

فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی
دانشگاه آزاد اسلامی واحد گرمسار
سال سیزدهم، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۸
صص ۱۹۸-۱۸۳

مدل سنجش نیازهای فرهنگی دانشجویان

غلامرضا قجاوند^۱، علی رشیدپور^۲، آذر قلی‌زاده^۳، رضا ابراهیم‌زاده دستجردی^۴

چکیده

هدف این تحقیق شناسایی و ارائه مدل سنجش نیازهای فرهنگی دانشجویان بود. روش مطالعه از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه اجرا ترکیبی (کمی و کیفی) بود. جامعه پژوهش در بخش کیفی دانشجویان دانشگاه صنعتی اصفهان و در بخش کمی کلیه دانشجویان روزانه دانشگاه صنعتی اصفهان (۹۱۷۵ نفر) در سال تحصیلی ۹۸-۱۳۹۷ بودند. در بخش کیفی ۲۶ نفر با توجه به اصل اشباع نظری با روش نمونه‌گیری هدفمند و در بخش کمی ۳۸۴ نفر بر اساس فرمول کوکران با روش نمونه‌گیری تصادفی سهمیه‌ای انتخاب شدند. داده‌ها در بخش کیفی با روش مصاحبه فردی عمیق (بدون ساختار) و در بخش کمی با روش پرسشنامه محقق‌ساخته نیازهای فرهنگی دانشجویان (۱۶۳ گویه‌ای) جمع‌آوری شدند. روایی صوری، محتوایی و سازه پرسشنامه با روش تحلیل عاملی تایید و پایایی آن با روش آلفای کرونباخ ۰/۹۲ محاسبه شد. داده‌ها با روش‌های تحلیل محتوا، تحلیل عاملی اکتشافی و تحلیل مسیر تحلیل شدند. یافته‌ها نشان داد که ۹۱۰ نیاز فرهنگی در قالب ۴۸ طبقه و ۱۷ خوشه شناسایی شد. بار عاملی همه خوشه‌ها یا عامل‌ها بالاتر از ۰/۵ و مدل برازش مناسبی داشت.

کلید واژه‌ها: نیازهای فرهنگی، دانشجویان، شناسایی و ارائه مدل.

دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۱/۱۸

پذیرش مقاله: ۱۳۹۸/۴/۱۲

- ۱- دانشجوی دکتری، گروه مدیریت و برنامه‌ریزی فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران. q.ghojavand57@gmail.com
- ۲- دانشیار، گروه مدیریت فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران. (نویسنده مسئول) alirashidpoor94@gmail.com
- ۳- دانشیار، گروه مدیریت فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران. azargholizadeh@yahoo.com
- ۴- دانشیار، گروه مدیریت فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران. rezaabrahimzadeh2003@yahoo.com

مقدمه

دانشجویان منابع پویا و جوانی هستند که اولاً به‌عنوان انسان دارای نیازهای فرهنگی و اجتماعی بوده و ثانیاً به دلیل شرایط خاص تحصیلی و موقعیتی نیازهای منحصر به فردی دارند که تا حدی این شرایط خاص مغفول مانده است. از آنجایی که هدف اصلی آموزش عالی پرورش نیروی انسانی ماهر می‌باشد و پرورش یک جریان چندبعدی و همه‌جانبه در زمینه‌های جسمانی، شناختی، عاطفی، اخلاقی، اجتماعی و به‌ویژه فرهنگی است، لذا لازم است ابعاد مربوطه مورد توجه خاصی قرار گیرد (عصاره، سراج خرمی، برومندنسب و حزین، ۱۳۹۰ الف). فرهنگ و نظام فرهنگی برطرف‌کننده و پاسخگوی بسیاری از نیازهای افراد جامعه است و با تغییرات و دگرگونی‌هایی که در گذر زمان بر آن حادث می‌شود خود نیازها و انگیزه‌های جدید در افراد جامعه می‌پروراند و در عین حال که تمایل به حفظ الگوی سابق رفتاری و هنجار دارد، اهداف و مقاصد جدیدی پیش روی اعضای خود می‌نهد (عبادالله عموقین، ۱۳۸۰). فرهنگ مجموعه‌ای از آگاهی‌ها یا شناخت‌ها و رفتارهای ماهرانه، اقتصادی، آیینی، مذهبی، اجتماعی و فرهنگی است که جامعه انسانی معینی را مشخص می‌سازد. به عبارت دیگر فرهنگ بیانگر این مطلب است که تمام دستاوردهای مادی و معنوی بشر در طول تاریخ در قالب اصطلاح فرهنگ قابل تغییر است و به همین دلیل فرهنگ با زندگی اجتماعی ملازم است. پس بدون فرهنگ، حیات انسانی معنا و مصداق پیدا نمی‌کند. زندگی فرهنگی در هر جامعه در دو بعد فعالیت و مشارکت در تولید فرهنگی و خلاقیت فرهنگی نمود پیدا می‌کند (کاپوتو، ایوکو، امو و مانکی^۱، ۲۰۱۹). فرهنگ نظام مشترکی از باورها، ارزش‌ها، رسوم، رفتارها و مصنوعات است که اعضای یک جامعه در تطبیق با جهان خود و در رابطه با یکدیگر به کار می‌برند و از طریق آموزش از نسلی به نسل دیگر انتقال می‌یابد. این تعریف نه تنها الگوهای رفتار، بلکه الگوهای اندیشه (معانی مشترکی که اعضای یک جامعه به پدیده‌های گوناگون طبیعی و فکری از جمله دین و ایدئولوژی نسبت می‌دهند)، مصنوعات (ابزارها و کارهای هنری) و مهارت‌ها و فنونی را دربرمی‌گیرد که در ساخت مصنوعات به کار گرفته می‌شوند. در مطالعه رابطه میان فرهنگ و نیاز نقطه اتکای ما بر فرایندی است که طی آن نیاز زیر نفوذ و اقتدار فرهنگ جنبه‌ای تقدس‌گونه به خود می‌گیرد و

1 . Caputo, Ayoko, Amoo & Menke

ارضای آن نمادی از افتخارات اجتماعی محسوب می‌گردد (عباس‌پور، ۱۳۹۳). فرهنگ هر جامعه و ملتی به مجموعه دستاوردهای ذهنی در آن جامعه که شامل دانش، اخلاق، سنن، آداب و چیزهایی که از آنها سرچشمه می‌گیرد، گفته می‌شود. فرهنگ شامل عقاید، آگاهی‌ها، ارزش‌ها، هنجارها، آداب و عاداتی می‌شود که از طریق تعلیم و تعلم به افراد منتقل می‌شود و صورتی جمعی پیدا می‌کند که در این میا موضوع نیازها و فعالیت‌های فرهنگی دانشجویان همواره از مباحث جدی بوده است. نیازها و فعالیت‌های فرهنگی دانشجویان همواره در رشد و موفقیت آنها تاثیرگذار بوده است (هاشمی، سلطانی‌فر، ابراهیمی و جلیل‌زاده، ۱۳۹۳).

نیاز چیزی است که دربرگیرنده دانستنی‌ها، اعتقادات، هنرها، اخلاقیات، قوانین، عادات و هرگونه توانایی دیگری است که انسان به‌عنوان عضوی از جامعه بدست می‌آورد و در برابر آن جامعه وظایف و تعهداتی را برعهده دارد (روح‌الامینی، ۱۳۹۴). همچنین نیاز چیزی است که برای ارضاء و تحقق یک هدف قابل دسترس ضروری یا مفید باشد (گرونیولد، ارورت، گوسنز و ولیئلند^۱، ۲۰۱۸) و نیاز غالباً حالتی است که در اثر فقدان چیزی که عدم وجودش سبب مشکل یا نقیصه شده حاصل می‌گردد (فرنکووا و لیزاکووا^۲، ۲۰۱۴). دیدگاه‌ها مختلف تعاریف متفاوتی از نیاز ارائه نمودند. از نقطه نظر کاربردی در آموزش و بهسازی می‌توان آنها را به چهار دسته تقسیم نمود. ۱- نیاز به‌عنوان فاصله بین وضع موجود و وضع مطلوب که یکی از متداول‌ترین و مقبول‌ترین تعاریف از نیاز است. نیاز به موقعیتی دلالت دارد که در آن وضعیت موجود یا حاضر با وضعیت مطلوب فاصله دارد. وضعیت مطلوب یا مورد نظر دربرگیرنده ایده‌آل‌ها، هنجارها، ترجیحات، انتظارات و ادراکات مختلف درباره آن چه که باید باشد، است. ۲- نیاز به‌عنوان خواست یا ترجیح که این برداشت از نیاز کاربرد زیادی دارد. آن چه هسته اصلی این نظریه را تشکیل می‌دهد آن است که نظرات و عقاید افراد و گروه‌ها در خصوص نیاز کانون اصلی نیازسنجی است. ۳- نیاز به‌عنوان یک کمبود که از این دیدگاه نبود دانش، مهارت و نگرش یا ابزار و وسایلی که منجر به ایجاد اشکال در عملکرد بهینه شود، نیاز تلقی می‌گردد. در این مفهوم نیاز هنگامی مطرح می‌شود که در یک مورد خاص حداقل سطح رضایت بدست نیامده است یا نمی‌تواند بدست آید. ۴- برداشت ترکیبی که از این دیدگاه آن چه که بین وضع موجود و وضع

1 . Groeneveld, Arwert, Goossens & Vlieland

2 . Ferencova & Lizakova

مطلوب قرار دارد، آن چه که ترجیحات، علایق و انتظارات را شکل می‌دهد و آن چه که بر عملکردهای مطلوب اثر منفی دارد همگی نشانگر نیاز هستند (فتحی و اجارگاه، ۱۳۹۲). نیازسنجی عبارت است از فرایندی نظام‌دار برای تعیین اهداف، شناسایی فاصله بین وضع موجود و هدف‌ها و نهایتاً تعیین اولویت‌هایی برای عمل (شین، لی، لی . شان^۱، ۲۰۱۹). همچنین نیازسنجی عبارت است از تعیین آن چه که باید آموزش داده شود و شامل فرایند جمع‌آوری و تحلیل اطلاعات است که منجر به شناسایی نیازهای افراد، گروه‌ها، موسسات و جامعه می‌شود (بالکیک^۲، ۲۰۱۷). نیازسنجی یکی از بحث‌انگیزترین مفاهیم مطرح در حوزه خدمات اجتماعی و تعلیم و تربیت است و شامل تهیه لیست حداکثر نیازهای یک گروه خاص بر اساس اطلاعات موجود می‌باشد. به عبارت دیگر شناسایی نیازها فرایندی است که تحت عنوان نیازسنجی مطرح است و این فرایند نیز به مانند هر فرایند علمی دیگری دقیق و دارای مراحل است که برای نتیجه بهتر توجه به آن ضروری می‌باشد (فتحی و اجارگاه، ۱۳۹۲).

نیازسنجی گام اول در فرایند برنامه‌ریزی است. بر همین اساس است که شناسایی نیازهای جامعه، نیازهای فراگیران در جنبه‌های مختلف فردی و اجتماعی از گام‌های اولیه برنامه‌ریزی‌های آموزشی و درسی است. از سویی برای موسسات آموزشی سه وظیفه اساسی در قبال جامعه مطرح است. شناسایی و انتقال فرهنگ، نقد و ارزشیابی فرهنگ و رشد و گسترش فرهنگ (عصاره، حسینی بیدخت و محمدی، ۱۳۹۰ ب). نیازسنجی فرهنگی فعالیتی عملی است که رعایت قواعد مربوط به فعالیت‌های عملی و انتخاب تکنیک‌های مناسب به مطالعه نیازها و مسائل مبتلا به فرهنگ یک گروه می‌پردازد تا بر اساس یافته‌های آن ضمن شناخت مسائل اقدام به اولویت‌بندی آنها کرده تا در نتیجه آن وضعیت فرهنگی گروه مورد مطالعه بهبود یابد (زوریرژوسکا، هاف، ایوجا، میولر، پونیزی و همکاران^۳، ۲۰۱۸). نیازسنجی فرهنگی عمدتاً ناظر بر ارزیابی و بررسی کمبودهای فرهنگی است که هم می‌تواند از طریق بررسی خواسته‌های گروه انجام شود که اکنون به آنها دسترسی ندارند و هم میزان نیاز به آنچه در دسترس آنها قرار دارد، می‌باشد (احمدی و افشانی، ۱۳۸۸).

1 . Shin, Lee, Lee & Shon

2 . Balcik

3 . Zwierzchowska, Hof, Ioja, Mueller, Ponizy & et al

درباره نیازهای آموزشی و پژوهشی پژوهش‌های بسیاری انجام شده، اما درباره نیازهای فرهنگی دانشجویان پژوهش‌های اندکی انجام شده است. باقری و حاجی‌زاد (۱۳۹۵) ضمن پژوهشی با عنوان بررسی نیازسنجی فرهنگی از دیدگاه دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی شرق مازندران به این نتیجه رسیدند که نماز و ادعیه، عفاف و حجاب، مناسبت‌های مذهبی و ملی، اردوها و سفرهای فرهنگی از جمله مهمترین نیازهای فرهنگی دانشجویان بودند. کفعمی (۱۳۹۵) ضمن پژوهشی با عنوان نیازسنجی فرهنگی دانشجویان پسر ساکن خوابگاه دانشگاه اصفهان به این نتیجه رسید که فعالیت‌های فرهنگی مانند ایجاد مرکز مشاوره قوی، توجه به خرده فرهنگ‌ها، برگزاری مسابقات ورزشی و غیره از جمله نیازهای اساسی فرهنگی دانشجویان پسر ساکن خوابگاه بودند. نتایج پژوهش عباس‌پور (۱۳۹۳) با عنوان در جستجوی شناسایی نیازهای فرهنگی نسل جوان و ارائه الگوی انطباقی نشان داد که نیازهای نسل جوان شامل نیازهای فکری (نیاز به کسب دانش و معلومات، نیاز به تبادل دانش، نیاز به دانش‌آفرینی و نیاز به دانش دوستی)، اجتماعی (نیاز به مناسبات بین‌شخصی، نیاز به مناسبات اجتماعی، نیاز به مناسبات ملی و نیاز به مناسبات بین‌المللی)، فردی (نیاز به رشد جسمی، نیاز به ثبات روانی و عاطفی، نیاز به رشد اخلاقی و درک ارزش‌های اعتقادی و نیاز شوق به فرهنگ و هنر) و فنی (نیاز به انتخاب شغل و حرفه، نیاز به آمادگی حرفه‌ای، نیاز به خانه و خانواده و نیاز به اقتصاد) بود. در پژوهشی دیگر نیازی و گنجی (۱۳۹۲) در بررسی نیازسنجی فرهنگی و اولویت‌بندی الگویی در میان شهروندان کاشانی گزارش کردند که چهار دسته نیازهای فرهنگی - اجتماعی، علمی - آموزشی، دینی و تفریحی - هنری وجود داشت که از میان آنها نیازهای فرهنگی - اجتماعی دارای بیشترین نیازهای دینی دارای کمترین میانگین بود. عصاره و همکاران (۱۳۹۰ ب) ضمن پژوهشی با عنوان نیازسنجی فرهنگی - اجتماعی دانشجویان دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی به این نتیجه رسیدند که دانشجویان نیازهای فرهنگی خود را به ترتیب شامل نیازهای اجتماعی، نیازهای سیاسی، نیازهای پژوهشی، نیازهای مذهبی، نیازهای آموزشی، نیازهای ملی، نیازهای ورزشی و نیازهای هنری مشخص کردند. در پژوهشی دیگر عصاره و همکاران (۱۳۹۰ الف) ضمن شناسایی نیازهای فرهنگی آموزشی و پژوهشی دانشجویان کارشناسی دانشگاه آزاد اسلامی گزارش کردند که دانشجویان نیازهای آموزشی، نیازهای پژوهشی و نیازهای فرهنگی را به عنوان تقدم نیازهای خود معرفی کردند. رجالی، مستاجران، معمارزاده و عزیزی (۱۳۸۹) ضمن پژوهشی با

عنوان فعالیت‌های فرهنگی تحصیلی دانشجویان دانشکده بهداشت دانشگاه علوم پزشکی اصفهان به این نتیجه رسیدند که دانشجویان نیاز به اردوهای یک روزه، برنامه‌های ورزشی و تفریحی، آموزش قرآن و نمایش فیلم را جزء ضرورت‌های خود دانستند.

گونه‌های رفتار اجتماعی در رابطه بین اهداف و ارزش‌های فرهنگی ارائه شده از سوی جامعه و امکانات جامعه برای دستیابی به آنها معنا پیدا می‌کنند. در رابطه مذکور هنجارهای اجتماعی و فرهنگی ابزارهایی هستند که سطوح مختلف رابطه بین نیازها و امکانات را کنترل می‌کنند و به آنها جهت می‌دهند. هنجارهای فرهنگی برای تنظیم روابط افراد با یکدیگر و با اجتماعی در طول زمان وضع شدند تا انسان‌ها بتوانند نیازهای خود را بهتر ارضاء کنند. بنابراین هنجارهای اجتماعی نهایتاً و به طور غیرمستقیم یک وسیله ارضای نیاز هستند. یعنی افراد انسانی باید بتوانند به کمک هنجارها نیازهای خود را بهتر ارضاء نمایند. بدین ترتیب سنجش نیازهای فرهنگی اهمیتی دوچندان می‌یابد و با سنجش نیازها و پس از آن برنامه‌ریزی درست و قابل اجرا در حوزه فرهنگ می‌توان به فرهنگی پویا و در عین حال منسجم دست یافت و گام‌های توسعه را یکی پس از دیگری با موفقیت پشت سر گذاشت. همچنین اهمیت و حساسیت فرایند نیازسنجی هنگامی فزونی می‌یابد که به بودجه‌های اختصاص داده شده به فعالیت‌ها توجه شود. چه آنکه در چنین حالتی مساله اولویت‌ها و ضرورت‌ها باشد و سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان ناگزیرند از میان خواسته‌های گوناگون و نامحدود دست به انتخاب بزنند. زیرا امکانات موجود نمی‌تواند تمامی خواسته‌ها را برآورده سازد. در این شرایط نیز لازم است که متخصصان و کارشناسان به معیارهایی دست یابند تا بر اساس آنها بتوانند مسائل ضروری را تشخیص داده و برای رفع آنها اقدام نمایند. برای نیازسنجی آموزشی و پژوهشی مدل‌های مختلفی وجود دارد، اما جای مدل مختص سنجش نیازهای فرهنگی خالی است. بنابراین، هدف این تحقیق شناسایی و ارائه مدل سنجش نیازهای فرهنگی دانشجویان بود.

روش تحقیق

روش مطالعه از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه اجرا ترکیبی (کمی و کیفی) بود. این پژوهش از نظر کیفی پدیدارشناسی و از نظر کمی توصیفی از نوع معادلات ساختاری بود. پدیدارشناسی از نظر لغوی عبارت است از مطالعه پدیده‌ها از هر نوع و توصیف آنها با در نظر گرفتن نحوه بروز تجلی آنها قبل از هر گونه ارزشگذاری، تأویل و یا قضاوت ارزشی. در نگاه دیگر اگر

پدیدارشناسی را معناشناسی بدانند، معناهایی که در زندگی انسان پدیدار می‌شوند یک نظام معنایی را شکل می‌دهند. این نظام معنایی با اضافه نمودن وجود به زمان و مکان بدست می‌آید و شناسایی این نظام معنایی نیز از همین راه حاصل می‌شود. یعنی یک شناخت مضاف به زمان و مکان است. تجربه زندگی که آن را پدیدارشناسی می‌نامند اساساً مطالعه تجربه زیسته یا جهان زندگی است. پدیدارشناسی به جهان آن چنان که به وسیله‌ای که فرد زیسته می‌شود، نه جهان یا واقعیتی که چیزی جدا از انسان باشد، توجه دارد. لذا این پرسش را مطرح می‌سازد که تجربه زیسته چه نوع تجربه‌ای است؟ زیرا پدیدارشناسی می‌کوشد معانی را آنچنان که در زندگی روزمره زیسته می‌شوند، آشکار نماید. جامعه پژوهش در بخش کیفی دانشجویان دانشگاه صنعتی اصفهان و در بخش کمی کلیه دانشجویان روزانه دانشگاه صنعتی اصفهان (۹۱۷۵ نفر) در سال تحصیلی ۹۸-۱۳۹۷ بودند. نمونه پژوهش در بخش کیفی ۲۶ نفر از دانشجویان دانشگاه صنعتی اصفهان بودند که با توجه به اصل اشباع نظری و حداکثر اطلاعات با روش هدفمند انتخاب شدند و در بخش کمی ۳۸۴ نفر از دانشجویان روزانه دانشگاه صنعتی اصفهان بودند که بر اساس فرمول کوکران با روش نمونه‌گیری تصادفی سهمیه‌ای انتخاب شدند. در بخش کیفی برای شناسایی نیازهای فرهنگی دانشجویان منابع مطالعاتی از جمله کتاب‌ها، مقالات، پایان‌نامه‌ها، آیین‌نامه‌های دانشگاهی و غیره بررسی شدند و بر اساس آنها تعدادی سوال برای مصاحبه طراحی شد. سپس با کمک مصاحبه برای سنجش نیازهای فرهنگی دانشجویان و ارائه یک مدل پرسشنامه نهایی ساخته شد. از آنجایی که پس از مصاحبه با ۲۶ نفر پژوهشگر به اشباع رسید، مصاحبه خاتمه یافت. سپس پرسشنامه توسط ۳۸۴ نفر از دانشجویان روزانه دانشگاه صنعتی اصفهان به منظور شناسایی نیازهای فرهنگی و ارائه یک مدل تکمیل شد. داده‌ها در بخش کیفی با روش مصاحبه فردی عمیق (بدون ساختار) و در بخش کمی با روش پرسشنامه محقق ساخته نیازهای فرهنگی دانشجویان (۱۶۳ گویه‌ای) جمع‌آوری شدند که این پرسشنامه بر اساس طیف درجه‌بندی لیکرت نمره‌گذاری می‌شد. مصاحبه عمیق، مصاحبه‌ای فردی و بدون ساختار است که به دنبال شناسایی عقاید، احساس‌ها و نظرهای مصاحبه‌شوند راجع به یک پدیده یا یک موضوع خاص است. مزیت این شیوه گردآوری داده آن است که چون به صورت رودررو اتفاق می‌افتد احتمال پاسخ ندادن مشارکت‌کنندگان نزدیک به صفر است، اما مصاحبه‌کننده باید مهارتهایی برای انجام مصاحبه داشته باشد. این روش گردآوری به‌عنوان مصاحبه کیفی نیز

شناخته می‌شود. چون که داده حاصل از این مصاحبه بسیار عمیق است. چیزی که باعث عمق بخشیدن به این داده می‌شود تخصص و تجربه بالای مصاحبه‌شونده است. بنابراین مساله مهمی که پژوهشگر باید به آن توجه کند این است که تخصص‌گرایی و تجربه افراد برای شرکت دادن در این مصاحبه کلید موفقیت است. مصاحبه عمیق به پژوهشگر این امکان را می‌دهد که موضوع‌های پیچیده، حساس، ضد و نقیض، بحث‌برانگیز و چالشی را بررسی نماید. بنابراین مصاحبه‌کننده باید مهارت‌های هدایت و اداره یک جلسه مصاحبه عمیق را به خوبی بداند و بتواند بر اساس اهداف پژوهش، داده و اطلاعات پژوهشی لازم برای انجام یک کار پژوهشی را از این جلسه استخراج کند و تا زمان رسیدن به اشباع اطلاعات آن را ادامه دهد. تحلیل داده‌ها در بخش کیفی با استفاده از تکنیک کلازلی انجام شد. برای این منظور در مرحله اول مطالب اصلی هر مصاحبه استخراج و به همان صورت نوشته شد. برای هم احساس شدن با تجربیات و توصیفات شرکت‌کنندگان کلیه متون بازخوانی شد. در مرحله عبارات مهم استخراج گردید و معنای هر عبارت مهم توضیح داده شد. محقق با مفهوم بخشیدن به هر یک از واحدهای معنای استخراج شده تلاش نمود تا معانی را خلاصه کند. در مرحله بعد تجزیه و تحلیل، معنای خلاصه به صورت دسته‌هایی از درون‌مایه‌ها سازماندهی شدند که محقق جهت موثق و معتبر نمودن مطالب به توصیف اصلی شرکت‌کنندگان رجوع کرد. همچنین به اختلافات میان دسته‌های گوناگون توجه کرده و به دسته‌بندی مفاهیم خلاصه شده به درون دسته‌های خاص پرداخت. در آخرین مرحله کدها به صورت دسته‌های مرتبط با هم در یک دسته کلی‌تر و سپس خوشه‌های قرار گرفتند که از این خوشه‌ها، مفاهیم محوری بدست آمد. برای تایید روایی مصاحبه، همه کدگذاری‌ها، مفاهیم و به‌ویژه اظهارات معنادار استخراج شده از مفاهیم مصاحبه‌ها و طبقه‌بندی مقوله‌ای آنها در اختیار مشارکت‌کنندگان (۲۶ نفر) قرار داده شد تا مشخص شود آیا افراد با آنچه در مصاحبه‌های مطرح کرده‌اند، موافقت می‌کنند؟ آیا اظهارات معنادار استخراج شده و مقوله‌بندی آنها درست بوده است؟ پس از انجام تغییرها و برگشت نظرات مصاحبه‌شوندگان کلیه موارد مورد بازبینی مجدد قرار گرفت و بر اساس تغییرهای آنها از پدیده مورد بررسی مجدداً اصلاحات صورت گرفت و در نهایت به تایید نهایی آنان رسید. روایی صوری، محتوایی و سازه پرسشنامه با روش تحلیل عاملی تایید و پایایی آن با روش آلفای کرونباخ ۰/۹۲ محاسبه شد. در

نهایت داده‌ها پس از ورود به رایانه با روش‌های تحلیل محتوا، تحلیل عاملی اکتشافی و تحلیل مسیر تحلیل شدند.

یافته‌ها



شکل ۱. طبقات (۴۸ طبقه) مرتبط با نیازهای فرهنگی دانشجویان

در بخش کیفی با روش پدیدارشناسی و با استفاده از تکنیک کلایزی ابتدا مصاحبه عمیق با دانشجویان انجام و سپس مطالب اصلی و عبارات مهم مرتبط با نیازهای فرهنگی هر مصاحبه استخراج و ثبت شد. پس از آن معنای هر عبارت مهم توضیح داده شد و پس از آن محقق با مفهوم بخشیدن به هر یک از واحدهای استخراج شده تلاش کرد تا معنای را خلاصه و سپس معنای خلاصه را به صورت دسته‌هایی از درون‌مایه‌ها سازماندهی کرد. در نهایت کدها به صورت دسته‌های مرتبط با هم در یک دسته کلی‌تر و سپس خوشه قرار گرفتند و از این خوشه‌ها مفاهیم محوری استخراج شد. در نتیجه ابتدا عبارات و جملات مهم در ۴۶ ردیف مشخص و از این جملات ۱۰۷۱ مفهوم استخراج شد و در مرحله بعد پس از چندین بار مرور و حذف مفاهیم غیرمرتبط و تکراری تعداد ۹۱۰ مفهوم یا نیاز فرهنگی دانشجویان استخراج که در قالب ۴۸ طبقه دسته‌بندی شدند که در شکل ۱ گزارش شده است.

در شکل ۱ نیاز فرهنگی دانشجویان در ۴۸ طبقه قابل مشاهده است. طبقات نیازهای فرهنگی دانشجویان در قالب ۱۷ خوشه دسته‌بندی شد که در شکل ۲ گزارش شده است.



شکل ۲. خوشه‌های (۱۷ خوشه) مرتبط با نیازهای فرهنگی دانشجویان

در شکل ۲ نیاز فرهنگی دانشجویان در ۱۷ خوشه قابل مشاهده است. در بخش کمی از میان ۳۸۴ پرسشنامه توزیع شده تعداد ۳۵۴ پرسشنامه بازگشت داده شد و تعداد ۳۰ پرسشنامه مفقوده وجود داشت. بنابراین نرخ مشارکت در پژوهش ۹۲/۱۹ درصد بود. نتایج تحلیل عاملی برای شناسایی خوشه‌ها یا عامل‌های نیازهای فرهنگی دانشجویان در جدول ۱ گزارش شده است.

جدول ۱. نتایج تحلیل عاملی برای شناسایی خوشه‌ها یا عامل‌های نیازهای فرهنگی دانشجویان

عامل‌ها	شاخص‌ها	بار عاملی عامل‌ها	معناداری نتیجه
۱. فرهنگ مکتوب	۱. مطالعه و کتاب‌خوانی، ۲. نشریات و ۳. نشریات دانشجویی	۰/۹۰۷	مناسب
۲. آموزش	۱. یادگیری مهارت‌های اجتماعی، ۲. آموزش‌های هنری، ۳. دوره‌های آموزشی غیرهنری، ۴. آموزش مهارت‌های فنی، ۵. دوره‌های آموزش ساز و آواز، ۶. کارگاه‌های تخصصی فرهنگی، ۷. آموزش مهارت‌های علمی، ۸. آموزش صنایع دستی و ۹. آموزش‌های شغلی	۰/۹۹۳	مناسب
۳. عوامل انسانی	۱. نیازهای مرتبط با اساتید، ۲. کارکنان و مدرسان فرهنگی، ۳. مجریان برنامه‌های فرهنگی، ۴. برنامه‌های فرهنگی تیمی، ۵. برنامه‌های فرهنگی تعاملی و مشارکتی، ۶. نظرسنجی از برنامه‌های فرهنگی، ۷. نیازهای مرتبط با والدین و ۸. مشاوره	۰/۹۳۳	مناسب
۴. فیلم، نمایش و موسیقی	۱. پخش فیلم سینمایی، ۲. پخش فیلم مستند، ۳. نمایش انواع فیلم، ۴. اجرای نمایش و تئاتر و ۵. برگزاری کسرت	۰/۸۴۷	مناسب
۵. شبکه مجازی و فناوری‌های فرهنگی	۱. شبکه و فضای مجازی و ۲. فناوری‌های نوین فرهنگی	۰/۹۶۲	مناسب
۶. تشکیل گروه‌های هنری و دانشجویی	۱. تشکیل گروه‌های هنری و ۲. تشکیل کانون‌های دانشجویی	۰/۹۹۱	مناسب
۷. فعالیت‌های اجتماعی	۱. برنامه‌های محیط زیستی، ۲. سمینارهای فرهنگی، ۳. فعالیت‌های خیریه، ۴. برنامه‌های سیاسی - فرهنگی، ۵. جلسات نقد و بررسی و ۶. جشنواره‌های فرهنگی	۰/۸۳۳	مناسب
۸. برنامه‌های دینی و قرآنی	۱. برنامه‌های دینی و مذهبی و ۲. برنامه‌های قرآنی	۰/۵۹۹	مناسب
۹. ورزش و امکانات ورزشی	۱. ورزش و ۲. سالن، مربی و امکانات ورزشی	۰/۸۵۶	مناسب
۱۰. بازی و سرگرمی	۱. تفریح و سرگرمی و ۲. بازی‌های فکری	۰/۹۴۷	مناسب
۱۱. اردو و بازدید	۱. اردو و ۲. بازدید از آثار هنرمندان	۰/۸۰۷	مناسب
۱۲. اماکن فرهنگی	۱. اماکن فرهنگی	۰/۸۰۳	مناسب
۱۳. میراث فرهنگی	۱. میراث فرهنگی	۰/۸۵۰	مناسب
۱۴. فرهنگ ملی	۱. برنامه‌های فرهنگی قومیت‌ها و ۲. نیازهای فرهنگی ملی و سنتی	۰/۶۰۳	مناسب
۱۵. ادبیات	۱. ادبیات	۰/۶۶۴	مناسب
۱۶. فرهنگ غیرمکتوب	۱. فرهنگ غیرمکتوب	۰/۶۰۱	مناسب
غیرمکتوب			
۱۷. سایر	۱. سایر	۰/۸۹۸	مناسب

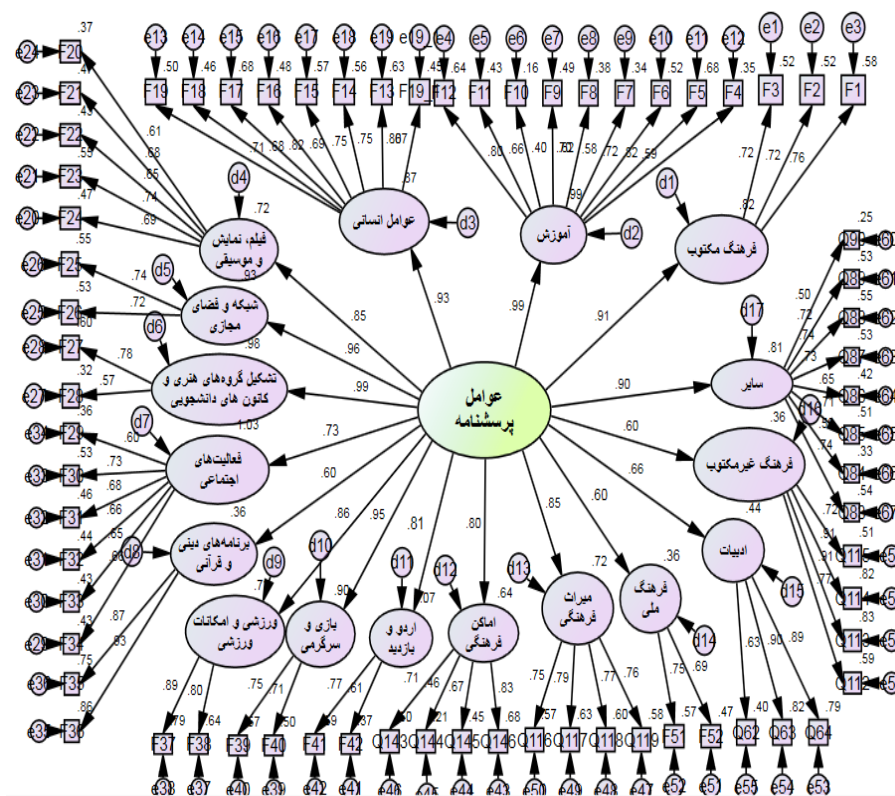
در جدول ۱ نتایج خوشه‌ها یا عامل‌های نیازهای فرهنگی دانشجویان قابل مشاهده است که بر اساس آن بار عاملی هر ۱۷ خوشه یا عامل بالاتر از ۰/۵ بود و همه آنها در سطح ۰/۰۰۰ معنادار

هستند. نتایج شاخص‌های برازش مدل سنجش نیازهای فرهنگی دانشجویان در جدول ۲ گزارش شده است.

جدول ۲. نتایج شاخص‌های برازش مدل سنجش نیازهای فرهنگی دانشجویان

نام شاخص	مقدار محاسبه شده	مقدار قابل قبول	نتیجه
χ^2/df	۴/۴۷۸	کمتر از ۵	برازش مدل مناسب است
IFI	۰/۹۰۱	بیشتر یا نزدیک به ۰/۹	برازش مدل مناسب است
NFI	۰/۹۲۱	بیشتر یا نزدیک به ۰/۹	برازش مدل مناسب است
CFI	۰/۸۹۹	بیشتر یا نزدیک به ۰/۹	برازش مدل مناسب است
RMSEA	۰/۰۸۰	کمتر از ۰/۱	برازش مدل مناسب است

در جدول ۲ نتایج شاخص‌های برازش مدل سنجش نیازهای فرهنگی دانشجویان قابل مشاهده است که بر اساس آن مدل برازش مناسبی دارد. بنابراین مدل سنجش نیازهای فرهنگی دانشجویان در شکل ۳ گزارش شده است.



شکل ۱. مدل سنجش نیازهای فرهنگی دانشجویان

بحث و نتیجه گیری

نیازسنجی گام اول در هر فعالیتی می‌باشد و با اینکه درباره آموزش و پژوهش نیازسنجی‌های زیادی انجام شده است، اما چنین پژوهش‌هایی در زمینه فرهنگی کمتر انجام شده است. بنابراین، هدف این تحقیق شناسایی و ارائه مدل سنجش نیازهای فرهنگی دانشجویان بود.

یافته‌ها نشان داد که ۹۱۰ نیاز فرهنگی در قالب ۴۸ طبقه و ۱۷ خوشه شناسایی شد. بار عاملی همه خوشه‌ها یا عامل‌ها بالاتر از ۰/۵ و مدل برازش مناسبی داشت. این یافته با یافته پژوهش‌های باقری و حاجی‌زاد (۱۳۹۵)، کفعمی (۱۳۹۵)، عباس‌پور (۱۳۹۳)، نیازی و گنجی (۱۳۹۲)، عصاره و همکاران (۱۳۹۰ ب)، عصاره و همکاران (۱۳۹۰ الف) و رجالی و همکاران (۱۳۸۹) همسو بود. برای مثال باقری و حاجی‌زاد (۱۳۹۵) ضمن پژوهشی به این نتیجه رسیدند که نماز و ادعیه، عفاف و حجاب، مناسبت‌های مذهبی و ملی، اردوها و سفرهای فرهنگی از جمله مهمترین نیازهای فرهنگی دانشجویان بودند. نتایج پژوهش کفعمی (۱۳۹۵) نشان داد که فعالیت‌های فرهنگی مانند ایجاد مرکز مشاوره قوی، توجه به خرده فرهنگ‌ها، برگزاری مسابقات ورزشی و غیره از جمله نیازهای اساسی فرهنگی دانشجویان پسر ساکن خوابگاه بودند. در پژوهشی دیگر نیازی و گنجی (۱۳۹۲) گزارش کردند که چهار دسته نیازهای فرهنگی - اجتماعی، علمی - آموزشی، دینی و تفریحی - هنری وجود داشت که از میان آنها نیازهای فرهنگی - اجتماعی دارای بیشترین و نیازهای دینی دارای کمترین میانگین بود. عصاره و همکاران (۱۳۹۰ ب) ضمن پژوهشی به این نتیجه رسیدند که دانشجویان نیازهای فرهنگی خود را به ترتیب شامل نیازهای اجتماعی، نیازهای سیاسی، نیازهای پژوهشی، نیازهای مذهبی، نیازهای آموزشی، نیازهای ملی، نیازهای ورزشی و نیازهای هنری مشخص کردند. در پژوهشی دیگر عصاره و همکاران (۱۳۹۰ ب) گزارش کردند که دانشجویان نیازهای آموزشی، پژوهشی و فرهنگی را به‌عنوان تقدم نیازهای خود معرفی کردند.

دانشجویان نیازهای آموزش را اولین اولویت نیاز فرهنگی خود نام بردند و در این نیاز به یادگیری مهارت‌های اجتماعی، آموزش‌های هنری، دوره‌های آموزشی غیرهنری، آموزش مهارت‌های فنی، دوره‌های آموزش ساز و آواز، کارگاه‌های تخصصی فرهنگی، آموزش مهارت‌های علمی، آموزش صنایع دستی و آموزش‌های شغلی اشاره کردند. آنان دومین اولویت نیاز فرهنگی خود را تشکیل گروه‌های هنری و دانشجویی نام بردند و در این نیاز به تشکیل

گروه‌های هنری و تشکیل کانون‌های دانشجویی اشاره کردند. اولویت سوم آنان شبکه مجازی و فناوری‌های فرهنگی بود و در این نیاز به شبکه و فضای مجازی و فناوری‌های نوین فرهنگی اشاره کردند. چهارمین اولویت بازی و سرگرمی و شاخص‌های آن تفریح و سرگرمی و بازی‌های فکری بود. پنجمین اولویت عوامل انسانی بود که در این نیاز به نیازهای مرتبط با اساتید، نیازهای مرتبط با کارکنان و مدرسان فرهنگی، نیازهای مرتبط با مجریان برنامه‌های فرهنگی، برنامه‌های فرهنگی تیمی، برنامه‌های فرهنگی تعاملی و مشارکتی، نظرسنجی از برنامه‌های فرهنگی، نیازهای مرتبط با والدین و مشاوره اشاره کردند. پنج نیاز فرهنگی فوق به ترتیب دارای بیشترین بار عاملی و بار عاملی همه آنها بالاتر از ۰/۹ بود. از میان هفده خوشه یا عامل، پنج عامل دارای کمترین بار عاملی به ترتیب شامل برنامه‌های دینی و قرآنی، فرهنگ غیرمکتوب، فرهنگ ملی، ادبیات و فعالیت‌های اجتماعی بودند. دانشجویان در هفدهمین عامل یعنی عامل برنامه‌های دینی و قرآنی به برنامه‌های دینی و مذهبی و برنامه‌های قرآنی اشاره کردند. فرهنگ غیرمکتوب بدون شاخص، فرهنگ ملی دارای دو شاخص برنامه‌های فرهنگی قومیت‌ها و نیازهای فرهنگی ملی و سنتی و ادبیات نیز بدون شاخص بود. دانشجویان در سیزدهمین عامل یعنی فعالیت‌های اجتماعی به برنامه‌های محیط زیستی، سمینارهای فرهنگی، فعالیت‌های خیریه، برنامه‌های سیاسی - فرهنگی، جلسات نقد و بررسی و جشنواره‌های فرهنگی اشاره کردند. با توجه به بار عاملی می‌توان گفت که نیازهای آموزش، تشکیل کانون‌های دانشجویی و گروه‌ها هنری، شبکه مجازی و فناوری‌های نوین فرهنگی و بازی و سرگرمی بیشترین و نیازهای ادبیات، فرهنگ غیرمکتوب، برنامه‌های دینی و قرآنی و برنامه‌های ملی و سنتی کمترین اهمیت را داشتند. بنابراین به منظور طراحی و اجرای برنامه‌های فرهنگی برای دانشجویان ضرورت دارد که متولیان و برنامه‌ریزان فرهنگی در دانشگاه‌ها نیازهای فرهنگی دانشجویان را کاملاً مورد توجه قرار دهند و اولویت‌بندی کنند. بر اساس نتایج پژوهش حاضر باید نیازهای آموزش، تشکیل کانون‌های دانشجویی و گروه‌ها هنری، شبکه مجازی و فناوری‌های نوین فرهنگی و بازی و سرگرمی در اولویت قرار گیرند. همچنین توصیه می‌گردد که مسئولان و دست‌اندرکاران فعالیت‌ها و برنامه‌های فرهنگی از نتایج و مدل پژوهش حاضر و سایر پژوهش‌های مرتبط برای برنامه‌ریزی‌های فرهنگی برای دانشجویان بهره‌گیری کنند. آخرین پیشنهاد بر اساس اولویت نیازهای آموزش در نیازهای فرهنگی دانشجویان دانشگاه صنعتی اصفهان در میان نیازهای

هفده گانه اینکه مدیران و معاونان این دانشگاه اقدام به آموزش شاخص‌های این نیاز یعنی یادگیری مهارت‌های اجتماعی، آموزش‌های هنری، دوره‌های آموزشی غیرهنری، آموزش مهارت‌های فنی، دوره‌های آموزش ساز و آواز، کارگاه‌های تخصصی فرهنگی، آموزش مهارت‌های علمی، آموزش صنایع دستی و آموزش‌های شغلی کنند.

منابع

- احمدی، سیدعلی و افشانی، علی‌رضا. (۱۳۸۸). نیازهای فرهنگی دانشجویان. **مجله پژوهشنامه تربیتی**، ۴۶، ۲۷-۳.
- باقری، حسین و حاجی‌زاد، محمدرضا. (۱۳۹۵). بررسی نیازسنجی فرهنگی از دیدگاه دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی شرق مازندران. **سومین کنفرانس بین‌المللی روانشناسی، علوم تربیتی و سبک زندگی**، تربت حیدریه: دانشگاه تربت حیدریه، ۴۶۳-۴۵۲.
- رجالی، مه‌ری؛ مستاجران، مهناز؛ معمارزاده، زهرا و عزیزی، ناهید. (۱۳۸۹). فعالیت‌های فرهنگی تحصیلی دانشجویان دانشکده بهداشت دانشگاه علوم پزشکی اصفهان. **مجله تحقیقات نظام سلامت**، ۱(۱)۶، ۵۶-۵۰.
- روح‌الامینی، محمود. (۱۳۹۴). **زمینه فرهنگ‌شناسی**. تهران: انتشارات عطار.
- عبدالله عموقین، جعفر. (۱۳۸۰). **بررسی نیازهای دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه تبریز به منابع اطلاعاتی و نقش کتاب‌خانه‌های دانشگاه در تامین آن نیازها**. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شیراز.
- عباس‌پور، عباس. (۱۳۹۳). در جستجوی شناسایی نیازهای فرهنگی نسل جوان و ارائه الگوی انطباقی. **فصلنامه روان‌شناسی تربیتی**، ۱۰(۳۳)، ۱۹۷-۱۶۹.
- عصاره، علیرضا؛ حسینی بیدخت، محسن و محمدی، ندا. (۱۳۹۰ ب). نیازسنجی فرهنگی - اجتماعی دانشجویان دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی. **مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران**، ۴(۱)، ۱۳۰-۱۱۳.
- عصاره، علیرضا؛ سراج خرمی، ناصر؛ برومندنسب، مسعود و حزین، نسیم. (۱۳۹۰ الف). شناسایی نیازهای فرهنگی آموزشی و پژوهشی دانشجویان کارشناسی دانشگاه آزاد اسلامی. **مجله یافته‌های نو در روان‌شناسی**، ۷(۲۱)، ۶۴-۴۷.
- فتحی واجارگاه، کوروش. (۱۳۹۲). **نیازسنجی آموزشی: الگوها و فنون**. تهران: انتشارات آبیژ.
- کفعمی، روح‌اله. (۱۳۹۵). **نیازسنجی فرهنگی دانشجویان پسر ساکن خوابگاه دانشگاه اصفهان**. پایان‌نامه کارشناسی ارشد امور فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان.
- نیازی محسن و گنجی، محمد. (۱۳۹۲). نیازسنجی فرهنگی و اولویت‌بندی الگویی در میان شهروندان کاشانی. **نشریه مطالعات توسعه اجتماعی - فرهنگی**، ۲(۱)، ۷۰-۳۷.

هاشمی، شهناز؛ سلطانی فر، محمد؛ ابراهیمی، شهروز و جلیل زاده، هانف. (۱۳۹۳). بررسی تطبیقی نیازهای فرهنگی دانشجویان برگزیده دانشگاه جامع علمی - کاربردی با دانشجویان برگزیده دانشگاه های سراسری. **فصلنامه مطالعات میان فرهنگی**، ۲۱، ۹۹-۱۲۲.

- Balcik, B. (2017). Site selection and vehicle routing for post-disaster rapid needs assessment. **Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review**, 101, 30-58.
- Caputo, A., Ayoko, O. B., Amoo, N., & Menke, C. (2019). The relationship between cultural values, cultural intelligence and negotiation styles. **Journal of Business Research**, 99, 23-36.
- Ferencova, M., & Lizakova, L. (2014). Management of healthcare facilities and meeting cultural needs of clients. **Kontakt**, 16(2): 102-107.
- Groeneveld, I. F., Arwert, H. J., Goossens, P. H., & Vlieland, T. P. M. V. (2018). The longer-term unmet needs after stroke questionnaire: Cross-cultural adaptation, reliability, and concurrent validity in a Dutch population. **Journal of Stroke and Cerebrovascular Diseases**, 27(1), 267-275.
- Shin, H., Lee, S. J., Lee, Y., & Shon, S. (2019). Community health needs assessment for a child health promotion program in Kyrgyzstan. **Evaluation and Program Planning**, 74, 1-9.
- Zwierzchowska, I., Hof, A., Ioja, I., Mueller, C., Ponizy, L., & et al. (2018). Multi-scale assessment of cultural ecosystem services of parks in Central European cities. **Urban Forestry & Urban Greening**, 30, 84-97.