رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی
دورهٔ ۶، شمارهٔ ۲۲، پاییز ۱۳۹۷
ص ص : ۶۳- ۵۳

مدلسازی ارتباط بین سواد اطلاعاتی با خلاقیت و قابلیت کارآفرینی دانشجویان تحصیلات تکمیلی تربیت بدنی دانشگاه‌های تهران

سعیده ططری [۱] – مریم مختاری دینانی*[۲]
۱. کارشناس‌ارشد مدیریت ورزشی، دانشکدهٔ علوم ورزشی، دانشگاه الزهرا (س)، تهران، ایران ۲. استادیار گروه مدیریت ورزشی، دانشکدهٔ علوم ورزشی، دانشگاه الزهرا (س)، تهران، ایران
(تاریخ دریافت : ۲۴ / ۰۴ /۱۳۹۶ ، تاریخ تصویب : ۲۶ / ۱۲ / ۱۳۹۶)

چکیده

هدف تحقیق حاضر مدلسازی ارتباط بین سواد اطلاعاتی با خلاقیت و قابلیت کارآفرینی دانشجویان تحصیلات تکمیلی تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی تهران بود. جامعهٔ آماری تحقیق، کلیهٔ دانشجویان تحصیلات تکمیلی تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی تهران (N=۱۰۰۰) بود که با استناد به جدول کرجسی و مورگان، از بین آنها ۲۷۰ نفر به روش نمونه‌گیری طبقه‌ای متناسب با حجم و تصادفی انتخاب شد. برای طراحی مدل نیز از مدلسازی معادلات ساختاری (SEM) استفاده شد. نتایج نشان داد سواد اطلاعاتی با ضریب مسیر (pc=۰/۱۹) بر قابلیت کارآفرینی و با ضریب مسیر (pc=۰/۴۴) بر خلاقیت دارای اثر مستقیم است. در اثرگذاری سواد اطلاعاتی بر قابلیت کارآفرینی و خلاقیت، توانایی دسترسی به اطلاعات با بار عاملی ۰/۸۱، توانایی کاربرد هدفمند اطلاعات (۰/۷۶)، توانایی درک موارد حقوقی و اقتصادی اطلاعات (۰/۳۳)، توانایی ارزیابی نقادانهٔ اطلاعات (۰/۳۱) و توانایی درک وسعت و ماهیت اطلاعات (۰/۱۶) به‌ترتیب بیشترین نقش را داشتند. همچنین، خلاقیت با ضریب مسیر (pc=۰/۲۸) بر قابلیت کارآفرینی اثر مستقیم داشت. با توجه به نتایج به‌دست‌آمده لازم است به‌منظور توسعهٔ قابلیت‌های کارآفرینی و نیز خلاقیت دانشجویان تربیت بدنی، به تدوین محتوای آموزشی مناسب و نیز آموزش مؤثر و مرتبط با بهبود سواد اطلاعاتی در برنامهٔ درسی دانشجویان تربیت بدنی اقدام شود.

واژه‌های کلیدی

تربیت بدنی، خلاقیت، دانشجو، سواد اطلاعاتی، کارآفرینی.

* – نویسنده مسئول : تلفن : ۰۹۱۲۷۰۱۵۵۶۸
Email: M.mokhtaridinani@Alzahra.ac.ir

مقدمه

معضل اشتغال در کنار تغییر و تحولات دنیای پرشتاب کنونی در عرصه‌های علمی و فنی و چالش‌های پی‌درپی نظام اقتصادی اجتماعی، کاهش ذخایر زیرزمینی و افزایش فقر و بیکاری، توجه عمیق‌تر سیاستگذاران و اندیشمندان را به مفهوم کارآفرینی فراهم کرده است؛ تا جایی که آنها آخرین الگوی توسعه را، توسعهٔ مبتنی بر کارآفرینی قلمداد کرده‌اند (۳). هیسریچ و پیترز[1] (۲۰۰۲) کارآفرینی را فرایند خلق هر چیز نو و باارزش، با صرف وقت و تلاش، همراه داشتن خطرهای مالی، روحی و اجتماعی و به‌دست آوردن پاداش‌های مالی و رضایت فردی و استقلالی که از آن ناشی می‌شود، تعریف کرده‌اند (۱۷). پرکاربردترین تقسیم‌بندی در مورد ابعاد و قابلیت کارآفرینی تقسیم‌بندی مک‌کللند[2] (۱۹۶۱) به شرح زیر است:

توفیق‌طلبی: تمایل به برتری یا موفقیت و تلاش برای پیشرفت و نیل به مجموعه‌ای از استانداردها؛

تمایل به ریسک و مخاطره: تمایل به مقدار متوسطی از مخاطره برای تغییر احتمالات در جهت منافع خود؛

گرایش به خلاقیت: تلفیق ایده‌ها به شیوه‌ای منحصربه‌فرد برای برقراری ارتباط غیرمعمول بین ایده‌های مختلف؛

کنترل درونی: افرادی که دارای مرکز کنترل درونی‌اند، حوادث مرتبط با زندگی خود را کنترل می‌کنند و صفات مشخص درونی آنان تعیین می‌کند که در یک موقعیت، چه اتفاقی خواهد افتاد؛

نیاز به استقلال: کاری را برای خود انجام دادن و آزادی عمل داشتن؛

تحمل ابهام: پذیرفتن عدم قطعیت به‌عنوان بخشی از زندگی، توانایی ادامهٔ حیات با دانشی ناقص دربارهٔ محیط و تمایل به آغاز یک فعالیت مستقل بی‌آنکه شخص بداند آیا موفق خواهد شد یا خیر (۱۷).

اهمیت کارآفرینی و نقش کلیدی آن در پیشرفت جوامع موجب شده است که اغلب دانشگاه‌ها در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه، بهره‌گیری از آن را مورد توجه قرار دهند و در این مسیر از طریق تدوین سیاست‌ها و برنامه‌های علمی و راهبردهای کاربردی، در راستای بسط و تقویت فرهنگ، روحیه و رفتار کارآفرینی میان آحاد جامعه به‌طور اعم و دانشجویان و دانشگاهیان به‌طور اخص تلاش کنند (۹). اکنون این سؤال مطرح است که سازوکارهای کارآفرین ساختن افراد و پرورش قابلیت‌های کارآفرینانهٔ آنان است و چه عواملی افزایش این قابلیت‌ها را تسهیل می‌کند؟ در پاسخ به این پرسش باید گفت به‌نظر می‌رسد از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر توسعهٔ قابلیت‌های کارآفرینانه در افراد، پرورش مهارت‌های خلاقیت و ابتکار در آنهاست. اهمیت این مسئله به‌حدی است که برخی محققان موضوع کارآفرینی را با خلاقیت و نوآوری مثل دو روی یک سکه می‌بینند. هیسریچ و پیترز (۲۰۰۲) خلاقیت را به‌عنوان توانایی پژوهش یک انگاره یا اندیشهٔ جدید و فرایند یافتن راه‌های جدید برای انجام دادن بهتر کارها و ارائهٔ فکرها و طرح‌های نو برای تولیدات و خدمات جدید و استمرار آن پس از نبود آن پدیده‌ها تعریف کرده‌اند (۱۴). از سوی دیگر، هیچ دانش جدید و طرح و ایدهٔ مبتکرانه‌ای ایجاد نمی‌شود، مگر بر پایهٔ طرح‌ها و دانسته‌های قبلی مربوط به آن دانش. پس گام اول در ایجاد ایدهٔ خلاق و به‌دنبال آن کارآفرینی، احاطهٔ نظری به علوم و نظریه‌های مرتبط با حیطهٔ کار و نقاط ضعف و قوت این نظریه‌ها و طرح‌هاست. به‌نظر می‌رسد در عصر حاضر که به "عصر اطلاعات" معروف است و در جامعه‌ای که جامعهٔ اطلاعاتی نام نهاده شده، مهارت دستیابی مؤثر به اطلاعات موردنیاز، با صرف حداقل زمان و هزینه، مهارت

1. Hisrich & Peters
2. McClelland

ارزشمند و اساسی برای همهٔ افرادی است که به‌دنبال کارآفرینی هستند؛ مهارتی که امروزه آن را سواد اطلاعاتی[1] می‌نامند. سواد اطلاعاتی مجموعه‌ای از توانمندی‌هاست که افراد را قادر می‌سازد دریابند چه موقع به اطلاعات نیاز دارند و نیز توانایی مکان‌یابی، ارزیابی و به‌کارگیری مؤثر اطلاعات موردنیاز را فراهم می‌سازد (۱). در بخش آموزش عالی، هیأت‌های حرفه‌ای کتابداری و اطلاع‌رسانی ایالت متحدهٔ آمریکا، استانداردهایی را برای سنجش میزان سواد اطلاعاتی تعیین کرده‌اند که شامل پنج مؤلفهٔ اصلی ۱. توانایی تعیین ماهیت و وسعت اطلاعات موردنیاز، ۲. توانایی دسترسی مؤثر و کارامد به اطلاعات موردنیاز، ۳. توانایی ارزشیابی نقادانهٔ اطلاعات و منابع آنها، ۴. به‌کار بردن و استفاده از اطلاعات برای رسیدن به منظور خاص و ۵. توانایی درک و موارد حقوقی و اقتصادی مربوط به استفاده از اطلاعات است (۱). داشتن چنین مهارت‌هایی، اولین و مهم‌ترین گام در جهت خلق ایده‌ها و در نهایت کارآفرینی است.

از آنجا که قابلیت‌های کارآفرینی بیشتر اکتسابی‌اند و با توجه به اینکه دانشجویان از مهم‌ترین اقشار جامعه‌اند که در روند توسعهٔ حال و آیندهٔ کشور نقش مهمی ایفا می‌کنند، لازم است دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی نسبت به پرورش قابلیت‌های کارآفرینی در آنها به‌عنوان سرمایه‌های بنیادی و باارزش همت گمارند و موجب توسعهٔ کارآفرینی و به‌تبع آن زمینه‌های اشتغال اثربخش و رشد و توسعهٔ اقتصادی شوند. این در حالی است که بسیاری از دانشجویان واحدهای درسی خود را در حالی پشت سر می‌گذارند که تنها دانش اندکی در زمینهٔ جست‌وجو و بازیابی اطلاعات دارند. وجود موانعی مانند آشنا نبودن دانشجویان در مکان‌یابی و ارزیابی صحیح اطلاعات و از سوی دیگر، آگاه نبودن متخصصان اطلاع‌رسانی از عملکرد دانشجویان هنگام جست‌وجوی اطلاعات، موجب عدم دستیابی دانشجویان به اطلاعات موردنیاز می‌شود؛ به‌طوری‌که در حال حاضر دانشجویان در دریایی از اطلاعات و منابع اطلاعاتی چاپی و الکترونیکی غوطه‌ورند، اما نمی‌دانند در چه نقطه‌ای باید به هدف خود دست یابند (۸). این در حالی است که در نتیجهٔ به‌کارگیری سواد اطلاعاتی در دانشگاه‌ها، میزان فعالیت دانشجو افزایش می‌یابد و نقش استاد از انتقال‌دهندهٔ اطلاعات به تسهیل‌کنندهٔ یادگیری تغییر می‌کند. از آنجا که یکی از اصول دانشگاه‌ها اصل فعالیت است، به‌نظر می‌رسد با افزایش فعالیت دانشجو، آموزش و یادگیری کارامد شده و زمینهٔ بروز و پرورش خلاقیت و کارآفرینی برای دانشجویان فراهم می‌شود (۷). بنابراین ضرورت بررسی ارتباط قابلیت کارآفرینی با متغیرهای فردی و شخصیتی اثرگذار بر آن به‌ویژه دو متغیر سواد اطلاعاتی و خلاقیت و ارائهٔ الگوی عمومی در این حوزه، کاملاً احساس می‌شود. اما سؤال اینجاست که با تقویت کدام‌یک از مؤلفه‌ها و عوامل مؤثر بر قابلیت کارآفرینی، می‌توان به بهترین وجه و بیشترین میزان، زمینهٔ تحقق کارآفرینی را در دانشجویان و دانش‌آموختگان این رشته مهیا ساخت و بستر لازم برای خوداشتغالی آنها را فراهم کرد. مرور پژوهش‌های انجام‌گرفتهٔ سال‌های اخیر در این زمینه حاکی از آن است که بیشتر این پژوهش‌ها، به‌دلیل تأکید عمده بر شناسایی و تعیین مشخصه‌های شخصیتی کارآفرینان و تمرکز بر ابعاد ساختاری و محیطی کارآفرینی و بی‌توجهی به خلاقیت و سواد اطلاعاتی به‌منزلهٔ مهم‌ترین بعد، مورد انتقاد جدی قرار گرفته‌اند. با توجه به مطالب اشاره‌شده و درنظر گرفتن تأثیرپذیری کارآفرینی و مؤلفه‌های آن از میزان خلاقیت افراد تحت بررسی، که پیش‌شرطی ضروری برای توسعه و تقویت کارآفرینی است و همچنین با مدنظر قرار دادن پایین بودن نرخ شاخص

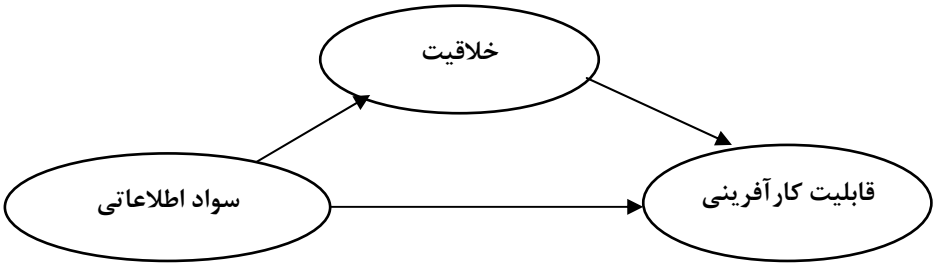
1. Information Literate

کارآفرینی در ایران، به‌ویژه در بین قشر تحصیل‌کرده که براساس گزارش دفتر دیدبان جهانی کارآفرینی (۲۰۱۱) کمتر از یک‌درصد است (۱۵)، تحقیق حاضر درصدد است تا سهم اثرگذاری خلاقیت دانشجویان تحصیلات تکمیلی تربیت بدنی را در شکل‌گیری قابلیت کارآفرینی آنها بررسی کند. از سوی دیگر، با توجه به تأیید ارتباط بین سواد اطلاعاتی با خلاقیت در تحقیقات انجام‌گرفتهٔ قبلی، محقق درصدد است در تحقیق حاضر سهم این متغیر را نیز در شکل‌گیری خلاقیت و قابلیت کارآفرینی دانشجویان تحصیلات تکمیلی تربیت بدنی در قالب یک مدل ارتباطی کامل و جامع تبیین کند. در همین زمینه، میرزاصفی (۱۳۹۰) در پژوهش روی دانشجویان دوره‌های تحصیلات تکمیلی دانشگاه اصفهان، نشان داد که بین میزان سواد اطلاعاتی و قابلیت کارآفرینی دانشجویان رابطهٔ معناداری وجود دارد. همچنین، براساس نتایج تحلیل رگرسیون به‌دست‌آمده، قابلیت کارآفرینی در بین مؤلفه‌های سواد اطلاعاتی بیشترین رابطه را با توانایی ارزیابی نقادانهٔ اطلاعات و کمترین رابطه را با توانایی کاربرد هدفمند اطلاعات داشته است (۷). نتایج تحقیق قاسمی و همکاران (۲۰۱۱) نیز حاکی از آن بود که بین خلاقیت و انگیزهٔ پیشرفت با کارآفرینی رابطهٔ مثبت و معناداری وجود دارد (۱۳). همچنین، فایول و گایلی[1] (۲۰۱۵) در پژوهشی با عنوان «تأثیر آموزش کارآفرینی بر نگرش و عمل کارآفرینانه» به این نتیجه رسیدند که آموزش تأثیر بسزایی در ایجاد نگرش‌های کارآفرینانه و در نهایت عمل کارآفرینانه خواهد داشت (۱۲). چری، دلوار و کای[2] (۲۰۰۸) نیز در تحقیقی با عنوان «مهارت‌های سواد اطلاعاتی دانشجویان قبل و بعد از آموزش»، به این نتیجه رسیدند که گنجاندن آموزش‌های سواد اطلاعاتی در برنامهٔ درسی دانشجویان، ضرورتی جهت ارتقای کیفیت دانش فارغ‌التحصیلان است (۱۰).

دانش گستردهٔ علوم ورزشی به‌صورت کنونی آن اگرچه بسیار جوان و نوپاست، در عین حال از سابقهٔ بسیار طولانی و دیرپایی برخوردار است و هر جامعه با توجه به توانایی آن، در جهت بسط و توسعه و تکامل آن کوشیده است (۴). یکی از زمینه‌های بسیار مهم در روند تکامل دانش علوم ورزشی، توجه به کارآفرینی و اشتغال در حوزهٔ ورزش است. کارآفرینی به‌عنوان یکی از عوامل مهم رشد و توسعهٔ اقتصادی و ایجاد اشتغال، به دانش‌آموختگان و دانشجویان کارآفرین نیاز دارد. با توجه به محدود بودن تحقیقات انجام‌گرفته در زمینهٔ قابلیت کارآفرینی به‌طور کلی و محدود بودن این تحقیقات به‌ویژه در حوزهٔ ورزش، و نیز نتایج گاهی متناقض تحقیقات انجام‌گرفته و نیز عدم ارائهٔ الگوی ارتباطی در زمینهٔ متغیرهای فردی و شخصیتی اثرگذار بر قابلیت کارآفرینی، هدف اصلی این تحقیق مدلسازی ارتباط بین سواد اطلاعاتی با خلاقیت و قابلیت کارآفرینی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه‌های تهران است. مرور تحقیقات قبلی انجام‌گرفته در زمینهٔ ارتقای قابلیت کارآفرینی افراد نشان می‌دهد که تحقیقات فراوانی در مورد ارتباط خلاقیت با قابلیت کارآفرینی (مانند قاسمی و همکاران، ۲۰۱۱) (۱۳) و نیز ارتباط بین سواد اطلاعاتی با خلاقیت و نیز قابلیت کارآفرینی (میرزاصفی،۱۳۹۰) (۷) انجام گرفته است. درحالی‌که در هیچ‌یک از تحقیقات اشاره‌شده، از خلاقیت به‌عنوان متغیر میانجی دخیل در ارتباط بین سواد اطلاعاتی و قابلیت کارآفرینی نام برده نشده است. بنابراین، با توجه به اثر دانش پیشین و سواد اطلاعاتی افراد در ایجاد خلاقیت جهت زمینه‌سازی برای پرداختن به فعالیت‌های کارآفرینانه، در تحقیق حاضر محقق درصدد است ضمن تعیین دقیق ارتباطات موجود بین این سه

1. Fayolle & Gailly
2. Chery, Delwar & Kaye

متغیر و ارائهٔ الگوی جامعی در این زمینه، از سواد اطلاعاتی به‌عنوان یک متغیر پیش‌بین استفاده کرده و اثر مستقیم و نیز اثر غیرمستقیم آن از طریق متغیر خلاقیت را بر قابلیت کارآفرینی دانشجویان تحصیلات تکمیلی تربیت بدنی دانشگاه‌های تهران بررسی کند. بنابراین، با توجه به مبانی نظری و پیشینهٔ تحقیقات انجام‌گرفته، محقق مدل مفهومی ارائه‌شده در شکل ۱ را به‌عنوان مدل زیربنایی و مفهومی تحقیق به‌منظور مدلسازی این ارتباطات در دانشجویان تحصیلات تکمیلی تربیت بدنی دانشگاه‌های تهران استفاده کرد.



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

روش تحقیق

تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت و روش توصیفی- همبستگی است که به‌صورت میدانی انجام گرفت. جامعهٔ آماری پژوهش کلیهٔ دانشجویان تحصیلات تکمیلی تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی تهران (N=۱۰۰۰) بودند که از این تعداد ۲۷۰ نفر با استناد به جدول مورگان و با شیوهٔ طبقه‌ای متناسب با حجم و تصادفی انتخاب شدند. همچنین به‌منظور مقابله با افت بازگشت، تعداد ۳۰ عدد به این نمونه اضافه شد و در مجموع ۳۰۰ پرسشنامه در بین جامعهٔ آماری توزیع و در نهایت ۲۴۳ پرسشنامهٔ سالم و کامل به محقق بازگردانده شد.

به‌منظور جمع‌آوری داده‌ها، از پرسشنامهٔ استاندارد قابلیت کارآفرینی دانشگاه دورهام انگلستان، پرسشنامهٔ استاندارد خلاقیت رندسیپ و پرسشنامهٔ سواد اطلاعاتی استفاده شد. پرسشنامهٔ استاندارد قابلیت کارآفرینی دانشگاه دورهام انگلستان دارای ۵۴ سؤال با طیف ۵ ارزشی لیکرت است که قابلیت کارآفرینی افراد را در قالب پنج مؤلفهٔ توفیق‌طلبی، استقلال‌طلبی، مخاطره‌پذیری، خلاقیت و مرکز کنترل درونی می‌سنجد. همچنین، پرسشنامهٔ استاندارد خلاقیت رندسیپ شامل ۱۹ سؤال با طیف ۵ ارزشی لیکرت از کاملاً مخالفم (۱) تا کاملاً موافقم (۵)؛ و پرسشنامهٔ ۳۵ سؤالی سواد اطلاعاتی نیز براساس مؤلفه‌ها و گویه‌های سواد اطلاعاتی تعیین‌شده توسط انجمن کتابخانه‌های دانشکده‌ها و مراکز تحقیقاتی آمریکا تدوین شده است و مؤلفه‌های توانایی تعیین ماهیت و وسعت اطلاعات، توانایی دسترسی مؤثر به اطلاعات، توانایی ارزشیابی نقادانهٔ اطلاعات، توانایی کاربرد هدفمند اطلاعات، توانایی درک موارد حقوقی و اقتصادی را با طیف ۵ ارزشی لیکرت از خیلی کم (۱) تا خیلی زیاد (۵) مورد سنجش قرار می‌دهد.

در این تحقیق نیز ضمن تأیید روایی صوری و محتوایی این پرسشنامه‌ها با نظر ۱۲ نفر از استادن و متخصصان مدیریت ورزشی، در مطالعهٔ مقدماتی بر روی ۳۰ نفر از دانشجویان تحصیلات تکمیلی تربیت بدنی دانشگاه‌های تهران، پایایی هر سه ابزار از طریق روش آلفای کرونباخ تأیید شد. در نهایت، به‌منظور خلاصه، طبقه‌بندی و تحلیل داده‌ها از روش‌های آمار توصیفی و

استنباطی استفاده شد. در سطح آمار توصیفی، به‌منظور تجزیه‌وتحلیل اطلاعات از جداول، نمودارها، و شاخص‌های گرایش مرکزی و پراکندگی و در سطح آمار استنباطی، از مدلسازی معادلات ساختاری (SEM) با کمک نرم‌افزار لیزرل[1] ۸.۸ استفاده شد.

نتایج و یافته‌های تحقیق

براساس یافته‌های توصیفی به‌دست‌آمده، از مجموع ۲۴۳ شرکت‌کنندهٔ در تحقیق حاضر، ۵۰/۲ درصد زن بودند. بیشتر نمونه‌های تحقیق (۵۰/۶ درصد) در دامنهٔ سنی ۲۲ تا ۲۵ سال قرار داشتند. به‌علاوه، ۸۶/۴ درصد نمونه‌های تحقیق دارای تحصیلات کارشناسی‌ارشد بودند. همچنین، بیشتر نمونه‌های تحقیق (۳۱/۷) در رشتهٔ رفتار حرکتی مشغول به تحصیل بودند. سایر اطلاعات مربوط به آمار توصیفی متغیرهای جمعیت‌شناختی تحقیق در جدول ۱ خلاصه شده است.

پس از توصیف ویژگی‌های جمعیت‌شناختی شرکت‌کنندگان، متغیرهای تحقیق در لیزرل ۸.۸ بررسی شد و شاخص‌های مرتبط با نیکویی برازش و خطاهای اندازه‌گیری به‌دست آمد. در این زمینه، از سه شاخص متفاوت استفاده شد. با تأکید بر تمامی این سه شاخص، مدل مزبور، از برازش مطلوبی برخوردار است و کارایی بالایی در توصیف روابط بین متغیرها داراست. جدول ۲ معرف شاخص‌های مرتبط با برازش مدل ارائه‌شده توسط محقق است. همچنان‌که نتایج جدول ۲ نشان می‌دهد، با در نظر گرفتن شاخص‌های برازش مدل در سه دسته شاخص‌های مطلق، تطبیقی و مقتصد، مدل تحقیق از برازش مطلوبی برخوردار بوده و نشان‌دهندهٔ تأیید مدل پژوهش است.

در نهایت، مدل نهایی تحقیق به‌صورت شکل ۲ است. براساس اطلاعات ارائه‌شده در شکل ۲ باید گفت علاوه‌بر اینکه مدل نظری برازش در حیطهٔ تحلیل مسیر، از مفروضات تجربی- نظری مناسبی برخوردار بوده، می‌توان این‌گونه تفسیر کرد که سواد اطلاعاتی با ضریب مسیر (pc=۰/۱۹) بر قابلیت کارآفرینی و با ضریب مسیر (pc=۰/۴۴) بر خلاقیت دارای اثر مستقیم است. در اثرگذاری سواد اطلاعاتی بر قابلیت کارآفرینی و خلاقیت به‌ترتیب "توانایی دسترسی به اطلاعات" با بار عاملی ۰/۸۱، "توانایی کاربرد هدفمند اطلاعات" با بار عاملی ۰/۷۶، "توانایی درک موارد حقوقی و اقتصادی اطلاعات" با بار عاملی ۰/۳۳، "توانایی ارزیابی انتقادی اطلاعات" با بار عاملی ۰/۳۰ و در نهایت "توانایی درک وسعت و ماهیت اطلاعات" با بار عاملی ۰/۱۶ نقش دارند.

در مدل نهایی برازش‌شدهٔ تحقیق، خلاقیت با ضریب مسیر (pc=۰/۲۸) بر قابلیت کارآفرینی اثر مستقیم دارد. قابل ذکر است که در اثرپذیری قابلیت کارآفرینی از خلاقیت و سواد اطلاعاتی به‌ترتیب استقلال‌طلبی با بار عاملی ۰/۶۰، توفیق‌طلبی با بار عاملی ۰/۵۱، مخاطره‌پذیری با بار عاملی ۰/۴۵، خلاقیت با بار عاملی ۰/۳۱ و در نهایت مرکز کنترل با بار عاملی ۰/۱۱ نقش داشتند. سواد اطلاعاتی علاوه‌بر اثرگذاری مستقیم بر قابلیت کارآفرینی، به‌صورت غیرمستقیم از طریق خلاقیت بر قابلیت کارآفرینی اثر می‌گذارد. میزان اثرگذاری غیرمستقیم (۰/۱۲۳=۰/۲۸×۰/۴۴) کمتر از اثرگذاری مستقیم سواد اطلاعاتی بر قابلیت کارآفرینی (۰/۱۹) است.

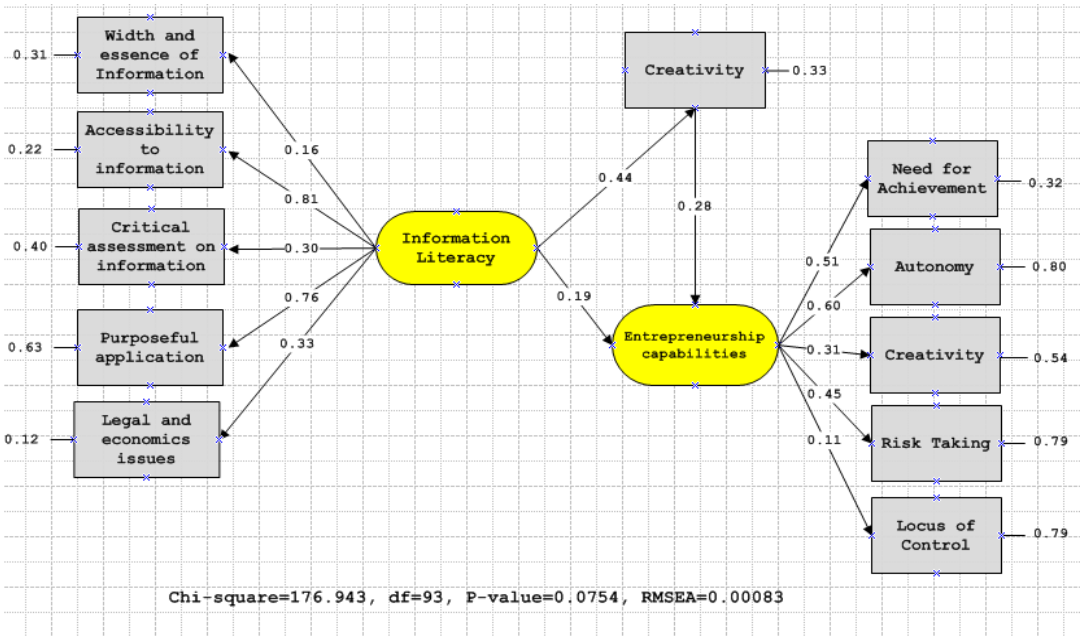
1. LISREL

جدول ۱. توصیف آماری ویژگی‌های جمعیت‌شناختی تحقیق

جنسیت	زن	مرد			
	۵۰/۲ درصد	۴۹/۸ درصد			
تحصیلات	کارشناسی‌ارشد	دکتری			
	۸۶/۴ درصد	۱۳/۶ درصد			
سن	۲۵- ۲۲ سال	۲۹- ۲۶ سال	۳۳-۳۰ سال	بالای ۳۳ سال	
	۵۰/۶	۳۱/۷	۹/۹	۷/۸	
رشتهٔ تحصیلی	مدیریت ورزشی	رفتار حرکتی	آسیب‌شناسی	بیومکانیک	فیزیولوژی ورزشی	عمومی
	۳۰/۹ درصد	۳۱/۷ درصد	۸/۶ درصد	۱/۲ درصد	۲۵/۱ درصد	۲/۵ درصد

جدول ۲. شاخص‌های برازش مدل

	شاخص برازش	میزان	ملاک	تفسیر
مطلق	x^2	۱۷۶/۹۴۳ با درجهٔ آزادی ۹۳	-	برازش مطلوب
	P value	۰/۰۷۵۴	بیش از ۰/۰۵	برازش مطلوب
	شاخص نیکویی برازش (GFI)	۰/۹۸	بیش از ۰/۹۰	برازش مطلوب
تطبیقی	شاخص توکر- لویس (TLI)	۰/۹۹	بیش از ۰/۹۰	برازش مطلوب
	شاخص برازش بنتلر- بونت (BBI)	۰/۹۵	بیش از ۰/۹۰	برازش مطلوب
	شاخص برازش تطبیقی (CFI)	۰/۹۳	بیش از ۰/۹۰	برازش مطلوب
مقتصد	ریشهٔ میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA)	۰/۰۰۰۸۳	کمتر از ۰/۰۵	برازش مطلوب
	شاخص مقتصد هنجارشده (PNFI)	۰/۷۸	بیش از ۰/۰۵	برازش مطلوب



شکل ۲. مدل نهایی تحقیق

بحث و نتیجه‌گیری

هدف اصلی این تحقیق مدلسازی ارتباط بین سواد اطلاعاتی با خلاقیت و قابلیت کارآفرینی در دانشجویان تحصیلات تکمیلی تربیت بدنی دانشگاه‌های تهران بود. براساس نتایج به‌دست‌آمده، سواد اطلاعاتی بر خلاقیت و قابلیت کارآفرینی دارای اثر مستقیم بود. در اثرگذاری سواد اطلاعاتی بر قابلیت کارآفرینی و خلاقیت به‌ترتیب توانایی دسترسی به اطلاعات، توانایی کاربرد هدفمند

اطلاعات، درک موارد حقوقی و اقتصادی اطلاعات و توانایی ارزیابی انتقادی اطلاعات، نقش داشتند. همچنین، خلاقیت بر قابلیت کارآفرینی اثر مستقیم داشت. در این اثرگذاری به‌ترتیب استقلال‌طلبی، توفیق‌طلبی، مخاطره‌پذیری، خلاقیت و مرکز کنترل، نقش داشتند. به‌علاوه، سواد اطلاعاتی علاوه‌بر اثرگذاری مستقیم بر قابلیت کارآفرینی، به‌صورت غیرمستقیم از طریق خلاقیت نیز بر قابلیت کارآفرینی اثرگذار بوده و میزان اثرگذاری غیرمستقیم کمتر از اثرگذاری مستقیم سواد اطلاعاتی بر خلاقیت بود.

در توجیه نتایج می‌توان گفت سواد اطلاعاتی قصد دارد، فرد را قادر سازد که به دانش جدید و علوم روز دنیا دست پیدا کند و مهم‌تر آنکه فرد از میان این میدان وسیع دانش، آن قسمتی از دانش را که بیشتر با نیازهای اطلاعاتی او مرتبط است، استخراج کند؛ به نقاط ضعف، قوت، فرصت‌ها و کمبودها پی ببرد و در زمینه‌هایی که کمبود و خلأ دانشی وجود دارد، به ابداع و نوآوری بپردازد و بر پایهٔ دانش موجود به ایده‌های جدید برسد. خلق ایده‌های نو، خلق کارها و فعالیت‌های نو را در پی دارد. پس ایده‌آفرینی و کارآفرینی در نتیجهٔ توانایی احاطه به دانش موجود است که از طریق مهارت‌های سواد اطلاعاتی تسهیل و روزافزون می‌شود و این امر خود نیازمند برخورداری از خلاقیت و نوآوری در درک سواد دانشی و گزینش اطلاعات موردنیاز از میان انبوه اطلاعات موجود است. نکتهٔ اساسی پشت پردهٔ سواد اطلاعاتی این است که موجب بهبود تمام عوامل منجر به موفقیت دانشجویان در زندگی و جامعه، مثل خلاقیت فردی، نوآوری، و کارآفرینی، اشتغال و ورود آنها به بازار کار، کاهش بیکاری و در نهایت توسعه و رشد اقتصادی جامعه می‌شود. سواد اطلاعاتی مجموعه‌ای از توانمندی‌هاست که افراد را قادر می‌سازد دریابند چه موقع به اطلاعات نیاز دارند و نیز توانایی مکان‌یابی، ارزیابی و به‌کارگیری مؤثر اطلاعات موردنیاز را فراهم می‌سازد.

براساس نتایج تحقیقات گذشته سواد اطلاعاتی و قابلیت کارآفرینی بر عملکرد دانشجویان تأثیر می‌گذارد. به‌عبارت دیگر، با افزایش سواد اطلاعاتی دانشجویان، قابلیت کارآفرینی آنها نیز افزایش می‌یابد (۷). به اعتقاد محققان این حوزه، قابلیت کارآفرینی به سواد اطلاعاتی افراد بستگی دارد. این در حالی است که برخی مؤسسات آموزشی از پیامدهای واقعی که ممکن است سواد اطلاعاتی داشته باشد، آگاه نیستند. بنابراین، داشتن سواد اطلاعاتی که در واقع شناخت ابزارهای دستیابی به اطلاعات است، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر و حیاتی به‌نظر می‌رسد و کسانی که به‌عنوان فارغ‌التحصیل وارد عرصهٔ دانش و پژوهش مهارت می‌شوند، نیازمند داشتن توانایی و مهارت‌های لازم در زمینهٔ سواد اطلاعاتی هستند، تا سرمایه‌های عظیم مالی و انسانی که صرف تهیه، خرید و مجموعه‌سازی و سازماندهی انواع مواد و منابع علمی خارجی و داخلی می‌شوند (۲).

کارآفرینی از عوامل اصلی ایجاد اشتغال و کاهش بیکاری است. از آنجا که قابلیت‌های کارآفرینی بیشتر اکتسابی‌اند، لازم است دانشگاه‌ها و مؤسسات عالی نسبت به پرورش قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان بیش از پیش همت گمارند و زمینهٔ خوداشتغالی آنها در آینده را فراهم کنند. کارآفرینی به‌عنوان جنبه‌ای مهم از خلاقیت انسان همواره در زندگی وی وجود داشته است، ولی محتوا و شکل آن دستخوش تغییر و تحولات عمیقی شده و به معنای امروزی مفهومی جدید است، چراکه کارآفرینی به‌عنوان نوعی خلاقیت و نوآوری نقش مهمی در تکامل تمدن و پیشرفت جامعهٔ بشری داشته و دارد. کاربردی شدن و توسعهٔ خلاقیت‌ها و نوآوری‌ها، عمومیت یافتن ابداعات و اختراعات، انبوه تولیدات و خدمات و انواع

سازمان‌های تولیدی، صنعتی، آموزشی، درمانی، اداری و غیره همه حاصل فرایندهای کارآفرینی است و آنها را می‌توان پدیده‌های کارآفرینانه دانست. در پی کارآفرین شدن دانشگاه‌ها، خلاقیت در دانشجویان شکوفا می‌شود و این سبب ایجاد اعتمادبه‌نفس و حس باارزش بودن در دانشجویان می‌شود. دانشگاه‌ها می‌توانند از دستاوردهای کارآفرینان در جهت منافع دانشگاه‌ها استفاده کنند. پس دانشگاه‌ها به‌جای محدود کردن دانشجویان باید عرصه را برای شکوفایی استعدادهای دانشجویان مهیا کنند و از دانشجویان حمایت مالی و معنوی شود تا به نتایج مطلوب دست یابند. نتایج این پژوهش نیز نشان داد که بین خلاقیت و کارآفرینی رابطهٔ معناداری وجود دارد و خلاقیت از متغیرهای مهم پیش‌بینی‌نشدهٔ کارآفرینی است. یافته‌های به‌دست‌آمده، با یافته‌های پوستیگو (۲۰۰۲)، مارتینز و تربلانچ[1] (۲۰۰۳) و نعمتی (۱۳۹۲) همسوست (۱۸، ۱۶، ۹). یکی از یافته‌های مهم تحقیق حاضر حاکی از این است که هرچه خلاقیت دانشجویان تحصیلات تکمیلی تربیت بدنی بیشتر باشد، تمایل کارآفرینی آنان بیشتر است. در تبیین این یافته می‌توان به سخنان دراکر (۱۹۸۵) اشاره کرد که معتقد است خلاقیت و کارآفرینی لازم و ملزوم یکدیگرند و می‌توان گفت کارآفرینی بدون خلاقیت و نوآوری حاصلی ندارد (۱۱). به همین دلیل گفته می‌شود کارآفرینان کارها را به سمت پیشرفت و توسعه سوق می‌دهند. کارآفرین فراورده‌های جدید را معرفی می‌کند؛ از راه‌های جدید برای انجام دادن کارها استفاده می‌کند و روش‌های جدید تولید را به‌کار می‌برد، منابع جدید را شناسایی و بازارهای جدید را کشف می‌کند. به‌عبارت دیگر، کارآفرین فردی است خلاق که با نوآوری خود همواره موجب انقلاب در زندگی روزمره می‌شود. ازاین‌رو، با توجه به اینکه کارآفرینی در واقع نوعی خلاقیت و نوآوری است، دوران حاضر را می‌توان «عصر کارآفرینی» نامید. حتی از این دوران تحت عنوان «عصر طلایی کارآفرینان» نیز تعبیر کرده‌اند (۶). بنابراین در تأیید مبانی نظری موجود در این زمینه و براساس تحقیقات انجام‌گرفتهٔ قبلی می‌توان گفت با تقویت و گسترش عوامل مرتبط با سواد اطلاعاتی می‌توان زمینهٔ تقویت خلاقیت و به‌تبع آن افزایش قابلیت‌های کارآفرینی را در دانشجویان تحصیلات تکمیلی تربیت بدنی فراهم کرد.

نتایج تحلیل مدل در این پژوهش بیانگر تأثیر مستقیم سواد اطلاعاتی بر قابلیت کارآفرینی بوده است که از این منظر، با نتایج تحقیق میرزاصفی (۱۳۹۰) همسوست. سایر نتایج تحقیق حاضر گویای این واقعیت است که سواد اطلاعاتی از طریق متغیر میانجی خلاقیت بر قابلیت کارآفرینی اثرگذار است (۷). در واقع، با استناد به نتایج تحقیق حاضر می‌توان گفت سواد اطلاعاتی با ارتقاء سطح خلاقیت در بین دانشجویان تحصیلات تکمیلی تربیت بدنی دانشگاه‌های تهران، به افزایش میزان قابلیت کارآفرینی در این دانشجویان منجر می‌شود. این اثرگذاری علاوه‌بر اثر مستقیمی است که سواد اطلاعاتی بر قابلیت کارآفرینی دارد و به‌طور مستقیم و بدون ارتقای سطح خلاقیت، هم می‌تواند به افزایش قابلیت کارآفرینی منجر شود. بنابراین، از آنجا که در مدل نهایی برازش‌شدهٔ تحقیق، سواد اطلاعاتی با اثر مستقیم به میزان ۱۹٪ و نیز با یک اثر غیرمستقیم با میزان تأثیرگذاری ۱۲٪، به ارتقای قابلیت کارآفرینی در دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه‌های تهران منجر شده، لازم است دانشگاه‌های تهران با ارتقای سطح سواد اطلاعاتی در دانشجویان خود، ضمن ارتقای قابلیت کارآفرینی، موجبات افزایش سطح خلاقیت آنها را نیز فراهم آورند. برای رسیدن به این هدف، با توجه به بارهای عاملی به‌دست‌آمده در اثرگذاری

1. Martins & Terblanceh

سواد اطلاعاتی بر خلاقیت و قابلیت کارآفرینی، لازم است به دو مؤلفهٔ توانایی دسترسی به اطلاعات و توانایی کاربرد هدفمند اطلاعات، بیشترین توجه را کنند و مسیرهای توانایی دسترسی به اطلاعات و توانایی کاربرد هدفمند اطلاعات را برای دانشجویان دانشگاه‌ها هرچه بیشتر مورد تحقیق و تفحص قرار دهند و زمینه‌های دستیابی به آنها را برای دانشجویان هموار سازند. در نهایت، از آنجا که نتایج تحقیق حاضر حاکی از آن بود که می‌توان سواد اطلاعاتی را به‌عنوان یک عامل اثرگذار بر رشد و توسعهٔ خلاقیت و کارآفرینی دانشجویان تربیت بدنی در نظر گرفت، ازاین‌رو می‌توان با استناد به نتایج تحقیق حاضر به کاهش بیکاری فارغ‌التحصیلان تربیت بدنی از طریق ارتقای سطح سواد اطلاعاتی آنها امیدوار بود. به‌علاوه، بهتر است ارتقای سطح سواد اطلاعاتی از مقطع کارشناسی در محتوای برنامهٔ درسی دانشجویان گنجانده شده و نیز به‌صورت عملی و کارگاهی در برنامهٔ درسی دانشجویان لحاظ شود؛ تا ویژگی‌های دانشگاه‌های نسل سوم در فارغ‌التحصیلان آنها نمود بیشتری داشته باشد و در مقاطع بالاتر تحصیلی این موضوع عینیت یابد.

در مورد جهت‌گیری تحقیقات آتی در این زمینه باید گفت از آنجا که این تحقیق در مقطع تحصیلات تکمیلی و در سطح شهر تهران انجام گرفته است، می‌توان موضوع مذکور را در قالب یک طرح ملی بررسی کرد تا بتوان از برنامه‌ریزی‌های جامع‌تری برای توسعهٔ موضوع بهره برد. به‌علاوه، از آنجا که در این تحقیق سواد اطلاعاتی با ضریب مسیر ۰/۱۹ در توسعهٔ قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان، اثرگذار گزارش شد، بنابراین، ضرورت دارد سایر عوامل اثرگذار در این زمینه نیز بررسی و تحقیق شود.

منابع و مآخذ

۱. انجمن کتابخانه‌های دانشکده‌ای و پژوهشی (۲۰۰۳). «رهنمودهایی برای برنامه‌های آموزشی در کتابخانه‌های دانشکده‌ای»، ترجمهٔ علی حسین قاسمی و فرشید دانش، انجمن کتابخانه‌های آمریکا.

۲. بختیارزاده، اصغر (۱۳۸۱). «بررسی سواد اطلاعاتی دانشجویان دانشگاه الزهرا (س)»، پایان‌نامهٔ کارشناسی‌ارشد کتابداری و اطلاع‌رسانی، دانشکدهٔ مدیریت و اطلاع‌رسانی پزشکی، دانشگاه علوم پزشکی ایران، تهران، ص ۸.

۳. ظهیری، منصور؛ تورانی، سوگند (۱۳۸۷). «ارائهٔ الگوی راه‌اندازی مراکز کارآفرینی در دانشگاه‌های علوم پزشکی»، پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، ج ۱۴، ش ۱، ص ۱۸-۱.

۴. علیزاده، محمدحسین؛ نصیری، خسرو (۱۳۸۰). «بررسی مشکلات شغلی دانش‌آموختگان رشتهٔ تربیت بدنی و علوم ورزشی»، نشریهٔ حرکت، ش ۷، ص ۹۰-۷۷.

۵. فرید، داریوش (۱۳۸۸). «بررسی رابطهٔ بین خلاقیت و کارآفرینی در بین مردان و زنان ورزشکار و غیرورزشکار (مطالعهٔ موردی: دانشجویان دانشگاه یزد)»، نشریهٔ مدیریت ورزشی، ش ۲، ص ۱۱۶-۹۷.

۶. گلستان‌هاشمی، مهدی (۱۳۸۲). «مبانی علم کارآفرینی»، اصفهان: جهاد دانشگاهی واحد صنعتی اصفهان، ص ۴۶.

۷. میرزاصفی، اعظم؛ رجایی‌پور، سعید؛ جمشیدیان، عبدالرسول (۱۳۹۰). «رابطهٔ بین سواد اطلاعاتی و قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان دوره‌های تحصیلات تکمیلی دانشگاه اصفهان»، کتابداری و اطلاع‌رسانی، دورهٔ ۱۴، ش ۱، ص ۲۶۸-۲۴۱.

۸. نظری، مریم (۱۳۸۴). «چگونه می‌توان باسواد اطلاعاتی شد»، کتابداری و اطلاع‌رسانی، ش ۳۰، ص ۵۸-۲۷.

۹. نعمتی، محمدعلی (۱۳۹۲). «بررسی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه‌های دولتی ایران»، دوفصلنامهٔ نوآوری و ارزش‌آفرینی، سال اول، ش ۳، ص ۴۷-۶.

10. Chery, P., Delwar, H., Kaye, C. (2008). “Nursing students' information literacy skills prior to and after information literacy instruction”. 5th International Lifelong Learning Conference: Reflecting on Successes and Framing Futures, Yaupon, Australia, pp: 311-316.
11. Druker, P. (1985). “The discipline of innovation”. Harvard Business Review, May – June, pp: 67-72.
12. Fayolle, A., Gailly, B. (2015). “The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence”. Journal of Small Business Management, 53(1), pp: 75-93.
13. Ghasemi, F., Rastegar, A., Ghorban Jahromi, R., Roozegar Marvdashti, R. (2011). “The relationship between creativity and achievement motivation with high school students’ entrepreneurship”. Procedia Social and Behavioral Sciences, 30, pp: 1291 – 1296.
14. Hisrich, R. D., Peters, M. (2002). “Entrepreneurship”. 6th Edition. McGraw- Hill, Boston, p: 128.
15. Kelley, D., Singer, S., Herrington, M. (2012). “The global entrepreneurship monitor 2011 executive report”. Babson Park, MA: Babson College, Santiago, Chile: Universidad del Desarollo, Kuala Lumpur, Malaysia: Universiti Tun Abdul Razak, UK: Global Entrepreneurship Research Association, p: 127.
16. Martins, E. C., Terblanceh, F. (2003), “Building organizational culture that stimulates creativity and innovation”. European Journal of Management, 6(1), pp: 64-74.
17. McClelland, D. (1961). “The achieving society”. Van Nostrand, Princeton, NJ, p: 148.
18. Postigo, S. (2002). “Entrepreneurship education in Argentina: The case of Sananders University”. Proceedings of the Internationalizing in Entrepreneurship Education and Training Conference, Malaysia, pp: 78-97.