

بررسی رابطه فرهنگ دانشگاهی با هویت دانشجویی در دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات

میترا لایقی^{۱*}، عبدالرحیم نوه ابراهیم^۲

(۱) کارشناس ارشد مدیریت آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، ایران

(۲) استاد مدعو دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، ایران

*نویسنده مسوول: mi.layeghi@gmail.com

تاریخ دریافت مقاله ۹۱/۴/۱۲ تاریخ آغاز بررسی مقاله ۹۱/۵/۲۶ تاریخ پذیرش مقاله ۹۱/۸/۲

چکیده

تحقیق حاضر با عنوان بررسی رابطه فرهنگ دانشگاهی با هویت دانشجویی در دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات انجام گرفت. به این منظور یک فرضیه اصلی و چهار فرضیه فرعی تدوین شد که رابطه بین سازگاری، انطباق پذیری، درگیر شدن در کار و رسالت که شاخصه های فرهنگ سازمانی می باشند را به عنوان متغیر مستقل با هویت دانشجویی به عنوان متغیر وابسته تشکیل دادند. به منظور گردآوری داده های لازم، پرسشنامه ای شامل ۵۱ گویه (۳۶ گویه مربوط به سنجش فرهنگ دانشگاهی و ۱۴ گویه مربوط به هویت دانشجویی) طراحی گردید. روایی پرسشنامه با نظر متخصصین و اساتید مورد بررسی و تایید قرار گرفت. برای تعیین پایایی، پرسشنامه بین تعداد ۵۰ نفر از دانشجویان توزیع شد و با استفاده از نرم افزار spss ضریب آلفای کرونباخ پرسشنامه ها محاسبه و مقدار آن ۰.۹۳ بدست آمد. جامعه آماری شامل تمامی دانشجویان دانشکده های علوم تحقیقات تهران و نمونه بر گرفته از آن براساس جدول مورگان تعداد ۳۷۸ نفر بودند. به منظور تجزیه و تحلیل داده های بدست آمده از توزیع پرسشنامه، از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج بدست آمده نشان داد که بین فرهنگ دانشگاه و هویت دانشجوی با ضریب همبستگی (۰.۳۶۸) در سطح (p=0/05) رابطه معنی دار وجود دارد. همچنین با توجه به محاسبات انجام شده بین مولفه های فرعی فرهنگ دانشگاهی با هویت دانشجویی هم رابطه معنی دار وجود داشت. از اینرو در تحقیق حاضر می توان نتیجه گرفت که برای تقویت و ارتقای هویت دانشجویان دانشگاه باید به تقویت و اصلاح فرهنگ دانشگاه اقدام نمود تا دانش آموختگان دانشگاه ها بتوانند به هنگام ورود به بازار کار از بهره وری بیشتری برخوردار باشند.

کلید واژه گان: فرهنگ سازمانی، هویت دانشجویی.

مقدمه

اینرو، قبل از هر تحولی باید فرهنگ سازمانی خود را شناسایی و بررسی نمایند (برکیز^۱، ۲۰۰۴، ص ۸).

فرهنگ سازمانی:

فرهنگ موضوعی است که سال های سال مورد توجه و بحث سازمانها و قشرهای مختلف جامعه بوده است. فرهنگ سازمانی از زمان مطرح شدن در سالهای ۱۹۸۰ توسط اوچی، واترمن و دیگران یکی از مهم ترین و قابل بحث ترین موضوعات در زمینه رفتار سازمانی بوده است

امروزه سازمان ها در محیط متلاطم و طوفانی تغییر، برای بقای حیات سازمانی خود تلاش می کنند و به منظور تحقق بخشیدن به رسالت خویش، ناچار به تحول و همگون سازی ساختار و فرآیند های خود با نیاز های محیطی می باشند. برای تنظیم موثر و آگاهانه فرآیند تغییر، قبل از هر چیز، به تغییر بنیادی در بینش ها و تحول در سطوح فردی، گروهی و سازمانی و همچنین تغییر در شیوه زندگی (فرهنگ) حاکم بر سازمان می پردازند. از

جامع ترین تعریف فرهنگ توسط شاین^۶، ارائه شده است. او اظهار نموده است که فرهنگ سازمانی، یک الگویی از پنداشت‌های اساسی یک سازمان می باشد که در طول زمان بوسیله یک گروه برای مواجهه با مشکلات، سازگاری با محیط خارجی و ایجاد هماهنگی و یکپارچگی سازمانی ایجاد و توسعه داده شده است و از قابلیت اطمینان خیلی بالایی برخوردار می باشد که این الگوی رفتاری برای اعضای جدید روش ها صحیح درک کردن، فکر کردن و احساس نمودن را می آموزد (دیویدسون، ۲۰۰۴).

از نقطه نظر سورن سن، فرهنگ سازمانی سیستمی از ارزش ها و معیارهای اخلاقی است که بیانگر نگرش ها و رفتارهای خاص کارکنان هر سازمان می باشد. بنا به عقیده ایشان، یک سازمان زمانی دارای فرهنگ قوی خواهد بود که این ارزش ها و معیارهای اخلاقی در کل سازمان به صورت فراگیر درآمده باشد و یکی از پی آمدهای فرهنگ سازمانی ارتقای سطح سازگاری و هماهنگی کارکنان یک سازمان می باشد (سورنسون^۷، ۲۰۰۲) می توان گفت در واقع فرهنگ سازمانی به کارکنان یک سازمان چارچوب مشترکی برای تغییر ها در سازمان ارائه می نماید (کی ووی^۸، ۲۰۰۷، ص ۲). فرهنگ سازمانی مجموعه ای از ارزش هایی است که به افراد یک سازمان در فهم اینکه چه کارهایی قابل قبول و چه کارهایی غیر قابل قبول است کمک می کند (کارتز^۹، ۱۹۸۶، ص ۲۴). فرهنگ های سازمانی بسیار پویا می باشند و به سرعت خود را با تغییر ها و تاثیرهای جدید وفق می دهند (لاگواردیا^{۱۰}، ۲۰۰۸، ص ۵۶) جورج گوردون^{۱۱} فرهنگ سازمانی را به عنوان مجموعه ای از فرضیات و ارزش های سازمان می داند که به طور گسترده رعایت می شود و به الگوهای رفتاری خاصی منجر می شود (فرانکتال^{۱۲}، ۲۰۰۵، ص ۳۹۷). ریچارد موریس^{۱۳} فرهنگ سازمانی را اعتقادات نسبتا

و این توجه محدود به، دانشگاه ها و مراکز علمی نبوده است (مورهد و گریفن، ۱۳۷۵). فرهنگ سازمانی نقش غیر قابل انکاری در موفقیت تغییرات کسب و کارها و سازمان ها ایفا می کند (فیلیپ^۱ و مکون، ۲۰۰۴: ۶۲۵-۶۲۴).

فرهنگ سازمانی و نقش ها و تاثیر آن بر روی هویت دانشجویان از اهمیت بالایی برخوردار است و به قول اوچی فرهنگ سازمانی، شرط موفقیت سازمان است (منوریان و همکاران، ۱۳۷۸).

در طی سالیان اخیر صاحب نظران علوم مدیریت به این نتیجه رسیده اند که موفقیت چشمگیر سازمان های موفق در عوامل غیر ملموس قدرتمند در فرهنگ سازمانی آنها، ارزش ها و کارکنان نهفته است (کامرون، کوئین^۲، ۱۹۹۹). در بین رشته های مختلف علمی بر روی مفهوم فرهنگ توافق نظری وجود ندارد. با وجود این، از دیدگاه سازمانی، فرهنگ را به عنوان یک زنجیر مستحکم تعبیر کرده اند که موجبات پایداری سازمان را فراهم می کند. (کورت و چرمک^۳، ۲۰۰۷: ۶۴۷؛ بیدختی، ۱۳۷۹: ۷).

فرهنگ مجموعه ای از ارزشهای کلیدی است که توسط اعضای سازمان به طور گسترده پذیرفته شده است (سویی و دیگران^۴، ۲۰۰۶: ۴). بوینس معتقد است که فرهنگ هم ابعاد ذهنی و هم ابعاد عینی دارد. جنبه ذهنی آن بر می گردد به مفروضات و نیات افراد، مثلا درک آنها از چگونگی انجام دادن کارها و از طرف دیگر جنبه غیر ذهنی و عینی فرهنگ همان یافته های غیر ذهنی است که شامل تصویری است که از رهبری در مغزشان نقش بسته، داستان ها، آثار تاریخی، آیین ها و مراسم می باشد. بر طبق نظر فینچام و رودس، فرهنگ، ذهنیات و افکار بر خواسته از مفاهیم و ادراکاتی هست که در شرایط مختلف عارض می شود (فینچمن و رودز^۵، ۲۰۰۴).

6 Schein
7 Sorensen
8 Ke welling
9 Carter
10 Laguardia
11 Gordone
12 Frankental
13 Richard Morris

1 Philip
2 Cameron. Kim. S. and Quin Robert
3 Korte, R. and Chermack, T
4 Tsui, A. S. & et al
5 Booyens_Finchman and Rhodes

توسعه یافتگی به حساب می آید و در این زمینه، سخن از نقش نظام آموزش عالی به عنوان یکی از ارکان مهم فرهنگ ساز است. نه تنها کشورهای در حال توسعه بلکه هر کشور و جامعه ای در دنیای جدید نمی تواند از تاثیر مهم فرهنگ در رشد و پیشرفت جوامع دور باشد (نلر^۶، ۱۹۶۵). توجه به اصول هویت ساز یک دانشجو (هویت علمی، معنوی، اجتماعی، سیاسی، نمادین و ...) امری ضروری است.

اولین کار ویژه هر هویتی، ایجاد وحدت و انسجام میان اجزا و سازندگان آن هویت است (نوروال^۷، ۲۰۰۳: ۲۷۵). در تعریف هویت و بحران هویت دانشجویی می توان گفت: "هویت عبارت است از مجموعه ویژگی هایی که تعلق فرد را به یک مکان محکم می کند و نظام ارزش های او را مشروعیت می بخشد و اساسی ترین تکلیف هر فرد در زندگی از نوزاد و کودکی تا نوجوانی و بزرگسالی آگهی و پذیرش "خود"^۸ می باشد، به این معنا که فرد در تلاش است تا احساسی از هویت خود کسب نموده و کیستی خود را دریابد (هیون^۹، ۱۹۹۴).

پیشینه تحقیق:

۱. در مقاله ای که توسط دکتر حسن زارعی متین و ناصر توره تحت عنوان "دانشگاه و هویت دانشجو" مطرح شد موضوعاتی اعم از فرهنگ و هویت مورد بررسی در این تحقیق قرار گرفته است. در این مقاله ضمن اشاره به نقش دانشگاه در جامعه، کارکردهای آن مطرح و بیان شده است که مدیریت دانشگاه ها برای اینکه اثر بخشی لازم را داشته باشند باید هویت دانشجویی را شناسایی و تبیین کنند.
۲. در تحقیق دیگری که توسط علی صحبت لو و محمد حسن میرزا محمدی در مورد "جهانی

ثابت، ارزشها و ادراکات مشترک که توسط اعضای سازمان حفظ می گردد تعریف می کند(گری، ۲۰۰۷، ص ۲۸).

دنیسون برای به تصویر کشیدن فرهنگ سازمان از یک مدل استفاده نموده است. این مدل در بر گیرنده چهار ویژگی اصلی فرهنگ سازمان یعنی: درگیرکار شدن، سازگاری، انطباق پذیری و ماموریت است. (دنیسون و فیشر^۱ ۲۰۰۵، دنیسون و میشر^۲ ۱۹۹۵ و ۱۹۹۸). این چهار ویژگی در غالب عبارت هایی از مجموعه فعالیت های مدیریت بیان می شوند. فعالیت های مدیریت شامل عملکرد های روشنی هستند که با چهار ویژگی فرهنگ سازمانی مرتبط می باشند و از اعتقادات، ارزشها و مفروضات مسلط بر سازمان نشات گرفته و به وسیله آنها نیز تقویت می شوند. این فعالیت های مدیریتی به وسیله استفاده از ۱۲ شاخص که مدل را تشکیل می دهند، اندازه گیری می شوند. (مبلی و همکاران^۳ ۲۰۰۵، دنیسون و همکاران^۴ ۲۰۰۵ و ۲۰۰۰).

هویت دانشجویی:

یکی از راه های شناخت فرهنگ هر مرکز علمی آشنایی دقیق با خرده فرهنگ ها و هویت دانشجویان آن است. فقدان ثبات و یکپارچگی فرهنگی در دانشگاه ها و نبودن ارزش و فرهنگی جامع در درون آن، دانشجویان را با بحران هویت (علمی، سیاسی، دینی، اجتماعی و ...) روبرو می کند.

در اینجا این پرسش پیش می آید که چه ارتباطی می تواند بین بالا بردن فرهنگ دانشگاه و هویت دانشجو^۵ باشد. به همین دلیل اهمیت انجام این تحقیق در این است که امروزه یکی از شاخصه های کشورهای در حال توسعه را مسئله "فرهنگ" به ویژه نقش نظام آموزش عالی در آن می دانند. فرهنگ و میزان سطح ارتقاء آن، معیاری برای

6 Kneller
7 Norval
8 Identity diffusion
9 Heaven

1 Denison, D. R., Fisher, C
2 Denison, D. R., and Mishra, A
3 Mobley & et al
4 Denison & et al
5 student's identity

کار و بعد رسالت حاصل شده است و کمترین امتیاز در بعد انطباق پذیری است.

۵. ییلماز و ارگان^۲ (۲۰۰۸) تاثیر ابعاد مدل فرهنگ دنیسون را به عملکرد سازمان ها مورد مطالعه قرار دارند. در این تحقیق بعد انطباق پذیری بیشترین امتیاز و بعد سازگاری کمترین امتیاز بدست آمده است. بعد رسالت بیشترین تاثیر را بر افزایش عملکرد و شرکت های تولیدی دارد.
۶. موبلی و همکاران (۲۰۰۵) مدل دنیسون را در سازمان های مختلف چینی مورد سنجش قرار دادند از جمله در سازمان های تولید کننده مبل، شاخص چشم انداز بیشترین امتیاز و شاخص قابلیت ها کمترین امتیاز در بیمارستان های دولتی شاخص یادگیری سازمانی بیشترین امتیاز و شاخص تغییرپذیری کمترین امتیاز و در نهایت در شرکت های با فناوری بالا شاخص یادگیری سازمانی بیشترین و توسعه قابلیت ها کمترین امتیاز را بدست آوردند.

فرضیه اصلی پژوهش:

بین فرهنگ دانشگاه و هویت دانشجویی در دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات رابطه معنی داری وجود دارد.

فرضیه های فرعی پژوهش:

۱. بین رسالت دانشگاه و هویت دانشجویی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات در سال ۱۳۹۱ رابطه معنی دار وجود دارد.
۲. بین انطباق پذیری دانشگاه با هویت دانشجویی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات در سال ۱۳۹۱ رابطه معنی دار وجود دارد.
۳. بین درگیر شدن در کار دانشگاه با هویت دانشجویی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات در سال ۱۳۹۱ رابطه معنی دار وجود دارد.

شدن و چالش های فرهنگ مطلوب دانشجویی در نظام دانشگاهی کشور " محققین به این نتیجه رسیدن که فرهنگ، روح اقوام و ملتهاست و دگرگونی و نابودی آن بسیار کند است. هویت اقوام و ملل از فرهنگ و خرده فرهنگ آن بر می خیزد. از همین رو هستی فرهنگ در هویت ملل نهفته است.

۳. در تحقیقی که توسط اکبر رهنما و صابر عبدالملکی تحت عنوان «درآمدی بر مبانی نظری هویت (به منظور بررسی نقش دانشگاه، جنسیت، هیجانان و شناخت در شکل گیری هویت جوانان شده است محققین به این نتیجه رسیدند که: با وجود تنوع در نحوه تعریف هویت در نظریات مختلف، اکثر دیدگاه ها پذیرفته اند که هویت با خود در ارتباط است، لذا در هر تعریف قابل قبول در مورد هویت باید به آگاهی ذهنی در مورد خود توجه شود.

امروزه پیمایش فرهنگ سازمانی از مقبولیت جهانی برخوردار شده است و به شکل وسیعی در کشور های مختلف از جمله: آمریکا، کانادا، چین، کره جنوبی، در صنایع مختلفی از جمله صنایع تجاری، مالی، مخابراتی، در حال اجرا است. از جمله کارهای انجام شده می توان در شرکت های: ام وی پی، دومینو پیزا، هنکل، هلد پلاس میشیگان، ساختمان سازی پولت، هیتاچی ... نام برد.

۴. گلیسی^۱ و همکاران (۲۰۰۸)، ارتباط بین فرهنگ سازمانی و رضایت مشتری با توجه به مدل دنیسون در صنعت ساختمان سازی و فروشندگان اتومبیل را سنجیده اند. نتایج این تحقیق نشان می دهد که بیشترین امتیاز در صنعت ساختمان سازی در بعد درگیر شدن در

انحراف استاندارد و در سطح آمار استنباطی از آزمون ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون گام به گام استفاده شده است.

یافته های پژوهش

در خصوص توصیف متغیرهای فرهنگ سازمانی، میانگین متغیر درگیر شدن در کار برابر ۳.۱۵، سازگاری برابر با ۳.۲۰، انطباق پذیری برابر با ۳.۴۵، رسالت دانشگاه برابر با ۳.۱۷ و فرهنگ دانشگاه بصورت کلی برابر با ۳.۲۴ می باشد. در نتیجه متغیر انطباق پذیری بالاترین میانگین را دارد. بالا بودن معیار انطباق پذیری با در بر گرفتن سه بعد (ایجاد تغییر، مشتری گرایی، یادگیری سازمانی) نشانگر این است که کارکنان درصدد تغییر در سازمان و بهبود بیشتر سازمان هستند و در نتیجه ایجاد تغییر در سازمان هستند و یادگیری در سازمان رخ می دهد در نتیجه به منافع دانشجویان ارج نهاده می شود و آنها (دانشجویان) از این امر خشنود هستند.

با توجه به جدول شماره ۲ در خصوص توصیف متغیرهای هويت دانشجویی، میانگین متغیر هويت سیاسی برابر ۳.۶۸، هويت اجتماعی برابر با ۱.۸۱، هويت علمی برابر با ۲.۳۱، هويت نمادین برابر با ۲.۵۲، هويت معنوی برابر با ۲.۵۶ و هويت دانشجویی بصورت کلی برابر با ۲.۵۸ می باشد. در نتیجه هويت سیاسی بالاترین میانگین را دارد که نشانگر پویا بودن دانشجویان در زمینه سیاسی است.

با توجه به جدول ۳ در خصوص همبستگی بین مولفه های فرهنگ سازمانی و هويت دانشجویی، مقدار ضریب همبستگی فرهنگ سازمانی و مولفه های آن در سطح $(p=0.05)$ معنی دار می باشد و می توان گفت که بین فرهنگ سازمانی و مولفه های آن با هويت دانشجویی رابطه مثبت و مستقیم معناداری وجود دارد.

جدول ۴ ضریب رگرسیون برای متغیرهای فرهنگ سازمانی نشان می دهد ضریب همبستگی برابر با $(R=0.396)$ و ضریب تعیین متغیرهای فرهنگ سازمانی

۴. بین سازگاری دانشگاه با هويت دانشجویی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات در سال ۱۳۹۱ رابطه معنی دار وجود دارد.

روش تحقیق

تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی است. از نظر روش گردآوری داده ها پیمایشی (زمینه ای) و از نظر تجزیه و تحلیل داده ها از نوع توصیفی همبستگی می باشد. برای گردآوری داده ها از مطالعه کتابخانه ای و پرسشنامه های استاندارد شده استفاده شده است. پرسشنامه اول مربوط به دنیسون (۲۰۰۰) میباشد. پرسشنامه دوم مربوط به هويت دانشجویی است که چون تاکنون پرسشنامه استاندارد شده ای یافت نشده است محقق آن را ساخته است.

روایی و اعتبار پرسشنامه به صورت محتوایی، با نظر کارشناسان و اعتبار آن از طریق محاسبه ضریب آلفای کرونباخ تعیین گردیده است که ضریب آلفای کرونباخ پرسشنامه ها محاسبه و مقدار آن 0.93 بدست آمد.

جامعه آماری، حجم نمونه و روش نمونه گیری:

جامعه آماری تحقیق حاضر را کلیه دانشجویان سال آخر دوره های کارشناسی ارشد دانشگاه علوم تحقیقات به تعداد ۱۱۰۰۰ نفر را تشکیل داده است که حجم نمونه تحقیق بر اساس جدول مورگان ۳۷۸ نفر بوده است و با توجه به اینکه مقداری از پرسشنامه ها در تحقیقات پر نمی شود محقق میزان بیشتری پرسشنامه برای کاهش افت توزیع و نهایتاً تعداد ۴۰۰ پرسشنامه جمع آوری کرده است. با توجه به پراکندگی دانشجویان در دانشکده ها و گروه های موجود در علوم تحقیقات، نمونه گیری به صورت تصادفی ساده انجام که به نسبت حجم جامعه و نمونه انتخاب شد.

روش ها و ابزار تجزیه و تحلیل داده ها

تجزیه و تحلیل داده ها از طریق نرم افزار آماری SPSS و در دو سطح آمار توصیفی و استنباطی انجام شده است. در سطح آمار توصیفی از مشخصه های آماری نظیر فراوانی، درصد، میانگین، خطای استاندارد میانگین و

با توجه به ضریب t حاصل از رگرسیون برای متغیر درگیر شدن در کار ($t=3.309$) و متغیر رسالت دانشگاه ($t=3.775$) که در سطح ($p=0.05$) معنادار می باشند می توان گفت که متغیرهای درگیر شدن در کار و رسالت قدرت پیش بینی هویت دانشجویی را دارند. همچنین با توجه به ضریب t حاصل از رگرسیون برای متغیرهای سازگاری ($t=0.89$) و انطباق پذیری ($t=-0.699$) که در سطح ($p=0.05$) معنادار نمی باشند می توان گفت که انطباق پذیری و سازگاری، قدرت پیش بینی هویت دانشجویی را ندارد.

برابر با ($R^2=0.157$) می باشد یعنی حدود ۱۵.۷ درصد از تغییرات مربوط به هویت دانشجویی به متغیرهای فرهنگ سازمانی و باقیمانده مربوط به سایر متغیرهاست. برای تأیید ضریب رگرسیونی از آزمون تحلیل واریانس یکطرفه (ANOVA) استفاده می شود، نتایج آزمون ANOVA نشان داد F مشاهده شده ($F=18.415$) در سطح ($p=0.05$) معنادار می باشد به عبارتی نتایج حاصل از رابطه متغیرهای فرهنگ سازمانی با هویت دانشجویی تأیید می شود.

جدول ۱. توصیف متغیرهای فرهنگ سازمانی

متغیر	میانگین	میانه	نما	انحراف معیار	کوچکترین	بزرگترین
درگیر شدن در کار	۳/۱۵	۳/۱۱	۳/۳۳	۰/۷۴	۱	۵
سازگاری	۳/۲۰	۳/۲۲	۳/۶۷	۰/۷۴	۱	۵
انطباق پذیری	۳/۴۵	۳/۴۴	۳/۸۹	۰/۷۴	۱	۵
رسالت دانشگاه	۳/۱۷	۳/۱۱	۳	۰/۷۷	۱	۵
فرهنگ دانشگاه (کلی)	۳/۲۴	۳/۲۵	۳/۲۵	۰/۶۴	۱	۵

جدول ۲. توصیف متغیرهای هویت دانشجویی

متغیر	میانگین	میانه	نما	انحراف معیار	کوچکترین	بزرگترین
هویت سیاسی	۳/۶۸	۳/۶۶	۵	۰/۹۸	۱	۵
هویت اجتماعی	۱/۸۱	۲	۲	۰/۶۳	۱	۴/۶۷
هویت علمی	۲/۳۱	۲/۳۳	۲	۰/۷۵	۱	۵
هویت نمادین	۲/۵۲	۲/۳۳	۲	۰/۹۲	۱	۵
هویت معنوی	۲/۵۶	۲/۶۶	۲/۳۳	۰/۷۱	۱	۵
هویت دانشجویی (کلی)	۲/۵۸	۲/۵۳	۲/۴۰	۰/۴۹	۱	۴/۴۰

جدول ۳. ماتریس همبستگی بین فرهنگ سازمانی و مولفه های آن با هویت دانشجویی

فرهنگ	درگیر شدن در کار	سازگاری	انطباق پذیری	رسالت
هویت	۰/۳۴۹	۰/۲۹۷	۰/۲۶۷	۰/۳۵۴
تعداد	۴۰۰	۴۰۰	۴۰۰	۴۰۰
معنی داری	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰

جدول شماره ۴. ضریب رگرسیون متغیرهای فرهنگ سازمانی

مدل	ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعدیل	خطای استاندارد برآورد
۱	۰/۳۹۶	۰/۱۵۷	۰/۱۴۹	۰/۴۶۰۷

جدول ۵. مربوط به آزمون f رگرسیون متغیرهای فرهنگ سازمانی

مدل	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	F	معناداری
رگرسیون	۱۵/۶۳۸	۴	۳/۹۰۹	۱۸/۴۱۵	۰/۰۰۰
باقی مانده	۸۳/۸۵۸	۳۹۵	۰/۲۱۲		
کل	۹۹/۴۹۶	۳۹۹			

جدول ۶. مربوط به آزمون بتا (شیب خط) متغیرهای فرهنگ سازمانی

مدل	بتای غیر استاندارد		بتای استاندارد		معناداری
	B	خطای استاندارد	β	t	
ثابت	۱/۶۸۱	۰/۱۱۹		۱۴/۱۴۰	۰/۰۰۰
درگیر شدن در کار	۰/۱۵۶	۰/۰۴۷	۰/۲۳۲	۳/۳۰۹	۰/۰۰۱
سازگاری	۰/۰۰۵	۰/۰۵۱	۰/۰۰۷	۰/۸۹	۰/۹۲۹
انطباق پذیری	-۰/۰۳۴	۰/۰۴۸	-۰/۰۵۰	-۰/۶۹۹	۰/۴۸۵
رسالت	۰/۱۶۱	۰/۰۴۳	۰/۲۸۴	۳/۷۷۵	۰/۰۰۰

بحث و نتیجه گیری

در قسمت آزمون فرضیات تحقیق فرضیه ی اصلی که رابطه بین فرهنگ دانشگاهی و هویت دانشجویی است با ضریب همبستگی $r = 0/396$ در سطح $p = 0/05$ معنادار است و جهت رابطه بصورت مثبت و مستقیم است. با توجه به ضریب رگرسیون و آزمون f که انجام شد که این آزمونها تصدیقی بود بر آزمون همبستگی در نتیجه مشاهده شد که ($f = 18/415$) در سطح ($p = 0/05$) معنادار می باشد. عبارتی نتایج حاصل از رابطه ی متغیرهای فرهنگ سازمانی با هویت دانشجویی تایید می شود. برای اینکه مشخص شود که کدام متغیر فرهنگ قدرت پیش بینی هویت را دارد می توان از آزمون بتا (شیب خط) استفاده کرد که نتیجه این آزمون بیانگر این مطلب بود که ضریب t حاصل از رگرسیون برای متغیرهای درگیر شدن در کار و رسالت در سطح ($p = 0/05$) معنادار بود عبارتی هرچه بتای استاندارد بالاتر

رود سهم بیشتری از تغییرات هویت دانشجویی را در بر می گیرد و این دو متغیر قدرت پیش بینی هویت را بیشتر از دو متغیر دیگر دارند و دو مولفه ی انطباق پذیری و سازگاری قدرت پیش بینی هویت را ندارند. با توجه به آزمون بتایی که برای سایر یافته ها انجام شد مشخص شد که از بین متغیرهای هویت، هویت معنوی با ($t = 14/140$) در سطح ($p = 0/05$) معنادار نمی باشد. که می توان گفت هویت معنوی قدرت پیش بینی فرهنگ دانشگاه را ندارد که این امر مسلماً بر این گواه است که تاثیر هویت علمی، هویت نمادین، سیاسی، اجتماعی بر فرهنگ دانشجو بیشتر است و نشانگر این است که دانشجویان به سایر اقلام هویت بیشتر از هویت معنوی اهمیت داده و این موضوع می تواند بیانگر این نکته باشد که در این دانشگاه فعالیت در زمینه آگاهی های معنوی کم رنگ تر بود. فرضیه ۱. بین رسالت دانشگاهی و هویت دانشجویی با ضریب همبستگی ($r = 0/354$) در سطح ($p = 0/05$) رابطه

معنادار وجود دارد و جهت رابطه به صورت مثبت و مستقیم است یعنی هر چه نمره رسالت دانشگاهی بیشتر باشد نمره هویت دانشجویی افزایش می یابد که مولفه رسالت یا ماموریت سازمان با سوالات دارای امتیاز بالاتر از حد متوسط است یعنی دارای امتیاز مقدار متوسط رو به بالا هست که این موضوع در پژوهش مهدی کاظمی کاخک (۱۳۸۷) با عنوان "بررسی ابعاد فرهنگ سازمانی کارخانه سیمان بجنورد با استفاده از مدل دنیسون" در مورد شاخص های گرایش و جهت گیری راهبردی، اهداف و مقاصد و چشم انداز دارای امتیازی بالاتر از حد متوسط است که این کارخانه سیمان در مورد این شاخص ها به صورت موثر عمل کرده و می توان گفت که این سازمان ها به طور کل استراتژی هایش به طوری هستند که شرکت می تواند به صورت گسترده به گسترش دادن فعالیت در سطوح مختلف پرداخته و در راستای تنوع بخشیدن به فعالیتها گام برداشته و همچنین در راستای رسیدن به اهداف سازمان گامهای موثری بر دارد.

فرضیه ۲: در فرضیه دوم رابطه بین انطباق پذیری دانشگاهی و هویت دانشجویی وجود داشت با توجه به ضریب همبستگی ($r = 0.267$) در سطح ($p = 0.05$) معنادار بود و جهت رابطه به صورت مثبت و مستقیم است یعنی هر چه نمره انطباق پذیری دانشگاهی بیشتر باشد نمره هویت دانشجویی افزایش می یابد. در بررسی امتیازات کسب شده در ویژگی های فرهنگ سازمانی دانشگاه، بیشترین امتیاز متعلق به شاخص "انطباق پذیری" می باشد. این مولفه از سه شاخص ایجاد تغییر، مشتری گرایی، یادگیری سازمانی تشکیل شده است که بیشترین امتیاز را نسبت به دیگر متغیرها بدست آورده است. این نتایج موید نتایج پژوهش های صورت گرفته توسط ییلماز و ارگان (۲۰۰۸) درباره تاثیر ابعاد مدل فرهنگ سازمانی دنیسون بر عملکرد سازمانهای مورد مطالعه می باشد که در این تحقیق بعد انطباق پذیری بیشترین امتیاز (۳/۶۶) را بدست آورد. و همچنین موید تحقیقات موبلی و همکاران (۲۰۰۵) می باشد، در این تحقیق نیز بعد انطباق پذیری

بیشترین امتیاز را بدست آورده است. سازمان هایی که به خوبی منسجم هستند به سختی تغییر می یابند. لذا یکپارچگی درونی و انطباق پذیری بیرونی را می توان مزیت و برتری سازمان به حساب آورد. سازمان های سازگار به وسیله مشتریان هدایت می شوند، ریسک پذیر هستند، از اشتباه خود عبرت می گیرند و ظرفیت و تجربه ایجاد تغییر را دارند. آنها به طور مستمر در حال بهبود توانایی سازمان به جهت ارزش قائل شدن برای مشتریان هستند. این سازمان ها معمولا عملکرد بهتری را تجربه کرده اند. همچنین نتایج این پژوهش با پژوهش زینب نجار (۱۳۸۹) با عنوان "بررسی رابطه فرهنگی سازمانی و رضایت مشتریان براساس مدل دنیسون در شرکت شیر پگاه تهران" غیر همسو می باشد، دلایل این امر میتوان این گونه بیان کرد که: بعد از بررسی هایی که بر روی ویژگی های فرهنگ سازمانی این شرکت اعمال شد، بیشترین امتیاز متعلق به "در کیر شدن در کار" (۳.۰۹) می باشد. این مولفه از سه شاخص؛ توسعه قابلیتها " (۲.۷۳)، "تیم گرایی" (۲.۸۹) و "توانمند سازی" (۳.۶۵) تشکیل شده که بیشترین و کمترین امتیاز مربوط به شاخص ها را در خود جای داده است. این عدم تعادل در شاخص های یک مولفه فرهنگ سازمانی، بر عملکرد شرکت شیر پگاه تهران تاثیر گذار می باشد. با توجه به اینکه امتیاز "توانمندسازی" بالاتر از "توسعه قابلیت ها" می باشد، نشان دهنده این است که اغلب افرادی در این شرکت تصمیم گیری می کنند که از مهارت و قابلیت لازم برخوردار نیستند. دلیل غیر همسو بودن نتایج فرهنگ سازمانی این دو تحقیق را می توان در نوع جامعه مورد بررسی ما دانست جامعه مورد تحقیق ما دانشگاه بوده و به تبع موضوع انطباق پذیری دانشجویان با فرهنگ یک دانشگاه در اولویت اول قرار دارد و موضوع پژوهش زینب نجار (۱۳۸۹) در باره یک شرکت است که شاخص در کیر شدن در کار ترجیحا برای آن باید در اولویت اول قرار گیرد.

و دانشگاه در بُعد ارزشهای بنیادی در زمینه ی، مجموع ضوابط اخلاقی که به کارکنان دانشگاه محول شده با امتیاز کمتر از حد متوسط، ضعیف عمل کرده است.

بررسی مولفه های هویت دانشجویی:

در زمینه متغیر هویت، دانشجویان در بعد هویت سیاسی بیشترین فعالیت را دارند و بالاترین نمره را در بُعد مشارکت سیاسی گرفتند و در مقابل در بُعد هویت علمی کمترین امتیاز را دانشجویان به خود اختصاص دادند که نشانگر این مطلب بود که در این دانشگاه دانشجویان با روش علمی به مطالعه و تحقیق نمی پردازند. در خصوص مولفه های هویت دانشجویی می توان گفت: در مورد بحث هویت علمی از بین متغیرهای مربوط به هویت، رتبه یکی مانده به آخر این متغیرها را نسبت به شاخص های دیگر شاخص هویت دانشجو کسب کرده و این پژوهش با پژوهش حمید رضا فاتحی با عنوان "درآمدی بر شناخت هویت دانشجویی دانشگاه آزاد واحد رودهن" (۱۳۷۸) همسو بوده که با توجه به پرسشنامه ای که از دانشجویان گرفته شد در سوالات ۲۰، ۲۵، ۲۷ دانشجویان از میانگین پایین تری نسبت به سایرین برخوردار بودند که مهم ترین علل بی رغبتی دانشجویان به فراگیری علم ضعف و سستی اراده خود شخص نسبت به سایر گزینه ها مانند: (نبودن شغل متناسب با رشته، تربیت خانوادگی، سطح علمی و تدریس اساتید، مشکلات مالی و معیشتی) بیان شده بود و متأسفانه با وجود اینکه در محیطی مانند دانشگاه که باید دیدگاه و اصول علمی را بهتر رعایت کنند ما با خلا علمی در مرکز خود روبه رو هستیم. دلیل این موضوع را می توان در نبود انگیزه قوی در بین این قشر فرهنگی و ترویج ندادن حس پرورش ذهن در دانشگاه ها و نداشتن هدف در بین دانشجویان که به ثمره خوبی تبدیل شود دانست.

در دانشگاه علوم تحقیقات با توجه به این سؤال که از دانشجویان پرسیده شد که آیا غیر از متون درسی منابع یا کتاب های دیگری را مطالعه می کنند یا خیر و دانشجویان امتیاز کمتر از حد متوسط را گرفتند ما را به این موضوع

فرضیه ۳: در خصوص شاخص در گیر شدن در کار می توان گفت: ضریب همبستگی ($r=0.349$) در سطح ($p=0.05$) معنادار است و جهت رابطه به صورت مثبت و مستقیم است یعنی هر چه نمره درگیر شدن در کار بیشتر باشد نمره هویت دانشجویی افزایش می یابد. در پژوهش حاضر در مورد متغیر در گیر شدن در کار می توان گفت در بخش توسعه قابلیت ها دانشگاه ضعیف عمل کرده به این صورت که در مورد متغیر در گیر شدن در کار از بین ۳ بعد (توانمند سازی، تیم گرایی، توسعه قابلیتها) بعد توسعه قابلیت ها کمترین نمره را کسب کرده. در توصیف گویه درگیر شدن در کار که به سه بُعد (توانمند سازی، تیم سازی و توسعه قابلیت ها) تقسیم می شود، کارکنان دانشگاه از دید دانشجویان بصورتی عمل می کردند که گویی عضو یک تیم هستند و امتیاز بالایی را در این زمینه بدست آورده اند و نقطه ی ضعفی که در دانشگاه از دید دانشجویان در فرهنگ دانشگاه وجود داشت در بُعد توسعه قابلیت ها بود که دانشگاه از عهده انجام وظایف تفویض شده به خود بر نیامده بود در همین باب تحقیق حسن تنکابنی (۱۳۹۰) با عنوان "بررسی رابطه فرهنگ سازمانی (براساس مدل دنیسون) و رضایت شغلی در سازمان اتوبوسرانی تهران" با پژوهش حاضر از این جهت همسو بوده که در بررسی محور عمودی متغیر فرهنگ نتیجه به این سو سو ق پیدا کرده که تمایل سازمان بیشتر به تمرکز داخلی است و این سازمان بهترین وضعیت را در متغیرهای رسالت و درگیر شدن در کار و شاخص چشم انداز بهترین امتیاز و شاخص یادگیری سازمانی کمترین امتیاز را کسب نمودند.

فرضیه ۴: با توجه به محاسبات انجام شده رابطه بین سازگاری دانشگاهی و هویت دانشجویی با ضریب همبستگی ($r=0.297$) در سطح ($p=0.05$) معنادار گردید و جهت رابطه به صورت مثبت و مستقیم شد یعنی هر چه نمره سازگاری دانشگاهی بیشتر باشد نمره هویت دانشجویی افزایش می یابد. در سنجش گویه سازگاری، توافق نظر در بین مسئولین دانشگاه وجود دارد

رهنمون می کند که دانشجویان کمتر به مطالعه می پردازند و صرفاً به متون درسی خود برای مطالعه اکتفا می کنند و همین نتیجه هم در تحقیق حمید رضا فاتحی با عنوان "درآمدی بر شناخت هویت دانشجویی دانشگاه آزاد واحد رودهن" (۱۳۷۸) که این سؤال در آنجا هم از دانشجویان آن دانشگاه پرسیده شد و جواب آن با تقریب ۸۳ نفر از کل ۱۸۴ یعنی از نصف کمتر کل دانشجویان به مطالعه متون غیر درسی گرایشی ندارند این موضوع بیانگر ضعف در فرهنگ عمومی افراد بالادست دانشگاه در جذب دانشجویان به مطالعه گسترده تر در زمینه دروس دیگر است.

در سؤالاتی که راجع به معنویت بود، حد متوسطی رو به پایین از دانشجویان به معنویت در امور توجه خاصی مبذول می دارند و این موضوع با تحقیق حمید رضا فاتحی با عنوان "درآمدی بر شناخت هویت دانشجویی دانشگاه آزاد واحد رودهن" (۱۳۷۸) همسو و هم جهت است به طوری که در این تحقیق حدود ۶۰ درصد افراد با مسائل معنوی در این تحقیق مخالف بوده و از گویه های مربوط به این سؤال نزدیک به ۶۰٪ گویه مخالف را برگزیده بودند. این موضوع حاکی این امر است که دانشجویان با مسائل معنوی که از سوی دانشگاه و جامعه به آنها القا می شود تا حدودی منافات دارد.

با توجه به مطالب گفته شده به این مطلب رسیدیم که در آخر بین این دو مولفه ما یعنی فرهنگ دانشگاه و هویت دانشجویی رابطه وجود دارد. با وجود رابطه ای که بر طبق امتیازات داده شده به وجود رابطه بین این دو مولفه اذعان می شود ما با بحرانی در هویت اجتماعی و علمی دانشجویان روبرو هستیم. به طوری که قریب به اکثر دانشجویان میل به انزوا و کناره گیری از جمع ها و دوستان و مجامع داشتند و همچنین در بعد دیگر دانشجویان در بعد هویت علمی با مطالعه کم و اتکاء صرف به مطالب استاد و کلاس درس در گیر بودند و از خواندن مطالب غیر درسی امتناء می کردند و این مطلب در هر صورت باید مغایر با فرهنگ یک دانشگاه باشد، و دانشجویان با امتناع کردن از رجوع به کتب دیگر و مطالبی

غیر از متون درسی، دانشجویی می شود دارای اطلاعات عمومی محدود و صرفاً دارای مدرک و این مطلب می تواند مضراتی اساسی را برای جامعه آموزش دیده و تحصیل کرده به بار آورد. این مطلب در صورتی است که رکن اساسی یک دانشگاه باید علم آموزی و ترویج و اشاعه علم باشد که موضوع اول با هویت علمی دانشجویان در ارتباط است و موضوع دوم با هویت اجتماعی دانشجویان در ارتباط است که دانشجویان با فراگیری علم بتواند خود مانند استادی برای جامعه ی به تبع شاید آموزش ندیده امروزی باشد و همین طور در بین دوستان و حتی اساتید خود بتواند به مبادله علم پردازد.

همچنین موضوع جالبی که در این ورطه نظر من را به سوی خود جلب کرد امتیازی بود که دانشجویان به مولفه هویت سیاسی داده بودند و بیشترین امتیاز را در میان مولفه های هویت دانشجویی به خود جلب کرده بود که این موضوع حاکی از این است که برای دانشجویان شرایط فعالیت سیاسی مهیاست و دانشجویان به مسائل سیاسی اهمیت می دهند و فعالیت سیاسی در دانشگاه از اهمیت بالایی برای دانشجویان برخوردار است.

در بعد شاخص های فرهنگ سازمانی با یک نگاه کلی به امتیازاتی که دانشجویان به مولفه های فرهنگی یک دانشگاه داده بودند ما را به این موضوع می رساند که شاخص انطباق پذیری امتیاز خوبی را نصیب خود کرده است که با توجه به توضیحاتی که راجع به مولفه ها داده شد یعنی مبانی نظری گفته شده در این پژوهش ما را به این موضوع رهنمون می کند که سازمان برای ترویج فرهنگ دانشگاه درصدد ایجاد راههایی برای تامین نیاز تغییر بر می آید و دانشجویان را که به نوعی مشتریان سازمان هستند، درک می کند و از آینده با اصول عملی خود سبقت می گیرد و فرصت هایی را برای تشویق خلاقیت، توسعه توانایی ها ایجاد می کند. و در حقیقت سازمان خود را با دانشجویان منطبق می کند. و نظرات دانشجویان بر تصمیمات دانشگاه تاثیر گذار بوده است و در

- تصمیمات دانشگاه غالباً منافع دانشجویان در نظر گرفته می شود.
- نجار، زینب (۱۳۸۹)، بررسی رابطه فرهنگ سازمانی و رضایت مشتریان براساس مدل دنیسون در شرکت شیر پگاه، تهران، دانشگاه پیام نور، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی.
- Brinkies, Jenny (2004) "organizational behavior" **organizational culture**.
- Carter MC Namara (1986) "**Organizational Culture**", available: <http://www.smartpros.com/x36880.xml> 1.
- Cameron, Kim. S. and Quin, Robert. E (1999). *Diagnosins*, Wesley. Sternberg, R. J. (1989). **The nature of creativity**. New york: Combridge university press. WWW. Incentive raeing.Com/inventive Award program motivation. Htm 2005.
- Davidson, G., 2004. The relationship between organizational culture and financial performance in the South African investment bank. Unpublished master's thesis, University of South Africa, Pretoria.
- Denison, D. R., Fisher, C. (2005) The Role of the Board of Directors in Shaping Corporate Culture: Reactive Compliance or Visionary Leadership? Working Paper presented at the **Changing the Game Forum: Reforming American Business** June 2-4, 2005 Beaver Creek, CO.
- Denison, D. R., and Mishra, A. O. (1998). **Does Organizational culture have anufacturing organizations**. Working Paper, University of Michigan.
- Denison, D. R. and Mishra, A. k. (1995). **Toward a theory of organizational culture and effectiveness**. Organization Science, 6(2), 204-223.
- Fincham, R., Rhodes, p., 2004. **principles of organizational**
- بیدختی، حسین (۱۳۷۹). فرهنگ سازمانی، **زمینه های پیدایش و نمود ها**، روش، سال نهم، شماره پنجاه و هشتم، صص ۶-۱۳.
- توره، ناصر و زارعی متین، حسن (۱۳۸۶)، **دانشگاه و هویت دانشجویی**، دانشگاه آزاد اسلامی، سال ۱۱، شماره ۳.
- رهنما، اکبر و عبدالملکی، صابر (۱۳۸۷)، در آمدی بر مبانی نظری هویت، دانشگاه تهران، **ماهنامه مهندسی فرهنگی**، سال سوم، شماره ۲۱ و ۲۲.
- فاتحی، حمیدرضا (۱۳۷۸)، درآمدی بر شناخت هویت دانشگاه رودهن، دانشگاه آزاد واحد رودهن.
- کاظمی کاخک، مهدی (۱۳۸۷)، بررسی ابعاد فرهنگی سازمانی کارخانه سیمان بجنورد با استفاده از مدل دنیسون، دانشگاه پیام نور، دانشکده علوم انسانی.
- منوریان، عباس؛ قربانی، محمد حسین؛ شریفی، مسلم، (۱۳۷۸). **فرهنگ سازمانی با تکیه بر مدل دنیسون**، نشر شیراز، چاپ.
- مورهد، گریفن (۱۳۷۵)، **رفتار سازمانی** ترجمه الوانی، غلامرضا معمار زاده، مروارید، تهران، چاپ دوم.
- صحبت لو، علی و میرزا محمدی، حسن (۱۳۸۸)، جهانی شدن و فرهنگ مطلوب دانشجویی در نظام دانشگاهی کشور، فرهنگ در دانشگاه اسلامی، سال ۱۳، شماره ۲.

- European Management*, 22(6), 624-636.
- Schabracq, Marc 2007; Changing Organizational Culture”, John Wiley & Sons LTD. The Atrium, Southern Gate, Chichester, England.
 - Sorensen, J., 2002. The Strength of corporate culture and the reliability of firm performance. Retrieved December 21, 2004, from www.findarticles.com/p/articles/mi_m4035/is_1_47/ai_87918557/pg_9.
 - Tsui, A. S., Zhang, Z., Wang, H., Xin, K. R. and Wu J. B. (2006). Unpacking the relationship between CEO leadership behavior and organizational culture, *The Leadership Quarterly*, 17, 113-117.
 - Yilmaz, C. and Ergan, E. (2008). *Organizational culture and firm effectiveness: An examination of relative effects of culture traits and the balanced culture hypothesis.*
 - *behavior*. Retrieved December 21, 2004, from http://www.oup.co.uk/pdf/bt/fincham/chapter_15.pdf.
 - Frankental, Peter. (2005) "Corporate Social Responsibility- Apr Invention?" *Corporate Communications: An International Journal* V. 6 Number. _PP 18-23.
 - Gillespie A. M., Denison D., Haaland S., Smerek R. and Neale W. (2008). *Linking Organizational culture and customer satisfaction: Result from two companies in different industries*, European Journal of work and organizational psychology.
 - Heaven. P. C. L. (1994). Contemporary Adolescence, a social Psychological approach. South Melbourne: Macmillan Educational (27-40).
 - Ke welling, kee wei. K wok (2007) “organizational culture and leader ship” city university of Hong Kong.
 - Kneller. G. F. (1965). Educational Anthropological an introduction.
 - Korte, R. and Chermack, T. (2007). Changing organizational culture with scenario planning, *Journal of Future*, 39, 645-656.
 - LaGuardia Dorian. (2008). “organizational Cultures”, Jorurnal ABI/INFORM GLOBAL.
 - Mobley, W. H., Wang, L., Fang, K., (2005). *Organizational Culture: Measuring and Developing It in your Organization*. Published in the Harvard Business Review China, 128-139.
 - Norval, Aletra J. (2003). "The Politics of Ethnicity and Identity", in: *Cambridge Dictionary of Sociology*, Cambridge: Cambridge University Press.
 - Philip, G. and Mc Keown, L. (2004). Business Transformation and Organizational culture, *Journal of*

Quarterly Journal of Educational Psychology

Islamic Azad University Tonekabon Branch

Vol. 3, No. 4, winter 2012, No 12



Journal of Educational
Psychology

Relationship between University Culture and Student Identity in Islamic Azad University

Layeghi. Mitra ^{1*}, Navehebrahim. Abdolrahim ²

- 1) Department of Educational Administration, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran
- 2) Department of Educational Administration, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

*Corresponding author: mi.layeghi@gmail.com

Abstract

This study was conducted to find out the relationship between university culture and student identity in Islamic Azad University. According to Denison (2000), university culture as an independent variable is defined as compatibility, flexibility, job involvement, and duty. Hypotheses were proposed for the relationships between these four components of university culture and student identity. To collect the required data, a questionnaire was designed with 51 items (30 questions related to the educational culture and the rest 21 ones related to student identity). The validity of the questionnaire was approved by experts and, for reliability, questionnaire was distributed between 30 pilot students and its Kronbach's alpha coefficient was calculated equal to 0.93. Statistical population included all students of Islamic Azad University, Science and Research Branch and its sample was 378 persons according to Morgan table. The Pearson Correlation Coefficient was used for data analysis. Results show that there is a significant relationship between university culture and student identity with Correlation Coefficient of $r=0.380$ at probability value of $P=0.05$. Based on the collected data, there is also a correlation between additional component of university culture and student identity. Consequently, it can be inferred that collegiate culture shall be improved and amended for improvement of students' identity and efficiency when they enter the job market.

Key words: Organizational Culture, Student Identity.
