

ISSN:2821-1588		https://www.jadm.khadu.ir	
	Journal of Air Defense Management Volume 2, Issue 5 Spring 2023 P.P. 191-208		
Research Paper			
Factors Affecting the Sense of Collective Belonging of Academic Elites Mohammad Javad Gholamreza Kashi¹, Masoumeh Talebi² 1. Associate Prof., Law and Political Science Department, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran. E-mail: Javadkashi@gmail.com 2. Phd Student of Political Science, Department of Law and Political Science, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran. E-mail: Ma.taleb7@gmail.com			
bArticle Information		Abstract	
Received: 2022/10/29 Accepted: 2023/02/17		Background & Purpose: Academic elites are considered as sensitive and influential groups of society, and the loss of their collective sense of belonging is a sign of people's separation from society and the collapse of society. Based on the importance of this topic, the present research was conducted with the aim of investigating the state of the sense of collective belonging of academic elites and also identifying the factors affecting the sense of collective belonging of academic elites. Methodology: This study is an applied research and descriptive survey research method was used in it. The statistical sample included 384 university elites, including professors, students and graduates, who were selected by simple random sampling. The research data were collected through a questionnaire. The validity and reliability of the measurement tool was confirmed through content validity and Cronbach's alpha coefficient. Findings: This study is an applied research and descriptive survey research method was used in it. The statistical sample included 384 university elites, including professors, students and graduates, who were selected by simple random sampling. The research data were collected through a questionnaire. The validity and reliability of the measurement tool was confirmed through content validity and Cronbach's alpha coefficient. Conclusion: Examining the state of the sense of collective belonging among Iranian academic elites showed the desirability of the sense of collective belonging among this cultured class. However, many factors are involved in explaining the high statistics of Iranian elites and specialists. Explaining and interpreting the lack of commitment to society in a situation where the sense of collective belonging is favorable among this group requires attention to external factors and motivations.	
<i>Sense of Collective Belonging Academic Elites, Elite Migration, Iranian Experts.</i>			
Corresponding Author: Mohammad Javad Gholamreza Kashi Email: Javadkashi@gmail.com			
Citation: Gholamreza Kashi, Mohammad Javad and Talebi, Masoumeh.(2023). Factors Affecting the Sense of Collective Belonging of Academic Elites. <i>Journal of Air Defense Management</i>, 2(5), 191-208.			

ISSN:2821-1588		https://www.jadm.khadu.ir	
	فصلنامه علمی مدیریت دفاع هوایی دوره ۲، شماره ۵ بهار ۱۴۰۲ صص ۱۹۱-۲۰۸		
مقاله پژوهشی			
عوامل مؤثر بر حس تعلق جمعی نخبگان دانشگاهی محمدجواد غلامرضا کاشی^۱، معصومه طالبی^۲ ۱. دانشیار گروه حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران. رایانامه: Javadkashi@gmail.com ۲. دانشجوی دکتری علوم سیاسی، گروه حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران. رایانامه: Ma.taleb7@gmail.com			
چکیده		اطلاعات مقاله	
زمینه و هدف: نخبگان دانشگاهی از گروه‌های حساس و تاثیرگذار جامعه محسوب می‌شوند و از میان رفتن حس تعلق جمعی در آنها نشانه گسستگی افراد از جامعه و فروپاشیدن جامعه است. بر اساس اهمیت این موضوع، پژوهش حاضر با هدف بررسی وضعیت حس تعلق جمعی نخبگان دانشگاهی و همچنین شناسایی عوامل مؤثر بر حس تعلق جمعی نخبگان دانشگاهی انجام گردید. روش‌شناسی: این مطالعه یک پژوهش کاربردی است و در آن از روش پژوهش توصیفی پیمایشی استفاده شد. نمونه آماری شامل ۳۸۴ نفر از نخبگان دانشگاهی شامل اساتید، دانشجویان و فارغ التحصیلان بود که به شیوه نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. داده‌های پژوهش از طریق ابزار پرسشنامه گردآوری شدند. روایی و پایایی ابزار سنجش نیز به ترتیب از طریق روایی محتوا و ضریب آلفای کرونباخ تأیید شد. یافته‌ها: تاثیرات مستقیم متغیرهای هفت‌گانه همبستگی اجتماعی، احساس رضایت عمومی، اثربخشی سیاسی، بهره‌مندی از فضای اجتماعی، میزان برخورداری از حقوق شهروندی، دگر خواهی و اعتماد اجتماعی بر حس تعلق جمعی تأیید شد. متغیرهای احساس رضایت عمومی، اثربخشی سیاسی و اعتماد اجتماعی با بالاترین ضریب معناداری بیشترین تأثیر را بر حس تعلق جمعی دارا بود که خود حاکی از رابطه مثبت‌تر و قوی‌تر این عوامل بر حس تعلق جمعی نخبگان دانشگاهی است. نتیجه‌گیری: بررسی وضعیت حس تعلق جمعی نخبگان دانشگاهی ایران نشان از مطلوب بودن حس تعلق جمعی در میان این قشر فرهیخته داشت. لیکن در تبیین آمار بالای مهاجرت نخبگان و متخصصان ایرانی عوامل متعددی دخیل هستند. تبیین و تفسیر عدم وجود تعهد به جامعه در شرایطی که وضعیت حس تعلق جمعی از وضعیت مطلوبی در میان این قشر برخوردار است توجه به عوامل و انگیزه‌های جانبی را می‌طلبد.		تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۸/۰۷ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۱/۲۸	
		کلیدواژه‌ها:	
		حس تعلق جمعی، نخبگان دانشگاهی، مهاجرت نخبگان، متخصصان ایرانی.	
		نویسنده مسئول: محمدجواد غلامرضا کاشی ایمیل: Javadkashi@gmail.com	
استناد: غلامرضا کاشی، محمدجواد و طالبی، معصومه. (۱۴۰۲). عوامل مؤثر بر حس تعلق جمعی نخبگان دانشگاهی. فصلنامه مدیریت دفاع هوایی، ۲(۵)، ۱۹۱-۲۰۸.			

مقدمه

حس تعلق اجتماعی از مفاهیم مهمی است که سیاست‌پژوهان، روان‌شناسان اجتماعی، محیط‌شناسان و جامعه‌شناسان در تحلیل رفتار فردی و اجتماعی و همچنین برای بیان علت انواع رفتار فردی، گروهی و جمعی و تحلیل پدیده انحرافات اجتماعی به‌طور عام و انحرافات محلی به‌طور خاص بدان پرداخته‌اند. از آنجائی که نقش آفرینی افراد در جوامع، سیاست و اقتصاد را تحت تأثیر مستقیم قرار می‌دهد، حس تعلق افراد به گروه، جمع و در نهایت یک سیستم، زمینه‌ساز ایجاد امنیت و آرامش روانی، پیوندهای عاطفی در پیشگیری از گسستگی جامعه و همبستگی جمعی خواهد بود. ضمن آنکه تعهد افراد به اجتماعات بزرگ‌تر به هم افزایی در توانمندی‌ها و شکل‌گیری جامعه‌ای با بیشترین همبستگی، تقویت روحیه مسئولیت‌پذیری و سهیم شدن افراد در منابع قدرت و شکل‌گیری نظامی مردم‌سالار منجر خواهد شد.

با کاهش حس تعلق، روحیه منفعت طلبی شخص تقویت می‌شود و فرد فقط، به منافع شخصی‌اش می‌اندیشد (ناطق پور، ۱۳۸۳). افزایش اضطراب و عدم وجود امنیت روانی افراد می‌تواند زمینه‌ساز مسائل و مشکلات کلان در جوامع شود و گسستن افراد از جامعه و از بین رفتن حس تعلق به جامعه از ابتدائی‌ترین نشانه‌های آن خواهد بود که نیازمند توجه به ریشه‌های شکل‌گیری این مسائل جهت راه حل‌یابی و اصلاح سیاستگذاری‌ها است. حس تعلق نسبت به جامعه ضامن بقا و پویایی آن است و احساس تعلق و دل‌بستگی نخبگان دانشگاهی، اساس پیشبرد هرگونه برنامه‌ریزی و سیاستگذاری عمومی است.

بنا بر گزارش یکی از معتبرترین مراجع مکتوب که «سالنامه مهاجرتی ایران ۱۴۰۰» است و توسط رصدخانه مهاجرت ایران و زیر نظر پژوهشکده سیاستگذاری دانشگاه صنعتی شریف منتشر شده است، جمعیت مهاجرین ایرانی از ۶۳۱۳۳۹ نفر در سال ۱۹۹۰ به حدود ۱۳۰۱۹۷۵ نفر در سال ۲۰۱۹ رسیده است که بررسی وضعیت تحصیلی و شغلی این مهاجرین قابل تأمل است. بنابر داده‌های آماری مختلف بین‌المللی و کشوری، اولین گروه شغلی در میان ایرانیان در کشورهای او ای سی دی متخصصان هستند، همچنین روند افزایش تعداد متخصصین از نیروی کار ایرانی در این کشورها صعودی بوده است و از ۲۵ درصد در سال ۲۰۰۰ به ۶۲،۲۹ درصد در سال ۲۰۱۵ افزایش یافته است. طبق اطلاعات این پایگاه، ۵۰ درصد از ایرانیان بالای ۲۵ سال دارای تحصیلات دانشگاهی بودند، این میزان در سال ۲۰۱۵ به ۵۶ درصد رسیده است (پایگاه رصدخانه مهاجرت ایران، ۱۴۰۰).

نخبگان دانشگاهی از تاثیرگذارترین طبقات جامعه هستند و نسل جوان با الگوپذیری از

آن‌ها با داشتن حس تعلق جمعی بالا می‌توانند موجبات رشد و توسعه اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی جامعه را فراهم نمایند. متأسفانه در سال‌های اخیر سیل گسترده مهاجرت نخبگان یا حتی مهجوریت آنان در درون جامعه افزایش یافته و جامعه ایران را با مسائل و معضلات جدیدی روبرو نموده است. دغدغه اصلی این پژوهش سنجش حس تعلق جمعی و عوامل مؤثر بر آن در میان نخبگان دانشگاهی در ایران است؛ نخبگانی که در مقام هیئت علمی دانشگاه‌های مختلف کشور به علم‌آموزی و تدریس مشغول هستند، نخبگانی که هم‌اکنون دانشجو محسوب می‌شوند و فارغ‌التحصیلانی که هم‌چنان نخبه دانشگاهی به حساب می‌آیند و هر کدام به نحوی، مهاجرت از جامعه یا مهجوریت در جامعه را برگزیده‌اند. پژوهش حاضر بر این فرض استوار است نخبگان دانشگاهی از گروه‌های حساس و تاثیرگذار جامعه هستند و از میان رفتن حس تعلق جمعی در بین آنها خبر از گسستگی افراد از جامعه دارد و سنجش عوامل مؤثر بر این حس تعلق جمعی می‌تواند راهگشای راه حل‌یابی جهت افزایش حس تعلق جمعی افراد و بالاخص نخبگان در جامعه شود.

پیشینه پژوهش

تعلق یک مفهوم مبهم در علوم میان رشته‌ای چون روانشناسی اجتماعی، جامعه‌شناسی و جامعه‌شناسی سیاسی است. برخی تمایل دارند تعلق را با مفهوم هویت، شهروندی و یا هر دو همسان پندارند. «تعلق نتیجه تلفیقی اعتماد، احساس امنیت و اشتراک است. تعلق ترکیبی از دستاوردهای فردی، تعامل و مباحثه میان افراد است و به صورت ساختاری بر دانش و تجربه زندگی مردم تأثیر می‌گذارد (هاگ، ۲۰۰۲)». منظور آنتیاس از حس تعلق عبارت از این است که تعلق داشتن به معنی بخشی از یک جامعه پذیرفته شدن، در آن احساس امنیت داشتن و به عنوان عضوی از جامعه به آینده آن علاقه‌مند بودن است (آنتیاس، ۲۰۰۸). از دیدگاه دیویس، حس تعلق در مورد پیوندهای عاطفی، حس در خانه بودن و احساس امنیت داشتن است (دیویس، ۲۰۰۶). در مجموع تعریف جامعی که از حس تعلق می‌توان ارائه داد این است که حس تعلق یک رابطه عاطفی به یک مکان اجتماعی پویاست، یعنی موقعیتی در ساختار اجتماعی که از طریق هویت‌یابی، وابستگی و پیوستگی تجربه می‌شود. در واقع تعلق بازتاب سرمایه‌گذاری‌های عاطفی و تمایل به پیوندهای اجتماعی است تا جایی که افراد احساس کنند که خودشان بخشی جدایی ناپذیر از اجتماع هستند که در آن احساس امنیت می‌کنند و به آینده اجتماع خود علاقه‌مندند.

تعلق به یک جمع انسانی، نیاز اولیه و عمومی انسان است که ناشی از خواست فرد برای ایجاد روابط بین فردی همراه با احساسات مثبت در تداوم آن است (بامستر و لری،

(۱۹۹۵). افراد ممکن است برای بدست آوردن ارزش شخصی مثبت بخواهند به یک جمعی تعلق داشته باشند (تاجفل و ترنر، ۱۹۷۹). البته انگیزه سومی که برای پیوستن به یک جمع مطرح می‌شود این است که افراد برای بدست آوردن امنیت به یک جمع بالاخص ملی متعلق می‌شوند چرا که در آن صورت فرد توسط یک حکومت مورد حمایت واقع می‌شود (مک، ۱۹۸۳). البته اندیشمندان دیگر نیز این ایده را مطرح می‌کنند که مردم نه به قلمرو و نه به یک گروه فرهنگی یا قومی تعلق دارند، بلکه به «وضعیت»، یعنی به مواجه شدن با زندگی روزمره تعلق دارند (امین، ۲۰۰۵: ۹). از نظر دیویس سطوح تحلیل حس تعلق بین سه سطح تحلیل مطرح می‌شود؛

سطح اول مربوط به مکان‌های اجتماعی است. محله‌هایی که افراد در آن زندگی می‌کنند، سطح دوم مربوط به هویت‌های افراد و پیوندهای اجتماعی به گروه‌ها و جمعیت‌های متنوع است؛ و سطح سوم به سیستم‌های ارزشی سیاسی و قومی مربوط است (دیویس، ۲۰۰۶). حس مکان وابسته به احساس و تصور افرادی است که مکان را تجربه کرده‌اند و به نیاز هویت بخشی محیط شخصی و نیاز به بودن در یک مکان با هویت برای افراد مربوط است (رلف، ۱۹۷۶، ۶۴). تحقیقات بر روی حس مکان اغلب بر روی سه ساختار دل‌بستگی به مکان، تبعیت از مکان و هویت مکان متمرکز شده است (استیدمن، ۲۰۰۳، ۱۴۹). جهت ادراک مکان به عنوان یک فرایند تجربی، بررسی مفاهیمی که مردم را وابسته به یک محل کرده و سعی در ایجاد حس مکان می‌کند، بسیار حائز اهمیت است. علاوه بر دیویس که سیستم‌های ارزشی سیاسی و قومی را در ایجاد حس تعلق در افراد مهم دانسته است، هاگرتی و همکارانش نیز بر تجربه مشارکت شخصی در یک سیستم یا محیط به طوری که افراد احساس می‌کنند خودشان بخشی جدایی‌ناپذیر از این سیستم یا محیط هستند تأکید دارند. آمارهای متعدد نشان می‌دهد که هر چه تحصیلات افراد بیشتر می‌شود، علاقه‌مندی برای مشارکت در عرصه‌های مختلف سیاسی و اجتماعی افزایش می‌یابد. از جمله مسائلی که مدیران برای ممانعت از خروج نخبگان باید به آن توجه کنند، پاسخ به تقاضای قشر تحصیل کرده برای ورود به عرصه‌های سیاسی - اجتماعی است تا احساس کنند در چرخش نخبگان وارد شده‌اند و جایگاهی در تصمیم‌گیری‌ها و تصمیم‌سازی‌ها دارند (قلی‌پور و همکار، ۱۳۸۷: ۲۲۱). افرادی که احساس کنند در جامعه اثربخش هستند احساس تعلق بیشتری نسبت به آن جامعه دارند.

چالش‌های مربوط به تعلق در محلی‌ترین سطح اجتماع شکل می‌گیرد: اینکه مردم چگونه در زندگی روزمره و در مکانی که زندگی می‌کنند در خیابان، احساس راحتی و امنیت داشته باشند و چگونگی سازماندهی بحث در سطح محلی به طوری که مردم می‌توانند یاد

بگیرند که یکدیگر را درک کنند و همدیگر را بپذیرند. در واقع افرادی که حس تعلق به یک محله دارند، افرادی‌اند که در این محله به هم کمک می‌کنند تا همه چیز را بهبود ببخشند. شناختن همسایه‌ها و اعتماد به جامعه محلی باعث می‌شود مردم احساس نسبتاً امنی داشته باشند. به‌طور کلی هنوز حقیقت دارد که احساس امنیت و راحتی در محل زندگی احساس تعلق خاطر مردم را نیز افزایش می‌دهد. عوامل قانونی (مثلاً شهروندی و مجوز اقامت) جزء ضروری در تولید امنیت هستند که توسط بسیاری به عنوان یک بعد حیاتی از تعلق شناخته می‌شود. جایی متعلق به شماست که آنجا امن هستید و جایی که شما آنجا امن هستید آنجاست که شما متعلق به آن هستید (ایگناتیف، ۱۹۹۳: ۲۵).

تعلق خاطر به جامعه به عنوان حسی بالنده میان مردمی که از منافع و سرنوشت مشترک برخوردارند، بسیار حیاتی است و وجود جامعه متضمن علاقه و وابستگی و وفاداری افراد به آن و احساس پیوستگی به «مای» کلی است. «افرادی که خود را عملاً متعلق به یک جمع، گروه و جامعه ندانند، تلاش و کوششی هم در صیانت از دستاوردها و ساختارهای آن مجموعه نمی‌کنند. از جمله زمینه‌های مهم احساس تعلق اجتماعی، افزایش اعتماد عمومی و تصحیح شبکه ارتباطات جامعه و به عبارت دیگر، تحول در سرمایه‌های اجتماعی است. برای مثال، مردم باید مطمئن باشند که از تلاش‌های‌شان در جامعه بهره می‌برند. این امر موجب افزایش اعتماد اجتماعی می‌شود (ناطق‌پور، ۱۳۸۳)».

پیشینه تجربی

دیویس در پژوهش خود با عنوان «تعلق و سیاست‌های تعلق» که در سال ۲۰۰۶ انجام شد، چارچوبی تحلیلی برای احساس تعلق و سیاست‌های مربوط به آن ارائه داد. تحقیق دیویس به سه بخش تقسیم می‌شود. بخش اول به تصور از حس تعلق و تفاوت تحلیلی آن با مکان‌های اجتماعی، پیوندهای عاطفی و هویتی و ارزش‌های سیاسی و اخلاقی مربوط می‌شود. بخش دوم بر سیاست‌های تعلق و ارتباط آن‌ها با سیاست‌های مشارکتی و شهروندی مربوط می‌شود. بخش سوم نیز به مطالعه موردی جامعه بریتانیا می‌پردازد. تحقیقات دیویس با ارائه تعاریف متنوع از حس تعلق جمعی و بررسی ابعاد مختلف آن‌ها راهگشای یافتن عوامل مؤثر بر حس تعلق جمعی است. عواملی که دیویس در تحقیق خود به خوبی از آنان بهره می‌برد عواملی چون توجه به نقش مکان‌های اجتماعی، پیوندهای عاطفی چون نوع دوستی، دگرخواهی، ارزش‌های سیاسی و اخلاقی شامل عواملی چون اثربخشی سیاسی، عدالت، برابری و حقوق شهروندی است (دیویس، ۲۰۰۶)؛ اما نکته مهم این است که پژوهش مورد نظر در رابطه با ابعاد سه گانه‌ای که دیویس جهت مطالعه تحلیلی با حس تعلق جمعی مد نظر قرار داده است اگر در جامعه ایران مورد بررسی قرار گیرد نتایج متفاوتی را در بر خواهد

داشت.

پولینی در یک بررسی به روش اسنادی، به ارائه تصویری از تعلق اجتماعی و شاخص‌های آن پرداخت. نویسنده در این اثر ابتدا به بررسی زمینه‌های روابط انسانی و درگیری افراد در این روابط پرداخته و سپس به دو بعد از مداخله انسان اشاره کرده که عبارتند از: روابط غیرنمادین و نمادین. تعلق اجتماعی و انطباق فرهنگی را در بعد نمادین مداخله انسانی قرار داده و سپس با ارائه نظریه‌هایی از دورکیم، وبر، پارسونز، مرتون و تونس در رابطه با تعلق اجتماعی، به مقایسه و تحلیل آن‌ها پرداخته و با تأکید بیشتر بر نظر پارسونز، ساختار تعلق اجتماعی، مؤلفه‌های آن و روابط بین آن‌ها را ترسیم کرده است (پولینی، ۲۰۰۰). این پژوهش اسنادی مشاهدات میدانی ندارد و به نظر می‌رسد برای سنجش تعلق اجتماعی در جامعه و همچنین عوامل تاثیرگذار بر این حس تعلق، روش پیمایشی بهترین راه است تا بتواند واقعیت‌های موجود در جامعه را بر مبنای وضعیت موجود طبقه‌بندی نماید.

بانفینو^۲ در سال ۲۰۰۷ در تحقیقی با عنوان «حس تعلق در بریتانیای معاصر» نوشت که در دو دهه پیشین عمده بحث‌های ادبیات سیاسی بر این مسئله تمرکز داشتند که چگونه در یک جامعه چندفرهنگی با درصد مهاجرت بالا می‌توان زندگی کرد. مسئله این است که در چنین جامعه چندفرهنگی چگونه باید حس تعلق جمعی تقویت شود. بانفینو در نهایت به این نتیجه می‌رسد که جامعه بریتانیا باید اشکال متنوع‌تری از حس تعلق جمعی را تعریف نماید تا افراد بیشتری در داخل این مجموعه قرار بگیرند و خود را متعلق به جامعه بریتانیا بدانند؛ بنابراین نباید تنها تأکید بر بریتانیایی بودن و مشارکت سیاسی باشد بلکه باید سعی شود تا فضا برای تعامل در سطح محلی و ادغام مردم در بازار کار بریتانیا فراهم گردد. این احساس که مردم از اقتصاد کنار گذاشته شده‌اند اثرات منفی بر افراد دارد و قادر به ایجاد فضایی عمومی برای مردم نیست که در نهایت هم به شکل سوء تفاهم و بیگانگی با محیط خود را نشان می‌دهد. در واقع با تعریف چارچوب‌های جدید برای حس تعلق و ادغام مهاجران در سطح جامعه می‌توان به بریتانیایی باثبات، متعادل و فراگیر دست یافت (بانفینو، ۲۰۰۷).

جوادی یگانه و هاشمی در تحقیق خود با عنوان تعارض نفع فردی و نفع جمعی و عوامل مؤثر بر آن به نتایجی دست یافتند. نتایج تحقیق آن‌ها نشان می‌دهد که میزان رفتار همیارانه پاسخ‌گویان در موقعیت‌های دوراهی اجتماعی، بین ۶۵ تا ۸۵ درصد و میزان رفتار

^۱ Pollini

^۲ Buonfi no

همیارانه مردم از نظر پاسخ‌گویان، بین ۲۰ تا ۴۰ درصد است (جوادی یگانه و هاشمی، ۱۳۸۴). در این پژوهش به عوامل مؤثر بر رفتار افراد در موقعیت‌های دوراهی پرداخته شده است و آنچه که از نظر این پژوهش مغفول مانده است توجه به عوامل مؤثر بر حس افراد نسبت به دل‌بستگی، تمایل و تعلق به گروه و جمع است.

بیدل و محمودزاده در سال ۱۳۹۱ در پژوهشی با عنوان بررسی میزان تعلق اجتماعی مردم به جامعه ایران و رابطه آن با اعتماد اجتماعی و فردگرایی؛ مطالعه مورد شهر مشهد به بررسی میزان تعلق اجتماعی مردم به جامعه ایران و رابطه آن با اعتماد اجتماعی و فردگرایی پرداختند. نتایج تحقیق نشان داد که میزان تعلق اجتماعی مردم مشهد به جامعه ایران در سطح متوسط است. با افزایش سن، تعلق اجتماعی نیز افزایش یافته است. میزان تعلق اجتماعی در بین قوم فارس نسبت به سایر اقوام و همین‌طور شاغلان نسبت به سایر افراد و در طبقه متوسط نسبت به طبقات دیگر بیشتر بوده است (بیدل و محمودزاده، ۱۳۹۱: ۳۲).

کروس. جی.ای (۲۰۰۳) احساس رضایت عمومی فرد در جامعه را از عوامل تاثیرگذار بر حس تعلق جمعی افراد در جامعه می‌داند. در نهایت هم دیویس (۲۰۰۶) در تحقیقی به این نتیجه می‌رسد که مکان‌های اجتماعی، پیوندهای عاطفی چون نوع‌دوستی و دگر خواهی، ارزش‌های سیاسی اخلاقی چون اثربخشی سیاسی، عدالت، برابری و حقوق شهروندی از جمله عوامل مهم و تاثیرگذار بر حس تعلق جمعی هستند.

پژوهش‌های داخلی، تعلق اجتماعی را بیشتر به عنوان بعدی از هویت جمعی و یا شاخص شهروندی در نظر دارند و یا در بحث از ابعاد انسجام، سرمایه اجتماعی، مشارکت اجتماعی و همبستگی اجتماعی به آن پرداخته‌اند. همچنین روش بیشتر تحقیقات، پیمایشی بوده و اغلب با تکنیک پرسشنامه انجام شده‌اند. در این پژوهش فرض بر این است که نخبگان دانشگاهی جامعه ایران (که عمدتاً دارای تحصیلات تکمیلی و تخصص‌های ویژه هستند) به لحاظ دانش اجتماعی و سیاسی دارای انتظارات و دیدگاه‌های خاص خود هستند که تبعاً عوامل تاثیرگذار بر حس تعلق جمعی آن‌ها تابع همان دیدگاه‌های ویژه هست؛ بنابراین شناخت این عوامل تاثیرگذار می‌تواند راهکارهای عملی و مناسبی در رابطه با روش‌های تقویت حس تعلق در جامعه برای رهبران و مدیران ارائه نماید. از سوی دیگر شناخت علل و عوامل کاهش حس تعلق جمعی در جامعه می‌تواند به آسیب‌شناسی بحث تعلق در جامعه ایران بالاخص میان نخبگان دانشگاهی بیانجامد.

چارچوب نظری و توسعه فرضیه‌ها

دیویس در نظریه خود با عنوان سطوح مختلف حس تعلق جمعی، تاثیرگذاری عواملی چون مکان‌های اجتماعی، وضعیت سیاسی و پیوندهای سیاسی و اجتماعی را بر حس تعلق جمعی

و تقویت آن اثبات می‌کند. تولد و استمرار سکونت عامل مهمی در ایجاد تعلق به مکان می‌باشد. طولانی شدن مدت سکونت یک فرد، فضای اجتماعی جهت ایجاد حس تعلق جمعی فراهم می‌نماید. محلات سنتی با ایجاد فضاهای زیستی مشترک، آداب و رسوم مشترک و احساس تعلق به یک گروه واحد زمینه ایجاد وحدت در انسان‌های ساکن در محله را فراهم نموده و پایه‌های تعلق به جمع را استوار می‌نمایند. در واقع احساس تعلق و وابستگی به مکان سطح بالاتری از حس مکان است که در هر موقعیت و فضا به منظور بهره‌مندی و تداوم حضور انسان در مکان نقش تعیین کننده‌ای می‌یابد. وابستگی به مکان رابطه نمادین ایجاد شده توسط افراد به مکان است که واقعیتی اجتناب‌ناپذیر می‌شود، معانی احساسی، عاطفی و فرهنگی مشترکی به یک فضای خاص می‌دهد و به ایجاد و افزایش حس تعلق جمعی نسبت به مکان اجتماعی و فضاهای فرهنگی و اجتماعی موجود منجر می‌شود. فرهنگی بودن تعلق به مکان به معنای این است که در اکثر افراد تجربه و تحلیل فضا به صورت نماد مشترک فرهنگی قابل تجربه است. در واقع افراد مکان‌ها را به خصوصیات فرهنگی ربط می‌دهند، به گونه‌ای که یک فضا می‌تواند محرک تجربه انسان و ارزش‌های بناهای قدیمی در مفاهیم و معانی فرهنگی شود. بدین ترتیب فضای اجتماعی خلق می‌شود و حس تعلق فرد نسبت به فضای اجتماعی شکل گرفته و افزایش می‌یابد.

حس تعلق فرایندی خاص است که تأثیرپذیری بالایی از جامعه و سیاست دارد و افراد بر اساس شباهت‌ها و تفاوت‌هایی که بین خود و دیگران و در داخل و خارج از آن جامعه می‌بینند، نسبت به جامعه تعلق خاطر دارند. فضای سیاسی مشترک و یا هنجارهای سیاسی نهادینه شده مشترک در یک جامعه که کارآمدی و مشروعیت نظام سیاسی را ارتقاء می‌دهد می‌تواند زمینه‌ساز افزایش مشارکت سیاسی شهروندان شده و اثربخشی سیاسی در جامعه را افزایش دهد که خود عامل تاثیرگذار بر حس تعلق جمعی افراد محسوب می‌گردد. از دیدگاه بورديو سرمایه اجتماعی در شبکه روابطی که میان افراد برقرار می‌شود، فرصت‌های ویژه‌ای را برای همه کنشگران حاضر و فعال در آن مجموعه پدید می‌آورد. این کنشگران می‌توانند با بهره گرفتن از فرصت‌های به وجود آمده و نیز با پشتوانه همان روابط، هدف‌های شخصی خود را در شبکه روابط اجتماعی و سیاسی پیگیر شوند. این فرصت‌ها قابلیت‌ها و توانمندی‌های فردی آنان را در تحقق اهدافشان ارتقا می‌بخشد و حس تعلق به جمع و احساس پیروزی در جمع را افزایش می‌دهد (بورديو ۱۳۸۰).

حس تعلق جمعی همان حسی است که افراد را تحت لوای یک جامعه سیاسی و اجتماعی گرد هم آورده و تار و پود گسست‌ناپذیری از افراد یک گروه جمعی را به وجود می‌آورد. طبعاً وابستگی احساسی در این میان موجب تقویت و تثبیت همبستگی گروهی

می‌شود. بدون توجه به احساس دلبستگی فرد به جامعه، برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌های اجتماعی، فاقد هرگونه پشتوانه خواهد بود زیرا اجرای برنامه‌ها و کارآمدی آنها، متضمن علاقه مردم به تداوم حیات اجتماعی و همبستگی با جامعه است. با افزایش روحیه منفعت‌طلبی در افراد، سازگاری، همبستگی و وحدت اجتماعی از بین خواهد رفت، افراد در جهت حفظ نهادهای اجتماعی تلاشی نخواهند داشت و به تدریج شاهد از هم گسیختگی اجتماعی و کاهش حس تعلق جمعی خواهیم بود. دورکیم در نظریه همبستگی خود سه عامل وجدان جمعی، دین و تقسیم کار را در استحکام روح جمعی جوامع و ایجاد حس تعلق جمعی آنان، مؤثر می‌داند. او در مرحله‌ای دین را فراتر از باورها می‌داندست و تنها روح اخلاقی و اعمال و مناسک جمعی دین مورد توجه‌اش بود. باورهای مشترک قوی در یک هویت جمعی، هم‌ذات‌پنداری و حس تعهد افراد به انجام تکلیف در جامعه‌ای که در آن به همراه سایر افراد زندگی می‌کنند از عوامل اصلی و تاثیر گذار بر شکل‌گیری و حفظ حس تعلق جمعی افراد در جامعه بود.

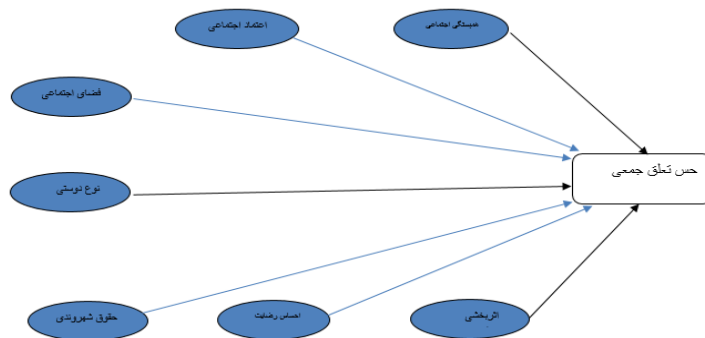
بنابراین سه عامل مهم فضای اجتماعی، اثربخشی سیاسی و همبستگی اجتماعی از درون این نظریات (نظریه سطوح حس تعلق جمعی دیویس، نظریه سرمایه اجتماعی بورديو و نظریه همبستگی دورکیم) استنباط می‌گردد و به عنوان عوامل مؤثر بر حس تعلق جمعی در این تحقیق مورد توجه و بررسی قرار می‌گیرد. البته بحث مربوط به فضای اجتماعی و اثربخشی سیاسی در نظریه سرمایه اجتماعی بورديو نیز قابل استنباط است.

بورديو نیز در نظریه سرمایه اجتماعی و فرهنگی خود با تاکید بر بحث اعتماد عنوان می‌کند که سرمایه اجتماعی با چهار شاخص اعتماد، عضویت در شبکه‌ها، نوع هنجارها و آگاهی، از طریق افزایش مشارکت، باعث ارتقای حس تعلق اجتماعی می‌شود. اعتماد عنصری است که هم در شکل‌گیری یک جمع و گروه و هم در حفظ و تداوم آن مؤثر است. حس تعلق جمعی و اعتماد اجتماعی رابطه مستقیمی با یکدیگر دارند. همانگونه که هاگ نیز تاکید داشته تعلق نتیجه تلفیقی اعتماد، احساس امنیت و اشتراک است و در مقابل آن بی‌اعتمادی اجتماعی عامل اصلی کاهش همبستگی در جامعه است. در واقع اعتماد اجتماعی حسن ظن فرد نسبت به افراد جامعه است. مؤلفه‌های اعتماد اجتماعی، انسجام اجتماعی و مشارکت اجتماعی که در یک رابطه متعامل قرار گرفته‌اند و هر کدام تقویت کننده دیگری هستند از مؤلفه‌های اصلی سرمایه اجتماعی محسوب می‌شوند. افرادی که خود را عملاً متعلق به یک جمع، گروه و جامعه ندانند، تلاش و کوششی هم در صیانت از دستاوردها و ساختارهای آن مجموعه نمی‌کنند. اعتماد اجتماعی لازمه شکل‌گیری پیوندها و معاهدات اجتماعی و ایجاد کننده تعاون و همیاری بوده و فقط در این حالت است که در عین وجود تفاوت‌ها قادر به حل

مشکلات و انجام تعهدات اجتماعی می شود.

از عوامل دیگری که بر حس تعلق جمعی افراد در جامعه موثر است بحث رضایت عمومی است. یک شبکه اجتماعی قوی با دوستان عاملی مهم در رابطه با شادی و رضایت افراد است. مفهوم سرمایه اجتماعی دربرگیرنده مفاهیمی همچون اعتماد، همکاری و همیاری میان اعضای یک گروه یا یک جامعه است که نظام هدفمندی را شکل می دهند و آن ها را در جهت دستیابی به هدف های ارزشمند و رضایت هدایت می کند. احساس امنیت و راحتی در محل زندگی از عوامل مهمی است که احساس تعلق خاطر فرد را افزایش می دهد. مطالعات مربوط به بحث سرمایه اجتماعی تاکید نموده اند که دسترسی به پیوندهای اجتماعی متنوع و با قوت متفاوت، دسترسی به منابع حمایتی متنوع را فراهم ساخته و همین احساس رضایت درونی از برخورداری از سرمایه اجتماعی زمینه افزایش حس تعلق جمعی در فرد را فراهم می نماید اگر زمانی افراد یک جامعه، بین ایفای نقش و برخورداری از مزایا، تعادل احساس نکنند و از آنچه حق خود می دانند، محروم بمانند، دچار نارضایتی شده و به زودی ریشه ناکامی های خود را پیدا کرده و حتی به مقابله با آن برمی خیزند. عدم رضایت شغلی، نبود امکانات تحصیلی، عدم وجود اشتغال در شان تحصیل کرده ها، عدم رعایت شان علمی و بسیاری از مسائل سیاسی و فرهنگی دیگر. وقتی این مسائل در کنار مزایایی قرار می گیرد که از طرف سایر کشورها به تحصیل کردگان اعطا می شود، تعلق جمعی به جامعه رنگ باخته و زمینه ساز مهاجرت نخبگان تحصیل کرده از کشور ملی خود می شود.

حس تعلق جمعی در هر جامعه ای متأثر از عوامل متعددی از جمله فرهنگ، اقتصاد، سیاست، امنیت و اجتماع است. در بسیاری از مواقع تمامی موارد ذکر شده برای رسیدن به حس تعلق جمعی افراد ضروری است و در برخی مواقع به نسبت شرایط جامعه، عدم توجه به یک عامل خاص می تواند به تضعیف یا از بین رفتن حس تعلق جمعی در میان افراد جامعه منجر شود. در این پژوهش با بررسی نظریات تاجفل در بحث مقوله بندی اجتماعی عواملی چون نوع دوستی و میزان برخورداری از حقوق شهروندی عوامل تأثیرگذار بر حس تعلق جمعی محسوب می شدند که به عنوان متغیرهای پژوهش مورد مطالعه و بررسی قرار می گیرند. در بحث مربوط به ابعاد حس تعلق جمعی نیز عواملی چون بهره مندی از فضای اجتماعی و اثربخشی سیاسی از مهمترین عواملی بودند که تأثیر آن ها بر حس تعلق جمعی مطرح گردید. همچنین در مبحث مربوط به سرمایه های فرهنگی و اجتماعی سه عامل اعتماد اجتماعی، احساس رضایت عمومی و همبستگی اجتماعی به عنوان عوامل مؤثر بر حس تعلق جمعی متغیرهای دیگر این پژوهش محسوب می شوند که در مدل پژوهش ترسیم گردیدند.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف کاربردی است و به لحاظ راهبرد یا طرح پژوهش، یک پژوهش توصیفی-مقطعی است. در این تحقیق جمعیت مورد مطالعه، نخبگان دانشگاهی بودند که به تشخیص بنیاد ملی نخبگان، نخبه دانشگاهی محسوب می‌شوند. در این پژوهش از شیوه نمونه‌گیری تصادفی ساده یا نامحدود برای انتخاب اعضای نمونه استفاده شد. داده‌های پژوهش از طریق روش‌های آماری توصیفی و استنباطی تحلیل شدند.

پس از شناسایی و مشخص شدن متغیرهای مهم و اثر گذار بر حس تعلق جمعی و به منظور بهینه‌سازی کاوی پژوهش و تبدیل مفاهیم کیفی به داده‌های کمی از پرسشنامه‌های استاندارد در طیف لیکرت استفاده گردید. روایی پرسشنامه این تحقیق توسط اساتید متخصص این حوزه بررسی و تأیید شد. میزان پایایی نیز در پژوهش حاضر از طریق ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شد. نتایج حاصل از بررسی پایایی پرسشنامه نهایی نشان داد که ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شده برای بخش حس تعلق جمعی، ۸۸٪ و شاخص همبستگی اجتماعی، ۸۷٪، بهره‌مندی از فضای اجتماعی، ۸۶٪، احساس رضایت عمومی، ۸۵٪، اثربخشی سیاسی، ۷۱٪، میزان برخورداری از حقوق شهروندی، ۸۹٪، دگر خواهی، ۸۴٪، اعتماد اجتماعی، ۷۹٪، هستند. به منظور آزمون فرضیه‌ها اطمینان یافتن از نتایج تحلیل آماری و آزمون تی استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

در این پژوهش از آزمون میانگین تک نمونه‌ای برای بررسی و توصیف وضعیت موجود متغیر حس تعلق جمعی نخبگان استفاده گردیده است. با توجه به اینکه در پرسشنامه از طیف پنج گزینه‌ای لیکرت استفاده شده است لذا مقدار آزمون برابر ۳ در نظر گرفته شد. در این آزمون

اگر سطح معناداری کوچکتر از ۰/۰۵ باشد و در فاصله اطمینان ۹۵ درصد حد پایین و حد بالا هر دو مثبت باشند و مقدار آماره تی بزرگتر از ۱/۹۶ باشد، فرض صفر آزمون رد شده و فرض پژوهشگر مبنی بر مطلوب بودن وضعیت متغیر مورد بررسی تأیید می‌گردد. اگر سطح معناداری کوچکتر از ۰/۰۵ بوده و در فاصله اطمینان ۹۵ درصد حد پایین و حد بالا هر دو منفی باشند و آماره تی کوچکتر از ۱/۹۶- باشد، فرض صفر آزمون رد نشده و وضعیت متغیر مورد بررسی نامطلوب ارزیابی می‌شود. همچنین اگر سطح معناداری بزرگتر از ۰/۰۵ باشد و در فاصله اطمینان ۹۵ درصد حد پایین منفی و حد بالا مثبت باشد و قدر مطلق آماره تی کوچکتر از ۱/۹۶ باشد، در این صورت فرض صفر نشده و میانگین به دست آمده تقریباً برابر با مقدار آزمون خواهد بود و وضعیت متغیر مورد بررسی در حد متوسط ارزیابی می‌شود.

جدول ۱. خلاصه نتایج آزمون تی برای سنجش وضعیت حس تعلق جمعی نخبگان

نتیجه	مقدار آزمون=۳				متغیر
	فاصله اطمینان ۹۵٪		سطح معناداری	آماره تی	
	حد بالا	حد پایین			
مطلوب	۰/۲۴۷	۰/۰۸۰	۰/۰۰۰	۳/۸۶	حس تعلق جمعی نخبگان

به منظور آزمون فرضیه‌ها اطمینان یافتن از نتایج تحلیل آماری و بررسی تناسب داده‌های مشاهده شده با مدل پژوهش، از مدل معادلات ساختاری (تحلیل مسیر) استفاده گردید. بر اساس مدل مفهومی، فرضیه‌های پژوهش بدین صورت تدوین شد که بین همبستگی اجتماعی نخبگان، احساس رضایت عمومی نخبگان، بهره‌مندی از فضای اجتماعی، اثربخشی سیاسی نخبگان دانشگاهی، میزان برخورداری از حقوق شهروندی، دگر خواهی و اعتماد اجتماعی نخبگان دانشگاهی و حس تعلق جمعی نخبگان دانشگاهی در جامعه ایران رابطه مستقیم وجود دارد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌ها به شکل زیر است.

جدول ۲. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌ها

ردیف	مؤلفه	متغیر وابسته	عدد معناداری	نتیجه
۱	همبستگی اجتماعی	حس تعلق جمعی نخبگان دانشگاهی در جامعه ایران	۲/۱۱۱	تأیید فرضیه
۲	احساس رضایت		۳/۱۶۳	تأیید فرضیه
۳	بهره‌مندی از فضای اجتماعی		۲/۰۷۹	تأیید فرضیه
۴	اثربخشی سیاسی		۳/۱۲۱	تأیید فرضیه
۵	میزان برخورداری از حقوق شهروندی		۲/۰۹۶	تأیید فرضیه
۶	دگر خواهی		۳/۱۶۳	تأیید فرضیه
۷	اعتماد اجتماعی		۳/۰۳۹	تأیید فرضیه

بر اساس جدول فوق بین همه متغیرها و حس تعلق جمعی نخبگان در جامعه ایران رابطه مستقیم وجود دارد. ارتقاء حس تعلق جمعی نخبگان می‌تواند موجبات رشد و توسعه

اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی جامعه، افزایش مشارکت و انسجام اجتماعی را فراهم نمایند. از سوی دیگر از میان رفتن حس تعلق جمعی در بین آنها که جمعیت مرجع جامعه هستند موجب گسستگی افراد از جامعه و در نتیجه فروپاشیدن جامعه در بلندمدت می‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

افراد جامعه به صورت ناخودآگاه تمایل دارند گروه‌هایی مانند جنس، نژاد و گروه اجتماعی - اقتصادی را بپذیرند. طبق نظریه هویت اجتماعی، تمایل افراد به تفکر درباره خود، به عنوان کسانی که به یک یا چند گروه تعلق دارند، بخشی بنیادی از طبیعت انسان است. این مقاله با هدف بررسی عوامل مؤثر بر حس تعلق جمعی نخبگان دانشگاهی در ایران طرح‌ریزی و اجرا شد. نگاهی اجمالی به مدل معادلات ساختاری پژوهش حاکی از این است که در تمامی فرضیه‌ها رابطه مستقیم و معنی‌داری میان متغیرهای مستقل و متغیر وابسته وجود داشت و تاثیرات مستقیم متغیرهای هفتگانه همبستگی اجتماعی، احساس رضایت عمومی، اثربخشی سیاسی، بهره‌مندی از فضای اجتماعی، میزان برخورداری از حقوق شهروندی، دگرخواهی و اعتماد اجتماعی بر حس تعلق جمعی تأیید شد. بنا بر اطلاعات جدول توزیع پاسخ دهندگان درصدهای مشخص شده نشان از بالا بودن حس تعلق جمعی در میان نخبگان دانشگاهی در ایران دارد. بنا بر آمار ارائه شده حاصل از تحلیل نتایج آماری ۷ عامل مؤثر بر حس تعلق جمعی با درصدهایی مابین ۵۲ تا ۶۵ نشان از بالا بودن نسبی حس تعلق جمعی در میان نخبگان دانشگاهی در ایران بوده است. در توضیح آمار بالای مهاجرت نخبگان و متخصصان ایرانی عوامل متعدد دخیل مورد اشاره قرار می‌گیرد. تبیین و تفسیر عدم وجود تعهد به جامعه نخبگان دانشگاهی در شرایطی که وضعیت حس تعلق جمعی از وضعیت مطلوبی در میان این قشر برخوردار است توجه به عوامل و انگیزه‌های جانبی را می‌طلبد.

میان همبستگی اجتماعی نخبگان دانشگاهی و حس تعلق جمعی نخبگان دانشگاهی در جامعه ایران رابطه مستقیم وجود دارد. این مسئله بدین معنی است که همبستگی اجتماعی از عوامل اصلی تاثیرگذار بر تعلق بنیادین افراد به جامعه محسوب می‌شود. در مباحث نظری این رساله نیز به نقش همبستگی اجتماعی در گسترش و تقویت ارتباطات اجتماعی اشاره شد، در واقع هر جا همبستگی اجتماعی نیرومند باشد، عامل نیرومندی در نزدیک کردن افراد به هم خواهد بود و باعث تشدید تماس‌های آنان و بیشتر کردن فرصت‌های ارتباطشان با یکدیگر خواهد شد. در این میان دین باوری مشترک است که به واسطه آن همبستگی میان اعضای جامعه به وجود می‌آید. هر چه اعضای جامعه متکی به یک رشته تجلی‌های نمادین و مفروضات مشترک درباره جهان پیرامون خود باشند، می‌توانند وحدت اخلاقی را

حفظ و تضمین نمایند. بدون این اعتقاد مشترک، هر نوع جامعه‌ای محکوم به تباهی و فروپاشیدگی است؛ در این تحقیق مشخص گردید که تمسک به دین و باورهای دینی به عنوان یکی از عوامل مهم در ایجاد همبستگی در جوامع عامل مهمی در ایجاد و حفظ حس تعلق جمعی مردم و بالخصوص نخبگان دانشگاهی خواهد بود.

میان احساس رضایت عمومی نخبگان دانشگاهی و حس تعلق جمعی نخبگان دانشگاهی در جامعه ایران رابطه مستقیم وجود دارد. با توجه به اینکه عدد معناداری مابین متغیر احساس رضایت عمومی نخبگان دانشگاهی و حس تعلق جمعی نخبگان دانشگاهی در جامعه ایران برابر با $3/163$ است، می‌توان نتیجه گرفت میان احساس رضایت عمومی نخبگان دانشگاهی و حس تعلق جمعی نخبگان دانشگاهی در جامعه ایران رابطه مستقیم و معنی‌داری وجود دارد. سرمایه اجتماعی - فرهنگی همبستگی مستقیمی با رضایت درونی افراد دارد؛ بدلیل آنکه سرمایه اجتماعی - فرهنگی نوعی حمایت و فرصت سهیم شدن با دیگران را فراهم می‌کند. روابط مبتنی بر احترام متقابل می‌تواند راه بسیار خوبی برای ایجاد حس خوب و متمایز در افراد باشد. نخبگان دانشگاهی در صورتی دارا بودن اعتبار شغلی و اقتصادی، به اندازه کافی از جامعه احترام، امنیت و آرامش کسب کند به همان اندازه احساس رضایت بیشتری در جامعه خواهند داشت. عواملی چون احترام یا عزت نفس و داشتن احساس مثبت نسبت به گروه خودی مؤثر است و باعث می‌شود از درون گروه طرفداری کنیم و اعضای گروه‌های دیگر را تحقیر کنیم یا در مورد آن‌ها تبعیض قائل شویم و در نتیجه با آن‌ها دچار تعارض و ستیز شویم. این گرایش به گروه در جوامع می‌تواند حس تعلق به آن جوامع را تحت تأثیر قرار داده و به افراد در جوامع احساس رضایت بخشد. افرادی که از نظر روابط اجتماعی مهارت بیشتری دارند و بهتر می‌توانند با مردم رابطه برقرار کنند، نسبت به افرادی که از نظر مالی غنی‌تر، ولی روابط اجتماعی مطلوبی ندارند، شادتر هستند (دریکوندی، ۱۳۸۱، ۲۷).

میان بهره‌مندی از فضای اجتماعی و حس تعلق جمعی نخبگان دانشگاهی در جامعه ایران رابطه مستقیم وجود دارد. با توجه به اینکه عدد معناداری مابین متغیر بهره‌مندی از فضای اجتماعی و حس تعلق جمعی نخبگان دانشگاهی در جامعه ایران برابر با $2/079$ و بیشتر از قدر مطلق $1/96$ است، می‌توان نتیجه گرفت میان بهره‌مندی از فضای اجتماعی و حس تعلق جمعی نخبگان دانشگاهی در جامعه ایران رابطه مستقیم و معنی‌داری وجود دارد. مکان‌ها، چارچوب مهمی را فراهم می‌آورند که هویت در آن شکل گیرد زمانی که فردی حس تعلق اجتماعی خود را به منطقه سکونتش از دست می‌دهد، به آن مکان اهمیت نمی‌دهد و ناگزیر منطقه را ترک می‌کند و رابطه دوطرفه بین فرد و جامعه از بین می‌رود. با کاهش حس

تعلق، روحیه منفعت‌طلبی شخص تقویت می‌شود و فرد فقط، به منافع شخصی‌اش می‌اندیشد (ناطق پور، ۱۳۸۳). چنین وضعیتی به تدریج، آسفتگی و ازهم گسیختگی اجتماعی را به دنبال می‌آورد و باعث می‌شود جامعه شرایط توسعه و توسعه یافتگی را در خود به وجود نیاورد. زندگی جمعی و حس تعلق محله‌ای از طریق ایجاد فضاهای عمومی مناسب و در وضعیت مطلوب اجتماعی و کالبدی، شکل گرفته و تقویت می‌شود.

میان اثربخشی سیاسی نخبگان دانشگاهی و حس تعلق جمعی نخبگان دانشگاهی در جامعه ایران رابطه مستقیم وجود دارد. با توجه به اینکه عدد معناداری مابین متغیر اثربخشی سیاسی نخبگان دانشگاهی و حس تعلق جمعی نخبگان دانشگاهی در جامعه ایران برابر با ۳/۱۲۱ و بیشتر از قدر مطلق ۱/۹۶ است، می‌توان نتیجه گرفت میان اثربخشی سیاسی نخبگان دانشگاهی و حس تعلق جمعی نخبگان دانشگاهی در جامعه ایران رابطه مستقیم و معنی‌داری وجود دارد.

وقتی یک ملت خلق می‌شود یکی از مهمترین کارهایی که حکومت باید انجام دهد آموختن این نکته است که آنان یک اجتماع ملی هستند. دانشگاه‌ها در انجام این کار در میان عوامل جامعه‌پذیری از اهمیت زیادی برخوردار هستند؛ زیرا می‌توانند همزمان تعداد زیادی از افراد را گردآوری و به آنها حس تعلق داشتن به یک ملت واحد را خاطرنشان سازند. جامعه‌پذیری سیاسی نقش مهمی در استمرار حیات یک نظام سیاسی دارد. یکی از راه‌های تحکیم روابط انسانی از طریق مشارکت میسر می‌گردد. جامعه‌ای که در آن، میزان مشارکت، همکاری و نوع دوستی بین افراد بالا باشد، در این جامعه افراد در عین انجام کارهای شخصی، در پیشبرد کارهای دیگر و انجام فعالیت‌های جمعی مشارکت دارند. این مشارکت‌جویی نوعی احساس رضایت و انرژی مثبت نسبت به خود و پیرامون در افراد ایجاد کرده و در نتیجه میزان نشاط و شادی را در سطح جامعه بالا می‌برد. (چلبی، ۱۳۷۵: ۶).

میان میزان برخورداری از حقوق شهروندی و حس تعلق جمعی نخبگان دانشگاهی در جامعه ایران رابطه مستقیم وجود دارد. با توجه به اینکه عدد معناداری مابین متغیر میزان برخورداری از حقوق شهروندی و حس تعلق جمعی نخبگان دانشگاهی در جامعه ایران برابر با ۲/۰۹۶ و بیشتر از قدر مطلق ۱/۹۶ است، می‌توان نتیجه گرفت میان میزان برخورداری از شهروندی و حس تعلق جمعی نخبگان دانشگاهی در جامعه ایران رابطه مستقیم و معنی‌داری وجود دارد. باید در نظر داشت برای اینکه ادیان قدر یکدیگر را بدانند و حقوق متقابل هم را رعایت کنند نخست باید همدیگر را دوست بدانند و به هر دلیلی که شده است در جامعه‌ای که خود جزو آنند به هم علاقه‌مند باشند. عدالت سرشار از نوع دوستی است و لازمه ضروری هر نوع همبستگی است (دورکیم، ۱۳۸۱، ۱۱۲). از نظر هونت (۱۳۹۲: ۴) انسان بودن نیازمند

احترام به خود، اعتماد به نفس و عزت نفس است. این سه حالت به لحاظ کاربردی تنها می‌تواند از طریق روابط بازشناسی متقابل به دست آورده شده و حفظ شود. از دیدگاه هونت این روابط باید از طریق روابط اجتماعی صحیح و احترام به افراد در جامعه حاصل شود. روابطی که با احترام به شان انسان‌ها در جایگاه خودشان آنان را جذب در جامعه نماید و تنها بدین صورت است که افراد جامعه بالاخص قشر نخبگان دانشگاهی حس تعلق به جامعه خواهند داشت.

میان دگر خواهی و حس تعلق جمعی نخبگان دانشگاهی در جامعه ایران رابطه مستقیم وجود دارد. با توجه به اینکه عدد معناداری مابین متغیر دگر خواهی و حس تعلق جمعی نخبگان دانشگاهی در جامعه ایران برابر با $2/162$ و بیشتر از قدر مطلق $1/96$ است، می‌توان نتیجه گرفت میان دگر خواهی و حس تعلق جمعی نخبگان دانشگاهی در جامعه ایران رابطه مستقیم و معنی‌داری وجود دارد. افراد جامعه بیشتر تمایل به کمک به آن دسته را دارند که به نظر می‌رسد مشابه با خود آن‌ها باشند و نه کسانی که متفاوت از آن‌ها هستند (شوارتز، ۱۹۹۳: ۲۳). باورهای مشترک قوی در یک هویت جمعی، هم‌ذات‌پنداری و حس تعهد افراد به انجام تکلیف در جامعه‌ای که در آن به همراه سایر افراد زندگی می‌کنند، همچنین مسائلی چون برابری حقوق، احترام و عزت نفس که به صورت متقابل در روابط افراد وجود دارد زمینه‌ساز ایجاد حس تعلق، تعهد و دل‌بستگی میان اقشار جامعه (بالاخص نخبگان دانشگاهی) می‌شود. میان اعتماد اجتماعی نخبگان دانشگاهی و حس تعلق جمعی نخبگان دانشگاهی در جامعه ایران رابطه مستقیم وجود دارد. با توجه به اینکه عدد معناداری مابین متغیر اعتماد نخبگان دانشگاهی و حس تعلق جمعی نخبگان دانشگاهی در جامعه ایران برابر با $3/029$ و بیشتر از قدر مطلق $1/96$ است، می‌توان نتیجه گرفت میان اعتماد نخبگان دانشگاهی و حس تعلق جمعی نخبگان دانشگاهی در جامعه ایران رابطه مستقیم و معنی‌داری وجود دارد. اونیکس یکی از ویژگی‌های اصلی سرمایه اجتماعی را اعتماد می‌داند. از دیدگاه او اعتماد یعنی فرد اطمینان داشته باشد دیگران به همان شیوه دلخواه وی رفتار خواهند کرد یا حداقل این که به او آسیبی نخواهند رساند (اونیکس، ۲۰۰۰). به صورت عمومی مردم انتظار دارند تا انتظاراتشان از سوی متولیان امور برآورد شود و این مسئله خود اعتماد در جامعه را افزایش می‌دهد. نخبگان دانشگاهی نیز به عنوان یکی از اقشار برگزیده جامعه انتظاراتی دارند که طبعاً برآورده شدن این انتظارات اعتماد به مسئولین امر را افزایش داده و در میان مردم نیز اعتماد را گسترش خواهد داد (اجتهادی، ۱۳۸۶، ۵).

به نظر می‌رسد مهاجرت بالای نخبگان دانشگاهی دلیل بر کمبود حس تعلق جمعی در آنان نیست و به نظر می‌رسد از دلایل اصلی بالا بودن آمار مهاجرت می‌توان به بی

مهری‌های موجود در جامعه و عدم وجود آستانه تحمل بالا میان این قشر فرهیخته اشاره نمود. بالا بودن تاب آوری عمومی، توجه به ابعاد اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی مورد اشاره نخبگان در جامعه از عواملی است که می‌تواند به متعهد نمودن نخبگان به جامعه خود و محکم نمودن بنیان‌های حس تعلق جمعی بیانجامد. ایجاد نشاط و امید به آینده در میان قشر تحصیل کرده و نخبه دانشگاهی به تحکیم ریسمان‌های تعلق جمعی افراد به اجتماع کمک می‌کند. از طرف دیگر در چند سال اخیر با شیوع بیماری کووید ۱۹ در سطح جهان و ایران و کاهش اجتماعات مردمی در سطح محلی، دانشگاهی و حتی ملی، کم‌رنگ شدن تعهدات جمعی افراد مشاهده می‌شود و این مسئله علی‌رغم بالا بودن حس تعلق جمعی نقش فزاینده‌ای در سست نمودن بنیان‌های تعهد افراد به جامعه خود داشته است. البته ناملایمتی‌هایی که بعضاً نخبگان دانشگاهی در پیشبرد امور دانشگاهی، علمی و شغلی با آن مواجه می‌شوند در کم‌رنگ نمودن تعهد آنان به جامعه قابل اغماض نیست. تصمیم‌سازی درست در سامانه حکمرانی، اصلاح روابط بین نهادها، ارتقاء منزلت اجتماعی نخبگان، ارتقاء حقوق شهروندی از بعد مدنی و اجتماعی، توجه احساس آرامش عمومی، حذف عوامل سیاسی مخرب، ارتقاء انگیزاننده‌ها می‌تواند زمینه‌های لازم برای افزایش حس تعلق جمعی نخبگان را به وجود آورد، هسته‌های دانایی با شبکه توانا شکل داده و با بسترسازی روانشناختی حس ارزشمندی را در نخبگان ایجاد و ارتقاء امید به آینده را محقق نماید. به پژوهش‌گران پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آتی خود با انجام مطالعه‌ای کیفی به استخراج عوامل مؤثر بر تعلق جمعی نخبگان بپردازند.

منابع

- اجتهادی، مصطفی. (۱۳۸۶). سرمایه اجتماعی، پژوهشنامه علوم انسانی، ۵۳، ۱-۱۲.
- بوردیو، پی.یر. (۱۳۸۰)، نظریه کنش: دلائل عملی و انتخاب عقلانی. ترجمه مرتضی مردیپا. تهران، نقش و نگار بیدل، پریناز و محمودزاده، علی اکبر. (۱۳۹۱). بررسی میزان تعلق اجتماعی مردم به جامعه ایران و رابطه آن با اعتماد اجتماعی و فردگرایی (مطالعه موردی شهر مشهد). فصلنامه تحقیقات فرهنگی، ۵(۲)، ۳۱-۶۲.
- جوادی یگانه، محمدرضا و هاشمی، سیدضیاء. (۱۳۸۴). تعارض نفع فردی و نفع جمعی و عوامل مؤثر بر آن. نامه علوم/اجتماعی، ۲۶، ۱۴۱-۱۷۴.
- چلبی، مسعود. (۱۳۷۵) جامعه‌شناسی نظم، تشریح و تحلیل نظری نظم اجتماعی. تهران، نشر نی.
- دریکوندی، هدایت الله. (۱۳۸۱). بررسی عوامل نشاط انگیز در دانش‌آموزان مدارس راهنمایی پسرانه شهر اصفهان از نظر مدیران و مربیان پرورشی. پایان نامه کارشناسی ارشد برنامه ریزی آموزشی. دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه اصفهان.
- دورکیم، امیل. (۱۳۸۱). درباره تقسیم کار. مترجم باقر پرهام. تهران، نشر مرکز.

رصدنامه مهاجرت ایران (۱۴۰۰). سالنامه مهاجرتی ایران ۱۴۰۰. <https://imobs.ir/outlook/detail/5>.
 قلی‌پور، رحمت الله. (۱۳۸۷) حکمرانی خوب و الگوی مناسب دولت. تهران، انتشارات معاونت پژوهشی دانشگاه آزاد اسلامی، چاپ اول.

ناطق پور، محمدجواد. (۱۳۸۳). توسعه و تعلق اجتماعی با تأکید بر نقش شوراهای اسلامی. آموزش علوم اجتماعی، ۲۶-۳۲.

هونت، اکسل. (۱۳۹۲). *بازشناسی و عدالت*. ترجمه سمیرا توسلی. قابل بازیابی در سایت ترجمان.

- Amin, A. (2005). *Take the White out of the Union Jack. Paper delivered at the Conference Politics and Ethnicity*, Merton College, Oxford University.
- Anthias, F. (2008). Thinking through the lens of translocational positionality, *Translocations*, 4(1), 5-20.
- Buonfi no, A. (2007). Integration and the question of social identity' in *cramme, o & motte, c (eds) rethinking immigration and integration: a new centre-left agenda*, London: Policy Network.
- Baumiester, R.F. and Leary, M. R. (1995), The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117(3), 497-529.
- Cross, Jenifer E. (2003). *Conceptualizing community attachment*, department of sociology. Colorado State University
- Hogg, M.A. and Vaughan, G. M. (2002). *Social Psychology 3rd edition*. Harlow, Prentice Hall.
- Mack, J. (1983). Nationalism and the self. *Psychohistory Review*, 11, 47-69.
- Michael Grant Ignatieff. (1993), *Blood and Belonging: Journeys into the New Nationalism*, New York, Vintage.
- Onyx, J. and Bullen, P. (2000). Measuring social capital in five communities, *The Journal of Applied Behavioral Science*, 36(1), 23-42.
- Pollini, G.(2000). *Social Belonging*, Second Edition, E. F.Borgatta, R. J. Montgomery Encyclopedia of Sociology
- Relph, E. (1976). *Place and Placelessness*. London: pionnt.
- Stedman, R. C. (2003). Is it really just a social cinstruction? The construction of the phical environment to sense of place. *Socity & Natural Resources*, 16(8), 671-685.
- Shwartz, B.(1993). Why atryism is impossible and ubiquitions. *Social Service Review*, 75.
- Tajfel, H. and Turner, J. C. (1979). *An integrative theory of intergroup conflict*. In W. G. Austin & S. Worchel (Eds.), the social psychology of intergroup relations (pp. 33-47). Monterey, CA: Brooks/ Cole
- Yuval-Davis, N. et al. (eds.) (2006). *The situated politics of belonging*. Sage studies in international sociology 55. London; Thousand Oaks, Calif: SAGE.
- Yuval-Davis, N. (2006) Belonging and the politics of belonging, *Patterns of Prejudice*, 40:3, 197-214, DOI: 10.1080/00313220600769331.