

Cultural Strategies for the Internationalization of Medical Sciences Universities in Iran

Vahid Noorani

Department of Cultural and Media management
,SR.C, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

Mohsen Ameri Shahrabi*

Department of Mangement, NT.C., Islamic Azad
University, Tehran, Iran.

AbbasAli Ghaiyoomi

Department of Cultural and Media management
,SR.C, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

Abstract

In recent decades, the internationalization of higher education has become one of the most important priorities for universities worldwide. However, in Iranian medical universities, the emphasis on the educational and research dimensions of internationalization has led to the cultural dimension of this process receiving less attention. The lack of a comprehensive model for explaining cultural strategies of internationalization, weaknesses in leveraging cultural and identity-based capacities, and the absence of coherent mechanisms for intercultural interactions are among the most important challenges in this field. Accordingly, the aim of the present study was to design and validate a model of cultural strategies for the internationalization of medical sciences universities in Iran.

This study was conducted using an exploratory mixed-methods (qualitative–quantitative) approach. In the qualitative phase, data were collected through semi-structured interviews with 25 experts in higher education, internationalization, and administrators of medical sciences universities in Iran, who were selected through purposive sampling. The qualitative data were analyzed using grounded theory and MAXQDA software. In the quantitative phase, a researcher-made questionnaire based on the findings of the qualitative stage was administered to 341 administrators, faculty members, and international affairs experts of medical sciences universities, selected through stratified random sampling. For data analysis, structural equation modeling and partial least squares (PLS-SEM) were employed using SmartPLS and LISREL software.

The findings indicated that causal factors include Iranian–Islamic culture, student participation, international affairs, decentralization, international research, international communication and interaction, university autonomy, and changes in managers' perspectives. In addition, the main strategies identified include organizing cultural events, developing university infrastructure and facilities, incentive systems, information flow management, education and capacity building, expansion of scientific collaborations, government support, facilitation of international investment, and benchmarking successful global experiences. The quantitative results also confirmed the good fit of the model and the significance of relationships among the components. Finally, the study suggests that medical sciences universities, through the formulation of international cultural policies, strengthening cultural diplomacy, developing intercultural competencies, and revising managerial structures, can provide the groundwork for achieving sustainable cultural internationalization.

Keywords: cultural internationalization, medical sciences universities, Iranian-Islamic culture, cultural diplomacy, internationalization strategies

How to Cite: Nikraftar, T. , Arabiun, A. and saraj, V. (2025). The impact of artificial intelligence chatbots on online purchasing decisions using technology acceptance models and planned behavior. Journal of Intelligent Strategic Management . 4(4), 861-896.

doi: 10.87453/bumara.2026.372301.4899



Intelligent Strategic Management (JISM) in Development and Evolution is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

© Authors

* Corresponding Author : m_amei_shahrabi@iau-tnb.ac.ir

راهبردهای فرهنگی بین‌المللی سازی دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور

وحید نورانی

گروه مدیریت فرهنگی و رسانه، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

محسن عامری شهبازی *

گروه مدیریت، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

عباسعلی قیومی

گروه مدیریت فرهنگی و رسانه، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

چکیده

در دهه‌های اخیر، بین‌المللی‌سازی آموزش عالی به یکی از مهم‌ترین اولویت‌های دانشگاه‌ها در سراسر جهان تبدیل شده است. با این حال، در دانشگاه‌های علوم پزشکی ایران، تمرکز بر ابعاد آموزشی و پژوهشی بین‌المللی‌سازی موجب شده است که بعد فرهنگی این فرایند کمتر مورد توجه قرار گیرد. فقدان یک الگوی جامع برای تبیین راهبردهای فرهنگی بین‌المللی‌سازی، ضعف در بهره‌گیری از ظرفیت‌های فرهنگی و هویتی، و نبود سازوکارهای منسجم برای تعاملات میان‌فرهنگی، از مهم‌ترین چالش‌های این حوزه محسوب می‌شوند. بر این اساس، هدف پژوهش حاضر طراحی و اعتبارسنجی الگوی راهبردهای فرهنگی بین‌المللی‌سازی دانشگاه‌های علوم پزشکی ایران بود. این پژوهش با رویکرد آمیخته اکتشافی (کیفی-کمی) انجام شد. در بخش کیفی، داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با ۲۵ نفر از خبرگان حوزه آموزش عالی، بین‌المللی‌سازی و مدیران دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور که به روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شده بودند، گردآوری شد. تحلیل داده‌های کیفی با استفاده از روش نظریه داده‌بنیاد و نرم‌افزار MAXQDA انجام گرفت. در بخش کمی، پرسشنامه محقق‌ساخته مبتنی بر یافته‌های مرحله کیفی در اختیار ۳۴۱ نفر از مدیران، اعضای هیئت علمی و کارشناسان حوزه بین‌المللی‌سازی دانشگاه‌های علوم پزشکی قرار گرفت که با روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب شدند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از مدل‌سازی معادلات ساختاری و روش حداقل مربعات جزئی (PLS-SEM) با استفاده از نرم‌افزارهای Smart PLS و LISREL بهره گرفته شد. یافته‌ها نشان داد که عوامل علی شامل فرهنگ ایرانی-اسلامی، مشارکت دانشجویان، امور بین‌الملل، تمرکززدایی، پژوهش‌های بین‌المللی، ارتباطات و تعاملات بین‌المللی، استقلال دانشگاهی و تغییرات بینشی مدیران هستند. همچنین راهبردهای اصلی شامل برگزاری رویدادهای فرهنگی، توسعه زیرساخت‌ها و امکانات دانشگاهی، نظام انگیزشی، مدیریت جریان اطلاعات، آموزش و توانمندسازی، گسترش همکاری‌های علمی، حمایت دولت، تسهیل سرمایه‌گذاری‌های بین‌المللی و الگوبرداری از تجارب موفق جهانی شناسایی شدند. نتایج بخش کمی نیز برآزش مطلوب مدل و معناداری روابط میان مؤلفه‌ها را تأیید کرد. در نهایت، پژوهش پیشنهاد می‌کند دانشگاه‌های علوم پزشکی با تدوین سیاست‌های فرهنگی بین‌المللی، تقویت دیپلماسی فرهنگی، توسعه مهارت‌های میان‌فرهنگی و بازنگری در ساختارهای مدیریتی، زمینه تحقق بین‌المللی‌سازی فرهنگی پایدار را فراهم سازند.

کلیدواژه‌ها: بین‌المللی‌سازی فرهنگی، دانشگاه‌های علوم پزشکی، فرهنگ ایرانی اسلامی، دیپلماسی فرهنگی، راهبردهای بین‌المللی‌سازی

استناد به این مقاله: نورانی، وحید، عامری شهبازی، محسن و قیومی، عباسعلی. (۱۴۰۴). راهبردهای فرهنگی

بین‌المللی‌سازی دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور. مدیریت استراتژیک هوشمند، ۴(۴)، ۸۹۶-۸۶۱.



مدیریت استراتژیک هوشمند (JISM) در توسعه و تکامل تحت مجوز بین‌المللی کپی‌رایت کامنز با شرایط انتساب-غیرتجاری

۴,۰ منتشر می‌شود.

© نویسندگان

* نویسنده مسئول: m_amei_shahrabi@iau-tnb.ac.ir

مقدمه

بین‌المللی‌سازی آموزش عالی در دهه‌های اخیر به یکی از مهم‌ترین راهبردهای توسعه دانشگاه‌ها در سطح جهان تبدیل شده است. جهانی‌شدن دانش، گسترش تعاملات علمی فرامرزی، افزایش رقابت میان دانشگاه‌ها برای جذب دانشجویان و پژوهشگران بین‌المللی و ضرورت ارتقای جایگاه علمی در نظام‌های رتبه‌بندی جهانی، موجب شده است که دانشگاه‌ها رویکردی فعال به فرایند بین‌المللی‌سازی اتخاذ کنند. در این میان، دانشگاه‌های علوم پزشکی به دلیل ماهیت جهانی دانش سلامت، ضرورت همکاری‌های بین‌المللی در پژوهش‌های پزشکی، تبادل تجربیات آموزشی و نقش مؤثر در ارتقای سلامت جوامع، بیش از سایر مؤسسات آموزش عالی در معرض تحولات بین‌المللی قرار گرفته‌اند. بر همین اساس، بین‌المللی‌سازی در دانشگاه‌های علوم پزشکی صرفاً به جذب دانشجوی خارجی یا توسعه همکاری‌های آموزشی محدود نمی‌شود، بلکه به عنوان یک فرایند چندبعدی در حوزه‌های آموزشی، پژوهشی، مدیریتی و فرهنگی مطرح است که نیازمند برنامه‌ریزی راهبردی و سیاست‌گذاری جامع می‌باشد.

در سال‌های اخیر، سیاست‌گذاران نظام آموزش عالی و سلامت کشور نیز توجه ویژه‌ای به توسعه ابعاد بین‌المللی دانشگاه‌های علوم پزشکی نشان داده‌اند. اسناد بالادستی جمهوری اسلامی ایران از جمله نقشه جامع علمی کشور و برنامه‌های تحول و نوآوری در آموزش علوم پزشکی، بین‌المللی‌سازی را به عنوان یکی از اولویت‌های اساسی توسعه دانشگاه‌ها معرفی کرده‌اند. با این حال، شواهد پژوهشی نشان می‌دهد که تحقق اهداف بین‌المللی‌سازی صرفاً از طریق توسعه زیرساخت‌های فیزیکی، جذب دانشجوی خارجی یا انعقاد تفاهم‌نامه‌های بین‌المللی امکان‌پذیر نیست، بلکه موفقیت این فرایند به میزان زیادی به آمادگی فرهنگی دانشگاه‌ها وابسته است (ولی‌مقدم زنجانی، کمالی و مجتبی‌زاده، ۱۴۰۰). در واقع، فرهنگ دانشگاهی بستر اصلی شکل‌گیری تعاملات بین‌المللی، پذیرش تنوع فرهنگی، توسعه ارتباطات بین‌فرهنگی و ایجاد محیطی حمایتگر برای دانشجویان و اعضای هیئت علمی بین‌المللی محسوب می‌شود.

مطالعات انجام‌شده در حوزه بین‌المللی‌سازی آموزش پزشکی نشان می‌دهد که عوامل فرهنگی از مهم‌ترین مؤلفه‌های موفقیت دانشگاه‌ها در عرصه جهانی به شمار می‌روند. پژوهش بشدار و همکاران (۲۰۲۳) نشان داد که توسعه نگرش‌های بین‌المللی، تقویت شایستگی‌های بین‌فرهنگی، ارتقای مهارت‌های ارتباطی و ایجاد فضای فرهنگی پذیرای

تنوع، از مهم‌ترین الزامات بین‌المللی سازی آموزش پزشکی در ایران است. همچنین نتایج این مطالعه بیانگر آن است که چالش‌های فرهنگی نظیر محدودیت تعاملات بین‌المللی، ضعف آموزش‌های بین فرهنگی و عدم آمادگی سازمانی می‌تواند روند تحقق اهداف بین‌المللی سازی را با موانع جدی مواجه سازد. از سوی دیگر، احمدزاده قصاب، عرب و موسوی‌زاده (۲۰۲۲) در مرور دامنه‌ای شاخص‌های بین‌المللی سازی دانشگاه‌های علوم پزشکی تأکید کرده‌اند که فرهنگ سازمانی، مشارکت بین فرهنگی و تعاملات علمی جهانی از جمله شاخص‌های کلیدی ارزیابی موفقیت دانشگاه‌ها در مسیر بین‌المللی شدن محسوب می‌شوند.

اهمیت بعد فرهنگی در بین‌المللی سازی زمانی آشکارتر می‌شود که دانشگاه‌ها با دانشجویان، پژوهشگران و استادانی از ملیت‌ها و فرهنگ‌های مختلف مواجه می‌شوند. در چنین شرایطی، ایجاد محیطی مبتنی بر احترام متقابل، درک تفاوت‌های فرهنگی، توسعه ارزش‌های جهانی و حفظ هویت بومی دانشگاه از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. از این رو، مفهوم «راهبردهای فرهنگی بین‌المللی سازی» به عنوان مجموعه‌ای از سیاست‌ها، برنامه‌ها و اقدامات هدفمند برای توسعه فرهنگ بین‌المللی در دانشگاه‌ها مطرح شده است. این راهبردها شامل تقویت آموزش‌های بین فرهنگی، توسعه مهارت‌های ارتباطات جهانی، حمایت از تنوع فرهنگی، ترویج چندزبانگی، ایجاد شبکه‌های علمی بین‌المللی و نهادینه سازی ارزش‌های جهانی در محیط دانشگاهی می‌باشند.

پژوهش‌های جدید در حوزه آینده‌پژوهی بین‌المللی سازی دانشگاه‌های علوم پزشکی ایران نیز بر نقش تعیین‌کننده فرهنگ در موفقیت این فرایند تأکید دارند. احمدزاده قصاب، حیدری و عرب (۲۰۲۵) در مطالعه سناریونگاری بین‌المللی سازی دانشگاه‌های علوم پزشکی ایران تا افق ۲۰۴۰ نشان دادند که عوامل فرهنگی و اجتماعی در کنار متغیرهای سیاسی و اقتصادی، از مهم‌ترین نیروهای پیشران آینده بین‌المللی سازی دانشگاه‌ها محسوب می‌شوند. نتایج این پژوهش بیان می‌کند که دانشگاه‌هایی در آینده موفق‌تر خواهند بود که بتوانند فرهنگ سازمانی خود را با الزامات تعاملات جهانی هماهنگ سازند و ظرفیت‌های بین فرهنگی اعضای دانشگاه را توسعه دهند. همچنین شعبانی و حسینی‌مقدم (۲۰۲۳) در بررسی تجربه دانشگاه علوم پزشکی تهران در بازاریابی بین‌المللی آموزش عالی، نقش فرهنگ سازمانی و تصویر فرهنگی دانشگاه را در جذب دانشجویان بین‌المللی بسیار مؤثر ارزیابی کرده‌اند.

با توجه به جایگاه راهبردی دانشگاه‌های علوم پزشکی در تولید دانش سلامت، توسعه دیپلماسی علمی و ارتقای اعتبار بین‌المللی کشور، شناسایی و تبیین راهبردهای فرهنگی بین‌المللی سازی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. دستیابی به دانشگاهی بین‌المللی مستلزم آن است که علاوه بر توسعه زیرساخت‌ها و ظرفیت‌های آموزشی و پژوهشی، زمینه‌های فرهنگی لازم برای تعامل سازنده با جامعه علمی جهانی فراهم شود. از این منظر، بررسی راهبردهای فرهنگی بین‌المللی سازی دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور می‌تواند ضمن شناسایی فرصت‌ها و چالش‌های موجود، زمینه تدوین سیاست‌ها و برنامه‌های اثربخش برای ارتقای جایگاه بین‌المللی این دانشگاه‌ها را فراهم سازد و مسیر تحقق اهداف کلان نظام آموزش عالی سلامت را هموار نماید.

مبانی نظری و چارچوب تحقیق

بین‌المللی سازی آموزش عالی و دانشگاه‌های علوم پزشکی

بین‌المللی سازی آموزش عالی یکی از مهم‌ترین روندهای تحول‌آفرین در نظام دانشگاهی جهان طی سه دهه اخیر بوده است. توسعه فناوری‌های ارتباطی، جهانی‌شدن اقتصاد دانش‌بنیان، افزایش تحرک علمی دانشجویان و اعضای هیئت علمی، گسترش شبکه‌های پژوهشی بین‌المللی و رقابت فزاینده دانشگاه‌ها برای کسب جایگاه برتر جهانی موجب شده است که بین‌المللی سازی به یکی از مؤلفه‌های اساسی سیاست‌گذاری آموزش عالی تبدیل شود (de Wit & Altbach, 2021). در ادبیات علمی، بین‌المللی سازی فراتر از تبادل دانشجو و استاد تعریف شده و به عنوان فرایندی راهبردی برای ادغام ابعاد بین‌المللی، بین‌فرهنگی و جهانی در مأموریت، کارکردها و خروجی‌های دانشگاه مطرح است (Knight, 2021).

جین نایت که از برجسته‌ترین صاحب‌نظران این حوزه محسوب می‌شود، بین‌المللی سازی را فرایندی می‌داند که از طریق آن ابعاد بین‌المللی و بین‌فرهنگی در آموزش، پژوهش و خدمات دانشگاه ادغام می‌شوند. از دیدگاه وی، هدف نهایی بین‌المللی سازی صرفاً افزایش حضور بین‌المللی دانشگاه نیست، بلکه ارتقای کیفیت آموزش و پژوهش و آماده‌سازی دانشجویان برای ایفای نقش در جامعه جهانی است (Knight, 2021). در همین راستا، دویت و همکاران (۲۰۲۱) معتقدند که بین‌المللی سازی موفق زمانی محقق می‌شود که به بخشی از فرهنگ سازمانی دانشگاه تبدیل گردد و صرفاً به فعالیت‌های نمادین و کوتاه‌مدت محدود نشود.

در دانشگاه‌های علوم پزشکی، اهمیت بین‌المللی‌سازی ابعاد گسترده‌تری پیدا می‌کند؛ زیرا دانش سلامت ماهیتی جهانی دارد و بسیاری از مسائل بهداشتی و درمانی از مرزهای ملی فراتر رفته‌اند. همه‌گیری کووید-۱۹ نمونه‌ای روشن از ضرورت همکاری‌های علمی و آموزشی بین‌المللی در حوزه سلامت بود. بر همین اساس، سازمان جهانی بهداشت و فدراسیون جهانی آموزش پزشکی بر توسعه آموزش‌های بین‌المللی، تربیت نیروی انسانی دارای شایستگی جهانی و تقویت همکاری‌های فرامرزی تأکید کرده‌اند (Wijnen-Meijer, 2023).

مطالعات انجام‌شده در دانشگاه‌های علوم پزشکی نشان می‌دهد که بین‌المللی‌سازی دارای ابعاد مختلفی شامل جذب دانشجویان خارجی، توسعه برنامه‌های درسی بین‌المللی، همکاری‌های پژوهشی فرامرزی، تحرک علمی استادان و دانشجویان، توسعه آموزش مجازی بین‌المللی و ایجاد محیط‌های یادگیری چندفرهنگی است (Ahmadzadeh Ghasab et al., 2022). با این حال، پژوهشگران تأکید می‌کنند که تحقق این اهداف بدون وجود بستر فرهنگی مناسب امکان‌پذیر نیست؛ زیرا بسیاری از چالش‌های بین‌المللی‌سازی نه در سطح زیرساخت‌ها، بلکه در سطح نگرش‌ها، ارزش‌ها و فرهنگ سازمانی دانشگاه‌ها شکل می‌گیرند (Bashzar et al., 2023).

در ایران نیز طی سال‌های اخیر سیاست بین‌المللی‌سازی دانشگاه‌های علوم پزشکی در اسناد وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی مورد توجه قرار گرفته است. توسعه دیپلماسی علمی سلامت، افزایش جذب دانشجویان بین‌المللی، ارتقای رتبه جهانی دانشگاه‌ها و گسترش همکاری‌های علمی منطقه‌ای از جمله اهداف اصلی این سیاست‌ها بوده‌اند. با وجود این، بسیاری از مطالعات داخلی بر وجود چالش‌های فرهنگی، مدیریتی و سازمانی در مسیر تحقق بین‌المللی‌سازی تأکید کرده‌اند (ولی‌مقدم زنجانی و همکاران، ۱۴۰۰؛ احمدزاده قصاب و همکاران، ۱۴۰۱).

راهبردهای فرهنگی در بین‌المللی‌سازی دانشگاه‌ها

در میان ابعاد مختلف بین‌المللی‌سازی، بعد فرهنگی جایگاه ویژه‌ای دارد؛ زیرا فرهنگ بستر شکل‌گیری نگرش‌ها، ارزش‌ها، رفتارها و تعاملات انسانی در محیط دانشگاه است. بسیاری از پژوهشگران معتقدند که بین‌المللی‌سازی پیش از آنکه یک پروژه مدیریتی یا آموزشی باشد، یک فرایند فرهنگی است که مستلزم تغییر در الگوهای فکری و رفتاری اعضای دانشگاه می‌باشد (Leask, 2021).

راهبردهای فرهنگی بین‌المللی‌سازی به مجموعه سیاست‌ها، برنامه‌ها و اقداماتی اطلاق می‌شود که با هدف توسعه نگرش جهانی، تقویت تعاملات بین‌فرهنگی، پذیرش تنوع فرهنگی و نهادینه‌سازی ارزش‌های بین‌المللی در دانشگاه طراحی و اجرا می‌شوند. این راهبردها زمینه را برای ایجاد محیطی فراهم می‌کنند که در آن دانشجویان، استادان و کارکنان از فرهنگ‌های مختلف بتوانند به شکلی اثربخش با یکدیگر تعامل داشته باشند (Hudzik, 2022).

یکی از مهم‌ترین مبانی نظری این حوزه، نظریه «بین‌المللی‌سازی جامع است که توسط هادزیک مطرح شد. بر اساس این نظریه، بین‌المللی‌سازی زمانی موفق خواهد بود که تمامی ابعاد دانشگاه از جمله رهبری، برنامه‌های آموزشی، پژوهش، خدمات دانشجویی، منابع انسانی و فرهنگ سازمانی را دربرگیرد. در این دیدگاه، فرهنگ بین‌المللی نه یک فعالیت جانبی بلکه جزء جدایی‌ناپذیر هویت دانشگاه محسوب می‌شود (Hudzik, 2022).

از منظر نظریه شایستگی بین‌فرهنگی نیز، دانشگاه‌ها باید توانایی اعضای خود را برای تعامل سازنده با افراد دارای پیشینه‌های فرهنگی متفاوت توسعه دهند. این شایستگی شامل آگاهی فرهنگی، دانش فرهنگی، حساسیت بین‌فرهنگی، مهارت‌های ارتباطی و انعطاف‌پذیری رفتاری است (Deardorff, 2022). پژوهش‌های انجام‌شده در دانشگاه‌های علوم پزشکی نشان داده‌اند که توسعه شایستگی‌های بین‌فرهنگی تأثیر مستقیمی بر کیفیت آموزش، رضایت دانشجویان بین‌المللی و موفقیت همکاری‌های علمی جهانی دارد (Wijnen-Meijer, 2023).

همچنین مفهوم «بین‌المللی‌سازی در خانه» که توسط براندنبورگ و دویت توسعه یافته است، بر این نکته تأکید دارد که بین‌المللی‌سازی نباید صرفاً به حضور فیزیکی دانشجویان خارجی محدود شود، بلکه لازم است ارزش‌ها، نگرش‌ها و تجارب بین‌المللی در محیط روزمره دانشگاه و برنامه‌های آموزشی ادغام گردد (Brandenburg & de Wit, 2023). این رویکرد به‌ویژه برای دانشگاه‌های علوم پزشکی کشورهای در حال توسعه که محدودیت‌هایی در جذب دانشجوی خارجی دارند، از اهمیت فراوانی برخوردار است.

مرور مطالعات جدید نشان می‌دهد که مهم‌ترین راهبردهای فرهنگی بین‌المللی‌سازی دانشگاه‌های علوم پزشکی شامل توسعه فرهنگ سازمانی بین‌المللی، ارتقای شایستگی‌های بین‌فرهنگی اعضای دانشگاه، حمایت فرهنگی از دانشجویان بین‌المللی، تقویت شبکه‌های علمی جهانی، توسعه چندزبانگی، ترویج یادگیری جهانی، تقویت دیپلماسی علمی و ایجاد

برند فرهنگی بین‌المللی است (Bashzar et Ahmadzadeh Ghasab et al., 2025) (al., 2023)

چارچوب نظری و مفهومی پژوهش

مرور ادبیات نظری نشان می‌دهد که اگرچه مدل‌های متعددی برای تبیین بین‌المللی‌سازی آموزش عالی ارائه شده‌اند، اما اغلب آنها بر نقش بنیادین فرهنگ در موفقیت این فرایند تأکید دارند. نظریه بین‌المللی‌سازی جین نایت، مدل بین‌المللی‌سازی جامع هادزیک، رویکرد بین‌المللی‌سازی در خانه براندنبورگ و دویت و نظریه شایستگی بین‌فرهنگی دیردورف همگی بیانگر آن هستند که توسعه زیرساخت‌های آموزشی و پژوهشی بدون ایجاد تحول فرهنگی نمی‌تواند به تحقق بین‌المللی‌سازی پایدار منجر شود. بر این اساس، چارچوب نظری پژوهش حاضر بر این فرض استوار است که راهبردهای فرهنگی زیربنای اصلی بین‌المللی‌سازی دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور را تشکیل می‌دهند. در این چارچوب، فرهنگ سازمانی بین‌المللی، رهبری فرهنگی، شایستگی‌های بین‌فرهنگی، مدیریت تنوع فرهنگی، حمایت از دانشجویان بین‌المللی، دیپلماسی علمی و شبکه‌سازی جهانی به عنوان مؤلفه‌های اصلی راهبردهای فرهنگی در نظر گرفته می‌شوند. این مؤلفه‌ها از طریق ایجاد محیطی چندفرهنگی، تقویت تعاملات علمی بین‌المللی، ارتقای سرمایه اجتماعی دانشگاه و توسعه هویت جهانی، زمینه تحقق اهداف بین‌المللی‌سازی را فراهم می‌کنند. بنابراین، چارچوب مفهومی این پژوهش بر این منطق استوار است که هرچه دانشگاه‌های علوم پزشکی در طراحی و اجرای راهبردهای فرهنگی موفق‌تر عمل کنند، ظرفیت بیشتری برای جذب دانشجویان بین‌المللی، توسعه همکاری‌های علمی جهانی، ارتقای رتبه بین‌المللی، گسترش دیپلماسی علمی سلامت و افزایش اثربخشی مأموریت‌های آموزشی و پژوهشی خود خواهند داشت. از این منظر، راهبردهای فرهنگی نه یک عامل جانبی، بلکه هسته مرکزی فرایند بین‌المللی‌سازی دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور محسوب می‌شوند.

روش تحقیق

پژوهش حاضر با هدف طراحی و اعتبارسنجی الگوی راهبردهای فرهنگی بین‌المللی‌سازی دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور، با بهره‌گیری از رویکرد آمیخته اکتشافی متوالی انجام شد. انتخاب این رویکرد به دلیل ماهیت چندبعدی و پیچیده موضوع پژوهش و ضرورت دستیابی به درکی عمیق از ابعاد فرهنگی بین‌المللی‌سازی و همچنین آزمون تجربی الگوی

استخراج شده صورت گرفت. در این پژوهش، ابتدا از روش کیفی برای شناسایی ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های راهبردهای فرهنگی استفاده شد و سپس یافته‌های حاصل در قالب یک الگوی مفهومی در مرحله کمی مورد آزمون و اعتبارسنجی قرار گرفتند.

در بخش کیفی، از روش نظریه داده‌بنیاد با رویکرد اشتراوس و کوربین استفاده شد. جامعه مشارکت‌کنندگان این بخش شامل مدیران حوزه بین‌الملل دانشگاه‌های علوم پزشکی، اعضای هیئت علمی دارای سوابق همکاری‌های بین‌المللی، دانشجویان بین‌المللی و متخصصان حوزه سیاست‌گذاری آموزش عالی بود. نمونه‌گیری به صورت هدفمند و مبتنی بر معیار انجام شد و انتخاب مشارکت‌کنندگان تا دستیابی به اشباع نظری ادامه یافت. در مجموع ۲۸ مصاحبه نیمه‌ساختاریافته انجام شد که پس از مصاحبه بیست و پنجم، داده جدیدی استخراج نشد و اشباع نظری حاصل گردید. به منظور افزایش غنای داده‌ها، تلاش شد مشارکت‌کنندگان از حوزه‌های تخصصی و مدیریتی مختلف انتخاب شوند تا ابعاد گوناگون موضوع مورد بررسی قرار گیرد.

ترکیب جمعیت‌شناختی خبرگان نشان داد که ۷۶ درصد مشارکت‌کنندگان دارای مدرک دکتری، ۱۶ درصد دانشجوی دکتری و ۸ درصد دارای مدرک کارشناسی ارشد بودند. همچنین ۶۰ درصد آنان دارای سابقه کاری بین ۱۱ تا ۲۰ سال، ۲۴ درصد دارای سابقه ۵ تا ۱۰ سال و ۱۶ درصد دارای بیش از ۲۰ سال سابقه فعالیت حرفه‌ای بودند. از نظر جایگاه شغلی نیز ۶۸ درصد اعضای هیئت علمی، ۲۴ درصد مدیران دانشگاهی و ۸ درصد پژوهشگران دوره دکتری را تشکیل می‌دادند که این ترکیب، تنوع مناسبی از دیدگاه‌های علمی و اجرایی را در اختیار پژوهش قرار داد.

تحلیل داده‌های کیفی با استفاده از نرم‌افزار NVivo انجام شد. طی فرآیند تحلیل، داده‌ها در سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی مورد بررسی قرار گرفتند. در مرحله کدگذاری باز، مفاهیم اولیه از متن مصاحبه‌ها استخراج شد. سپس در مرحله کدگذاری محوری، ارتباط میان مفاهیم شناسایی و در قالب مقوله‌های اصلی دسته‌بندی گردید. در نهایت، طی کدگذاری انتخابی، الگوی پارادایمی پژوهش مشتمل بر شرایط علی، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها تدوین شد.

به منظور بررسی اعتبار یافته‌های کیفی، از چند شاخص توافق بین کدگذاران استفاده شد. نتایج نشان داد ضریب هولستی برابر با ۰/۸۴، ضریب پی‌اسکات برابر با ۰/۷۷، ضریب کاپای کوهن برابر با ۰/۷۱ و آلفای کرپندورف برابر با ۰/۷۵ است. مقادیر به دست آمده برای

تمامی شاخص‌ها بالاتر از حداقل قابل قبول ۰/۶۰ بوده و بیانگر ثبات و قابلیت اعتماد مناسب کدگذاری‌ها و یافته‌های کیفی پژوهش است.

در ادامه و بر مبنای نتایج بخش کیفی، پرسشنامه محقق‌ساخته پژوهش طراحی شد. گویه‌های پرسشنامه مستقیماً از مفاهیم، مقوله‌ها و ابعاد استخراج‌شده از مصاحبه‌ها تدوین گردیدند. پرسشنامه در قالب طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت از «خیلی کم» تا «خیلی زیاد» تنظیم شد و پس از بررسی روایی صوری و محتوایی توسط خبرگان، در جامعه آماری بخش کمی توزیع شد.

جامعه آماری بخش کمی شامل مدیران، اعضای هیئت علمی، کارشناسان حوزه بین‌الملل، استادان بین‌المللی و دانشجویان بین‌المللی دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور بود. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران و در سطح اطمینان ۹۵ درصد و خطای ۰/۰۵ برابر با ۳۴۱ نفر برآورد شد. به‌منظور جبران ریزش احتمالی، تعداد ۴۰۰ پرسشنامه توزیع شد که پس از حذف پرسشنامه‌های ناقص و مخدوش، در نهایت ۳۴۱ پرسشنامه قابل تحلیل گردآوری شد. نمونه‌گیری در این مرحله به شیوه طبقه‌ای نسبتی انجام شد تا نمایندگان مناسبی از گروه‌های مختلف جامعه آماری در پژوهش حضور داشته باشند.

تحلیل داده‌های کمی در دو سطح توصیفی و استنباطی انجام شد. در سطح توصیفی از شاخص‌هایی نظیر فراوانی، درصد، میانگین و انحراف معیار برای توصیف ویژگی‌های پاسخ‌دهندگان استفاده گردید. در سطح استنباطی، ابتدا ساختار عاملی پرسشنامه با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی مورد بررسی قرار گرفت و سپس با بهره‌گیری از تحلیل عاملی تأییدی، برازش سازه‌های اندازه‌گیری‌شده ارزیابی شد. در ادامه، برای آزمون روابط میان متغیرهای پژوهش و اعتبارسنجی الگوی نهایی، از مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد. تحلیل‌ها با بهره‌گیری از نرم‌افزارهای SPSS، SmartPLS و AMOS انجام گرفت. در ارزیابی مدل اندازه‌گیری، شاخص‌های آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی، میانگین واریانس استخراج‌شده و روایی واگرا مورد بررسی قرار گرفتند. همچنین در بخش مدل ساختاری، ضرایب مسیر، ضرایب تعیین، اندازه اثر و شاخص ارتباط پیش‌بینی برای سنجش کیفیت الگوی پیشنهادی محاسبه شد. بدین ترتیب، اعتبار الگوی استخراج‌شده از مرحله کیفی از طریق داده‌های تجربی و تحلیل‌های آماری مورد تأیید قرار گرفت. یکی از ویژگی‌های متمایز این پژوهش، بهره‌گیری هم‌زمان از نظریه داده‌بنیاد و مدل‌سازی معادلات ساختاری است. این ترکیب روش شناختی موجب شد ابتدا مؤلفه‌های راهبردهای

فرهنگی از دل تجربیات و دیدگاه‌های خبرگان استخراج شده و سپس در یک جامعه آماری گسترده مورد آزمون قرار گیرد. در نتیجه، مدل نهایی پژوهش علاوه بر برخورداری از پشتوانه نظری و تجربی، از اعتبار آماری کافی برای کاربرد در سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی بین‌المللی‌سازی دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور نیز برخوردار است.

یافته‌های بخش کیفی

کدگذاری باز

در این بخش با توجه به متون مهم مصاحبه‌های صورت گرفته به ارایه کدهای باز پرداخته شده است که نتایج به شرح جدول ۱ است.

جدول ۱: کدگذاری باز

کدهای باز	متون مهم مصاحبه
	بین‌المللی شدن دانشگاه به معنای حرکت هدفمند دانشگاه به سمت تعامل، همکاری و تبادل علمی و فرهنگی با دانشگاه‌ها و نهادهای علمی جهان است. این فرایند فقط به جذب دانشجوی خارجی محدود نمی‌شود، بلکه شامل توسعه پژوهش‌های مشترک، تبادل استاد و دانشجو، ارتقای زبان بین‌المللی، حضور در شبکه‌های علمی جهانی و تقویت اعتبار دانشگاه در سطح بین‌الملل است.
فرهنگ ایرانی - اسلامی	در ایران نیز این موضوع از آن جهت اهمیت دارد که دانشگاه را در مسیر رشد، تعالی، اعتباربخشی و افزایش کیفیت آموزشی و پژوهشی قرار می‌دهد و سبب می‌شود دانشگاه بتواند هم در سطح ملی و هم جهانی نقش آفرینی مؤثرتری داشته باشد.
مشارکت دانشجویان امور بین‌الملل	برای گسترش همکاری‌های علمی، مدیران دانشگاه باید از نگاه صرفاً اداری و محدود، به نگاه راهبردی، باز و بین‌المللی برسند. تغییرات بینشی و روشی در مدیران بسیار مهم است؛ یعنی مدیران باید به جای تمرکز بر کنترل، بر تسهیل‌گری، شبکه‌سازی و حمایت از تعاملات علمی تأکید کنند. همچنین ساختارهای اداری باید انعطاف‌پذیرتر شوند تا امکان امضای تفاهم‌نامه، اجرای پروژه‌های مشترک و پذیرش استاد و دانشجوی مهمان با سرعت بیشتری انجام شود.
	حمایت دولت نقش زیربنایی دارد. دانشگاه هرچند باید استقلال علمی و مدیریتی داشته باشد، اما برای ورود مؤثر به عرصه بین‌الملل به حمایت قانونی، مالی و سیاستی دولت نیازمند است.

متون مهم مصاحبه	کدهای باز
دولت می تواند با تدوین قوانین تسهیل کننده، کاهش بروکراسی، حمایت از اعزام و پذیرش دانشجو و استاد، تأمین بودجه برای پروژه های مشترک و تقویت زیرساخت های ارتباطی، روند بین المللی شدن را شتاب دهد. نبود این حمایت ها معمولاً موجب کندی، موازی کاری و کاهش انگیزه دانشگاه ها می شود.	
اعتباربخشی یکی از مهم ترین شاخص های بین المللی شدن است، زیرا نشان می دهد دانشگاه تا چه حد توانسته استانداردهای آموزشی، پژوهشی و مدیریتی خود را با معیارهای جهانی هماهنگ کند.	
در ایران برخی دانشگاه ها در این مسیر پیشرفت هایی داشته اند، اما همچنان چالش هایی مانند ناهماهنگی استانداردها، محدودیت منابع، و ضعف در مستندسازی و ارزیابی مستمر وجود دارد. برای موفقیت در این حوزه، دانشگاه ها باید نظام تضمین کیفیت خود را تقویت کنند و فرایندهای خود را با معیارهای بین المللی همسو سازند.	تمرکز زدایی پژوهش های بین الملل
تعادل میان هویت ایرانی-اسلامی و پذیرش تنوع فرهنگی، مستلزم این است که دانشگاه از یک سو بر ارزش ها، باورها و حس تعلق ملی تأکید کند و از سوی دیگر فضای باز و مدارامدار برای تعامل با فرهنگ های دیگر فراهم آورد.	ارتباطات و تعامل بین الملل استقلال نهاد دانشگاهی
اگر دانشجو و استاد نسبت به فرهنگ خود آگاهی و خودباوری داشته باشند، در مواجهه با فرهنگ های دیگر دچار انفعال نمی شوند. در واقع، خودآگاهی فرهنگی و تاب آوری فرهنگی کمک می کند تا دانشگاه ضمن حفظ هویت بومی، از تبادل فرهنگی نیز بهره مند شود و فرهنگ ملی و اسلامی را به شکل صحیح به جهان معرفی کند.	
تاب آوری فرهنگی یعنی توانایی افراد و نهاد دانشگاهی برای مواجهه سالم، آگاهانه و انعطاف پذیر با تفاوت های فرهنگی بدون از دست دادن هویت اصلی خود.	تغییرات بیشی و روشی در مدیران تاب آوری فرهنگی
دانشگاه در این زمینه نقش مهمی دارد؛ از طریق آموزش مهارت های بین فرهنگی، برگزاری رویدادهای فرهنگی، افزایش گفت و گو میان گروه های مختلف و ایجاد فضای پذیرای تفاوت ها می تواند تاب آوری فرهنگی را در میان دانشجویان و کارکنان تقویت کند.	ارزش های سازمانی حس تعلق به فرهنگ ملی

متون مهم مصاحبه	کدهای باز
ارزش‌های سازمانی مانند اعتماد، شفافیت، مسئولیت‌پذیری، مشارکت‌جویی و یادگیری مستمر، بستر اصلی موفقیت در بین‌المللی شدن هستند. اگر دانشگاه از نظر درونی دارای ارزش‌های پایدار و هماهنگ باشد، راحت‌تر می‌تواند وارد ارتباطات بین‌المللی شود. اما اگر ارزش‌های سازمانی ضعیف یا متعارض باشند، حتی بهترین برنامه‌های بین‌المللی نیز با شکست مواجه می‌شوند. دانشگاه‌ها می‌توانند از طریق آموزش زبان، کارگاه‌های آشنایی با فرهنگ کشورها، تبادل علمی، دعوت از استادان مهمان خارجی و مشارکت در پروژه‌های بین‌المللی، آگاهی بین‌فرهنگی را افزایش دهند. این آگاهی به دانشجویان و استادان کمک می‌کند تا تفاوت‌های فرهنگی را تهدید نبینند، بلکه آن را فرصتی برای یادگیری و تعامل مؤثر بدانند.	
مشارکت دانشجویان بسیار مهم است، زیرا دانشجوی محور اصلی پویایی دانشگاه است. اگر دانشجویان احساس تعلق و انگیزه داشته باشند، می‌توانند در فعالیت‌های بین‌المللی، فرهنگی و علمی نقش مؤثری ایفا کنند. عواملی مانند انگیزه مشارکت، ویژگی‌های قومی و فرهنگی، رشته تحصیلی، نظام انگیزشی و آموزش‌های توانمندساز بر میزان مشارکت اثر می‌گذارند. بنابراین دانشگاه باید زمینه حضور فعال و داوطلبانه دانشجویان را فراهم کند. استقلال دانشگاهی به این معناست که دانشگاه بتواند در حوزه‌های علمی، پژوهشی و اجرایی با آزادی و مسئولیت‌پذیری تصمیم بگیرد. این استقلال باعث می‌شود دانشگاه بتواند سریع‌تر با نهادهای بین‌المللی ارتباط برقرار کند، برنامه‌های خود را متناسب با نیازها تنظیم کند و از انعطاف لازم برای همکاری‌های علمی برخوردار باشد. البته این استقلال باید در چارچوب سیاست‌های کلان کشور و با حفظ منافع ملی تعریف شود.	انگیزه مشارکت ویژگی‌های قومی و فرهنگی دانشجویان رشته‌های دانشگاهی بازنگری در ساختار بین‌المللی دانشگاه
رشته‌های دانشگاهی نقش مهمی در جذب دانشجویان و استادان خارجی دارند. رشته‌هایی که با نیازهای جهانی، مسائل نوظهور و بازار کار بین‌المللی مرتبط‌اند، بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرند. به همین دلیل، بازنگری در ساختار رشته‌ها و ایجاد رشته‌های میان‌رشته‌ای و بین‌المللی می‌تواند موقعیت دانشگاه را در سطح جهانی ارتقا دهد. نظام انگیزشی باید به گونه‌ای طراحی شود که برای استادان و دانشجویان مشارکت در فعالیت‌های بین‌المللی جذاب و ارزشمند باشد.	زبان عمومی-بین‌المللی رفع قوانین و مقررات بین‌المللی باز بودن فضای فرهنگی دانشگاه

متون مهم مصاحبه	کدهای باز
این نظام می تواند شامل امتیازات پژوهشی، حمایت مالی، فرصت های ارتقای علمی، تسهیل سفرهای علمی، تقدیر از فعالیت های بین المللی و فراهم کردن مسیر رشد حرفه ای باشد. وقتی افراد احساس کنند مشارکتشان دیده و قدردانی می شود، انگیزه بیشتری برای فعالیت خواهند داشت. تمرکززدایی باعث می شود ظرفیت های محلی و منطقه ای بهتر شناسایی و فعال شوند. در بسیاری از موارد، تمرکز بیش از حد در سطح ستاد مرکزی سبب کندی تصمیم گیری و کاهش خلاقیت می شود. بازنگری در ساختار بین المللی دانشگاه می تواند به توزیع متوازن اختیارات، چابک سازی فرایندها و افزایش مشارکت واحدهای مختلف دانشگاه کمک کند.	ایجاد تنوع فرهنگی آگاه بودن به تفاوت فرهنگی کشورها دیپلماسی فرهنگی داشتن رابط علمی و فرهنگی با ملل مختلف
زبان عمومی و بین المللی، به ویژه زبان انگلیسی، یکی از ابزارهای اصلی ارتباط در جهان علم است. اگر دانشجویان و استادان تسلط کافی به زبان بین المللی نداشته باشند، امکان مشارکت مؤثر در پروژه های مشترک، کنفرانس ها و انتشار مقالات بین المللی کاهش می یابد. بنابراین تقویت آموزش زبان باید یکی از اولویت های دانشگاه باشد. وجود قوانین پیچیده و غیرانعطاف پذیر، روند بین المللی شدن را کند می کند. برای تسهیل این فرایند، باید مقررات بازنگری شوند تا دانشگاه ها در جذب نیروی خارجی، انعقاد تفاهم نامه ها، تبادل دانشجو و اجرای پروژه های مشترک با موانع کمتری روبه رو باشند. البته این تسهیل باید همراه با نظارت و شفافیت باشد. زیرساخت های مناسب یکی از پیش شرط های جذب دانشجویان و استادان بین المللی است. فضاهای آموزشی، آزمایشگاهی، خوابگاهی، فناوری اطلاعات و خدمات رفاهی اگر در سطح مطلوب نباشند، حتی علاقه مندان نیز ممکن است از حضور در دانشگاه منصرف شوند. بنابراین توسعه زیرساخت ها بخشی جدی از بین المللی شدن است.	زبان عمومی بین المللی رفع قوانین و مقررات بین المللی شدن باز بودن فضای فرهنگی دانشگاه ایجاد تنوع فرهنگی آگاه بودن به تفاوت فرهنگی کشورها
مدیریت جریان اطلاعات باید هدفمند، شفاف و سریع باشد. دانشگاه باید بتواند دستاوردهای علمی، فرهنگی و پژوهشی خود را به موقع و به درستی در سطح داخلی و خارجی منتشر کند.	برگزاری رویدادهای فرهنگی

متون مهم مصاحبه	کدهای باز
استفاده از وبسایت‌های چندزبانه، شبکه‌های علمی، رسانه‌های دیجیتال و سامانه‌های ارتباطی بین‌المللی در این زمینه بسیار مؤثر است.	تجهیزات-فضا و امکانات دانشگاهی
دیپلماسی فرهنگی در دانشگاه یعنی استفاده از ظرفیت‌های فرهنگی، هنری و علمی برای ایجاد ارتباط مثبت با دانشگاه‌ها و ملت‌های دیگر.	نظام انگیزشی مدیریت جریان
برگزاری رویدادهای فرهنگی، نمایشگاه‌ها، هفته‌های فرهنگی و برنامه‌های تبادل فرهنگی می‌تواند تصویری مثبت از فرهنگ ملی و اسلامی ارائه دهد و زمینه تعامل پایدار را فراهم کند.	اطلاعات آموزش و توانمند سازی
	گسترش همکاری های علمی
الگوبرداری از کشورهای موفق می‌تواند به دانشگاه‌ها کمک کند تا از تجربه‌های موفق دیگران در زمینه مدیریت، آموزش، پژوهش و ارتباطات بین‌المللی بهره ببرند.	حمایت دولت از بین المللی شدن دانشگاه ها
البته این الگوگیری نباید تقلیدی و سطحی باشد، بلکه باید با توجه به شرایط فرهنگی، اجتماعی و ساختاری کشور بومی سازی شود.	استقبال از پیشنهادها و اعضای متخصصان و اعضا
چشم‌انداز مطلوب آن است که دانشگاه ایرانی بتواند ضمن حفظ هویت فرهنگی و ارزش‌های بومی، جایگاهی فعال و اثرگذار در شبکه علم جهانی پیدا کند.	تسهیل سرمایه گذاری های بین الملل
برای رسیدن به این هدف، باید بر آموزش، پژوهش، مهارت‌های زبانی، اصلاح ساختارها، حمایت دولت، توسعه زیرساخت‌ها و تقویت فرهنگ مشارکتی تأکید شود. در این صورت دانشگاه می‌تواند به سمت رشد، تعالی، اعتباربخشی و جهانی شدن حرکت کند.	الگو برداری از سایر کشورهای موفق رشد و تعالی دانشگاهی اعتبار بخشی
بین‌المللی شدن دانشگاه را می‌توان یکی از ضرورت‌های اجتناب‌ناپذیر نظام آموزش عالی امروز دانست. دانشگاهی که در فضای جهانی قرار نگیرد، به تدریج از تحولات علمی، فناورانه و فرهنگی عقب می‌ماند. از این رو، بین‌المللی شدن فقط یک انتخاب نیست، بلکه راهبردی برای بقا، رشد و اثرگذاری است.	رشد و تعالی دانشگاهی اعتبار بخشی فضای مساعد تعاملات فرهنگی جهانی شدن دانشگاه ها

متون مهم مصاحبه	کدهای باز
از نگاه من، بین‌المللی شدن زمانی معنا پیدا می‌کند که دانشگاه بتواند در حوزه آموزش، پژوهش، مدیریت و فرهنگ، تعامل سازنده و پایدار با محیط جهانی داشته باشد. بین‌المللی شدن دانشگاه علاوه بر توسعه روابط علمی، به افزایش اعتماد به نفس نهادی نیز کمک می‌کند. یعنی دانشگاه به جای اینکه صرفاً مصرف‌کننده دانش تولید شده در بیرون باشد، به یک کششگر فعال در تولید و تبادل علم تبدیل می‌شود. این موضوع برای دانشگاه‌های ایرانی اهمیت مضاعف دارد، زیرا می‌تواند جایگاه علمی کشور را در سطح منطقه و جهان تقویت کند. فرهنگ ایرانی-اسلامی باید به عنوان پشتوانه اصلی دانشگاه در فرایند بین‌المللی شدن حفظ شود. اگر دانشگاه بدون توجه به هویت بومی وارد تعامل جهانی شود، ممکن است دچار تقلید سطحی یا از خود بیگانگی فرهنگی شود. به نظر من، دانشگاه باید ابتدا هویت خود را بشناسد و سپس آن را به صورت فعال و در عین حال محترمانه در سطح بین‌الملل عرضه کند. فرهنگ ایرانی-اسلامی نه مانع بین‌المللی شدن است و نه در تضاد با آن؛ بلکه می‌تواند نقطه قوت دانشگاه باشد. اگر این فرهنگ به درستی معرفی شود، حتی می‌تواند زمینه‌ساز جذب احترام و اعتماد دانشگاه‌های خارجی گردد. تعادل میان هویت بومی و تنوع فرهنگی زمانی برقرار می‌شود که دانشگاه رویکردی باز اما هویت‌مند داشته باشد. یعنی نه در برابر فرهنگ‌های دیگر بسته عمل کند و نه آن‌قدر جذب الگوهای بیرونی شود که ریشه‌های خود را فراموش کند.	خودآگاهی فرهنگی
در این مسیر، آموزش و آگاهی بخشی نقش کلیدی دارند. هرچه استادان و دانشجویان شناخت بیشتری از فرهنگ خود و دیگران داشته باشند، بهتر می‌توانند این تعادل را حفظ کنند. دانشگاه باید فضایی ایجاد کند که در آن تفاوت‌های فرهنگی به رسمیت شناخته شود. این به معنای نسبی‌گرایی کامل نیست، بلکه یعنی احترام به دیگری در کنار پایداری بر اصول خود. این نوع نگاه، اساس تعامل سازنده در محیط‌های بین‌المللی است.	تعادل میان هویت بومی و تنوع فرهنگی

کدهای باز	متون مهم مصاحبه
تاب‌آوری فرهنگی در دانشگاه	تاب‌آوری فرهنگی به این معناست که دانشگاه بتواند در برابر فشارها، تفاوت‌ها و چالش‌های فرهنگی، واکنشی منطقی، آرام و سازنده نشان دهد. در فضای بین‌المللی، برخورد با ارزش‌ها، سبک‌های ارتباطی و شیوه‌های رفتاری متفاوت اجتناب‌ناپذیر است. بنابراین، دانشگاهی موفق است که بتواند این تفاوت‌ها را مدیریت کند و از آن‌ها برای یادگیری بهره‌بردارد. تاب‌آوری فرهنگی فقط مربوط به دانشجو نیست؛ مدیران، استادان و کارکنان نیز باید از این مهارت برخوردار باشند. اگر مدیریت دانشگاه نسبت به تفاوت‌های فرهنگی انعطاف نداشته باشد، فرایند بین‌المللی شدن با چالش‌های جدی مواجه می‌شود.
مشارکت دانشجویان در فعالیت‌های بین‌المللی	دانشجویان یکی از اصلی‌ترین نیروهای محرک دانشگاه هستند و مشارکت آن‌ها در بین‌المللی شدن بسیار مهم است. اگر دانشجو احساس کند که صدایش شنیده می‌شود و نقش مؤثری دارد، در فعالیت‌های علمی، فرهنگی و بین‌المللی فعال‌تر خواهد بود. برای افزایش مشارکت، باید فرصت‌های واقعی برای حضور دانشجویان در تصمیم‌گیری‌ها، رویدادها و پروژه‌ها ایجاد شود. از نظر من، مشارکت دانشجویی زمانی پایدار می‌شود که با انگیزه درونی همراه باشد. صرفاً ارائه امتیاز یا تشویق مادی کافی نیست. دانشجو باید احساس کند که مشارکت او به رشد شخصی، علمی و اجتماعی خودش نیز کمک می‌کند. عوامل مختلفی بر مشارکت دانشجویان اثر می‌گذارد؛ از جمله رشته تحصیلی، سطح آگاهی، زمینه‌های فرهنگی، حس تعلق، اعتماد به مدیریت و وجود نظام انگیزشی مناسب. اگر دانشگاه فضای باز و حمایتگر داشته باشد، دانشجویان با اعتماد بیشتری وارد فعالیت‌های بین‌المللی می‌شوند. یکی دیگر از عوامل مهم، عدالت در فرصت‌هاست. وقتی دانشجو احساس کند فرصت‌های بین‌المللی فقط در اختیار گروه خاصی است، انگیزه‌اش کاهش می‌یابد. بنابراین شفافیت در فرآیندها بسیار اهمیت دارد.
استقلال دانشگاهی و بین‌المللی شدن	استقلال دانشگاهی از پیش شرط‌های مهم برای بین‌المللی شدن است. دانشگاه مستقل می‌تواند با سرعت و انعطاف بیشتری تصمیم بگیرد، ارتباط برقرار کند و برنامه‌های بین‌المللی را اجرا کند.

متون مهم مصاحبه	کدهای باز
البته این استقلال باید مسئولانه باشد؛ یعنی دانشگاه ضمن برخورداری از اختیار، پاسخگویی و تعهد نهادی را نیز حفظ کند. در بسیاری از موارد، وابستگی بیش از حد دانشگاه به ساختارهای بیرونی، باعث کندی و کاهش نوآوری می شود. اگر دانشگاه اختیار عمل بیشتری داشته باشد، بهتر می تواند به نیازهای جهانی پاسخ دهد.	
ارزش های سازمانی پایه رفتار دانشگاه اند. اگر ارزش هایی مانند همدلی، مشارکت، شفافیت، یادگیری و احترام در دانشگاه نهادینه شده باشد، ارتباطات بین المللی نیز آسان تر شکل می گیرد. در واقع، بین المللی شدن فقط به تجهیزات و قوانین وابسته نیست، بلکه به فرهنگ درونی سازمان نیز بستگی دارد. دانشگاهی که در درون خود از انسجام ارزشی برخوردار است، در بیرون نیز تصویر معتبرتری از خود ارائه می دهد. این موضوع در همکاری های بین المللی بسیار مؤثر است، چون طرف خارجی معمولاً به ثبات و بلوغ نهادی توجه می کند.	نقش ارزش های سازمانی
زبان بین المللی ابزار ارتباط است، نه فقط یک مهارت جانبی. بدون تسلط نسبی بر زبان علمی، دانشگاه در تعامل جهانی دچار محدودیت می شود. به همین دلیل، تقویت آموزش زبان باید از سطح سیاست گذاری تا اجرا در دستور کار دانشگاه قرار گیرد. به نظر من، آموزش زبان نباید فقط در قالب واحد درسی باشد. دانشگاه می تواند از طریق کارگاه های تخصصی، دوره های مکالمه علمی، نگارش مقاله و ارتباطات بین فرهنگی، این مهارت را تقویت کند.	زبان بین المللی
وجود قوانین سخت گیرانه و ناکارآمد، یکی از موانع مهم بین المللی شدن است. مقررات باید به گونه ای طراحی شوند که هم تسهیل گر باشند و هم نظارت لازم را حفظ کنند. اگر فرایندها طولانی و پیچیده باشند، بسیاری از فرصت های همکاری از دست می رود. بازنگری در قوانین باید بر اساس تجربه دانشگاه های موفق و نیازهای واقعی محیط بین الملل انجام شود. قوانین قدیمی معمولاً پاسخگوی نیازهای جدید نیستند و باید اصلاح شوند.	قوانین و مقررات

متون مهم مصاحبه	کدهای باز
بدون زیرساخت مناسب، بین‌المللی شدن به صورت کامل محقق نمی‌شود. خوابگاه، اینترنت، کتابخانه، امکانات پژوهشی، خدمات اداری چندزبانه و فضاهای فرهنگی همگی در این فرایند مؤثرند. دانشگاه بین‌المللی باید از نظر فیزیکی و دیجیتال برای پذیرش و تعامل آماده باشد. حتی کیفیت برخورد کارکنان و نحوه ارائه خدمات نیز بخشی از زیرساخت نرم دانشگاه محسوب می‌شود. این مسئله در تجربه دانشجویان خارجی بسیار تعیین‌کننده است.	زیرساخت‌ها و امکانات
دیپلماسی فرهنگی	
دیپلماسی فرهنگی دانشگاهی یکی از ابزارهای مهم برای معرفی فرهنگ ملی و اسلامی به جهان است. از طریق برنامه‌های فرهنگی، هنری، علمی و رسانه‌ای می‌توان تصویری عمیق‌تر و واقعی‌تر از جامعه دانشگاهی ارائه داد. این امر به کاهش سوء تفاهم‌ها و افزایش اعتماد بین‌المللی کمک می‌کند. دانشگاه می‌تواند با برگزاری هفته‌های فرهنگی، نمایشگاه‌های بین‌المللی و نشست‌های گفت‌وگومحور، نقش فعالی در دیپلماسی فرهنگی ایفا کند.	معرفی فرهنگی ملی و اسلامی به جهان انعطاف‌پذیری ساختار مدیریتی دیگرپذیری و مدارای فرهنگی تعهد به بین‌المللی شدن

کدگذاری محوری

در این بخش به کدگذاری محوری شاخص‌های شناسایی شده پرداخته می‌شود که به شرح جدول ۲ است.

جدول ۲: کدگذاری محوری

عوامل اصلی	شاخص های فرعی
هویت و فرهنگ ایرانی - اسلامی	فرهنگ ایرانی - اسلامی
	حس تعلق به فرهنگ ملی
	معرفی فرهنگی ملی و اسلامی به جهان
	تاب آوری فرهنگی
	ارزش های سازمانی
شاخص های دانشگاه بین المللی	خودآگاهی فرهنگی
	امور بین الملل
	پژوهش های بین الملل
	ارتباطات و تعامل بین الملل
	بازنگری در ساختار بین المللی دانشگاه
	زبان عمومی - بین المللی
	رفع قوانین و مقررات بین المللی شدن
	ایجاد تنوع فرهنگی
	آگاه بودن به تفاوت فرهنگی کشورها
	دیپلماسی فرهنگی
	داشتن رابط علمی و فرهنگی با ملل مختلف
	برگزاری رویدادهای فرهنگی
	گسترش همکاری های علمی
	حمایت دولت از بین المللی شدن دانشگاه ها
	تسهیل سرمایه گذاری های بین الملل
	الگو برداری از سایر کشورهای موفق
مشارکت و انگیزه	اعتبار بخشی
	جهانی شدن دانشگاه ها
	تعهد به بین الملل شدن
	مشارکت دانشجویان
	انگیزه مشارکت
مشارکت و انگیزه	ویژگی های قومی و فرهنگی دانشجویان
	نظام انگیزشی
استقبال از پیشنهادهای متخصصان و اعضای	

عوامل اصلی	شاخص های فرعی
محیط و ساختار دانشگاهی	تمرکز زدایی
	استقلال نهاد دانشگاهی
	تجهیزات-فضا و امکانات دانشگاهی
	فضای مساعد تعاملات فرهنگی
	باز بودن فضای فرهنگی دانشگاه
مدیریت و توسعه	انعطاف پذیری ساختار مدیریتی
	دیگرپذیری و مدارای فرهنگی
	تغییرات بینشی و روشی در مدیران
	رشته های دانشگاهی
	آموزش و توانمند سازی
	مدیریت جریان اطلاعات
	رشد و تعالی دانشگاهی

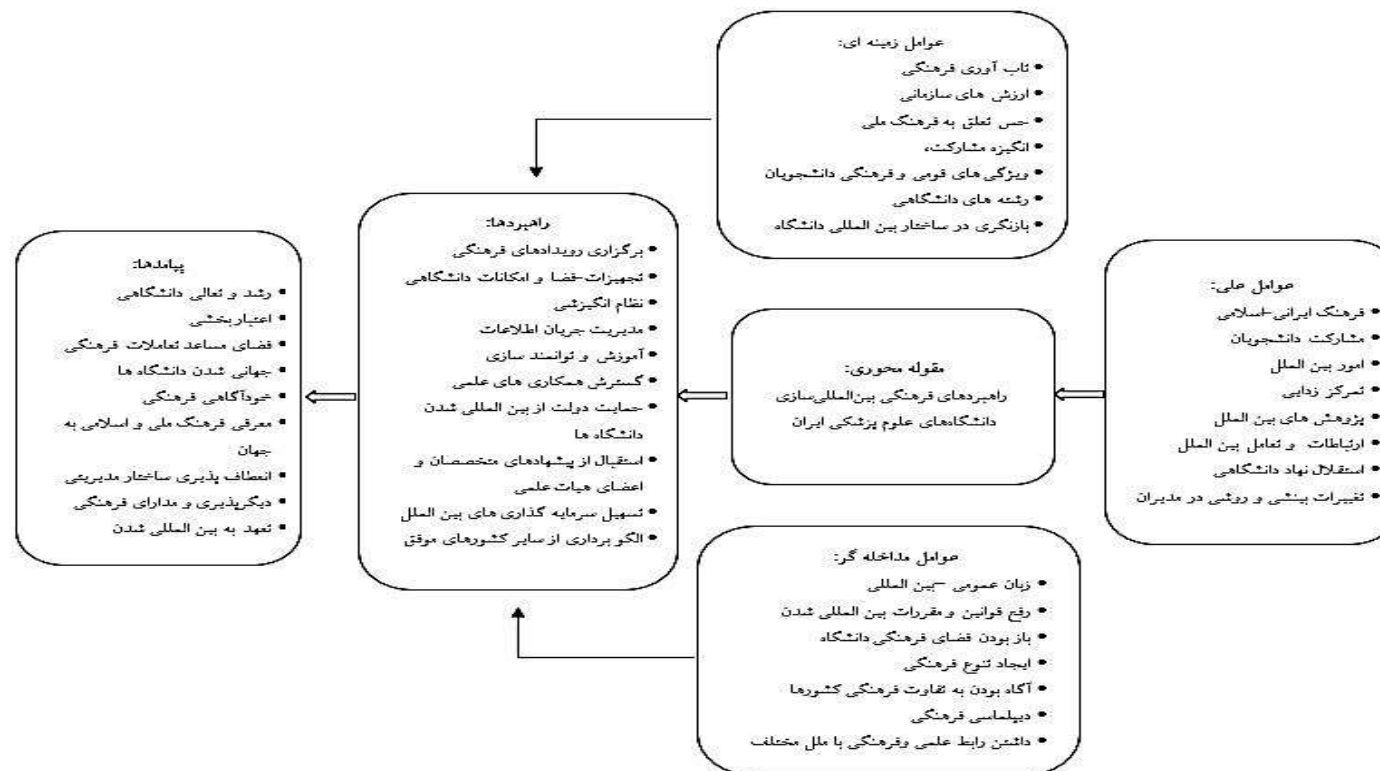
کدگذاری انتخابی

در این بخش به توجه به عوامل شناسایی شده در ادبیات تحقق و مصاحبه با خبرگان این عوامل به ۵ دسته تقسیم بندی شدند که در جدول ۳ ارائه شدند.

جدول ۳: یافته های کیفی

پیامدها	راهبرده	مداخله گر	زمینه ای	علی	عوامل
					فرهنگ ایرانی-اسلامی
					مشارکت دانشجویان
					امور بین الملل
					تمرکز زدایی
					پژوهش های بین الملل
					ارتباطات و تعامل بین الملل
					استقلال نهاد دانشگاهی
					تغییرات بینشی و روشی در مدیران
					تاب آوری فرهنگی
					ارزش های سازمانی
					حس تعلق به فرهنگ ملی
					انگیزه مشارکت
					ویژگی های قومی و فرهنگی
					دانشجویان
					رشته های دانشگاهی
					بازنگری در ساختار بین المللی
					دانشگاه
					زبان عمومی بین المللی
					رفع قوانین و مقررات بین المللی
					شدن
					باز بودن فضای فرهنگی دانشگاه
					ایجاد تنوع فرهنگی
					آگاه بودن به تفاوت فرهنگی
					کشورها
					دیپلماسی فرهنگی
					داشتن رابط علمی و فرهنگی با ملل
					مختلف

پیامدها	راهبرده	مداخله گر	زمینه ای	علی	عوامل
					برگزاری رویدادهای فرهنگی
					تجهیزات-فضا و امکانات
					دانشگاهی
					نظام انگیزشی
					مدیریت جریان اطلاعات
					آموزش و توانمند سازی
					گسترش همکاری های علمی
					حمایت دولت از بین المللی شدن
					دانشگاه ها
					استقبال از پیشنهادهای متخصصان
					و اعضای
					تسهیل سرمایه گذاری های بین
					الملل
					الگو برداری از سایر کشورهای
					موفق
					رشد و تعالی دانشگاهی
					اعتبار بخشی
					فضای مساعد تعاملات فرهنگی
					جهانی شدن دانشگاه ها
					خودآگاهی فرهنگی
					معرفی فرهنگی ملی و اسلامی به
					جهان
					انعطاف پذیری ساختار مدیریتی
					دیگرپذیری و مدارای فرهنگی
					تعهد به بین المللی شدن



شکل ۱: مدل پارادایمی تحقیق

تحلیل عاملی تاییدی

تحلیل عاملی تاییدی روشی است که نشان می‌دهد چه میزان گویه‌های سنجش یک سازه به درستی انتخاب شده‌اند. در واقع در این روش مشخص می‌شود آیا سوالاتی که در یک پرسشنامه برای سنجش هر عامل انتخاب شده است مناسب می‌باشد یا خیر. با توجه به اینکه مقادیر بدست آمده بیش از ۰٫۵ هستند و گویه‌ها تایید می‌گردند.

جدول ۴: نتایج حاصل از انجام تحلیل عاملی تاییدی

پیامدها	راهبردها	مداخله گر	زمینه ای	علی	عوامل زیر مولفه ها
				۰,۷۶۴	فرهنگ ایرانی-اسلامی
				۰,۷۳۵	مشارکت دانشجویان
				۰,۷۹۳	امور بین الملل
				۰,۷۴۴	تمرکز زدایی
				۰,۷۸۴	پژوهش های بین الملل
				۰,۷۵۵	ارتباطات و تعامل بین الملل
				۰,۸۷۶	استقلال نهاد دانشگاهی
				۰,۷۶۵	تغییرات بینشی و روشی در مدیران
			۰,۷۱۱		تاب آوری فرهنگی
			۰,۷۴۴		ارزش های سازمانی
			۰,۷۹۰		حس تعلق به فرهنگ ملی
			۰,۷۷۳		انگیزه مشارکت
			۰,۸۶۵		ویژگی های قومی و فرهنگی دانشجویان
			۰,۸۴۳		رشته های دانشگاهی
			۰,۷۱۲		بازنگری در ساختار بین المللی دانشگاه
		۰,۷۶۴			زبان عمومی-بین المللی
		۰,۷۷۷			رفع قوانین و مقررات بین المللی شدن
		۰,۷۴۳			باز بودن فضای فرهنگی دانشگاه
		۰,۷۴۴			ایجاد تنوع فرهنگی

آگاه بودن به تفاوت فرهنگی کشورها	۰,۸۳۳	
دیپلماسی فرهنگی	۰,۷۹۰	
داشتن رابط علمی و فرهنگی با ملل مختلف	۰,۷۲۹	
برگزاری رویدادهای فرهنگی	۰,۸۹۳	
تجهیزات-فضا و امکانات دانشگاهی	۰,۸۵۷	
نظام انگیزی	۰,۶۱۱	
مدیریت جریان اطلاعات	۰,۷۸۹	
آموزش و توانمند سازی	۰,۶۹۸	
گسترش همکاری های علمی	۰,۷۹۹	
حمایت دولت از بین المللی شدن دانشگاه ها	۰,۸۶۵	
استقبال از پیشنهاد های متخصصان و اعضای	۰,۸۱۱	
تسهیل سرمایه گذاری های بین الملل	۰,۸۹۸	
الگو برداری از سایر کشورهای موفق	۰,۷۰۹	
رشد و تعالی دانشگاهی	۰,۷۸۸	
اعتبار بخشی	۰,۸۹۳	
فضای مساعد تعاملات فرهنگی	۰,۸۱۱	
جهانی شدن دانشگاه ها	۰,۸۶۶	
خود آگاهی فرهنگی	۰,۸۹۷	
معرفی فرهنگی ملی و اسلامی به جهان	۰,۸۴۹	
انعطاف پذیری ساختار مدیریتی	۰,۸۳۳	
دیگر پذیری و مدارای فرهنگی	۰,۸۹۰	
تعهد به بین المللی شدن	۰,۸۷۷	

بررسی روایی واگرا (تشخیصی) برای ابعاد مدل تحقیق

یکی از روشهای سنجش این روایی آزمون فورنل-لاکر است. جدول ۵ نتایج بدست آمده برای ابعاد مدل پژوهش را نشان می دهد. جدول ذیل نشان می دهد که سازه ها کاملاً از هم جدا می باشند یعنی مقادیر قطراضی برای هر متغیر پنهان از همبستگی آن بعد با سایر بعد های پنهان انعکاسی موجود در مدل بیشتر است.

جدول ۵: شاخص فورنل لاکر جهت بررسی شاخص روایی تشخیصی یا واگرا

ابعاد	۱	۲	۳	۴	۵
علی	۱				
زمینه ای	۰/۸۳۱	۱			
مداخله گر	۰/۷۶۴	۰/۸۸۶	۱		
راهبردها	۰/۷۶۹	۰/۳۹۰	۰/۶۹۰	۱	
پیامدها	۰/۵۴۸	۰/۴۱۱	۰/۴۸۹	۰/۵۵۵	۱

آزمون های مدل بیرونی

آزمون های روایی همگرا (روایی سازه)

روایی هم را دومین معیاری است که برای برازش مدتهای اندازه گیری در روش PLS به کار برده می شود. AVE میزان همبستگی یک سازه با شاخص های خود را نشان می دهد که هرچه این همبستگی بیشتر باشد، برازش نیز بیشتر است (داوری و رضازاده، ۱۳۹۳). مقدار ملاک برای سطح قبولی AVE، این است که ضریب روایی هم را بیشتر از ۰/۵ باشد (مگنر و همکاران، ۱۹۹۶).

جدول ۶: نتایج آزمون میانگین واریانس استخراجی

شاخص ها	میانگین واریانس استخراجی
علی	۰/۵۶۸
زمینه ای	۰/۵۷۸
مداخله گر	۰/۶۸۴
راهبردها	۰/۵۶۶
پیامدها	۰/۵۳۳

لذا کلیه ضرایب روایی هم را در این قسمت پژوهش بزرگتر از ۰/۵ گزارش شده است. بنابراین روایی هم روایی پژوهش توسط این آزمون نیز تأیید می شود.

آزمون چند روش و چند خصیصه یا (HTMT)

آزمون HTMT در سات ۲۰۱۵ توسط هنسلر برای اینکه تمام ویژگی‌های آزمون بارهای عرضی را داشته باشد ارائه شد. در این روش هر متغیر یک خصیصه و هر سؤال یک روش برای اندازه‌گیری خصیصه است. ماتریسی از خصیصه‌ها و روش‌ها ایجاد و در طی محاسباتی شاخص HTMT به دست می‌آید. این شاخص اگر کمتر از ۰/۸ باشد وضعیت بسیار عالی است و اگر کمتر از ۱ باشد قابل قبول است. در این روش متغیرها جفت جفت و دوبه‌دو بارشان HTMT محاسبه می‌شود و کلیه HTMT ها باید کوچکتر از ۱ باشد.

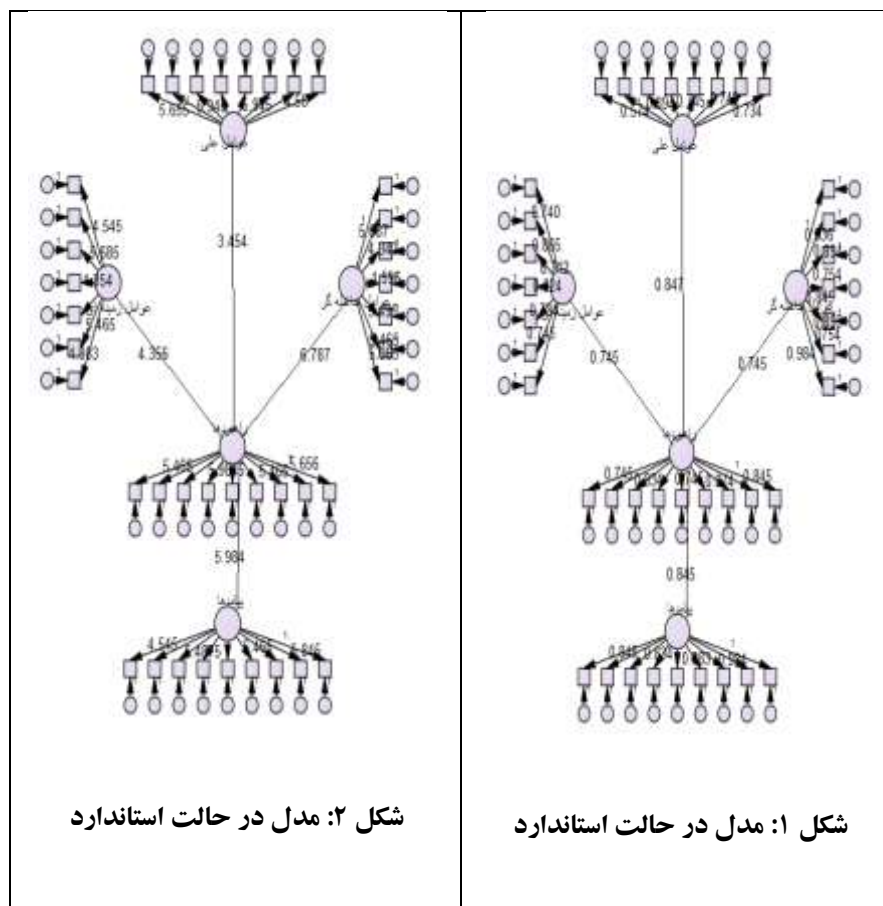
جدول ۷: نتایج آزمون چند روش و چند خصیصه

ابعاد	۱	۲	۳	۴	۵
علی	1				
زمینه ای	0. 885	۱			
مداخله گر	0. 569	0. 662	۱		
راهبردها	0. 543	0. 290	0. 433	۱	
پیامدها	0. 429	0. 277	0. 189	۰,۸۲۳	۱

کلیه ضرایب HTMT کمتر از ۱ هستند. بنابراین با توجه به دو آزمون قبل با قدرت میتوان ادعا نمود که روایی و اگر برقرار است و همینطور با توجه به برقراری روایی همگرا می‌توان ادعا نمود که مدت ارزیابی شده بر آمده از داده‌های پرسشنامه روایی سازه دارد. یعنی محقق همان چیزی را سنجیده که قرار بوده سنجیده شود.

کمی سازی مدل

در این بخش با توجه به اینکه مشخص شد ابعاد مدل کدام ها هستند، میزان حجم نمونه مناسب است و کلیه ابعاد شناسایی شده بر روی مدل مورد نظر مؤثر هستند با استفاده از تکنیک مربعات جزئی و آزمون t بوت استرپینگ به کمی سازی مدل پرداخته خواهد شد که نتایج به شرح شکل های ۱ و ۲ می باشند. نتایج شکل فوق نشان می دهد که کلیه ضرایب بدست آمده برای ابعاد مدل مثبت بوده و کلیه مقادیر بدست آمده t بیشتر از ۱,۹۶ جدول Z بوده اند که می توان نتیجه گرفت مدل در معنادار بوده و می توان به نتایج بدست آمده استناد نمود.



برازش مدل

به منظور آزمون مدل مفهومی از شاخص‌های نیکویی برازش شامل: GFI، AGFI و RMSEA استفاده شده است، مقادیر بدست آمده در جدول ۸ نشان می‌دهند که نتایج مدل قابل اعتماد است. چرا که شاخص‌های GFI و AGFI، هر دو بیش‌تر از حد مورد نظر برآورد شده‌اند که این آماره بزرگ‌تر از حد ملاک ۰/۹۰ بوده است. همچنین، نسبت مربع کای به درجه آزادی (X^2/df) مقدار مناسبی را نشان داده است. همچنین معیار خطای RMSEA نیز برابر با ۰/۰۳ برآورد شده که این مقدار کوچک‌تر از حد مجاز ۰/۰۸ بوده است. بر اساس برآوردهای ارائه شده می‌توان نتیجه گرفت که مدل تست شده در جامعه مورد نظر از برازش نسبتاً خوب و قابل قبولی برخوردار بوده است. بنابراین، نتایج مدل تحقیق نشان می‌دهد که مدل مورد استفاده تحقیق حاضر از برازش مناسبی برخوردار بود.

جدول ۸: آماره‌های مربوط به نیکویی برازش مدل

شاخص‌های برازش	مقادیر پژوهش	ملاک	نماد	نتیجه برازش
تقسیم کای-مربع بر درجه آزادی	۱,۳۴	≤ 3	X2/df	برازش خوب
ریشه میانگین مربعات خطای برآورد	۰,۰۳	$\leq 0/06$	RMSEA	برازش خوب
شاخص نیکویی برازش	۰/۹۴	$\geq 0/9$	GFI	برازش خوب
شاخص نیکویی برازش تعدیل شده	۰/۹۱	$\geq 0/9$	AGFI	برازش خوب
شاخص برازش مقایسه ای	۰/۹۵	$\geq 0/9$	CFI	برازش خوب
شاخص برازش افزایشی	۰/۹۳	$\geq 0/9$	IFI	برازش خوب
شاخص برازش نرم	۰/۹۲	$\geq 0/9$	NFI	برازش خوب
شاخص برازش غیر نرم	۰/۹۶	$\geq 0/9$	NNFI	برازش خوب
ضریب تعیین	۰/۸۸۷	$\geq 0/67$	R2	برازش خوب

پس از بررسی برازش بخش اندازه گیری و بخش ساختاری مدل، برازش کلی مدل از طریق معیار GOF که شاخصی برای بررسی برازش مدل جهت پیش بینی متغیرهای درون زا می‌باشد، استفاده می‌شود. که مقدار آن بین صفر تا یک قرار دارد. و مقادیر نزدیک به یک نشانگر کیفیت مناسب مدل هستند. و توانایی پیش بینی کلی مدل را مورد بررسی قرار می‌دهد. و مدل آزمون شده پیش بینی متغیرهای مکنون درون زا را دارد. این معیار از طریق رابطه زیر محاسبه می‌شود:

$$Gof = \sqrt{\text{communalities} \times R^2} =$$

به طوری که Communalities نشانه میانگین مقادیر اشتراکی هر سازه هست و R² نیز مقدار میانگین مقادیر Squares R سازه‌های درون زای مدل است. بر اساس جدول ۴-۲۰ مقادیر ضریب تعیین R² به دست آمده است. همچنین مقدار اشتراکی برابر است با ۰/۸۸۷ و با توجه به سه مقدار ۰,۰۱، ۰,۲۵ و ۰,۳۶ که به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی شده است، حاصل شدن مقدار ۰,۶۵ برای GOF نشان از برازش قوی کلی مدل پژوهش دارد. از آنجایی که مقدار محاسبه شده GOF بزرگتر از ۰,۳۶ بدست آمده، نشان از برازش مناسب مدل پژوهش دارد. بنابراین می‌توان گفت برازش کلی مدل پژوهش بسیار مناسب و مورد تایید می‌باشد. بنابراین، با توجه به تجزیه و تحلیل‌های

انجام شده، مشخص شد که در سطح اطمینان ۹۵ درصد کلیه مسیرها معنی دار هستند و در نتیجه ابعاد اصلی ۵ گانه و زیرمؤلفه‌های مرتبط با مدل مورد تأیید است.

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف طراحی و تبیین الگوی راهبردهای فرهنگی بین‌المللی‌سازی دانشگاه‌های علوم پزشکی ایران انجام شد. نتایج حاصل از بخش کیفی و کمی پژوهش نشان داد که بین‌المللی‌سازی فرهنگی در دانشگاه‌های علوم پزشکی ایران فراتر از یک فعالیت اجرایی یا برنامه مدیریتی مقطعی بوده و به‌عنوان یک نظام راهبردی چندبعدی، نیازمند هم‌افزایی میان مؤلفه‌های ساختاری، فرهنگی، انسانی، مدیریتی و ارتباطی است. یافته‌ها نشان دادند که تحقق بین‌المللی‌سازی فرهنگی زمانی امکان‌پذیر خواهد بود که دانشگاه بتواند میان حفظ هویت فرهنگی و تمدنی خود و حضور فعال در عرصه علمی و فرهنگی جهان تعادل برقرار نماید. در واقع، بین‌المللی‌سازی فرهنگی در دانشگاه‌های علوم پزشکی ایران نه به معنای پذیرش منفعلانه الگوهای خارجی، بلکه به مفهوم مشارکت فعال در شبکه جهانی علم همراه با حفظ و بازنمایی ارزش‌های فرهنگی و هویتی کشور است. در بخش کیفی پژوهش، تحلیل مصاحبه‌های انجام‌شده با خبرگان منجر به شناسایی مجموعه‌ای از عوامل علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها شد که در قالب یک الگوی پارادایمی تبیین گردید. یافته‌ها نشان داد که فرهنگ ایرانی - اسلامی، مشارکت دانشجویان، امور بین‌الملل، تمرکززدایی، پژوهش‌های بین‌المللی، تعاملات جهانی، استقلال دانشگاهی و تحول‌نگرش مدیران از مهم‌ترین عوامل علی شکل‌گیری راهبردهای فرهنگی بین‌المللی‌سازی محسوب می‌شوند. این عوامل بیانگر آن هستند که موفقیت بین‌المللی‌سازی فرهنگی پیش از هر چیز به تغییر نگرش مدیران و سیاست‌گذاران و همچنین ایجاد زیرساخت‌های مناسب برای حضور فعال دانشگاه در عرصه جهانی وابسته است.

از سوی دیگر، عوامل زمینه‌ای نظیر تاب‌آوری فرهنگی، ارزش‌های سازمانی، حس تعلق به فرهنگ ملی، انگیزه مشارکت، ویژگی‌های قومی و فرهنگی دانشجویان، ماهیت رشته‌های دانشگاهی و بازنگری در ساختار بین‌المللی دانشگاه، بستری را فراهم می‌کنند که در آن راهبردهای فرهنگی امکان اجرا و اثربخشی می‌یابند. یافته‌ها نشان دادند که دانشگاه‌هایی که از سرمایه فرهنگی قوی‌تر، انسجام هویتی بیشتر و ساختار سازمانی منعطف‌تری برخوردار هستند، ظرفیت بالاتری برای توسعه فعالیت‌های بین‌المللی دارند.

این موضوع بیانگر آن است که بین‌المللی‌سازی موفق بیش از آنکه محصول منابع مالی باشد، نتیجه وجود سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی درون دانشگاه است.

نتایج پژوهش همچنین نشان داد که برخی عوامل مداخله‌گر می‌توانند روند بین‌المللی‌سازی فرهنگی را تسهیل یا محدود نمایند. زبان بین‌المللی، قوانین و مقررات مرتبط با بین‌المللی‌شدن، میزان گشودگی فضای فرهنگی دانشگاه، تنوع فرهنگی، آگاهی از تفاوت‌های فرهنگی، دیپلماسی فرهنگی و ارتباطات علمی و فرهنگی با سایر کشورها از جمله این عوامل بودند. اهمیت این متغیرها نشان می‌دهد که بین‌المللی‌سازی فرهنگی صرفاً به تصمیمات داخلی دانشگاه وابسته نیست، بلکه متأثر از محیط ملی و بین‌المللی نیز می‌باشد. هرگونه محدودیت در حوزه قوانین، ارتباطات بین‌المللی یا تعاملات فرهنگی می‌تواند اثربخشی راهبردهای طراحی شده را کاهش دهد.

در بخش کمی پژوهش، نتایج حاصل از مدل‌سازی معادلات ساختاری و تحلیل حداقل مربعات جزئی نشان داد که تمامی روابط میان متغیرهای مدل از معناداری آماری برخوردار بوده‌اند. ضرایب مسیر مثبت و مقادیر آماره t بالاتر از سطح بحرانی ۱/۹۶ نشان داد که سازه‌های شناسایی شده از قدرت تبیین مناسبی برخوردار هستند و روابط مفهومی استخراج شده در مرحله کیفی مورد تأیید قرار گرفت. همچنین شاخص‌های برازش مدل شامل RMSEA، GFI، AGFI، CFI، NFI، IFI و NNFI همگی در محدوده مطلوب قرار داشتند و مقدار GOF نیز نشان‌دهنده برازش قوی مدل بود. این نتایج حاکی از آن است که الگوی طراحی شده از اعتبار نظری و تجربی مناسبی برای تبیین راهبردهای فرهنگی بین‌المللی‌سازی دانشگاه‌های علوم پزشکی ایران برخوردار است.

یافته‌های پژوهش نشان داد که راهبردهای فرهنگی بین‌المللی‌سازی را می‌توان در سه سطح کلان، میانی و عملیاتی دسته‌بندی کرد. در سطح کلان، اصلاح ساختارهای مدیریتی، توسعه استقلال دانشگاهی، بازنگری در سیاست‌های بین‌المللی و تقویت حمایت‌های دولتی قرار دارند. در سطح میانی، توسعه سرمایه انسانی، ارتقای مهارت‌های بین‌فرهنگی، ایجاد نظام انگیزشی، تقویت هویت فرهنگی و افزایش مشارکت دانشگاهیان اهمیت می‌یابد. در سطح عملیاتی نیز برگزاری رویدادهای فرهنگی، توسعه همکاری‌های علمی بین‌المللی، مدیریت جریان اطلاعات، بهره‌گیری از فناوری‌های نوین ارتباطی، جذب سرمایه‌گذاری‌های بین‌المللی و الگوبرداری از تجارب موفق جهانی قرار می‌گیرند. یکی از مهم‌ترین یافته‌های پژوهش، نقش محوری فرهنگ ایرانی - اسلامی در فرآیند

بین‌المللی‌سازی بود. برخلاف برخی رویکردهای رایج که بین‌المللی‌سازی را مترادف با غربی‌سازی تلقی می‌کنند، یافته‌های این پژوهش نشان داد که هویت فرهنگی نه تنها مانعی برای بین‌المللی‌شدن نیست، بلکه می‌تواند به عنوان مزیت رقابتی دانشگاه‌های علوم پزشکی ایران عمل کند. معرفی ظرفیت‌های تمدنی، اخلاق حرفه‌ای مبتنی بر آموزه‌های اسلامی، تاریخ پزشکی ایران و ارزش‌های فرهنگی بومی می‌تواند جایگاه دانشگاه‌ها را در عرصه بین‌المللی تقویت نماید. از این منظر، بین‌المللی‌سازی فرهنگی موفق زمانی تحقق می‌یابد که دانشگاه بتواند ضمن تعامل مؤثر با جهان، روایت فرهنگی خاص خود را نیز ارائه کند. بررسی پیامدهای الگو نیز نشان داد که اجرای موفق راهبردهای فرهنگی بین‌المللی‌سازی پیامدهای گسترده‌ای در ابعاد سازمانی، علمی، فرهنگی و اجتماعی به دنبال خواهد داشت. رشد و تعالی دانشگاهی، افزایش اعتبار علمی، ارتقای جایگاه بین‌المللی، توسعه تعاملات فرهنگی، افزایش خودآگاهی فرهنگی، تقویت مدارای فرهنگی، انعطاف‌پذیری ساختارهای مدیریتی و تعهد به بین‌المللی‌شدن از جمله مهم‌ترین این پیامدها هستند. این نتایج نشان می‌دهد که بین‌المللی‌سازی فرهنگی نه تنها به ارتقای شاخص‌های علمی و رتبه‌بندی دانشگاه کمک می‌کند، بلکه موجب توسعه سرمایه فرهنگی و اجتماعی دانشگاه نیز می‌شود. بر اساس نتایج پژوهش، می‌توان چند راهکار راهبردی برای دانشگاه‌های علوم پزشکی ایران پیشنهاد کرد. نخست، تدوین سند جامع بین‌المللی‌سازی فرهنگی در سطح دانشگاه‌ها و وزارت بهداشت با تأکید بر پیوند میان هویت فرهنگی و تعاملات جهانی ضروری است. دوم، بازطراحی ساختارهای مدیریتی و تقویت اختیارات واحدهای بین‌الملل به منظور افزایش چابکی سازمانی باید در اولویت قرار گیرد. سوم، سرمایه‌گذاری گسترده در آموزش مهارت‌های بین‌فرهنگی، زبان‌های بین‌المللی و دیپلماسی علمی برای مدیران، اعضای هیئت علمی و دانشجویان ضرورت دارد. چهارم، توسعه شبکه‌های همکاری علمی و فرهنگی با دانشگاه‌های معتبر جهان و بهره‌گیری از ظرفیت فارغ‌التحصیلان بین‌المللی می‌تواند به گسترش نفوذ علمی و فرهنگی دانشگاه‌ها کمک کند. پنجم، ایجاد محیط دانشگاهی چندفرهنگی، حمایت از دانشجویان بین‌المللی و توسعه رویدادهای فرهنگی مشترک باید به عنوان یکی از محورهای اصلی سیاست‌گذاری فرهنگی دانشگاه‌ها مورد توجه قرار گیرد. در جمع‌بندی نهایی می‌توان گفت که راهبردهای فرهنگی بین‌المللی‌سازی دانشگاه‌های علوم پزشکی ایران مبتنی بر یک الگوی چندبعدی و یکپارچه هستند که در آن عوامل ساختاری، فرهنگی، انسانی و مدیریتی

به صورت همزمان ایفای نقش می کنند. موفقیت این راهبردها مستلزم ایجاد توازن میان حفظ هویت فرهنگی ایرانی - اسلامی و توسعه تعاملات جهانی است. هرچه دانشگاه‌ها بتوانند این تعادل را با موفقیت بیشتری برقرار کنند، زمینه برای ارتقای جایگاه بین‌المللی، توسعه دیپلماسی علمی و فرهنگی، افزایش اعتبار دانشگاهی و ایفای نقش مؤثرتر در نظام جهانی آموزش عالی فراهم‌تر خواهد شد. بنابراین، بین‌المللی‌سازی فرهنگی را باید نه یک برنامه کوتاه‌مدت، بلکه یک تحول راهبردی بلندمدت دانست که آینده دانشگاه‌های علوم پزشکی ایران در عرصه رقابت جهانی تا حد زیادی به میزان موفقیت در تحقق آن وابسته است.

منابع:

- احمدزاده قصاب، ع.، عرب، م.، موسوی زاده، ع. (۱۴۰۱). شاخص‌های بین‌المللی سازی دانشگاه‌های علوم پزشکی: یک مرور دامنه‌ای. *مجله مدیریت سلامت ایران*, ۲۲(۱), ۳۰۱-۳۱۸.
- بشذار، س.، و همکاران. (۱۴۰۲). الزامات، معیارها، چالش‌ها و راهکارهای بین‌المللی سازی آموزش پزشکی در ایران. *مجله آموزش پزشکی ایران*, ۲۲(۴), ۲۳۳-۲۵۰.
- ولی مقدم زنجان، م.، کمالی، ر.، مجتبی زاده، س. (۱۴۰۰). الزامات و چالش‌های بین‌المللی سازی آموزش عالی پزشکی در ایران. *مجله پژوهش در آموزش علوم پزشکی*, ۱۶(۲), ۷۵-۸۸.
- احمدزاده قصاب، ع.، حیدری، م.، عرب، م. (۱۴۰۴). آینده پژوهی بین‌المللی سازی دانشگاه‌های علوم پزشکی ایران در افق ۲۰۴۰. *مجموعه مقالات علوم پزشکی اسپرینگر*, ۱۲, ۱۰۱-۱۲۳.
- ولی مقدم زنجان، س.، کمالی، ن.، و مجتبی زاده، م. (۱۴۰۰). طراحی و اعتباریابی الگوی بین‌المللی سازی آموزش عالی دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور.
- Bashzar, S., Rahmani, A., & Khosravi, M. (2023). Requirements, criteria, challenges, and solutions for the internationalization of medical education in Iran. *Journal of Medical Education Development*, 18(2), 115-132.
- Ahmadzadeh Ghasab, A., Arab, M., & Mosadeghrad, A. M. (2022). Indicators for internationalization of medical universities: A scoping review. *BMC Medical Education*, 22(1), 301-318.
- Shabani, E. A., & Hoseini Moghadam, M. (2023). The future of international marketing of higher education in Iran: A case study of Tehran University of Medical Sciences. *Higher Education Policy Studies*, 15(3), 201-219.
- Ahmadzadeh Ghasab, A., Heydari, M., & Arab, M. (2025). Foresight for internationalization of medical sciences universities in Iran in the 2040 horizon. *Springer Nature Social Sciences*, 9, 45-67.
- Knight, J. (2021). Internationalization remodeled: Definition, approaches, and rationales. *International Higher Education Review*, 102, 7-12.
- de Wit, H., & Altbach, P. G. (2021). Internationalization in higher education: Global trends and recommendations. *Journal of Studies in International Education*, 25(4), 321-338.
- Hudzik, J. K. (2022). *Comprehensive internationalization: Institutional pathways to success* (2nd ed.). Routledge.
- Leask, B. (2021). *Internationalization of the curriculum* (3rd ed.). Routledge.
- Deardorff, D. K. (2022). *Manual for developing intercultural competencies*. UNESCO Publishing.

- Brandenburg, U., & de Wit, H. (2023). The future of internationalization at home. *European Journal of Higher Education*, 13(1), 55–73.
- Wijnen-Meijer, M. (2023). Implications of internationalisation of medical education. *BMC Medical Education*, 23, 410.
- Ahmadzadeh Ghasab, A., Arab, M., Mosadeghrad, A. M., & Kordi, R. (2022). Indicators for internationalization of medical universities: A scoping review. *Medical Journal of the Islamic Republic of Iran*, 36, 89–105.
- Bashzar, S., et al. (2023). Requirements, criteria, challenges and solutions for the internationalization of medical education in Iran. *Iranian Journal of Medical Education*, 22(4), 233–250.
- Ahmadzadeh Ghasab, A., Heydari, M., & Arab, M. (2025). Foresight for internationalization of medical sciences universities in Iran in the 2040 horizon. *Springer Proceedings in Education*, 12, 101–123.