

Needs Assessment and Needs Typology of Young University Elites

**Behnam Lotfi
Khachaki** 

Assistant professor, Department of Social Science Education, Farhangian University, Tehran, Iran

**Mansoureh
Mahdizadeh** *

Assistant professor, Department of Theory-Oriented STI Studies, National Research Institute for Science Policy (NRISP), Tehran, Iran

Abstract

With the aim of identifying and prioritizing the needs of the young elites and the typology of this group, the current research identified the needs of the elites in the framework of the Q method, while conducting in-depth interviews with the elites and examining the available resources. In the second part, 62 young university elites completed the final questionnaire. Then, four mental patterns were obtained. According to the findings, the "supportive elites" are mostly looking for support and facilities for livelihood, research, recruitment etc., and they adapt themselves well to quantitative criteria to obtain support and facilities. "Participating elites" believe that the existing support should be appropriate to the dignity and special conditions of each elite. This group needs to provide the basis for their influence through interaction with different levels of governance and with other elites. "Individual elites" seek public support in the fields of livelihood, research, and equipment, and prefer short-term and economic support to long-term and targeted facilities. "Operational elites" are also mainly looking for specific and targeted support such as commercialization of products, creation of knowledge-based businesses and application of research. Finally, operational and policy proposals were presented to meet these needs.

Keywords: Needs Assessment, Young Elites, Typology, Q Method.

* Corresponding Author: mahdizadeh@nrsp.ac.ir

How to Cite: Lotfi Khachaki. B., Mahdizadeh. M. (2022). Needs Assessment and Needs Typology of Young University Elites, *Quarterly Journal of Social sciences*, 29(98), 43-80.

Introduction

Needs assessment is a systematic process to determine goals, identify gaps between the current situation and goals, and finally determine priorities for action and implementation of solutions.

In the elite system, the lack of a mechanism to measure the needs of the elites creates shortcomings such as the lack of complete understanding of the demands and needs of the elites, the weakness of the two-way communication between the elite system and the elite society, and the lack of theoretical foundations that can be used in planning for the elites. These problems are the main motives for conducting the present research.

The current research was conducted with the aim of identifying and prioritizing the needs of the young elite.

Research Question(s)

1. What are the most important needs of young elites in different fields (cultural, social, economic, scientific and research)?
2. How to prioritize the needs of the young elite?
3. What is the typology of young elites according to their needs, motivations and different capabilities?

Literature Review

The works that have been done in the field of needs assessment fall into several general categories, which include research needs assessment or determining research priorities, educational needs assessment, needs assessment of groups and informational needs assessment. The research review showed that in relation to different groups such as immigrants, doctors, nurses, managers, employees, teachers, youth, women, children, parents and students, needs assessment has been done in the aforementioned four areas; However, in the field of elites, as one of the most important sections of the society, no comprehensive research has been done in the field of needs assessment.

Another point is that the domestic and foreign studies found with the keyword "elite" in English were mainly related to sports elites, which is outside the scope of the present research. Furthermore, some studies have only emphasized elites as the studied group and did not enter into the topic of needs assessment, for example, media consumption, social vitality or scientific creativity among elites. A

number of studies also focused on a specific issue related to elites such as immigration.

On the other hand, most of the internal research is in the category of educational needs assessment and has been done with a quantitative method, while in external research, the percentage of qualitative research is higher than internal research. Therefore, by choosing a combined method that considers both quantitative survey method and qualitative and exploratory approach, in addition to filling the research gap in this field, this research tries to calculate the needs of the elites that can be used by the elite system.

Materials and Methods

In the framework of the Q method, while conducting in-depth interviews with the elites and examining the available resources. In the second part, 62 young university elites completed the final questionnaire. By analyzing the data, using the factor analysis method, four factors or mental patterns of elites were obtained.

4. Results
In this study, four mental patterns of elites were obtained. According to the findings, the "supportive elites" are mostly looking for support and facilities for livelihood, research, recruitment etc., and they adapt themselves well to quantitative criteria to obtain support and facilities. "Participating elites" believe that the existing support should be appropriate to the dignity and special conditions of each elite. This group needs to provide the basis for their influence through interaction with different levels of governance and with other elites. "Individual elites" seek public support in the fields of livelihood, research, and equipment, and prefer short-term and economic support to long-term and targeted facilities. "Operational elites" are also mainly looking for specific and targeted support such as commercialization of products, creation of knowledge-based businesses and application of research.

Discussion and Conclusion

Many of the needs of elites are linked to each other in a chain, and solving some of them will provide the basis for solving other related needs; on the contrary, not addressing one need can be the foundation of formation of other related needs. On the other hand, the institutions in charge of the elites should have a support package for the elites that proportionately considers all four elites' mentality and meets the needs


of all four categories of elites. The existence of a need in the mind of the elites requires careful planning and policy in order to solve it. This planning can lead to modification of the current procedures and their improvement, or the design of a new support program.


Acknowledgments

This research was supported by the National Elites Foundation of the Islamic Republic of Iran, so the authors (highly) appreciate the assistance of the National Elites Foundation.



نیازسنجی و سنخ‌شناسی نیازهای نخبگان جوان دانشگاهی

استادیار گروه آموزش علوم اجتماعی، دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران |  بهنام لطفی خاچکی

استادیار گروه مطالعات نظری علم، فناوری و نوآوری، مرکز تحقیقات سیاست علمی کشور، تهران، ایران |  منصوره مهدی‌زاده *

چکیده

تحقیق حاضر باهدف شناخت و اولویت‌گذاری نیازهای نخبگان جوان و سنخ‌شناسی این گروه، در چارچوب روش کیو ضمن مصاحبه عمیق با نخبگان و بررسی منابع موجود، نیازهای نخبگان را شناسایی نمود. در بخش دوم ۶۲ نفر از نخبگان جوان دانشگاهی پرسشنامه نیازها را تکمیل نمودند. سپس چهار عامل یا الگوی ذهنی به دست آمد. طبق یافته‌ها «نخبگان حمایت‌طلب» بیشتر به دنبال حمایت‌ها و تسهیلات معیشتی، پژوهشی، جذب و ... بوده و برای کسب حمایت‌ها و تسهیلات به‌خوبی خود را با ملاک‌های کمی انطباق می‌دهند. «نخبگان مشارکت‌جو» عقیده دارند حمایت‌های موجود باید متناسب با شأن و منزلت و شرایط خاص هر یک از نخبگان باشد. این گروه نیاز دارند که زمینه اثرگذاری آن‌ها از طریق تعامل با سطوح مختلف حاکمیتی و با سایر نخبگان فراهم شود. «نخبگان فردگرا» به دنبال حمایت‌های عمومی در زمینه‌های معیشتی، پژوهشی و تجهیزات بوده و حمایت‌های کوتاه‌مدت و مادی را به تسهیلات بلندمدت و هدف گذاری شده ترجیح می‌دهند. «نخبگان عملیاتی» نیز عمدتاً به دنبال حمایت‌های خاص و هدفمند مانند تجاری‌سازی محصولات، ایجاد کسب‌وکارهای دانش‌بنیان و کاربردی ساختن پژوهش‌ها هستند. در نهایت پیشنهادها و عملیاتی و سیاست‌گذارانه برای رفع این نیازها ارائه شد.

کلیدواژه‌ها: نیازسنجی، نخبگان جوان، سنخ‌شناسی، روش کیو.

مقاله حاضر برگرفته از طرح پژوهشی با عنوان «نیازسنجی و سنخ‌شناسی نیازهای نخبگان جوان دانشگاهی» با حمایت بنیاد ملی نخبگان است.

* نویسنده مسئول: mahdizadeh@nrsp.ac.ir

طرح مسئله

در هر جامعه‌ای اقشار و گروه‌های مختلف با نیازهای گوناگون زندگی می‌کنند. این نیازها دامنه گسترده‌ای دارد و برای شناخت آن راهکارهای متعددی اندیشیده شده است. یکی از این گروه‌ها نخبگان هستند. در سند راهبردی کشور در امور نخبگان، نخبه را فردی برجسته و کارآمد اطلاق می‌کنند که در خلق و گسترش علم، فناوری، هنر، ادب، فرهنگ و مدیریت کشور در چارچوب ارزش‌های اسلامی اثرگذاری بارز داشته باشد و همچنین فعالیت‌های وی بر پایه هوش، خلاقیت، انگیزه و توانمندی‌های ذاتی از یک سو؛ و خبرگی، تخصص و توانمندی‌های اکتسابی از سوی دیگر، موجب سرعت بخشیدن به پیشرفت و اعتلای کشور شود (National Elites Foundation, 2016). نخبگان سرمایه انسانی هر جامعه‌ای هستند که نقش بی‌بدیلی در پیشرفت اقتصادی یک کشور دارند (Bolandhematan & Mohammadi, 2015) و توانمندی این گروه ظرفیت و قابلیت توسعه کشور را افزایش می‌دهد (صحبتی‌نیا و همکاران، ۱۳۹۲) (Sohbatihia & et al, 2013)؛ بنابراین توجه ویژه به شناسایی، پرورش، حفظ و بهره‌گیری مطلوب و بهینه از نخبگان مهم و حیاتی است.

بهره‌وری جامعه نخبگانی در هر کشوری بستگی به عوامل گوناگون دارد. یکی از این عوامل میزان رسیدگی به احتیاجات و نیازهای مختلفی است که نخبگان در عرصه‌های گوناگون آن را احساس می‌کنند. در واقع نخبگان زمانی می‌توانند از حداکثر توان خود در جهت خدمت به جامعه استفاده نمایند که نیازهای اساسی آن‌ها مرتفع شده باشد. مفهوم نیاز به معنای خواسته‌ها و نظرات افراد در موضوعی مشخص و فقدان یا ضرورت چیزی است. در واقع نیاز به عنوان نقص یا مشکلی که باید برطرف شود و نیز به معنای فاصله یا شکاف با وضعیت مطلوب شناخته می‌شود (Mohammadi, 2015). علی‌رغم برخی تلاش‌ها در حوزه نخبگان در جهت رفع نیازهای این قشر مهم جامعه، همچنان شناخت دقیق نیازهای این گروه از خلأهای تحقیقاتی پیش رو است. به لحاظ نظری نیز مفهوم نیاز و کنش ارتباط نزدیکی با یکدیگر دارند. به بیان دیگر

نیازها انگیزه‌هایی برای انواع رفتارها و رفتارها بازتاب نیازها هستند (Shojaii, 2008). نیازها انگیزه‌های مهم رفتار فردی و جمعی معرفی و رفع نیازها ضامن بقای زندگی انسان‌ها دانسته شده است (Carver, S. C., & Scheir, 2011)؛ بنابراین برآورده نشدن نیازهای گروه‌های مختلف جامعه از جمله نخبگان می‌تواند رفتارها و کنش‌های گوناگونی را از سوی آن‌ها به دنبال داشته باشد که باید یکی از مهم‌ترین آن‌ها را مهاجرت نخبگان دانست. خروج نخبگان از کشور در سال‌های اخیر پررنگ‌تر شده است. به گواه آمار رسمی در میان کشورهای در حال توسعه، ایران شاهد میزان بالای مهاجرت نخبگان بوده است (Fatemi amin, 2022: 116). از این جهت برای رفع پیامدهای زیان‌بار عدم رفع نیازها، در مرحله اول باید شناخت درستی از این نیازها صورت بگیرد. اینجاست که باید از مفهوم مهمی به نام نیازسنجی سخن گفت. نیازسنجی فرایندی است نظام‌مند، برای مشخص کردن هدف‌ها، شناسایی شکاف میان وضع موجود و اهداف و سرانجام تعیین اولویت‌ها برای عمل و پیاده‌سازی راه‌حل‌ها است. به سخن ساده‌تر، نیازسنجی فرایند شناسایی نیازهای مهم و فراهم‌آوری راه‌های رفع آن نیازهاست (Fathi Vajargah, 2006). نیازسنجی ابزاری است برای ایجاد رضایت‌مندی کاربران (Vazirpour, 2004) و از طریق آن است که می‌توان برنامه‌های کوتاه‌مدت و نیز بلندمدت را در راستای تأمین نیازهای اطلاعاتی افراد و خدمت‌رسانی به آن‌ها، تدوین کرد.

علت ناکامی بسیاری از برنامه‌ها و شکست بسیاری از پروژه‌ها در زمینه رفع مشکلات اقشار مختلف جامعه این است که قبل از راه‌اندازی از کاربران آن طرح یا خدمت نیازسنجی نشده است. نیازسنجی به مدیران و برنامه‌ریزان کمک می‌کند تا در میان تمامی خواسته‌ها و نیازها آن‌هایی را مورد توجه قرار دهند که از دیدگاه کاربران و افراد در اولویت قرار دارند (Hashemi et al, 2017). از نیازسنجی می‌توان برای کمک به بهبود شایستگی‌ها، عملکرد گروه‌های شغلی و آمادگی در مقابل تغییرات آینده استفاده کرد. همچنین نیازسنجی درست علاوه بر اینکه باعث صرفه‌جویی در بودجه سازمان‌ها برای رسیدن به اهداف مختلف می‌شود، مانع مختوم به شکست شدن برنامه‌های یک سازمان

می‌گردد (Potter, 2004). از این جهت نیازسنجی اهمیت شایانی برای سازمان‌ها و گروه‌های مختلف اجتماعی دارد.

نیازسنجی باعث می‌شود سازمان‌ها در قبال برنامه‌های خود پاسخگو و مسئول باشند؛ موضوعی که تشخیص و شناسایی ضعف‌ها و مسائل و مشکلات اساسی سازمان‌ها و استفاده بهینه از منابع و امکانات موجود را به دنبال دارد (Mohammadi, 2015: 39)؛ بنابراین قبل از هر برنامه‌ای اعم از اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و ... لازم است برنامه‌ریزان و طراحان به علم نیازسنجی و اصول آن مجهز باشند (Tawakoli et al, 2016). نیازسنجی درست، مقدمه رفع نیازها است و این خود باعث افزایش تعلق نخبگان به کشور، بالا رفتن بهره‌وری و کاهش مهاجرت آن‌ها می‌شود. در نظام نخبگانی، فقدان سازوکار سنجش نیازهای نخبگان، کاستی‌هایی چون عدم شناخت کامل از خواسته‌ها و نیازهای نخبگان، ضعف در ارتباط‌های دوسویه بین نظام نخبگانی و اجتماع نخبگانی و فقدان پایه‌های نظری قابل به کارگیری در برنامه‌ریزی برای نخبگان را ایجاد می‌کند. این مشکلات، انگیزه‌های اصلی برای انجام پژوهش حاضر است.

همچنین شناسایی درست نیازهای نخبگان، می‌تواند برنامه‌ریزی دقیق و تخصیص بودجه به نظام نخبگانی یعنی مجموعه بخش‌های مختلف کشور اعم از نقش آفرینان، نهادها، قوانین، سازوکارها و روندهایی که بر فعالیت‌های نخبگانی و اجتماع نخبگانی - افراد و گروه‌هایی که توانمندی‌های بالقوه یا بالفعل انجام فعالیت‌های نخبگانی را دارا هستند (National Elites Foundation, 2012) را در پی داشته باشد.

از سوی دیگر تحقیق حاضر در کنار شناسایی نیازهای نخبگان جوان به دنبال اولویت‌گذاری و رتبه‌بندی این نیازها و نیز سنخ‌شناسی نخبگان برحسب نیازهایشان می‌باشد. نیازسنجی پیوند موثقی با موضوع اولویت‌بندی نیازها دارد. در واقع شناسایی نیازها در صورتی که به‌خوبی صورت گیرد، به اولویت‌بندی مناسب نیازها منجر می‌شود. اولویت‌بندی نیازها نیز با توجه به محدودیت‌های منابع انسانی و مالی به برنامه‌ریزی سازمانی کمک شایانی می‌کند؛ بنابراین با محقق شدن این هدف، سازمان‌ها، نهادها و افراد دخیل در

رفع نیازهای نخبگان جوان، به‌خوبی می‌توانند مسیر درستی در جهت رفع نیازهای مختلف با درجات اهمیت متفاوت ترسیم نمایند. از این‌رو تحقیق حاضر به دنبال پاسخگویی به سؤالات زیر شکل گرفته است:

۱. مهم‌ترین نیازهای نخبگان جوان در زمینه‌های مختلف (فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، علمی و پژوهشی) کدام‌اند؟
۲. اولویت‌بندی نیازهای نخبگان جوان چگونه است؟
۳. سنخ‌شناسی نخبگان جوان با توجه به نیازها، انگیزه‌ها و توانمندی‌های متفاوت چگونه است؟

پیشینه پژوهش

مرور پیشینه پژوهش و مجموعه تحقیقات انجام‌شده حول محور نیازسنجی نشان می‌دهد در کشور پژوهش‌های مختلفی در خصوص نیازسنجی وجود دارد. عاقلی‌نژاد (2013) در تحقیق خود با عنوان «شناسایی و اولویت‌بندی نیازهای کیفی و ارائه راهکار بهبود خدمات ارائه‌شده به نخبگان» با روش کمی به این نتیجه رسید که میانگین ادراکات اعضا از کیفیت خدمات کمتر از حد مطلوب و میزان انتظارات آن‌ها از ادراکات بیشتر است. محمدی و همکاران (2022)، در پژوهش «نیازسنجی آموزش محیط زیستی و سنجش دانش، نگرش و رفتار محیط زیستی دانش‌آموزان مقطع ابتدایی» نشان دادند هرچند دانش‌آموزان نسبت به اکثر مسائل محیط زیستی آگاهی کامل دارند و همچنین رفتار و نگرش محیط زیستی آن‌ها در سطح خوبی قرار دارد. با این‌وجود برخی برنامه‌های آموزشی نیاز به گسترش و تقویت دارد. ظریف منش و همکاران (2022)، در تحقیق ترکیبی خود با عنوان «نیازسنجی آموزشی سطوح راهبردی دوره دکترای اندیشه نظامی با تأکید بر برنامه درسی» بر مبنای الگوی فرآیند نیازسنجی آموزشی چونگ در سه مؤلفه تعیین نیازها، تعیین اهداف و برنامه درسی، شاخص‌هایی را احصاء نمودند.

در حوزه منابع خارجی نیز تحقیقاتی مرتبط با حوزه نیازسنجی در رشته‌های مختلف دانشگاهی انجام شده است. مادارباکس (2016) در پژوهشی تحت عنوان «آموزش بین

دینی: مفهوم‌سازی چارچوب یک نیازسنجی برای برنامه درسی طراحی شده در جوامع چندفرهنگی» نشان داد مهم‌ترین عواملی که بر طراحی برنامه درسی و سیاست‌گذاری در این حوزه تأثیر می‌گذارد عبارت‌اند از عوامل جهانی، جمعیت‌شناختی، محلی، سیاسی، قانونی و دینی. تاکایا (2016) در پژوهش کیفی با عنوان «نیازسنجی دانشجویان خارجی در تایوان» به این نتیجه دست یافت که یکی از نیازهای اساسی دانشجویان خارجی حمایت زبانی است. لذا خدمات حمایتی برای دانشجویان خارجی آینده در تایوان برای مطابق کردن نیازهای دانشجویان با زمینه زبان چینی و غیرچینی پیشنهاد شده است.

به‌عنوان جمع‌بندی بررسی پیشینه داخلی و خارجی در رابطه با موضوع تحقیق می‌توان دریافت که کارهایی که در زمینه نیازسنجی انجام شده است در چند دسته کلی قرار می‌گیرند که عبارت است از نیازسنجی پژوهشی یا تعیین اولویت‌های پژوهشی، نیازسنجی آموزشی، نیازسنجی اقشار و گروه‌ها و نیز نیازسنجی اطلاعاتی. بررسی تحقیقات نشان داد که در رابطه با اقشار و گروه‌های مختلفی مانند مهاجران، پزشکان، پرستاران، مدیران، کارکنان، معلمان، جوانان، زنان، کودکان، والدین و دانشجویان نیازسنجی در حوزه‌های چهارگانه مذکور انجام شده است؛ اما در حوزه نخبگان و سرآمدان به‌عنوان یکی از مهم‌ترین اقشار جامعه تاکنون پژوهش جامعی در حوزه نیازسنجی انجام نشده است.

نکته دیگر اینکه تحقیقات داخلی و خارجی یافت شده با کلیدواژه نخبه یا نخبگان در زبان فارسی و انگلیسی عمدتاً مربوط به نخبگان ورزشی بوده است که از دایره تحقیق حاضر خارج است. همچنین برخی تحقیقات صرفاً بر نخبگان به‌عنوان گروه مورد مطالعه تأکید داشته‌اند و به مبحث نیازسنجی ورود پیدا نکردند؛ برای مثال مصرف رسانه‌ای، نشاط اجتماعی یا خلاقیت علمی در بین نخبگان. تعدادی از پژوهش‌ها نیز بر یک مسئله خاص مرتبط با نخبگان مانند مهاجرت متمرکز شده بودند.

از طرف دیگر اغلب تحقیقات داخلی در دسته نیازسنجی آموزشی بوده و با روش کمی انجام شده است، درحالی‌که در تحقیقات خارجی درصد پژوهش‌های کیفی بیشتر از تحقیقات داخلی است. لذا تحقیق حاضر با گزینش روش ترکیبی که هم روش کمی

پیمایشی را مدنظر دارد و هم رویکرد کیفی و اکتشافی، تلاش دارد علاوه بر پر کردن خلأ پژوهشی در این حوزه، نیازهای مربوط به نخبگان را که می‌تواند مورد استفاده نظام نخبگانی قرار بگیرد احصاء نماید.

بررسی پیشینه مفهوم «نیاز»، نشان می‌دهد این مفهوم معانی مختلفی شامل خواسته‌ها و نظرات افراد، نقص یا مشکل، فقدان یا ضرورت چیزی و نیز فاصله یا شکاف را دربرمی‌گیرد (Moradi & Salehi, 2016: 102). هر ارگانیسم زنده نیازهایی دارد که ارضای این نیازها، شرط بقای ارگانیسم و تکامل آن است. این موضوع دربارهٔ انسان نیز صدق می‌کند. هر نوع فعالیت آگاهانه در نهایت به سوی ارضای نیازها هدایت می‌شود و تبیین و تفسیر نیازها در قلمرو علوم مختلف با جهت‌گیری‌های گوناگونی همراه است (Rafipour, 1985: 45).

روانشناسان عمدتاً نیاز را بر اساس غرایز انسان تبیین می‌کنند. مازلو نیازها را دارای سلسله مراتبی می‌داند که به ترتیب اهمیت و اولویت عبارت‌اند از: نیاز جسمی یا فیزیولوژیک، نیاز به امنیت، نیاز به عشق و محبت و احساس تعلق، نیاز به حرمت و احترام، نیاز به دانستن و فهمیدن، نیازهای زیبایی‌شناختی و نیاز به خودیابی و خویش‌شناسی (Malinowski, 1999). روانشناسان نیاز را پدیده‌ای روانی می‌دانند که منشأ آن در درون انسان است و به نیروی ذهنی اطلاق می‌شود که موجب انگیزش و سرزدن رفتار خاصی از آدمی می‌گردد تا به ارضای نیاز پدید آمده بینجامد (Rahim Nik, 1995: 9). کارور و شیر (1992) بیان می‌کنند که در دانش روانشناسی نیازها انگیزه‌های مهم رفتار فردی و جمعی معرفی شده است که تداوم و بقای زندگی انسان‌ها (فردی و جمعی) در برآورده ساختن آن‌ها است. نیازها و رفتارهای فردی و جمعی با یکدیگر ارتباط متقابل دارند. نیازها انگیزه‌هایی برای انواع رفتارها و رفتارها بازتاب نیازها هستند (Shojaii, 2008). با توجه به نظریه‌های روان‌شناختی، نیاز حسی درونی است و برحسب خصوصیات فردی، اشکال و رتبه‌های متفاوتی دارد که از نیاز جسمی تا خودشکوفایی متنوع است. برخی نیازها در بین افراد مشترک‌اند و محیط زندگی و اجتماع نیز تأثیر به‌سزایی در ارضای آن‌ها دارند

(Shaakeri, 2008: 18). این نظریه‌ها غالباً نیاز را وابسته به جنبه‌های شخصیتی افراد می‌دانند. هرچند در تحقیق حاضر که جامعه مورد مطالعه آن نخبگان جوان هستند، در تعیین نیازهای این گروه می‌توان از نظریات روانشناسی بهره گرفت، اما لازم است نیازهای این قشر در بستر اجتماع و در ارتباط با سایر اقشار نیز مورد توجه قرار گیرد. اینجاست که نظریات جامعه‌شناختی حول محور نیاز نیز اهمیت می‌یابد.

جامعه‌شناسان، برخلاف روان‌شناسان نیاز را به لحاظ پیوستگی و ارتباط فرد با جامعه و محیط پیرامونش مطالعه می‌کنند. در این نوع نگرش نیازهای جمعی مورد توجه قرار می‌گیرد؛ نیازهایی که زائیده روابط فرد یا گروه اجتماع است. در این حوزه نیز با تأکید بر جنبه اجتماعی نیازها، نظریه‌هایی برای تبیین آن‌ها ارائه شده است. یافته‌های جامعه‌شناسان در زمینه نیازهای انسان در حوزه خدمات اجتماعی، کنترل بحران‌های سیاسی، اقتصاد و تجارت کاربردهای وسیعی دارد. بنابراین شناخت و تحلیل نیازها با انگیزه‌های مختلفی همراه است و هر جامعه مجبور است برای ادامه حیات و ثبات خویش، نیازهای موجود را شناسایی و بر اساس آن‌ها برنامه‌ریزی کند. از این جهت از نظر عملی این سؤال مطرح است که چگونه می‌توان نیازهای جامعه را شناخت و چطور می‌توان این نیازها را مبنای برنامه‌ریزی قرار داد (Babaei, 1997). سؤالی که در تحقیق حاضر باید بدین شکل مطرح شود که چگونه می‌توان نیازهای جامعه نخبگانی را شناسایی نمود و بر مبنای آن دست به برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری برای نخبگان زد.

رفیع‌پور درباره رابطه میان انسان‌ها، نیازها و اهداف و آرزوهایشان به نقل از دورکیم آورده است: «هنگامی که شرایط اجتماعی و فرهنگی جامعه از ثبات و استحکام نسبی برخوردار باشد، آرزوها و نیازهای انسان از طریق هنجارها و ضوابط و ضمانت‌های اجرایی آن‌ها تنظیم و کنترل می‌شود. هرگاه هنجارهای اجتماعی و فرهنگی بنا به هر دلیلی سست و تضعیف شوند، کنترل آرزوها و نیازهای بی‌حد و حصر افراد از بین می‌رود و وضعیتی آنومی یا نوعی بی‌هنجاری به وجود می‌آید و از آنجا که این آرزوهای بی‌حد و حصر نمی‌تواند ارضا شود در نتیجه نوعی نارضایتی اجتماعی دائمی شکل می‌گیرد.» (Rafipour,)

13: 1998). این توضیحات نشان می‌دهد عدم شناخت درست نیازها و فقدان تلاش مؤثر برای رفع آن‌ها می‌تواند اعتراضات و حتی سرخوردگی اجتماعی را به همراه داشته باشد. موضوعی که در بین قشر نخبگان، خصوصاً نخبگان جوان اهمیت دوچندان دارد.

در طبقه‌بندی نیازها از سوی اندیشمندان این حوزه با توجه به تعدد ملاک‌ها، طبقه‌بندی‌های گوناگونی وجود دارد (Moinadini, 2018: 207)؛ مانند تقسیم‌بندی از نظر زمان شامل نیاز کوتاه‌مدت که باید در مدت‌زمان کوتاهی برآورده شوند و نیازهای بلندمدت (Yarmohammadeian et al, 2012)، طبقه‌بندی مبتنی بر نیازهای آتی و پیش‌بینی‌شده یا مورد انتظار با توجه به «شرایط و تحولات نیازهای آینده» (Fathi, 2012: 19)، طبقه‌بندی مبتنی بر سطوحی همچون فردی، گروهی و تیمی، سازمانی، بخشی، کشوری (ملی)، منطقه‌ای و جهانی (Carrera, 1989: 39) و طبقه‌بندی مبتنی بر رویکرد برنامه‌ریزی سازمانی یعنی آینده‌گرا و گذشته‌گرا بودن. در اینجا نیز باید توجه داشت که می‌توان نیازهای نخبگان را نیز شامل نیازهای آتی و آینده‌گرا و یا نیازهای پیش‌بینی‌شده تقسیم نمود. از سوی دیگر باید توجه داشت نیازهای نخبگان در سطح فردی و گروهی قابل طبقه‌بندی است.

در دسته‌بندی دیگر، نیازها را به انواع هنجاری (یا استاندارد که توسط صاحب‌نظران و متخصصان هر حوزه و براساس استانداردهای مشخص تعریف می‌شوند)، محسوس (درک تفاوت وضعیت موجود با وضعیت مطلوب توسط مخاطب باعث احساس نیاز در او می‌شود)، بیان‌شده (یا تقاضا که از راه‌های مختلف اعلام شده و افراد تقاضای رفع آن را دارند) و مقایسه‌ای (ناشی از مقایسه افراد یا گروه‌ها با یکدیگر) تقسیم می‌کنند (Tawakoli et al, 2016). از دسته‌بندی چهارگانه فوق نیز می‌توان نتیجه گرفت در حوزه نیازسنجی نخبگان، نیاز بیان‌شده باید بیشتر مورد توجه قرار گیرد.

در ادامه در خصوص مفهوم «نیازسنجی» توضیحاتی ارائه خواهد شد. نیازسنجی بیش از هر چیز مرتبط با مبحث مدیریت منابع انسانی است. اغلب تحقیقات و ادبیات نظری موجود در این حوزه بر نیازسنجی آموزشی متمرکز شده‌اند. برخی مفاهیم نیازسنجی

آموزشی همچون انگیزه و توانایی، در حوزه نخبگان هم قابل کاربرد است. با این حال دامنه نیازسنجی از حوزه بحث‌های آموزشی فراتر رفته است.

نیازسنجی عبارت است از کاربرد فنونی که بتوان به کمک آن‌ها اطلاعات مناسب را درباره نیازها گردآوری کرد و به الگوی نیازها و خواسته‌های فرد، گروه و جامعه دست یافت. هدف اساسی نیازسنجی، تولید اطلاعات درباره مصرف‌کنندگان و کاربران است. از این طریق می‌توان مشارکت مسئولانه کاربران (مصرف‌کنندگان کالا یا خدمات) را در طراحی، ایجاد، استقرار و تداوم حیات سیستم‌ها جلب نمود (Babaei, 2003; Omidkhoda & Sepehr, 2008: 3). نیازسنجی با شناسایی نیازهای مهم، مبنایی برای تعیین اهداف و تبعاً بستر مناسب برای سازماندهی سایر عناصر مهم حول محور نیازهای اولویت‌یافته فراهم می‌سازد. به طور کلی نیازسنجی فرآیند جمع‌آوری اطلاعات درباره نیازهای افراد، گروه‌ها، سازمان‌ها و مؤسسات و اولویت‌بندی آن‌هاست تا از این رهگذر، زمینه لازم برای برطرف کردن این نیازها فراهم آید (Fathi Vajargah, 2006). همانطور که ملاحظه می‌شود تأمین رضایت گروه هدف و رفع نیازهای آن یکی از اهداف نیازسنجی است. از این جهت تحقیق حاضر نیز در بلندمدت چنین هدفی را دنبال می‌کند.

نیازسنجی فرایند جمع‌آوری اطلاعات در مورد آن دسته از نیازهای آشکار یا پنهان سازمان است که از طریق ارائه خدمات مختلف از جمله آموزش قابل رفع باشد (Rezaei Mirquaid et al, 2016). از این جهت باید توجه داشت که نیازسنجی نخبگان نیز می‌تواند در حوزه‌ای انجام شود که نیازهای احصا شده قابل رفع باشد. در واقع طبق این رویکرد نیازهایی باید شناسایی شوند که در دایره خدمات قابل ارائه نهادهای متولی رفع نیازهای گروه هدف -در اینجا نخبگان- قرار گیرد.

نیازسنجی، فرایندی نظام‌مند برای تعیین اهداف، شناسایی فاصله بین وضع موجود و هدف‌ها و نهایتاً تعیین اولویت‌ها برای عمل است (Fathi Vajargah, 2012). در این راستا، مهم‌ترین هدف نیازسنجی، فراهم کردن اطلاعات برای برنامه‌ریزان سازمان می‌باشد. فرایند نیازسنجی اولین و اساسی‌ترین اقدام در برنامه‌ریزی هر سیستمی محسوب می‌شود (The

(World Health Organization, 2000). نیازسنجی را از ملزومات اولیه جامعه‌ای که به مشارکت مردم در اداره نظام به عنوان یک اصل جدی نظر دارد، به شمار آورده‌اند (Carrera, 1989: 9). همچنین نیازسنجی، فرایندی است که نیازها را شناسایی و در خصوص اولویت‌ها، تصمیم‌گیری می‌کند. استفاده از فرایند نیازسنجی می‌تواند از طریق روشن‌سازی نیازها و میزان سطح اهمیت آن‌ها، به تصمیم‌گیری کمک کند (Mattson, 1995). در این تحقیق نیز از جمله اهداف اصلی مشخص کردن میزان اهمیت هریک از نیازها و تعیین اولویت آن‌ها نسبت به یکدیگر است.

در مجموع با توجه به مرور پیشینه و ادبیات تحقیق، نیازهای مختلف نخبگان جوان در دسته‌بندی زیر قرار می‌گیرد:

۱. نیازهای اجتماعی - فرهنگی: نیازهای اجتماعی شامل تمام نیازهایی است که پایه اجتماعی دارند و یکی از مظاهر و ابعاد فرهنگ در به وجود آمدن و پیشبرد آن‌ها دخیل می‌باشند (Ghobadi, 2013; Samiee Zafarghandi & Gholami, 2006: 38). همچنین نیازهای اجتماعی به نیازهایی اطلاق می‌شود که در تعاملات اجتماعی نخبگان با جامعه تأمین خواهند شد.

۲. نیازهای جسمی - بیولوژیکی: در این زمینه می‌توان به نیاز جسمی و بیولوژیکی به سلامتی، ازدواج و تشکیل خانواده و فرزندآوری نخبگان اشاره کرد.

۳. نیازهای روان‌شناختی - عاطفی: نیازهای روان‌شناختی به نیازهایی اطلاق می‌شود که به زمینه رشد روانی فرد مربوط می‌شود و دامنه وسیعی دارد.

۴. نیازهای اخلاقی - مذهبی: این نیازها به نیازهایی اطلاق می‌شود که به زمینه‌های رشد بُعد اخلاقی، تربیت دینی، اعتقادی و فرهنگی مربوط است.

۵. نیازهای اقتصادی - معیشتی: به نیازهایی اطلاق می‌شود که نخبگان در زمینه تأمین معاش با آن‌ها مواجه هستند. از جمله این نیازها می‌توان به داشتن شغل، درآمد و امنیت و آسایش مادی اشاره کرد.

نیازها ناشی از روابط فرد با اجتماع هستند و به صورت دوسویه پدید می‌آیند. مطالعه

نیازها بدون توجه خاص به ابعاد اجتماعی و تأثیرات اجتماع روی نیازها و بدون توجه به اثراتی که نیازهای پدید آمده بر جامعه دارند، غیرقابل توجیه است (Asanafi, 2008: 34). در این تحقیق نیز ابعاد اجتماعی نیازها مد نظر خواهد بود. در واقع از جمله دلایل اهمیت نیازسنجی این است که نیاز به پدیده صرفاً فردی نیست و ابعاد مختلف فرهنگی و اجتماعی دارد. در نتیجه نیازسنجی نیز باید با توجه به همه این ابعاد انجام گیرد؛ موضوعی که پژوهش حاضر به آن توجه خواهد داشت.

روش تحقیق

در این تحقیق از روش ترکیبی یا آمیخته استفاده شده است. پژوهش‌های ترکیبی پژوهش‌هایی هستند که با ترکیب دو مجموعه روش‌های تحقیق کمی و کیفی به انجام می‌رسند (Bazargan Harandi, 2008: 20). همچنین از بین راهبردهای مختلف این روش از راهبرد کاوش متوالی استفاده شده است؛ این رویه شامل یک مرحله ابتدایی جمع‌آوری و تحلیل داده‌های کیفی و به دنبال آن مرحله ثانویه جمع‌آوری و تجزیه داده‌های کمی می‌باشد که بر پایه نتایج مرحله کیفی بنا نهاده شده است (Creswell, 2007). از سوی دیگر در این پژوهش از تکنیک کیو استفاده شده است. تکنیک کیو بیش از آنکه روشی مستقل محسوب شود، بیشتر شیوه‌ای برای تحلیل داده‌ها قلمداد می‌گردد؛ همچنین مراحل اجرای این روش، شباهت بسیاری با روش آمیخته داشته و سازگاری بالایی با آن دارد؛ به طوری که روش کیو را پیوند بین روش‌های کیفی و کمی می‌دانند؛ زیرا از یک سو، انتخاب مشارکت‌کنندگان از طریق روش‌های نمونه‌گیری احتمالی صورت نمی‌گیرد، بلکه نمونه افراد به طور هدفمند و با اندازه‌های کوچک انتخاب می‌شود که آن را به روش کیفی نزدیک می‌سازد و از سوی دیگر، یافته‌ها از طریق تحلیل عاملی و به صورت کاملاً کمی به دست می‌آیند (Golkar & Rezai-Nesab, 2016: 81).

تکنیک کیو، به‌عنوان روشی معرفی شده است که پژوهشگر را قادر می‌سازد تا اولاً ادراکات و عقاید فردی را شناسایی و طبقه‌بندی کند و ثانیاً به دسته‌بندی گروه‌های افراد براساس ادراکاتشان بپردازد (Khoshgoyanfar, 2006: 10). این شیوه، چارچوبی علمی

برای پژوهش درباره ذهنیت افراد و شیوه نگرش آن‌ها به موضوعات گوناگون است و بر دیدگاه‌های ذهنی مشارکت‌کنندگان تمرکز دارد (Danaifard et al, 2012: 10). در واقع در این تحقیق با به‌کارگیری روش کیو، از یک سو می‌توان دیدگاه نخبگان و سرآمدان در خصوص نیازهایشان را شناسایی و اولویت‌بندی کرد و از سوی دیگر می‌توان دسته‌بندی مشخصی از نخبگان بر اساس دیدگاهی که دارند ارائه نمود. جامعه آماری تحقیق برای انتخاب مصاحبه‌شوندگان در هر دو فاز کیفی و کمی، کلیه نخبگان و سرآمدان جوان دانشگاهی مشمول حمایت‌های «بنیاد ملی نخبگان» بوده‌اند.

در بخش کیفی پژوهش از روش نمونه‌گیری هدفمند و از راهبرد نمونه‌گیری حداکثر تنوع استفاده شده است. این روش شامل انتخاب عمدی شرکت‌کنندگانی است که طیف وسیعی از تغییرات را در ویژگی‌های مورد مطالعه نشان می‌دهند. هدف پژوهشگران با گنجاندن دیدگاه‌های متنوع، دستیابی به درک جامعی از پدیده مورد بررسی است. شایان ذکر است ویژگی‌های چون جنسیت و گروه تحصیلی، وضعیت تأهل، سن، وضعیت شغلی، محل سکونت، محل فعالیت و ... در انتخاب نمونه‌ها مورد توجه قرار گرفت تا تنوع کافی در بین نمونه انتخاب‌شده وجود داشته باشد. ابزار گردآوری داده‌ها در بخش کیفی، مصاحبه عمیق نیمه‌ساختاریافته بوده است. برای اینکه مصاحبه‌ها به صورت هدفمند انجام شود، فرم مصاحبه و فهرست سؤالات آن از پیش مشخص شده است. برای تأمین اعتبار بخش کیفی تکنیک زوایه‌بندی به لحاظ روش (به دلیل استفاده از دو روش مصاحبه و پرسشنامه) و داده‌ها (به دلیل جمع‌آوری داده‌ها از طیف مناسبی از مصاحبه‌شوندگان) رعایت شد. همچنین در انتهای هر مصاحبه و بعد از جمع‌بندی نظرات، موارد مجدداً با مصاحبه‌شونده چک شد.

در این تحقیق با ۱۴ نفر از نخبگان جوان مصاحبه عمیق انجام گرفت و متن آن کدگذاری شد. در ادامه برای شکل دادن به فضای گفتمان، ضمن توجه به همه کدهای به دست آمده از تحلیل مصاحبه‌ها، با بررسی منابع موجود شامل پیشینه داخلی و خارجی، مباحث نظری مرتبط با تحقیق، متن و محتوای نتایج تحقیقات دانشگاهی، مقالات، کتب،

پایان‌نامه‌ها و سایر موارد مرتبط با موضوع تحقیق، تعداد ۱۶۳ گزاره که هریک نشانگر یکی از نیازهای نخبگان است، به دست آمد. با توجه به اینکه همه این عبارات و گویه‌ها را نمی‌شد مستقیماً وارد پرسشنامه نمود و نیاز به پالایش و تنقیح داشتند، در مرحله بعد هریک از گویه‌های به دست آمده با یک دسته و مقوله از نیازهای نخبگان، عجین و مرتبط شد و با ادغام گزاره‌های نزدیک به هم در نهایت پرسشنامه پژوهش با ۳۸ گزاره شکل گرفت.

جدول ۱. گزاره‌ها و گویه‌های پرسشنامه در قالب نیازهای نخبگان جوان

Table 1. Propositions and items of the questionnaire in the form of the needs of young elites

ردیف	گزاره‌ها/ گویه‌ها/ نیازهای نخبگان
۱	حفظ ارتباط و تعامل بنیاد با نخبگان (از جمله نخبگان ساکن خارج از کشور) بعد از ارائه تسهیلات و رها نکردن آن‌ها
۲	شنیدن صدا و مشکلات نخبگان با برگزاری نشست‌های سالانه
۳	برخورد مناسب و محترمانه کارکنان بنیادهای نخبگان استانی و ستاد مرکزی با نخبگان
۴	تسریع روند اداری ارزیابی نخبگان برای ارائه تسهیلات (تسهیلات پژوهشی، کمک‌هزینه‌های مختلف، حمایت جذب، معافیت مالیاتی، وام بانکی و ...)
۵	حمایت ویژه از راه‌اندازی کسب‌وکارهای دانش‌بنیان و مجموعه‌های خرد و چابک با اعطای وام‌های کم‌بهره و معافیت‌های مالیاتی
۶	توجه جدی‌تر به نخبگان فعال در دانشگاه‌های فاقد امکانات لازم و استان‌های کمتر برخوردار
۷	افزایش سقف حمایت‌های معیشتی و پژوهشی-تجهیزاتی از نخبگان (اعم از تأمین مسکن، خرید ابزار و مواد و ...) متناسب با قیمت‌های فعلی و نرخ تورم
۸	شناخت ریز نیازهای نخبگان و اعطای تسهیلات متناسب با نیازها، شرایط فردی، رشته، امکانات تحت اختیار و اولویت‌های هریک از نخبگان
۹	کاهش تعداد نخبگان انتخاب‌شده (با سخت‌گیری بیشتر برای شناسایی آن‌ها) باهدف افزایش میزان و کیفیت خدمات‌دهی به آن‌ها
۱۰	نظارت بر عملکرد دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌ها در حمایت از اعضای هیئت علمی جوان و نخبه
۱۱	توجه به فعالیت‌های اصیل نخبگانی با ملاک‌های کیفی در آیین‌نامه ارتقاء اعضای هیئت علمی
۱۲	متناسب‌سازی حقوق اعضای هیئت علمی با شأن، منزلت و تلاش آن‌ها
۱۳	شفاف‌سازی فرایند داوری، شناسایی و انتخاب نخبگان در ارائه تسهیلات با مشخص بودن امتیاز هر نخبه نسبت سایر به رقبا

ردیف	گزاره‌ها/ گویه‌ها/ نیازهای نخبگان
۱۴	شناسایی فعالانه و غیرخوداظهارانه نخبگان بدون نیاز به مراجعه و ثبت درخواست توسط آن‌ها
۱۵	توجه به شاخص‌های کیفی در شناسایی نخبگان و عدم اتکای زیاد بر معیارهای کمی مانند تعداد مقالات
۱۶	پیگیری، پایش و نظارت بر اجرای آیین‌نامه‌های حمایت از نخبگان و نحوه اعطای تسهیلات به آن‌ها
۱۷	معرفی تلاش، خروجی و دستاوردهای نخبگان به جامعه با برگزاری گردهمایی، جشنواره و تقدیر و تکریم و الگوسازی از آن‌ها
۱۸	رصد و ارزیابی مستمر فعالیت نخبگان و حمایت از آن‌ها متناسب با پویایی در فعالیت‌های نخبگانی
۱۹	برنامه‌ریزی در راستای به‌روز ماندن کنش‌های علمی، حفظ پویایی نخبگان و قرار گرفتن آن‌ها در جریان دانش روز رشته تخصصی‌شان
۲۰	برنامه‌ریزی هدفمند برای استفاده درست از توانمندی و ظرفیت اعضای هیئت علمی نخبه خصوصاً در سال‌های ابتدایی جذب
۲۱	ایجاد بانک اطلاعاتی یکپارچه و کارآمد در حوزه منابع انسانی نخبه و متخصص
۲۲	ایجاد امکان تعامل و ارتباط سازمان‌یافته نخبگان با سطوح مختلف حاکمیتی و سازمان‌ها
۲۳	ایجاد شرایطی جهت اعطای تسهیلات کلان به گروه‌های پژوهشی در کنار اعطای تسهیلات خرد به تک‌تک نخبگان
۲۴	فرصت‌سازی عادلانه و طبق شایستگی برای نخبگان به منظور تصدی پُست‌های کلیدی و سمت‌های تحول‌ساز در کشور
۲۵	طراحی و اجرای مدلی به منظور هم‌فکری و هم‌افزایی نخبگان برای حل مسائل کشور و انتقال تجربیات و ایده‌های آن‌ها به سطح سیاست‌گذاری
۲۶	تقویت زمینه اثرگذاری و حس مفید بودن در نخبگان با معرفی ایده‌ها و تخصص آن‌ها به بخش‌های دولتی و خصوصی (اعم از صنعتی، فرهنگی، هنری و...)
۲۷	حمایت از محصولات و خدمات حاصل از فعالیت‌های نخبگانی با اقداماتی نظیر کمک به تجاری‌سازی و فروش محصولات و اقدامات توسعه‌ای برای شناساندن محصولات آن‌ها به بازار
۲۸	ایجاد بستر حمایتی برای کاربردی ساختن، خروجی‌محور و نیازمحور نمودن پژوهش‌های دانشگاهی نخبگان
۲۹	تقویت جایگاه اجتماعی و ارتقای شأن و منزلت نخبگان جوان متناسب با انتظارات فرد نخبه، خانواده و جامعه
۳۰	فراهم کردن فرصت برابر و حمایت یکسان در زمینه جذب هیئت علمی از بین نخبگان تحصیل کرده در داخل و خارج کشور
۳۱	حمایت الزام‌آور برای جذب نخبگان به‌عنوان هیئت علمی در دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی
۳۲	ایجاد ارتباط و تقاضای دوسویه بین دانشگاه و صنعت و ترغیب صنایع برای همکاری با گروه‌های

ردیف	گزاره‌ها/ گویه‌ها/ نیازهای نخبگان
	تحقیقاتی نخبگان
۳۳	ارائه تسهیلات و حمایت‌هایی برای حضور نخبگان در عرصه بین‌المللی (شرکت در همایش‌های خارجی، طی دوره فرصت مطالعاتی، دعوت اساتید خارجی به ایران و...) متناسب با شرایط اقتصادی فعلی
۳۴	شبکه‌سازی میان نخبگان و مستعدان دارای تجارب مشترک و تخصص‌های مشابه و تسهیل همکاری‌های بین‌رشته‌ای نخبگان
۳۵	حمایت از فعالیت‌های پژوهشی اساتید جوان و نخبه با تأمین نیروی انسانی موردنیاز آن‌ها از بین دانشجویان مستعد (در قالب اعطای کمک‌هزینه به دانشجو زیر نظر استاد)
۳۶	لحاظ نمودن شرایط زندگی زنان نخبه به‌ویژه بانوان صاحب فرزند در شناسایی، حمایت و ارائه تسهیلات به آنان (اعطای جوایزی ویژه بانوان، حمایت‌های تشویقی و ...)
۳۷	فراهم آوردن بستری برای همکاری هدفمند بین اساتید جوان و اساتید باسابقه و نام‌آشنا
۳۸	رعایت عدالت در اعطای پروژه‌ها بین اساتید جوان و اساتید باسابقه به همراه افزایش اعتماد به نخبگان جوان در سپردن مسئولیت‌ها

برای تکمیل فاز کمی تحقیق از نظر حجم نمونه، تجربه‌های مختلف علمی در زمینه روش‌شناسی کیو نشان می‌دهد که تعداد مشارکت‌کنندگان در روش کیو یک‌ونیم تا دو برابر تعداد گزاره‌های کیو انتخاب می‌شود (Watts & Stenner, 2012) و معمولاً انتخاب بین ۲۰ تا ۸۰ نمونه از افراد موردبررسی به منظور دستیابی به نقطه‌نظرات مختلف نسبت به یک موضوع کافی به نظر می‌رسد (Tuler, S. & et al., 2005). بر این اساس ۶۲ نفر از نخبگان پرسشنامه نهایی را تکمیل نمودند. شایان ذکر است تعدادی از این افراد طبق اصول روش کیو از میان اهالی فضای گفتمان (مصاحبه‌شوندگان بخش کیفی) انتخاب شده (رایت، ۲۰۱۳) و باقی افراد با روش نمونه‌گیری هدفمند مورد گزینش قرار گرفتند. این افراد همه ۳۸ گویه پرسشنامه را در قابل طیف لیکرت نمره‌دهی نمودند. برای سنجش پایایی از روش پایداری درونی و آزمون آلفای کرونباخ استفاده شد که مقدار آن برای کل عبارات کیو (پرسشنامه نهایی) ۰,۹۷۵ به دست آمد و عدد مناسبی می‌باشد. در این تحقیق در انتخاب نمونه‌های کیو از روش باساختار استفاده شده است. همچنین با توجه به حساسیت موضوع برای نمره‌دهی به عبارات کیو از روش توزیع اختیاری استفاده شده است. بدین معنی که هر مشارکت‌کننده میزان اهمیت هر یک از عبارات را به شکلی که

خود در ذهن دارد مشخص می‌کند و محدودیتی در توزیع عبارات ندارد.

یافته‌ها

داده‌های به دست آمده از تکمیل پرسشنامه‌ها بعد از بازبینی و مرتب‌سازی، وارد نرم‌افزار spss شده تا کار تحلیل عاملی بر روی آن آغاز شود. اولین مرحله تحلیل عاملی تشکیل ماتریس همبستگی است که هدف آن شناسایی شباهت‌ها و تفاوت‌های موجود میان پاسخگویان برای دسته‌بندی آن‌ها است. با توجه به تعداد مشارکت‌کنندگان تحقیق و بزرگ بودن جدول ماتریس همبستگی، تنها ضرایب همبستگی مربوط به تعدادی از پاسخگویان به طور نمونه ذکر می‌گردد.

جدول ۲. ماتریس همبستگی بین تعدادی از مشارکت‌کنندگان تحقیق

Table 2. Correlation matrix between a number of research participants

P6	P5	P4	P3	P2	P1	شماره پاسخگو
-0.25	-0.04	0.13	-0.1	-0.06	1	P1
0.31	-0.05	0.2	0.21	1	---	P2
-0.06	0.12	0.4	1	---	---	P3
0.21	-0.15	1	---	---	---	P4
-0.04	1	---	---	---	---	P5
1	---	---	---	---	---	P6

در ادامه روش تحلیل عاملی، میزان همبستگی و شباهت امتیازدهی هریک از پاسخگویان به نیازهای نخبگان، با یک عامل مشخص می‌شود که به آن بار عاملی ۱ می‌گویند و نشان می‌دهد که پاسخ هر مشارکت‌کننده تا چه میزان شبیه به یک عامل است. شناسایی بارزترین عامل‌ها با یک سلسله محاسبات ریاضی مکرر بر روی ماتریس همبستگی و با کمک روش‌های آماری ویژه انجام شده است؛ برای استخراج عامل‌ها از شیوه «مؤلفه‌های اصلی» که روشی اکتشافی است و برای چرخش عامل‌ها از شیوه «واریماکس» استفاده شده

1. Factor Loading

است. طی این محاسبات چند عامل شناسایی شده و هریک از پاسخگویان تنها ذیل یک عامل (به‌عنوان یک الگوی ذهنی) قرار می‌گیرند. در این تحقیق ۴ عامل شناسایی شده است که در جدول زیر بارهای عاملی معنادار بر هر عامل ارائه می‌شود.

جدول ۳. بارهای عاملی مشارکت‌کنندگان ذیل عامل اول تا چهارم

Table 3. Factor loadings of the participants under the first to fourth factors

شماره پاسخگو	بار عاملی عامل اول	شماره پاسخگو	بار عاملی عامل دوم	شماره پاسخگو	بار عاملی عامل سوم	شماره پاسخگو	بار عاملی عامل چهارم
p9	۰.۸۹۰	p50	۰.۷۵۰	p40	۰.۷۴۳	p22	۰.۶۹۲
p12	۰.۷۹۶	p49	۰.۶۷۶	p8	۰.۶۶۲	p35	۰.۶۴۳
p21	۰.۷۶۵	p34	۰.۶۴۳	p53	۰.۶۴۸	p24	۰.۵۹۵
p2	۰.۷۶۴	p33	۰.۶۳۰	p37	۰.۶۳۲	p7	۰.۵۵۹
p44	۰.۷۳۲	p6	۰.۵۸۹	p15	۰.۵۰۶	p48	۰.۴۳۳
p51	۰.۶۴۹	p36	۰.۵۸۳	p23	۰.۴۹۶	p11	۰.۲۸۲
p42	۰.۶۲۴	p25	۰.۵۲۴	p14	۰.۴۵۷	p10	۰.۲۸۰
p16	۰.۶۱۰	p32	۰.۵۰۹	p39	۰.۴۵۶	p1	۰.۲۳۰
p31	۰.۵۴۸	p28	۰.۴۵۸	p27	۰.۳۹۲	p29	۰.۱۹۶
p17	۰.۵۴۷	p54	۰.۴۰۹	p4	۰.۳۶۱	---	---
p43	۰.۵۴۰	p52	۰.۳۵۵	p30	۰.۳۵۳	---	---
p41	۰.۴۸۲	p47	۰.۳۲۴	p26	۰.۳۰۴	---	---
p20	۰.۴۵۵	---	---	p19	۰.۳۰۰	---	---
p18	۰.۴۲۸	---	---	p5	۰.۲۳۱	---	---
p38	۰.۴۱۶	---	---	---	---	---	---
p3	۰.۴۱۴	---	---	---	---	---	---
p45	۰.۳۰۶	---	---	---	---	---	---
p13	۰.۲۹۳	---	---	---	---	---	---
p46	۰.۲۷۶	---	---	---	---	---	---

بعد از مشخص شدن تعداد عامل‌ها یا همان الگوهای ذهنی کشف‌شده، باید دید قدرت و توانایی عامل‌های کشف‌شده در بیان ذهنیت‌های مشترک نخبگان چقدر است و به‌بیان‌دیگر

باید تعیین شود که هر عامل چه میزان از ذهنیت‌های گردآوری‌شده را پوشش می‌دهد. برای این منظور از مقدار ویژه استفاده می‌شود که برابر با مجموع مربع‌های بارهای عاملی نمودارهای کیو بر روی یک عامل است. پراکندگی (واریانس) مقدار ویژه نیز که از تقسیم مقدار ویژه بر تعداد نمودارهای کیو در مقیاس درصد محاسبه می‌شود نیز از دیگر معیارهای نشانگر قدرت یک عامل است. در ادامه مقدار ویژه و درصد واریانس تبیین‌شده مربوط به هر یک از عامل‌ها بعد از چرخش ارائه می‌شود. مقدار ویژه بالاتر به معنای قوی‌تر و مهم‌تر بودن یک عامل است.

جدول ۴. میزان مقدار ویژه و درصد واریانس هر یک از عامل‌ها

Table 4. The amount of specific value and variance percentage of each of the factors

عامل‌ها	مقدار ویژه	درصد واریانس	درصد واریانس تجمعی
عامل اول	7.966	14.752	14.752
عامل دوم	5.356	9.919	24.670
عامل سوم	5.185	9.601	34.272
عامل چهارم	3.546	6.566	40.838

هر یک از این عامل‌ها که نشانگر ذهنیت متفاوتی نسبت به نیازهای نخبگان است، رتبه‌بندی متمایزی از نیازها دارند. این رتبه‌بندی بر اساس امتیازهای عاملی ۱ مربوط به هر گزاره/نیاز انجام شده که به آن آرایه‌های عاملی ۲ گفته می‌شود. در واقع امتیازهای عاملی نشان می‌دهند که جایگاه هر عبارت کیو (نیازهای نخبگان) نسبت به عامل چگونه است و هر عبارت چه نقشی در هر یک از ذهنیت‌های کشف‌شده ایفا می‌کند. جهت جلوگیری از طولانی شدن مطالب از درج جدول مربوط به امتیازهای عاملی و رتبه‌بندی نیازهای نخبگان ذیل عامل‌های چهارگانه، خودداری شده است.

در ادامه با تفسیر الگوهای ذهنی، ضمن مرتب کردن نیازها برحسب رتبه‌شان ذیل هر

¹ Factor Arrays

² Factor Scores

عامل، در خصوص اولویت هر نیاز از منظر ذهنیت‌های مختلف به نیازهای نخبگان، توضیحاتی ارائه خواهد شد. شایان ذکر است که در تفسیر این الگوها مواردی چون تعداد و ویژگی مشارکت‌کنندگان ذیل یک عامل، گزاره‌های مهم (نیازهای دارای بیشترین و کمترین امتیاز عاملی/ بالاترین و پایین‌ترین رتبه)، عبارات متمایزکننده (گزاره‌هایی که محل اختلاف عامل‌هاست و نظرات متفاوتی ذیل عامل‌های مختلف نسبت به آن وجود دارد) و ویژگی شاخص‌ترین فرد/افراد ذیل هر الگو مورد توجه بوده است. ابتدا ویژگی‌های زمینه‌ای مربوط به هر گروه از نخبگان ارائه می‌شود.

جدول ۵. ویژگی‌های مشارکت‌کنندگان تحقیق به تفکیک الگوهای ذهنی شناسایی شده

Table 5. Characteristics of the research participants by the identified mental patterns

متغیر	ویژگی	فراوانی		فراوانی		فراوانی	
		درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی
جنسیت	مرد	68.4	13	75.0	9	66.7	6
	زن	31.6	6	25.0	3	33.3	3
سن (میانگین: ۳۸ سال)	۳۲ الی ۳۴ سال	21.1	4	16.7	2	22.2	2
	۳۵ الی ۳۷ سال	42.1	8	25.0	3	22.2	2
	۳۸ الی ۴۰ سال	15.8	3	41.7	5	22.2	2
	۴۱ الی ۴۳ سال	10.5	2	0	0	11.1	1
	۴۴ الی ۴۹ سال	10.5	2	16.7	2	22.2	2
وضعیت تأهل	مجرد	26.3	5	8.3	1	44.4	4
	متأهل بدون فرزند	26.3	5	41.7	5	33.3	3
	متأهل دارای فرزند	47.4	9	50.0	6	22.2	2
گروه تحصیلی	فنی-مهندسی	47.4	9	33.3	4	44.4	4
	علوم پایه	31.6	6	41.7	5	33.3	3
	پزشکی	5.3	1	8.3	1	11.1	1
	علوم انسانی	15.8	3	16.7	2	11.1	1

متغیر	ویژگی	فراوانی درصد		فراوانی درصد		فراوانی درصد			
		نخبگان حمایت‌طلب	نخبگان مشارکت‌جو	نخبگان فردگرا	نخبگان عملیاتی	نخبگان حمایت‌طلب	نخبگان مشارکت‌جو	نخبگان فردگرا	نخبگان عملیاتی
هنر	•	•	•	0	0	1	7.1	•	•
تجربه سکونت خارج کشور	بله	6	31.6	7	58.3	11	78.6	5	55.6
خیر		13	68.4	5	41.7	3	21.4	4	44.4

• الگوی ذهنی اول؛ نخبگان حمایت‌طلب

این گروه از نخبگان افرادی هستند که بیشتر به دنبال حمایت‌ها و تسهیلات ارائه‌شده برای نخبگان در زمینه‌های معیشتی، پژوهشی، امکانات و تجهیزات، جذب، شرکت در همایش‌ها و کنفرانس‌های بین‌المللی و ... می‌باشند و در این راستا خواستار حفظ تعامل مستمر با بنیاد، برخوردارهای محترمانه کارکنان بنیاد ملی نخبگان و شنیدن صدا و مشکلاتشان توسط آن هستند. آن‌ها به دنبال روحیه حمایت‌طلبی‌شان خواستار رعایت عدالت در اعطای امکانات به دانشگاه‌های فاقد امکانات لازم و استان‌های کمتر برخوردار بوده و در اعطای پروژه‌ها و جذب به عنوان هیئت علمی در دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی نیز به دنبال عدالت هستند. حتی در زمینه جذب هیئت علمی نیز از نظر این افراد باید فرصت برابری بین نخبگان تحصیل کرده در داخل و خارج کشور وجود داشته باشد.

این دسته سعی دارند با حفظ پویایی علمی خود و ارتباط مؤثر با سایر نخبگان، از توان و ظرفیت دانشی خود استفاده هدفمند داشته باشند. با این حال «نخبگان حمایت‌طلب»، خیلی افراد منزلت‌طلبی نیستند؛ به طوری که نیاز زیادی به حفظ شأن و منزلت اجتماعی‌شان در نزد مردم و شناخته شدن در جامعه احساس نمی‌کنند. به علاوه آن‌ها چندان به دنبال اثرگذاری در سطوح کلان و حاکمیتی کشور نمی‌باشند. نخبگان مذکور، اهتمام چندانی به مشارکت در حل مسائل کلان کشور نداشته و به دنبال تصدی پست‌های کلیدی نیستند.

وضعیت این دسته از نخبگان نشان می‌دهد که آن‌ها به ملاک‌ها و معیارهای کیفی در شناسایی و ارزیابی نخبگان معتقد نبوده و با کاهش کمیت و افزایش کیفیت نخبگان شناسایی‌شده توسط بنیاد ملی نخبگان نیز چندان موافق نیستند. به عبارتی نخبگان

حمایت‌طلب، نخبگان کمی‌گرایی هستند که برای کسب حمایت‌ها و تسهیلات نهادهای حامی مانند بنیاد ملی نخبگان، به‌خوبی خود را با ملاک‌های کمی انطباق داده و کمتر به دنبال معیارهای کیفی هستند. از همین روی آن‌ها نیاز چندانی به نظارت و شفاف‌سازی فرایندهای داوری و انتخاب نخبگان نداشته و به دنبال رصد دائمی فعالیت‌های نخبگانی‌شان توسط بنیاد نیستند. در مجموع به نظر می‌رسد این دسته از نخبگان بیش از آنکه حمایت‌های مختلف را در جهت اثرگذاری کلان در سطح جامعه بخواهند، به دنبال استفاده از تسهیلات گوناگون در مسیر رشد و موفقیت شخصی و حفظ پویایی فردی هستند.

• الگوی ذهنی دوم؛ نخبگان مشارکت‌جو

به لحاظ ویژگی‌هایی زمینه‌ای به نظر می‌رسد افراد ذیل این الگو در مقایسه با الگوی اول از پختگی و تجربه بیشتری برخوردار هستند. این دسته از نخبگان در درجه اول به دنبال حمایت‌های متناسب می‌باشند. آن‌ها معتقدند که حمایت‌های بنیاد ملی نخبگان باید متناسب با شأن و منزلت، شرایط خاص هر یک از نخبگان، تفاوت‌های جنسیتی و مبتنی بر شناخت ریزنیازهای نخبگان و متناسب با ویژگی‌های تک‌تک افراد باشد.

این گروه نیز معتقد به افزایش سقف حمایت‌های بنیاد ملی نخبگان و ارائه تسهیلات متناسب با شرایط فعلی و نرخ تورم هستند، اما با این تفاوت که برخلاف نخبگان حمایت‌طلب، این گروه معتقد به شناسایی فعالانه نخبگان و لحاظ کردن شاخص‌های کیفی و توجه به فعالیت‌های اصیل نخبگانی در شناسایی و حمایت از نخبگان هستند. همچنین این گروه به دنبال اثرگذاری بوده و نیاز دارند که زمینه اثرگذاری آن‌ها از طریق تعامل با سطوح مختلف حاکمیتی، ارتباط با صنعت و همچنین تعامل با سایر نخبگان فراهم شود. آن‌ها معتقد به ایجاد بستری به منظور هم‌افزایی و همفکری نخبگان برای حل مسائل کلان کشور هستند. از سوی دیگر این دسته از نخبگان در راستای اثرگذاری در فضای جامعه معتقدند که جایگاه اجتماعی و شأن و منزلت نخبگان باید در جامعه به‌خوبی شناخته شود. در نهایت این گروه برای اثرگذاری بیشتر، نیاز دارند که فعالیت‌هایشان به صورت مستمر

رصد و ارزیابی شود.

در نزد این گروه، حمایت از جذب در دانشگاه‌ها و وجود فرصت برابر در این زمینه چندان اولویت ندارد. این امر نشان‌دهنده این است که این دسته از افراد با تکیه بر توانمندی‌هایشان نیاز چندانی به حمایت الزام‌آور در زمینه جذب ندارند، بلکه آن‌ها یا پیش‌تر جذب شده‌اند و یا اینکه جذب شدن به عنوان هیئت علمی را هدف غایی و نیاز اصلی خود نمی‌بینند، بلکه بیش از آن به دنبال مفید بودن و اثرگذار بودن در کشور هستند. به تبع آن، آن‌ها در پایین‌ترین سطح از نیازهای خود نیازمند تعامل مستمر با بنیاد ملی نخبگان، برخورد محترمانه کارکنان بنیاد با آن‌ها و شنیدن مشکلاتشان توسط آن‌ها هستند. به عبارتی آن‌ها خود را آنقدر فعال می‌دانند که نیازی به تعامل مستمر و شنیدن صداها و مشکلاتشان توسط یک نهاد حامی ندارند و می‌توانند صدای خود را از مجراهای مختلف به گوش مسئولین برسانند. همچنین برخلاف ذهنیت گروه اول، این گروه خود را به حدی واجد شرایط نخبگی می‌دانند که معتقد به شناسایی فعالانه و غیرخوداظهارانه نخبگان هستند.

• الگوی ذهنی سوم؛ نخبگان فردگرا

این افراد نسبت به دو الگوی اول و دوم بیشتر تجربه سکونت در خارج از کشور را دارند. نخبگان این دسته حمایت‌های معیشتی، پژوهشی و تجهیزاتی را بر حمایت معطوف به راه‌اندازی کسب‌وکار و ارتباط نخبگان با صنعت ارجح می‌دانند. در واقع می‌توان گفت این گروه حمایت‌های کوتاه‌مدت و مادی را به تسهیلات بلندمدت و هدف‌گذاری شده ترجیح می‌دهند؛ از همین روی است که تمایلی به شناسایی فعالانه و غیرخوداظهارانه نخبگان ندارند. البته برخلاف نخبگان حمایت‌طلب، این گروه، معتقد به توجه به فعالیت‌های اصیل و کیفی نخبگانی در آیین‌نامه ارتقاء اعضای هیئت علمی و شناخت ریز نیازهای نخبگان و ارائه تسهیلات و حمایت‌ها متناسب با آن هستند. در این راستا افراد مذکور همچنین معتقد به تسریع روند اداری ارزیابی نخبگان برای ارائه تسهیلات بوده و برخلاف نخبگان حمایت‌طلب و مشارکت‌جو موافق کاهش تعداد نخبگان انتخاب‌شده با سخت‌گیری بیشتر

برای شناسایی آنها می‌باشند. از آنجا که ۵۰٪ از افراد این گروه، متأهل و دارای فرزند هستند، معتقد به لحاظ نمودن شرایط زندگی زنان نخبه به‌ویژه بانوان صاحب فرزند در شناسایی، حمایت و ارائه تسهیلات به آنان می‌باشند. همچنین نخبگان این گروه در حمایت‌های مذکور به دنبال رویه‌های عادلانه بوده و نیازمند عدالت‌محوری هستند.

نخبگان فردگرا در وهله بعد، نیاز به تقویت جایگاه و شأن اجتماعی خود در جامعه دارند. از همین روی برخورد مناسب و محترمانه کارکنان بنیاد ملی نخبگان با آنها برایشان مهم بوده و معتقد به متناسب‌سازی حقوق اعضای هیئت علمی با شأن و منزلت آنها می‌باشند. همچنین برخلاف نخبگان حمایت‌طلب، موضوع حفظ پویایی علمی برای آنها چندان اهمیت نداشته و به دنبال حفظ ارتباط و تعامل با بنیاد نخبگان بعد از ارائه تسهیلات نیستند؛ موضوعی که از انزوای و فردگرایی آنها نشئت می‌گیرد. از سوی دیگر برخلاف نخبگان مشارکت‌جو، بحث اثرگذاری و مفید بودن در سطح اجتماع، معرفی تلاش و دستاوردهای نخبگان به جامعه و استفاده از تجارب نخبگان برای حل مسائل کشور برای آنها چندان اولویت ندارد و بیشتر از همین جهت است که باید آنها را نخبگان فردگرا نامید.

در پایین‌ترین سطح از نیازهای این گروه، نیاز به همفکری و هم‌افزایی با سایر نخبگان برای شناخت مشکلات جامعه و همکاری با اساتید با تجربه در پروژه‌های تحقیقاتی وجود دارد. نخبگان فردگرا همانطور که از نام آنها نیز پیداست، چندان تمایلی به تعامل با هم‌تایانشان و حتی نهادهای حاکمیتی و سازمان‌ها به منظور مشارکت در حل مسائل کلان کشور ندارند. آنها چندان اعتقادی به تقویت زمینه اثرگذاری و حس مفید بودن در نخبگان نداشته و مستقلاً فعالیت‌های علمی‌شان را به دور از رویه‌های جمعی دنبال می‌کنند. به عبارتی شاید بتوان گفت روحیه تعاون و همکاری و انجام کارهای گروهی و تیمی در این گروه از نخبگان کمتر است.

• الگوی ذهنی چهارم؛ نخبگان عملیاتی

این دسته از نخبگان عمدتاً روحیه عملیاتی داشته و در این راستا به دنبال حمایت‌های خاص

و هدفمند هستند. حمایت‌هایی مانند تجاری‌سازی محصولاتشان، تقویت کسب‌وکارهای دانش‌بنیان و کاربردی ساختن پژوهش‌های دانشگاهی. از همین روی برخلاف نخبگان مشارکت‌جو نیازمند تسریع روند ارزیابی نخبگان و شنیدن صدا و مشکلاتشان توسط بنیاد ملی نخبگان هستند. نخبگان عملیاتی برخلاف نخبگان حمایت‌طلب، به دنبال شناخت ریز نیازهایشان توسط نهادهای حامی مانند بنیاد ملی نخبگان و حمایت متناسب با نوع نیازهایشان هستند؛ از این روی برای ملاک‌های کیفی در شناسایی و حمایت از نخبگان ارزش‌قائل هستند. از نظر این گروه، باید بر عملکرد دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی در حمایت از نخبگان نظارت وجود داشته باشد تا حمایت‌ها متناسب با نوع نیاز نخبگان باشد. این گروه از نخبگان پس از حمایت‌های هدفمند به دنبال عدالت‌محوری در اتخاذ پست‌های کلیدی و اثرگذار هستند. آن‌ها در کنار روحیه عملیاتی‌شان، غالباً روحیه همفکری و همکاری نیز دارند؛ از این روی نیاز دارند تا با اساتید باسابقه همکاری نموده و مدلی برای همفکری و هم‌افزایی با سایر هم‌تایانشان وجود داشته باشد. نخبگان عملیاتی معتقدند که اغلبشان تجربه سکونت در خارج از کشور را دارند، برخلاف نخبگان حمایت‌طلب، حمایت یکسان در زمینه جذب هیئت علمی از بین نخبگان تحصیل‌کرده در داخل و خارج کشور را نمی‌پذیرند. این دسته از نخبگان با داشتن روحیه عملیاتی، به دنبال مسیرهای مختلف برای اثرگذاری هستند و جذب در دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی را تنها یک مسیر از مسیرهای مختلف اثرگذاری می‌بینند. همین جنبه عملیاتی بودن باعث شده است پویایی و به‌روز بودن از نظر علمی برخلاف نخبگان حمایت‌طلب جزء اولویت‌های بالای آن‌ها نباشد.

این گروه مانند نخبگان حمایت‌طلب و مشارکت‌جو و برخلاف نخبگان فردگرا اهمیت کمی برای کاهش تعداد نخبگان انتخاب‌شده باهدف افزایش میزان و کیفیت خدمات‌دهی به آن‌ها قائل هستند. آن‌ها برخلاف نخبگان حمایت‌طلب اولویت پایینی برای شبکه‌سازی میان نخبگان و مستعدان دارای تجارب مشترک قائل هستند. همچنین وجه اشتراک این گروه با نخبگان حمایت‌طلب و فردگرا، شناسایی فعالانه و غیرخوداظهارانه

نخبگان است.

بحث و نتیجه‌گیری

در هر جامعه‌ای نخبگان نقش‌های مهمی برعهده دارند و خدمات مختلفی را به مردم و کشور خود می‌رسانند. بهره‌وری جامعه نخبگانی در هر کشوری بستگی به عوامل گوناگون از جمله میزان رسیدگی به احتیاجات و نیازهای آن‌ها در عرصه‌های مختلف دارد. برای رفع این نیازها، در مرحله اول باید شناخت درستی از آن‌ها صورت بگیرد. در نظام نخبگانی، فقدان سازوکار سنجش نیازهای نخبگان، کاستی‌هایی چون عدم شناخت کامل از خواسته‌ها و نیازهای نخبگان، ضعف در ارتباط‌های دوسویه بین نظام نخبگانی و اجتماع نخبگانی و فقدان پایه‌های نظری قابل به کارگیری در برنامه‌ریزی برای نخبگان را ایجاد می‌کند. این مسائل در کنار لزوم دسته‌بندی و اولویت‌گذاری نیازهای نخبگان جوان، انگیزه‌های اصلی برای انجام پژوهش حاضر بوده است.

در این تحقیق چهار گروه از نخبگان شناسایی شدند. طبق یافته‌ها «نخبگان حمایت‌طلب» بیشتر به دنبال حمایت‌ها و تسهیلات معیشتی، پژوهشی، جذب و ... بوده و افراد کمی‌گرایی هستند که برای کسب حمایت‌ها و تسهیلات نهادهای حامی، به‌خوبی خود را با ملاک‌های کمی انطباق داده و کمتر به دنبال معیارهای کیفی هستند. «نخبگان مشارکت‌جو» عقیده دارند حمایت‌های موجود باید متناسب با شأن و منزلت، شرایط خاص و ریزنیازهای هر یک از نخبگان باشد. این گروه به شاخص‌های کیفی و فعالیت‌های اصیل نخبگانی در شناسایی و حمایت از نخبگان اهمیت داده و نیاز دارند که زمینه اثرگذاری آن‌ها از طریق تعامل با سطوح مختلف حاکمیتی، ارتباط با صنعت، تعامل با سایر نخبگان و هم‌افزایی برای حل مسائل کلان کشور فراهم شود. «نخبگان فردگرا» به دنبال حمایت‌های عمومی در زمینه‌های معیشتی، پژوهشی و تجهیزات بوده و حمایت‌های کوتاه‌مدت و مادی را به تسهیلات بلندمدت و هدف‌گذاری شده ترجیح می‌دهند؛ از همین رو است که تمایلی به شناسایی غیرخوداظهارانه نخبگان نداشته و موضوع اثرگذاری و مفید بودن در سطح اجتماع، برای آن‌ها چندین اولویت ندارد. «نخبگان عملیاتی» نیز عمدتاً به دنبال حمایت‌های

خاص و هدفمند مانند تجاری‌سازی محصولات، ایجاد کسب‌وکارهای دانش‌بنیان و کاربردی ساختن پژوهش‌ها هستند. این افراد به دنبال انجام فعالیت‌های نخبگانی کاربردی بوده و با داشتن روحیه عملیاتی، به دنبال مسیرهای مختلف برای اثرگذاری هستند و جذب در دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی را تنها یک مسیر از مسیرهای مختلف اثرگذاری می‌بینند.

برای اینکه مشخص شود در مجموع و فارغ از الگوهای ذهنی شناسایی شده فوق، میانگین امتیاز هر یک از نیازهای نخبگان (از عدد ۱۰) از دید مشارکت کنندگان چند است، شاخص دیگری ساخته شد. این شاخص نشان می‌دهد مهم‌ترین نیاز از دید نخبگان با میانگین امتیاز ۹,۰۶ «افزایش سقف حمایت‌های معیشتی و پژوهشی-تجهیزاتی از نخبگان (اعم از تأمین مسکن، خرید ابزار و مواد و ...) متناسب با قیمت‌های فعلی و نرخ تورم» است. پنج اولویت بعدی نیز به ترتیب شامل «فرصت‌سازی عادلانه و طبق شایستگی برای نخبگان به منظور تصدی پُست‌های کلیدی و سمت‌های تحول‌ساز در کشور»، «توجه جدی‌تر به نخبگان فعال در دانشگاه‌های فاقد امکانات لازم و استان‌های کمتر برخوردار»، «ایجاد امکان تعامل و ارتباط سازمان‌یافته نخبگان با سطوح مختلف حاکمیتی و سازمان‌ها»، «حمایت از محصولات و خدمات حاصل از فعالیت‌های نخبگانی با اقداماتی نظیر کمک به تجاری‌سازی و فروش محصولات و اقدامات توسعه‌ای برای شناساندن محصولات آن‌ها به بازار» و «حمایت الزام‌آور برای جذب نخبگان به‌عنوان هیئت علمی در دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی» است.

یافته‌های تحقیق حاضر همسو با پژوهش عاقلی‌نژاد (2013) نشان می‌دهد نخبگان در کنار نیازهای مادی و معیشتی، به موارد مهم‌تری چون احساس اثرگذاری در جامعه نیاز دارند. همچنین هم‌راستا با تحقیق فاطمی امین و همکاران (2022) در صورتی که این نیازها از سوی مراکز متولی حمایت از نخبگان تأمین نشود و ساختار نهادی سیاسی و اقتصادی موجود نتواند به‌خوبی نیازهای نخبگان را تأمین کند، مهاجرفرستی گسترش می‌یابد. از سوی دیگر هم‌راستا با تحقیق شهریاری‌پور و همکاران (2016) باید اشاره کرد که در صورت نارضایتی نخبگان از فضای دانشگاه‌ها به‌ویژه در مناطق کم‌برخوردار، زمینه

مساعده‌تری برای خروج آن‌ها از کشور فراهم می‌شود. نتایج تحقیق حاضر در تأیید یافته‌های پژوهش محمدزاده و صالحی (2016) است که نشان می‌دهد نخبگان دانشگاهی نیازهایی چون شایسته‌گزینی، بهره‌مندی از تجهیزات علمی، مشوق‌های مبتنی بر عملکرد و اثرگذاری اجتماعی را ذهن دارند. تحقیق مقیمی و معمارزاده (2021) نیز همراه با پژوهش حاضر نشان می‌دهد نخبگان جوان نیازمند اصل شایسته‌سالاری در نصب و ارتقاء شغلی، عدالت محوری و تکریم در جذب به سازمان‌های مختلف هستند. در نهایت تحقیق حاضر بخشی از یافته‌های پژوهش باهنر و سهرابی (2017) مبنی بر اینکه نخبگان نیازهایی چون شناسایی و گزینش درست، ارتقاء عادلانه، حمایت‌های معیشتی و کمک به شبکه‌سازی را تأیید می‌کند.

در نهایت لازم است اشاره شود که بسیاری از نیازهای نخبگان به صورت زنجیروار به یکدیگر مرتبط بوده و رفع برخی از آن‌ها زمینه رفع نیازهای مرتبط دیگر را نیز فراهم خواهد کرد و برعکس عدم پرداختن به یک نیاز می‌تواند زمینه‌ساز شکل‌گیری سایر نیازهای مرتبط باشد. از طرف دیگر نهادهای متولی امر نخبگان باید یک بسته حمایتی از نخبگان داشته باشد که به طور متناسب هر چهار ذهنیت نخبگان را در نظر گرفته و پاسخگوی نیازهای هر چهار دسته از نخبگان باشد. وجود یک نیاز در ذهن نخبگان، نیازمند برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری دقیق به منظور رفع آن است. این برنامه‌ریزی می‌تواند منتج به اصلاح رویه‌های فعلی و بهبود آن‌ها شود و یا به طراحی یک برنامه و دستورالعمل حمایتی جدید منتهی گردد.

در این بخش با در نظر گرفتن همه یافته‌های تحقیق اعم از نتایج بخش کیفی و کمی، راهکارهایی جهت رفع نیازهای مختلف نخبگان ارائه می‌گردد:

- لزوم در نظر گرفتن سنخ‌شناسی نخبگان و شناسایی و اولویت‌بندی نیازهای هر سنخ در برنامه‌ریزی‌های خرد و کلان برای این گروه توسط دستگاه‌های متولی مانند بنیاد ملی نخبگان و سایر دستگاه‌های اجرایی مرتبط از قبیل وزارت علوم، تحقیقات و فناوری و وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی؛

- لزوم ارتقاء و بهبود روندهای اداری در دستگاه‌های مرتبط با نخبگان متناسب با روحیات و نیازهای این قشر؛
- برگزاری آموزش‌های ضمن خدمت و توجیهی جهت آموزش و آشنایی کارمندان و مدیران دستگاه‌های اجرایی مرتبط با نخبگان به منظور آشنایی آن‌ها با نیازها و روحیات این قشر در تعامل با آن‌ها؛
- حفظ تعامل و ارتباط با نخبگان در سطح خرد و کلان به‌ویژه برای نخبگان خارج از کشور که از فضای فرهنگی جامعه ایران فاصله گرفته‌اند؛
- برگزاری برنامه‌های جانبی مانند اردوهای زیارتی و تفریحی و حتی دورهمی‌ها و همایش‌هایی برای نخبگان و سرآمدان به منظور دورهم جمع کردن و حفظ ارتباط با آن‌ها؛
- عدم تمرکزگرایی (تمرکز حمایت‌ها در پایتخت) در ارائه حمایت‌ها و تسهیلات مربوط به شرکت‌های دانش‌بنیان؛
- در نظر گرفتن تأثیر ضریب محرومیت استان محل تحصیل و محل سکونت نخبگان، در ارائه تسهیلات و حمایت‌های بنیاد ملی نخبگان؛
- رایزنی با دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی جهت ایجاد امکان استفاده نخبگان از تجهیزات پژوهشی و آزمایشگاهی آن‌ها؛
- ایجاد زمینه برای کاهش فعالیت‌های موظفی نخبگان جوان دانشگاهی (مانند واحدهای موظفی تدریس)؛ و افزایش و جایگزینی فعالیت‌های نخبگانی و پژوهشی به جای آن؛
- رفع موانع و ایجاد زمینه‌های تعامل نخبگان با سطوح مختلف حاکمیتی؛

سپاسگزاری

از همه کسانی که به صورت‌های مختلف ما را در انجام این پژوهش یاری رساندند، کمال تشکر و قدردانی را داریم. همچنین از بنیاد ملی نخبگان به منظور حمایت مادی از انجام این پژوهش تشکر و قدردانی داریم.

تعارض منافع

تعارض منافع در نگارش این مقاله وجود ندارد.

مشارکت نویسندگان

تمامی نویسندگان در نگارش این مقاله مشارکت داشته‌اند.

ORCID

Behnam Lotfi Khachaki



<http://orcid.org/0000-0002-6639-9339>

Mansoureh Mahdizadeh



<http://orcid.org/0000-0001-8788-1282>

References

- Aqelinejad, R. (2012). identifying and prioritizing quality needs and providing a solution to improve the services provided to the elite; A case study of the national university entrance exam winners who are under the support of Yazd Province Elite Foundation, Yazd University Master's thesis [In Persian].
- Asanafi, A. (2008). *Needs assessment, a basic concept in social sciences*, Roshd Journal of Social Science Education, 43, 32-35 [In Persian].
- Babaei, M. (1997). *Basics of information needs assessment*, Iranian Journal of Information Processing and Management, 12(4), 1-10 [In Persian].
- Babaei, M. (2003). *Information Needs Assessment*, Tehran: Iran Scientific Information and Documentation Center [In Persian].
- Bazargan Harandi, A. (2008). *Mixed Method Research Design: A preferable Approach in Management Studies*, Management Knowledge, 21(4) [In Persian].
- Bolandhematan, K., & Mohammadi, S. (2015). *Reasons Why Elites Do Not Immigrate: A Representation of Professorship Identity*, Cultural strategy, 8(31), 127-153 [In Persian].
- Carrera, Joan (1989) Needs assessment: Theory and methods, The Social Science Journal, 26:3, 352-353, DOI: 10.1016/0362-3319(89)90060-8
- Carver, S. C., & Scheir, M. F. (2011). *Perspective on Personality*, Pearson, 7th Edition.
- Creswell, J. W., Hanson, W. E., Clark Plano, V. L., & Morales, A. (2007). Qualitative Research Designs: Selection and Implementation. *The Counseling Psychologist*, 35(2), 236-264. <https://doi.org/10.1177/0011000006287390>
- Danaifard, H. Hosseini, Y. & Sheikha, R. (2012). *Q methodology: Theoretical foundations and research framework*, Tehran: Safar Publications [In Persian].
- Fatemi amin, Z., Yousofi, A., & Akbari, H. (2022). *Comparative Institutionalism: The Typology of Institutional Arrangements of Elite Countries*, Cultural Studies & Communication, 18(68), 115-144. doi: 10.22034/jcsc.2021.99820.1792 [In Persian].
- Fathi Vajargah, K. (2006). *research needs assessment; Research problem solving and prioritization of research projects*, Tehran: Ayezh Publishing [In Persian].
- Fathi Vajargah, K. (2012). *Educational Needs Assessment: Patterns and Techniques*, Tehran: Aizh Publishing House [In Persian].
- Flick, U. (2008). *An Introduction to Qualitative Research*, translated by Haadi Jalili, Tehran: Ney Publishing [In Persian].
- Ghobadi, A.R. (2013). *Establishing the Role of Family, School and Reference Friends in Socio-Cultural Needs of Students*, Family and

- Research; 9 (4):171-201, URL: <http://qjfr.ir/article-1-122-en.html> [In Persian].
- Giddens, A. (2008). *Sociology*, translated by Manouchehr Sabouri, Tehran: Ney Publishing [In Persian].
- Golkar, Z. & Rezai-Nesab, P. (2016). *Q Method in Social Sciences*, Work and Society Monthly, 211, 80-81 [In Persian].
- Habibpour, K. & Safari, R. (2009). *A comprehensive guide to using SPSS in survey research*, Tehran: Motefakeran [In Persian].
- Hashemi, S.A., Gholamian, R., & Farashbandi, R. (2017). *examining the importance of needs assessment in the curriculum planning of Iran's higher education system*, The 3rd International Conference of the Humanities and Psychology Studies, Tehran. <https://civilica.com/doc/767287> [In Persian].
- Khodayari, M., Davoud Hossini Nasab, S., & Yari, J. (2014). *Instructional needs assessment of personnel educational services of Tabriz Islamic Azad University*. Journal of Instruction and Evaluation, 7(25), 13-28 [In Persian].
- Khoshgoyanfar, A. (2006). *Q Methodology*, RESEARCH CENTER OF ISLAMIC REPUBLIC OF BROADCASTING PUBLICATIONS [In Persian].
- Malinowski, B. (1999). *a scientific theory of culture*, translated by Abdul Hamid Zarin Qalam, Tehran: Game No Publications [In Persian].
- Mattson, B. (1995). *Models of personal needs assessment*. Alexandria, VA. ERIC Document Reproduction service, 386-895.
- Mohammadi, S., Abdi, Sh & Nasri, P. (2022). *environmental education needs assessment and assessment of environmental knowledge, attitude and behavior of primary school students (case study: Divandarreh city)*, Afaq Humanities, 70, 97-112 [In Persian].
- Mohammadi, T. (2015). *The concept and necessity of educational needs assessment*, Reform and Training Journal, 57 and 58, 38-41 [In Persian].
- Moinadini, M. (2018). *educational needs assessment of social strategic issues*, Strategic Studies Quarterly, 77, 224-203 [In Persian].
- Moradi, D., & Salehi, M. (2016). *An Analysis of Citizen's Needs and Satisfaction Level to Be Applied in Urban Development Planning (Case Study: Citizens of Joozdan)*. Urban Economics, 1(1), 99-117. doi: 10.22108/ue.2016.22106 [In Persian].
- National Elites Foundation (2012). *the country's strategic document on elite affairs*, Retrieved from <http://sanad.bmn.ir/fa/link/id/id=29/token=2292016010> [In Persian].
- Omidkhoda, M. & Sepehr, F. (2008). *Information needs assessment of young members of Tehran public libraries*. Science (Library and Information

- Sciences and Information Technology), 1(2), 13-30. SID. <https://sid.ir/paper/451696/fa> [In Persian].
- Potter, M. (2004). *Needs assessment and a model agenda for training the public health workforce*, American Journal of Public Health, 131, 1294-1296.
- Rafipour, F. (1985). *Iran's rural society and its needs*, Tehran: publishing company [In Persian].
- Rafipour, F. (1998). *Anomie or Social Chaos*, Tehran: Soroush [In Persian].
- Rahim Nik, A. (1995). *Theory of Needs and Motivation*, Tehran: Islamic Azad University Publications [In Persian].
- Rezaei Mirquaid, H.; Ahmadi Kohnali, R. & Koshki Jahormi, A. (2016). assessment of needs and determination of training courses for employees of teaching and research units of Hormozgan University based on the competency approach, two quarterly journals of educational planning studies, 6 (12): 133-166 [In Persian].
- Samiee Zafarghandi, M & Gholami F. (2016). *Needs Assessment Survey: A Case of Female Junior High Schoolers' Parents*, Family and Research, 13 (2), 27-39 [In Persian].
- Shaakeri, R. (2008). *surveying the needs of the people of Tehran about their cultural needs*, Research Institute of Culture, Art and Communication [In Persian].
- Shojaii, M. (2008). *Theory of spiritual needs from Islamic point of View and its correspondence with Mazlov's needs hierarchy*, Studies in Islam and Psychology, 1(1), 87-116 [In Persian].
- Sohbatih, F., Jamali Mahmuei, H. R., & Mansourian, Y. (2013). *Scientometric Study of Migration of Iranian Scholars to the American Universities*, Academic Librarianship and Information Research, 47(3), 273-286. doi: 10.22059/jlib.2013.51126 [In Persian].
- Tawakoli, M., Shiri, M. & Karimi, M. R. (2016). *community health needs assessment program; Implementation plan, commissioned by the Ministry of Health, Treatment and Medical Education*, Office of Education and Health Promotion, Tehran: Tandis Publishing House [In Persian].
- Tuler, S., Chess, C., Santos, S., Danielson, S. & Webler, T. (2005). *Selecting The Right Tool for Evaluations: Guidance for Community Involvement Practitioners*, EPA's Public Involvement Policy is Available at: www.epa.gov/public_involvement/ URL: <http://qjfr.ir/article-1-153-fa.html>
- Vazirpour, M. (2004). *Information Needs Assessment*, Maah Koleiat Book, 9, 106-107 [In Persian].
- Watts, S., & Stenner, P. (2012). *Doing Q Methodological Research: Theory, Method & Interpretation*, London: Sage Publication.

- World Health organization (2000). *Need assessment*, Available in: http://www.who.int/substance_abuse//pdf/needs_Assessment. [In Persian].
- Wright, P. N. (2013). *Is Q for you? Using Q methodology within geographical and pedagogical research*, *Journal of Geography in Higher Education*, 37(2), 152-63.
- Yarmohammadeian, M. H., Bahrami, S. & Foroughi Abri, A. A. (2012). *managers and health experts and appropriate models of needs assessment*, *Iranian Journal of Education in Medical Sciences*, 9, 69-85 [In Persian].
- Zarif Manesh, H.; Bagheri Heshi, M. & Hamed Sanjani, A. (2022). *Educational Needs Assessment of Strategic Levels of Military Thought Doctoral Course with Emphasis on Curriculum*, *Strategic Defense Studies*, 88, 151-172 [In Persian].

استناد به این مقاله: لطفی خاچکی، بهنام، مهدی‌زاده، منصوره. (۱۴۰۱). نیازسنجی و سنخ‌شناسی نیازهای نخبگان جوان دانشگاهی، فصلنامه علوم اجتماعی، ۲۹(۹۸)، ۴۳-۸۰. DOI: 10.22054/qjss.2023.75302.2683



Social sciences is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License...