا حد امکان با کارکردن هزینه‌های خود را تأمین کنند و حتی کمک‌خرج خانواده باشند. این والدین تلاش می‌کنند خواسته‌های فرزندان خود را تأمین کنند تا آنها احساس نیاز نکنند و هیچ‌گونه دغدغه فکری از نظر مالی نداشته باشند و بتوانند در نهایت آرامش درس بخوانند تا موفق شوند.

مقوله جامعه‌پذیری جنسیتی در همه طبقات یک شکل بود. بدین صورت که والدین در همه طبقات و با همه نوع تحصیلات سعی می‌کردند کودکان دختر خود را در فعالیتهای اقتصادی شریک کنند؛ ولی فرزندان پسر را برای بسیاری از فعالیتهای اقتصادی آزاد می‌گذاشتند. والدین تأکید می‌کردند که پسران بیشتر از دختران پول می‌خواهند و وابسته پول‌اند. آنها از گرفتن پول خوشحال می‌شوند؛ در صورتی که دختران کمتر پول می‌خواهند و دادن یا ندادن پول توجیبی به آنها چندان مهم نیست و آن‌قدرها آنها را خوشحال نمی‌کند.

در انتها باتوجه به اینکه فرآیند جامعه‌پذیری به دو صورت پنهان و آگاهانه صورت می‌گرفت و جامعه‌پذیری در دختران و پسران نیز به دو صورت متفاوت بود، مقوله هسته «جامعه‌پذیری دوگانه» نام‌گذاری شد.

درخصوص ارتباط یافته‌های پژوهش با مطالعات پیشین و مباحث نظری می‌توان به آنچه در ادامه می‌آید اشاره کرد. نتایج تحقیق نشان داد درک جنسی دختران با پسران متفاوت است. دختران بیشتر با والدین خود به فعالیتهای اقتصادی، از جمله خرید، می‌پردازند و درک اقتصادی کمتری از مسائل اقتصادی دارند؛ اما پسران بیشتر به صورت مستقل رفتار می‌کنند و درک بیشتری از مسائل اقتصادی دارند. این نتیجه در پژوهش کریستین رونالدوی (۱۹۹۰) نیز به‌دست آمده است. همچنین در وجوهی نیز می‌توان یافته‌های این پژوهش را با نظریات مطرح‌شده در پژوهش ارتباط داد. استفاده از مهارت الگوهای زبانی مناسب در جامعه‌پذیری آگاهانه باعث می‌شود والدین بتوانند به شکلی مناسب به آموزش کودکان بپردازند و به رفتارهای اقتصادی آنان جهت بدهند. بدین صورت فرزندان که رفتارهای اقتصادی خود را از والدین یاد

گرفته‌اند راحت‌تر، بهتر، و دقیق‌تر به فعالیت‌های اقتصادی می‌پردازند. از این رو عملیات اقتصادی کودک تحت تأثیر بزرگسالان است. مطالعات برنشتاین و بوردیو در نظریه بازتولید نیز معطوف به اشکال گفتار کودکان است. به نظر برنشتاین کودکان طبقه متوسط به بالا برخلاف کودکان طبقه پایین قواعد دقیق و منطقی دارند. زیرا والدین این طبقات در پاسخ به کودکان خود توضیحات منطقی ارائه می‌دهند. در نتیجه کودکان این طبقه از سرمایه‌های فرهنگی بیشتری برخوردارند. به نظر بوردیو نیز منبع نابرابری خانواده است که شایستگی‌های اجتماعی و زبانی را به کودک اعطا می‌کند. از نظر برنشتاین این ساختار را می‌توان در ویژگی‌های ساختارهای اقتصادی کودکان نیز یافت.



## منابع

- آزاد ارمکی، تقی (۱۳۸۶)، الگوهای سبک زندگی در ایران - سبک زندگی و مطالعات راهبردی، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک، گروه پژوهش‌های فرهنگی و اجتماعی.
- آزاد ارمکی، تقی (۱۳۸۶)، الگوهای سبک زندگی در ایران - سبک زندگی و مطالعات راهبردی، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک، گروه پژوهش‌های فرهنگی و اجتماعی.
- ازکیا، مصطفی و ایمانی جاجرمی، حسین (۱۳۹۰)، روش‌های کاربردی تحقیق، کاربرد نظریه بنیانی، جلد دوم، شرکت انتشارات کیهان.
- استراس، آنسلم و کوربین، جولیت (۱۳۹۰)، اصول روش تحقیق کیفی، نظریه‌های مبانی، رویه‌ها و شیوه‌ها، ترجمه‌ی بیوک محمدی، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- انصاری سامانی، حبیب؛ پورفرج، علی‌رضا؛ امینی، عباس و زارع، مسعود (۱۳۹۰)، «مقدمه‌ای بر اقتصاد رفتاری: مفهوم، روش‌شناسی، و شیوه‌های استخراج ترجیحات»، اقتصاد تطبیقی، شماره ۱: ۲۹-۶۱.
- ایمان، محمدتقی (۱۳۹۱)، روش‌شناسی تحقیقات کیفی، قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- بیبی، ارل (۱۳۹۰)، روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی (جلد دوم)، ترجمه‌ی رضا فاضل، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).
- بوردیو، پی‌یر (۱۳۸۰)، نظریه کنش: دلایلی علمی و انتخاب عقلانی، ترجمه‌ی مرتضی مردیها، تهران: انتشارات نقش و نگار.
- حاجیانی، ابراهیم (۱۳۸۶)، الگوهای سبک زندگی ایرانیان - سبک زندگی و مطالعات راهبردی، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک، گروه پژوهش‌های فرهنگی و اجتماعی.
- حکیم‌زاده، فرزاد و عبدالملکی، جمال (۱۳۹۰)، پروپوزال نویسی در مطالعات کیفی و ترکیبی، نشر جامعه‌شناسان.
- حکیم‌زاده، فرزاد و عبدالملکی، جمال (۱۳۹۰)، پروپوزال نویسی در مطالعات کیفی و ترکیبی، تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
- خادیمان، طلیعه (۱۳۹۰)، سبک زندگی و مصرف فرهنگی، مطالعه‌ای در حوزه جامعه‌شناسی فرهنگی و دیباچه‌ای بر سبک زندگی فرهنگی ایرانیان، تهران: موسسه فرهنگی - هنری جهان کتاب.
- سیف، علی اکبر (۱۳۸۶)، روانشناسی پرورشی نوین، روانشناسی یادگیری و آموزش، تهران: نشر دوران.

- شارع‌پور، محمود (۱۳۸۳)، *جامعه‌شناسی آموزش و پرورش*، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).
- فرنهام، آدریان و آرگایل، مایکل (۱۳۸۴)، *روانشناسی پول*، ترجمه شهلا یاسائی، تهران: جوانه رشد.
- کرسول، جان (۱۳۹۱)، *پویش کیفی و طرح پژوهش: انتخاب از میان پنج رویکرد (روایت پژوهی، پدیدارشناسی، نظریه داده‌بنیاد، قوم‌نگاری، مطالعه‌موردی)*، ترجمه‌ی حسن دانایی‌فرد و حسین کاظمی، تهران: انتشارات صفار- اشراقی.
- محمدپور، احمد (۱۳۸۹)، *ضدروش: منطق و طرح در روش‌شناسی کیفی (جلد ۱)*، تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
- محمدپور، احمد و ایمان، محمدتقی (۱۳۸۷)، «بازسازی معنایی پیامدهای تغییرات اقتصادی در منطقه اورامان تحت کردستان ایران: ارائه نظریه زمینه‌ای»، *فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی*، شماره ۲۸: ۱۹۱-۲۱۳.
- منتظر ظهور، محمود (۱۳۷۶)، *اقتصاد خرد کلان*، انتشارات دانشگاه تهران.
- میرزایی، خلیل (۱۳۸۹)، *پژوهش، پژوهشگری و پژوهشنامه نویسی (جلد اول)*، تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
- متوسلی، محمود؛ رضائی، محمدجواد و موحدی بکنظر، مهدی (۱۳۹۱)، «درک رفتار اقتصادی بر اساس کارکرد اعصاب و علوم‌شناختی»، *مجله‌ی تحقیقات اقتصادی*، شماره‌ی ۲: ۸۱-۹۸.
- Denhardt, Robert B. and Philip W. Jeffress (1971), "social learning and Economic behavior: The process of Economic Socialization", **The American Journal of Economics and Sociology**, No 8: 113- 125.
- Furnham Adrian (1999), "The saving and spending habits of young people", **Journal of Economic**, No 20, 677- 697.
- Harrah, Jacklyn and Monroe Friedman (1990), "Economic Socialization in children in a Midwestern American community", **journal of Economic psychology**, No 11: 495- 513.
- Otto, Annette Michaela Cosima (2009), "The Economic Psychology Of Adolescent saving to the University of Exeter as a thesis for the degree of Doctor of Philosophy" **Psychology**, june, 1- 325.
- Olander, F., & Spipel, C.m (1970), **Psychological approaches to the study of saving. Studies in consumer Savings**, No. 7, Urbana- Champaing, IL; the Bureau of Economic and Business Research, University of Illionis.
- Moschis, G.p, & Churchill, G. A., Jr. (1978), "Consumer socialization: A theoretical and empirical analysis". **Journal of Marketing Research**, No 15, 599-609.
- Furnham, A. (1984), Many sides of the coin: The Psychology of money usage. *Personality and Individual Differences*, 5, 501- 509.
- Simmel, Georg (1991), "Money in Modern Culture", Theory, **Culture and Society**, Sage, No. 8:17-31.
- Roland-levy, Christine (1990 A), "Economic Socialization: Basis For International Comparisons", **Journal of Economic psychology**, No 11: 469- 482.

- Roland-levy, Christine (1990 B), “A Cross-National Comparison of Algerian and French children's Economic Socialization”, **journal of Economic**, No 11: 567- 581.
- Webley, paul and Ellen Nyhus (2012), **Economic Socialization, Saving and Assets in European Young Adults**, by the university of Kansas school of Social Welfare and Center for social Development at the George Warren Brown School of Social Work, Washington university in St. Louis, 1- 19.