

بررسی نیازسنجی فرهنگی دانشجویان بین‌الملل
دانشگاه علوم پزشکی تهران
(صفحات ۳۳ تا ۶۲)

نوع مقاله: پژوهشی DOR: 20.1001.1.17358663.1401.17.51.2.7

الهه متوسلی^۱ * مهدی نوروزی^۲ * زهراسادات حسینی^۳

پذیرش: ۱۴۰۱/۰۱/۳۰

دریافت: ۱۴۰۱/۰۱/۱۷

چکیده

سنجش و بررسی نیازهای فرهنگی، گامی اساسی در جهت برنامه‌ریزی توسعه فرهنگی، تحقق عدالت و بهبود روابط اجتماعی به شمار می‌آید. از این رو، با توجه به اهمیت گام برداشتن و برنامه‌ریزی جهت گسترش فرهنگ غنی ایرانی-اسلامی در دانشجویان بین‌الملل، شناسایی اولویت‌های فرهنگی دانشجویان بین‌الملل در برنامه‌ریزی فرهنگی مناسب حائز اهمیت است. از این رو، پژوهش حاضر به بررسی اولویت‌ها و نیازهای فرهنگی دانشجویان بین‌الملل می‌پردازد. بدین منظور ۱۳۰ دانشجوی بین‌الملل دانشگاه علوم پزشکی تهران به پرسشنامه محقق ساخته (پایایی ۰/۸۷۴)، متشکل از چهار بخش (بررسی ابزارهای موردنیاز جهت آشنایی بهتر با فرهنگ ایرانی-اسلامی، نیازهای دانشجویان غیر ایرانی در بدو ورود به ایران، نیازهای فرهنگی پس از ورود به ایران و علاقه‌مندی در دوره‌های فرهنگی) و ۶۵ گویه پاسخ دادند. در نهایت داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار اس. پی. اس تحلیل شد. جهت بررسی اولویت‌های فرهنگی در بخش ابزار از آزمون دوجمله‌ای، در بخش‌های نیازها در بدو ورود به ایران، نیازهای فرهنگی پس از ورود و علاقه‌مندی شرکت در دوره‌های آموزشی از آزمون کای دو، استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که «بازدید از مراکز فرهنگی» دارای بالاترین فراوانی انتخاب به‌عنوان ابزاری بهتر برای آشنایی با فرهنگ ایرانی بوده است، بالاترین نیاز در بدو ورود به ایران «آشنایی با دانشگاه و امکانات آن» بوده است. همچنین «زبان فارسی» اولین اولویت نیاز فرهنگی دانشجویان غیر ایرانی است و نیز بالاترین شاخص‌های علاقه‌مندی به شرکت در دوره‌های آموزشی را نشان می‌دهد.

واژگان کلیدی: نیازسنجی، فرهنگ، الگوهای ارزشی، نیازسنجی فرهنگی و برنامه‌ریزی فرهنگی.

۱. دانشیار گروه پزشکی مولکولی، دانشکده فناوری‌های نوین، دانشگاه علوم پزشکی تهران، تهران، ایران e_motevaseli@tums.ac.ir

۲. دانشیار، دانشگاه علوم پزشکی تهران، تهران، ایران. (نویسنده مسئول) mnrouzi@tums.ac.ir

۳. دکتری زبانشناسی، دانشگاه علوم پزشکی تهران، تهران، ایران

۱- بیان مسئله

یکی از مهم‌ترین مشکلاتی که دانشجویان بین‌الملل در هنگام تحصیل و زندگی در ایران با آن مواجه هستند، تفاوت‌های فرهنگی است. فرهنگ یک مفهوم گسترده‌ای است که شامل ارزش‌ها و هنجارهای موجود در یک جامعه بشری می‌شود و از جامعه‌ای به جامعه‌ی دیگر متفاوت است. صاحب‌نظران و محققان جامعه‌شناسی، فرهنگ را از دیدگاه‌های مختلف تعریف کرده‌اند اما می‌توان گفت که جامع‌ترین تعریف توسط (تیلور^۱ ۱۸۷۱) انسان‌شناس مشهور بریتانیای ارائه شده است و فرهنگ را چنین تعریف می‌کند: «فرهنگ مجموعه پیچیده‌ای است که شامل مجموعه علوم و دانش‌ها، اعتقادات، هنرها، افکار و عقاید، صنایع، تکنیک، قوانین و مقررات، عادات و رسوم و رفتار و ضوابطی است که انسان به‌عنوان عضو یک جامعه آن را از جامعه خود فرامی‌گیرد و در قبال آن تعهداتی به عهده دارد.»

با توجه به این تعریف، می‌توان گفت که فرهنگ یک مقوله فراگیری و یادگیری است به‌عبارت‌دیگر، فرهنگ را می‌توان از طریق آموزش از نسلی به نسل دیگر و یا از جامعه‌ای به جامعه دیگر منتقل کرد. البته برای آموزش فرهنگ باید ملاک‌هایی را در نظر گرفت، این ملاک‌ها باید با توجه به شاخص‌ها و مؤلفه‌های فرهنگی و هویتی انتخاب شوند و شاخص‌ها را می‌توان مشخصه‌ای دانست که بر مبنای آن فرهنگ و هویت تعریف می‌شود.

گاهی اوقات مدیران و مجریان فرهنگی بدون شناخت کافی از نیازها و اولویت‌های فرهنگی دانشجویان، برنامه‌های فرهنگی برای آن‌ها در نظر می‌گیرند که برخی از برنامه‌ها موفقیت مورد انتظار را کسب نمی‌کنند و از طرف دیگر محدودیت منابع همواره لزوم پرداختن به نیازسنجی را یادآور می‌شود. یعنی اولین و اساسی‌ترین گام در تدوین و اجرای برنامه‌های فرهنگی و اجرای صحیح و مبتنی بر واقعیت، فرایند نیازسنجی است. نیازسنجی در حقیقت سنگ زیرین ساختمان فعالیت‌های فرهنگی است که هر قدر این سنگ زیرین بنیانی‌تر و مستحکم‌تر باشد، بنای آن محکم‌تر و آسیب‌ناپذیرتر است. در قلمرو فرهنگ، نیازسنجی به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های اساسی و ضروری فرایند

¹ taylor

برنامه‌ریزی در نظر گرفته می‌شود، و در هر قسمت مسئله تدوین طرح‌ها و اتخاذ مجموعه‌ای از تدابیر فرهنگی مطرح باشد، از نیازسنجی به‌طور مکرر یاد می‌گردد و مبنای منطقی هر برنامه، وجود نیاز یا مجموعه‌ای از نیازها است.

براین مبنای نیازسنجی برای شناسایی نیازهای مهم، مبنای مناسبی برای تعیین اهداف است و جزء جدایی‌ناپذیر برنامه‌ریزی راهبردی محسوب می‌شود. از آنجایی که دانشجویان بین‌الملل دانشگاه علوم پزشکی تهران از ملیت‌ها و فرهنگ‌های مختلف هستند و دارای تخصص و تجارب متفاوت علمی و تخصصی در سطوح مختلف می‌باشند، بدیهی است که تنها با ارائه یک طرح و برنامه نمی‌توان پاسخگوی نیازهای تمامی این افراد بود. در این راستا هدف اصلی این مطالعه، بررسی نیازها و اولویت‌های فرهنگی دانشجویان بین‌الملل دانشگاه علوم پزشکی تهران است. در مقاله حاضر بر اساس مسئله و ضرورت‌های مورد اشاره و با استفاده از روش توصیفی-پیمایشی به شناسایی نیازهای دانشجویان و تعیین اولویت نیازهای فرهنگی پرداخته می‌شود. این نیازها در چهار بخش «ابزارهای مورد نیاز»، «بدو ورود به ایران»، «پس از ورود به ایران» و «دوره‌های آموزشی» طبقه‌بندی شدند و به‌منظور پاسخ‌گویی به پرسش‌های زیر شکل گرفته است:

- ابزارهای مورد نیاز دانشجویان غیر ایرانی جهت آشنایی بهتر با فرهنگ ایرانی-اسلامی چیست؟
- اولویت‌های فرهنگی دانشجویان غیر ایرانی در بدو ورود به ایران چیست؟
- اولویت‌های فرهنگی پس از ورود به ایران چیست؟

۲- ادبیات پژوهش

۱.۲. ادبیات تجربی

نیازسنجی به دلیل نقش حیاتی آن در برنامه‌ریزی، همواره در مرکز توجه محققان و پژوهشگران برنامه‌ریزی آموزشی و فرهنگی بوده است. این امر به‌وضوح در تعداد مقالات منتشر شده برای نیازسنجی مشهود است، اما پژوهش‌های مربوط به نیازسنجی فرهنگی به‌ویژه دانشجویان بین‌الملل غنی نیست.

با این حال، اخیراً ادبیات قابل توجهی به نیازسنجی فرهنگی دانشجویان انجام شده است. در ادامه به تفکیک مطالعات ایرانی و خارجی به این پژوهش‌ها اشاره می‌شود:

بررسی نیازسنجی فرهنگی دانشجویان بین‌الملل دانشگاه علوم پزشکی تهران.....

۱-۳-۲ مطالعات ایرانی

زارعی محمودآبادی و دهقانی فیروزآبادی (۱۳۹۶) نیازهای فرهنگی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی میبد را بر اساس مدل تاپسیس فازی شناسایی و اولویت‌بندی نموده‌اند. اولویت اول انتشار نشریه عمومی یا تخصصی در زمینه هنری- ادبی و اولویت آخر برگزاری مراسم مناسبت‌های دینی و مذهبی می‌باشد.

کفعمی و قلی‌زاده (۱۳۹۶)، در پژوهشی با عنوان نیازسنجی فرهنگی دانشجویان پسر ساکن در خوابگاه‌های دانشگاه علوم پزشکی اصفهان به این نتیجه رسیدند که فعالیت‌های فرهنگی مانند ایجاد مرکز مشاوره قوی، توجه به خرده‌فرهنگ‌ها، برگزاری مسابقات ورزشی و... از جمله نیازهای اساسی دانشجویان پسر خوابگاه است.

رون (۱۳۹۵) در تحقیقی با عنوان بررسی نیازهای فرهنگی- آموزشی دانشجویان دانشگاه ارومیه که به روش توصیفی در ۱۲ دانشکده دانشگاه ارومیه انجام شد، به این نتیجه رسیدند که نیازهای آموزشی به‌خصوص نیاز آموزشی شغلی و حرفه‌ای، تجهیز کتابخانه، و امکانات ورزشی مهم‌ترین نیازهای فرهنگی دانشجویان این دانشگاه است.

نتایج پژوهش باقری و حاجی‌زاده (۱۳۹۵) با عنوان بررسی نیازسنجی فرهنگی از دیدگاه دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی شرق مازندران بیانگر این است که نماز و ادعیه، عفاف و حجاب، مناسبت‌های مذهبی و ملی، اردوها و سفرهای فرهنگی از جمله نیازهای فرهنگی دانشجویان می‌باشند.

نتایج پژوهش عباس پور (۱۳۹۳) با عنوان در جست‌وجوی 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 دانش‌دوستی)، اجتماعی (نیاز به مناسبات بین شخصی، 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 به 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.

هاشمی، سلطانی فر، ابراهیمی و جلیل‌زاده (۱۳۹۳) به بررسی تطبیقی نیازهای فرهنگی دانشجویان برگزیده دانشگاه جامع علمی- کاربردی با دانشجویان برگزیده

دانشگاه‌های سراسری می‌پردازند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهند که در زمینه فعالیت‌هایی که بیشتر با تخصص و نیز حرفه دانشجویان ارتباط دارند از جمله برگزاری همایش علمی، سمینار، کلاس‌های آموزشی و کارگاه آموزشی، میانگین احساس نیاز دانشجویان دانشگاه جامع علمی- کاربردی بیشتر از دانشجویان دانشگاه امیرکبیر است و این اختلاف میانگین زیاد است که نشان‌دهنده‌ی این است که نیازهای فرهنگی دانشجویان علمی- کاربردی در این نوع برنامه‌ها جدی‌تر است.

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 و 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 اولویت‌های نیازهای فرهنگی دانشجویان به ترتیب شامل نیازهای اجتماعی، نیازهای سیاسی، نیازهای پژوهشی، نیازهای مذهبی، نیازهای آموزشی، نیازهای ملی، نیازهای ورزشی و نیازهای هنری است. 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، پژوهشی و فرهنگی را به‌عنوان تقدم خود معرفی کردند.

عرب هاشمی، صباغ حسن‌زاده، سیدی و صباغ حسن‌زاده (۱۳۹۲)، در پژوهش نیازسنجی فرهنگی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی، نشان دادند که میزان اطلاعات و دانش دختران دانشجو به نیازهای فرهنگی بیش از پسران بوده است و در مقایسه با پسران اعتقاد بیشتری به فواید پژوهش نیازسنجی داشتند.

نتایج پژوهش رجالی و همکارانش (۱۳۸۹) نشان دادند که دانشجویان دانشکده بهداشت دانشگاه علوم پزشکی اصفهان نیاز به اردوهای یک‌روزه، برنامه‌های ورزشی و تفریحی، آموزش قرآن و نمایش فیلم را جزء ضرورت‌های خود دانستند.

احمدی و افشانی (۱۳۸۸) تحت عنوان نیازهای فرهنگی دانشجویان اشاره نمود که نتایج بیانگر وجود نیاز به سایت، دسترسی به کامپیوتر و کار با آن، در شرایط فعلی

بررسی نیازسنجی فرهنگی دانشجویان بین‌الملل دانشگاه علوم پزشکی تهران

ضروری‌ترین نیاز دانشجویان است و در مرحله بعد، فراهم شدن امکانات علمی- پژوهشی و همچنین توسعه و تجهیز کتابخانه‌ها و تشکیل انجمن‌ها مورد توجه پاسخگویان قرار گرفته است. همچنین نتایج پژوهش بکری زاده (۱۳۸۸) در بررسی و ارزیابی نیازهای فرهنگی دانشجویان مراکز آموزش عالی ایلام، نشان داده است که تفاوت معناداری در پاسخگویی به نیازهای فرهنگی دانشجویان پسر با دختر، نیازهای فرهنگی دانشجویان در هر یک از پایه‌های تحصیلی و اولویت نیازهای فرهنگی دانشجویان در ابعاد فکری، اجتماعی، فردی و فنی وجود دارد.

۲-۳-۲ مطالعات خارجی

دانشگاه با پرورش انسان‌های توانا، فرهیخته و آموزش‌نخبگان و برگزیدگان یک جامعه، یکی از مهم‌ترین نهادهای آموزشی در توسعه فرهنگی است. دانشجویانی که وارد برنامه علمی می‌شوند، فرهنگ آن را تجربه می‌کنند (ویدمن، توال، استین^۱، ۲۰۰۱). فرهنگ دانشگاهی از عوامل مؤثر بر توسعه علمی است و بین چگونگی و مختصات فرهنگی دانشگاهی و میزان رشد و توسعه تولیدات علمی رابطه وجود دارد (چانگ، یونگ و چونگ^۲، ۲۰۰۹). افرادی که برای اولین بار در اوایل بزرگسالی خود با فرهنگ‌های بیگانه مواجه می‌شوند، اغلب شوک فرهنگی را تجربه می‌کنند این به این دلیل است که آن‌ها به‌عنوان بزرگسالان ملزم به سازگاری با فرهنگ، اقتصاد، آموزش، خانواده، دولت و جامعه نا آشنا هستند. (نیوسام و کوپر^۳، ۲۰۱۶، براون^۴، ۲۰۰۸ و سوویچ^۵، ۲۰۰۸). از این سو، توجه به نیازهای فرهنگی دانشجویان اهمیت زیادی دارد و می‌توان نیازسنجی فرهنگی را فعالیتی عملی تعریف کرد که رعایت قواعد مربوط به فعالیت‌های عملی و انتخاب تکنیک‌های مناسب به مطالعه نیازها و مسائل مبتلابه 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. تعریف نیازهای فرهنگی، بستگی به تعریف نیاز و فرهنگ دارد. نیازهای فرهنگی صورت‌هایی از کالاها و فعالیت‌های فرهنگی هستند که افراد طالب آن هستند (گیدنز، ۱۳۷۴: ۱۶). بر طبق مطالعات انگلستان،

¹ Weidman, & Twale, & Stein

² Chang, Yeung, & Cheng

³ Newsome & Cooper

⁴ Brown

⁵ Sovic

طبقه‌بندی هفتگانه نیازها شامل مواردی چون نیازهای عملی، احساسی، فرهنگی و یکپارچه‌سازی، آموزشی، زبان، برنامه درسی و ارزشیابی و نتایج عملکردها است (پلیتر^۱، ۲۰۰۳: ۹).

چاکیر^۲ (۲۰۰۶) بر این باور است که بدون توجه به دیدگاه‌های متفاوت، فرهنگ جایگاهی با اهمیت در مطالعات مرتبط با آموزش و یادگیری زبان خارجی دارد. زبان و فرهنگ واسطه‌هایی بنیادین هستند که از طریق زبان است که فرهنگ بیان می‌شود. نتایج پژوهش‌های نیوسم و کوپر^۳ ۲۰۱۶، شری، توماس و چیو^۴ ۲۰۱۰ نشان داده‌اند که یادگیری زبان کشور مقصد، یکی از نیازهای مهم و ضروری دانشجویان بین‌الملل است.

حمایت‌های اجتماعی، یکی دیگر از عناصر کلیدی است که به دانشجویان بین‌الملل در تطابق فرهنگ میزبان کمک می‌کند. بارتام^۵ (۲۰۰۷) معتقد است که دانشجویان دانشگاه ولورهمپتون انگلیس، نیازهای اجتماعی را مهم‌ترین نیاز فرهنگی خود می‌دانند.

ادوارد و ران^۵ (۲۰۰۶) در پژوهشی در دانشگاه تکنولوژی انگلیس، بالاترین نیازهای فرهنگی دانشجویان را، توجه به مهارت‌های مطالعاتی و ارتباطی بیان کردند و ارتباط مطلوب با اساتید و توجه به مهارت‌های ادبی-ملی را پایین‌ترین نیاز دانستند.

فراست^۶ (۲۰۰۲) در پژوهشی که در شهرداری ایالت نیوسارث ولز امریکا انجام شد، دو هدف عمده یعنی تبیین نیازهای فرهنگی جوانان و تدوین راهکارهای دستیابی به این نیازها را مورد توجه قرار داد، یافته‌های این پژوهش نشان می‌داد که ۴۷ درصد از آزمودنی‌های شرکت‌کننده در این پژوهش علاقه‌مند به انجام فعالیت‌های اجتماعی مشترک با مسئولین ایالتی بوده‌اند. هم‌چنین آنان علاقه‌مند به فعالیت‌های تفریحی بعد از کلاس‌های آموزشی و توجه به مهارت‌های شهروندی نیز بوده‌اند. کمترین درصد پاسخ‌ها با ۲ درصد، رفتن به مراکز خرید عمده را به‌عنوان نیازهای اجتماعی و فرهنگی خود انتخاب کردند.

با بررسی‌های انجام‌شده چنین به نظر می‌رسد که پژوهشی به شناسایی نیازهای

¹ Pelletier

² Chakir

³ Sherry, Thomas, & Chui

⁴ Bartram

⁵ Edwards, & Ran

⁶ Frost

بررسی نیازسنجی فرهنگی دانشجویان بین‌الملل دانشگاه علوم پزشکی تهران

فرهنگی دانشجویان بین‌الملل دانشگاه علوم پزشکی تهران پرداخته باشد، مشاهده نشد. لذا ضروری است که چنین پژوهشی بتواند با ارائه آگاهی‌های لازم در خصوص نیازهای فرهنگی، کمک شایانی به برنامه‌ریزان و مدیران فرهنگی نماید تا نقطه آغاز حرکت و فعالیت‌های خود را مشخص نمایند.

۱.۲ ادبیات نظری

واژه نیاز ابتدا در اوایل دهه ۱۹۳۰ در مباحث روان‌شناسی به کار گرفته شد و منظور از آن متغیر انگیزاننده بود که باعث رفتار خاصی در فرد می‌شد. به تعبیر دیگر نیاز عبارت بود از یک خواسته که باعث رها شدن انرژی می‌گردید و نیرویی ایجاد می‌کرد که برای نیل به هدف خاصی، رفتار ویژه‌ای را موجب می‌شود (بابایی، ۱۳۷۸: ۲). با وجود این حقیقت که نیازها در تحلیل و گفتارهایمان بسیار ساده و پیش‌پافتاده هستند، تعریف رسمی از مفهوم نیاز، به همان آسانی که ممکن است در وهله نخست به نظر آید، وجود ندارد (شلدون؛ بتنکورت، ۲۰۰۲).

نیازهای انسان بسیار متنوع هستند، اما شاید بتوان آن‌ها را در دو طبقه کلی، نیازهای روانی و مادی جای داد. به‌طور کلی می‌توان گفت که هر نوع فعالیت آگاهانه‌ی انسان در نهایت به سوی ارضای نیازها هدایت می‌شود (بابایی، ۱۳۷۸: ۱). عامل حرکت، تلاش و فعالیت انسان نیاز است. شناخت نیازهای اساسی فرد و فراهم کردن شرایط و امکاناتی که وی بتواند در حد مناسب و متعادل به رفع نیازهای خود بپردازد، از سویی موجب پیشگیری از مشکلات، اختلالات و نابسامانی‌های جسمی و روانی می‌شود و از سوی دیگر مراتب رشد و شکوفایی استعدادها و او را هر چه بیشتر میسر می‌سازد (میرزاییگی، ۱۳۷۹: ۹).

مفهوم نیاز یکی از وسیع‌ترین و پرکاربردترین واژه‌هایی است که در حوزه‌های مختلف علوم اجتماعی متداول است. بررسی متون مختلف نشان می‌دهد تعریف واحدی از نیاز ارائه نشده و در واقع نوعی ابهام در تعریف مشاهده می‌شود. لذا در ادامه به مباحث نظری مرتبط با تعریف نیاز و دیدگاه‌های نظری آن، تعریف نیازسنجی و روش‌های آن پرداخته می‌شود.

¹ Sheldon, & Bettencourt

تعریف نیاز و دیدگاه‌های نظری آن

در دهه ۱۹۸۰ «نیاز» به‌عنوان یک عنصر اساسی در جامعه بیشتر مورد توجه قرار گرفته است. نیاز از سال‌های ۱۹۳۰ در مباحث روان‌شناسی به کار گرفته شد و پژوهش‌هایی در خصوص جنبه‌های مختلف نیاز، خصوصاً ارتباط آن با انگیزش انجام شد (بابایی، ۱۳۷۸: ۱). نیازها و مؤلفه‌های مربوطه همچنین مورد توجه محققان علوم تربیتی، برنامه‌ریزی استراتژیک، مدیریت منابع انسانی، جامعه‌شناسی و سایر حوزه‌هایی که با انسان سروکار دارند، قرار گرفته است. حتی فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات با نیاز رابطه مستحکمی دارد و متخصصان آن «نیاز اطلاعاتی» را مبنای کار خود قرار می‌دهند.

دیدگاه‌های متعددی در مورد نیاز وجود دارد که از ابعاد مختلف آن را مورد بررسی قرار داده‌اند. یکی از متداول‌ترین تعاریف ارائه‌شده از نیاز، تعریف آن به‌عنوان خواست یا ترجیحات افراد است. به عبارت روشن‌تر، خواسته‌های افراد در زمینه‌های گوناگون، نیازهای آن‌ها را تشکیل می‌دهد (سوریانو، ۲۰۱۲: ۷۴). نیاز چیزی است که برای ارضاء و تحقق یک هدف قابل دسترس ضروری یا مفید باشد. (گرونیولد، ارورت، گوستر و ولینلد، ۲۰۱۸) نیاز غالباً حالتی است که در اثر فقدان چیزی که عدم وجودش سبب مشکل یا نقیصه شده حاصل می‌گردد (فرنکووا، و لیزاکووا، ۲۰۱۴) البته بسیاری از صاحب‌نظران تعریف از نیاز به‌عنوان «فاصله وضع موجود و مطلوب» را یک تعریف عینی و قابل سنجش می‌دانند، زیرا تجزیه و تحلیل و اندازه‌گیری فاصله بین آنچه هست و باید باشد غیرممکن نیست (فتیحی و اجارگاه، ۱۳۸۱: ۱۳) برای اولین بار تعریف از این دیدگاه، توسط کافمن (۱۹۸۵) ارائه‌شده است که از نظر وی، نیاز به فاصله بین وضعیت موجود و مطلوب است. در ادامه به دیدگاه‌های مطرح درباره نیاز پرداخته می‌شود:

الف. ماری یکی از مفصل‌ترین تئوری‌ها درباره نیاز و ابعاد آن را ارائه کرده است. به عقیده ماری، آدمی احتیاجات یا نیازهایی دارد که فطری هستند و ظهور هر نیاز ایجاد تنش و ناراحتی می‌کند و تعادل حیاتی آدمی را بر هم می‌زند. فرد برای رفع این تنش یعنی استقرار تعادل حیاتی، طبعاً به جنب و جوش می‌افتد تا نیاز را رفع کند.

¹ Soriano

² Groeneveld, Arwert, Goossens & Vlieland

³ Ferencova & Lizakova

ب. آبراهام مزلو سلسله‌مراتب نیازها را مطرح کرد. هسته اصلی این تئوری، فطری بودن نیازها است. او نیازهای انسانی را به هفت مقوله عمده تقسیم‌بندی کرده است و آن‌ها را دارای سلسله‌مراتبی می‌داند که به ترتیب اهمیت و اولویت عبارت هستند از: «نیاز جسمی یا فیزیولوژیک (شامل نیاز به آب، غذا، خواب و...)؛ نیاز به امنیت (شامل نیاز به داشتن محیطی امن و به‌دوراز تهدید)؛ نیاز به عشق و محبت و احساس تعلق (شامل نیاز به روابط متقابل با دیگران و محبت کردن)؛ نیاز به حرمت و احترام (شامل احساس کسب توفیق و تأیید)؛ نیاز به دانستن و فهمیدن؛ نیازهای زیبایی‌شناختی و نیاز به خودیابی و خویش‌شناسی». (اقمر و سیانچی، ۲۰۰۳)

ج. دسی و رایان نظریه خودتعیین‌گری ۲ را برای اولین بار در اواسط دهه ۱۹۸۰، مطرح کردند (دسی و رایان، ۲۰۰۸). نظریه‌ی خودتعیین‌گری زائیده‌ی علاقه و توجه صاحب‌نظران آن به مطالعه‌ی انگیزش درونی، به معنای انجام دادن کاری به خاطر خود آن کار، هست و تا به امروز با کمک تعداد زیادی از پژوهشگران در سراسر دنیا مورد بسط و اصلاح قرار گرفته است (گانیه و دسی، ۲۰۱۴) بر اساس نظریه‌ی خودتعیین‌گری، برخی تمایلات روان‌شناختی و اجتماعی مشخص وجود دارند که اگر در قالب بافت‌های بین‌فردی و فرهنگی مرتبط با رشد فرد ارضا شوند، رشد، یکپارچگی و بهزیستی فرد را تسهیل خواهند کرد. اما در صورتی که ارضای این تمایلات روان‌شناختی با ناکامی روبرو شود، آسیب‌های روان‌شناختی جدی به بار خواهند آمد. در نظریه خودتعیین‌گری به این ارضاهای ضروری برای رشد شخصیت و شناخت، نیازهای بنیادین روان‌شناختی گفته می‌شود (رایان و دسی، ۲۰۱۷). بر اساس خرده‌نظریه‌ی نیازهای بنیادین روان‌شناختی، سلامت روانی و عملکرد بهینه مستقیماً توسط ارضای سه نیاز بنیادین روان‌شناختی یعنی خودمختاری، شایستگی و ارتباط قابل پیش‌بینی است (راکووک‌فلسر ۲۰۱۵). این نیازها فطری و همگانی هستند و ارضای آن‌ها ضروری است (گازلا، ۲۰۱۵). صرف‌نظر از جنسیت، نژاد، فرهنگ، موقعیت اجتماعی و اینکه آیا افراد برای نیازهای بنیادین روان‌شناختی ارزش قائل هستند یا خیر، ارضای این سه نیاز باید در سطوح بین‌فردی و درون‌فردی صورت گیرد تا رشد و عملکرد بهینه در افراد حاصل شود (سانچز اولیوا و

¹ Gambrel & Cianci,

² Self-Determination Theory

همکاران، ۲۰۱۷؛ کمپبل و همکاران، ۲۰۱۶؛ دسی و رایان، ۲۰۱۱).

د. پارسونز، جامعه‌شناس آمریکایی معتقد است که نیازها با دو مفهوم کشش و تمایلات نیازی یا آمادگی‌های نیاز روبرو هستند. او انواع نیازهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی را از یکدیگر متمایز کرد. به‌زعم او، محور نیازهای فرهنگی و اجتماعی «نفوذ در تعاملات و اندیشه و پایبندی به ارزش‌ها» است. (روشه، ۱۳۵: ۱۳۷۶) او بر این باور است که بقای جامعه در برطرف کردن این چهار نیاز اصلی است: انطباق با محیط (نیازهای اقتصادی)، دستیابی به هدف (نیازهای اساسی)، یکپارچگی (نیازهای اجتماعی) و حفظ الگو (نیازهای فرهنگی).

مفهوم نیاز از این حقیقت مسلم نشأت می‌گیرد که تداوم و بقای موجود زنده مشروط به تهیه لوازمی است که حیات، سلامت و رفاه آن‌ها را تأمین و تضمین می‌کند. عدم درک به‌موقع و کم‌توجهی به برآورد نیازها، فرد را با مشکلات عدیده‌ای روبرو می‌کند و او را در ورطه سقوط از عالم انسانیت قرار می‌دهد (قربانی و قمری، ۱۳۸۱: ۷).

تعریف نیازسنجی و روش‌های آن

مطالعه و بررسی نیازهای انسان، فهم مناسب‌تری از علل و انگیزه‌های رفتاری افراد به دست می‌آورد و برنامه‌ریزان را در جهت کاهش مشکلات و تدوین برنامه‌های دقیق، یاری می‌دهد. عبارت نیازسنجی از دو کلمه «نیاز» و «سنجی» تشکیل شده و به معنای فرآیند سنجش نیاز است (بورتون و میلر، ۱۹۷۷). بر این باورند که نیازسنجی به‌طور کلی عبارت است از: فرآیندی نظام‌دار برای تعیین اهداف، شناسایی فاصله بین وضع موجود و هدف‌ها و نهایتاً تعیین اولویت‌ها برای عمل (فتحی و اجارگاه، ۱۳۸۱: ۲۵).

نیازسنجی عبارت است از فرآیندی 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 آنچه باید آموزش داده شود و شامل فرآیند جمع‌آوری و تحلیل اطلاعات است که منجر به شناسایی نیازهای افراد، گروه‌ها، مؤسسات و جامعه می‌شود (بالکیک^۲، ۲۰۱۷).

از سوی دیگر نیازسنجی عبارت از فرآیند جمع‌آوری و تحلیل اطلاعات است که

¹ Shin, Lee, Lee & Shon

² Balcik

بررسی نیازسنجی فرهنگی دانشجویان بین الملل دانشگاه علوم پزشکی تهران

منجر به شناسایی نیازهای افراد، گروه‌ها، مؤسسات، جامعه محلی و جامعه به‌طور کلی می‌شود (سوارز، ۱۹۹۱). همچنین عبارت است از تعیین آنچه باید آموزش داده شود (هولت، ۱۹۹۹).

کافمن و هرمن (۱۹۹۱) می‌گویند: نیازسنجی جزء جدایی‌ناپذیر برنامه‌ریزی استراتژیک محسوب می‌شود. طی فرآیند نیازسنجی، نیازها مشخص می‌شوند (فاصله آنچه هست و آنچه باید باشد) و برحسب اولویت برای حذف یا کاهش آن‌ها اقدام می‌شود.

با تشخیص نیازها قبل از انتخاب هر نوع راه‌حل، می‌توانیم بر میزان کارآیی و اثربخشی برنامه‌ها بیافزاییم (کافمن و هرمن، ۱۳۷۴: ۱۴۷). نیازسنجی در سه سطح می‌تواند انجام شود:

۱. نیازسنجی در سطح فراتر از کلان (بیشتر مبتنی بر ایدئولوژی‌ها و پیامدهای برنامه است).

۲. نیازسنجی در سطح کلان (بیشتر مبتنی بر برون‌دادهای برنامه است).

۳. نیازسنجی در سطح خرد (بیشتر مبتنی بر کیفیت برنامه برای مخاطبان اصلی آن است) (فتیحی و اجارگاه، ۱۳۸۱)

هر یک از سطوح نیازسنجی در برنامه‌ریزی‌های محلی، ملی، ایالتی و منطق‌های کاربرد دارند و اهداف برنامه‌های استراتژیک بر مبنای آن‌ها تدوین می‌شود.
اهداف نیازسنجی

سوریانو (۱۹۹۵) می‌گوید: نیازسنجی دارای چهار هدف مهم است:

۱. کشف (شناسایی نیازهای اساسی از مخاطبان)

۲. آزمودن (روشن کردن نیازها در سایه پیشنهادها)

۳. تشخیص (درک بهترین راه ممکن برای تحقق نیازها)

۴. ارزشیابی (پی بردن به فاصله بین وضع موجود و مطلوب) (سوریانو، ۱۹۹۵)

چهار هدف بالا در واقع نشان‌دهنده‌ی انتظارات از نیازسنجی است، اما باید توجه داشت که اهداف نیازسنجی تا حد زیادی وابسته به افراد زیربط، ذی‌نفع و ذی‌علاقه است. البته اگر دید کلی به فرآیند نیازسنجی داشته باشیم، نیازسنجی می‌تواند دارای اهداف زیر باشد:

۱. فراهم‌سازی اطلاعات برای برنامه‌ریزی
 ۲. بهسازی برنامه‌ها یا افزایش طول عمر برنامه
 ۳. فراکنشی عمل کردن (هماهنگ‌سازی برنامه با تغییرات)
 ۴. اجتناب از انحصارگرایی در برنامه‌ریزی و جلب مشارکت عمومی
 ۵. رعایت جنبه صرفه‌جویی اقتصادی در برنامه‌ریزی
 ۶. پاسخگویی (فتحی و اجارگاه، ۱۳۸۱: ۴۵).
- تکنیک‌های نیازسنجی**

طراحی اجرای پروژه‌های نیازسنجی در هر سطحی مستلزم پیروی از یک طرح و الگوی عملی مشخص است. به‌طوری‌که انتخاب و طراحی و تدوین الگوی نیازسنجی می‌تواند باعث تسهیل و افزایش دقت و اعتبار فرآیند نیازسنجی شود. علاوه بر الگوها، تکنیک‌ها (فنون) نیز در فرآیند نیازسنجی مورد استفاده قرار می‌گیرند. این فنون به‌عنوان ابزارهای مناسبی برای نیازسنجی محسوب می‌شوند و می‌توانند اطلاعات بسیار مفیدی برای نیازسنجی فراهم آورند (عباس زادگان و ترک‌زاده، ۱۳۷۹). در یک دسته‌بندی کلی، روش‌ها و فنون نیازسنجی را می‌توان به چهار طبقه‌ی زیر تقسیم کرد:

۱. الگوهای هدف محور: در این دسته از الگوهای نیازسنجی، شناسایی وضع موجود، تعیین آرمان‌ها و مقایسه این دو، اساس کار سنجش نیازها را تشکیل می‌دهند. از مهم‌ترین الگوهایی که در این طبقه‌بندی جای می‌گیرند عبارت‌اند از: الگوی کلاسیک کافمن، الگوی استقرایی کافمن، الگوی قیاسی کافمن، الگوی پیشنهادی کلاین. نقطه مشترک تمام این الگوها آن است که اولاً از مجموعه‌ای از تکنیک‌ها بهره می‌گیرند و ثانیاً با وجود تفاوت‌های موجود میان آن‌ها، همواره به نحوی با تعیین اهداف سازمان یا برنامه سروکار دارند.

۲. تکنیک‌های ایجاد توافق (توافق محور): این تکنیک‌ها ابزار کار نیازسنجی را تشکیل می‌دهند و در صورتی که در قالب یک طرح تدوین شوند، اطلاعات مفیدی را به دست می‌دهند. هسته مشترک تمام این تکنیک‌ها آن است که درصدد جمع‌آوری و ایجاد توافق بین نظرات و عقاید افراد مختلف در ارتباط با مسئله یا نیاز خاصی هستند. مهم‌ترین تکنیک‌هایی که در این طبقه جای می‌گیرند عبارت‌اند از: تکنیک دلفی، تکنیک فیش بون، تکنیک تل استار و مدل سه‌بعدی.

بررسی نیازسنجی فرهنگی دانشجویان بین‌الملل دانشگاه علوم پزشکی تهران

۳. تکنیک مسئله محور یا مشکل محور: تکنیک‌های مورد اشاره در این گروه از تکنیک‌های نیازسنجی، عمدتاً ناظر بر شناسایی مشکلات فردی و مشکلات موجود در سیستم می‌باشد که ممکن است کارآیی یک سازمان را کاهش دهد. در این گروه چهار تکنیک رویداد مهم، درخت خطا، آزمون وظایف کلیدی و تجزیه و تحلیل شغل را شامل می‌شود.

۴. الگوی ترکیبی: اساس این طبقه فرآیند مشخص کردن فاصله بین وضعیت موجود و مطلوب، تعیین نقاط ضعف و بررسی نظرات و نگرش‌ها برای رسیدن به توافق نسبی می‌باشد. از جمله الگوهای این طبقه الگوی نیازسنجی در سطح موسسه، در سطح منطقه آموزشی، طرح جامع نیازسنجی، الگوی تحلیل SWOT تحلیل وظیفه، تحلیل نیازهای یادگیری، سیپ، ناتو، دیک و کری، پروچاسکا و... را می‌توان نام برد (یارمحمدیان و بهرامی، ۱۳۸۳).

۳. روش پژوهش

این پژوهش به مطالعه و بررسی و شناسایی اولویت‌های فرهنگی در میان دانشجویان غیر ایرانی می‌پردازد و هیچ‌گونه امکان دستکاری روی متغیرها برای محقق وجود ندارد. ولی می‌توان از دستاوردهای تحقیق جهت اتخاذ تصمیم‌های لازم در حوزه آموزش استفاده نمود. در نتیجه از نظر هدف، کاربردی و در روش جمع‌آوری داده‌ها، توصیفی - پیمایشی است.

جامعه آماری این پژوهش متشکل از دانشجویان بین‌الملل دانشگاه علوم پزشکی تهران می‌باشد. از آنجایی که به دلایل ویروس کرونا کلاس‌ها به صورت مجازی تشکیل می‌شد و هنگام جمع‌آوری داده‌ها ایام تابستان بود، از این رو تنها ۱۸۴ دانشجو بین‌الملل در خوابگاه دانشگاه ساکن بودند. حجم نمونه تعیین شده مطابق جدول کرجسی و مورگان (۱۹۷۰) حداقل ۱۲۳ نفر بود که ۱۳۰ دانشجو به پرسشنامه پاسخ کامل دادند که ۸۳ نفر معادل ۶۳/۸ درصد زن و ۴۷ نفر معادل ۳۶/۲ درصد مرد که از ملیت‌های هند، پاکستان، جنوب شرق آسیا (بنگلادش، اندونزی و سریلانکا)، آفریقا (نیجریه، غنا و کامرون)، عراق، افغان بودند و در سال تحصیلی ۱۴۰۰-۰۱ مشغول به تحصیل بودند. قبل از اجرای پرسشنامه، به منظور آشنایی دانشجویان غیر ایرانی، توضیحاتی در ارتباط با پرسشنامه ارائه

شد. سپس از آن‌ها خواسته شد تا با دقت پرسشنامه را کامل کنند و تا آنجا که ممکن است هیچ گزینه‌ای را بی‌پاسخ نگذارند. پاسخ‌ها طبق مقیاس لیکرت تقسیم‌بندی شده بود. در پایان، پاسخ‌های دانشجویان کدگذاری شدند و در نهایت، داده‌ها تجزیه و تحلیل شد.

در این پژوهش، پرسشنامه محقق ساخته با توجه به اولویت‌های فرهنگی شورای عالی انقلاب و مؤلفه‌های هویت ایرانی جهت بررسی اولویت‌های فرهنگی دانشجویان بین‌الملل طراحی شد. این پرسشنامه شامل چهار بخش و ۶۵ گویه است؛ بخش اول شامل پرسش‌هایی درباره ابزارهای موردنیاز جهت آشنایی بهتر با فرهنگ ایرانی - اسلامی، بخش دوم نیازهای فرهنگی در بدو ورود به ایران، بخش سوم نیازهای فرهنگی پس از ورود به ایران و بخش چهارم علاقه‌مندی شرکت در دوره‌های آموزشی می‌باشد. گویه‌ها با مقیاس پنج‌گانه لیکرت به ترتیب از بالا به پایین، «کاملاً موافقم» با امتیاز ۵، «موافقم» با امتیاز ۴، «نظری ندارم» با امتیاز ۳، «مخالقم» با امتیاز ۲ و «خیلی مخالفم» با امتیاز ۱ نمره - گذاری شد. شاخص‌هایی چون موضوعات تاریخی و ملی، دفاع مقدس و شهدا، مشاهیر مذهبی، سیاسی، ادبی و علمی، زبان و ادبیات، مناسبت‌های ملی - مذهبی، ارزش‌های دینی - مذهبی، هنر و ورزش و مکان‌ها در نظر گرفته شده است. شاخص‌های پرسشنامه برای تعیین روایی محتوایی در اختیار ۲۵ نفر از متخصصان فرهنگی در حوزه بین‌الملل قرار گرفت و با انجام اصلاحاتی مورد تأیید قرار گرفت. به منظور پایایی پرسشنامه، ابتدا یک نمونه اولیه شامل ۲۰ پرسش‌نامه پیش‌آزمون گردید و سپس با استفاده از داده‌های به‌دست‌آمده از این پرسشنامه‌ها و به کمک نرم‌افزار آماری SPSS، میزان ضریب اعتماد با روش آلفای کرونباخ برای این ابزار محاسبه شد که در ادامه، جدول مقادیر آلفای کرونباخ برای هر کدام از ابعاد آورده شده است. با توجه به جدول ۳-۴ ملاحظه می‌شود که پایایی ابعاد پرسش‌نامه در حد مناسب و قابل قبول ($\alpha > 0.7$) است. همچنین پایایی کل پرسشنامه نیز در حد مناسب و مطلوب ۰/۸۷۴ بوده است.

بررسی نیازسنجی فرهنگی دانشجویان بین‌الملل دانشگاه علوم پزشکی تهران

ضریب آلفای کرونباخ	ابعاد پرسش‌نامه
۰/۷۸۵	نیازهای فرهنگی در بدو ورود به ایران
۰/۷۶۸	نیازهای فرهنگی پس از ورود به ایران
۰/۸۸۸	علاقه‌مندی شرکت در دوره‌های آموزشی
۰/۸۷۴	کل پرسشنامه

۴. تحلیل تجربی

داده‌های گردآوری‌شده از سوی پرسشنامه، تجزیه و تحلیل و در خصوص پرسش‌های مطرح‌شده، نتیجه‌گیری آماری شده است. این پژوهش شامل سه پرسش است که با استفاده از آزمون دوجمله‌ای و آزمون کای-دو یک‌طرفه و نحوه پاسخ‌دهی افراد به طیف مورد استفاده اولویت‌های فرهنگی هر یک از بخش‌های پرسشنامه مورد بررسی و ارزیابی تجزیه و تحلیل شده‌اند.

همان‌گونه که در جدول (۲) مشاهده می‌گردد، نتایج تحلیل داده‌های نشان می‌دهد که «اردوهای فرهنگی» دارای بالاترین فراوانی انتخاب به‌عنوان ابزاری بهتر برای آشنایی با فرهنگ ایرانی بوده است. رتبه‌های دوم و سوم نیز به ترتیب مربوط به «شرکت در مسابقات و جشنواره‌ها فرهنگی و ورزشی» و «بازدید از موزه» بوده است. همچنین آزمون‌های دوجمله‌ای با ملاک (۰/۵) در مورد همین سه ابزار ذکر شده معنی‌دار بوده است (sig < ۰/۰۵). بدین معنی که از نظر پرسش‌شوندگان این سه ابزار به‌طور معنی‌داری برای آشنایی بهتر با فرهنگ ایرانی مؤثر هستند.

جدول ۲. درصد فراوانی پاسخ‌دهی کیفی و میانگین شاخص‌های پرسشنامه

رتبه اهمیت	نتیجه آزمون دوجمله‌ای	فراوانی انتخاب به‌عنوان گزینه بهتر	شاخص
۶	sig=۰/۴۴۸ p=۰/۳۰۰	۳۹	شرکت در کلاس
۷	sig=۰/۵۰۶ p=۰/۲۴۶	۳۲	مطالعه کتاب
۱	sig=۰/۰۰۱ p=۰/۶۶۱	۸۶	اردوهای فرهنگی
۳	sig=۰/۰۲۸ p=۰/۵۷۶	۷۵	نمایشگاه‌های فرهنگی
۲	sig=۰/۰۰۱ p=۰/۶۳۰	۸۲	شرکت در مسابقات و جشنواره‌ها فرهنگی و ورزشی
۴	sig=۰/۲۵۴ p=۰/۴۴۶	۵۸	استفاده از محتوای دیداری و شنیداری (مثل کلیپ، پادکست، فیلم و...) ...
۵	sig=۰/۳۰ p=۰/۴۰۰	۵۲	استفاده از شبکه‌های مجازی (اینستاگرام، وبس سایت‌های معتبر، واتساپ و...) ...

دومین پرسشی که این پژوهش درصدد پاسخ‌گویی به آن برآمده است، «نیازهای بدو ورد به ایران دانشجویان بین‌المللی چیست؟» همان‌گونه که در جدول (۳) ملاحظه می‌شود «دانشگاه و امکانات آن» دارای بالاترین درصد فراوانی گزینه «کاملاً موافقم» بوده است. رتبه‌های دوم و سوم نیز به ترتیب مربوط به «حمل و نقل عمومی شهری (اتوبوس، مترو و ...) در تهران» و «پول ایران و صرافی‌ها» بوده است. همچنین آزمون‌های کای-دو برای تمام ۱۸ شاخص ذکر شده در مورد نیازهای در بدو ورود به ایران معنی‌دار بوده است ($sig < ۰/۰۵$). بدین معنی که از نظر پرسش‌شوندگان تمام شاخص‌های ذکر شده در بدو ورود به ایران به‌طور معنی‌داری مورد نیاز زبان آموزان بوده‌اند.

جدول ۳: درصد فراوانی پاسخ‌دهی کیفی و آزمون کای دو شاخص‌های نیازها در بدو ورود به ایران

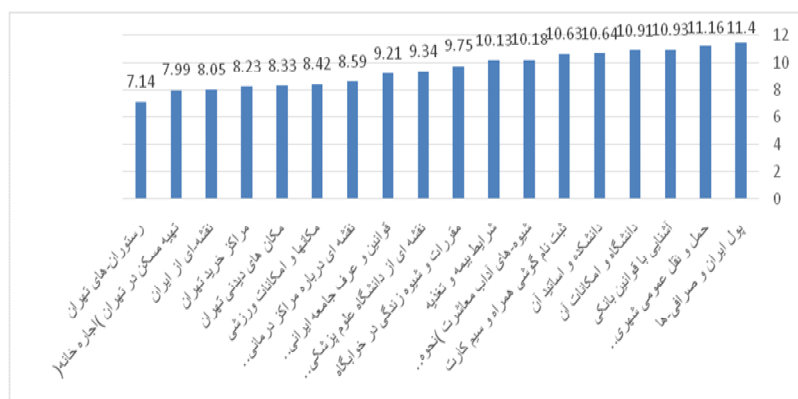
نتیجه تحلیل	نتیجه آزمون کای دو	کاملاً موافقم	موافقم	نظری ندارم	مخالفم	کاملاً مخالفم	شاخص
شاخص با اهمیت	sig=۰/۰۰۱ $\chi^2=۷۲/۸۴۶$	%۳۰/۸	%۴۳/۱	%۱۶/۲	%۶/۹	%۳/۱	نقشه‌ای از ایران
شاخص با اهمیت	sig=۰/۰۰۱ $\chi^2=۷۷/۶۹۲$	%۴۳/۸	%۴۴/۶	%۸/۵	%۳/۱	%۰/۰	شیوه‌های آداب معاشرت (نحوه سلام و احوالپرسی)...
شاخص با اهمیت	sig=۰/۰۰۱ $\chi^2=۴۴/۰۹۲$	%۴۰/۰	%۳۶/۲	%۲۰/۸	%۳/۱	%۰/۰	قوانین و عرف جامعه ایرانی (پوشش)
شاخص با اهمیت	sig=۰/۰۰۱ $\chi^2=۵۱/۸۰۰$	%۵۶/۲	%۳۸/۵	%۵/۴	%۰/۰	%۰/۰	پول ایران و صرافی‌ها و قوانین بانکی
شاخص با اهمیت	sig=۰/۰۰۱ $\chi^2=۱۵۷/۸۴۶$	%۵۴/۶	%۳۷/۷	%۳/۸	%۳/۱	%۰/۸	آشنایی با قوانین بانکی
شاخص با اهمیت	sig=۰/۰۰۱ $\chi^2=۱۴۱/۳۰۸$	%۵۶/۲	%۳۰/۸	%۷/۷	%۳/۱	%۲/۳	ثبت‌نام گوشی همراه و سیم‌کارت
شاخص با اهمیت	sig=۰/۰۰۱ $\chi^2=۵۴/۸۰۰$	%۳۰/۸	%۴۶/۹	%۲۰/۰	%۲/۳	%۰/۰	مکان‌های دیدنی تهران
شاخص	sig=۰/۰۰۱	%۲۲/۳	%۴۳/۱	%۳۰/۸	%۱/۵	%۲/۳	رستوران‌های

با اهمیت	$\chi^2=85/000$						تهران
شاخص	sig=0/001	%38/5	%37/7	%20/8	%1/5	%1/5	نقشه‌ای درباره مراکز درمانی تهران
با اهمیت	$\chi^2=86/846$						
شاخص	sig=0/001	%30/8	%43/1	%23/1	%0/8	%2/3	مراکز خرید تهران
با اهمیت	$\chi^2=87/154$						
شاخص	sig=0/001	%30/8	%45/4	%18/5	%3/8	%1/5	مکان‌ها و امکانات ورزشی
با اهمیت	$\chi^2=88/692$						
شاخص	sig=0/001	%59/2	%27/7	%10/0	%1/5	%1/5	حمل و نقل عمومی شهری (اتوبوس، مترو و ...) در تهران
با اهمیت	$\chi^2=154/692$						
شاخص	sig=0/001	%36/2	%30/0	%24/6	%5/4	%3/8	تهیه مسکن در تهران (اجاره خانه)
با اهمیت	$\chi^2=55/692$						
شاخص	sig=0/001	%60/5	%24/0	%10/1	%3/9	%1/6	دانشگاه و امکانات آن
با اهمیت	$\chi^2=151/736$						
شاخص	sig=0/001	%51/5	%36/9	%9/2	%1/5	%0/9	دانشکده و اساتید آن
با اهمیت	$\chi^2=137/000$						
شاخص	sig=0/001	%43/1	%36/2	%18/5	%0/8	%1/5	نقشه‌ای از دانشگاه علوم پزشکی تهران و
با اهمیت	$\chi^2=97/923$						

بررسی نیازسنجی فرهنگی دانشجویان بین‌الملل دانشگاه علوم پزشکی تهران

شاخص	sig=۰/۰۰۱	%۴۶/۲	%۴۰/۸	%۸/۵	%۲/۳	%۲/۳	معاونت بین‌الملل
بلا	$\chi^2=۱۲۱/۸۴۶$						شرایط بیمه و تغذیه
اهمیت							
شاخص	sig=۰/۰۰۱	%۴۲/۳	%۴۰/۰	%۱۳/۸	%۲/۳	%۱/۵	مقررات و شیوه زندگی در خوابگاه
بلا	$\chi^2=۱۰۳/۳۰۸$						
اهمیت							

همچنین نتایج آن را می‌توان در قالب نمودار شماره ۱ به تصویر کشید.



جدول (۴) اولویت‌های فرهنگی دانشجویان بین‌الملل پس از ورود به ایران را نشان می‌دهد. همان‌گونه که ملاحظه می‌شود «زبان فارسی» دارای بالاترین درصد فراوانی گزینه «کاملاً موافقم» بوده است. رتبه‌های دوم و سوم نیز به ترتیب مربوط به «مفاهیم و تفسیر قرآن» و «جنگل‌ها و منابع طبیعی و گردشگری ایران» بوده است. همچنین آزمون-های کای-دو برای تمام ۳۵ شاخص ذکر شده در مورد نیازهای فرهنگی پس از ورود به ایران معنی‌دار بوده است ($sig < 0/05$). بدین معنی که از نظر پرسش‌شوندگان تمام شاخص‌های ذکر شده، نیازهای فرهنگی پس از ورود به‌طور معنی‌داری مورد نیاز زبان آموزان بوده‌اند.

جدول ۴: درصد فراوانی پاسخ‌دهی کیفی و آزمون کای-دو شاخص‌های نیازهای فرهنگی

شاخص	پس از ورود به ایران					کاملاً مخالفم	مخالفم	نظری ندارم	موافقم	کاملاً موافقم	نتیجه آزمون کای دو	نتیجه تحلیل
	کاملاً مخالفم	مخالفم	نظری ندارم	موافقم	کاملاً موافقم							
تاریخ ایران	٪۱/۵	٪۲/۳	٪۱۷/۷	٪۳۸/۵	٪۴۰/۰	sig=۰/۰۰۱ X ² =۶۰/۶۱۵	شاخص با اهمیت					
تاریخ اسلام	٪۳/۱	٪۷/۷	٪۲۳/۱	٪۴۱/۵	٪۲۴/۶	sig=۰/۰۰۱ X ² =۹۱/۰۰۰	شاخص با اهمیت					
مناطق تاریخی ایران	٪۳/۱	٪۳/۱	٪۲۴/۶	٪۳۲/۳	٪۳۶/۹	sig=۰/۰۰۱ X ² =۶۷/۰۷۷	شاخص با اهمیت					
محورهای مقاومت	٪۳/۸	٪۶/۲	٪۳۳/۸	٪۲۸/۵	٪۲۷/۷	sig=۰/۰۰۱ X ² =۵۰/۳۸۵	شاخص با اهمیت					
سبک زندگی شهدا	٪۳/۱	٪۲/۳	٪۳۳/۸	٪۲۹/۲	٪۳۱/۵	sig=۰/۰۰۱ X ² =۶۵/۶۱۵	شاخص با اهمیت					
شهدای ادیان مختلف ایرانی	٪۳/۱	٪۳/۱	٪۳۴/۶	٪۲۶/۹	٪۳۲/۳	sig=۰/۰۰۱ X ² =۶۴/۰۷۷	شاخص با اهمیت					
سبک زندگی پیامبران	٪۰/۸	٪۰/۸	٪۱۴/۰	٪۳۸/۸	٪۴۵/۷	sig=۰/۰۰۱ X ² =۱۱۵/۴۵۷	شاخص با اهمیت					
سبک زندگی امامان معصوم	٪۲/۳	٪۰/۸	٪۲۲/۳	٪۳۶/۹	٪۳۷/۷	sig=۰/۰۰۱ X ² =۸۳/۶۹۲	شاخص با اهمیت					
سبک زندگی مراجع و علما	٪۳/۱	٪۱/۵	٪۲۸/۵	٪۳۳/۱	٪۳۳/۸	sig=۰/۰۰۱ X ² =۶۹/۰۰۰	شاخص با اهمیت					
سبک درباره زندگی سیاستمداران ایران	٪۵/۴	٪۷/۷	٪۳۰/۸	٪۳۳/۱	٪۲۳/۱	sig=۰/۰۰۱ X ² =۴۳/۰۰۰	شاخص با اهمیت					
سبک زندگی رهبر ایران	٪۱/۵	٪۳/۸	٪۲۳/۸	٪۳۳/۱	٪۳۷/۷	sig=۰/۰۰۱ X ² =۷۱/۵۳۸	شاخص با اهمیت					
دانشمندان و مفاخر علمی ایرانیان	٪۱/۵	٪۴/۶	٪۱۸/۵	٪۳۱/۵	٪۴۳/۸	sig=۰/۰۰۱ X ² =۸۳/۳۰۸	شاخص با اهمیت					

بررسی نیازسنجی فرهنگی دانشجویان بین‌الملل دانشگاه علوم پزشکی تهران

شاخص با اهمیت	sig=۰/۰۰۱ X ² =۶۵/۴۶۲	%۳۶/۹	%۳۲/۳	%۲۳/۸	%۵/۴	%۱/۵	شاعران بزرگ ایرانی
شاخص با اهمیت	sig=۰/۰۰۱ X ² =۱۱۰/۱۸۵	%۵۷/۷	%۳۵/۴	%۶/۲	%۰/۰	%۰/۸	زبان فارسی
شاخص با اهمیت	sig=۰/۰۰۱ X ² =۸۲/۶۶۷	%۳۹/۵	%۳۶/۴	%۱۹/۴	%۳/۹	%۰/۸	ضرب‌المثل‌ها
شاخص با اهمیت	sig=۰/۰۰۱ X ² =۵۵/۱۵۴	%۳۶/۹	%۲۷/۷	%۲۵/۴	%۸/۵	%۱/۵	کتاب‌های مشهور ادبیات ایران
شاخص با اهمیت	sig=۰/۰۰۱ X ² =۸۴/۶۱۵	%۴۴/۶	%۳۲/۳	%۱۵/۴	%۴/۶	%۳/۱	جشن‌های ملی ایرانیان
شاخص با اهمیت	sig=۰/۰۰۱ X ² =۶۹/۸۴۶	%۳۷/۷	%۳۱/۵	%۲۵/۴	%۲/۳	%۳/۱	جشن پیروزی انقلاب
شاخص با اهمیت	sig=۰/۰۰۱ X ² =۱۳۲/۰۴۷	%۵۴/۳	%۳۱/۰	%۱۱/۶	%۰/۸	%۲/۳	جشن‌های مذهبی
شاخص با اهمیت	sig=۰/۰۰۱ X ² =۷۸/۰۹۲	%۵۱/۵	%۲۸/۵	%۱۸/۵	%۰/۰	%۱/۵	مراسم‌ها و سوگواری‌های مذهبی
شاخص با اهمیت	sig=۰/۰۰۱ X ² =۱۲۴/۶۱۵	%۵۰/۰	%۳۶/۲	%۱۰/۰	%۰/۸	%۳/۱	اعتقادات دین اسلام
شاخص با اهمیت	sig=۰/۰۰۱ X ² =۱۰۵/۹۲۳	%۴۲/۳	%۴۰/۰	%۱۵/۴	%۰/۸	%۱/۵	ارزش‌های اخلاقی - اجتماعی
شاخص با اهمیت	sig=۰/۰۰۱ X ² =۱۳۳/۶۹۲	%۵۶/۲	%۲۶/۹	%۱۳/۱	%۱/۵	%۲/۳	مفاهیم و تفسیر قرآن
شاخص با اهمیت	sig=۰/۰۰۱ X ² =۷۵/۵۳۸	%۳۹/۲	%۳۲/۳	%۲۳/۸	%۲/۳	%۲/۳	خط و خوشنویسی
شاخص با اهمیت	sig=۰/۰۰۱ X ² =۷۷/۶۹۲	%۳۸/۵	%۳۰/۰	%۲۸/۵	%۰/۸	%۲/۳	فیلم، سینما و تئاتر
شاخص با اهمیت	sig=۰/۰۰۱ X ² =۶۶/۱۵۴	%۳۶/۹	%۲۶/۹	%۳۰/۰	%۵/۴	%۰/۸	موسیقی ایرانی (سنتی و پاپ) و کنسرت

شاخص با اهمیت	sig=۰/۰۰۱ X ² =۴۴/۶۴۶	%۳۰/۰	%۴۵/۴	%۱۹/۲	%۵/۴	%۰/۰	صنایع دستی ایران
شاخص با اهمیت	sig=۰/۰۰۱ X ² =۷۶/۳۰۸	%۳۱/۵	%۴۰/۰	%۲۳/۸	%۲/۳	%۲/۳	نقاشی
شاخص با اهمیت	sig=۰/۰۰۱ X ² =۸۳/۶۹۲	%۲۵/۴	%۴۵/۴	%۲۳/۸	%۳/۱	%۲/۳	ورزش های بومی - محلی
شاخص با اهمیت	sig=۰/۰۰۱ X ² =۶۳/۶۰۰	%۴۳/۸	%۳۹/۲	%۱۶/۲	%۰/۸	%۰/۰	ورزش همگانی
شاخص با اهمیت	sig=۰/۰۰۱ X ² =۷۵/۱۰۸	%۵۱/۵	%۳۳/۸	%۱۱/۵	%۳/۱	%۰/۰	مراکز علمی
شاخص با اهمیت	sig=۰/۰۰۱ X ² =۱۴۰/۸۴۶	%۵۵/۴	%۳۰/۸	%۱۲/۳	%۰/۸	%۰/۸	جنگل ها و منابع طبیعی و گردشگری ایران
شاخص با اهمیت	sig=۰/۰۰۱ X ² =۷۴/۱۸۵	%۵۱/۵	%۳۳/۱	%۱۳/۱	%۲/۳	%۰/۰	موزه های ایران
شاخص با اهمیت	sig=۰/۰۰۱ X ² =۶۲/۱۸۵	%۴۸/۵	%۳۰/۸	%۲۰/۰	%۰/۸	%۰/۰	امکان مذهبی و زیارتی
شاخص با اهمیت	sig=۰/۰۰۱ X ² =۱۰۹/۹۲۳	%۴۷/۷	%۳۴/۶	%۱۴/۶	%۱/۵	%۱/۵	مکان های مذهبی غیرمسلمانان

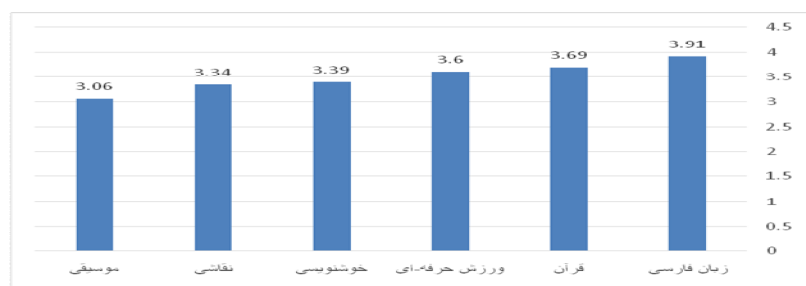
جدول (۵) علاقه مندی به شرکت در دوره های آموزشی دانشجویان بین الملل را نشان می دهد. با توجه به این جدول «زبان فارسی» دارای بالاترین درصد فراوانی گزینه «کاملاً موافقم» بوده است. رتبه های دوم و سوم نیز به ترتیب مربوط به «قرآن» و «ورزش حرفه ای» بوده است. همچنین آزمون های کای- دو برای تمام ۶ شاخص ذکر شده در مورد علاقه مندی به شرکت در دوره های آموزشی معنی دار بوده است ($sig < ۰/۰۵$). بدین معنی که از نظر پرسش شوندگان تمام دوره های ذکر شده به طور معنی داری مورد علاقه زبان آموزان است.

بررسی نیازسنجی فرهنگی دانشجویان بین الملل دانشگاه علوم پزشکی تهران

جدول ۵: علاقه‌مندی به شرکت در دوره‌های آموزشی

شاخص	کاملاً مخالفم	مخالفت می‌کنم	فردی ندارم	رقابتی	کاملاً موافقم	نتیجه آزمون کای	نتیجه تحلیل
زبان فارسی	٪۰/۸	٪۰/۸	٪۱۳/۸	٪۲۹/۲	٪۵۵/۴	sig=۰/۰۰۱	دوره دو
						$X^2=۱۳۷/۴۶۲$	موردعلاقه
قرآن	٪۱/۵	٪۰/۰	٪۲۰/۸	٪۳۱/۵	٪۴۶/۲	sig=۰/۰۰۱	دوره دو
						$X^2=۵۵/۰۴۶$	موردعلاقه
ورزش حرفه‌ای	٪۲/۳	٪۳/۱	٪۲۵/۶	٪۲۵/۶	٪۴۳/۴	sig=۰/۰۰۱	دوره دو
						$X^2=۷۷/۹۳۸$	موردعلاقه
خوشنویسی	٪۳/۱	٪۷/۷	٪۲۹/۲	٪۲۱/۵	٪۳۸/۵	sig=۰/۰۰۱	دوره دو
						$X^2=۵۶/۳۰۸$	موردعلاقه
موسیقی	٪۴/۶	٪۱/۵	٪۲۱/۵	٪۳۴/۶	٪۳۷/۷	sig=۰/۰۰۱	دوره دو
						$X^2=۷۱/۹۲۳$	موردعلاقه
نقاشی	٪۱/۵	٪۰/۸	٪۲۵/۶	٪۳۶/۶	٪۳۵/۵	sig=۰/۰۰۱	دوره دو
						$X^2=۷۰/۸۰۵$	موردعلاقه

همچنین نتایج آن را می‌توان در قالب نمودار شماره ۲ و ۳ به تصویر کشید.



۵. بحث و نتیجه‌گیری

نیازسنجی گام اول در هر فعالیتی می‌باشد و با اینکه در زمینه نیازسنجی آموزشی و فرهنگی ویژه دانشجویان ایرانی پژوهش‌های بسیاری انجام شده است، اما چنین پژوهشی

در زمینه اولویت‌بندی نیازهای فرهنگی دانشجویان بین‌الملل انجام‌نشده است. بنابراین، پژوهش حاضر که شناسایی نیازهای فرهنگی دانشجویان بین‌الملل است، در پی پاسخ-گویی به پرسش زیر بوده است کدام ابزارها را دانشجویان بین‌الملل برای آشنایی بیشتر با فرهنگ ایرانی ترجیح می‌دهند؟

از نحوه‌ی پاسخگویی افراد به پرسش‌های این بخش پرسشنامه، ملاحظه می‌شود که «اردوهای فرهنگی» دارای بالاترین فراوانی انتخاب به‌عنوان ابزاری بهتر برای آشنایی با فرهنگ ایرانی بوده است. رتبه‌های دوم و سوم نیز به ترتیب مربوط به «شرکت در مسابقات و جشنواره‌های فرهنگی و ورزشی» و «بازدید از موزه» بوده است. بدین معنی که از نظر پرسش‌شوندگان این سه ابزار در به‌طور معنی‌داری بر آشنایی بهتر با فرهنگ ایرانی مؤثر هستند و با توجه به آزمون‌های کای دو شاخص‌های مدنظر از اهمیت معنی‌داری برخوردار می‌باشند.

اولویت‌های فرهنگی دانشجویان غیر ایرانی در بدو ورود به ایران چیست؟

از نحوه پاسخگویی افراد به پرسش‌های این بخش پرسشنامه، ملاحظه می‌شود که «دانشگاه و امکانات آن» دارای بالاترین درصد فراوانی گزینه «کاملاً موافقم» بوده است. رتبه‌های دوم و سوم نیز به ترتیب مربوط به «حمل و نقل عمومی شهری (اتوبوس، مترو و...) در تهران» و «پول ایران و صرافی‌ها» بوده است. بدین معنی که از نظر پرسش-شوندگان تمام شاخص‌های ذکرشده در بدو ورود به ایران به‌طور معنی‌داری موردنیاز زبان آموزان بوده‌اند و با توجه به آزمون‌های کای دو شاخص‌های مدنظر از اهمیت معنی‌داری برخوردار می‌باشند.

اولویت‌های فرهنگی دانشجویان غیر ایرانی در هنگام تحصیل و زندگی چیست؟

از نحوه پاسخگویی افراد به پرسش‌های این بخش پرسشنامه، ملاحظه می‌شود که «زبان فارسی» دارای بالاترین درصد فراوانی گزینه «کاملاً موافقم» بوده است. رتبه‌های دوم و سوم نیز به ترتیب مربوط به «مفاهیم و تفسیر قرآن» و «جنگل‌ها و منابع طبیعی و گردشگری ایران» بوده است و با توجه به آزمون‌های کای دو شاخص‌های مدنظر از اهمیت معنی‌داری برخوردار می‌باشند. نتایج این یافته‌ها با یافته‌های پژوهش باقری و حاجی‌زاده (۱۳۹۵) همسویی دارد و به این نتیجه رسیده‌اند که نماز و ادعیه، مناسبت‌های مذهبی و ملی، اردوها و سفرهای فرهنگی از جمله مهم‌ترین نیازهای فرهنگی دانشجویان

بررسی نیازسنجی فرهنگی دانشجویان بین‌الملل دانشگاه علوم پزشکی تهران

بودند و در پژوهش دیگری با پژوهش نیازی و گنجی (۱۳۹۲) که اظهار کردند نیازهای دینی دارای کمترین میانگین بوده است، مغایرت دارد. همچنین با نتایج یافته‌های قجاوند و همکارانش (۱۳۹۸) که بیان داشتند نیازهای ادبیات و برنامه‌های دینی و قرآنی کمترین اهمیت را داشتند، همسویی ندارد.

اولویت دوره‌های فرهنگی دانشجویان غیر ایرانی چیست؟

از نحوه‌ی پاسخگویی افراد به پرسش‌های این بخش پرسشنامه، ملاحظه می‌شود که «زبان فارسی» دارای بالاترین درصد فراوانی گزینه «کاملاً موافقم» بوده است. رتبه‌های دوم و سوم نیز به ترتیب مربوط به «قرآن» و «ورزش حرفه‌ای» بوده است. بدین معنی که از نظر پرسش‌شوندگان تمام دوره‌های ذکر شده به‌طور معنی‌داری موردعلاقه زبان آموزان است و با توجه به آزمون‌های کای دو شاخص‌های مدنظر از اهمیت معنی‌داری برخوردار می‌باشند. نتایج این پژوهش با یافته‌های کفعمی (۱۳۹۵) که نشان داده است فعالیت و مسابقات ورزشی از جمله نیازهای اساسی فرهنگی دانشجویان پسر ساکن خوابگاه‌ها است، همسویی دارد.

پیشنهادها و نتایج کاربردی

دانشجویان بین‌الملل در هر کشوری به‌عنوان سرمایه‌های فرهنگی تلقی می‌شوند. با توجه به شرایط خاص تحصیلی و موقعیتی، آن‌ها دارای نیازهای منحصر به فرد فرهنگی و اجتماعی خاصی بوده که گاهی از دیدگاه مسئولین دانشگاه مغفول مانده است. از این سو، تدوین برنامه عملیاتی و راهبردهای فرهنگی و اجتماعی برای دانشجویان بین‌الملل در حال تحصیل در مراکز دانشگاهی کشور یک امر اجتناب‌ناپذیر و ضروری است. مسئولین فرهنگی بین‌الملل دانشگاه‌ها می‌توانند از نتایج این پژوهش و اولویت‌های احصاء شده، به‌منظور تهیه و تدوین راهبردهای عملیاتی گسترش فرهنگ غنی ایرانی-اسلامی استفاده کنند و نسبت به نیازهایی که دارای اولویت بالایی هستند، در هدف‌گذاری برنامه توجه بیشتری کنند و نسبت به رفع آن مشکلات اقدامات لازم را انجام بدهند.

منابع

- احمدی، سید علی و افشانی، علیرضا (۱۳۸۸)، نیازهای فرهنگی دانشجویان، پژوهشنامه بررسی مسائل فرهنگی (۱)، ۴۶، ۶۴-۳۳
- بابایی، محمود (۱۳۷۸)، نیازسنجی اطلاعات، مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران، تهران.
- باقری، حسین و حاجی‌زاده، محمدرضا (۱۳۹۵)، بررسی نیازسنجی فرهنگی از دیدگاه دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی شرق مازندران، سومین کنفرانس بین‌المللی روانشناسی، علوم تربیتی و سبک زندگی، تربت‌حیدریه، دانشگاه تربت‌حیدریه، ۴۶۳-۴۵۲
- بکری زاده (۱۳۸۸)، بررسی و ارزیابی نیازهای فرهنگی دانشجویان مراکز آموزش عالی ایلام، مطالعه موردی دانشگاه‌های ایلام، فرهنگ ایلام، ۲۵ و ۲۴، ۱۵۹-۱۳۸
- رجالی، مهری، مستأجران، مهناز، معمار زاده، زهرا و عزیزی، ناهید (۱۳۸۹)، فعالیت‌های فرهنگی تحصیلی دانشجویان دانشکده بهداشت دانشگاه علوم پزشکی اصفهان، مجله تحقیقات نظام سلامت، ۶ (۱)، ۵۶-۵۰
- ریشه، گلی (۱۳۷۶)، جامعه‌شناسی تالکوت پارسونز، ترجمه‌ی عبدالحسین نیک گهر، تهران، انتشارات تیان.
- رون، مهسا (۱۳۹۵)، بررسی و شناسایی نیازهای فرهنگی و آموزشی دانشجویان دانشگاه ارومیه در سال تحصیلی ۹۵-۹۴، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی گروه علوم تربیتی دانشگاه ارومیه.
- زارعی محمودآبادی، یاسر و دقانی فیروزآبادی، صفیه (۱۳۹۶)، شناسایی و اولویت‌بندی نیازهای آموزشی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی میبد بر اساس مدل تاپسیس فازی، یازدهمین کنگره ملی پیشگامان پیشرفت.
- شولتز، دوان (۱۳۷۸)، نظریه شخصیت، یوسف کریمی، تهران، ارسباران، چاپ اول.
- فتحی واجارگاه، (۱۳۸۱)، نیازسنجی پژوهشی، مسئله‌یابی پژوهشی و اولویت‌بندی طرح‌های تحقیقاتی، تهران، نشر آئیز.
- قربانی، مریم و قمری، الهه (۱۳۸۱)، نیازسنجی جوانان شهر کرج، بارانمایی محمدصادق فرید، اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی کرج.
- عباس‌پور، عباس (۱۳۹۳)، در جستجوی شناسایی نیازهای فرهنگی نسل جوان و ارائه

بررسی نیازسنجی فرهنگی دانشجویان بین‌الملل دانشگاه علوم پزشکی تهران

الگوی انطباقی، فصلنامه روان‌شناسی تربیتی، ۱۰ (۳۳)، ۱۹۷-۱۶۹.

- عباس زادگان، سید محمد و ترک‌زاده، جعفر (۱۳۷۹)، نیازسنجی آموزشی در سازمانها، تهران، شرکت سهامی انتشار.

- عرب هاشمی، ملیحه؛ صباغ حسن‌زاده، طلعت؛ سیدی، محبوبه و صباغ حسن‌زاده، آسیه (۱۳۹۲)، نیازسنجی فرهنگی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی شمال خراسان، چهارمین همایش ملی نقش و جایگاه مؤسسات فرهنگی و هنری در توسعه فرهنگی کشور، اصفهان، انجمن مؤسسات فرهنگی و هنری استان اصفهان.

- عصاره، علیرضا؛ حسینی بیدخت، محسن و محمدی، ندا (۱۳۹۰، الف)، نیازسنجی فرهنگی - اجتماعی دانشجویان دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی، فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی ایران، ۱۴(۱)، ۱۱۳-۱۳۰.

- عصاره، علیرضا؛ سراج خرامی، ناصر؛ برومندنسب، مسعود و حزین، نسیم (۱۳۹۰ب)، شناسایی نیازهای فرهنگی آموزشی و پژوهشی دانشجویان کارشناسی دانشگاه آزاد اسلامی، مجله یافته‌های نو در روان‌شناسی، ۷(۲۱)، ۶۴-۴۷.

- کافمن، راجر و هرمن، جری (۱۳۷۴)، برنامه‌ریزی استراتژیک در نظام آموزشی، ترجمه‌ی فریده مشایخ، تهران، انتشارات مدرسه.

- کفعمی، روح‌الله (۱۳۹۵)، نیازسنجی فرهنگی دانشجویان پسر ساکن خوابگاه دانشگاه اصفهان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد امور فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان.

- میرزا بیگی، محمد (۱۳۷۹)، نیازسنجی آموزشی برنامه‌های آموزش خانواده برای اولیاء دانش‌آموزان ناحیه یک تبریز، آموزش و ارزشیابی سال هفتم تابستان ۱۳۹۳، شماره ۲۶.

- نیازی، محسن و گنجی، محمد (۱۳۹۲)، نیازسنجی فرهنگی و اولویت‌بندی الگویی در میان شهروندان کاشانی، نشریه مطالعات توسعه اجتماعی - فرهنگی، ۲(۱)، ۳۷-۷۰.

- هاشمی، شهناز، سلطانی فر، محمد، ابراهیمی، شهرروز و جلیل‌زاده، هاتف (۱۳۹۳)، بررسی تطبیقی نیازهای فرهنگی دانشجویان برگزیده دانشگاه جامع علمی - کاربردی با

دانشجویان برگزیده دانشگاه‌های سراسری، فصلنامه علمی مطالعات میان‌فرهنگی،

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.

Bartram, B. (2007), The sociocultural needs of international students in

- higher education: A comparison of staff and student views. *Journal of Studies in International Education*, 11(2), 205-214.
- Brown, L. (2008), The incidence of study-related stress in international students in the initial stage of the international sojourn. *Journal of Studies in International Education*, 12, 5-28.
- Chakir, I (2006), "Developing Cultural Awareness in Foreign Language Teaching" Retrieved from <http://tojde.anadolu.edu.tr/tojde23/pdf/article-12.pdf> on 2009/06/06
- Chang, S. N., Yeung, Y. Y., & Cheng, M. H. (2007), Ninth graders' learning interests, life experiences and attitudes towards science & technology. *Journal of science Education and technology*, 11(5), 442-452.
- Edwards, V., & Ran, A. (2006), Meeting the needs of Chinese students in British Higher Education. Reading: University of Reading
- Frost. A. (2002), Cultural needs and assessment study, Kiama Municipality New South Wales.
- Ferencova, M., & Lizakova, L. (2014). Management of healthcare facilities and meeting cultural needs of clients. *Kontakt*, 16(2): 102-107.
- Frost.A.(2002), Cultural needs and assessment study, Kiama Municipality New South Wales.
- Gambrel, P.A., & Cianci, R. (2003), Maslow's hierarchy of needs: does it apply in a collectivist culture? *Journal of Applied Management and Entrepreneurship*, 8, 143-161.
- Groeneveld, I. F., Arwert, H. J., Goossens, P. H., & Vlieland, T. P. M. V. (2018). The longer-term unmet needs after stroke questionnaire: Crosscultural adaptation, reliability, and concurrent validity in a Dutch population. *Journal of Stroke and Cerebrovascular Diseases*, 27(1), 267-275.
- Lee, K. W. (2004), A comparative analysis of foreign student needs in Taiwan. *玄奘人文學報*, (2), 19-44.
- Newsome, L. K., & Cooper, P. (2016), International Students' Cultural and Social Experiences in a British University: "Such a hard life [it] is here". *Journal of International Students*, 6(1), 195-215.
- Pelletier, C. (2003), The experiences of international students in UK higher education— A review of unpublished research. Retrieved June 1, 2005, from [http:// www.ukcosa.org.uk/images/ioereport.doc](http://www.ukcosa.org.uk/images/ioereport.doc)
- Tarry, E. (2011), Is West really best? Social and cultural tensions international students experience having studied at British universities. *Journal of Further and Higher Education*, 35, 69-87.
- Sherry, M., Thomas, P., & Chui, W. H. (2010), International students: avulnerable student population. ---*Higher Education*, 60, 33-46

- Silverman, D. (2006). *Interpreting Qualitative Data* (3rd ed.). London: Sage Publications.
- Sheldon, K. M., & Bettencourt, B. A. (2002), Psychological need-satisfaction and subjective well-being within social groups. *British Journal of Social Psychology*, 41(1), 25-38.
- 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.
- Soriano, F. I. (2012). *Conducting needs assessments: A multidisciplinary approach* (Vol. 61). Sage.
- Sovic, S. (2008). Coping with stress: the perspective of international students. *Art, Design & Communication in Higher Education*, 6, 145-158.
- Weidman, J. C., Twale, D. J., & Stein, E. L. (2001), Socialization of Graduate and Professional Students in Higher Education: A Perilous Passage? ASHE-ERIC Higher Education Report, Volume 21, Number 3. Jossey-Bass Higher and Adult Education Series. Jossey-Bass, Publishers, Inc., 350 Sansome Street, San Francisco, CA 74104-1342.
- Zwierzchowska, I., Hof, A., Ioja, I., Mueller, C., Ponizy, L., & et al. (2018), Multiscale assessment of cultural ecosystem services of parks in Central European cities. *Urban Forestry & Urban Greening*, 30, 84-97.