

عنوان مقاله:

تصویر دانش آموزان از محیط دانشگاهی؛ مطالعه تصویر دانشگاه امام صادق علیه السلام از منظر داوطلبان ورود به این دانشگاه

محل انتشار:

دوفصلنامه اندیشه مدیریت راهبردی، دوره 14، شماره 1 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 47

نویسندگان:

محسن امین - دانشجوی دکتری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

علیرضا رحمانی - دانشجوی دکتری، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

هامون سلامتی - دانشجوی دکتری، دانشگاه تهران، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

شناخت تصویر از آن دست مفاهیم کمتر شناخته شده در فضای علوم انسانی ایرانی است. مفهومی که البته به سبب تاثیرگذاری تجاری، توجهات اصحاب حرف مشاغل را به خود مشغول ساخته و همه را وادار نموده تا برای کسب منافع بیشتر، به نحوه شکل گیری تصویر خود (کالا/ سازمان) در اذهان مخاطبان حساس باشند. مساله: نهاد علم و دانشگاه نیز گرچه دور از دادوستدها و الزامات معمول بازاری است، اما برای پیشبرد اهداف علمی و فرهنگی خود، نیازمند توجه به تصویر خود در جامعه و خصوصا میان دانش آموزان دبیرستانی که اعضای بالقوه آن محسوب می شوند، هست. لذا در پژوهش حاضر تلاش شده تا ضمن بررسی پیشینه موضوع «تصویرپژوهی دانشگاه»، تصویر داوطلبان از دانشگاه امام صادق علیه السلام را صورت بندی نماییم. روش: بدین منظور با اتخاذ روش شناسی کیفی در نمونه گیری، ۶۰ مصاحبه کیفی نیمه ساختارمند (متمرکز) با داوطلبان ورود به دانشگاه در سال های ۱۳۹۵ و ۱۳۹۶ انجام پذیرفت و داده های به دست آمده با روش تحلیل مضمون شبکه مضامین پردازش شد. در جمع بندی مقولات نیز به برخی از زوایای تصویر مخاطبان از دانشگاه مبتنی بر مدل های نظری دانشگاه مطلوب، مورد داوری قرار گرفت. یافته ها حکایت از آن داشت که تصویر موجود در محورهایی از قبیل علمی، فرهنگی، وابستگی و... شامل جهت گیری های مختلف مثبت و منفی بوده و مسئولان دانشگاه برای تصحیح و تقویت این تصویر، نیازمند بازنگری جدی در سیاست های تصویری خود هستند.

کلمات کلیدی:

تصویرسازمانی، تصویر موسسات آموزشی، داوطلبان ورود به دانشگاه امام صادق علیه السلام، ابعاد تصویر ذهنی، مولفه های تصویر.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1247900>

