Journal of Industrial Innovations

https://jii.araku.ac.ir

ISSN: 3092-7811

A Study of the Effect of Social Factors on Restructuring the Organizational Image of the Ministry of Science, Research and Technology

Hessam Sheikhi Mehrababdi [a], Mojtaba Rafiei [b*], Mehrdad Bayat [c]

[a] Department of Management, sav.c., Islamic Azad University, Saveh, Iran. hessam.sheikhi@iau.ac.ir
[b] Department of Public Administration, Faculty of Management, Payame Noor University, Tehran, Iran. m_rafiei@pnu.ac.ir
[c] Department of Public Administration, Faculty of Management, Payame Noor University, Tehran, Iran. bayatmehrdad60@pnu.ac.ir

Original Article

Use your device to scan and read the article online

Citation: Sheikhi Mehrababdi H, Rafiei M, Bayat M. A Study of the Effect of Social Factors on Restructuring the Organizational Image of the Ministry of Science, Research and Technology. Journal of Industrial Innovations. 2026; 4(4):1-21.

https://doi.org/10.22034/jii.2026.742440

KEYWORDS

Reconstruction of Organizational Image; Academic Institutionalization; Academic legitimacy.

ABSTRACT

The purpose of this study is to investigate the effect of social factors on the reconstruction of the organizational image of the Ministry of Science, Research and Technology. In the qualitative stage of the research, the components of social factors were extracted through thematic analysis with the benefit of semi-structured interviews with experts and their validity was confirmed using the fuzzy Delphi method. Accordingly, three constructs of academic legitimacy, institutionalization and institutional autonomy, and social systems were identified as the main dimensions of social factors. In the quantitative stage, the effect of these constructs on organizational image reconstruction was tested using a survey approach. The research data were collected through a researcher-made questionnaire and collected from 400 university graduates. The validity of the measurement tool was confirmed using face validity, content validity, and confirmatory factor analysis, and its reliability was confirmed by Cronbach's alpha, combined reliability, and extracted mean variance (AVE). Data analysis was performed using partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). The findings of the research showed that social factors have a positive and significant effect on the reconstruction of the organizational image of the Ministry of Science, Research and Technology. Also, all three dimensions of academic legitimacy, institutionalization, institutional independence, and social systems have a positive and significant effect on the reconstruction of organizational image and play an effective role in explaining it. The results of the research indicate that strengthening academic legitimacy, developing independent and efficient institutions, and promoting social systems can increase public trust, provide the ground for restructuring the organizational image of the Ministry of Science, Research and Technology, and help to improve the quality of governance and improve the position of the country's higher education system.

Extended Abstract

1. Introduction

Organizational image is a strategic intangible asset shaped by public perceptions of institutional credibility, performance, legitimacy, and responsiveness. In higher education, the image of the Ministry of Science, Research and Technology is influenced not only by communication activities but also by academic governance, institutional autonomy, public trust, and universities' relationships with society. Accordingly, sustainable image reconstruction requires institutional and

* Corresponding author.
E-mail address: m_rafiei@pnu.ac.ir
DOI: https://doi.org/10.22034/jii.2026.742440
Received: July 16, 2026; Received in revised form: September 5, 2026; Accepted: September 6, 2026.
Article type: Reseach Article

social improvements. This study examines the effects of three social dimensions—academic legitimacy, institutionalization and institutional autonomy, and social systems—on the reconstruction of the Ministry's organizational image.

2. Conceptual Model

Drawing on organizational legitimacy, institutional, and social systems theories, the study proposes three hypotheses:

- H1: Academic legitimacy positively affects organizational image reconstruction.
- H2: Institutionalization and institutional autonomy positively affect organizational image reconstruction.
- H3: Social systems positively affect organizational image reconstruction.

3. Methodology

An exploratory sequential mixed-methods design was employed. In the qualitative phase, semi-structured interviews with 14 experts were analyzed thematically. The extracted indicators were assessed through fuzzy Delphi consultation. In the quantitative phase, data were collected from 400 university graduates using a structured questionnaire. The proposed relationships were examined through partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). Reliability, convergent validity, and discriminant validity were assessed using Cronbach's alpha, composite reliability (CR), average variance extracted (AVE), the Fornell–Larcker criterion, and HTMT.

4. Findings and Discussion

The measurement model demonstrated satisfactory reliability and validity. Cronbach's alpha values ranged from 0.772 to 0.834, CR values from 0.847 to 0.924, and AVE values from 0.704 to 0.729.

Table 1 Structural model and hypothesis testing

Relationship	β	t-value	Result
Academic legitimacy → image reconstruction	0.46	8.52	Supported
Institutionalization and autonomy → image reconstruction	0.31	5.08	Supported
Social systems → image reconstruction	0.29	4.97	Supported

All three relationships were positive and statistically significant ($p < 0.001$). The model explained 68% of the variance in organizational image reconstruction ($R^2 = 0.68$), while its predictive relevance was satisfactory ($Q^2 = 0.51$). Academic legitimacy had the strongest effect, highlighting the importance of public trust, academic credibility, and responsiveness to societal expectations. The second strongest effect was associated with institutionalization and autonomy, emphasizing stable institutional structures, independent academic decision-making, and effective university governance. Social systems also had a significant contribution, demonstrating the importance of interaction and cooperation between universities and society, industry, government, media, and graduates.

5. Conclusion and Future Research

The findings indicate that organizational image reconstruction in higher education is fundamentally an institutional and social process rather than merely a communication-oriented activity. Strengthening academic legitimacy, institutional autonomy, and stakeholder relationships can contribute to sustainable improvements in the public image of the Ministry of Science. Accordingly, policymakers and university managers should prioritize transparency, accountability, effective academic governance, institutional independence, and meaningful stakeholder engagement.

Future studies are recommended to examine the proposed model in other higher education systems, use longitudinal data to investigate changes over time, compare alternative structural equation modeling approaches, and include additional stakeholder groups such as students, faculty members, employers, and the general public.

نوآوری‌های صنعتی

شاپا: ۷۸۱۱-۳۰۹۲

مطالعه تأثیر عوامل اجتماعی بر بازسازی تصویر سازمانی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

حسام شیخی مهرآبادی [الف]، مجتبی رفیعی [ب*]، مهرداد بیات [ج]

[الف] گروه مدیریت، واحد ساوه، دانشگاه آزاد اسلامی، ساوه، ایران. hessam.sheikhi@iau.ac.ir

[ب] گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. m_rafiei@pnu.ac.ir

[ج] گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. bayatmehrdad60@pnu.ac.ir

واژگان کلیدی

بازسازی
تصویرسازمانی؛
نهادسازی دانشگاهی؛
مشروعیت دانشگاهی.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۵/۰۴/۲۵

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۵/۰۶/۱۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۶/۱۵

چکیده

هدف پژوهش حاضر، بررسی تأثیر عوامل اجتماعی بر بازسازی تصویر سازمانی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری است. در مرحله کیفی پژوهش، مؤلفه‌های عوامل اجتماعی از طریق تحلیل مضمون با استفاده از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با خبرگان استخراج و اعتبار آن‌ها با استفاده از روش دلفی فازی تأیید شد. بر این اساس، سه سازه مشروعیت دانشگاهی، نهادسازی و استقلال نهادی و سیستم‌های اجتماعی به‌عنوان ابعاد اصلی عوامل اجتماعی شناسایی شدند. در مرحله کمی، تأثیر این سازه‌ها بر بازسازی تصویر سازمانی با بهره‌گیری از رویکرد پیمایشی مورد آزمون قرار گرفت. داده‌های پژوهش از طریق پرسشنامه محقق‌ساخته و از میان ۴۰۰ نفر از دانش‌آموختگان دانشگاهی گردآوری شد. روایی ابزار اندازه‌گیری با استفاده از روایی صوری، روایی محتوایی و تحلیل عاملی تأییدی و پایایی آن از طریق آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE) تأیید شد. تحلیل داده‌ها با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری مبتنی بر حداقل مربعات جزئی (PLS-SEM) انجام گرفت. یافته‌های پژوهش نشان داد که عوامل اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری بر بازسازی تصویر سازمانی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری دارند. همچنین، هر سه بعد مشروعیت دانشگاهی، نهادسازی و استقلال نهادی و سیستم‌های اجتماعی، اثر مثبت و معناداری بر بازسازی تصویر سازمانی داشته و در تبیین آن نقش مؤثری ایفا می‌کنند. نتایج پژوهش بیانگر آن است که تقویت مشروعیت دانشگاهی، توسعه نهادهای مستقل و کارآمد و ارتقای نظام‌های اجتماعی می‌تواند ضمن افزایش اعتماد عمومی، زمینه بازسازی تصویر سازمانی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری را فراهم ساخته و به ارتقای کیفیت حکمرانی و بهبود جایگاه نظام آموزش عالی کشور کمک کند.

۱- مقدمه

در عصر حاضر نقش حکمرانی در جوامع مدرن پراهمیت و پر چالش است. بر اساس نظریه ساختارمندی آنتونی گیدنز، شهروندان اختیارات خود را بر اساس نظریه اصیل- وکیل به دولت‌ها واگذار می‌کنند و دولت‌ها در مقابل، سعی می‌کنند خدمات جمعی موردنیاز شهروندان را برای آن‌ها فراهم نمایند. به عقیده گیدنز ساختار و عاملیت در تعامل هستند و هیچ‌یک از این دو

* نویسنده مسئول؛
آدرس پست الکترونیک: m_rafiei@pnu.ac.ir

مفهوم از نظر اهمیت نظری بر دیگری برتری ندارد و در نتیجه ایده دوگانگی ساختار و عاملیت[۱] را مطرح نمود. به دلیل ارتباط روزانه شهروندان با خدمات عمومی، خدمت گیرندگان یا همانا شهروندان همواره نحوه ارائه خدمات دولت را ارزیابی می‌کنند و مجموعه خدمات ارائه‌شده توسط سازمان‌ها و در کلان، دولت‌ها تصویری از سازمان‌ها را در ذهن شهروندان ایجاد می‌نماید. این تصاویر، برداشت‌های حاصل از کیفیت، نحوه ارائه خدمات، هزینه خدمات و ... است که شهروندان در تعامل با دولت آن را دریافت می‌کنند. طبیعی است که سازمان‌ها از خدمات، تکنولوژی، فرآیند، هزینه، پاسخگویی، پایش عملکرد، روندها و مکانیزم‌های اداری متفاوتی برخوردارند که این تفاوت منجر به ادراک شهروندان نسبت به سازمان و قضاوت نهایی آن‌ها می‌گردد. به‌تدریج این برداشت‌ها و قضاوت‌ها (که بر مبنای کیفیت خدمات سازمان‌های دولتی است) منجر به ایجاد تصویری از سازمان‌ها در ذهن شهروندان می‌گردد. این تصاویر چه مثبت و چه منفی دیدگاه شهروندان نسبت به سازمان‌ها و نهایتاً دولت‌ها را شکل می‌دهد. اگر شهروندان از خدمات ارائه‌شده دولت ناراضی باشند و این نارضایتی‌ها تعمیق شوند، آرام‌آرام از حکومت فاصله گرفته و این شکاف میان دولت و شهروندان موجبات نارضایتی شهروندان را فراهم می‌کند.

مفهومی «اعتماد شهروندان به دولت» در مقابل اختیار واگذارشده شهروندان به دولت‌ها شکل‌گرفته است که این موضوع از دیرباز توسط متفکرین بزرگی همچون هابز[۲]، لاک[۳]، فرگوسن[۴] و ... پرورش‌یافته است. این موضوع، اساتید پیشگام و برجسته‌ای مانند تونیز[۵]، سیمل[۶] و دورکهایم[۷] و همچنین اندیشمندان کلاسیک معاصر، نظیر پارسونز[۸] و ریزمن[۹] را به خود مشغول نموده است [۱]. در نتیجه اگر دولت‌ها در پی کسب رضایت شهروندان هستند می‌بایست به‌طور مستمر سیمای ساخته‌شده از خود در ذهن شهروندان را پایش و بازسازی نموده و همواره در تلاش برای ارتقاء سطح کمی و کیفی خدمات خود به شهروندان باشند.

نحوه ارائه خدمات دولت به شهروندان، همواره در معرض ارزیابی شهروندان است و نتیجه این ارزیابی‌ها تصویری[۱۰] ذهنی از دولت در اذهان عمومی می‌سازد. تصویرسازمانی[۱۱] به برداشت‌های عام افراد از یک سازمان اشاره دارد و به‌عنوان باورهای افراد در مورد یک سازمان تعریف می‌شود. تصویرسازمانی تداعی‌کننده واکنش‌های شناختی و تداعی آن در ذهن ذینفعان، شهروندان و کارکنان است. بنابراین تصویر سازمان الگویی برای دسته‌بندی، ذخیره و یادآوری اطلاعات مربوط به سازمان می‌باشد [۲]. این‌که شهروندان به‌عنوان صاحبان اصلی حکومت چه تصویری از سازمان‌ها در ذهن خود دارند؛ مسئله‌ای مهم است. چرا که نوع تعامل و رفتار شهروندان، جهت‌گیری تقاضای خدمات، رضایت‌مندی از نحوه ارائه خدمات و پیگیری نواقص احتمالی سازمان‌ها از نهادهای نظارتی، دیدگاه شهروندان نسبت به سازمان‌های دولتی را شکل می‌دهد. که نهایتاً ممکن است عدم توجه به رفع این کاستی‌ها منجر به کاهش اعتماد شهروندان به سازمان عمومی را در پی داشته باشد به عقیده پاول و دی مجیو[۱۲](۲۰۰۷) [۳] سازمان‌ها بر سر منابع، قدرت سیاسی و مشروعیت نهادی و تناسب اجتماعی رقابت می‌کنند و پاداش همسوسازی با نفوذهای اجتماعی، مشروعیت اجتماعی خواهد بود. در طول سال‌های گذشته، مدیریت تصویر نهادی[۱۳] به عنصری حیاتی برای رقابت‌پذیری مؤسسات آموزش عالی تبدیل‌شده است. دانشگاه‌ها به‌عنوان یک نهاد در جامعه، شامل ترکیب پیچیده‌ای از وظایف می‌باشند که هدف آن‌ها آموزش و پژوهش است [۴] دانشگاه‌ها مشخصاً دو نوع محصول تولید می‌کند، اولی دانش‌آموخته با مهارت و دومی تولید علم و حرکت در مرزهای دانش. با پیشرفت‌های علمی و تکنولوژیکی عظیم در دنیا، دانشگاه‌ها با تغییرات سریع ساختاری، اجتماعی و تکنولوژیکی مواجه هستند، چراکه دانشگاه نهاد مهمی برای تولید دانش، توسعه استعداد و تسهیم دانش برای کشورها محسوب می‌شوند. با توجه به رقابت فزاینده در مؤسسات آموزش عالی بر سر جذب دانشجو، خصوصاً در سال‌های اخیر، این امر باعث شده

[1] Duality of structure and Agency
[2] Hobbes
[3] Locke
[4] Ferguson
[5] Tonnies
[6] Simmel
[7] Durkheim
[8] Parsons
[9] Riesman
[10] Image
[11] Organizational image
[12] poul & DiMaggio
[13] Institutional Image Management

است که دانشگاه‌ها به دنبال ایجاد تصویر مناسب و متمایز از خود باشند تا بتواند در کنار جذب دانشجوی بیشتر از حمایت‌های مختلف سازمان‌های دولتی و غیردولتی هم برخوردار باشند [۵].

گزارش‌ها، مقالات و نظرات خبرگان دلالت بر این امر دارد که تصویر دانشگاه‌ها و وزارت علوم، تحقیقات و فناوری در سال‌های گذشته، وضعیت مطلوبی نداشته است. به‌عنوان نمونه فراستخواه [۶] در مقاله‌ای تحت عنوان پیشا تاریخ دانشگاه در ایران از طریق فراتحلیل به مطالعات وقت دانشگاه‌ها پرداخته تا پرسش‌های مربوط به اصالت، تاریخ و وارداتی بودن ایده دانشگاه در ایران را پاسخ دهد. وی مسائلی همچون تقلب در آثار علمی، پایان‌نامه فروشی، کیفیت تولیدات علمی و تعدد دانشگاه‌ها را به‌عنوان عوامل بازتاب‌دهنده تصویر مخدوش دانشگاه‌ها قید می‌کند. رحمانی و مرجائی در مصاحبه‌ای با خبرگزاری ایرنا [۷]، حول محور ایجاد توزان بین رشد کمی و کیفی دانشگاه‌ها به بحث پرداخته و به‌طور خلاصه نتیجه گرفته‌اند که رشد بی‌رویه دانشگاه‌های دولتی، آزاد و غیرانتفاعی خصوصاً در نیمه دهه ۸۰ در کشور ما چالش‌های جدی را پی داشته است از جمله محدودیت‌های مالی و بودجه‌ای، چالش‌های ساختاری و سیاسی، تعارض میان کمیت و کیفیت، کمبود انگیزه و مشوق‌های حرفه‌ای برای اعضای هیئت‌علمی و کارکنان، عدم انطباق آموزش‌ها با نیازهای واقعی بازارکار و جامعه و بیکاری دانش‌آموختگان، ضعف در مسئولیت اجتماعی دانشگاه‌ها، تشتت در سیاست‌گذاری و کمبود پایش مستمر، ضعف در نظام پایش و ارزیابی و ضعف در دیپلماسی علمی و همکاری‌های بین‌المللی منجر به مخدوش شدن تصویر دانشگاه‌ها و وزارت علوم شده است. مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی طی گزارشی در تاریخ ۱۴۰۲/۳/۴ با موضوع گزارش نظارتی «قانون پیشگیری و مقابله با تقلب در تهیه آثار علمی» به تحلیل عملکرد دستگاه‌های اصلی حوزه آموزش عالی پرداخته است. نتایج گزارش نشان می‌دهد وزارت علوم و دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی وابسته به آن عملکرد بهتری نسبت به وزارت بهداشت و دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی وابسته به آن، در اجرای قانون، هم در بخش پیشگیری و هم در بخش مقابله با تقلب بوده‌اند. همچنین، بیش از ۹۰ درصد آثار علمی متقلبانه کشف‌شده مربوط به دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی و پژوهشی غیردولتی بوده است .علاوه بر این، نتایج نشان می‌دهد سهم پارساهای (پایان‌نامه‌ها و رساله‌ها) غیرقابل‌پذیرش (بیش از ۳۰ درصد مشابهت) از سال ۱۳۹۸ تا ۱۴۰۱ بیش از ۴۰ درصد بوده است که وضعیت نامطلوبی به لحاظ توجه به اخلاق علمی است که این وضعیت در دانشگاه‌های غیردولتی بدتر است. همچنین، سهم اعضای هیئت‌علمی در پرونده‌های دانشگاهی مرتبط با تخلف علمی هم در دانشگاه‌های علوم پزشکی و هم در دانشگاه‌های وابسته به وزارت علوم بیش از دانشجویان بوده است.

موارد اشاره‌شده تنها گوشه‌ای از انعکاس تصویر دانشگاه‌ها و وزارت علوم، تحقیقات و فناوری در بین جامعه است و عواملی همچون پایین بودن کیفیت آموزش دانشگاهی، تعدد و کمیت دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی و پژوهشی، پایین بودن کیفیت آثار علمی و ... منجر به مخدوش شدن این تصویر گردیده است.

۲- مبانی نظری پژوهش

تصویرسازمانی در عین سادگی، مفهومی پیچیده است. دلیل سادگی این مفهوم، آن است که، با یک برداشت سطحی یا تجربه مثبت یا منفی در خصوص آن اظهارنظر می‌شود و منطق پیچیده تصویرسازمانی آن است که، تابعی از برداشت‌ها، خلقیات، زمان، مکان و حالات شخص برداشت‌کننده است. تصویرسازمانی به برداشت‌های کلی افراد از یک سازمان اشاره دارد و به‌عنوان ساختارهای سست دانش فردی و باورهای افراد در مورد یک سازمان تعریف می‌شود. تصویرسازمانی بیانگر ادراک و برداشت کلی ذی‌نفعان از یک سازمان بوده و حاصل تفسیر مجموعه‌ای از تجربیات، اطلاعات، تعاملات و ارزیابی‌های آنان نسبت به عملکرد، ارزش‌ها و هویت سازمان است. ازاین‌رو، تصویرسازمانی صرفاً بازتاب فعالیت‌های ارتباطی سازمان نیست، بلکه نتیجه فرآیند مستمر تعامل میان عملکرد واقعی سازمان، شیوه حکمرانی، میزان پاسخگویی، کیفیت خدمات، اعتماد عمومی و ادراک ذی‌نفعان مختلف از سازمان محسوب می‌شود [۸].

باوجودآنکه تصویرسازمانی در بسیاری از پژوهش‌های اولیه به‌عنوان برداشت ذهنی افراد از سازمان تعریف‌شده است، مطالعات جدید نشان می‌دهد این مفهوم ماهیتی پویا داشته و همواره تحت تأثیر تغییرات محیطی، عملکرد سازمان، انتظارات اجتماعی و

کیفیت تعاملات سازمان با ذی‌نفعان قرار دارد. در این چارچوب، تصویرسازمانی نه یک ویژگی ثابت، بلکه فرآیندی اجتماعی و ادراکی است که در طول زمان شکل‌گرفته و متناسب با تجربیات و اطلاعات جدید بازسازی می‌شود [۹]. مطالعات جدید نشان می‌دهد که تصویرسازمانی را نمی‌توان صرفاً نتیجه عناصر ظاهری، هویت بصری یا فعالیت‌های ارتباطی سازمان دانست؛ بلکه تصویرسازمانی حاصل تعامل میان هویت واقعی سازمان، نحوه بازنمایی آن و ادراک ذی‌نفعان است. در این چارچوب، انسجام میان هویت‌سازمانی، رفتار سازمان و پیام‌های ارتباطی، شرط اساسی شکل‌گیری تصویر پایدار و معتبر سازمان به شمار می‌رود. از سوی دیگر، پژوهشگران تأکید می‌کنند که تصویرسازمانی مفهومی ایستا نیست، بلکه در طول زمان و تحت تأثیر تجربه‌های جدید ذی‌نفعان، کیفیت تعاملات سازمانی و میزان اصالت ادراک‌شده از سوی مخاطبان، به‌طور مستمر بازتولید و بازسازی می‌شود [۱۰]. در سال‌های اخیر، بسیاری از پژوهشگران میان «هویت‌سازمانی» و «تصویرسازمانی» تمایز قائل شده‌اند. هویت‌سازمانی بیانگر ویژگی‌های بنیادین، ارزش‌ها و باورهایی است که اعضای سازمان درباره «چیستی سازمان» درک می‌کنند، درحالی‌که تصویرسازمانی بازتاب نحوه ادراک و تفسیر همین ویژگی‌ها در ذهن ذی‌نفعان بیرونی است. بر این اساس، تصویرسازمانی زمانی از ثبات و اعتبار بیشتری برخوردار خواهد بود که میان هویت واقعی سازمان، عملکرد آن و برداشت ذی‌نفعان همسویی و انسجام وجود داشته باشد. ازاین‌رو، مدیریت تصویرسازمانی بدون توجه به هویت‌سازمانی، راهبردی ناپایدار خواهد بود [۱۱].

در سازمان‌های آموزش عالی، پیچیدگی مفهوم تصویرسازمانی بیش از سایر سازمان‌ها نمود پیدا می‌کند؛ زیرا دانشگاه‌ها به‌طور هم‌زمان با گروه‌های متنوعی از ذی‌نفعان ازجمله اعضای هیئت‌علمی، دانشجویان، کارکنان، فارغ‌التحصیلان، سیاست‌گذاران، صنعت و افکار عمومی در تعامل هستند. هر یک از این گروه‌ها بر اساس انتظارات، تجربیات و میزان تعامل خود، برداشت متفاوتی از دانشگاه و نهادهای سیاست‌گذار آموزش عالی شکل می‌دهند. بنابراین نمی‌توان برای یک سازمان، به‌ویژه دانشگاه یا وزارت علوم، تصویر واحد و یکسانی متصور شد؛ بلکه تصویرسازمانی حاصل برآیند برداشت‌های متفاوت ذی‌نفعان داخلی و خارجی است که در گذر زمان و متناسب با عملکرد سازمان دستخوش تغییر و بازسازی می‌شود [۱۲]. از سوی دیگر، پژوهش‌های اخیر تأکید می‌کنند که مشروعیت سازمانی، کیفیت ارتباطات، شفافیت، پاسخگویی و اعتماد اجتماعی از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر شکل‌گیری و بازسازی تصویرسازمانی هستند. در واقع، سازمان‌هایی که از مشروعیت نهادی بیشتری برخوردار بوده و ارتباط مؤثرتری با ذی‌نفعان برقرار می‌کنند، قادر خواهند بود تصویر مطلوب‌تری در ذهن جامعه ایجاد کرده و سرمایه نمادین و شهرت سازمانی خود را تقویت نمایند [۱۳] از این منظر، تصویرسازمانی نه‌تنها پیامد عملکرد سازمان، بلکه یکی از مهم‌ترین دارایی‌های راهبردی آن محسوب می‌شود که نقش تعیین‌کننده‌ای در ارتقای اعتماد عمومی، مشروعیت اجتماعی و مزیت رقابتی پایدار سازمان ایفا می‌کند. پژوهش‌های جدید نشان می‌دهد که تصویر دانشگاه دیگر صرفاً یک برداشت ذهنی از کیفیت آموزش نیست، بلکه به‌عنوان یک دارایی نامشهود و راهبردی تلقی می‌شود که بر رقابت‌پذیری، جذب دانشجویان، توسعه همکاری‌های علمی و جایگاه دانشگاه در نظام آموزش عالی اثر مستقیم دارد.

تصویر دانشگاه به ادراک کلی ذی‌نفعان از هویت، عملکرد، ارزش‌ها و جایگاه اجتماعی مؤسسات آموزش عالی اشاره دارد و حاصل برآیند برداشت‌های شناختی و عاطفی افراد از تعاملات مستقیم و غیرمستقیم با دانشگاه است. این تصویر نه‌تنها تحت تأثیر کیفیت آموزش، پژوهش و خدمات دانشگاه قرار دارد، بلکه از میزان مشروعیت نهادی، کیفیت ارتباطات، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، تجربه ذی‌نفعان و نحوه پاسخگویی دانشگاه نیز تأثیر می‌پذیرد. از این منظر، تصویر دانشگاه یک سازه پویا و چندبعدی است که در طول زمان و متناسب با عملکرد و تعاملات دانشگاه با محیط اجتماعی شکل‌گرفته و بازسازی می‌شود [۱۲]. تحولات گسترده نظام آموزش عالی طی سال‌های اخیر، به‌ویژه افزایش رقابت جهانی، بین‌المللی‌شدن دانشگاه‌ها، گسترش نظام‌های رتبه‌بندی، توسعه آموزش‌های برخط و افزایش تحرک علمی دانشجویان و اعضای هیئت‌علمی، موجب شده است تصویر دانشگاه به یکی از مهم‌ترین دارایی‌های نامشهود و راهبردی مؤسسات آموزش عالی تبدیل شود. در چنین شرایطی، دانشگاه‌ها علاوه‌بر ارتقای کیفیت آموزشی و پژوهشی، ناگزیرند تصویر مثبت و قابل‌اعتمادی از خود در ذهن ذی‌نفعان ایجاد کنند؛ زیرا این تصویر نقش تعیین‌کننده‌ای در جذب دانشجویان مستعد، همکاری‌های علمی بین‌المللی، جذب منابع مالی، افزایش اعتماد عمومی و تقویت جایگاه رقابتی دانشگاه ایفا می‌کند [۸].

مطالعات جدید نشان می‌دهد تصویر دانشگاه صرفاً بازتاب کیفیت خدمات آموزشی نیست، بلکه نتیجه تعامل مستمر میان عملکرد واقعی دانشگاه، هویت‌سازمانی، شهرت، مشروعیت و تجربه ذی‌نفعان است. به‌بیان‌دیگر، دانشگاه‌هایی که از نظام حکمرانی شفاف، ارتباطات اثربخش، پاسخگویی مناسب و تعامل فعال با جامعه برخوردار هستند، تصویر مطلوب‌تری در ذهن ذی‌نفعان ایجاد کرده و در فضای رقابتی آموزش عالی از مزیت پایدارتری برخوردار خواهند بود [۹]. ازاین‌رو، تصویر دانشگاه را نمی‌توان مفهومی ثابت و یکسان برای تمامی ذی‌نفعان تلقی کرد؛ بلکه این مفهوم متناسب با نوع ارتباط افراد با دانشگاه، انتظارات، تجربیات و ادراک آنان شکل می‌گیرد و در نتیجه ممکن است دانشجویان، اعضای هیئت‌علمی، کارکنان، سیاست‌گذاران و جامعه، برداشت‌های متفاوتی از یک دانشگاه واحد داشته باشند. بنابراین، بازسازی و ارتقای تصویر دانشگاه مستلزم بهبود مستمر عملکرد سازمان، تقویت مشروعیت نهادی، توسعه ارتباطات راهبردی و افزایش سرمایه اجتماعی دانشگاه در میان ذی‌نفعان است [۱۰]. در این چارچوب، تصویر دانشگاه از ترکیب مؤلفه‌هایی همچون کیفیت آموزشی و پژوهشی، اعتبار علمی، حضور دیجیتال، ارتباطات اثربخش و میزان دیده‌شدن دانشگاه در فضای مجازی شکل می‌گیرد. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که در عصر تحول دیجیتال، میزان حضور و دیده‌شدن دانشگاه در محیط‌های آنلاین، سهم قابل توجهی در شکل‌گیری تصویر آن در ذهن ذی‌نفعان دارد و نمی‌توان تصویر دانشگاه را صرفاً بر پایه عملکرد آموزشی تبیین کرد [۱۴].

مطالعات اخیر نیز تأکید می‌کنند که تصویر دانشگاه در میان گروه‌های مختلف ذی‌نفع، برداشت واحدی ندارد. دانشجویان، اعضای هیئت علمی، کارکنان و مدیران هر یک بر اساس نوع تعامل، میزان مشارکت و انتظارات خود، هویت و تصویر متفاوتی از دانشگاه شکل می‌دهند. ازاین‌رو، مدیریت تصویر دانشگاه مستلزم شناخت تفاوت‌های ادراکی میان گروه‌های مختلف ذی‌نفع و طراحی راهبردهای ارتباطی متناسب با هر یک از این گروه‌ها است [۱۵]. مطالعات جدید میان «تصویر دانشگاه» و «شهرت دانشگاه» تمایز قائل می‌شوند. تصویر دانشگاه، ادراک کنونی ذی‌نفعان از عملکرد و هویت دانشگاه است، درحالی‌که شهرت دانشگاه نتیجه انباشت همین ادراکات در طول زمان محسوب می‌شود. بر این اساس، مدیریت موفق تصویر دانشگاه، زمینه‌ساز شکل‌گیری شهرت پایدار، افزایش اعتماد عمومی، ارتقای وفاداری دانشجویان و تقویت مزیت رقابتی مؤسسات آموزش عالی خواهد بود. همچنین پژوهشگران تأکید می‌کنند که تجربه دانشجو، مهم‌ترین منبع شکل‌گیری شهرت و تصویر دانشگاه در محیط رقابتی آموزش عالی است [۱۶].

نظریه سازمان طی دهه‌های گذشته سهم قابل‌توجهی در تبیین ماهیت، کارکرد و تحول مؤسسات آموزش عالی داشته است. یکی از مهم‌ترین دستاوردهای این حوزه، به رسمیت شناختن دانشگاه به‌عنوان یک سازمان اجتماعی متمایز است که ویژگی‌های آن را نمی‌توان صرفاً با الگوهای متعارف سازمانی تبیین کرد. در این رویکرد، دانشگاه نه‌تنها یک نهاد آموزشی، بلکه سازمانی پیچیده با مأموریت‌های آموزشی، پژوهشی، فرهنگی و اجتماعی تلقی می‌شود که به‌طور هم‌زمان تحت تأثیر نیروهای درونی و بیرونی قرار دارد. پژوهش‌های اخیر نیز بر این موضوع تأکید دارند که تحلیل دانشگاه بدون بهره‌گیری از نظریه‌های سازمانی، امکان تبیین مناسبی از نحوه تصمیم‌گیری، حکمرانی، مشروعیت و تعامل آن با محیط اجتماعی را فراهم نمی‌کند [۱۷]. بر همین اساس، نظریه‌های سازمانی با فاصله گرفتن از برداشت‌های سنتی که دانشگاه را نهادی منزوی و مستقل از محیط پیرامون می‌دانستند، به تدریج رویکردی پویا نسبت به آموزش عالی اتخاذ کردند. نقطه عطف این تحول، ظهور نظریه‌های سیستم‌های باز بود که از دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ مبنای مهمی برای مطالعه سازمان‌ها قرار گرفت. در این رویکرد، سازمان‌ها موجودیت‌هایی پویا تلقی می‌شوند که بقا، رشد و اثربخشی آن‌ها درگرو تعامل مستمر با محیط بیرونی است. از این منظر، دانشگاه نیز سازمانی است که به‌طور مداوم از سیاست‌های عمومی، شرایط اقتصادی، تحولات اجتماعی، فناوری، انتظارات ذی‌نفعان و تغییرات فرهنگی اثر می‌پذیرد و هم‌زمان بر محیط پیرامون خود نیز تأثیر می‌گذارد [۱۷،۱۸]. در همین راستا، پژوهش‌های جدید نیز نشان می‌دهند که دانشگاه‌های موفق، سازمان‌هایی هستند که ضمن حفظ هویت علمی خود، توانایی انطباق با تغییرات محیطی و پاسخگویی به نیازهای جامعه را دارا هستند و این ویژگی، یکی از عوامل اصلی شکل‌گیری تصویر مثبت و مشروعیت اجتماعی آن‌ها محسوب می‌شود [۱۹].

پاسخگویی به نیازهای جامعه و کسب مشروعیت سازمان‌ها در پس مفهوم وابستگی منابع نهفته است. سازمان‌ها برای کسب مشروعیت نیازمند منابع خارج از سازمان هستند و در این مسیر با یکدیگر رقابت می‌کنند. باوجودآنکه نظریه وابستگی به منابع توانست نقش محیط بیرونی را در تبیین رفتار سازمانی به‌خوبی توضیح دهد، به‌تدریج پژوهشگران دریافتند که سازمان‌ها صرفاً برای دستیابی به منابع تغییر نمی‌کنند، بلکه در بسیاری از موارد برای کسب پذیرش اجتماعی، اعتبار و مشروعیت نیز خود را با انتظارات محیطی هماهنگ می‌سازند. این تحول فکری زمینه‌ساز گسترش نونهادگرایی در مطالعات سازمانی و به‌ویژه آموزش عالی شد؛ رویکردی که امروزه یکی از پرکاربردترین چارچوب‌های نظری در تحلیل دانشگاه‌ها و نظام‌های آموزش عالی به شمار می‌رود [۱۷،۱۹]. پژوهش‌های جدید نشان می‌دهد که دانشگاه‌ها برای حفظ جایگاه خود در محیط رقابتی آموزش عالی، بیش از گذشته به ایجاد مشروعیت نهادی، پاسخگویی اجتماعی، شفافیت، مسئولیت‌پذیری و تعامل مؤثر با ذی‌نفعان توجه می‌کنند؛ زیرا این مؤلفه‌ها به‌طور مستقیم بر تصویر سازمانی و اعتماد عمومی نسبت به دانشگاه اثرگذار هستند [۲۰].

در همین راستا، پژوهش‌های جدید از توسعه رویکردی نوین در مشروعیت‌یابی دانشگاه‌ها حکایت دارند. برخلاف دیدگاه سنتی که مشروعیت را صرفاً نتیجه تبعیت از هنجارهای نهادی می‌دانست، مطالعات اخیر نشان می‌دهد که بسیاری از دانشگاه‌ها، به‌ویژه مؤسسات نوظهور، از طریق خلق هویت متمایز، تمرکز بر نیازهای خاص جامعه، توسعه نوآوری‌های آموزشی و گسترش تعاملات با صنعت و جامعه، مسیر متفاوتی برای کسب مشروعیت انتخاب می‌کنند. این رویکرد بیانگر آن است که مشروعیت در آموزش عالی، بیش از آنکه صرفاً محصول تقلید از دانشگاه‌های برتر باشد، نتیجه توانایی دانشگاه در پاسخگویی به نیازهای واقعی ذی‌نفعان و ایجاد ارزش اجتماعی است [۲۰،۲۱].

گروت هامر و کهل [۲۲] به صورت تجربی نشان می‌دهند که پژوهش‌های سازمانی- جامعه‌شناختی تحت سلطه نهادگرایی جدید و رویکرد شبکه‌ای بوده است. این سؤال مطرح می‌شود که چرا نونهادگرایی این همه توجه را به خود جلب کرده است. شاید پاسخ در این واقعیت نهفته باشد که نونهادگرایی درک ما از مفروضات اصلی در نظریه سازمان را به‌عنوان عقلانیت و کارایی دوباره تنظیم کرده است. درحالی‌که نونهادگرایی نقش محیط نهادی را در شکل‌گیری رفتار سازمانی برجسته می‌کند، برخی نظریه‌پردازان با تمرکز بر ماهیت ارتباطات و فرایندهای تولید دانش، تبیین متفاوتی از سازمان‌های علمی ارائه کرده‌اند. یکی از مهم‌ترین این دیدگاه‌ها، نظریه سیستم‌های اجتماعی نیکلاس لومان است که دانشگاه را نه صرفاً یک ساختار اداری، بلکه نظامی ارتباطی و خود ارجاع می‌داند. از دیدگاه نظریه سیستم‌های اجتماعی لومان، سیستم ارتباطات علمی یک سیستم اجتماعی فروبسته است. این فروبستگی به‌این‌علت است که ارتباط علمی به نحو خودآفرین و خود ارجاع و بنا به تفکیک کارکردی که در مدرنیته رخداد، ایجاد شده است. تا قبل از دوران مدرن، ارتباطات علمی از سایر سیستم‌های کارکردی مانند دین و سیاست و اخلاق و هنر تفکیک نشده بود. این عدم تفکیک به‌طور مثال در سیطره کلیسا بر دانشگاه‌هایی مانند کمبریج و پاریس نمایان بود. اما از قرن ۱۷ به بعد، مقارن با ظهور دانشگاه‌ها و مجامع علمی مستقل از کلیسا، سیستم ارتباطات علمی، به‌عنوان خرده سیستمی از سیستم علم، از دین، سیاست، اخلاق و هنر استقلال یافت. به عقیده لومان سیستم ارتباطات علمی از جهان کلی علم جدا نیست و "دانشمندان در جهان علم (و ارتباطات علمی) تابع قدرتی بیرون از علم نیستند. علم به سیاست مدد می‌رساند و سیاست‌ها از راه‌های مختلف در تعیین مسیرهای فرعی پژوهش دخالت می‌کنند و اثر می‌گذارند؛ اما علم، تابع دلخواه هیچ شخص و گروه و سیاستی نیست. دانشمند نمی‌تواند در چارچوب ایدئولوژی پژوهش کند" [۲۳] به گفته انوائوکوگا[1] [۲۴] آزادی آکادمیک به این معنی است که اساتید آزاد هستند تا در چارچوب قواعد آکادمیک در کلاس درس بدون نگرانی از مرعوب شدن توسط دولت یا نیروهای دولتی، به اندیشه، اختراع، تحقیق و خلق دانش مستقل بپردازند. بر همین اساس، استقلال دانشگاه صرفاً یک اصل مدیریتی نیست، بلکه شرط لازم برای حفظ خود ارجاعی نظام علمی و استمرار ارتباطات علمی مستقل به شمار می‌رود. مطالعات جدید نیز نشان می‌دهد استقلال دانشگاه یکی از مهم‌ترین پیش‌نیازهای شکل‌گیری اعتماد عمومی، مشروعیت نهادی و تصویر مثبت دانشگاه در میان ذی‌نفعان محسوب می‌شود از این منظر، دانشگاه زمانی قادر خواهد بود نقش اجتماعی و علمی خود را به‌درستی ایفا کند که بدون مداخلات غیرتخصصی، درباره مأموریت‌ها، سیاست‌های آموزشی، پژوهشی و مدیریتی خود تصمیم‌گیری کند. مطالعات جدید نشان می‌دهد چنین استقلالی یکی از پیش‌نیازهای اساسی شکل‌گیری اعتماد عمومی، مشروعیت نهادی و تصویر مثبت

[1] Nwaokugha

دانشگاه در میان ذی‌نفعان است [۲۵] سرمایه اجتماعی دانشگاه نتیجه تعامل مستمر میان دانشگاه و ذی‌نفعان است و از طریق اعتماد، مشارکت، شفافیت و پاسخگویی شکل می‌گیرد. این سرمایه اجتماعی، یکی از مهم‌ترین پیش‌نیازهای مشروعیت نهادی و تصویر مثبت دانشگاه در جامعه محسوب می‌شود [۲۶].

در امتداد دیدگاه نونهادگرایی، مفهوم مشروعیت سازمانی به یکی از مهم‌ترین مباحث نظری در مطالعات سازمانی و آموزش عالی تبدیل شده است. مشروعیت سازمانی بیانگر میزان پذیرش، مقبولیت و اعتبار یک سازمان در میان ذی‌نفعان و محیط نهادی پیرامون آن است و نقش تعیین‌کننده‌ای در دسترسی سازمان به منابع، جلب حمایت ذی‌نفعان، کاهش عدم‌اطمینان و تضمین بقای بلندمدت آن ایفا می‌کند [۲۷،۲۸]. از این منظر، دانشگاه‌ها صرفاً با ارائه خدمات آموزشی و پژوهشی مشروعیت کسب نمی‌کنند، بلکه لازم است عملکرد، ساختارها و ارزش‌های خود را با انتظارات اجتماعی، الزامات قانونی و هنجارهای حرفه‌ای نیز هماهنگ سازند. دیدگاه‌های کلاسیک نهادگرایی، به‌ویژه آثار مایر و روان [۲۹]، دی‌ماجیو و پاول [۳] و اسکات [۳۰]، مشروعیت را پیامد انطباق سازمان با قواعد و انتظارات محیط نهادی می‌دانند. بر اساس این دیدگاه، دانشگاه‌ها از طریق تبعیت از سیاست‌های عمومی، رعایت استانداردهای تضمین کیفیت، پذیرش نظام‌های اعتباربخشی و الگوبرداری از دانشگاه‌های معتبر، جایگاه نهادی خود را تثبیت کرده و اعتماد ذی‌نفعان را جلب می‌کنند. این فرایند که با مفهوم «هم‌شکلی نهادی» شناخته می‌شود، اگرچه به افزایش مقبولیت اجتماعی سازمان‌ها کمک می‌کند، اما همواره به ارتقای اثربخشی و نوآوری منجر نمی‌شود.

بااین‌حال، پژوهش‌های جدید نشان می‌دهد که مشروعیت در آموزش عالی دیگر صرفاً از مسیر تقلید نهادی حاصل نمی‌شود. تغییرات سریع محیطی، افزایش رقابت جهانی، تحول انتظارات اجتماعی و تنوع ذی‌نفعان موجب شده است دانشگاه‌ها برای کسب مشروعیت، راهبردهای فعالانه‌تری اتخاذ کنند. در این چارچوب، سازمان‌های آموزش عالی به‌جای تقلید صرف از دانشگاه‌های برتر، تلاش می‌کنند از طریق توسعه هویت‌سازمانی متمایز، تقویت ارتباط با جامعه، پاسخگویی به نیازهای بازار کار، ارتقای مسئولیت اجتماعی و ایجاد ارزش برای ذی‌نفعان، مشروعیت خود را بازتولید کنند [۲۰].

در همین راستا، پژوهش‌های دیویس و کوئرک [۳۱] و کوئرک [۳۲] نشان می‌دهد که سازمان‌های دارای موقعیت ضعیف‌تر معمولاً راهبردهای متفاوتی برای مشروعیت‌یابی اتخاذ می‌کنند. این سازمان‌ها به‌جای حرکت در مسیر هم‌شکلی نهادی، بر خلق هویت متمایز و ایجاد جایگاه رقابتی جدید تمرکز می‌کنند. مطالعه پیزارو میلیان [۲۱] درباره کالج‌های انتفاعی کانادا[1] نیز نشان داد که این مؤسسات با توسعه شبکه‌های ارتباطی، همکاری با صنعت، تعامل با نهادهای اعتباربخش و بهره‌گیری از ارائه‌دهندگان مشروعیت، توانسته‌اند جایگاه اجتماعی خود را تقویت کنند؛ یافته‌ای که بیانگر پویایی مفهوم مشروعیت در محیط متحول آموزش عالی است. نهادسازی در آموزش عالی صرفاً به ایجاد ساختارهای رسمی محدود نمی‌شود، بلکه مستلزم تثبیت قواعد حکمرانی، توسعه ظرفیت‌های سازمانی، تقویت فرهنگ نهادی و ایجاد سازوکارهای پاسخگو است؛ عواملی که در نهایت مشروعیت و اثربخشی دانشگاه را تقویت می‌کنند [۳۳].

مرور پژوهش‌های جدید نیز نشان می‌دهد که موقعیت‌یابی دانشگاه، بخشی جدایی‌ناپذیر از فرایند مشروعیت‌یابی محسوب می‌شود. در این رویکرد، دانشگاه‌ها با تعریف مأموریت، ارزش‌ها و قابلیت‌های متمایز خود، تصویری منسجم و قابل‌اعتماد در ذهن ذی‌نفعان ایجاد می‌کنند؛ تصویری که علاوه بر افزایش اعتماد عمومی، به ارتقای شهرت و سرمایه نمادین دانشگاه نیز منجر می‌شود [۲۰،۳۴]. اعتماد عمومی به نهادهای عمومی زمانی تقویت می‌شود که سازمان‌ها از شفافیت، پاسخگویی، عدالت و مشارکت ذی‌نفعان برخوردار باشند. این مؤلفه‌ها به‌صورت مستقیم بر مشروعیت نهادی و پذیرش اجتماعی سازمان‌ها اثرگذار هستند [۳۵].

در نظام آموزش عالی ایران نیز مسئله مشروعیت دانشگاه را نمی‌توان بدون توجه به زمینه تاریخی آن تحلیل کرد. فراستخواه [۶] با بررسی روند تاریخی شکل‌گیری دانشگاه در ایران نشان می‌دهد که برخلاف نظام دانشگاهی غرب که طی چندین قرن مسیر تکامل نهادی خود را پیموده است، دانشگاه ایرانی در بستری از تحولات شتاب‌زده، مداخلات دولت و گسست‌های تاریخی

[1] For-profit Colleges

شکل گرفته است. از دیدگاه وی، نهاد علم در ایران دوره‌های متعددی از تأخیر تاریخی، تکوین، توسعه، اختلال و بازسازی را تجربه کرده و همین مسیر تاریخی، بر نحوه شکل‌گیری مشروعیت اجتماعی دانشگاه و ادراک جامعه از نهاد علم اثرگذار بوده است. بنابراین، تقویت مشروعیت دانشگاهی در ایران صرفاً به اصلاح ساختارهای آموزشی محدود نمی‌شود، بلکه مستلزم بازسازی اعتماد عمومی، ارتقای استقلال نهادی، تقویت تعامل دانشگاه با جامعه و افزایش سرمایه اجتماعی نظام آموزش عالی است؛ عواملی که به‌طور مستقیم بر بازسازی تصویر سازمانی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری نیز تأثیرگذار خواهند بود.

مرور مبانی نظری نشان می‌دهد که اگرچه هر یک از نظریه‌های سازمان، سیستم‌های باز، وابستگی به منابع، نونهادگرایی و سیستم‌های اجتماعی از زاویه‌ای متفاوت به تبیین رفتار سازمان‌های آموزش عالی پرداخته‌اند، اما همگی در یک نقطه اشتراک دارند؛ اینکه دانشگاه نهادی اجتماعی است که مشروعیت، بقا، اثربخشی و تصویر آن در تعامل مستمر با محیط پیرامون شکل می‌گیرد. در این چارچوب، مشروعیت دانشگاهی، استقلال نهادی و نظام ارتباطات اجتماعی، سه مؤلفه بنیادین هستند که کیفیت رابطه دانشگاه با جامعه، دولت و سایر ذی‌نفعان را تبیین می‌کنند و در نهایت بر نحوه ادراک و ارزیابی جامعه از عملکرد دانشگاه و نهادهای سیاست‌گذار آموزش عالی اثر می‌گذارند. بر این اساس، پژوهش حاضر با اتکا به این مبانی نظری، عوامل اجتماعی را در قالب سه بعد «مشروعیت دانشگاهی»، «نهادسازی و استقلال نهادی» و «سیستم‌های اجتماعی» مفهوم‌سازی کرده است. انتخاب این ابعاد صرفاً مبتنی بر پیشینه تجربی پژوهش‌ها نیست، بلکه ریشه در چارچوب‌های نظری سازمان و آموزش عالی دارد که نشان می‌دهند بازسازی تصویر سازمانی، پیش از آنکه نتیجه فعالیت‌های تبلیغاتی یا ارتباطی باشد، حاصل بازسازی سرمایه اجتماعی، افزایش مشروعیت نهادی، تقویت استقلال دانشگاه و ارتقای کیفیت تعامل میان دانشگاه، جامعه و نظام حکمرانی است. ازاین‌رو، انتظار می‌رود تقویت این ابعاد اجتماعی بتواند نقش مؤثری در بازسازی تصویر سازمانی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری ایفا کرده و زمینه ارتقای اعتماد عمومی، اعتبار نهادی و جایگاه اجتماعی این وزارتخانه را فراهم سازد. از این منظر، مدل مفهومی پژوهش حاضر بر این فرض استوار است که تقویت عوامل اجتماعی، از طریق ارتقای مشروعیت دانشگاهی، تقویت نهادسازی و استقلال نهادی، و بهبود نظام ارتباطات اجتماعی، می‌تواند زمینه بازسازی تصویر سازمانی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری و دانشگاه‌ها را فراهم سازد؛ زیرا تصویر سازمانی، بیش از آنکه محصول فعالیت‌های اطلاع‌رسانی باشد، بازتاب میزان اعتماد اجتماعی، مشروعیت نهادی و کیفیت تعامل میان دانشگاه، جامعه و نظام حکمرانی است.

۲-۱- عوامل اجتماعی مؤثر بر تصویر وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

مرور مبانی نظری و مطالعات پیشین نشان می‌دهد که تصویر سازمانی دانشگاه‌ها پدیده‌ای چندبعدی است و تحت تأثیر مجموعه‌ای از عوامل سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، فناورانه و مدیریتی قرار دارد. باوجوداین، بسیاری از پژوهشگران معتقدند که عوامل اجتماعی نقش بنیادی‌تری نسبت به سایر ابعاد دارند؛ زیرا این عوامل مستقیماً بر ادراک، نگرش و اعتماد ذی‌نفعان اثر می‌گذارند و در نهایت تصویر سازمانی را شکل می‌دهند. در پژوهش حاضر نیز نتایج تحلیل مضمون، تکنیک دلفی و مدل‌سازی معادلات ساختاری نشان داد که عوامل اجتماعی یکی از مهم‌ترین پیشران‌های بازسازی تصویر سازمانی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری هستند. در این میان، سه مؤلفه مشروعیت دانشگاهی، نهادسازی و استقلال نهادی و سیستم‌های اجتماعی بیشترین سهم را در تبیین متغیر وابسته داشتند. از منظر نظری، این سه مؤلفه به‌صورت مکمل یکدیگر عمل می‌کنند. مشروعیت دانشگاهی موجب افزایش اعتماد عمومی و پذیرش اجتماعی دانشگاه می‌شود؛ نهادسازی و استقلال نهادی ظرفیت دانشگاه را برای ایفای رسالت علمی و تصمیم‌گیری مستقل افزایش می‌دهد؛ و سیستم‌های اجتماعی نیز زمینه تعامل مؤثر دانشگاه با ذی‌نفعان و تقویت سرمایه اجتماعی را فراهم می‌آورد. در نتیجه، بازسازی تصویر سازمانی زمانی تحقق خواهد یافت که این سه مؤلفه به‌طور هم‌زمان تقویت شوند.

بر این اساس، مدل نظری پژوهش حاضر بر این فرض استوار است که عوامل اجتماعی نه‌تنها مستقیماً بر بازسازی تصویر سازمانی اثرگذار هستند، بلکه از طریق ارتقای اعتماد عمومی، تقویت حکمرانی دانشگاهی، افزایش سرمایه اجتماعی و بهبود تعاملات نهادی، زمینه ارتقای اعتبار و شهرت وزارت علوم را نیز فراهم می‌کنند. این چارچوب نظری مبنای تدوین فرضیه‌های پژوهش قرار گرفته است. بر اساس مبانی نظری، نتایج تحلیل مضمون و یافته‌های حاصل از تکنیک دلفی، سه فرضیه اصلی

پژوهش تدوین شد. برخلاف بسیاری از مطالعات که صرفاً به بیان فرضیه‌ها اکتفا می‌کنند، در این پژوهش هر فرضیه بر پایه پژوهش‌های پیشین و استدلال نظری و شواهد تجربی توسعه‌یافته است.

۲-۱-۱- مشروعیت دانشگاهی

مشروعیت دانشگاهی یکی از مهم‌ترین منابع نامشهود نظام آموزش عالی است که از طریق افزایش اعتماد عمومی، ارتقای مقبولیت اجتماعی و تقویت اعتبار علمی، زمینه بهبود تصویر سازمانی را فراهم می‌آورد. زمانی که دانشگاه‌ها بتوانند انتظارات جامعه را در حوزه آموزش، پژوهش، نوآوری و مسئولیت اجتماعی برآورده سازند، نگرش مثبت ذی‌نفعان نسبت به‌کل نظام آموزش عالی تقویت خواهد شد. کای ژائو در پژوهشی تطبیقی به دنبال تحلیل تطبیقی راهبردی موقعیت‌یابی دانشگاه‌های چین و خارجی بود. در این پژوهش با آشکار کردن ماهیت پیچیده، چندبعدی و وابسته به زمینه، درک نظری از مشروعیت سازمانی در آموزش عالی فراملی را پیش می‌برد. با نشان دادن این‌که چگونه فشارهای نهادی می‌توانند منجر به تمایلات ایزومورفیک و تنوع استراتژیک شوند، این راهبردها از دریچه چهار بعد مشروعیت (نظارتی، شناختی، اخلاقی و عمل‌گرایانه) هم اشتراکات و هم واگرایی‌هایی را آشکار کرده که مفروضات ساده‌انگارانه در مورد ایزومورفیسم نهادی در آموزش عالی فراملی را به چالش می‌کشد [۲۰].

فرضیه اول: مشروعیت دانشگاهی بر بازسازی تصویر سازمانی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری تأثیر دارد.

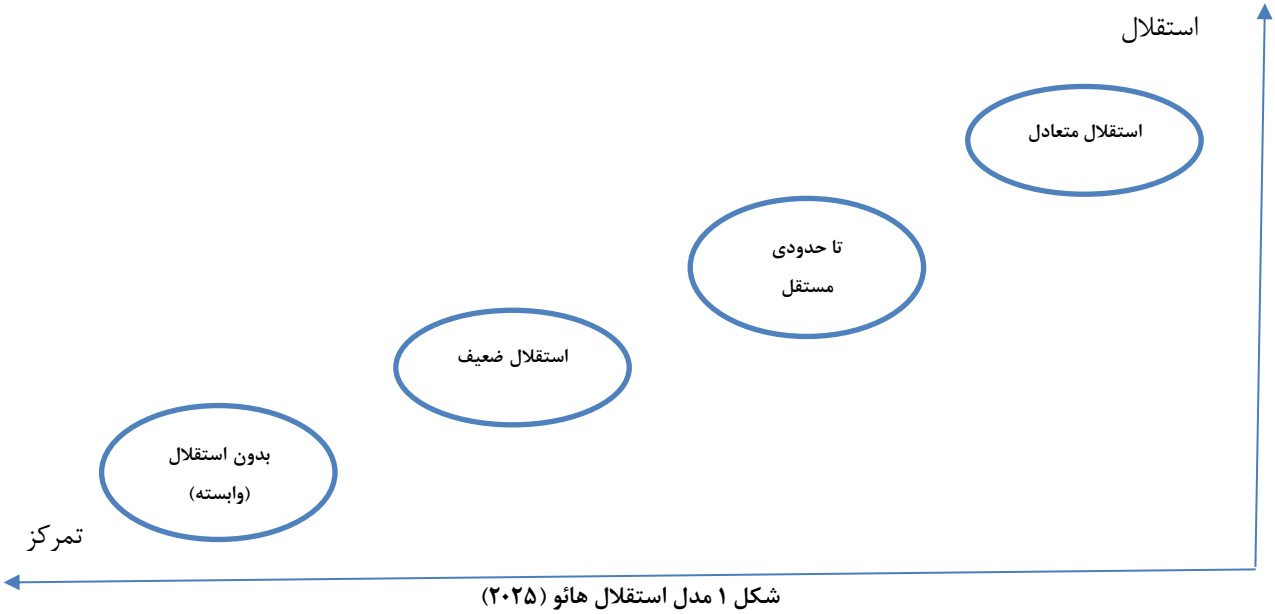
۲-۱-۲- سیستم‌های اجتماعی

نظریه سیستم‌های اجتماعی بر این اصل استوار است که سازمان‌ها در خلأ فعالیت نمی‌کنند، بلکه بخشی از یک نظام باز هستند که به‌طور مستمر با محیط پیرامونی خود در تعامل‌اند. دانشگاه نیز به‌عنوان یک نهاد اجتماعی، از طریق شبکه‌ای از روابط با دولت، صنعت، جامعه، رسانه‌ها، نهادهای مدنی، دانشجویان، دانش‌آموختگان، اعضای هیئت علمی و کارکنان با محیط پیرامون ارتباط برقرار می‌کند. کیفیت این روابط، میزان اعتماد ذی‌نفعان، سرمایه اجتماعی و در نهایت تصویر سازمانی دانشگاه را شکل می‌دهد. در سال‌های اخیر، تغییرات گسترده در فناوری‌های ارتباطی، توسعه رسانه‌های اجتماعی، افزایش سطح آگاهی عمومی و رشد انتظارات ذی‌نفعان موجب شده است که نقش سیستم‌های اجتماعی در موفقیت سازمان‌ها بیش از گذشته اهمیت یابد. دانشگاه‌هایی که دارای ارتباطات مؤثر با جامعه، صنعت و سایر ذی‌نفعان هستند، معمولاً از مشروعیت اجتماعی بالاتر، سرمایه اجتماعی بیشتر و تصویر سازمانی مطلوب‌تری برخوردارند. در مقابل، ضعف در تعاملات اجتماعی، کاهش پاسخگویی و فاصله گرفتن از مسائل واقعی جامعه، به‌تدریج موجب کاهش اعتماد عمومی و تضعیف تصویر سازمانی خواهد شد. تحولات نهادی آموزش عالی در روسیه در حال حاضر تحت تأثیر دو گروه از عوامل انجام می‌شود. اول، عوامل ژئوپلیتیکی هستند که نشان‌دهنده نیاز آموزش عالی روسیه به روی آوردن به اصول ملی سازماندهی و تضمین حاکمیت فناوری هستند. دوم، مجموعه‌ای کامل از شکاف بین خواسته‌های جامعه مدرن و بازار و ویژگی‌های نهادی تثبیت‌شده سیستم آموزش عالی است. کنستانتینووا و همکاران [۳۶] امکان نظام‌مندسازی شکاف‌ها و تضادهای اصلی را فراهم کرد که زمینه تحولات نهادی آموزش عالی را در واقعیت‌های روسیه تعیین می‌کند. یکی از شکاف‌های اصلی، شکاف بین اعتماد و ارزش است که در تضاد بین ارزش بالای ادراک‌شده آموزش عالی در جامعه روسیه و کاهش اعتماد عمومی به نهادهای موجود آن بیان می‌شود.

فرضیه دوم: سیستم‌های اجتماعی بر بازسازی تصویر سازمانی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری تأثیر دارند.

۲-۱-۳- نهادسازی و استقلال نهادی

ادبیات حکمرانی آموزش عالی نشان می‌دهد که دانشگاه‌های برخوردار از استقلال نهادی، شفافیت بیشتر، کارآمدی بالاتر و انعطاف‌پذیری مناسب‌تری در پاسخ به نیازهای جامعه دارند. چهار دسته استقلال برای دانشگاه‌ها برشمرده شده است، این دسته‌بندی از طیف وابسته، استقلال ضعیف، تا حدودی مستقل و در نهایت استقلال متعادل تعیین گردیده است که در شکل ۱ نشان داده شده است [۳۷].



شکل ۱ مدل استقلال هائو (۲۰۲۵)

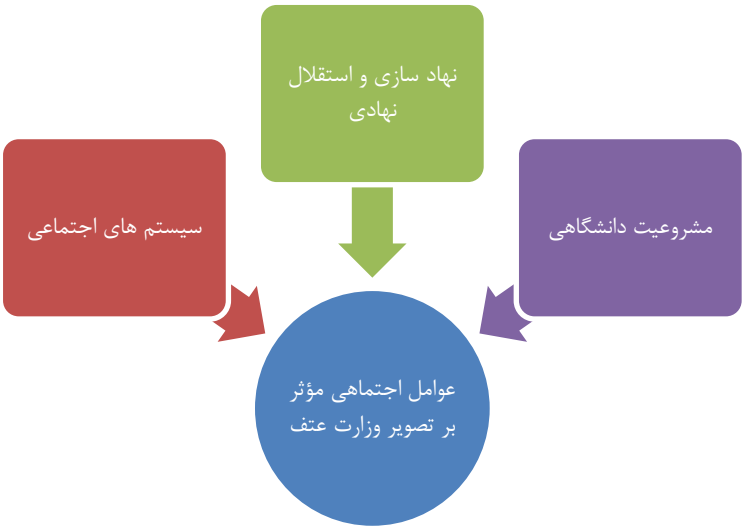
هائو [۳۷] بحث می‌کند که آموزش عالی در همه‌جا با چالش‌هایی از اقتدارگرایی دولتی از یک‌سو و مسائل مسئولیت داخلی و پاسخگویی از سوی دیگر مواجه است. اما جدی بودن این چالش‌ها در نهادهای دارای استقلال کم یا بدون خودمختاری، استقلال پایین و خودمختاری تا حدودی متعادل متفاوت است. در هر الگوی خودمختاری دانشگاهی، نفوذ دولت می‌تواند هم در سطح ماهوی و هم در سطح رویه‌ای اعمال شود. این نوع تأثیرگذاری اغلب از طریق سازوکارهایی نظیر تجاری‌سازی و شرکت‌سازی[1] صورت می‌گیرد که می‌تواند توسط هیئت‌امنا و روسای دانشگاه‌ها مورد مقاومت قرار گیرد. بااین‌حال، تعامل دانشگاه‌ها با این دو نهاد نیز نقشی تعیین‌کننده در تعیین میزان استقلال نهادی و آزادی آکادمیک دانشگاه و اعضای هیئت علمی آن ایفا می‌کند. ازاین‌رو، ایجاد و حفظ یک شبکه همکاری‌گرا میان تمامی بازیگران این عرصه، ضرورتی انکارناپذیر است. همان‌طور که کلارک [۳۸] اشاره می‌کند، در طول قرن‌ها دانشگاه‌ها نشان داده‌اند که قدرت ماندگاری زیادی دارند و با هر عصری که می‌گذرد سازگار شده‌اند، خود را تجدید و دگرگون کرده‌اند.

فرضیه سوم: نهادسازی و استقلال نهادی بر بازسازی تصویر سازمانی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری تأثیر دارد.

با اتکا به یافته‌های مرحله کیفی پژوهش و مبانی نظری، مدل مفهومی پژوهش حاضر به شرح شکل ۲ طراحی‌شده است. در این مدل، بازسازی تصویر سازمانی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری به‌عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته‌شده و سه سازه اصلی مشروعیت دانشگاهی، نهادسازی و استقلال نهادی و سیستم‌های اجتماعی به‌عنوان متغیرهای مستقل معرفی‌شده‌اند.

این مدل بر این فرض استوار است که عوامل اجتماعی از طریق افزایش اعتماد عمومی، تقویت مشروعیت دانشگاه‌ها، توسعه ظرفیت‌های نهادی و بهبود تعاملات اجتماعی، می‌توانند نقش مؤثری در بازسازی تصویر سازمانی وزارت علوم ایفا کنند.

[1] corporatization



شکل ۲ مدل مفهومی پژوهش

۳- روش پژوهش

ازآنجاکه تحقیق حاضر به بررسی تأثیر عوامل اجتماعی بر تصویر وزارت علوم، تحقیقات و فناوری و دانشگاه‌ها می‌پردازد؛ از نظر مخاطب استفاده در زمره تحقیقات کاربردی، از نظر هدف در زمره تحقیقات توصیفی، و نیز از نظر راهبرد اجرا در زمره تحقیقات پیمایشی قرار می‌گیرد [۳۹]. با توجه به موضوع و ماهیت این پژوهش، از طرح ترکیبی متوالی اکتشافی استفاده‌شده است. بدین ترتیب که ابتدا داده‌های کیفی و سپس در مرحله دوم داده‌های کمّی گردآوری و تحلیل‌شده‌اند. در این تحقیق داده‌هایی که به‌منظور شناسایی مؤلفه‌ها، شاخص‌ها و معیارهای مرتبط با بازسازی تصویر سازمان در ذهن شهروندان از طریق مصاحبه گردآوری‌شده‌اند، از نوع کیفی بوده و داده‌هایی که به‌منظور اعتبار سنجی الگوی مفهومی پیشنهادی و همچنین روابط بین متغیرها در مدل از طریق پرسشنامه گردآوری‌شده‌اند، از نوع کمی هستند.

۳-۱- بخش کیفی

در مرحله نخست، با استفاده از رویکرد کیفی (با استفاده از تکنیک تحلیل مضمون[1]) و از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با چهارده نفر از خبرگان حوزه آموزش عالی، ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های مؤثر بر بازسازی تصویر سازمانی شناسایی و با بهره‌گیری از تحلیل مضمون، مدل مفهومی اولیه پژوهش تدوین شد. روش نمونه‌گیری در بخش کیفی از نوع غیر احتمالی و به‌صورت هدفمند[2] بوده است که طی آن افراد با ویژگی‌های مشخص از نظر سوابق علمی، تجربی و داشتن مهارت‌های ارتباطی لازم برای شرکت و اثرگذاری در امر پژوهش انتخاب شده‌اند. جامعه آماری در بخش کیفی پژوهش، خبرگان و اساتید مبرز دانشگاه‌ها و مدیران ارشد حاضر و سابق وزارت علوم، تحقیقات و فناوری (از میان اعضاء هیئت علمی با رشته‌های مرتبط) در رشته‌های مدیریت دولتی، علوم سیاسی، جامعه‌شناسی، مدیریت و برنامه‌ریزی آموزشی، حقوق و... در بین دانشگاه‌های سطح یک کشور بودند که در خصوص موضوعات مرتبط با این تحقیق (حوزه این مطالعه)، ضمن داشتن وسعت نظر و آگاهی عمیق، دارای بالاترین اطلاعات تجربی و علمی می‌باشند. ابزار گردآوری داده‌ها در بخش کیفی این تحقیق مصاحبه نیمه ساختاریافته بوده است. در این مصاحبه‌ها سؤالات با توجه به‌مرور ادبیات مربوطه با هدف شناسایی مؤلفه‌ها و شاخص‌های سازنده در حوزه بازسازی تصویر سازمانی پرسیده شد. به‌منظور افزایش اعتبار مدل، یافته‌های کیفی در دو راند با استفاده از روش دلفی فازی مورد ارزیابی خبرگان قرار گرفت و در نهایت، مدل نهایی پژوهش مشتمل بر ۱۰ بعد و ۶۸ مؤلفه استخراج شد. در این مصاحبه‌ها سؤالات با توجه به‌مرور ادبیات مربوطه با هدف شناسایی مؤلفه‌ها و شاخص‌های سازنده در حوزه بازسازی تصویر سازمانی پرداخته شد که، عوامل

[1] Thematic Analysis
[2] Targeted

اجتماعی یکی از این سازه‌ها بوده است. برای روایی و پایایی از روش دلفی فازی در دو راند به شرح نتایج جدول ۱ استفاده شد.

جدول ۱ نتیجه دلفی فازی عوامل اجتماعی مؤثر بر بازسازی تصویر وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

شاخص‌ها	نتیجه راند ۱	نتیجه راند ۲	اختلاف	نتیجه
۱. ضعف در نهادسازی و استقلال نهادی	۰.۸۴۴	۰.۸۶۸	۰.۰۲۴	توافق
۲. سیستم‌های اجتماعی	۰.۸۵۷	۰.۸۶۳	۰.۰۰۶	توافق
۳. مشروعیت دانشگاهی	۰.۸۵۷	۰.۸۶۸	۰.۰۱۱	توافق

۳-۲- بخش کمی

بر اساس الگوی پژوهش‌های آمیخته اکتشافی، نتایج مرحله کیفی مبنای طراحی ابزار سنجش در بخش کمی قرار گرفت؛ به‌گونه‌ای که گویه‌های پرسشنامه مستقیماً از مؤلفه‌های استخراج‌شده در مرحله کیفی تدوین شدند و در مرحله کمی، اعتبار مدل پیشنهادی از طریق تحلیل عاملی و مدل‌سازی معادلات ساختاری مورد آزمون قرار گرفت. جامعه آماری این تحقیق در بخش کمی از بین دانش‌آموختگان دانشگاه‌های اراک، صنعتی اراک، پیام نور اراک و ملی و مهارت اراک (دختران و پسران) می‌باشند. انتخاب این جامعه آماری ازآن‌جهت صورت گرفت که دانش‌آموختگان، به دلیل تجربه مستقیم از نظام آموزش عالی و تعامل با دانشگاه، می‌توانند تصویری نسبتاً دقیق از عوامل مؤثر بر تصویر سازمانی وزارت علوم ارائه کنند. روابط میان سازه‌های استخراج‌شده با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری مبتنی بر حداقل مربعات جزئی (PLS-SEM) آزمون شد.

در این مطالعه برای محاسبه حجم نمونه شهروندان مراجعه‌کننده با چهار دانشگاه مذکور، از فرمول کوکران استفاده‌شده است. ماهیت فرمول کوکران به صورتی است که برای حجم بالای N مقداری بین ۳۸۰ تا نهایتاً ۳۸۴ نفر به دست می‌دهد. برای مثال اگر حجم جامعه از ۳۰ هزار نفر به ۳ میلیون نفر تغییر کند حجم نمونه موردنیاز از ۳۸۰ نفر به ۳۸۴ نفر تغییر خواهد کرد.

$$\lim_{N\to\infty}(n) = 384 \qquad (۱)$$

چون اطلاع دقیقی از حجم جامعه وجود ندارد از فرمول زیر استفاده‌شده است:

$$n = \frac{t^2pq}{d^2} = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.05)^2} = \frac{0.9604}{0.0025} = 384 \qquad (۲)$$

$d = 0.05$
$t = 1.96$
$p = 0.5$
$q = 0.5$

به‌طورکلی وقتی حجم جامعه بسیار بزرگ است و همچنین برای جوامع نامحدود تا ۳۸۰ نفر به‌عنوان نمونه توصیه شده است. برای اطمینان بیشتر ۴۰۰ پرسشنامه به‌طور تصادفی طبقه‌بندی‌شده در بین شهروندان خدمات گیرنده از دانشگاه‌های مذکور توزیع و گردآوری گردید.

به‌منظور گردآوری داده‌ها در پژوهش حاضر از پرسشنامه استفاده شده است. پرسشنامه شامل ۶۸ گویه بود که تمامی آن‌ها پس از طی مراحل اعتبارسنجی کیفی و کمی، وارد مدل اندازه‌گیری شدند. برای بررسی معناداری همبستگی‌های مشاهده شده از روش‌های خودگردان‌سازی (بوت استراپ) و یا برش متقاطع جک‌نایف استفاده می‌شود. در این مطالعه از روش خودگردان سازی استفاده شده است که آماره t را به دست می‌دهد. در سطح خطای ۵٪ اگر مقدار آماره بوت استراپینگ t-value بزرگ‌تر از ۱/۹۶ باشد همبستگی‌های مشاهده شده معنادار است.

برای ارزیابی اعتبار مدل از سه شاخص روایی همگرا، پایایی ترکیبی، آلفای کرونباخ استفاده شده است. روایی همگرا[1] نشان می‌دهد چقدر متغیرهای یک سازه با همدیگر همراستا هستند. روایی همگرا با محاسبه میانگین واریانس استخراج[2] (AVE) بررسی می‌شود. معیار AVE نشان‌دهنده میانگین واریانس به اشتراک گذاشته‌شده بین هر سازه با شاخص‌های خود است. به بیان

[1] Convergent Validity
[2] Average Variance Extracted (AVE)

ساده‌تر AVE میزان همبستگی یک سازه با شاخص‌های خود را نشان می‌دهد که هرچه این همبستگی بیشتر باشد، برازش نیز بیشتر است. فورنل و لارکر (۱۹۸۱) معتقدند اگر معیار AVE بالاتر از ۰/۵ باشد مدل اندازه‌گیری دارای روایی همگرا است.

پایایی ترکیبی[1] (CR) در مدل‌های ساختاری معیار بهتر و معتبرتری نسبت به آلفای کرونباخ به شمار می‌رود، به دلیل اینکه در محاسبه آلفای کرونباخ در مورد هر سازه تمامی شاخص‌ها با اهمیت یکسان وارد محاسبات می‌شوند، ولی در محاسبه پایایی ترکیبی شاخص‌ها با بارهای عاملی بیشتر اهمیت زیادتری داشته و باعث می‌شود که مقادیر CR، شاخص‌ها با بار عاملی بیشتر اهمیت زیادتری داشته و باعث شود مقادیر CR سازه‌ها معیار واقعی‌تر و دقیق‌تری نسبت به آلفای کرونباخ باشد [۲۳].

جدول ۲ اعتبار درونی عوامل اجتماعی و گویه‌های مؤثر بر بازسازی تصویر وزارت علوم، تحقیقات و فناوری در ذهن شهروندان

سازه	AVE	پایایی ترکیبی (CR)	آلفای کرونباخ
ضعف در نهادسازی و استقلال نهادی	۰/۷۱۵	۰/۸۹۲	۰/۷۹۳
سیستم‌های اجتماعی	۰/۷۰۴	۰/۸۴۷	۰/۷۷۲
مشروعیت دانشگاهی	۰/۷۲۹	۰.۹۱۱	۰/۸۲۹
بازسازی تصویر سازمانی	۰/۷۰۹	۰/۹۲۴	۰/۸۳۴

نتایج ارزیابی پایایی و روایی همگرای عوامل اجتماعی و سازه‌های آن‌که در جدول ۲ آمده است؛ نشان داد که مقدار آلفای کرونباخ این سازه و ابعاد آن از حداقل مقدار قابل‌قبول ۰/۷ بیشتر است. همچنین مقادیر پایایی ترکیبی آن‌ها نیز بالاتر از ۰/۸ بوده که بیانگر ثبات و انسجام درونی مطلوب ابزار اندازه‌گیری است. بررسی روایی همگرا از طریق شاخص میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE) نشان داد که تمامی عوامل دارای مقدار بالاتر از ۰/۵ می‌باشد.

٤- یافته‌های پژوهش

۴-۱- ارزیابی مدل اندازه‌گیری[2]

پیش از آزمون فرضیه‌های پژوهش، لازم است کیفیت مدل اندازه‌گیری مورد ارزیابی قرار گیرد؛ زیرا اعتبار نتایج مدل ساختاری، وابسته به برخورداری سازه‌ها از روایی و پایایی مناسب است. در پژوهش حاضر، برای ارزیابی مدل اندازه‌گیری از شاخص‌های آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی(CR)، میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE)، روایی واگرا بر اساس معیار فورنل–لارکر و شاخص HTMT استفاده شد. نتایج نشان داد که تمامی سازه‌های پژوهش از آلفای کرونباخ بالاتر از ۰/۷۰ برخوردار هستند که بیانگر هماهنگی درونی مناسب گویه‌های هر سازه است. همچنین مقادیر پایایی ترکیبی برای تمامی متغیرها از مقدار پیشنهادی ۰/۷۰ بیشتر بود که نشان‌دهنده ثبات و قابلیت اعتماد مطلوب ابزار اندازه‌گیری است. از سوی دیگر، میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE) برای تمامی سازه‌ها بیش از ۰/۵ به دست آمد؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که هر سازه، بیش از نیمی از واریانس شاخص‌های خود را تبیین می‌کند و از روایی همگرای مطلوب برخوردار است. نتایج آزمون فورنل–لارکر نیز نشان داد که جذر AVE هر سازه از ضرایب همبستگی آن با سایر سازه‌ها بیشتر است؛ در نتیجه، روایی واگرای مدل تأیید شد. علاوه بر این، مقادیر شاخص HTMT نیز کمتر از آستانه ۰/۹۰ بود که مجدداً روایی واگرای مدل اندازه‌گیری را مورد تأیید قرار داد. بر اساس نتایج فوق، می‌توان نتیجه گرفت که ابزار اندازه‌گیری پژوهش از کیفیت مناسبی برخوردار بوده و امکان ورود به مرحله ارزیابی مدل ساختاری فراهم است.

۴-۲- ارزیابی مدل ساختاری[3]

پس از تأیید کیفیت مدل اندازه‌گیری، مدل ساختاری پژوهش مورد ارزیابی قرار گرفت. در این مرحله، ضرایب مسیر، ضرایب تعیین (R^2)، شاخص پیش‌بینی استون–گیزر (Q^2)، شاخص نیکویی برازش (GOF)، شاخص‌های CV-Red و CV-Com و همچنین

[1] Composite Reliability (CR)
[2] Measurement Model Assessment
[3] Structural Model Assessment

آزمون بوت‌استرپ بررسی شدند. در پژوهش حاضر، تمامی ضرایب مسیر دارای علامت مثبت بودند که نشان می‌دهد هر سه مؤلفه اجتماعی، اثر مستقیم و مثبتی بر بازسازی تصویر سازمانی وزارت علوم دارند. همچنین مقادیر آماره t تمامی مسیرها از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بیشتر بود و سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ به دست آمد که نتایج آن به شرح جدول ۴ آمده است؛ بنابراین هر سه فرضیه پژوهش مورد تأیید قرار گرفتند.

جدول ۴ نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش

فرضیه	مسیر	ضریب مسیر (β)	خطای استاندارد	آماره t	مقدار p	نتیجه
H1	بازسازی تصویر سازمانی → مشروعیت دانشگاهی	۰.۴۶	۰.۰۵۴	۸.۵۲	<۰.۰۰۱	تأیید
H2	بازسازی تصویر سازمانی→ نهادسازی و استقلال نهادی	۰.۳۱	۰.۰۶۱	۵.۰۸	<۰.۰۰۱	تأیید
H3	بازسازی تصویر→ سیستم‌های اجتماعی سازمانی	۰.۲۹	۰.۰۵۸	۴.۹۷	<۰.۰۰۱	تأیید

۵- تفسیر نتایج آزمون فرضیه‌ها

در میان سه متغیر مستقل، مشروعیت دانشگاهی با ضریب مسیر ۰/۴۶ قوی‌ترین اثر را بر بازسازی تصویر سازمانی وزارت علوم دارد. این یافته نشان می‌دهد که هرگونه اقدام در جهت افزایش اعتماد عمومی، ارتقای اعتبار دانشگاه‌ها، افزایش پاسخگویی و تقویت نقش اجتماعی دانشگاه‌ها، بیشترین تأثیر را بر بهبود تصویر سازمانی وزارت علوم خواهد داشت. متغیر نهادسازی و استقلال نهادی نیز دارای اثر مثبت و معنادار بود. این نتیجه بیانگر آن است که افزایش استقلال دانشگاه‌ها، توسعه حکمرانی دانشگاهی، تقویت ساختارهای نهادی و کاهش مداخلات غیرتخصصی می‌تواند زمینه ارتقای تصویر سازمانی نظام آموزش عالی را فراهم آورد. همچنین سیستم‌های اجتماعی نیز اثر مثبت و معناداری بر متغیر وابسته داشت. این یافته نشان می‌دهد که توسعه تعامل دانشگاه با جامعه، صنعت، رسانه‌ها، دانش‌آموختگان و سایر ذی‌نفعان، سرمایه اجتماعی دانشگاه را افزایش داده و به بازسازی تصویر سازمانی وزارت علوم کمک می‌کند.

۵-۱- ضریب تعیین(R^2)

به‌منظور بررسی قدرت تبیین مدل، ضریب تعیین متغیر وابسته محاسبه شد.

تفسیر	R^2	سازه
قدرت تبیین زیاد	0.68	بازسازی تصویر سازمانی

مطابق معیارهای چین (۱۹۹۸)، مقادیر ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ به ترتیب نشان‌دهنده قدرت تبیین ضعیف، متوسط و قوی هستند. مقدار ۰/۶۸ نشان می‌دهد که سه متغیر اجتماعی پژوهش توانسته‌اند حدود ۶۸ درصد از تغییرات بازسازی تصویر سازمانی وزارت علوم را تبیین کنند که بیانگر قدرت تبیین بالای مدل است.

۵-۲- شاخص پیش‌بینی استون–گیزر (Q^2)

برای بررسی قدرت پیش‌بینی مدل از شاخص Q^2 استفاده شد.

نتیجه	Q^2	سازه
قدرت پیش‌بینی زیاد	0.51	بازسازی تصویر سازمانی

مقدار Q^2 بزرگ‌تر از صفر بیانگر آن است که مدل ساختاری از قابلیت پیش‌بینی مناسب برخوردار است. مقدار ۰/۵۱ نشان می‌دهد که مدل پژوهش دارای قدرت پیش‌بینی بسیار مطلوبی است.

۵-۳- شاخص نیکویی برازش(GOF)

در پژوهش حاضر مقدار شاخص GOF برابر با ۰/۷۲ به دست آمد. بر اساس معیار وتزلس و همکاران [۴۰]، مقادیر ۰/۱۰، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به ترتیب نشان‌دهنده برازش ضعیف، متوسط و قوی هستند. بنابراین مقدار ۰/۷۲ بیانگر برازش بسیار مطلوب مدل

است و نشان می‌دهد که مدل مفهومی پژوهش توانسته است روابط میان متغیرها را با دقت بالایی تبیین کند. شایان‌ذکر است، پیشنهادهای استفاده از شاخص‌های جدیدتر همچون هنسلر و سارستد (۲۰۱۳) به‌تفصیل توضیح می‌دهند که شاخص (GoF) برای برازش مدل معادلات ساختاری حداقل مربعات جزئی معیار کاملی نیست. بااین‌حال، هنسلر و سارستد [۴۱] همچنین نشان می‌دهند که GoF ممکن است برای تجزیه‌وتحلیل چند گروهی مفید باشد.

٦- نتیجه‌گیری

نتایج آزمون فرضیه نخست نشان داد که مشروعیت دانشگاهی تأثیر مثبت و معناداری بر بازسازی تصویر سازمانی وزارت علوم دارد. افزون بر این، در مرحله کیفی پژوهش، خبرگان نیز این مؤلفه را با میانگین قطعی ۰/۸۵۷ به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل اجتماعی مؤثر بر بازسازی تصویر سازمانی تأیید کردند. همگرایی نتایج دو مرحله پژوهش نشان می‌دهد که مشروعیت دانشگاهی نه‌تنها یک مفهوم نظری، بلکه یک عامل تعیین‌کننده در ادراک ذی‌نفعان از نظام آموزش عالی ایران است. این یافته با نظریه مشروعیت و دیدگاه نهادگرایی همخوانی دارد. بر اساس این نظریه، بقای سازمان‌ها به میزان انطباق آن‌ها با ارزش‌ها، هنجارها و انتظارات جامعه وابسته است. در محیط آموزش عالی نیز مشروعیت زمانی حاصل می‌شود که دانشگاه بتواند اعتماد عمومی را جلب کرده، در حل مسائل جامعه نقش‌آفرینی کند و میان استقلال علمی و پاسخگویی اجتماعی تعادل برقرار سازد.

از منظر تحلیلی، می‌توان استدلال کرد که مشروعیت دانشگاهی نقش واسطه‌ای میان عملکرد واقعی دانشگاه و برداشت جامعه از نظام آموزش عالی ایفا می‌کند. به‌عبارت‌دیگر، حتی اگر دانشگاه از ظرفیت‌های علمی مناسبی برخوردار باشد، در صورت کاهش اعتماد عمومی، ضعف پاسخگویی یا فاصله گرفتن از نیازهای جامعه، تصویر سازمانی وزارت علوم نیز تضعیف خواهد شد. بنابراین، بازسازی تصویر سازمانی بدون تقویت مشروعیت دانشگاهی امکان‌پذیر نخواهد بود.

نتایج فرضیه دوم نشان داد که نهادسازی و استقلال نهادی تأثیر مثبت و معناداری بر بازسازی تصویر سازمانی وزارت علوم دارد. همچنین خبرگان در مرحله دلفی، این مؤلفه را با میانگین قطعی ۰/۸۴۴ مورد تأیید قرار دادند که بیانگر اهمیت بالای آن از دیدگاه متخصصان آموزش عالی است. این یافته با نظریه حکمرانی دانشگاهی و دیدگاه نهادگرایی همخوانی دارد. در این چارچوب نظری، دانشگاه زمانی می‌تواند مأموریت‌های آموزشی، پژوهشی و اجتماعی خود را به‌طور اثربخش انجام دهد که از استقلال نهادی، ثبات ساختاری و نظام تصمیم‌گیری شفاف برخوردار باشد. از منظر تحلیلی، می‌توان بیان کرد که استقلال نهادی موجب افزایش سرعت تصمیم‌گیری، انعطاف‌پذیری مدیریتی، پاسخگویی بیشتر و ارتقای کیفیت حکمرانی دانشگاهی می‌شود. این عوامل در نهایت اعتماد ذی‌نفعان را افزایش داده و به بازسازی تصویر سازمانی وزارت علوم کمک می‌کنند.

نتایج آزمون فرضیه سوم نشان داد که سیستم‌های اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری بر بازسازی تصویر سازمانی وزارت علوم دارند. این مؤلفه در مرحله کیفی نیز با میانگین قطعی ۰/۸۵۷ موردپذیرش خبرگان قرار گرفت که بیانگر اهمیت تعاملات اجتماعی در بازسازی تصویر سازمانی است. این یافته با نظریه سیستم‌های اجتماعی و نظریه سرمایه اجتماعی همخوانی دارد. این نظریه‌ها بیان می‌کنند که سازمان‌ها زمانی موفق خواهند بود که روابط پویایی با محیط پیرامون خود برقرار کنند و بتوانند اعتماد، همکاری و مشارکت ذی‌نفعان را جلب نمایند. از منظر تحلیلی، می‌توان نتیجه گرفت که سیستم‌های اجتماعی بستر شکل‌گیری اعتماد عمومی و مشروعیت دانشگاهی هستند. بنابراین، هرگونه سرمایه‌گذاری در توسعه تعاملات دانشگاه با جامعه، صنعت و ذی‌نفعان، علاوه بر ارتقای سرمایه اجتماعی، به بازسازی تصویر سازمانی وزارت علوم نیز منجر خواهد شد.

در مجموع، یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که بازسازی تصویر سازمانی وزارت علوم یک فرآیند نهادی و اجتماعی است، نه صرفاً یک فرآیند ارتباطی. تصویر سازمانی زمانی به‌صورت پایدار بهبود می‌یابد که دانشگاه‌ها از مشروعیت اجتماعی بالاتر، استقلال نهادی بیشتر و تعاملات گسترده‌تر با ذی‌نفعان برخوردار باشند. این نتیجه، خلأ موجود در ادبیات بازسازی تصویر سازمانی را نیز تا حدی پوشش می‌دهد؛ زیرا اغلب مطالعات پیشین بر ابعاد بازاریابی و ارتباطات تمرکز داشته‌اند، درحالی‌که پژوهش حاضر نشان می‌دهد کیفیت حکمرانی و سرمایه اجتماعی، زیربنای اصلی شکل‌گیری تصویر سازمانی در نظام آموزش عالی هستند. تصویر سازمانی، یکی از مهم‌ترین دارایی‌های نامشهود هر سازمان به شمار می‌رود که نقش تعیین‌کننده‌ای در ایجاد اعتماد عمومی،

افزایش مشروعیت، ارتقای سرمایه اجتماعی و بهبود اثربخشی سازمان دارد. این موضوع در نظام آموزش عالی از اهمیت دوچندان برخوردار است؛ زیرا دانشگاه‌ها علاوه بر ایفای مأموریت‌های آموزشی و پژوهشی، نقش محوری در تولید دانش، توسعه سرمایه انسانی، حل مسائل جامعه و پیشبرد توسعه ملی ایفا می‌کنند. ازاین‌رو، هرگونه خدشه در تصویر سازمانی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری می‌تواند پیامدهای گسترده‌ای بر اعتماد عمومی، اعتبار دانشگاه‌ها، تعاملات علمی و جایگاه نظام آموزش عالی در سطح ملی و بین‌المللی داشته باشد. پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش عوامل اجتماعی در بازسازی تصویر سازمانی وزارت علوم انجام شد. روابط میان این مؤلفه‌ها و بازسازی تصویر سازمانی با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری مبتنی بر حداقل مربعات جزئی مورد آزمون قرار گرفت. نتایج پژوهش، ضمن تکمیل یکدیگر، چارچوبی منسجم برای تبیین سازوکارهای اجتماعی مؤثر بر بازسازی تصویر سازمانی ارائه کردند. همان‌طور که ملاحظه شد، یافته‌های پژوهش نشان داد که سه مؤلفه مشروعیت دانشگاهی، نهادسازی و استقلال نهادی و سیستم‌های اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری بر بازسازی تصویر سازمانی وزارت علوم دارند. در میان این مؤلفه‌ها، مشروعیت دانشگاهی بیشترین قدرت تبیین را داشت که بیانگر آن است که اعتماد عمومی، اعتبار علمی، پاسخگویی اجتماعی و مقبولیت دانشگاه‌ها، بنیادی‌ترین مؤلفه در شکل‌گیری تصویر سازمانی نظام آموزش عالی محسوب می‌شوند. این نتیجه نشان می‌دهد که ارتقای تصویر سازمانی، بیش از آنکه وابسته به اقدامات تبلیغاتی و رسانه‌ای باشد، در گرو بهبود عملکرد واقعی دانشگاه‌ها، افزایش شفافیت، تقویت پاسخگویی و ایفای مسئولیت اجتماعی است. همچنین نتایج پژوهش نشان داد که نهادسازی و استقلال نهادی نقش مهمی در بازسازی تصویر سازمانی دارند. این یافته بر اهمیت حکمرانی دانشگاهی، ثبات ساختارهای نهادی، استقلال در تصمیم‌گیری‌های علمی و مدیریتی و کاهش مداخلات غیرتخصصی تأکید می‌کند. دانشگاه‌هایی که از استقلال بیشتر و ساختارهای نهادی کارآمدتری برخوردار باشند، توانایی بیشتری در پاسخگویی به نیازهای جامعه، ارتقای کیفیت آموزشی و پژوهشی و جلب اعتماد ذی‌نفعان خواهند داشت و در نتیجه، تصویر مطلوب‌تری از نظام آموزش عالی در افکار عمومی شکل خواهد گرفت.

از سوی دیگر، تأثیر مثبت و معنادار سیستم‌های اجتماعی بر بازسازی تصویر سازمانی نشان می‌دهد که تعامل مستمر دانشگاه با جامعه، صنعت، دولت، رسانه‌ها، دانش‌آموختگان و سایر ذی‌نفعان، یکی از مهم‌ترین پیش‌نیازهای ارتقای اعتبار و مشروعیت وزارت علوم است. در واقع، دانشگاه زمانی می‌تواند از تصویر سازمانی مطلوب برخوردار باشد که در قالب یک سازمان یادگیرنده، شبکه‌ای و جامعه‌محور، ارتباطی فعال و اثربخش با محیط پیرامون خود برقرار کند. از منظر نظری، پژوهش حاضر با تلفیق عوامل مشروعیت سازمانی، نظریه نهادی، نظریه سیستم‌های اجتماعی و حکمرانی آموزش عالی، چارچوبی جامع برای تبیین عوامل اجتماعی مؤثر بر بازسازی تصویر سازمانی ارائه کرده است. همچنین استفاده از روش پژوهش آمیخته، شامل تحلیل مضمون، تکنیک دلفی و مدل‌سازی معادلات ساختاری، موجب افزایش اعتبار علمی یافته‌ها شده و نشان داده است که بررسی تصویر سازمانی در آموزش عالی نیازمند نگاهی فراتر از رویکردهای سنتی بازاریابی و ارتباطات سازمانی است.

از منظر کاربردی نیز نتایج پژوهش بیانگر آن است که سیاست‌گذاران آموزش عالی، مدیران وزارت علوم و مدیران دانشگاه‌ها باید بازسازی تصویر سازمانی را به‌عنوان یک راهبرد بلندمدت و مبتنی بر اصلاحات ساختاری دنبال کنند. بهبود تصویر سازمانی تنها زمانی پایدار خواهد بود که همراه با ارتقای کیفیت حکمرانی دانشگاهی، افزایش استقلال نهادی، توسعه مشارکت ذی‌نفعان، تقویت سرمایه اجتماعی و افزایش اعتماد عمومی باشد. بنابراین، سرمایه‌گذاری بر ارتقای کیفیت عملکرد دانشگاه‌ها، شفافیت، پاسخگویی و تعاملات اجتماعی، نه‌تنها به بهبود تصویر سازمانی وزارت علوم منجر می‌شود، بلکه زمینه ارتقای جایگاه علمی دانشگاه‌های کشور در سطح منطقه‌ای و بین‌المللی را نیز فراهم خواهد ساخت.

۷- محدودیت‌های پژوهش

اجرای این پژوهش در بستر سازمانی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، مستلزم تعامل با گروه‌های مختلفی از خبرگان، مدیران، اعضای هیئت‌علمی و فارغ‌التحصیلان دانشگاهی بود. با وجود همکاری ارزشمند مشارکت‌کنندگان، محدودیت‌هایی نظیر محدودیت زمانی خبرگان برای انجام مصاحبه‌های عمیق، دشواری هماهنگی جلسات، حساسیت برخی موضوعات مرتبط با سیاست‌گذاری آموزش عالی و تفاوت دیدگاه‌های مشارکت‌کنندگان، فرآیند گردآوری داده‌های کیفی را با چالش‌هایی همراه ساخت. گردآوری

داده‌های کمی از میان فارغ‌التحصیلان دانشگاهی، با وجود حجم مناسب نمونه، متأثر از شرایط زمانی، میزان تمایل پاسخ‌دهندگان به مشارکت و محدودیت دسترسی به برخی گروه‌های هدف بود. هرچند تلاش شد با رعایت اصول نمونه‌گیری، افزایش حجم نمونه و کنترل کیفیت داده‌ها، آثار این محدودیت‌ها به حداقل برسد، اما احتمال وجود سوگیری ناشی از خود اظهاری پاسخ‌دهندگان در پژوهش‌های پیمایشی همواره وجود دارد.

یکی از مهم‌ترین محدودیت‌های پژوهش حاضر، استفاده از داده‌های مقطعی برای آزمون الگوی پیشنهادی بود. ازآنجاکه داده‌های کمی پژوهش در یک مقطع زمانی مشخص گردآوری شدند، امکان بررسی تغییرات تصویر سازمانی و روابط میان سازه‌های پژوهش در طول زمان فراهم نبود. در نتیجه، یافته‌های پژوهش وضعیت موجود را در زمان اجرای تحقیق منعکس می‌کنند و نمی‌توانند به‌تنهایی روند تحولات بلندمدت این پدیده را نشان دهند. از سوی دیگر، اگرچه استفاده از روش آمیخته اکتشافی، تحلیل مضمون، دلفی فازی و مدل‌سازی معادلات ساختاری موجب افزایش اعتبار یافته‌ها شد، اما ماهیت برخی از سازه‌های پژوهش، به‌ویژه مفاهیمی مانند مشروعیت سازمانی، سرمایه اجتماعی و تصویر ذهنی ذی‌نفعان، دارای ابعاد ذهنی و تفسیری هستند که ممکن است در شرایط زمانی و فرهنگی متفاوت، برداشت‌های متفاوتی از آن‌ها شکل گیرد.

۸- پیشنهاد برای پژوهش‌های آتی

- انجام مطالعات تطبیقی با نظام‌های آموزش عالی کشورهای موفق در حوزه تأثیر عوامل اجتماعی بر بازسازی تصویر سازمانی:

بسیاری از نظام‌های آموزش عالی جهان نیز طی دهه‌های اخیر با چالش‌هایی نظیر کاهش اعتماد عمومی، افزایش رقابت علمی، بین‌المللی‌سازی دانشگاه‌ها، تغییر انتظارات ذی‌نفعان و ضرورت ارتقای مشروعیت نهادی مواجه بوده‌اند. ازاین‌رو، پیشنهاد می‌شود پژوهشگران آینده با بهره‌گیری از رویکردهای تطبیقی، الگوی ارائه‌شده در این پژوهش را با الگوهای مدیریت تصویر سازمانی و حکمرانی آموزش عالی در کشورهای موفق مورد مقایسه قرار دهند.

- آزمون و مقایسه الگوی پیشنهادی با استفاده از سایر رویکردهای مدل‌سازی معادلات ساختاری:

پژوهش حاضر از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری مبتنی بر حداقل مربعات جزئی (PLS-SEM) استفاده کرده است. انتخاب این روش با توجه به ماهیت اکتشافی پژوهش، طراحی مدل جدید، پیچیدگی روابط میان سازه‌ها، وجود متغیرهای مکنون متعدد و همچنین اهداف توسعه‌ای پژوهش، کاملاً مناسب و مبتنی بر مبانی روش‌شناختی بوده است. بااین‌حال، با توجه به اینکه هر یک از رویکردهای مدل‌سازی معادلات ساختاری دارای قابلیت‌ها، محدودیت‌ها و پیش‌فرض‌های متفاوتی هستند، پیشنهاد می‌شود پژوهشگران آینده با استفاده از سایر رویکردهای آماری، نسبت به آزمون مجدد الگوی پیشنهادی اقدام کرده و نتایج حاصل را با یافته‌های این پژوهش مقایسه کنند.

- انجام پژوهش‌های طولی به‌منظور بررسی پویایی و تغییرات تصویر سازمانی در گذر زمان:

یافته‌های این پژوهش، عوامل اجتماعی مؤثر بر بازسازی تصویر سازمانی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری را در یک مقطع زمانی مشخص ارائه کرد. بااین‌حال، باید توجه داشت که تصویر سازمانی، برخلاف بسیاری از متغیرهای ساختاری، پدیده‌ای پویا، متغیر و وابسته به شرایط زمانی و محیطی است که در اثر تغییر سیاست‌ها، عملکرد سازمان، تحولات اجتماعی، تغییر انتظارات ذی‌نفعان و رویدادهای داخلی و بین‌المللی، دستخوش تغییر و تحول می‌شود. ازاین‌رو، پیشنهاد می‌شود پژوهشگران آینده با بهره‌گیری از مطالعات طولی، روند تغییرات را در دوره‌های زمانی مختلف موردبررسی قرار دهند تا علاوه بر شناخت وضعیت موجود، مسیر تحول این پدیده نیز به‌صورت علمی تبیین شود.

مراجع

[1] Bayat Babolghani M., Faghihi A., Daneshfard K. Explaining the Model of Trust Institutionalization in Iranian Public Organizations. Iranian journal of management sciences. 2020;15(59):1–32. [In Persian]

[2] Lievens Filip. Organizational image/reputation. The Encyclopedia of Industrial and Organizational Psychology.2017; 1116-1118.

[3] DiMaggio PJ, Powell WW. The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. American sociological review. 1983;48(2):147-60. https://doi.org/10.2307/2095101

[4] Marrero-Sánchez O, Vergara-Romero A. Digital competence of the university student. A systematic and bibliographic update. Amazonia Investiga. 2023;12(67):9-18. https://doi.org/10.34069/AI/2023.67.07.1

[5] Conroy D, Mental imagery interventions to promote face covering use among UK university students and employees during the COVID-19 pandemic: study protocol for a randomized controlled trial. Trials. 2022; 23(1), 51. https://doi.org/10.1186/s13063-021-05852-y

[6] Farasatkhah M. The prehistory of the university in Iran. Journal of University Studies. 2022;1(2):7–21 [In Persian].

[7] Inanlu,m. From population surge to decline in quality; has the university gone astray?. Irna news. 2025; https://www.irna.ir/news/85939822

[8] Del-Castillo-Feito C, Blanco-González A, Delgado-Alemany R. The relationship between image, legitimacy, and reputation as a sustainable strategy: Students' versus professors' perceptions in the higher education sector. Sustainability. 2020;12(3):1189.https://doi.org/10.3390/su12031189

[9] Miotto G, Del-Castillo-Feito C, Blanco-González A. Reputation and legitimacy: Key factors for Higher Education Institutions' sustained competitive advantage. Journal of Business Research. 2020;112:342-353.https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.076

[10] Gregersen MK, Johansen TS. Organizational-level visual identity: An integrative literature review. Corporate Communications: An International Journal. 2022;27(3):441-456.https://doi.org/10.1108/CCIJ-06-2021-0068

[11] Knorr K, Hein-Pensel F. Since Albert and Whetten: the dissemination of Albert and Whetten's conceptualization of organizational identity. Management Review Quarterly. 2024 Jun;74(2):597-625.https://doi.org/10.1007/s11301-022-00311-7

[12] Yaping X, Huong NT, Nam NH, Quyet PD, Khanh CT, Anh DT. University brand: A systematic literature review. Heliyon. 2023;9(6). https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e16825

[13] Xu Z, Shubo L. The discursive construction of organizational legitimacy in higher education: Multimodal discourse analysis on Chinese business schools. Discourse & Communication. 2024;18(1):113-138. https://doi.org/10.1177/17504813231195971

[14] Solodovnikov S, Bondarenko A, Zhytar M. Image of higher education institutions: main components and determinants. Marketing i menedžment innovacij. 2024;15(2):140-161. https://doi.org/10.21272/mmi.2024.2-12

[15] Huang-Horowitz NC, Boyraz M, Lie Owens S. Stakeholder identity orientations: understanding the perceptions of a public university's identity through the lenses of students, faculty, and staff. Atlantic Journal of Communication. 2024 Aug 7;32(4):654-671.https://doi.org/10.1080/15456870.2024.2314684

[16] Mateus MA, Rincón AG, Acosta FJ, Soler IR, Valero DR. Keys to managing university reputation from the students' perspective. Heliyon. 2024;10(21).https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e39805

[17] Adam e, Reviving the sociology of organizations in higher education: The case of how global university rankings influence the strategic management of Canadian universities, Taylor & Francis International Review of Sociology. 2025. https://www.tandfonline.com/doi/org/10.1080/03906701.2022.2156436

[18] Peterson M. W. Organization and administration in higher education: Sociological and social-psychological perspectives. Review of Research in Education. 1974; 2(1): 296–347. https://doi.org/10.3102/0091732X002001296

[19] Grote G, Kehm B. M .Organizational sociology in higher education research: Trends and developments. Higher Education.2020.

[20] Zhao k, Guo j, Zhu l , Decoding Legitimacy: A Comparative Analysis of Strategic Positioning of Sino-Foreign Cooperative Universities, Higher Education Policy.2025. https://doi.org/10.1057/s41307-025-00412-4

[21] Pizarro-Milian R. Organizational reputation in higher education: A review and research agenda. Higher Education Quarterly.2018; 72(4): 279–294.

[22] Grothe-Hammer M, Kohl S. The decline of organizational sociology? An empirical analysis of research trends in leading journals across half a century. Current Sociology. 2020;68(4):419-42.https://doi.org/10.1177/0011392120907627

[23] Davari Ardakani R , On Science, Hermes Publications.2008. [in persian]

[24] Nwaokugha D.O, Ezeugwu M.C. Corruption in the education industry in Nigeria,implications for national development. European Journal of Training and Development Studies. 2021; 4(1):1-17.

[25] Bernasconi A , Academic freedom comes first, not institutional autonomy. University World News, 21 October 2023. https://www.universityworldnews.com/post.php?story=20231017135909321

[26] Hazelkorn E. Public value, trust and the future of higher education. Higher Education Quarterly.2024; 78(3): 401–418. https://doi.org/10.1111/hequ.12471

[27] Scott W.R. Institutions and organizations, Thousand Oaks, California: Sage.1995.

[28] Wilkins S and Huisman J. Institution strategy in transnational higher education: late entrants in mature markets–the case of international branch campuses in the United Arab Emirates. Studies in Higher Education.2021; 46(4): 704–720. https://doi.org/10.1080/03075079.2019.1649386

[29] Meyer J. W, Rowan B. Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony. American Journal of Sociology.1977; 83(2):340–363. https://doi.org/10.1086/226550

[30] Scott W. R. Institutions and organizations: Ideas, interests, and identities (4th ed.). Sage Publications.2014

[31] Davies S and Quirke L. The impact of sector on school organizations: Institutional and market logics. Sociology of Education.2007; 80(1): 66–89. https://doi.org/10.1177/003804070708000104

[32] Quirke L. Rogue resistance: Sidestepping isomorphic pressures in a patchy institutional field. Organization Studies.2013; 34(11): 1675–1699. https://doi.org/10.1177/0170840613483815

[33] De Boer H, Enders J. University governance in changing higher education systems. Higher Education Quarterly.2024; 78(1):35–52. https://doi.org/10.1111/hequ.12452

[34] Fumasoli T, Huisman J. Strategic agency and system diversity: Conceptualizing institutional positioning in higher education. Minerva. 2013;51(2):155-69. https://doi.org/10.1007/s11024-013-9225-y

[35] Organisation for Economic Co-operation and Development. Building trust in public institutions: Drivers of trust in public governance. OECD Publishing.2024. https://doi.org/10.1787/9a20554b-en

[36] Konstantinova LV, Titova ES, Petrov AM. Institutional transformations of higher education: key gaps and new practices. Higher education in Russia. 2024;33(11):9-28. https://doi.org/10.31992/0869-3617-2024-33-11-9-28

[37] Hao z, Institutional Autonomy in Relation to Academic Freedom, the Role of the Government and the Need for Higher Education as a Federation, Cambridge University Press on behalf of Academia Europaea.2025. doi:10.1017/S1062798725000146

[38] Clark B. R. Delineating the character of the entrepreneurial university. Higher Education Policy.2004; 17(4): 355–370, https://doi.org/10.1057/palgrave.hep.8300062

[39] Newman W.l .Social Research Methods (Quantitative and Qualitative Approaches), Translated by: Abolhassan Faghihi and Asal Agha. Termeh Publications.2014; [in persian]

[40] Wetzels M, Odekerken-Schröder G, Van Oppen C. Using PLS path modeling for assessing hierarchical construct models: Guidelines and empirical illustration. MIS Quarterly.2009; 33(1):177–195. https://doi.org/10.2307/20650284

[41] Henseler J and Sarstedt M. Goodness-of-Fit Indices for Partial Least Squares Path Modeling, Computational Statistics.2013;28(2):565-580. https://doi.org/10.1007/s00180-012-0317-1