

مرجعیت «استاد» در میدان فرهنگی دانشگاه با تاکید بر متغیر سرمایه اجتماعی دانشگاهی (مورد مطالعه: دانشگاه اصفهان)

<https://sociology.tabrizu.ac.ir>

شناسه دیجیتال: DOI:10.22034/JEDS.2022.50983.1634

تاریخ پذیرش نهایی: ۱۴۰۱/۰۷/۲۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۱/۱۶

علی قنبری برزیان^۱

چکیده

درک و شناخت گروه‌های مرجع بویژه گروه مرجع جوانان و دانشجویان از مهمترین و ضروری‌ترین داده‌های اجتماعی و فرهنگی برای سیاست‌گذاری و مدیریت برنامه‌ریزی فرهنگی و اجتماعی مراکز آموزش و دانشگاهی بوده و مورد توجه و اهتمام پژوهش‌های علوم اجتماعی و انسانی است. هدف این مقاله بررسی میزان مرجعیت فرهنگی اساتید و میزان اعتماد دانشجویان به استاد برای کنشگری فرهنگی و اجتماعی در میدان فرهنگی دانشگاه است. چارچوب نظری این پژوهش مبتنی بر نظریه گروه مرجع مرتن و مظفر شریف است. این پژوهش در سال ۱۳۹۸ در دانشگاه اصفهان با جامعه آماری ۱۴۵۰۰ نفر و با استفاده از روش نمونه‌گیری سهمیه‌ای و برحسب متغیرهایی مثل جنسیت، رشته و مقطع تحصیلی انجام شد. نمونه آماری شامل ۵۵۰ دانشجو می‌باشند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که در میدان فرهنگی دانشگاه، اساتید مهمترین گروه مرجع توسط دانشجویان انتخاب شدند و میزان مرجعیت استادان در همه متغیرهای مورد بررسی به جز مشاوره در امور دینی با سایر نهادها و عناصر دانشگاهی به طور خیلی بارزی متفاوت و معنادار است. همچنین، یافته‌ها نشان داد ۶۴ درصد دانشجویان ترجیح می‌دهند که در امور مختلف شخصی و اجتماعی و فرهنگی و ازدواج با استادان مشورت نموده و نظر آنها را به عنوان معیار و مهم می‌دانند، ۷۳ درصد دانشجویان ترجیح می‌دهند در محیط دانشگاه در امور مختلف فرهنگی و اجتماعی و شخصی که توسط استادان مورد تذکر قرار بگیرند؛ ۷۹ درصد دانشجویان اساتید خود را با تجربه و پخته و دارای سلوک اخلاقی و رفتاری خیلی خوب ارزیابی می‌کنند و متغیرهای اعتمادپذیری و مسؤلیت‌پذیری اساتید دارای بالاترین نمره میانگین است. این نشان دهنده ارزیابی مثبت فرهنگ دانشجویی از ظرفیت‌ها و سرمایه فرهنگی دانشگاه برای تربیت اجتماعی جوانان است. بر اساس نتایج داده‌ها، کمترین نمره میانگین در متغیرهای تحقیق مربوط به کنشگری فرهنگی اساتید یا مشارکت فرهنگی اساتید می‌باشد. نتایج و تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد سرمایه اجتماعی دانشگاهیان با روابط صمیمانه و تعاملات فرهنگی و اجتماعی دارای پیامدهای فرهنگی مثبتی بوده و بر رضایتمندی دانشجویان از جنبه‌های مختلف دانشگاه تاثیر مثبت و مستقیم دارد.

واژگان کلیدی: سرمایه فرهنگی، مهارت‌های ارتباطی، گروه مرجع، سرمایه اجتماعی دانشگاهی

مقدمه

دانشگاه و عناصر دانشگاهی همواره یکی از منابع موثر و پیشگام در تحولات اجتماعی و فرهنگی در جامعه ایرانی بوده و مورد توجه سیاستگذاران و دولت‌ها و نظامات اجتماعی می‌باشند. اصولاً دانشگاه و عناصر دانشگاهی اعم از دانشجو و استاد و علم، انگیزاننده و از عوامل و منابع روندهای حیاتی و پراهمیتی در جوامع هستند که به نوعی شالوده تربیت اجتماعی، منش و شخصیت اجتماعی و فرهنگی را پی‌ریزی می‌کنند. از این رو، در ادبیات علوم اجتماعی دانشگاه به عنوان یک میدان فرهنگی برجسته مورد اهتمام ویژه‌ای است؛ هم از این نظر که بستر و شرایطی را فراهم می‌کند که در آن کنشگران جوان و دانشجویان مولفه‌هایی مثل اعتماد به نفس، تعلق و تعهد و همدلی و مسئولیت‌پذیری و غرور ملی را تجربه نمایند و آماده ایفای نقش اجتماعی جدید شوند و هم از این منظر که دانشگاه یکی از مهمترین منابع هویت‌سازی و هویت‌یابی دانشجویان تلقی می‌شود. از سویی، ذات و ماهیت علمی نهاد دانشگاه این ظرفیت و خصوصیت را دارد که به آراء و بینش‌ها و راهبردها و روش‌های متعدد و متکثر فرصت ابراز وجود و بیان خود را می‌دهد و همین مزیت سبب می‌شود که دانشجویان با ذایقه‌های مختلف فرهنگی و اجتماعی بدنبال بهترین مرجعی باشند که با آن احساس قربت بیشتری دارند.

در جامعه ایرانی نیز از دیرباز دانشگاه و استاد و عالم از وجاهت و وزانت خاصی برخوردار بوده‌اند و استاد و عالم را به عنوان نماد تربیت و تدبیر و عقلانیت و مصلحت مورد توجه قرار می‌دادند و رای و تدبیر آنها را در امور مختلف محترم دانسته و آنها را امین و خیرخواه جامعه تلقی می‌کنند. در پیمایش‌های ملی دو دهه اخیر، اساتید دانشگاه همواره دارای سرمایه اجتماعی بالایی بوده و از مورد اعتمادترین قشرهای جامعه ایرانی بوده و از مهمترین گروه مرجع جوانان و جامعه ارزیابی شده‌اند (سازمان ملی جوانان، ۱۳۸۲ و ۱۳۸۴؛ وزارت ارشاد ۱۳۷۸، ۱۳۸۲، ۱۳۹۴). گروه مرجع گروه‌هایی هستند که در کنش و نگرش افراد مؤثرند و کنشگر در کنش‌ها، نگرش‌ها و باورها آنها را به عنوان معیار در نظر دارند. «اشخاص در مقام شکل دادن به سلوک و باورهای خود و در به انجام رساندن کارهایشان، خود را با شخص یا گروه‌هایی دیگر که سلوک، باورها و اعمالشان را درخور و نمونه می‌دانند، مقایسه می‌کنند یا از روی تصویر آنها به ترسیم هویت خودشان می‌پردازند. این گروه‌های مورد مراجعه، «گروه‌های مرجع» نیز نامیده می‌شوند (ابراکرامبی، ۱۳۷۰: ۳۱۷). البته گروه مرجع می‌تواند به طبقه، قشر و محیط مرجع نیز اشاره داشته باشد. در همه این تحقیقات، میزان اعتماد به اساتید دانشگاه بالای ۶۰ درصد بوده است، اگرچه در آخرین پژوهش ملی میزان اعتماد به اساتید به حدود ۴۰ درصد رسیده بود (جوادی و غفاری، ۱۳۹۷: ۱۴۴).

نظام دانشگاهی ایرانی بدلیل سیاستگذاری‌های کلان نقش فرهنگی استادان کم‌رنگ جلوه می‌کند و فرهیختگی و نقش مورد انتظار از دانشگاهیان غالباً در حوزه پژوهش تعریف می‌شوند. به عبارتی، یکی از مهمترین مطالبات جامعه از دانشگاه ایرانی این نکته است که استاد در تعاملات اجتماعی خود با دانشجویان و در سلوک علمی و فرهنگی خود به گونه‌ای باشد که دانشجویان انگیزه مند شده و سیره علمی و اجتماعی - فرهنگی استاد خود را در زیست اجتماعی به عنوان معیار و الگو و گروه مرجع مورد استفاده قرار دهند.

این در حالی است که جوان ایرانی و خانواده ایرانی و حتی در نگاه کلان‌تر، نظام اجتماعی دانشگاه را فقط مکانی برای تحصیل و مدرک گرفتن و مدرک دادن نمی‌دانند، بلکه انتظار و مطالبه کلان از دانشگاه ایرانی فرهیختگی جوانان و جامعه ایرانی و کسب سواد فرهنگی و هویت اجتماعی والاتر و شهروندان وظیفه‌شناس و متعهد و فرهیخته است. به همین دلیل، نهاد دانشگاه و اساتید دانشگاه از معدود نهادهایی هستند که همواره دارای سرمایه اجتماعی بالایی در جامعه ایران بوده و در مقایسه با سایر نهادها و اجزای نظام اجتماعی از سرمایه اجتماعی بالاتری برخوردار است (غفاری و جوادی، ۱۳۹۴: ۷۶) و این سرمایه اجتماعی دانشگاهی می‌تواند دانشگاه ایرانی را در نگاه جوانان و نظام اجتماعی موثرتر و کارآمدتر جلوه داده و در امر فرهیخته‌پروری قابل اعتمادتر نماید. سرمایه اجتماعی دانشگاهی بر چگونگی و اثربخشی تعاملات استادان با دانشجویان در ابعاد عینی، ذهنی و اخلاقی عاطفی تاکید دارد. این تعاملات و کنشگری فرهنگی اساتید دارای شاخص‌هایی از جمله مشاوره درسی و همکاری علمی و پژوهشی، الگوسازی، دانایی، داناسازی، موفقیت در پرورش تاثیرگذاری استادان، ترغیب دانشجو به کارگروهی، تشویق و امیدوارسازی، انگیزه‌سازی و منش و رفتار استادان، صمیمیت، سهولت ارتباط و خاطره خوب از استاد می‌باشد (اوشاکو، ۲۰۱۶: ۲۵). از وظایف ذاتی و مسئولیت اجتماعی استاد هم فرهیخته‌سازی دانشجویان و ارتقاء سواد فرهنگی و فربه‌تر نمودن هویت فرهنگی جوانان و دانشجویان است. بدیهی است که یکی از دغدغه‌ها و مطالبات درست از دانشگاه ایرانی و اعضای هیات علمی کنشگری جدی در میدان فرهنگی دانشگاه است.

این مقاله بر آن است که مرجعیت استاد در حوزه کنشگری فرهنگی و اجتماعی و میدان فرهنگی دانشگاه را از دید دانشجویان مورد بررسی قرار داده و عوامل موثر بر این مرجعیت را تبیین نماید و به این سوالات پاسخ بدهد که جایگاه «استاد» در کنش‌ها، نگرش‌ها و هنجارهای فرهنگی دانشجویان چگونه است و انتظارات دانشجویان از اساتید برای نقش‌آفرینی فرهنگی کدامند؟ دانشجویان تا چه اندازه به اساتید به عنوان گروه مرجع در امور سلوک علمی و اخلاقی و

رفتاری انتخاب و اعتماد می‌کنند؟ این مقاله با هدف بررسی میزان مرجعیت اساتید دانشگاه در فضای دانشگاه و بررسی عوامل جامعه‌شناختی موثر بر انتخاب «اساتید» به عنوان گروه مرجع و شناخت حوزه‌ها و زمینه‌هایی که دانشجویان «اساتید» را به عنوان گروه مرجع خود انتخاب می‌کنند تدوین شده است.

ادبیات تحقیق

نظریه گروه مرجع به دلیل کاربرد فراوانش هم مورد توجه جامعه‌شناسان و هم روان‌شناسان اجتماعی قرار گرفته است. بی تردید در این حوزه پر استنادترین نظریه‌پردازان مرتن، هیمن^۱، مظفر شریف^۲ و فستینگر^۳ هستند. اگرچه هیمن اولین مطالعات منظم را در این حوزه صورت بندی نمود، ولی پیش از وی جرج هربرت مید، کولی و سامنر با مفاهیم دیگری زمینه‌های نظری را برای رشد مفهوم «گروه مرجع» فراهم کردند. مید از نظریه‌پردازان کنش متقابل اجتماعی، مفهوم دیگران مهم را مورد استفاده قرار داد. کولی می‌گوید که ادراک یک فرد از آنچه فکر می‌کند دیگران در مورد آن‌ها فکر می‌کنند، به نحوی بر درک یا احساس فرد نسبت به خود تأثیر می‌گذارد. به عبارتی، شخص دیگر یا گروهی از افراد بر ادراک فرد و در نتیجه نگرش‌ها، رفتارها و هنجارهای او تأثیر می‌گذارند (ترسبی^۴ و همکاران، ۲۰۱۴: ۸۶).

هیمن در تبیین مفهوم «دیگران مهم» و عملیاتی کردن این مفهوم به این نکته اشاره می‌کند که دیگران مهم افرادی هستند که در فرایند اجتماعی شدن، نخستین روابط اجتماعی مستمر و قوی و موثر را با کودک بوجود می‌آورند. از دید هیمن، گروه مرجع به گروهی اطلاق می‌شود که می‌کوشد کردار، گفتار و افکار خود را منطبق با آن سازند. از دید وی، گروه‌های مرجع افراد غالباً افرادی هستند که روابط اجتماعی نزدیکی با آنها دارند و در زندگی روزمره کنش‌های متقابل زیادی دارند (ویلیامز^۵، ۲۰۱۵: ۱۱۶).

مرتون به عنوان جامعه‌شناسی که در پارادایم واقعیت اجتماعی کار می‌کند مفهوم گروه مرجع را به صورت منظم‌تری وارد مرحله پژوهش می‌کند و تأکیدش بیشتر بر روی این نکته است که چه عوامل ساختاری در تعیین گروه‌های مرجع دخالت دارند. در این مقاله هم مبانی نظری

1. Hgman
2. Sherif
3. Festinger
4. Throsby
5. Williams

براساس این نظریات بنا می‌گردد. از دید مرتن، گروه مرجع گروهی است که ما خود را با آن مقایسه می‌کنیم و بر رفتار و نگرش ما تأثیر می‌گذارد و نقش مهمی در فرایند هویت‌یابی و شناسایی هنجارهای اجتماعی دارند و به عنوان منابع خودارزیابی عمل می‌کند. خانواده، آموزش، گروه همسالان، رسانه و مذهب عوامل اصلی در فرایند اجتماعی شدن فرد هستند. این فرآیند به ما کمک می‌کند تا در جامعه تبدیل به یک انسان شویم و مهارت‌های ذهنی و جسمی را که برای زندگی در جامعه ضروری است به دست آوریم و کمک می‌کنند که چگونه در جامعه فکر کنیم، عمل کنیم و روابط اجتماعی خود را سامان دهیم. از این رو، گروهی که در گذشته جزئی از آن بوده‌ایم یا در آینده جزئی از آن خواهیم بود می‌تواند به عنوان یک گروه مرجع عمل بکند.

سؤال اساسی و محوری مرتن در تئوری گروه مرجع این است که تحت تاثیر چه شرایطی اعضای گروه مرجع بعنوان چارچوب مرجع برای خودارزیابی و شکل‌گیری نگرش‌ها انتخاب می‌شوند و در چه شرایطی گروه غیر عضویت چارچوب مهم مرجع را تشکیل می‌دهد؟ (دوچ^۱ و کراوس^۲، ۱۳۷۴: ۲۰۹).

گروه مرجع معیارهایی برای انتخاب در حوزه نگرش و رفتار در ابعاد مختلف سبک زندگی به ویژه پوشش، مصرف موسیقی و باورهای دینی و فرهنگی ارائه می‌دهند و یا نقش مشاور را برای انتخاب‌های مهم بازیگران اجتماعی ایفا می‌کنند. از این رو، گروه مرجع از مهمترین منابع جامعه‌پذیری و تربیت اجتماعی و یادگیری نقش‌های اجتماعی جدید برای کنشگران اجتماعی است. از منظر دیگر، اثربخشی عینی گروه مرجع به دلیل داشتن نفوذ اجتماعی در میدان‌های اجتماعی که کنشگران اجتماعی ایفای نقش می‌کنند به صورت پذیرش اطاعت و هم‌رنگی است و این به معنای آن است که گروه مرجع به عنوان یکی از ابزارها و منابع کنترل اجتماعی بسیار موثر در جوامع انسانی است.

مرتن از چهار عامل، توانایی یک گروه در تطمیع، تشویق، ترغیب، اغوا کنشگران، تحرک اجتماعی و تحرک طبقه‌ای و ویژگی شخصیتی افراد و تجارب شخصی و کنشگری فعال به عنوان متغیرهای تاثیرگذار یا متغیرهای ساختاری بر انتخاب افراد نام می‌برد (محسنی تبریزی، ۱۳۹۴: ۳۳). برخی از گروه‌های مرجع رسمی‌اند و اکثر گروه‌های مرجع، گروه‌های مرجع غیررسمی هستند؛ به این معنی که آنها بر اساس علایق و اهداف مشترک اعضای گروه هستند. گروه‌های غیررسمی با هدف خاصی ساخته نشده‌اند و اعضای گروه آنها در سطح بسیار شخصی با هم

1. Deutsch
2. Krauss

تعامل دارند. گروه‌های مرجع رسمی هدف یا مأموریت خاصی داشته و ساختار و موقعیت‌های اختیاری خاصی دارند. از دید مرتن گروه‌های مرجع مثبت به گروه‌هایی اطلاق می‌شود که مردم آرزوی تبدیل شدن به آن‌ها را دارند و گروه‌های مرجع منفی به گروه‌هایی اطلاق می‌شود که ما نمی‌خواهیم با آنها یکی شویم. داشتن دانش یک گروه مرجع به مردم کمک می‌کند تا بفهمند چرا برخی از گروه‌ها آن گونه رفتار می‌کنند که هستند.

به صورت خلاصه، تئوری گروه مرجع در صدد بررسی نظام‌مند عوامل و پیامدهای فرآیندهای ارزیابی خود و پذیرش ارزش‌ها و استانداردهای سایر گروه‌ها و افراد بعنوان چارچوب مرجع است. این تئوری می‌تواند مبنای تحقیق تجربی قرار گیرد که به بررسی عینی این فرآیندها می‌پردازد.

مظفر شریف گروه‌های مرجع را گروه‌هایی تعریف می‌کند که افراد برای عضویت در آن تلاش می‌کنند یا برای عضویت در آنها رغبت نشان می‌دهند. از این رو، ارزش‌ها و هنجارهای گروه مرجع یک فرد، یکی از منابع هویت‌یابی و هویت‌سازی او قلمداد می‌شوند. لذا گروه‌های مرجع لزوماً گروه‌های عضویت فرد نیستند، بلکه هر گروهی که مورد توجه او قرار گیرد و ارزش‌ها و هنجارهای جاری در آن در شکل‌گیری و سازمان‌یابی درک فرد از موقعیت و هویتش، نقش ایفا بکند، گروه مرجع وی تلقی می‌گردد (کتبی، ۱۳۹۶: ۸۸).

مروری بر پیشینه تحقیق

مطالعات درباره‌ی گروه‌های مرجع در ایران به اواخر دهه ۱۳۶۰ که موضوعات و مسائلی مثل مد و تقلید از خرده فرهنگ‌های غربی مثل گروه‌های پانک‌ها، رپ و هوی متال^۱ بر می‌گردد. اغلب این تحقیقات با نگاهی به موضوع خرده فرهنگ‌های مغایر با ارزش‌های انقلابی و اسلامی و تهاجم فرهنگی و تاکید بر عوامل درونزا و برونزای مؤثر بر تغییر مرجع ارزشی جوانان انجام شده است. بعد از این تاریخ، رساله‌های دانشجویی و تحقیقات سازمانی متعددی در این حوزه انجام شده و عمدتاً گروه سنی جوانان و همچنین گروه‌های خاص را به عنوان نمونه آماری مورد مطالعه قرار داده‌اند. از این رو، در پیشینه تحقیق تاکید بر روی تحقیقات و پژوهش‌هایی است که اغلب در دهه ۱۳۹۰ نمونه آماری آنها را دانشجویان یا دانش‌آموزان تشکیل می‌دهند. بدیهی است که پژوهش‌های متعددی در حوزه «دیگران مهم»، ترجیح ارزشی و گروه‌هایی دیگر انجام شده است که ارتباط نزدیکی با این پژوهش ندارند. در مطالعات خارجی هم به موضوع کنشگری فرهنگی استادان و میزان مرجعیت آنها در دانشگاه پرداخته‌اند.

جدول شماره ۱: لیست تحقیقات انجام شده داخلی و خارجی

سال	روش	نمونه مورد مطالعه	موضوع اصلی	نتیجه
۱۳۸۵	کمی	۳۸۴	سرمایه اجتماعی دانشگاه	افزایش ارتباطات دانشجویان با اساتید بر میزان پیشرفت تحصیلی، احساس غرور و خود اثر بخشی دانشجویان تاثیر گذار است.
۱۳۹۰	کمی	۳۹۸	گروه‌های مرجع جوانان شهر - تهران	تاثیر گذارترین گروه‌ها اعضای خانواده و دوستان نزدیک و کمترین به ترتیب هنرمندان، ورزشکاران و روحانیون بوده‌اند.
۱۳۹۱	کمی		گروه‌های مرجع دانشجویان	جایگاه پایین مدیریت‌های فرهنگی در بین دانشجویان
۱۳۹۲	کمی	۴۰۵	نقش خانواده، مدرسه و گروه‌های مرجع - دانش آموزان	تاکید بر نقش اساسی معلمان در تعیین اولویت نیازهای اجتماعی و فرهنگی دانش آموزان
۱۳۹۲	کمی -	۳۷۵	گروه‌های مرجع دانشجویان دانشگاه مازندران	خانواده، اساتید دانشگاه و معلمان دوران مدرسه به ترتیب مهم ترین گروه‌های مرجع دانشجویان دانشگاه مازندران می‌باشند
۱۳۹۲	کمی	۴۰۰	گرایش دانش آموزان به نوع گروه مرجع - اردبیل	گروه نخبگان و علمی با ۳۲/۳ درصد و گروه ورزشکاران ۲۷/۸ درصد به ترتیب اول و دوم و گروه اقتصادی با ۱/۸ درصد آخرین گروه مرجع انتخاب شدند
۱۳۹۳	کمی	۴۰۰	گروه‌های مرجع و تغییر استادان	بیشترین نقش را در تغییر نگرش نگرش سیاسی دانشجویان داشته‌اند.
۱۳۹۹	کمی	۲۸۲	سرمایه اجتماعی دانشگاهی	وضعیت سرمایه اجتماعی دانشگاهی در میان دانشجویان دکتری ایرانی در حد متوسط به پایین است و اعتماد به استادان در میان دانشجویان از سایر اعتمادها بیشتر است.
۱۴۰۰	کمی	۳۶۹	گروه مرجع دانشجویان - دانشگاه آزاد	عوامل برون جامعه، درون جامعه و رسانه‌های جمعی را بر شکل گیری گروه‌های مرجع نوین تایید می‌کند.
۱۹۹۲	کمی	۴۵۵	سرمایه اجتماعی دانشگاهی	روابط دانشجویان با اساتید از عوامل شخصیتی و ساختاری تأثیر می‌پذیرند.
۲۰۱۴	کیفی	۳۰	سازگاری دانشجو با محیط دانشگاه	مطالعات مردم‌نگارانه نقش اساتید را در تسهیل سازگاری دانشجویان با محیط دانشگاه توصیف می‌کنند.
۲۰۱۷	کمی	۳۸۸	سرمایه اجتماعی دانشگاهی	دانشجویان تماس با سخنرانی دارای سبک آموزشی صمیمی را بر ارتباط با سخنران با سبک آموزشی ابزاری ترجیح می‌دهند.
۲۰۱۷	کیفی	۱۵	سرمایه اجتماعی دانشگاهی	رابطه دوستانه و تشویق استادان به همکاری گروهی و کارهای فوق برنامه در انتخاب استادان به عنوان مشاور بسیار مهم است.
۲۰۱۸	کمی	۳۶۸	سازگاری دانشجو با محیط دانشگاه	کیفیت و استحکام تعامل دانشجویان و اساتید همچنین تاثیر قابل ملاحظه‌ای بر رشد و توسعه فکری دانشجویان دارد.

همچنین، انتظاری و همکاران (۱۳۸۶) گروه‌های مرجع غیر بومی را در دانشگاه‌های تهران، هزار جریبی و همکاران (۱۳۹۰) گروه مرجع دانشجویان اصفهان، آذرخش (۱۳۹۵) گروه مرجع دانشجویان دانشگاه رازی کرمانشاه و هزار جریبی و صفری شالی (۱۳۹۵) دگرگونی‌های گروه مرجع در بین دانشجویان دانشگاه علامه طباطبایی را مورد بررسی قرار داده‌اند.

روش‌شناسی تحقیق

روش تحقیق در این مقاله پیمایشی بوده و از نوع تحقیقات همبستگی است. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه محقق ساخته است که با نمونه ۴۰ نفری پیش‌آزمون شده است. جامعه‌ی آماری در این تحقیق شامل کلیه دانشجویان دانشگاه اصفهان در سال تحصیلی ۱۳۹۸ می‌باشد که تعداد آنها ۱۴۵۰۰ نفر بوده است و میزان حجم نمونه تحقیق بر اساس نرم‌افزار Sample Power حداقل ۵۴۵ نفر محاسبه شد. برای افزایش دقت انتخاب به ۵۵۰ نمونه ارتقاء پیدا کرد. روش نمونه‌گیری در این تحقیق نمونه‌گیری سهمیه‌ای است. بر این اساس، به نسبت تعداد دانشجویان هر دانشکده و گروه تحصیلی پرسشنامه‌ها در اختیار دانشجویان قرار گرفت. در این تحقیق به منظور تعیین پایایی آزمون، از روش آلفای کرونباخ استفاده شد و با توجه به ضریب آلفای به دست آمده، انسجام درونی گویه‌ها بالا بوده و در نتیجه پایایی پرسشنامه مورد تایید می‌باشد.

جدول شماره ۲: ضرایب آلفای کرونباخ ابعاد مقیاس تحقیق

مقیاس	تعداد گویه	مقدار آلفا	بارتلت	KMO
مسئولیت‌پذیری	۵	۰/۹۲	۰/۰۰۰	۰/۷۴
اعتمادپذیری	۴	۰/۸۹	۰/۰۰۰	۰/۷۳
سرمایه فرهنگی	۴	۰/۷۲	۰/۰۰۰	۰/۸۱
مشارکت فرهنگی	۵	۰/۷۸	۰/۰۰۰	۰/۷۹
سرمایه دانشگاهی	۴	۰/۸۸	۰/۰۰۰	۰/۸۱
مهارت‌های ارتباطی	۴	۰/۸۱	۰/۰۰۰	۰/۸۲
رضایت از دانشگاه	۳	۰/۸۱	۰/۰۰۰	۰/۸۴

جدول شماره ۳: جدول گویه‌ها و سطح سنجش متغیرها

مولفه	گویه‌ها	سطح سنجش
مسئولیت پذیری	رعایت نظم در کلاس‌ها	ترتیبی
	پاسخگویی و در دسترس بودن	ترتیبی
	انگیزه دادن به دانشجو	ترتیبی
	تلاش برای حل مشکل دانشجویان	ترتیبی
	تدریس خوب و تلاش برای موفقیت دانشجویان	ترتیبی
مهارت‌های ارتباطی	مهارت‌های کلامی	ترتیبی
	مهارت‌های شنیداری	ترتیبی
	مدیریت احساسات و عواطف	ترتیبی
	صمیمی بودن	ترتیبی
اعتمادپذیری	اعتماد در طرح مسایل خصوصی	ترتیبی
	اعتماد به رعایت عدالت و انصاف تویط استاد	ترتیبی
	اعتماد به پاسخگویی دقیق و علمی	ترتیبی
	اعتماد به مشاوره‌ها و راهنمایی‌های استاد	ترتیبی
رضایت از دانشگاه	رضایت کلی از دانشگاه	ترتیبی
	رضایت از نحوه تعاملات اساتید	ترتیبی
	رضایت از کنشگری فرهنگی اساتید	ترتیبی
مشارکت فرهنگی	شرکت در نشست‌ها و میزگردها-سخنران یا مستمع	ترتیبی
	شرکت در اردوهای دانشجویی (انواع اردوهای دانشجویی)	ترتیبی
	همکاری با تشکل‌های فرهنگی و سیاسی دانشجویی	ترتیبی
	همکاری با انجمن‌های علمی دانشجویی	ترتیبی
	شرکت در برنامه‌های مناسبی و دینی	ترتیبی

یافته‌های تحقیق

در این تحقیق نتایج بدست آمده نشان می‌دهد که ۵۷/۷ درصد پاسخگویان زن و ۴۲/۳ درصد هم مرد می‌باشند؛ ۲۸ درصد نمونه آماری در گروه سنی ۱۹-۱۹ ساله و ۳۰ درصد در گروه سنی ۲۰-۲۱ ساله قرار دارند و ۲۳ درصد هم بالای ۲۴ سال سن می‌باشند؛ میانگین سنی پاسخگویان برابر با ۲۲/۴ سال می‌باشد؛ ۸۹/۲ درصد پاسخگویان مجرد و ۱۰/۸ درصد متأهل هستند؛ ۳۸/۴ درصد پاسخگویان در رشته‌های علوم انسانی و ۳۰/۸ درصد، در رشته‌های علوم پایه، ۱۹/۴ درصد

در رشته‌های مهندسی، ۵/۱ درصد در رشته‌های تربیت بدنی و ۴/۳ درصد در رشته‌های تربیت بدنی مشغول به تحصیل می‌باشند؛ ۵۹/۵ درصد دانشجویان در مقطع کارشناسی، ۳۷/۵ درصد در مقطع کارشناسی ارشد و ۳ درصد در مقطع دکتری مشغول به تحصیل هستند؛ ۲۱ درصد دانشجویان در خوابگاه سکونت دارند.

جدول شماره ۴: میانگین نمرات متغیرهای اصلی

مقیاس	تعداد	میانگین	انحراف معیار	معناداری	حداقل	حداکثر
مسدولیت پذیری استادان	۵۵۰	۳/۶۵	۶/۰۵	۰/۰۰۰	۲/۵۸	۴/۳۲
اعتمادپذیری استادان	۵۵۰	۳/۸۲	۷/۲۵	۰/۰۰۰	۲/۶۲	۴/۱
سرمایه فرهنگی استادان	۵۵۰	۳/۴۴	۶/۶۳	۰/۰۰۰	۲/۶۴	۴/۱۷
مشارکت فرهنگی استادان	۵۵۰	۱/۰۴۲	۲/۳۱	۰/۰۰۰	۰/۳۷	۱/۶۲
سرمایه دانشگاهی استادان	۵۵۰	۳/۶۶	۹/۲۳	۰/۰۰۰	۲/۴۸	۴/۲۸
مهارت‌های ارتباطی استادان	۵۵۰	۳/۶۹	۵/۴۴	۰/۰۰۰	۲/۰۷	۴/۱۴
رضایت دانشجویان از دانشگاه	۵۵۰	۲/۱۴	۱/۸۷	۰/۰۰۵	۱/۶۲	۳/۱۹

جدول شماره ۵: توزیع پاسخگویان برحسب اعتمادپذیری و اخلاق اجتماعی اساتید

میزان اعتماد شما در طرح مسایل خصوصی‌تان با اساتید	زیاد و خیلی زیاد	در حد متوسط	کم و خیلی کم	اصلا میانگین معناداری	انحراف معیار	مقدار مجذور کای
میزان اعتماد شما در طرح مسایل خصوصی‌تان با اساتید	۷۱	۱۶	۷	۶	۴/۲	۰/۰۰۰
میزان رازداری و امانتداری اساتید	۷۲	۱۸	۳/۵	۶/۵	۴/۲۳	۰/۰۰۰
پختگی و تجربه اساتید	۷۹	۱۱	۲/۵	۷/۵	۳/۳۴	۰/۰۰۰
نگاه پدرا نه و دلسوزانه	۷۰/۵	۱۳/۵	۶/۵	۱۱/۵	۴/۲۶	۰/۰۰۰
میزان حسن خلق و خوش اخلاقی	۷۹	۱۴	۴	۳	۴/۲۲	۰/۰۰۰
میزان خوش قلبی و خیرخواهی	۷۱/۴	۱۴	۲/۵	۷/۵	۴/۱۸	۰/۰۰۰

جدول شماره ۶: توزیع پاسخگویان برحسب میزان مرجعیت نهادها و عناصر دانشگاهی

اساتید - هیات علمی	ضریب همبستگی اسپرمن	معناداری	انحراف معیار		
۶۱	۰/۳۱	۰/۰۰۰	۰/۹۲۶	مشاوره در مورد ازدواج	
۶۴/۵	۰/۳۶	۰/۰۰۰	۱/۳۰۱	مشاوره در امور خصوصی	
۶۸/۵	۰/۳۷	۰/۰۰۰	۱/۲۶۲	مشاوره در امور تحصیلی	
۶۰/۶	۰/۳۲	۰/۰۰۰	۱/۴۱۵	مشاوره در امور فرهنگی	
۴۱/۵	۰/۱۶	۰/۰۱۸	۱/۰۶۶	مشاوره در امور دینی	
۷۳/۵	۰/۳۸	۰/۰۰۰	۰/۹۴۳	در صورت لزوم دوست دارید چه کسی به شما تذکر بدهد	

همچنان که داده‌ها نشان می‌دهند، میزان مرجعیت استادان در همه متغیرهای مورد بررسی به جز مشاوره در امور دینی با سایر نهادها و عناصر دانشگاهی به طور بارزی متفاوت و معنادار است؛ ۷۳/۵ درصد دانشجویان مورد مطالعه ترجیح می‌دهند که در محیط دانشگاه در صورت لزوم فقط اساتید دانشگاه به آنها تذکر دهند و همچنین ۶۴/۵ دانشجویان مورد مطالعه در امور خصوصی ترجیح می‌دهند که با اساتید دانشگاه مشورت کنند، در حالی که فقط ۱۸/۵ درصد تمایل دارند که با مراکز مشاوره مسایل خصوصی خود را در میان بگذارند؛ ۶۱ درصد دانشجویان در ازدواج و ۶۰/۶ درصد دانشجویان در امور فرهنگی و نحوه مشارکت فرهنگی در دانشگاه، استادان دانشگاه را بهترین مشاور می‌دانند و به آنها اعتماد بیشتری دارند و آنها را به عنوان گروه مرجع انتخاب نموده‌اند. جدول نتایج تحلیل رگرسیون چند متغیری به روش گام به گام جهت پیش‌بینی نگرش دانشجویان انتخاب گروه مرجع را ارائه نموده است.

جدول شماره ۷: جدول تحلیل رگرسیون چند متغیری جهت پیش‌بینی گرایش دانشجویان انتخاب گروه مرجع

متغیر وارده شده به معادله	B	معناداری	T	Beta	انحراف استاندارد	تولرانس	شاخص تورم واریانس
گام مقدار ثابت	۴۰۶/۸۶۰	۰/۰۰۰	۸/۲۳۹	-	۴/۹۵۹	-	
۱ سرمایه فرهنگی	۱/۷۸۰	۰/۰۰۰	۲۴/۶۵۶	۰/۷۹۷	۰/۰۷۲	۰/۹۵۸	۱/۰۴۴۴
۲ سرمایه اجتماعی دانشگاهی	۰/۱۳۲	۰/۰۰۱	-۲/۳۱۷	۰/۲۷۵	۰/۱۵۷	۰/۹۱۰	۱/۰۹۹
۳ رضایت از دانشگاه	۰/۱۱۴	۰/۰۰۱	-۲/۳۱۷	۰/۲۳۷	۰/۰۸۷	۰/۹۱۰	۱/۰۵۸
۴ مهارت‌های ارتباطی	-۰/۳۳۴	۰/۰۰۱	-۲/۲۰۶	۰/۱۷	۰/۱۳۱	۰/۹۴۹	۱/۰۵۴
	ADJ.R ² =0.645		R ² = 0.647				R= 0.805
	Durbin-Watson= 1.965		Sig=0.000				F= 225.859

جدول بالا خلاصه مدل را نشان می‌دهد. مقدار ضریب همبستگی (R) بین متغیرها $۰/۸۰۵$ می‌باشد که نشان می‌دهد بین مجموعه متغیرهای مستقلی که وارد مدل رگرسیونی شده‌اند و متغیر وابسته تحقیق همبستگی نسبتاً قوی وجود دارد. اما مقدار ضریب تعیین تعدیل شده (R^2) که برابر با $۰/۶۴۷$ می‌باشد نشان می‌دهد که $۶۴/۵$ درصد از کل تغییرات انتخاب گروه مرجع در بین دانشجویان دانشگاه اصفهان وابسته به ۳ متغیر باقی‌مانده در این معادله است. به عبارت دیگر، مجموعه این سه متغیر مستقل (بیش از نیمی از واریانس تغییرات متغیر انتخاب گروه مرجع را برآورد می‌کند. همچنین، با توجه به معنادار بودن مقدار $F(۲۲۵/۸۵۹)$ در سطح خطای کوچک‌تر از $۰/۰۱$ ، می‌توان نتیجه گرفت که مدل رگرسیونی تحقیق مدل خوبی بوده است. از متغیرهای مورد بررسی سه سرمایه فرهنگی، سرمایه اجتماعی دانشگاهی و مهارت‌های ارتباطی به ترتیب بیشترین تأثیر را بر متغیر انتخاب گروه مرجع داشته و توانسته‌اند بر اساس ضریب تبیین تعدیل شده، $۶۴/۵$ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین بکنند. تأثیر این متغیرها مثبت و مستقیم بوده است.

با توجه به برخی از مهم‌ترین شاخص‌های برازش شده مدل اصلی می‌توان نتیجه گرفت که مدل نظری و فرضی با داده‌ها انطباق دارد ($CMIN = ۱۰۷۳۲/۰۳۱$ و $P\text{-Value} = ۰/۰۰۰$). به عبارتی، مدل نظری از سوی داده‌ها مورد تأیید و حمایت قرار می‌گیرد.

جدول شماره ۸: شماره شاخص‌های برازش مدل

تفسیر	ملاک	مدل برآورد شده	مدل اشیاع	شاخص‌های برازش
برازش مطلوب	خی دو کمتر	۱۰۷۳۲/۰۳۱	۲۱۹۱۲/۱۶۴	CMIN
برازش مطلوب	درجه آزادی بیشتر	۳۸۱۵	۳۹۱۶	Df
برازش مطلوب	بیشتر از $۰/۰۵$	$۰/۰۰۰$	$۰/۰۰$	p-value
برازش مطلوب	بیشتر از $۰/۹۰$	$۰/۶۰۵$	$۰/۰۰$	TLI
برازش مطلوب		$۰/۹۱۶$	$۰/۰۰$	CFI
برازش مطلوب	بیشتر از $۰/۰۵$	$۰/۰۷۰$	$۰/۱۱۱$	RMSEA
برازش مطلوب	مقادیر ۱ تا ۵	۲/۸۱۳	۵/۵۹۶	CMIN/df

بحث و نتیجه گیری

این مقاله به بررسی میزان مرجعیت و کنشگری فرهنگی اساتید دانشگاه از دید دانشجویان دانشگاه اصفهان پرداخته و نگرش آنها را در مورد این که کدام عوامل و منابع سبب می‌شود که اساتید دانشگاه را به عنوان مرجع مشورت خود انتخاب کنند مورد بررسی قرار داده است. در طی

سال‌های اخیر، به دلیل سازوکارهای ساختاری در دانشگاه، کنشگری فرهنگی و اجتماعی اساتید دانشگاهی به حاشیه رفته و یا وزن شایسته‌ای در نظام دانشگاهی و وظایف استادان نداشته و به همین دلیل اساتید دانشگاه هم رغبت چندانی نشان نمی‌دادند و به تبع آن، دانشجویان هم در عرصه میدان فرهنگی دانشگاه انگیزه و محرک لازم را نداشتند. این موضوع از دغدغه‌ها و نقدهای مشترک دانشجویان و اساتید، هم نسبت به همدیگر و هم نسبت به سازوکار عمومی دانشگاه است. از سویی دانشجویان به اساتید خود به عنوان راهنما و مشاور و مرجع در امور مختلف زیست دانشگاهی بویژه در حوزه فرهنگی می‌نگرند.

از این رو، متغیرهای سرمایه اجتماعی دانشگاه، مهارت‌های ارتباطی، صمیمیت در روابط، اعتماد بین فردی، مسئولیت‌پذیری اساتید، مشارکت فرهنگی اساتید برای سنجش این مهم مورد استفاده قرار گرفت. مبنای نظری این مقاله نظریات گروه مرجع مرتن و شریف سامان یافت. براساس نظریه گروه مرجع مرتن، کسانی که خود را با گروه‌های دیگر مقایسه می‌کنند، با هنجارهای آنها آشنایی نسبی دارند. تحلیل چارچوب‌های ارتباطی و شناختی که تصور درست یا نادرستی از گروه در ذهن فرد ایجاد می‌کند، راهگشای شناخت نحوه انتخاب گروه مرجع است. در واقع، اینجا بیش از وضعیت واقعی گروه و کم و کیف آن، کانال‌ها و مجرای شناخت کسب آگاهی فرد از گروه در نحوه تعامل آنها تأثیرگذار است. یافته‌های توصیفی نشان می‌دهد که ۶۴ درصد دانشجویان ترجیح می‌دهند که در امور مختلف شخصی و اجتماعی و فرهنگی و ازدواج با استادان خود مشورت نموده و نظر آنها را راهنمای عمل خود می‌دانند. ۷۳ درصد دانشجویان هم بیان داشته‌اند که اگر در لازم شد از سوی نهادهای دانشگاهی مورد تذکر قرار بگیرند ترجیح می‌دهند در محیط دانشگاه در امور مختلف فرهنگی و اجتماعی و شخصی توسط استادان مورد تذکر قرار بگیرند.

میانگین نمرات متغیرهای مورد استفاده نشان می‌دهد که دانشجویان در همه کنش‌های فرهنگی و اجتماعی ترجیح می‌دهند که در فضای دانشگاه با اساتید خود مشورت نموده و آنها را به عنوان مرجع انتخاب نمایند. تعامل دانشجویان و اساتید علاوه بر پیامدهای عاطفی، تأثیر زیادی بر رضایتمندی دانشجویان از جنبه‌های مختلف تجربه زندگی دانشگاهی آنان دارد. تعامل و صمیمیت اساتید با دانشجویان بر شکل‌گیری و تشخیص هویتی دانشجویان تأثیر پابرجایی دارد و برای بیشتر دانشجویان، روابط شخصی با اساتید، احترام به پیشکسوت اجتماعی و ادراک به طور معناداری اهمیت دارد.

داده‌های تحقیق نشان می‌دهد که به هر اندازه سرمایه اجتماعی دانشگاهی اساتید دانشگاه قوی‌تر باشد، میزان رضایت کلی دانشجویان از دانشگاه هم بیشتر است، این نتایج با پژوهش‌های

هزار جریبی (۱۳۹۵)، کروتکوا (۲۰۱۷)، ویلیامز (۲۰۱۵) و قانعی راد (۱۳۸۵) هم راستایی کاملی دارند. متغیرهای جنسیت، رشته تحصیلی و مقطع تحصیلی تاثیر معناداری با میزان رضایت از دانشگاه ندارند. همچنین دانشجویانی که در تشکّل‌ها و کانون‌های دانشجویی کنش فرهنگی و مشارکت فرهنگی دارند، هم میزان رضایت بیشتری از دانشگاه دارند و هم گرایش قوی‌تری برای انتخاب اساتید خود به عنوان مشاور و گروه مرجع دارند. به هر اندازه که دانشجویان مشارکت فرهنگی بیشتری داشته باشند، به همان اندازه از امیدواری و انگیزه‌مندی بیشتری در ابعاد مختلف زندگی برخوردارند.

پیشنهادات

تدوین و تصویب پیشنهادات یا داشتن مصوبات و آیین‌نامه‌ای برای اثربخشی بیشتر مشارکت فرهنگی اساتید در سازگار ارتقا و تغییر مرتبه، مثلاً لحاظ نمودن امتیاز بیشتر به استاد مشاور فرهنگی در سازو کار ارتقای مرتبه علمی.

تاسیس مرکز پژوهشی با همکاری و مشاوره اعضای هیات علمی دانشگاه برای تدوین و صورت‌بندی فعالیت‌های فرهنگی اجتماعی در دانشگاه مثلاً تاسیس مرکز پیوست‌نگاری فرهنگی در دانشگاه‌های جامع.

تعیین و تبیین تقویم فرهنگی اجتماعی برای هر دانشجو با همکاری اعضای هیئت علمی در آن دانشکده و همکاری لازم آنها با دانشجویان برای انجام کنش‌های فرهنگی، مثلاً هر عضو هیات علمی استاد مشاور فرهنگی چند دانشجو شود.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

منابع

- آفاقلیزاده، ولی و علایی، محسن، راد، فیروز (۱۳۹۲). «بررسی عوامل اجتماعی مرتبط با گرایش دانش‌آموزان به نوع گروه مرجع در دوره متوسطه در شهرستان اردبیل»، *مطالعات جامعه‌شناختی*، دوره ۶، شماره ۱۸، ۸۱-۱۰۲.
- انتظاری، اردشیر و پناهی، محمدحسین (۱۳۸۶) «رابطه تصور باز بودن ساختاری با گرایش به گروه‌های مرجع غیر بومی: مقایسه‌ای بین محیط‌های واقعی و مجازی»، *فصلنامه علوم اجتماعی*، شماره ۳۸، ۹۱-۱۳۳.
- ابراکرامبی، نیکولاس و هیل، استفان، ترنر، برایان (۱۳۷۰) *فرهنگ جامعه‌شناسی*، ترجمه: حسن پویان، تهران: انتشارات چاپخش.
- باشی، معصومه و سیفاللهی، سیف‌الله (۱۴۰۰) «تحلیل جامعه‌شناختی تاثیر گروه‌های مرجع نوین بر فرایند شکل‌گیری اخلاق شهروندی در ایران در سه دهه اخیر (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحدهای تهران مرکزی و علوم و تحقیقات ۹۹، *مطالعات توسعه اجتماعی ایران*، دوره ۱۳، شماره ۲، ۲۱۵-۲۳۶.
- ترابی، سیدمصطفی، افروغ، عماد (۱۳۸۹) «راهبرد فرهنگی در هدایت نسل جوان»، *مطالعات راهبردی دفاعی*، شماره ۱۱۲، ۱۵۷-۱۸۶.
- دوچ، مرتون (۱۳۷۴) *نظریه‌ها در روان‌شناسی اجتماعی*، ترجمه مرتضی کتبی، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
- ذوالفقاری، ابوالفضل و صوفی‌زاد، گلی (۱۳۹۲) «مطالعه گروه مرجع زنان جوان شهر ایلام»، *جامعه‌شناسی کاربردی*، سال بیست و چهارم، شماره پیاپی (۵۱)، ۵۷-۷۰.
- حیدری، مصطفی؛ ریاحی، محمداسماعیل و جان علی‌زاده چوب‌بستی، حیدر (۱۳۹۲). «تحلیل جامعه‌شناختی از گروه‌های مرجع دانشجویان دانشگاه مازندران»، *پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر*، دوره دوم زمستان، ۷۹-۱۰۶.
- حاجیلری، عبدالرضا؛ محرمی، جعفر؛ ادب، غلامحسین (۱۳۹۱). «تبیین مهمترین گروه‌های مرجع دانشجویان»، *مطالعات معرفتی اسلامی*، سال ۱۶، شماره ۳، ۵۰۹-۵۳۰.
- چابکی، ام‌البنین (۱۳۹۳). «رابطه تعامل با گروه‌های مرجع و تغییر نگرش سیاسی دانشجویان دانشگاه تهران با تأکید بر تفاوت‌های جنسیتی»، *زن در توسعه و سیاست*، شماره ۱، دوره ۱۲، ۵۷-۷۴.
- صبوری خسروشاهی، حبیب (۱۳۹۰). «بررسی گروه‌های مرجع جوانان شهر در تهران»، *پژوهش علوم اجتماعی*، سال ۴، شماره ۱۱، ۳۵-۵۱.
- قبادی، علیرضا (۱۳۹۱). «تبیین نقش خانواده، مدرسه و گروه‌های مرجع در میان دانش‌آموزان شهر کاشان»، *خانواده و پژوهش*، شماره ۱۷، ۱۷۱-۲۰۲.

- کلود، تاپیا (۱۳۹۶). *درآمدی بر روانشناسی اجتماعی*، ترجمه مرتضی کتبی، تهران: نشر نی.
- شوشا، هلن (۱۳۹۶). *کاوش در جامعه‌شناسی روانی*، ترجمه مرتضی کتبی، تهران: نشر نی.
- گروثر، چارلز (۱۳۷۸). *جامعه‌شناسی مرتن*، ترجمه زهره کسایی، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.
- مرجایی، سیدهادی (۱۳۹۹). «سرمایه اجتماعی دانشگاهی: مقایسه دانشجویان ایرانی در حال تحصیل در ایران و هند»، *مطالعات و تحقیقات اجتماعی دانشگاه تهران*، دوره ۹، شماره ۳، ۷۴۹-۷۶۹.
- قانع‌راد، محمدمین (۱۳۸۵). «نقش تعاملات دانشجویان و اساتید در تکوین سرمایه اجتماعی دانشگاهی»، *نشریه جامعه‌شناسی ایران*، دوره ۷، شماره ۱، ۷-۲۹.
- هاشمی، ضیا (۱۳۸۳). *بررسی گروه مرجع جوانان تهرانی*، پایان‌نامه دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه تهران، دانشکده علوم اجتماعی.
- هاشمی، ضیا و صدیق سروستانی، رحمت‌الله (۱۳۸۱). «گروه‌های مرجع در جامعه‌شناسی و روان‌شناسی اجتماعی با تاکید بر نظریه‌های مرتن و فستینگر»، *نامه علوم اجتماعی*، شماره ۱۰، ۱۴۹-۱۶۷.
- هزارجریبی، جعفر و آقایی کلاکی، محمد (۱۳۹۰). «عوامل موثر بر گزینش گروه مرجع در بین دانشجویان (مطالعه موردی دانشگاه اصفهان و صنعتی اصفهان)»، *فصلنامه علوم اجتماعی*، دوره ۱۸، شماره ۵۴، ۵۳-۹۷.
- هزارجریبی، جعفر و صفری شال، رضا (۱۳۹۵). «بررسی چرایی دگرگونی‌های گروه مرجع در بین دانشجویان»، *فرهنگ در دانشگاه اسلامی*، سال ششم، شماره ۱۷، ۱۷-۴۴.
- Chapman, A. (2000) "Reference group Theory with Implicating for information studies: A theoretical Essay" information research vol.6.no.3.
- Wade, G. & Gelso, J. (1998) . "Reference group Theory identity Dependence scales" *The Counseling Psychologist*, 2 (6), 3.
- Gonzalez. N. (2014). "Social capital in academia". *Scientometrics*, 101(3), 1609-1625.
- Lopez, S. Civis, M., & Diaz J. (2018). "Social Capital and Social Networks of Teachers: Systematic Review". *Revista de education*, 381, 233-257.
- Hyman, H. (1968). "Reference Groups." In: David Sills (Ed.), *International Encyclopedia of the Social Sciences*, 13, edited by Davis Sills. New York: Macmillan Company & Free Press.
- Gavril'eva, T. N., Sugimoto, A., Fudzhi, M., Yamanaka, R., Pavlov, G. N., & Kirillin, A. (2018). "Sustainable development of universities: world and Russian practices". *Vysshee obrazovanie v. Rossii*, 27(7), 52-65.
- Korotkova, L. (2017). "Social capital in education", *Chelovecheskiy kapital i professional'noye obrazovaniye*, (1), 26-31.
- Merton, K. (1968). *Social Theory and Social Structure*, The Free Press, New York.

- Throsby, D & Anita Z. (2014). "The Economic and Cultural Value of Paintings: Some Empirical Evidence", In David Throsby & Victor A. Ginsburgh, *Handbook of the Economics of Art and Culture*, 2. *North-Holland: Elsevier*.
- Ushakov, K. M, & Kukharev, A. I. (2016). "Project "Raising the level of social capital of educational organizations", *Otechestvennaya i zarubezhnaya pedagogika*, (4), 24-32.
- Williams, Y. (2015). **Reference Group in Sociology: Definition, Examples & Types**. Study.com Take Online Courses. Earn College Credit. Research Schools, Degrees & Careers.

