

Analysis of factor structure of value orientation scale of faculty members in Shiraz University

Received: 2022/04/07
Accepted: 2022/04/20
Article type: Reaserch Article
p.p = 11- 38
DOI:

Jafar Torkzadeh

Responsible author: Associate Professor. Department of Management and Educational Planning. Faculty of Education and Psychology. Shiraz university. Shiraz. Iran djt2891@gmail.com

Leila Savab

Master of Educational Management. Faculty of Education and Psychology. Shiraz university. Shiraz. Iran savableila@yahoo.com

Abstract

Background and Aim: Values are one of the most fundamental factors directing human behavior in any society and play an important role in economic, social and political growth and development. Therefore, the present study was conducted with the aim of analyzing the factor structure of the faculty members' value orientation scale.

Method: In this descriptive correlational study, the statistical population of the study included all faculty members of Shiraz University (610 people) using the relative stratified sampling method and based on Cochran's formula, 219 faculty members as a sample. were chosen. To analyze the data, item analysis, Cronbach's alpha and confirmatory factor analysis and SPSS 23 and Amos 23 software were used.

findings: The result of item analysis showed that each of the dimensions of the questionnaire has high validity and reliability. The results of confirmatory factor analysis also indicated that each of the dimensions has a high validity to explain the scale of value orientation. Cronbach's alpha also indicated high scale reliability.

Results: The findings of this study indicate the construct validity of the scale determined in the university and is a suitable tool for determining the type of value orientation of faculty members. Therefore, planners and administrators can use it to determine the type of value orientation of faculty members.

Keywords: factor structure, scale, value orientation, faculty members, university

Citation (APA):

Torkzadeh, J. Savab, L. (2021) Analysis of factor structure of value orientation scale of faculty members in Shiraz University *Quarterly Management on Police Training*, 15(57), 11-38

تحلیل ساختار عاملی مقیاس جهت‌گیری ارزشی اعضای هیئت علمی در دانشگاه شیراز

چکیده

زمینه و هدف: ارزش‌ها از بنیادی‌ترین عوامل جهت‌دهنده رفتارهای انسانی در هر جامعه‌ای به شمار می‌آیند و نقش مهمی را در رشد و توسعه اقتصادی، اجتماعی و سیاسی ایفا می‌کنند. از این رو پژوهش حاضر با هدف تحلیل ساختار عاملی مقیاس جهت‌گیری ارزشی اعضای هیئت علمی انجام گرفته است.

روش: در این پژوهش توصیفی از نوع همبستگی، جامعه آماری پژوهش، شامل کلیه اعضای هیئت علمی دانشگاه شیراز بودند (۶۱۰ نفر) که با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای نسبی و براساس فرمول کوکران ۲۱۹ نفر از اعضای هیئت علمی به عنوان نمونه انتخاب شدند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از تحلیل گویه، آلفای کرونباخ و تحلیل عاملی تاییدی و نرم افزار SPSS 23 و Amos 23 استفاده شد.

یافته‌ها: نتیجه تحلیل گویه نشان داد که هر یک از ابعاد پرسش‌نامه از روایی و پایایی بالایی برخوردار می‌باشند. نتیجه تحلیل عاملی تأییدی نیز حاکی از آن بود که هر کدام از ابعاد، از روایی بالایی برای تبیین مقیاس جهت‌گیری ارزشی برخوردار می‌باشند. آلفای کرونباخ نیز بیانگر بالا بودن پایایی مقیاس بود.

نتایج: یافته‌های این مطالعه حاکی از روایی سازه‌ی مقیاس تعیین شده در دانشگاه بوده و برای تعیین نوع جهت‌گیری ارزشی اعضای هیئت علمی ابزار مناسبی است. از این رو، برنامه‌ریزان و مسئولان می‌توانند برای تعیین نوع جهت‌گیری ارزشی اعضای هیئت علمی از آن استفاده نمایند.

کلیدواژه‌ها: ساختار عاملی، مقیاس، جهت‌گیری ارزشی، اعضای هیئت علمی، دانشگاه.

دریافت: ۱۴۰۱/۱/۱۲

پذیرش: ۱۴۰۱/۱/۲۵

نوع مقاله: پژوهشی

صص: ۳۸-۱۱

شناسه دیجیتال:

جعفر ترک‌زاده

دانشیار گروه مدیریت و برنامه‌ریزی آموزشی، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران (نویسنده مسئول)

ایران (نویسنده مسئول)
djt2891@gmail.com

لیلا ثواب

کارشناس ارشد مدیریت آموزشی، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران.
savableila@yahoo.com

استناد (APA): ترک‌زاده، جعفر؛ ثواب، لیلا. (۱۴۰۱). تحلیل ساختار عاملی مقیاس جهت‌گیری ارزشی اعضای هیئت علمی در دانشگاه شیراز مطالعات مدیریت بر آموزش انتظامی، ۱۵ (۵۷)، ۳۸-۱۱

آموزش عالی به عنوان یک سیستم پیچیده و گسترده، استراتژی بزرگی است در برابر مسائل و معضلات به ظاهر ساده اما دشوار آن. در واقع فراهم ساختن زمینه‌هایی جهت مطالعه آموزش عالی و ابعاد مختلف آن ضرورتی انکارناپذیر است که همچنان شایسته توجه و تلاش بیشتری است (ایکس‌یونگ و همکاران^۱، ۲۰۱۳). در این راستا، توجه به نوع رفتار افراد در سازمان از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. در واقع، رفتار افراد در سازمان متأثر از متغیرهای مختلف فردی (توانایی‌ها و مهارت‌های ذهنی و روانی)، روان‌شناختی (ادراکات، ارزش‌ها، نگرش‌ها، شخصیت، یادگیری، انگیزه) و سازمانی (منابع، رهبری، ساختار، فرهنگ و طرح شغلی) می‌باشد (دولان و شولر^۲، ۱۳۸۱: ۱۷۱) که این متغیرها، خود می‌توانند منجر به شکل‌گیری رفتارهای متفاوتی در افراد گردد. یکی از عوامل اصلی و تاثیرگذار در این زمینه، توجه به نوع جهت‌گیری ارزشی افراد (پرهیزگار، ۲۰۰۲) می‌باشد.

ارزش‌ها پایه و اساس الگوی تفکر و شیوه عمل افراد است که نقش اساسی و مهمی در نحوه تصمیم‌گیری، انتخاب و ایجاد ادراکات و نگرش‌ها دارند. گاماگی، دهیدنیا و اکاناپاکی^۳ (۲۰۲۱) مطالعات مختلف در مورد ارزش‌های شخصی انجام داده‌اند که نتایج حاکی از آن بود که ارزش‌ها اغلب تصمیم‌گیری را در همه جوانب زندگی مانند شغل، دین، محافل اجتماعی و هویت شخصی هدایت می‌کنند (ساگیو، روکاس، چشیوچ^۴، ۲۰۱۷: ۶۳۳). ارزش^۵، به‌طور کل، نشان‌دهنده اهمیت و ارزش یک چیز می‌باشد (نباتچی^۶، ۲۰۱۸: ۶۳). پانیت و اوجیا^۷ (۲۰۱۷) معتقدند که ارزش‌ها ایده‌آل‌های انتزاعی هستند که به عنوان اصول هدایت‌کننده مهم اقدامات انسانی عمل می‌کنند. آنها بر این باورند که ارزش‌های مدیریتی آن دسته از ایده‌آل‌های انتزاعی هستند که به عنوان اصول هدایت‌گر در مدیریت یک مؤسسه یا یک گروه عمل می‌کنند. به‌طور کلی، ارزش‌ها که به‌عنوان یک محصول نیروهای جامعه‌شناختی، بیولوژیکی و روان‌شناختی

1 Xiong et al

2 Dolan & Shouller

3 Gamage, Dehideniya, Ekanayake

4 Sagiv, L.; Roccas, S.; Ciesciuch

5 values

6 Nabatchi

7 Pant and Ojha

ظهور می‌یابند، به مثابه باورهای عام درباره راه‌های مطلوب رفتار و اهداف عام که وراثی موضوعات و موقعیت‌ها مشخص است به‌عنوان اصول راهنما در زندگی افراد وارد می‌شود (فیشر و شوارتز^۱، ۲۰۱۰: ۱۱۲۸).

بدیهی است که هر فرد در زندگی خود دارای ارزش‌های خاصی است که شخصیت او را شکل می‌دهد. بر این اساس، برخی در پی کشف حقیقت هستند و به امور نظری اهمیت می‌دهند (ارزش‌های نظری)؛ دسته‌ای به امور اقتصاد و بهره‌وری توجه دارند (ارزش‌های اقتصادی)؛ برای عده‌ای زیبایی‌بالاترین ارزش بوده و به شکل و هماهنگی میان اجزا اهمیت می‌دهند (ارزش‌های زیباشناختی)؛ گروهی عشق به مردم و ایجاد روابط اجتماعی را برترین ارزش می‌دانند (ارزش‌های شناختی)؛ افرادی به مسائل سیاسی پرداخته و بیشترین اولویت را به آن می‌دهند (ارزش‌های سیاسی)؛ برای عده‌ای هم ارزش‌های دینی و مذهبی مهم است (ارزش‌های مذهبی)، که در یک شخص، ممکن است یک جهت‌گیری ارزشی بر سایر گرایش‌ها غلبه داشته باشد و او را به سمت خود بکشاند (قنبرعلی و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۱۷؛ مددی، ۱۳۸۰: ۴۵).

جهت‌گیری ارزشی، نگرش و کنش‌های افراد را مشخص می‌سازد (جهانگیری و میرفردی، ۱۳۸۷: ۱۰۳). افراد با انتخاب جهت‌گیری ارزشی معین، نسبت به ارزش‌های معینی متعهد می‌شوند که مبنای رفتار فرد واقع می‌شود. به عبارتی، انتخاب جهت‌گیری ارزشی معین، سمت و سوی افراد به یک‌سری ارزش‌های خاص را نشان می‌دهند (میرفردی، احمدی و رفیعی بلداجی، ۱۳۸۹: ۲۰۰). در این زمینه، اسپیگال^۲ نیز اشاره می‌کند که نوع جهت‌گیری ارزشی افراد بر ادراکات فرد از زمان، طبیعت، روابط نوع انسانی در طبیعت و چگونگی رابطه انسان‌ها با یکدیگر تاثیر می‌گذارد (گونل^۳، ۲۰۰۷).

بر این اساس، می‌توان گفت که رفتار فرد بر اساس نوع جهت‌گیری ارزشی یعنی داشتن یا پذیرفتن ارزش‌های معینی شکل می‌گیرد (میرفردی و دیگران، ۲۰۵: ۱۳۸۹). در مجموع و بر اساس شواهد پژوهشی می‌توان گفت شناخت نوع جهت‌گیری ارزشی افراد از آن جهت که ارزش‌ها، نقش عوامل انگیزشی را در زندگی افراد ایفا کرده

1 Fischer & Schwartz

2 Spiegel

3 Gunnell

و اهداف مطلوب، ملاک انتخاب، تصمیم‌گیری و جهت‌گیری‌های فرد را مشخص می‌کنند، امری اجتناب‌ناپذیر است که بایستی مورد توجه ویژه قرار گیرد.

نظر به آنچه گفته شد، اهتمام بیش از پیش در جهت شناخت نوع جهت‌گیری ارزشی افراد لازم و ضروری است که عدم توجه بدان مشکلات بسیاری را به همراه دارد. لذا شایسته است با رویکردی جامع به این موضوع به تهیه ابزاری جامع درباره شناخت نوع جهت‌گیری ارزشی افراد پرداخته شود. این در حالی است که علی‌رغم اهمیت و آگاهی از نوع جهت‌گیری ارزشی افراد، این حوزه مورد توجه جدی محققان قرار نگرفته است. براین اساس رواسازی یک مقیاس در زمینه شناخت نوع جهت‌گیری ارزشی افراد می‌تواند زمینه‌ساز تحقق اهداف فردی و سازمانی را فراهم نماید. بدین ترتیب هدف این مطالعه بررسی و تحلیل ساختار عاملی مقیاس جهت‌گیری ارزشی بوده است.

پیشینه و مبانی نظری پژوهش

پیشینه پژوهش

در رابطه با جهت‌گیری ارزشی تحقیقات چندی انجام شده است که از آن جمله می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

ترکزاده و ثواب (۱۳۹۹) در پژوهش خود به تبیین الگوی قضاوت دانشجویان بر اساس جهت‌گیری‌های ارزشی و فرهنگی آنان پرداختند. نتایج به‌دست آمده نشان داد که الگوی قضاوت دانشجویان با جهت‌گیری‌های ارزشی و فرهنگی تبیین می‌شود. همچنین نتایج نشان داد که توان تبیین‌کنندگی دو متغیر جهت‌گیری‌های ارزشی و فرهنگی به‌طور هم‌زمان در مقایسه با نتیجه پرسش‌های قبل، کاهش یافته است. این یافته‌ها نشان‌دهنده آن است که دو متغیر جهت‌گیری ارزشی و فرهنگی به‌صورت هم‌زمان، اثر یکدیگر را خنثی کرده‌اند.

عابدینی، زارع و حبیب‌پور (۱۳۹۹) در تحقیق خود با عنوان رابطه بین مصرف‌گرایی و جهت‌گیری‌های ارزشی با شهروندی زیست‌محیطی در بین شهروندان تبریز به این نتایج دست یافتند که بین میزان مصرف‌گرایی و شهروندی زیست‌محیطی همبستگی معنی‌دار و منفی وجود دارد و نیز بین میزان جهت‌گیری ارزشی با شهروندی زیست‌محیطی همبستگی معنی‌دار و منفی وجود دارد.

ترکزاده و ثواب (۱۳۹۸) در مطالعه جهت‌گیری‌های ارزشی و فرهنگی با الگوی

قضاوت اعضای هیئت علمی و دانشجویان دانشگاه شیراز به این نتایج دست یافتند که از دیدگاه اعضای هیئت علمی و دانشجویان جهت گیری فرهنگی غالب جهت گیری فرابخشی و جهت گیری ارزشی غالب جهت گیری معنوی می باشد. همچنین میانگین هر یک از انواع جهت گیری ارزشی و جهت گیری فرهنگی، از نظر نمونه پژوهش، بالاتر از میانگین نظری بوده است. بنابراین بر اساس مقدار t به دست آمده تفاوت بین این میانگین ها با میانگین نظری معنی دار می باشد.

ترکزاده، احمدی و مزگی نژاد (۱۳۹۸) به بررسی رابطه بین جهت گیری های ارزشی و فرهنگی با رضایت از کیفیت زندگی کاری پرستاران بیمارستان های وابسته به دانشگاه علوم پزشکی شیراز پرداختند. نتایج تحقیق نشان داد که رضایت از کیفیت زندگی کاری از دیدگاه پرستاران مورد مطالعه بیشتر از سطح متوسط ولی پایین تر از حد مطلوب می باشد. در خصوص جهت گیری ارزشی میانگین نمره بعد اجتماعی نسبت به ابعاد مادی و معنوی و در خصوص جهت گیری فرهنگی میانگین نمره بعد فرابخشی نسبت به بعد فردی به طور معناداری بیشتر می باشد؛ ولی بین سایر ابعاد تفاوت معناداری مشاهده نشد. انواع جهت گیری های ارزشی و فرهنگی به طور هم زمان، پیش بینی کننده معناداری برای رضایت از کیفیت زندگی کاری هستند؛ ولی توان پیش بینی کنندگی جهت گیری فرهنگی بیشتر است.

ترکزاده، شعبانی فرد، ثواب و فلاحی (۱۳۹۷) در تحقیق خود با عنوان مدل سازی معادله ساختاری جهت گیری ارزشی، الگوهای نیاز و الگوی انگیزش از دیدگاه معلمان آموزش و پرورش استان کهگیلویه و بویراحمد به این نتایج دست یافتند که بین ابعاد جهت گیری ارزشی و الگوی نیاز و الگوی انگیزش رابطه معناداری وجود دارد و جهت گیری ارزشی و الگوی نیاز پیش بینی کننده مثبت و معنادار الگوی انگیزش می باشد.

سیفی، صفاری و یونسی (۱۳۹۷) تحقیقی با عنوان نقش سبک های تفکر در جهت گیری ارزشی به آرشیوسازی رقمی منابع شخصی انجام دادند که نتایج نشان داد که سبک های تفکر، در پیش بینی جهت گیری های ارزشی احساسی-عاطفی و به اشتراک گذاری در آرشیوسازی رقمی نقشی معنی دار ندارد. نتایج همچنین نشان داد که سبک های تفکر قانون گذاری، اجرایی، و تک سالاری در پیش بینی جهت گیری ارزشی مدرکی، و سبک های تفکر قانون گذاری، مرتبه سالاری، و کلی در پیش بینی جهت گیری

ارزشی تاریخی در سطح نقشی معنی دار دارد. سبک‌های تفکر قانون‌گذاری، اجرایی، و درونی نیز در پیش‌بینی جهت‌گیری ارزشی میراث شخصی در سطح نقشی معنی‌دار دارد. رستگار خالد، مشکینی و صالحی (۱۳۹۶) به بررسی رابطه جهت‌گیری ارزشی با شهروندی زیست‌محیطی در بین شهروندان مناطق ۳، ۱۱ و ۱۹ تهران پرداختند. یافته‌های به‌دست آمده نشان داد که بین فردگرایی و جمع‌گرایی افقی و عمودی با شهروندی زیست‌محیطی رابطه وجود دارد و در این بین؛ تاثیر فردگرایی افقی از همه بیشتر است.

روح الهی و کریمی (۱۳۹۴) به بررسی روابط بین اخلاقیات بازاریابی دانشجویان با فرهنگ فردی و ارزش‌های حرفه‌ای پرداختند. یافته‌های تحقیق نشان داد که متغیرهای اجتناب از عدم اطمینان و ارزش حرفه‌ای نقش مهم‌تری نسبت به دیگر متغیرها در اخلاقیات بازاریابی دانشجویان ایفا می‌کنند. در نتیجه با شناختی که از عوامل تاثیرگذار بر اخلاقیات بازاریابی دانشجویان حاصل می‌شود، مدیران مؤسسات آموزش عالی می‌توانند با آموزش و پرورش دانشجویان در خصوص جنبه‌های اخلاقی مرتبط با تجارت و تولید، افرادی را که در آینده عهده‌دار تصدی بنگاه‌های اقتصادی و تولیدی خواهند شد، اخلاق بازاریابی خوب را گسترش دهند.

بیگدیلو و اژدر شمخانی (۱۳۹۳) در پژوهش خود به درونی‌کردن ارزش‌های اسلامی در میان فرزندان دانش‌آموز کارکنان ف.ا.ا.همدان (مطالعه موردی فرزندان دانش‌آموز کارکنان ف.ا.ا.همدان) پرداختند. نتایج آزمون کای اسکور (χ²) نشان داد که در سطح معنی‌داری ۰/۰۱: ۱- بین شیوه‌های تربیتی مدیران، معاونان و مربیان پرورشی با درونی‌کردن ارزش‌های اسلامی در فرزندان دانش‌آموز کارکنان ف.ا.ا.همدان رابطه وجود داشت؛ ۲- بین محتوای دروس آموزشی و درونی‌کردن ارزش‌های اسلامی در فرزندان دانش‌آموز کارکنان ف.ا.ا.همدان رابطه وجود داشت؛ ۳- بین فضای فیزیکی مدرسه و درونی‌کردن ارزش‌های اسلامی در فرزندان دانش‌آموز کارکنان ف.ا.ا.همدان رابطه وجود داشت؛ و ۴- بین اجرای برنامه‌های دینی مدارس و درونی‌کردن ارزش‌های اسلامی در فرزندان دانش‌آموز کارکنان ف.ا.ا.همدان رابطه وجود داشت.

گامگی، دهیدنیا و اکانایاکی (۲۰۲۱) در پژوهش خود نقش ارزش‌های شخصی در رویکردهای یادگیری در بین دانشجویان را مورد مطالعه و بررسی قرار دادند. بر این

اساس می‌توان اذعان نمود که ارزش‌های شخصی نقش مهمی در اتخاذ رویکردهای یادگیری توسط افراد در طول تحصیل دارند. به‌ویژه در آموزش عالی، این ارزش‌ها به‌طور قابل توجهی بر شخصیت افراد در جامعه یادگیری خود تأثیر می‌گذارد و در نهایت بر پیشرفت‌های تحصیلی آنها تأثیر می‌گذارد.

بارنی، دانیونی و بنین^۱ (۲۰۱۹) پژوهشی با عنوان خودکارآمدی معلمان: نقش ارزش‌ها و انگیزه‌های شخصی در حوزه آموزش انجام دادند. نتایج پژوهش نشان داد که ارزش‌های معلمان صرف نظر از نوع و سطح انگیزه برای تدریس، با احساس خودکارآمدی رابطه مثبت دارد. جالب‌تر اینکه، روابط بین تمایل به تغییر و خودکارآمدی از یک‌سو، و خود تعالی و خودکارآمدی از سوی دیگر، بسته به انگیزه معلمان متفاوت است. این روابط زمانی قوی‌تر می‌شد که معلمان فشار خارجی کمتری را احساس می‌کردند و احساس می‌کردند که نسبت به تدریس خود مختار هستند.

چن، ژانگ، اولز، شوایگارت، انیس (۲۰۱۷) تأثیر جهت‌گیری ارزشی مدرسان بر یادگیری فراگیراندر حوزه تربیت بدنی را مورد مطالعه و بررسی قرار دادند. این یافته این مشاهده را تایید می‌کند که یک برنامه درسی تربیت بدنی خوب طراحی شده ممکن است تأثیر جهت‌گیری‌های ارزشی متنوع مدرسان را بر اجرای برنامه درسی و یادگیری دانش‌آموزان به حداقل برساند.

سوارا^۲ (۲۰۱۵) ارزش‌های اخلاقی مدیران را از طریق سه رویکرد مورد بررسی قرار می‌دهد که عبارت‌اند از: ۱. فضیلت؛ ۲. درستکاری و ۳. دستاوردها. در زبان اخلاقیات، درستکاری به معنای وظیفه‌شناسی است و اخلاقیات دستاوردی، غایت‌شناسانه است.

پژوهش لیتز و ماتهیوز^۳ (۲۰۱۰) حاکی از آن بود که ارزش‌های فردی دانشجویان از قبیل امنیت، موفقیت و لذت‌طلبی، تا زمانی که تأثیرات ارزش‌های فردی سنت، هم‌نوایی، جهان‌گرایی، خوداتکایی و برانگیختگی ظاهر نشده‌اند، رویکرد کسب موفقیت را تحت تأثیر قرار می‌دهند (نوروزی، مرزوقی، ترک‌زاده و محمدی، ۱۳۹۱).

در تحقیقی که باچکو^۴ (۲۰۰۷) انجام داده است به بررسی رفتارهای مبتنی بر ارزش‌ها

1. Barni1, Danioni2 and Benevene1

2 Svara

3 Lietz & Matthews

4 Buchko

در سازمان‌ها پرداخته است که هفت ارزش (خلاقیت، فداکاری، ارتباط، کار تیمی، اعتماد، انگیزش) به‌عنوان ارزش محوری شناسایی شده است. اویسرمان، کان و کامل میر (۲۰۰۲) در بررسی اجمالی فراتحلیلی، ۸۳ پژوهش صورت گرفته در حوزه جمع‌گرایی و فردگرایی هفت حوزه اصلی در رابطه با فردگرایی (استقلال خواهی، هدف‌گرایی، رقابت جوی، تمایل به منحصر به فرد بودن، نیاز به حریم خصوصی، خودشناسی و ارتباط مستقیم) و ۸ حوزه اصلی در رابطه با جمع‌گرایی (احساس نزدیکی با دیگران، تعلق داشتن به گروه و خانواده، وظیفه‌شناسی، هماهنگی با جمع، مشورت با دیگران، متکی بودن به بافت جمعی، وجود سلسله مراتب و گروه‌گرایی) را شناسایی کردند.

با توجه به پژوهش‌های ذکر شده، پژوهش‌هایی که به تعیین روایی و پایایی این مقیاس در گروه اعضای هیئت علمی پرداخته باشند بسیار اندک هستند. از این‌رو با توجه به خلا تحقیقاتی موجود، اعتباریابی این مقیاس در گروه نمونه مورد نظر و با درک اهمیت و نقش تاثیرگذار جهت‌گیری ارزشی اعضای هیئت علمی در تحقق اهداف فردی و سازمانی، مطالعه حاضر با هدف تحلیل ساختار عاملی مقیاس جهت‌گیری ارزشی اعضای هیئت علمی در دانشگاه شیراز انجام گرفت.

مبانی نظری

بنا به اعتقاد گاماگی، دهیدنیا و اکانایاکی (۲۰۲۱) ارزش‌ها به‌عنوان اهداف و علایق انگیزشی مطلوب فرد یا اصول راهنمای زندگی در نظر گرفته شود. ارزش‌ها را می‌توان به‌عنوان یکی از ابعاد مهم و اساسی شخصیت و زندگی اجتماعی (شیچمن^۱، ۲۰۰۲)، جهت دهنده و تعیین کننده‌ی رفتار (آلپورت، ورنون و لیندسی^۲، ۱۹۷۰) و به‌عنوان نظام شخصیتی افراد دانست که بر الگوهای تفکر و رفتاری فرد تاثیر می‌گذارند (وینی و تاگپرا^۳، ۲۰۰۵). شوارتز (۲۰۰۶) معتقد است که ارزش‌ها اهداف مطلوب و فراموقعیتی^۴ هستند که از نظر اهمیت با هم متفاوت بوده و به‌عنوان اصول راهنما در زندگی فرد عمل می‌کنند (وئوقی و اکبری، ۱۳۸۹). همچنین، سازمان جهانی پیشاهنگی (۲۰۰۴) ارزش را عبارت از اصول، کیفیات مطلوب یا استانداردها درباره چیزی در سیستم

1 Shechtman

2 Allport, Wernon & Lindse

3 Wayne & Taagepera

4 trans-situational

اعتقادی فرد یا سازمانی که آنان را عملی می‌سازد، می‌داند (ترک‌زاده و احمدوند، ۱۳۸۸: ۱۲۵).

تراپ (۲۰۰۵) بر این اعتقاد است که ارزش‌ها به‌عنوان اصول و مبانی و اولویت‌هایی محسوب می‌شوند که به افراد در تصمیم‌گیری‌ها کمک می‌کنند. در واقع، ارزش‌ها به‌عنوان اصول مهم و هسته‌ای برای افرادی که دارای استانداردهای ایده‌آل شخصی هستند، تعریف شده‌اند و دارای یک شکل سلسله‌مراتبی بوده که منحصر به هر فرهنگ و فرد هستند. به‌طور کلی می‌توان گفت که ارزش‌ها، به‌عنوان استانداردهای شخصی محسوب می‌شوند که به مردم در انتخاب ارزش‌های نسبی و اهمیت استانداردها در زندگی خود کمک می‌کنند. همچنین می‌توان گفت که ارزش‌ها به‌عنوان باورهای ریشه‌داری هستند که گروه‌های اجتماعی در پاسخ به خوبی‌ها، بدی‌ها و کمال مطلوب به آنها رجوع می‌کند. ارزش اشاره دارد به حالت یا چیزی که از نظر اعضای جامعه با اهمیت و مهم باشد. نظام ارزش‌ها، مجموعه ارزش‌های مرتبط با هم می‌باشند که رفتار و کارهای فرد را نظم می‌بخشند و غالباً بدون آگاهی فرد شکل می‌گیرند (ولیکانی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۵۰). ارزش‌ها، نقش عوامل انگیزشی را در زندگی افراد ایفا کرده و اهداف مطلوب، ملاک انتخاب، تصمیم‌گیری و جهت‌گیری‌های فرد را مشخص می‌کنند (قنبرعلی، زرافشانی و علی‌بیگی، ۱۳۸۸: ۱۱۵).

ارزش به‌عنوان یک پدیده اجتماعی محسوب می‌شود که از زمان شکل‌گیری جوامع اولیه تاکنون در زندگی انسان نقش مهمی را ایفا کرده و به‌عنوان یکی از ابعاد مهم و اساسی شخصیت و زندگی اجتماعی به‌شمار می‌رود (شیچمن، ۲۰۰۲). در گذر زمان، طبقه‌بندی‌هایی متفاوتی از ارزش‌ها از سوی صاحب‌نظران ارائه شده است که از جمله می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: روکیچ^۱ (۱۹۷۳) ارزش‌ها را به دو نوع غایی^۲ و ابزاری^۳ تقسیم کرده است. ارزش‌های غایی نشان‌دهنده اهدافی هستند که افراد تمایل دارند، در دوره حیات خود به آنها دست یابند (شوارتز و باردی، ۲۰۰۱: ۳۲). ارزش‌های ابزاری ارزش‌های مرتبط با ابزار و وسایل دستیابی به اهداف هستند و شامل هجده ارزش نظیر مفید بودن، مستقل بودن و تخیلی بودن است (راکیچ، ۱۹۷۳). طبقه بندی ارائه شده

1 Rokeach

2 terminal values

3 instrumental values

توسط آلن پیرو (۱۹۷۵) عبارت است از: ارزش‌های اقتصادی؛ ارزش‌های حقوقی، که به طور کلی قانون مشخص‌کننده آن‌ها است؛ ارزش‌های اخلاقی، که مربوط به علم اخلاق و در سطح شخصی و اجتماعی مطرح شده است؛ ارزش‌های سیاسی که با خدمت به جامعه برای تأمین رفاه مادی و شیوه‌های تحقق این هدف در ارتباط هستند؛ ارزش‌های فرهنگی، یعنی تمامی ارزش‌هایی که امکان ارزش‌گذاری انسان‌ها را از دیدگاه فرهنگی میسر می‌سازد؛ ارزش‌های دینی که با ارتباط معنای نام‌هستی و والاترین اهداف آن در روابط بین؛ انسان و خداوند شکل می‌پذیرد (راد، ۲۰۰۷: ۱۲). آپورت (۱۹۳۱) ارزش‌ها را به شش نوع طبقه‌بندی کرده است نوع نظری: تأکید بر اصول و قوانین؛ نوع اقتصادی: تأکید بر کار، تولید و امنیت؛ نوع اخلاقی: تأکید بر بیان فردی، خیال‌پردازی و زیبایی؛ نوع اجتماعی: تأکید بر صداقت، همدلی و عشق؛ نوع قدرتی: تأکید بر پشتکار، بقا و درک نفس؛ نوع مذهبی: تأکید بر رستگاری، فرضیه نسبیت و وجود بشر دارد (راد، ۲۰۰۷: ۱۲). از دیدگاه اینگلههارت (۱۹۷۱) ارزش‌ها به دو دسته مادی و فرامادی تقسیم می‌شوند. ارزش‌های مادی: به آن دسته از ارزش‌هایی اطلاق می‌شوند که هدفشان ارضای نیازهای پایه‌ای است و برای حیات و زندگی انسان ضرورت دارد؛ ارزش‌های فرامادی: به آن دسته از ارزش‌هایی اطلاق می‌شوند که هدفشان ارضای نیازهای درونی، لذت و ارتقای خاطر، اعتبار اجتماعی و مشارکت جمعی است (داریاپور، ۱۳۸۶). هافستد (۲۰۰۱-۱۹۸۰) پنج بعد ارزشی را به‌واسطه تفاوت فرهنگ‌ها مطرح ساخت: فاصله زیاد قدرت در مقابل کم آن؛ اجتناب شدید از تردید در مقابل اجتناب ضعیف؛ فردگرایی در مقابل جمع‌گرایی؛ صفات مردانه در مقابل صفات زنانه و جهت‌گیری بلندمدت در مقابل جهت‌گیری کوتاه مدت (پرهیزگار، ۲۰۰۲). فلانگان و لی^۱ (۲۰۰۰) در حیطه علوم سیاسی، ارزش‌ها را به دو دسته ارزش‌های اقتدارگرا و اختیارگرا تقسیم نموده (داریاپور، ۱۳۸۶: ۳). شوارتز (۱۹۹۲) برای سنجش مقوله ارزش‌ها یک آزمون استاندارد را طراحی و اجرا کرد. نتایج تحلیل نشان داد که ابزار دارای پایایی و روایی مناسب و قابل قبولی بوده است.

ده روش اساسی تشکیل دهنده نظریه ارزشی شوارتز و باردی به شرح ذیل است: قدرت طلبی^۲، پیشرفت‌طلبی^۱، لذت‌جویی^۳، امنیت‌طلبی^۴، نیک‌خواهی^۵، هیجان

1 Flangan & Lee

2 Power

طلبی^۵، خودمحوری^۶، عام‌گرایی^۷، هم‌نوایی^۸، سنت‌گرایی^۹. در مجموع انواع ارزشی دهگانه به دو بعد ارزش‌های جمع‌گرایانه و ارزش‌های فردگرایانه به شیوه زیر تقسیم می‌شوند:

الف) ارزش‌های جمع‌گرایانه: شامل خیرخواهی، جهان‌گرایی، سنت، امنیت و هم‌نوایی.
 ب) ارزش‌های فردگرایانه: شامل قدرت، استقلال، زندگی هیجان‌انگیزی و لذت‌گرایی (داریاپور، ۱۳۸۶: ۶). پرهیزگار (۲۰۰۲)، الگوی ارزشی را ارائه نمود که بر اساس این الگو، ارزش‌های افراد در سه نوع مادی، اجتماعی، معنوی طبقه‌بندی شده است که در ادامه به توضیح مختصر هر یک از این انواع پرداخته می‌شود:

۱) ارزش‌های مادی: براساس این الگوی ارزشی، ارزش‌های مادی، به آن دسته از ارزش‌هایی اطلاق می‌شود که هدفشان ارضای نیازهای پایه‌ای است که برای حیات و زندگی انسان ضرورت دارد (شوارتز و باردی، ۲۰۰۱). مادی‌گرایی در قالب همان ارزش‌های مادی، گرایش به مادیات همراه با غفلت از مسائل معنوی (روحانی) است (کیم و لیونگ^{۱۰}، ۲۰۰۷).

۲) ارزش‌های اجتماعی: آگبرن و نیمکف، ارزش‌های اجتماعی را به‌عنوان الگوهای کلی رفتار، احکام جمعی و هنجارهای کرداری مورد پذیرش عمومی و خواست جامعه تعریف می‌کند (وئوقی و نیک خلق، ۱۳۸۵) همچنین رفیع‌پور (۱۳۷۸) ارزش‌های اجتماعی را ارزش‌هایی می‌داند که اکثریت یک گروه یا جامعه می‌گویند خوب یا بد است.

۳) ارزش‌های معنوی: بر اساس این بعد افراد به یگانگی در عالم خلقت توجه داشته و ارزش‌هایی از قبیل باورهای مقدس، تجربه و عملکرد دینی، پرهیزگاری، وحدت‌جویی و گرایش عرفانی را مد نظر قرار می‌دهند (آلپورت و دیگران، ۱۹۷۰).

مطالعه سوابق و تحقیقات پیرامون جهت‌گیری ارزشی افراد نشان داد که پیرامون جهت‌گیری ارزشی مقیاس‌های اندکی وجود دارد، البته ابزارهای موجود به

- 1 Achievement
- 2 Hedonism
- 3 Security
- 4 Benevolence
- 5 Stimulation
- 6 Self-direction
- 7 Universalism
- 8 Conformity
- 9 Tradition
- 10 Kim & Leung

گونه‌ای است که بیشتر نظام ارزشی افراد را مورد مطالعه و بررسی قرار می‌دهند. در همین راستا مطالعه آلپورت و همکاران (۱۹۷۰) نشان داد که پرسش نامه سلسله مراتب ارزش‌ها از ۶ خرده مقیاس به نام ارزش‌های مذهبی، هنری، اقتصادی، نظری، سیاسی و اجتماعی تشکیل شده است. در بررسی دیگری روکیچ (۱۹۷۳) نیز به این نتیجه رسید پرسش نامه زمینه‌یابی ارزش‌های فردی از ۳۶ سؤال تشکیل شده و دارای دو زیر مقیاس ارزش‌های ابزاری و نهایی است ارزش‌های ابزاری، ارزش‌هایی هستند که به سبک‌های رفتاری اشاره می‌کنند و این ارزش‌ها از لحاظ اجتماعی مطلوب هستند. در مقابل ارزش‌های نهایی به حالات غایی وجود، یا به سبک زندگی ایده‌آل و نهایی هر فرد اشاره می‌کنند. شوارتز (۱۹۹۲) برای سنجش مقوله ارزش‌ها تست استاندارد شده‌ای را طراحی و در ۶۰ کشور دنیا مورد آزمون قرار داد که دارای پایایی و روایی مناسب و قابل قبولی بوده است.

ده روش اساسی تشکیل دهنده نظریه ارزشی شوارتز و باردی به شرح ذیل است: قدرت‌طلبی، پیشرفت‌طلبی، لذت‌جویی، امنیت‌طلبی، نیک‌خواهی، هیجان‌طلبی، خودمحموری، عام‌گرایی، هم‌نوایی، سنت‌گرایی می‌باشد.

روش‌شناسی

هدف کلی از انجام این پژوهش تحلیل ساختار عاملی مقیاس جهت‌گیری ارزشی در دانشگاه شیراز بود. جامعه آماری پژوهش، شامل کلیه اعضای هیئت علمی دانشگاه شیراز بودند که مشتمل بر ۶۱۰ نفر بودند که با توجه به فرمول کوکران حجم مورد نیاز نمونه برای پژوهش تعیین و با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای نسبی، ۲۱۹ نفر از اعضای هیئت علمی به عنوان نمونه آماری مورد نیاز برای این پژوهش انتخاب شدند. لازم به ذکر است که به منظور سنجش روایی مقیاس از دو روش تحلیل گویه و تحلیل عامل تأییدی و جهت سنجش پایایی آن نیز از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. به منظور سنجش انواع جهت‌گیری ارزشی، از مقیاس محقق ساخته‌ای^۱ که مبتنی بر الگوی مفهومی جهت‌گیری ارزشی پرهیزگار (۲۰۰۲) طراحی شده است، استفاده گردید. این مقیاس، شامل ۲۷ گویه بود که خود شامل ۳ نوع جهت‌گیری ارزشی مادی، جهت‌گیری ارزشی اجتماعی، جهت‌گیری ارزشی معنوی بودند. ضرایب پایایی (آلفای

۱ این مقیاس توسط ترک زاده و ثواب در جریان پژوهش تدوین و روایی و پایایی آن سنجش و تایید شده است.

کرونباخ) برای این ۳ نوع به ترتیب ۰/۹۰، ۰/۸۹ و ۰/۷۹ بود. پرسش‌ها به صورت طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت می‌باشد که پاسخ‌ها از پنج (خیلی زیاد) تا یک (خیلی کم) نمره گذاری گردیده‌اند. همچنین، شماره گویه‌های مربوط به هر یک از انواع مقیاس جهت‌گیری ارزشی در جدول شماره ۱، مشخص شده است.

جدول شماره ۳: عوامل و گویه‌های مقیاس جهت‌گیری ارزشی

مقیاس	عامل‌ها	گویه‌ها
جهت‌گیری ارزشی	مادی	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰
	اجتماعی	۱۷-۱۸-۱۹-۲۰-۲۱-۲۲-۲۳-۲۴-۲۵-۲۶-۲۷
	معنوی	۱۱-۱۲-۱۳-۱۴-۱۵-۱۶

یافته‌ها

بررسی روایی و پایایی مقیاس جهت‌گیری ارزشی

الف) تحلیل گویه و آلفای کرونباخ

روایی هر یک از انواع مقیاس جهت‌گیری ارزشی با استفاده از روش تحلیل گویه محاسبه شد که مطابق با نتایج گزارش شده در جدول شماره ۴، هر یک از انواع جهت‌گیری ارزشی از روایی نسبتاً بالایی برخوردار بودند. همچنین به منظور سنجش پایایی هر یک از انواع جهت‌گیری ارزشی نیز از روش آلفای کرونباخ استفاده شد که مطابق با جدول شماره ۴، هر یک از پایایی بسیار بالایی برخوردار بودند.

جدول شماره ۴: روایی و پایایی مقیاس جهت‌گیری ارزشی

متغیر	مادی	اجتماعی	معنوی
طیف ضرائب همبستگی	۰/۳۹ - ۰/۸۷	۰/۳۸ - ۰/۸۳	۰/۴۴ - ۰/۸۷
سطح معنی داری	۰/۰۳ - ۰/۰۰۰۱	۰/۰۳ - ۰/۰۰۰۱	۰/۰۱ - ۰/۰۰۰۱
آلفای کرونباخ	۰/۹۰	۰/۸۹	۰/۷۹

ب) تحلیل عامل تأییدی

به منظور آزمون مدل ساختاری به‌دست آمده از تحلیل عاملی تأییدی استفاده شده است. در این روش برای بررسی برازش مدل‌های عاملی از شاخص مجذور کای^۱ (χ^2) شاخص مجذور کای بر درجه آزادی (χ^2/df)، شاخص برازندگی مقایسه‌ای^۲ (CFI)،

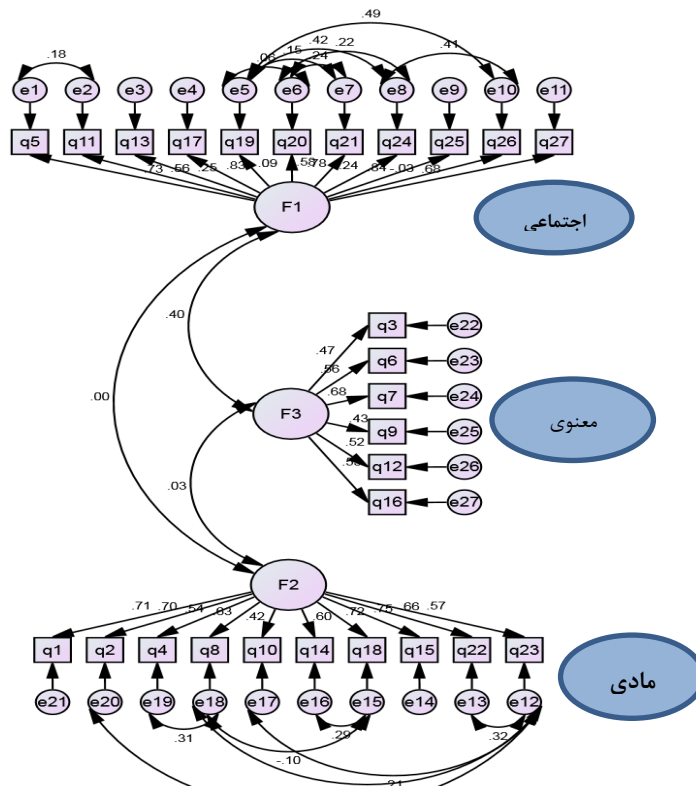
1 Chi Square

2 Comparative Fit Index (CFI)

شاخص برازش تطبیقی مقتصد^۱ (PCFI)، ریشه دوم میانگین مربعات خطای برآورد^۲ (RMSEA)، استفاده گردید. در تفسیر مقدار مجذور کای می‌توان گفت که هرچه مقدار آن کوچک‌تر باشد، برازش داده‌ها به مدل بهتر است تا جایی که مقدار صفر برای آن نشانهٔ برازش کامل است. شاخص مجذور خی دو (X^2) این شاخص به‌طور مفهومی نسبت به اندازهٔ نمونه تغییر می‌کند و تفاوت بین ماتریس کواریانس مشاهده شده و ماتریس کواریانس مدل را نشان می‌دهد، هر چه مقدار آن کوچک‌تر باشد برازش داده‌ها به مدل بهتر است تا جایی که مقدار صفر برای آن نشان‌دهنده برازش کامل است. شاخص ریشه دوم میانگین مربعات خطای برآورد یا (RMSEA)، این شاخص میانگین باقی‌ماندهٔ ماتریس کواریانس - واریانس از مدل را به نسبت ماتریس کواریانس - واریانس داده‌های نمونه نشان می‌دهد. شاخص کای اسکوئر بهنجار یا نسبی (χ^2/df) یکی از شاخص‌های عمومی برای محاسبه پارامترهای آزاد است. اغلب مقادیر بین ۱ تا ۵ را برای این شاخص قابل قبول می‌دانند. شاخص برازش تطبیقی (CFI)، این شاخص بر مبنای همبستگی بین متغیرها می‌باشد به نحوی که ضرایب بالای همبستگی بین متغیرها به مقادیر بالای شاخص برازش تطبیقی می‌انجامد. شاخص برازش تطبیقی مقتصد (PCFI)، که مقدار یکسانی برای قابل قبول بودن مدل برای این شاخص نیز ذکر نشده است اما حداقل مقدار ۰/۵۰ بیشتر مورد توافق است (قاسمی، ۱۳۹۲). در پژوهش حاضر برای بررسی روایی پرسش‌نامه از روش تحلیل عامل تأییدی با کمک نرم‌افزار AMOS استفاده گردید. نتایج دقیق تحلیل در شکل ۱ آورده شده است. در ادامه مدل عاملی و ضرایب معناداری حاصل از تحلیل عامل تأییدی مرتبه اول (مقیاس جهت‌گیری ارزشی) ارائه شده است:

1 Parsimonious Comparative Fit Index (PCFI)

2 Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)



Ch-square=893.999, DF= 306, pvalue=0.0001, RMSEA=0.09

شکل ۱- ضرایب حاصل از تحلیل عامل تأییدی مرتبه اول

مقیاس جهت گیری ارزشی

جدول ۵ شاخص‌های برازندگی مربوط به تحلیل عامل تأییدی مقیاس جهت گیری ارزشی را با استفاده از روش تحلیل عامل تأییدی نشان می‌دهد.

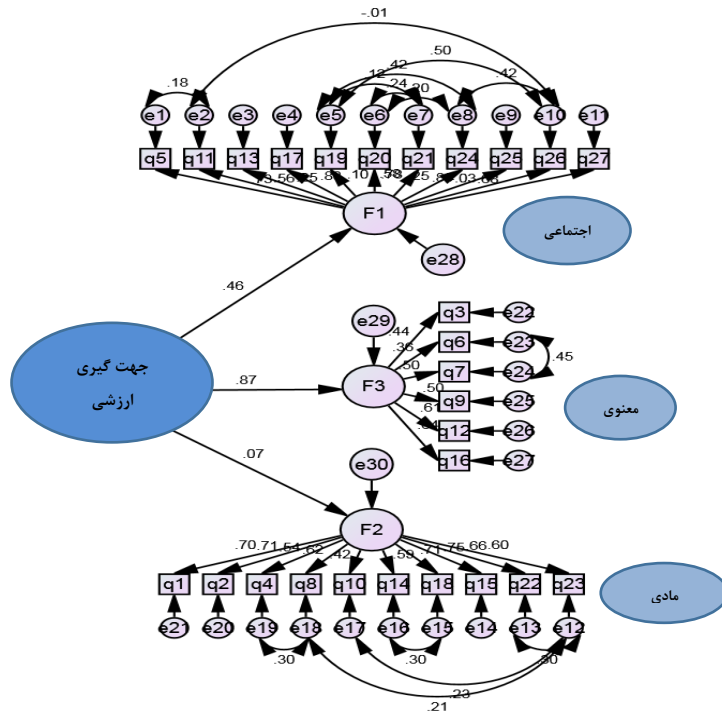
جدول ۵- شاخص‌های برازندگی مربوط به تحلیل عامل تأییدی مرتبه اول مقیاس جهت گیری ارزشی

شاخص	CMIN	DF	X ² /df	P	PCFI	RMSEA
قبل از اصلاح مدل	۱۱۴۷/۹۵	۳۲۱	۳/۵۷	۰/۰۰۰۱	۰/۶۱	۰/۱۰
بعد از اصلاح مدل	۸۹۳/۹۹۹	۳۰۶	۲/۹۲	۰/۰۰۰۱	۰/۶۶	۰/۰۹

همان طور که در جدول ۵ مشاهده می‌شود، نتایج تحلیل عامل تأییدی برای مقیاس جهت گیری ارزشی نشان داد که مدل در ابتدا از برازش مطلوب برخوردار نبود (مدل قبل از اصلاح)، که با انجام اصلاحات پیشنهادی AMOS از جمله وصل ضرایب خطای گویه‌ها به همدیگر مدل به برازش مطلوب رسید. در نهایت نتایج حاصل از تحلیل‌ها

نشان داد که مقیاس جهت گیری ارزشی از اعتبار لازم برخوردار است. تحلیل عامل تأییدی مرتبه دوم:

شکل شماره ۲ بار عاملی ابعاد مقیاس جهت گیری ارزشی را نشان می دهد. نتایج حاصل از این تحلیل نشان داد که هر کدام از ابعاد از روایی بالایی برخوردارند. به این ترتیب بعد معنوی با بار عاملی ۰/۸۷، بعد اجتماعی با بار عاملی ۰/۴۶ و بعد مادی با بار عاملی ۰/۰۷، مقیاس جهت گیری ارزشی را تبیین می کنند.



Ch-square=867.693, DF= 308, pvalue=0.0001, RMSEA=0.09

شکل ۲- ضرایب حاصل از تحلیل عامل تأییدی مرتبه دوم

مقیاس جهت گیری ارزشی

جدول ۶ شاخص های برازندگی مربوط به تحلیل عامل تأییدی مقیاس جهت گیری ارزشی را با استفاده از روش تحلیل عامل تأییدی نشان می دهد.

جدول ۶: شاخص‌های برازندگی مربوط به تحلیل عامل تأییدی مرتبه دوم مقیاس جهت‌گیری ارزشی

شاخص	CMIN	DF	X ² /df	P	PCFI	RMSEA
قبل از اصلاح مدل	۱۱۴۷/۹۹۵	۳۲۲	۳/۵۶	۰/۰۰۰۱	۰/۶۱	۰/۱۰
بعد از اصلاح مدل	۸۶۷/۶۹۳	۳۰۸	۲/۸۱	۰/۰۰۰۱	۰/۶۸	۰/۰۹

همان‌طور که در جدول ۶ مشاهده می‌شود، نتایج تحلیل عامل تأییدی برای مقیاس جهت‌گیری ارزشی نشان داد که مدل در ابتدا از برازش مطلوب برخوردار نبود (مدل قبل از اصلاح)، که با انجام اصلاحات پیشنهادی AMOS از جمله وصل ضرایب خطای گویه‌ها به همدیگر و حذف نمونه پرت، مدل به برازش مطلوب رسید. در نهایت نتایج حاصل از تحلیل‌ها نشان داد که مقیاس جهت‌گیری ارزشی از اعتبار لازم برخوردار است.

بحث و نتیجه‌گیری

نظام آموزش عالی، بخش مهم و حائز اهمیت است که دارای حوزه اثرگذاری بسیار وسیعی در نهادها و بخش‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی جامعه می‌باشد که با تربیت تخصصی افراد، مدیران و رهبران جامعه و با رشد توانایی‌ها، نبوغ و ظرفیت فکری انسان در توسعه مرزهای دانش بشری، نقشی بسیار مهمی برعهده دارد. در این نظام آموزشی، اعضای هیئت علمی به‌عنوان یکی از مؤثرترین عوامل اجرایی برنامه‌های آموزشی و دانشجویان به‌عنوان مخاطبین این برنامه‌ها شناخته شده‌اند که هر یک دارای مجموعه‌ای از صفات منحصر به فرد همچون احساسات، ارزش‌ها، نگرش‌ها، نیازها و انگیزه‌های متفاوت هستند که شناخت آنها از اهمیت زیادی برخوردار است. در این زمینه، دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی باید بتوانند با درک و شناسایی بازارهای هدف (مثل دانشجویان و دیگر ذی‌نفعان) ارزیابی نیازهای بازار هدف، تطبیق خدمات با نیازهای آنان و در نتیجه، افزایش رضایت مشتری از طریق ارائه خدمات با کیفیت زمینه تحقق اهداف فردی و سازمانی را فراهم آورند (کیگان و دیویدسون^۱، ۲۰۰۴). یکی از عواملی که در این زمینه نقش مهمی را ایفا می‌کند، توجه به جهت‌گیری ارزشی می‌باشد.

محققان زیادی نظیر برینگ و ترلیستاد^۲ (۲۰۰۰) از ارزش‌ها به‌عنوان ابزاری برای ایجاد محیط کاری انسانی یاد می‌کنند و معتقدند که بین مدیریت موثر، فرهنگ و ارزش‌ها ارتباط وجود دارد. بنابراین می‌توان گفت، آگاهی از ارزش‌های افراد، نه تنها

1 Keegan & Davidson

2 Bryying & Trollestad

اطلاعاتی درباره آنها، بلکه همچنین اطلاعاتی درباره فرهنگ اجتماعی (فرهنگ ملی) و تفاوت‌های فرهنگی آنها می‌دهد. نکته دیگر اینکه، به اعتقاد به زعم کاتز و کاهن^۱ (۱۹۶۶) ارزش‌ها مبانی پیوند و استحکام اجزا نظام‌های اجتماعی نیز هستند (مهدی نژاد، ۱۳۹۱). بدین ترتیب با توجه به اینکه ارزش‌ها نیرومندترین عنصر تعیین‌کننده در نظام اجتماعی و فرهنگی جوامع به شمار می‌روند و از بنیادی‌ترین عوامل جهت‌دهنده رفتارهای انسانی در هر جامعه‌ای به‌شمار می‌آیند، نقش مهمی را در رشد و توسعه اقتصادی، اجتماعی و سیاسی ایفا می‌کنند. در واقع ارزش‌ها شیوه جهت‌گیری، نگرش، کنش و تعامل افراد را تعیین و هدایت می‌کنند. از این‌رو توجه به نوع جهت‌گیری ارزشی افراد از سوی مسئولان و برنامه‌ریزان، امری اجتناب‌ناپذیر است؛ زیرا از این طریق زمینه تحقق اهداف فردی و سازمانی فراهم خواهد شد. در این راستا لازم است ابزاری مدون و معتبر برای شناسایی نوع جهت‌گیری ارزشی در دسترس باشد؛ بنابراین در این پژوهش تلاش شد با تحلیل ساختار عاملی مقیاس جهت‌گیری ارزشی اعضای هیئت علمی به تحقق این مهم کمک شود.

نتایج حاصل از تحلیل عامل تاییدی مرتبه اول و دوم حاکی از آن بود که گویه‌های تدوین شده در مقیاس مذکور به خوبی تبیین‌کننده ابعاد جهت‌گیری ارزشی بوده و ابعاد جهت‌گیری ارزشی از توان بالایی برای تبیین مقیاس مذکور برخوردار هستند. همچنین نتایج بیانگر روایی و پایایی مطلوب مقیاس است. در مجموع یافته‌های این مطالعه حاکی از روایی سازه آزمون مورد بحث در دانشگاه بوده و آزمون فوق برای سنجش نوع جهت‌گیری ارزشی اعضای هیئت علمی ابزار مناسبی است و برنامه‌ریزان و مسئولان می‌توانند برای تعیین نوع جهت‌گیری ارزشی از آن بهره‌جسته و در جهت ارتقای آن برنامه‌ریزی و اقدام نمایند.

الگوی مذکور، ارزش‌های افراد در قالب سه نوع جهت‌گیری ارزشی مادی، اجتماعی، معنوی طبقه‌بندی نموده است که در ادامه به توضیح مختصر هر یک از این انواع پرداخته می‌شود: (۱) ارزش‌های مادی: صاحبان این نوع ارزش‌ها بر جنبه‌های اقتصادی امور و ارزش‌هایی از قبیل: امنیت، ثروت، مالکیت، پیشرفت اقتصادی، سودمندی امور و... اهمیت خاصی قائل هستند و رفاه مادی را نشانه موفقیت می‌دانند و به همین دلیل افراد

1 Katz & Kahn

مادی‌گرا نسبت به پیامدهایی نظیر پرداخت و ترفیع به‌همراه رعایت عدالت در چنین نتایجی، بسیار حساس هستند.

۲) ارزش‌های اجتماعی: افرادی که ارزش‌های اجتماعی برایشان مهم است به عشق ورزیدن به مردم و خانواده اهمیت بیشتری می‌دهند (آلپورت و دیگران، ۱۹۷۰). انواع ارزش‌های اجتماعی شامل: ارزش‌های اخلاقی، دانش، محبت، احترام است.

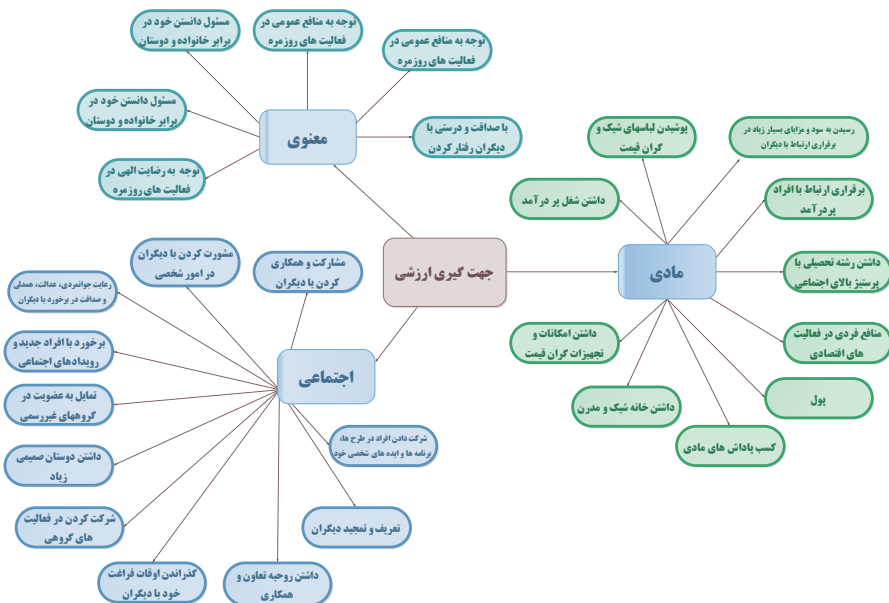
۳) ارزش‌های معنوی: بر اساس این بعد افراد به یگانگی در عالم خلقت توجه داشته و ارزش‌هایی از قبیل باورهای مقدس، تجربه و عملکرد دینی، پرهیزگاری، وحدت جویی و گرایش عرفانی را مد نظر قرار می‌دهند (آلپورت و دیگران، ۱۹۷۰).

در این زمینه قابل ذکر است که با فراهم کردن این ابزار مفید و مناسب جهت سنجش جهت‌گیری ارزشی و قراردادن آن در اختیار برنامه‌ریزان و مسئولین می‌توان از آن در حیطه‌های آموزشی و برنامه‌های مداخله‌ای استفاده کرد. در این زمینه، دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی می‌توانند با درک و شناسایی بازارهای هدف (مثل دانشجویان و دیگر ذی‌نفعان) ارزیابی نیازهای بازار هدف، تطبیق خدمات با نیازهای آنان و در نتیجه، افزایش رضایت مشتری از طریق ارائه خدمات با کیفیت زمینه تحقق اهداف فردی و سازمانی را فراهم آورند، در واقع، تحقیق و بررسی در این زمینه از جمله مسائل مهمی است که بازخورد مناسبی را به منظور تجزیه و تحلیل مسائل آموزشی و برنامه‌ریزی‌های استراتژیک توسط مسئولان و دست‌اندرکاران نظام آموزش عالی در جهت نیل به اهداف فرهنگی، تربیتی و اجتماعی فراهم می‌آورد. همچنین این امکان را فراهم می‌کند که مدیران دانشگاه بتوانند با شناسایی کاستی‌ها در جهت اعتلای فرهنگ سازمانی دانشگاه راهکارهایی را بیندیشند و اقدامات لازم را برای بهبود آن انجام دهند. در ادامه چارچوب مفهومی پژوهش ارائه شده است.

پیشنهادهای کاربردی

- با توجه به تأیید اعتبار این چارچوب، می‌توان از این چارچوب به عنوان یک چارچوب روا و معتبر برای تعیین نوع جهت‌گیری ارزشی اعضای هیئت علمی استفاده نمود.
- با توجه به اینکه این مقیاس در دانشگاه دارای اعتبار است پیشنهاد می‌شود از آن به‌عنوان یک ابزار پژوهشی معتبر در دانشگاه استفاده گردد.
- این چارچوب در سایر سازمان‌ها استفاده شود تا اعتبار کلی آن بررسی شود.

با استفاده از چارچوب حاصل از این پژوهش، پژوهش‌های میدانی و کمی در سازمان‌های مختلف انجام شود.



شکل شماره ۳: الگوی جهت‌گیری ارزشی اعضای هیئت علمی

منابع

ترک زاده جعفر، احمدی‌پور شیرازی نعیمه و مزگی‌نژاد سمیه (۱۳۹۸). بررسی رابطه بین جهت‌گیری‌های ارزشی و فرهنگی با رضایت از کیفیت زندگی کاری پرستاران بیمارستان‌های وابسته به دانشگاه علوم پزشکی شیراز. مجله بالینی پرستاری و مامایی. سال هشتم. شماره ۴. ص ۵۶۰. بازیابی از:

<http://jcnm.skums.ac.ir/article-۱۱۳۶-۱-fa.html>

ترک‌زاده، جعفر؛ شعبانی فرد، مجید، ثواب، لیلا فلاحی، اسحاق (۱۳۹۸). مدل سازی معادله ساختاری جهت‌گیری ارزشی، الگوهای نیاز و الگوی انگیزش از دیدگاه معلمان آموزش و پرورش استان کهگیلویه و بویراحمد. فصلنامه مطالعات مدیریت بر آموزش انتظامی، سال دوازدهم. شماره ۳. بازیابی از:

http://mape.jrl.police.ir/article_91968.html

ترک زاده، جعفر و احمدوند، علیمحمد (۱۳۸۸). الگوی کاربردی هدایت راهبردی نظام اطلاعات دانشگاه. فصلنامه آموزش عالی، سال دوم، شماره ۶، صص ۱۴۰-۱۲۱. بازیابی از:

http://journal.sanjesh.org/article_29861.html

ترک زاده، جعفر و ثواب، لیلا (۱۳۹۸). مطالعه جهت‌گیری‌های ارزشی و فرهنگی اعضای هیئت علمی و دانشجویان (مطالعه موردی: دانشگاه شیراز)، فصلنامه مطالعات مدیریت بر آموزش انتظامی، سال دوازدهم، شماره ۲. بازیابی از:

https://jearq.riau.ac.ir/article_1244.html

ترک زاده، جعفر و ثواب، لیلا. (۱۳۹۹). تبیین الگوی قضاوت دانشجویان بر اساس جهت‌گیری‌های ارزشی و فرهنگی آنان. نامه آموزش عالی. سال سیزدهم. شماره ۵۰. صص ۶۵-۳۱. بازیابی از:

http://journal.sanjesh.org/article_43618.html

جهانگیری، جهانگیر و میر فردی، اصغر (۱۳۸۷). جهت‌گیری ارزشی و ارتباط آن با شاخص‌های اقتصادی - اجتماعی توسعه انسانی در ایران، پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی، سال هشتم، شماره ۲، صص ۱۰۳-۱۳۲. بازیابی از:

<https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=83621>

داریاپور، زهرا (۱۳۸۶). ساختار ارزشی و مناسبات نسلی. جوانان و مناسبات نسلی، پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه، شماره ۱، صص ۲۳-۱. بازیابی از:

<https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=96053>

دولان، شیمون و شولر، رندال (۱۳۸۱). مدیریت امور کارکنان و منابع انسانی. مترجم: محمدعلی طوسی و محمد صائبی، تهران: مؤسسه آموزش و پرورش مدیریت و برنامه‌ریزی.

رستگار خالد، امیر؛ مشکینی، قاسم و صالحی، صادق (۱۳۹۶). بررسی رابطه جهت‌گیری ارزشی با شهروندی زیست‌محیطی در بین شهروندان مناطق ۳، ۱۱ و ۱۹ تهران، فصلنامه توسعه اجتماعی، دوره ۱۲، شماره ۱، صص ۳۷-۵۸. بازیابی از:

https://qjds.scu.ac.ir/article_13047.html

رفیع پور، فرامرز (۱۳۷۸). آناتومی جامعه. چاپ اول. تهران: شرکت سهامی انتشار. سیفی، لیلی؛ صفاری، زهره و یونسی، محمدرضا (۱۳۹۷). نقش سبک‌های تفکر در جهت‌گیری ارزشی به آرشوسازی رقمی منابع شخصی، فصلنامه گنجینه اسناد، دوره ۲۸، شماره ۳، صص ۱۴۸-۱۶۵. بازیابی از:

http://ganjineh.nlai.ir/article_2301.html

روح‌الهی، احمدعلی و کریمی، اوژن. (۱۳۹۴). بررسی روابط بین اخلاقیات بازاریابی دانشجویان با فرهنگ فردی و ارزش‌های حرفه‌ای. فصلنامه مدیریت بر آموزش انتظامی، شماره ۳۲، صص ۱-۲۸. بازیابی از:

http://mape.jrl.police.ir/article_13032.html

عابدینی، عیسی؛ زارع، بیژن و حبیب‌پور، کرم (۱۳۹۹). رابطه بین مصرف‌گرایی و جهت‌گیری‌های ارزشی با شهروندی زیست‌محیطی در بین شهروندان تبریز. جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه. سال نهم. شماره ۲. صص ۷۳-۹۸. بازیابی از:

https://sociology.tabrizu.ac.ir/article_11458.html

قمبرعلی، رضوان؛ زرافشانی، کیومرث و علی بیگی، امیرحسین (۱۳۸۸). بررسی سلسله مراتب نظام ارزشی کارآفرینان (مطالعه موردی: استان کرمانشاه). توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره ۴، صص ۱۳۷-۱۱۳. بازیابی از:

https://jed.ut.ac.ir/article_22909.html

مددی، سهل‌علی (۱۳۸۰). حدیث عشق. کتابخانه موزه و مرکز اسناد مجلس، شورای اسلامی، تهران.

مهدی‌نژاد، ولی (۱۳۹۱). جایگاه ارزش‌های فردی و سازمانی از دیدگاه دبیران و مدیران مقطع متوسطه. فصلنامه رهیافتی‌نودر مدیریت آموزشی، سال سوم، شماره ۳، صص

۱۶۸-۱۵۳. بازیابی از:

http://jedu.miau.ac.ir/article_1339.html

میرفردی، اصغر؛ احمدی، سیروس و رفیعی بلداجی، زهره (۱۳۸۹). جهت گیری ارزشی توسعه محور معلمان و عوامل اجتماعی و اقتصادی تاثیرگذار آن (مورد مطالعه معلمان شهرستان بروجن). فصلنامه پژوهش فرهنگی، سال یازدهم، شماره ۱۱، صص ۲۲۷ - ۱۹۷. بازیابی از:

http://www.jccs.ir/article_3425.html

نادریبگدیلو، آریان و شمخانی، اژدر. (۱۳۹۳). درونی کردن ارزش های اسلامی در میان فرزندان دانش آموز کارکنان ف.ا.ا.همدان (مطالعه موردی فرزندان دانش آموز کارکنان ف.ا.ا.همدان). فصلنامه مدیریت بر آموزش انتظامی، شماره ۲۶، صص ۳۵-۵۹. بازیابی از:

http://mape.jrl.police.ir/article_12999.html

نوروزی، نصراله؛ مرزوقی، رحمت اله؛ ترک زاده، جعفر و محمدی، مهدی (۱۳۹۱). بررسی مقایسه ای نظام ارزشی فرهنگیان (مدیران و معلمان) شهرستان دشتستان بر اساس نظریه ارزش های بنیادین شوارتز. فصلنامه رهیافتی نو در مدیریت آموزشی. سال سوم، شماره ۲، صص ۵۹-۵۱. بازیابی از:

<https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=189073>

وثوقی، منصور و اکبری، حسین (۱۳۸۹). روندها و عوامل مؤثر بر تغییر ارزش ها یک مطالعه تطبیقی. فصلنامه تحلیل اجتماعی نظم و نابرابری، سال اول، شماره ۵۹، صص ۱۲۸-۹۳. بازیابی از:

<https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?ID=246280>

وثوقی، منصور و نیک خلق، علی اکبر (۱۳۸۵). مبانی جامعه شناسی. تهران: بهینه. ولیخانی، ماشاله؛ سعادت فر، حسن و عبدالواحد، رحیمی (۱۳۹۲). شناسایی ارزش های کارکنان بر اساس نظریه سیستم ارزشی آلپورت. مجله دانشگاه علوم پزشکی شهرکرد. دوره ۱۵، شماره ۶، صص ۱۵۸-۱۵۰. بازیابی از:

<https://www.sid.ir/fa/Journal/ViewPaper.aspx?id=217243>

Allport, G.W. Vernon, P.E. & Lindzey, G. (1970). Study of values. New York: Houghton Mifflin.

Barni, D., Danioni, F., & Benevene, P. (2019). Teachers' Self-Efficacy: The Role of Personal Values and Motivations for Teaching. *Frontiers in psychology*, 10, 1645. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01645>.

Bryying, T., & Trollestad, C. (2000). Managerial thinking on value-based management. *International Journal of Value-Based Management*, 13(1), pp.55–77.

<http://www.springerlink.com/openurl.asp?genre=journal&issn=0895-8815>

Buchko, A. A. (2007). The Effect of Leadership on Values-Based Management. *Journal of Leadership and Organization Development*, Vol 28, No 1: pp 36-50. DOI:10.1108/01437730710718236

Chen, A., Zhang, T., Wells, S., Schweighardt, R., & Ennis, C.D. (2017). Impact of Teacher Value Orientations on Student Learning in Physical Education. *Journal of teaching in physical education : JTPE*, 36 2, 152-161. doi: 10.1123/jtpe.2016-0027.

Fischer R., Schwartz s. (2010). Whence Differences in Value Priorities?: Individual , Cultural , or Artifactual Sources. *journal of cross – Cultural Psychology* ,42(7):1127-1144

<https://doi.org/10.1177%2F0022022110381429>

Gamage KAA, Dehideniya DMSCP, Ekanayake SY.(2021). The Role of Personal Values in Learning Approaches and Student Achievements. *Behav Sci (Basel)*.;11(7):102. doi: 10.3390/bs11070102

Keegan, W. J. & H. Davidson (2004). *Offensive Marketing: Gaining ompetitive Advantage*; Elsevier, Amsterdam, pp. 1-36.

Kim, T. Y., & Leung, K., (2007).Forming and Reacting to Overall Fairness: A Cross Cultural Comparison. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol.104, pp.83-95

<https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2007.01.004>

Nabatchi, T. (2018). Public Values Frames in Administration and Governance. *Perspectives on Public Management and Governance*, 1(1), 59-72. DOI:10.1093/ppmgov/gvx009

Oyserman, D., Coon, H.M., & Kimmelmeier,M. (2002). Rethinking individualism and collectivism: Evaluation of theoretical assumptions and meta-analyses. *Psychological Bulletin*, 128(1), 3-72

<https://psycnet.apa.org/record/2002-00183-001>

Pant, A. & Ojha, A. K. (2017). Managerial values and organizational identities in the developing world: An introduction to the special issue. *Journal of Human Values*, 23(1), vii–xii.

<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0971685816677441>

Parhizgar, K. D. (2002). *Multicultural behavior and global business environments*. New York, N.Y. International Business Press.

Radd ,D. (2007). Factors of values in the Dutch language and their relationship to factors of personality. *European Journal of*

Personality, Vol 22, Issue 2, pp. 81–108

<http://dx.doi.org/10.1002/per.667>

Rokeach, M. (1973). The nature of human values. New York: The Free Press.

Sagiv, L.; Roccas, S.; Ciesciuch, J.; Schwartz, S.H.(2017). Personal values in human life. Nat. Hum. Behav1, 630–639

Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. Advances in experimental social psychology, Vol. 24 :1- 65.

Schwartz, S. H., & Bardi, A. (2001). Value hierarchies across cultures: Taking a similarities perspective. Journal of Cross-Cultural Psychology, 32 :268-290. <https://doi.org/10.1177%2F0022022101032003002>

Shechtman, Z. (2002). Validation of the Democratic Belief Scale[DTBS]. Assessment in Education. 9 :pp 363-377.

Wayne, S. & Taagepera, R. (2005). Corruption, Culture, and Communism. International Review of Sociology/Revue Internationale de Sociologie, Vol. 15, No. 1, pp. 109_/131

<https://doi.org/10.1080/03906700500038678>

ابعاد و گویه‌های مقیاس جهت‌گیری ارزشی (ترک زاده و ثواب، ۱۳۹۲)

ردیف	ابعاد	هر یک از موارد زیر تا چه حد برای شما اهمیت دارد؟	خیلی زیاد	زیاد	تا حدی	کم	خیلی کم
۱	مادی	داشتن شغل پر درآمد					
۲		پوشیدن لباسهای شیک و گران قیمت					
۳		رسیدن به سود و مزایای بسیار زیاد در برقراری ارتباط با دیگران					
۴		برقراری ارتباط با افراد پردرآمد (ثروتمند)					
۵		داشتن رشته تحصیلی با پرستیژ بالای اجتماعی					
۶		منافع فردی در فعالیت‌های اقتصادی					
۷		پول					
۸		کسب پاداش‌های مادی					
۹		داشتن خانه شیک و مدرن					
۱۰		داشتن امکانات و تجهیزات گران قیمت حتی اگر نیاز شما نباشد					

				توجه به رضایت الهی در فعالیت‌های روزمره	معنوی	۱۱
				مسئول دانستن خود در برابر خانواده و دوستان		۱۲
				متعهد بودن به سازمان و محل کار و تحصیل		۱۳
				توجه به منافع عمومی در فعالیت‌های روزمره		۱۴
				حفظ کرامت و منزلت انسان ها		۱۵
				با صداقت و درستی با دیگران رفتار کردن		۱۶
				مشارکت و همکاری کردن با دیگران	اجتماعی	۱۷
				برخورد با افراد جدید و رویدادهای اجتماعی		۱۸
				مشورت کردن با دیگران در امور شخصی		۱۹
				رعایت جوانمردی، عدالت، همدلی و صداقت در برخورد با دیگران		۲۰
				تمایل به عضویت در گروههای غیررسمی		۲۱
				داشتن دوستان صمیمی زیاد		۲۲
				شرکت کردن در فعالیت‌های گروهی		۲۳
				گذراندن اوقات فراغت خود با دیگران		۲۴
				داشتن روحیه تعاون و همکاری		۲۵
				تعریف و تمجید دیگران		۲۶
				شرکت دادن افراد در طرح ها، برنامه ها و ایده‌های شخصی خود		۲۷

Archive of SID