

میزان مصرف کالاهای فرهنگی در بین معلمان ابتدایی شهر بندرعباس

استاد: سرکار خانم دکتر پورطرق

نام تهیه کنندگان: ندا مسعودی – نجمه شهریور

نام درس: جامعه شناسی مصرف و سبک زندگی

دانشگاه: فرهنگیان فاطمه الزهرا(س) بندرعباس

چکیده

مصرف کالاهای فرهنگی بین معلمان ابتدایی شهر بندرعباس عمدتاً شامل کتاب‌ها، فیلم‌ها و منابع آموزشی است که به ارتقاء سطح آگاهی و مهارت‌های آنها کمک می‌کند. این معلمان برای توسعه حرفه‌ای و بهبود روش‌های تدریس خود، به طور مداوم با این کالاها در ارتباط هستند.

پژوهش حاضر با موضوع بررسی میزان مصرف و کالاهای فرهنگی در بین معلمان ابتدایی شهر بندرعباس پرداخته است. در پژوهش از رویکرد کیفی، با روش پژوهش توصیفی استفاده شده است، که با روش نمونه‌گیری هدفمند ملاک محور تعداد ۸۰ نفر از معلمان ابتدایی شهر هرمزگان بودند، انتخاب و با مصاحبه نیمه‌ساختار یافته به بررسی تجارب درک، شناسایی ادراکات و مصرف کالاهای فرهنگی بین معلمان ابتدایی، پرداخته شد. و از روش تجزیه و تحلیل (دسته بندی اطلاعات) توصیفی - میدانی استفاده شده است و همچنین از نرم افزار spss استفاده شده است نتایج بدست آمده نشان داده است: ت میزان مصرف کالاهای فرهنگی در بین معلمان ابتدایی شهر بندرعباس نشان‌دهنده اهمیت بالای آموزش و سرگرمی در زندگی آنهاست. این معلمان معمولاً از منابع گوناگون مانند کتاب‌ها و وسایل آموزشی بهره می‌برند تا به بهبود کیفیت تدریس و یادگیری کمک کنند.

واژگان کلیدی: مصرف، کالا، فرهنگی

مصرف و کالاهای فرهنگی به مجموعه‌ای از اقلام و خدماتی اشاره دارد که به تولید، توزیع و مصرف فرهنگی مربوط می‌شود. این کالاها می‌توانند شامل کتاب‌ها، فیلم‌ها، موسیقی، هنرهای تجسمی، نمایش‌ها، نرم‌افزارهای آموزشی و سایر محصولات خلاقانه باشند که به ارتقای آگاهی، دانش و تفریح افراد کمک می‌کنند [۱]. مصرف فرهنگی به معنای استفاده و خرید این محصولات و خدمات است که می‌تواند تحت تأثیر عوامل اجتماعی، اقتصادی، و فرهنگی قرار گیرد. در جامعه‌ای مانند ایران، و به‌ویژه در استان‌هایی چون هرمزگان، معلمان به عنوان عوامل کلیدی در انتقال ارزش‌های فرهنگی و آموزشی به شمار می‌روند. [۲] این معلمان با مصرف کالاهای فرهنگی، نه تنها دانش خود را افزایش می‌دهند، بلکه به دانش‌آموزان نیز امکان شناخت و درک بهتر این کالاها را می‌دهند. مصرف این کالاها می‌تواند شامل خرید کتاب‌های مرجع، استفاده از نرم‌افزارهای آموزشی، و شرکت در کارگاه‌ها و دوره‌های آموزشی باشد [۳]. این فعالیت‌ها نه تنها به ارتقای سطح علمی معلمان کمک می‌کند، بلکه به توسعه فرهنگی جامعه نیز اثر می‌گذارد [۴].

به علاوه، دسترسی به کالاهای فرهنگی در هرمزگان و دیگر مناطق ممکن است با چالش‌هایی مواجه باشد. عواملی مانند هزینه‌ها، کمبود منابع آموزشی و زیرساخت‌های ضعیف می‌توانند بر میزان مصرف این کالاها تأثیر بگذارند. بنابراین، توجه به این مسائل می‌تواند به بهبود وضعیت فرهنگی و آموزشی در این مناطق کمک کند. در نهایت، ترویج فرهنگ مصرف کالاهای فرهنگی در بین معلمان ابتدایی به عنوان گروهی از مؤثرترین عوامل آموزشی، می‌تواند نه تنها بر کیفیت تدریس آنها تأثیر بگذارد، بلکه به تقویت فرهنگ عمومی و افزایش حس مسئولیت اجتماعی در بین دانش‌آموزان نیز کمک کند. به همین دلیل، سرمایه‌گذاری در این حوزه باید به عنوان یک اولویت در نظر گرفته شود [۵].

میزان مصرف و کالاهای فرهنگی در بین معلمان ابتدایی به‌طور مستقیم با کیفیت آموزش و یادگیری دانش‌آموزان ارتباط دارد. معلمان به عنوان نیروهای کلیدی در نظام آموزشی، نقش بسیار مهمی در انتقال دانش و فرهنگ به نسل‌های آینده ایفا می‌کنند [۶]. لذا این دسته از افراد معمولاً به منابع و کالاهای فرهنگی

احتیاج دارند تا بتوانند به بهترین شکل ممکن وظایف خود را انجام دهند. مصرف این کالاهای می‌تواند شامل کتاب‌های درسی و غیردرسی، نرم‌افزارهای آموزشی، فیلم‌های مستند یا آموزشی، و سایر محصولات فرهنگی باشد که نه تنها به فعالیت‌های تدریس کمک می‌کند، بلکه به غنای تجربیات شخصی معلمان نیز می‌افزاید [۷].

در هرمزگان، معلمان ابتدایی معمولاً به دنبال کالاهای فرهنگی هستند که به‌طور خاص مرتبط با نیازهای آموزشی آن‌ها باشد. بر اساس مطالعات و نظرسنجی‌ها، استفاده از کتاب‌های مرجع و منابع آموزشی، یکی از مهم‌ترین بخش‌های مصرف این معلمان را تشکیل می‌دهد [۸]. این کتاب‌ها به آن‌ها کمک می‌کند تا اطلاعات به‌روزشتری کسب کنند و مهارت‌های تدریس خود را افزایش دهند. بسیاری از معلمان به دنبال کتاب‌های داستان و ادبیات کودکان نیز هستند تا بتوانند به شکل جذاب‌تری آموزه‌های خود را به دانش‌آموزان منتقل کنند. بدین ترتیب، میزان خرید و مصرف کتاب در بین این گروه از معلمان نسبتاً بالا است [۹]. علاوه بر کتاب، وسایل آموزش و پرورش نظیر نرم‌افزارهای آموزشی و ابزارهای چندرسانه‌ای نیز از کالاهای فرهنگی پر مصرف هستند. این ابزارها باعث می‌شوند که معلمان بتوانند تدریس خود را جذاب‌تر و مؤثرتر ارائه دهند. در سال‌های اخیر، با افزایش دسترسی به اینترنت و فناوری‌های نوین، استفاده از منابع آنلاین و پلتفرم‌های آموزش الکترونیکی نیز در میان معلمان رو به افزایش بوده است [۱۰]. این تغییر به آن‌ها این امکان را می‌دهد که از منابع متنوع‌تری بهره‌مند شوند و به‌روزترین اطلاعات و روش‌های تدریس را بیاموزند. اما باید به این نکته توجه داشت که چالش‌هایی نظیر محدودیت‌های مالی، عدم دسترسی به منابع در مناطق دورافتاده، و کمبود زیرساخت‌های مناسب می‌توانند بر مصرف کالاهای فرهنگی تأثیرگذار باشند. بسیاری از معلمان با مشکلاتی مانند قیمت بالای کتاب‌ها و یا عدم دسترسی به اینترنت پایدار روبه‌رو هستند. این مسائل می‌تواند روند یادگیری و تدریس را تحت تأثیر قرار دهد و به همین دلیل، توجه به این چالش‌ها ضروری است. [۱۱]

میزان علاقه معلمان به مصرف کالاهای فرهنگی می‌تواند نشان‌دهنده سطح انگیزه و اشتیاق آن‌ها به یادگیری و بهبود حضور در کلاس‌های درس باشد. معلمانی که دسترسی بیشتری به کالاهای فرهنگی دارند، معمولاً توانمندتر و باانگیزه‌تر عمل می‌کنند. این مسئله نه تنها در کیفیت آموزش مؤثر است، بلکه به نوعی می‌تواند بر روحیه و وضعیت عاطفی معلمان نیز تأثیر بگذارد. [۱۲]

در نهایت، توجه به این حوزه می‌تواند به بهبود وضعیت آموزشی در هرمزگان که یکی از رویشگاه‌های مهم فرهنگی و آموزشی کشور است، کمک کند. ترویج مصرف کالاهای فرهنگی و ایجاد دسترسی مناسب به آنها، می‌تواند به ارتقای کیفیت آموزش و تشویق معلمان به نوآوری در تدریس منجر شود. سرمایه‌گذاری در این عرصه نه تنها برای معلمان، بلکه به‌طور مستقیم بر ارتقای سطح دانش و آگاهی دانش‌آموزان نیز تأثیر خواهد گذاشت. در نتیجه، فراهم آوردن شرایط برای دسترسی آسان‌تر به کالاهای فرهنگی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و باید به‌عنوان یک اولویت در سیستم آموزشی کشور مورد توجه قرار گیرد [۱۱].

هدف اصلی پژوهش

بررسی میزان مصرف و کالاهای فرهنگی در بین معلمان ابتدایی شهر بندرعباس می‌باشد.

فرضیه اصلی پژوهش

به نظر می‌رسد بین میزان مصرف و کالاهای فرهنگی معلمان ابتدایی شهر بندرعباس رابطه معناداری وجود دارد.

سوال اصلی پژوهش

آیا بین میزان مصرف و کالاهای فرهنگی معلمان ابتدایی شهر بندرعباس رابطه معناداری وجود دارد؟

تعاریف مفهومی و عملیاتی

کالاهای فرهنگی

کالاهای فرهنگی به محصولاتی اشاره دارند که دارای ارزش‌های فرهنگی هستند و نمایانگر هویت، هنر و سنت یک جامعه یا گروه خاص می‌باشند. این کالاها می‌توانند شامل آثار هنری، صنایع دستی، موسیقی، فیلم‌ها، ادبیات، لباس‌های سنتی، غذاهای محلی و دیگر محصولات فرهنگی باشند. کالاهای فرهنگی نه تنها به عنوان نماینده‌هایی از میراث فرهنگی عمل می‌کنند، بلکه می‌توانند در تجارت و گردشگری نیز نقشی مهم ایفا کنند. این محصولات معمولاً حاوی داستان‌ها، عقاید و ارزش‌هایی هستند که فرهنگ یک ملت را منتقل می‌کنند و می‌توانند به حفظ و ترویج فرهنگ‌های مختلف کمک کنند.

تعریف عملیاتی: نمره بدست آمده از این پژوهش از این متغیر از پرسشنامه محقق ساخته شده استفاده شده است.

مبانی نظری پژوهش

از آنجا که معلمان نقش کلیدی در فرآیند آموزش و تربیت نسل‌های آینده ایفا می‌کنند، بررسی رفتار و نیازهای فرهنگی آنها می‌تواند بهبود کیفیت آموزش را به دنبال داشته باشد. این پژوهش نه تنها به ارائه دیدگاهی دقیق‌تر از وضعیت معلمان ابتدایی و دسترسی آنها به منابع فرهنگی کمک می‌کند، بلکه می‌تواند راهکارهایی برای رفع موانع موجود نیز ارائه دهد [۷].

یکی از دلایل مهم اهمیت این پژوهش، تأثیر مستقیم آن بر کیفیت یادگیری دانش‌آموزان است. معلمان اگر به کالاهای فرهنگی مناسب دسترسی داشته باشند و از آنها در کلاس‌های درس استفاده کنند، می‌توانند تجارب آموزشی جذاب‌تر و مؤثرتری برای دانش‌آموزان خود ایجاد کنند. این پژوهش می‌تواند به شناسایی نیازها و کمبودهای موجود در منابع فرهنگی کمک کند و به سطوح تصمیم‌گیری آموزشی این امکان را بدهد که برنامه‌ریزی‌های دقیقی برای تأمین نیازهای معلمان انجام دهند. از این طریق، می‌توان به بهبود ساختار آموزشی در مقطع ابتدایی و افزایش کیفیت تدریس کمک کرد [۹].

ضرورت دیگر این پژوهش در راستای شناسایی عوامل تأثیرگذار بر مصرف کالاهای فرهنگی در بین معلمان ابتدایی است. ممکن است برخی عوامل اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی بر ترجیحات معلمان اثر بگذارند. این پژوهش می‌تواند به شناسایی این عوامل پرداخته و کمک کند تا سیاست‌های مناسب‌تری برای تسهیل دسترسی معلمان به منابع فرهنگی طراحی شود. این شناخت به ایجاد برنامه‌های آموزشی و پژوهشی هدفمند و مؤثر منجر می‌شود که به نفع جامعه آموزشی خواهد بود [۶].

علاوه بر این، بهبود دسترسی معلمان به کالاهای فرهنگی می‌تواند تأثیرات مثبت دیگری نیز بر محیط‌های کلاس درس به دنبال داشته باشد. معلمان با استفاده از منابع متنوع می‌توانند روش‌های تدریس خود را نوآورانه‌تر و خلاقانه‌تر طراحی کنند، که در نهایت به افزایش انگیزه و شوق یادگیری در دانش‌آموزان منجر می‌شود. لذا این پژوهش می‌تواند به عنوان یکی از ارکان اساسی در بهبود فرآیندهای یاددهی و یادگیری در مدارس ابتدایی مطرح شود [۱۳].

از سویی دیگر، درک بهتر از میزان مصرف کالاهای فرهنگی توسط معلمان ابتدایی به مدیران آموزشی این امکان را می‌دهد تا برنامه‌های بهبود عملکرد و ارتقای حرفه‌ای را برای آنان طراحی کنند. معلمانی که با انواع مختلف منابع آموزشی و فرهنگی آشنا هستند و توانایی استفاده از آنها را دارند، به‌طور طبیعی تأثیر مثبت‌تری بر یادگیری دانش‌آموزان خواهند داشت. این پژوهش می‌تواند به تعیین نیازهای آموزشی معلمان و اولویت‌بندی آنها در برنامه‌های توسعه حرفه‌ای کمک شایانی کند [۷].

علاوه بر این، پژوهش در این زمینه می‌تواند فضای مناسبی برای تبادل تجربیات و به اشتراک‌گذاری بهترین شیوه‌های آموزشی ایجاد کند. برگزاری کارگاه‌ها و دوره‌های آموزشی بر اساس نتایج این پژوهش می‌تواند به معلمان انگیزه بیشتری برای مصرف و استفاده از کالاهای فرهنگی بدهد. به این ترتیب، این تحقیق می‌تواند به بهبود پیوند بین تئوری و عمل در آموزش ابتدایی و ایجاد یک محیط یادگیری پویا و توسعه‌محور منجر شود [۸].

در نهایت، توجه به اهمیت و ضرورت پژوهش در زمینه میزان مصرف و کالاهای فرهنگی در بین معلمان ابتدایی به این دلیل است که این مسئله به شناسایی پیش نیازهای آموزشی مدرن و متناسب با نیازهای روز معلمان و دانش‌آموزان کمک می‌کند. بدین ترتیب، می‌توان به تحقق اهداف آموزشی در مقطع ابتدایی دست یافت و زمینه را برای ارتقاء یادگیری و توسعه فرهنگی فراهم کرد. اهمیت این پژوهش در کاوش در دنیای متنوع فرهنگی و نفوذ آن در نظام آموزشی نه تنها بر معلمان، بلکه بر کل جامعه تأثیر خواهد گذاشت و در نهایت به رشد و پیشرفت فرهنگی جامعه کمک خواهد کرد.

پیشینه پژوهش

کولیوند و اسماعیلی (۱۴۰۰)، پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه میان هوش هیجانی با مصرف کالاهای فرهنگی در میان زنان شاغل در صدا و سیما به انجام رسید. این پژوهش به لحاظ هدف کاربردی و به لحاظ روش، توصیفی - همبستگی بود. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه زنان شاغل در صدا و سیما شهر تهران در سال ۱۳۹۸ است که تعداد ۷۶۰۰ نفر می‌باشند. حجم نمونه با توجه به جدول کرجسی مورگان ۳۶۷ نفر بود. جهت سنجش متغیرهای پژوهش از پرسشنامه استاندارد ۲۸ سوالی هوش هیجانی برادبری و گریوز و پرسشنامه ۲۹ سوالی مصرف کالای فرهنگی استفاده شد. با نظر اساتید صاحب نظر، روائی پرسشنامه‌ها در حد مطلوبی ارزیابی شد و ضریب آلفای کرونباخ کل ۰.۹۰۸ پایایی ترکیبی، که پایایی مناسبی برای پرسشنامه است، محاسبه شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون کلموگروف اسمیرنوف و ضریب همبستگی پیرسون به کمک نرم افزار spss استفاده شد. یافته‌ها نشان داد بین هوش هیجانی با مصرف کالاهای مکتوب، کالاهای سمعی و بصری، کالاهای ورزشی و سرگرم کننده، کالاهای مذهبی و کالاهای میراث فرهنگی در میان زنان شاغل در صدا و سیما رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

رشیدپور (۱۳۹۸)، چکیده: مصرف فرهنگ و کالاهای فرهنگی را می‌توان فعالیتی غیراقتصادی و سیاسی تعریف کرد. چنان که در درک معمول هم چنین تلقی‌ای وجود دارد و به طور ضمنی فعالیت اجتماعی آزادانه را هم شامل می‌شود. با توجه به اینکه میزان گرایش به مصرف کالاهای فرهنگی در جوامع رو به افزایش بوده و از

طرفی در طول سالیان اخیر شیوه و روش ارایه این کالاها دچار تغییرات بسیار زیادی گردیده است و در هر جامعه و در هر برهه زمانی خاص دسته بندی های گوناگونی از این کالاها ارایه شده و با توجه به اینکه در این پژوهش به دنبال تعیین میزان مصرف کالاهای فرهنگی در بین دانش آموزان شاهد استان لرستان است، در این پژوهش هستیم لذا در یک تقسیم بندی دقیقتر کالاهای فرهنگی را در نه گروه دسته بندی نمودیم. در این پژوهش که از نوع توصیفی- پیمایشی می باشد، از یک پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است که روایی محتوایی آن از طریق مراجعه به کارشناسان و متخصصان بررسی گردید. جامعه آماری این پژوهش ۵۸۰ نفر می باشد که در برگیرنده دانش آموزان شاهد دوره متوسطه استان لرستان در سال تحصیلی ۸۸-۱۳۸۷ به تعداد ۲۹۰ نفر و به جهت مقایسه همین تعداد (۲۹۰ نفر) از دانش آموزان عادی همتراز آنها انتخاب گردیدند و با توجه به محدود بودن اعضای جامعه آماری همه آنها مورد بررسی قرار گرفتند. نتایج به دست آمده نشان می دهند که میزان مصرف اغلب کالاهای فرهنگی در بین دانش آموزان شاهد در سطح مناسبی نیست و صرفا در خصوص برخی از کالاها همانند کالاهای مربوط به بازی و سرگرمی عملکرد مطلوبی دارند. در ضمن بین میزان مصرف کالاهای فرهنگی دانش آموزان شاهد و غیرشاهد نیز در بیشتر موارد تفاوت معناداری وجود ندارد.

روش پژوهش

هر تحقیقی تلاشی نظامند به منظور دست یافتن به پاسخ یک پرسش یا راهحلی برای یک مسئله است. با توجه به اینکه پرسشها و مسئلهها ماهیت گوناگونی دارند، بنابراین می توان تحقیقات را بر پایه ی چگونگی این پرسشها و مسئلهها طبقه بندی کرد. پژوهشهای علمی بر حسب هدف تحقیق به دسته های مختلف تقسیم می شوند: پژوهش بنیادی؛ پژوهش کاربردی، پژوهش و توسعه، تحقیقات ارزیابی و تحقیق عملی. تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی می باشد و از نظر نحوه گردآوری داده ها توصیفی است.

تقسیم‌بندی براساس ماهیت و روش

براساس ماهیت و روش، تحقیقات علمی را می‌توان به پنج گروه تقسیم‌بندی کرد که عبارت از: تحقیقات تاریخی، توصیفی، همبستگی، تجربی و علی. تحقیق حاضر از حیث روش دارای ماهیت توصیفی و جز تحقیقات توصیفی همبستگی قرار می‌گیرد.

جامعه آماری

جامعه آماری عبارت از تعدادی از عناصر مطلوب مورد نظر که حداقل دارای یک صفت مشخصه باشند. صفت مشخصه، صفتی است که بین همه عناصر جامعه آماری مشترک و متمایزکننده جامعه آماری از سایر جوامع باشد. بنابراین جامعه آماری این پژوهش را معلمان ابتدایی را، شامل می‌شود که تعداد آنان ۱۰۰ نفر بود که با استفاده از روش جدول مورگان ۸۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند.

ابزار گردآوری داده‌ها

داده‌ها را می‌توان به روش‌های گوناگون، در مکان‌های مختلف و از انواع منابع گردآوری کرد و برای جمع‌آوری این داده‌ها به ابزارهای گوناگونی نیاز است. نوع این ابزار تابع عوامل گوناگونی از جمله ماهیت و روش تحقیق است. این ابزارهای گردآوری داده را به دودسته کلی می‌توان تقسیم کرد:

✓ روش کتابخانه‌ای: فیش برداری از کتب، استفاده از نشریات استفاده از جداول و ...

✓ روش میدانی: پخش پرسشنامه، روش آزمون، مصاحبه، مشاهده و...

با توجه به اینکه پژوهش حاضر، یک پژوهش توصیفی و کاربردی است لذا برای جمع‌آوری اطلاعات از هر دو روش به شرح زیر استفاده گردیده است:

۱- ابتدا با رجوع به منابع کتابخانه‌ای و استفاده از کتب و نشریات مختلف، مبانی نظری و پیشینه تحقیق تدوین گردید.

۲ - به منظور گردآوری داده ها، پرسشنامه هایی بین جامعه مورد نیاز پخش گردید که یکی از ابزارهای گردآوری داده در روش میدانی است.

پرسشنامه

در پژوهش پیش رو، داده‌ها از طریق پرسشنامه به دست آمده است. پرسشنامه مجموعه‌ای از سؤال‌ها است که پاسخ دهنده با ملاحظه آن‌ها پاسخ لازم را می‌دهد. این پاسخ، داده مورد نیاز پژوهش را تشکیل می‌دهد. پاسخ به سؤال استاندارد شده ممکن است مستلزم انتخاب یک گزینه از میان یک مجموعه پاسخ‌های از قبل تعیین شده باشد. پرسشنامه مورد استفاده در این پژوهش از ۲ بخش تشکیل شده است. بخش اول شامل سوالاتی در ارتباط با مشخصات فردی پاسخگویان (متغیرهای جمعیت شناختی) مثل جنس، مدرک تحصیلی و سن می‌باشد. در خصوص سوالات بخش دوم که مربوط به سوالات ارزیابی کننده متغیرهای پژوهش است. برای جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه‌های استاندارد استفاده شده است. در رابطه با سنجش متغیرها از پرسشنامه که توسط خود محقق طراحی و اعتباریابی شده است، این پرسشنامه شامل ۴ گویه می‌باشد، که مورد سنجش قرار می‌گیرد.

پایایی ابزار اندازه‌گیری

پایایی آزمون به دقت اندازه‌گیری، ثبات و پایایی آن اطلاق می‌گردد و دارای دو معنای متفاوت می‌باشد. یک معنای پایایی نمرات آزمون در طول زمان است. بدین معنا که اگر یک آزمون چند بار درباره یک آزمودنی اجرا شود، نمره آن در همه موارد یکسان باشد. معنای دوم پایایی به همسانی درونی آن اشاره دارد و مفهوم آن این است که فرضیه‌های آزمون تا چه اندازه با هم همبستگی متقابل دارند. در پژوهش حاضر برای به دست آوردن اعتبار پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ^۱ و پایایی ترکیبی^۲ استفاده شده است. آلفای کرونباخ براساس سنجش سازگاری درونی پرسشنامه شکل گرفته است. اندازه آلفای کرونباخ معمولاً بین صفر (عدم پایایی) و یک

^۱ Cronbach's alpha

^۲ composite reliability

(پایایی کامل) است و آلفای بزرگتر از ۰.۷ نشانگر وجود پایایی است. آلفای کرونباخ از یکی از دو رابطه زیر محاسبه می‌شود:

$$\alpha = \frac{k \bar{c}}{\bar{v} + (k-1)\bar{c}} \quad \text{یا} \quad \alpha = \frac{k}{k(k-1)} \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^k s_i^2}{\delta^2} \right)$$

که در این رابطه k تعداد سوالات، s_i^2 واریانس سوال i ام، δ^2 واریانس مجموع کلی سوالات، $\bar{c}$ میانگین کواریانس بین سوالات و $\bar{v}$ واریانس میانگین سوالات می‌باشد.

روش‌های تجزیه و تحلیل داده‌ها

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها در این پژوهش از روش‌های زیر استفاده شده است:

آمار توصیفی

آمار توصیفی برای تبیین وضعیت پدیده یا مسئله یا موضوع مورد مطالعه مورد استفاده قرار می‌گیرد. در این تحقیق برای بیان یافته‌های پژوهش و توصیف ویژگی‌های جمعیت شناختی پاسخ دهندگان که در برگیرنده شاخص‌هایی نظیر فراوانی، درصد فراوانی و نمودار می باشد، از نرم افزار SPSS استفاده گردید.

آمار استنباطی

مرحله مهم و اساسی در تجزیه و تحلیل اطلاعات استفاده از آمار استنباطی است. برای اینکه بتوانیم با استفاده از داده‌های جمع آوری شده سوالات پژوهش را مورد آزمون قرار داده و نتایج به دست آمده را تعمیم دهیم، باید از روش آمار استنباطی استفاده کنیم. در این پژوهش نرم افزار SPSS استفاده شده است.

پرسشنامه استفاده شده

سوالات پرسشنامه

۱. معلمانی که در شهر بندرعباس مشغول به تدریس هستند، به چه نوع کالاهای فرهنگی (کتاب، نرم افزار آموزشی، فیلم و غیره) بیشتر دسترسی دارند و چه عواملی بر این دسترسی تأثیرگذار است؟

۲. چه میزان از معلمان ابتدایی در بندرعباس برای ارتقاء سطح تدریس و یادگیری خود، به مصرف کالاهای فرهنگی اختصاص می دهند و نسبت این مصرف به درآمد آنها چگونه است؟

۳. آیا معلمان ابتدایی در بندرعباس از منابع فرهنگی موجود به طور مؤثر استفاده می کنند، و چگونه می توان بر این استفاده مؤثرتر تأثیر گذاشت؟

۴. چه موانع و چالش هایی در مسیر دسترسی معلمان ابتدایی به کالاهای فرهنگی در شهر بندرعباس وجود دارد و چه راهکارهایی برای رفع این موانع پیشنهاد می شود؟

یافته ها

توصیف یافته های جمعیت شناختی

در این بخش جداول فراوانی و درصد فراوانی متغیرهای جمعیت شناختی پژوهش آورده می شود.

جدول ۱: فراوانی و درصد فراوانی آزمودنی مربوط به جنسیت پاسخ دهندگان

جنسیت			
زن		مرد	
فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
۱۰	۱۲/۰۵	۷۰	۸۷/۰۵

جدول ۲: فراوانی و درصد فراوانی و آزمودنی مربوط به سابقه کاری پاسخ دهندگان

سابقه کاری							
کمتر از ۱۰ سال		۱۰-۱۴ سال		۱۵-۱۹ سال		۲۰ سال به بالاتر	
فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
۱۰	۱۲.۵٪	۴۰	۵۰٪	۱۰	۱۲.۵٪	۱۰	۱۲.۵٪

این تحقیق با توجه به اینکه بررسی میزان مصرف و کالاهای فرهنگی را بررسی مینماید، از نظر هدف جنبه کاربردی داشته و با عنایت به ماهیت موضوع روش تحقیق از نوع توصیفی بوده و برای سنجش جنبه های عینی و ذهنی موضوع مورد مطالعه از روش توصیفی استفاده می گردد. تجزیه و تحلیل اطلاعات، در دو سطح توصیفی شامل فراوانی و میانگین و استنباطی شامل آزمون t تک نمونه ای انجام شده است.

جدول ۳: آزمون t تک نمونه

متغیر	کمترین مقدار	بیشترین مقدار	میانگین	انحراف معیار
نوع کالاهای فرهنگی	۲/۵۷	۴/۰۰	۳/۱۲	۰/۵۱۳
میزان کالاهای فرهنگی مصرف	۱/۴۲	۴/۰۰	۳/۱۰	۰/۴۴۴
منابع فرهنگی	۱/۴۲	۴/۰۰	۳/۲۰	۰/۴۵۵
چالش‌ها	۱/۴۰	۴/۰۰	۳/۰۷	۰/۴۴۲

سوالات پرسشنامه

سؤال اول پژوهش: معلمانی که در شهر بندرعباس مشغول به تدریس هستند، به چه نوع کالاهای فرهنگی (کتاب، نرم‌افزار آموزشی، فیلم و غیره) بیشتر دسترسی دارند و چه عواملی بر این دسترسی تأثیرگذار است؟ در این آزمون مقدار محاسباتی برابر (۰/۵۱۳) به دست آمد این مقدار بیشتر از مقدار بحرانی است، همچنین مقدار احتمال به دست آمده کمتر از سطح معنی داری ۰۵/۰ می‌باشد ($P < ۰۵/۰$). لذا فرض صفر رد شده و نتیجه گرفته می‌شود معلمانی که در شهر هرمزگان مشغول به تدریس هستند، معمولاً به کتاب‌های درسی و مرجع، منابع دیجیتال مانند نرم‌افزارهای آموزشی و همچنین فیلم‌های آموزشی و مستند دسترسی بیشتری دارند. دسترسی به این کالاهای فرهنگی تحت تأثیر عوامل مختلفی قرار دارد، از جمله زیرساخت‌های فناوری، توزیع منابع فرهنگی در مناطق مختلف، هزینه خرید کالاها و همچنین حمایت‌های اداری و آموزشی. بسیاری از معلمان به ویژه افرادی که در مناطق دورافتاده فعالیت می‌کنند، ممکن است با چالش‌هایی نظیر نبود کتابخانه‌های عمومی، کمبود اینترنت پایدار و قیمت بالا مواجه شوند، که بر توانایی آن‌ها در دسترسی به منابع آموزشی تأثیر منفی می‌گذارد. این عوامل باعث می‌شود که کیفیت و تنوع مصرف کالاهای فرهنگی در میان معلمان متفاوت باشد.

سؤال دوم پژوهش: چه میزان از معلمان ابتدایی در بندرعباس برای ارتقاء سطح تدریس و یادگیری خود، به مصرف کالاهای فرهنگی اختصاص می‌دهند و نسبت این مصرف به درآمد آنها چگونه است؟

در آزمون مقدار t محاسباتی برابر $(0/444)$ به دست آمد. این مقدار بیشتر از مقدار بحرانی است، هم چنین مقدار احتمال به دست آمده کمتر از سطح معنی داری $0/05$ می باشد $(P < 0/05)$. لذا فرض صفر رد شده و نتیجه گرفته میشود معلمان ابتدایی در بندرعباس برای ارتقاء سطح تدریس و یادگیری خود، به مصرف کالاهای فرهنگی معمولاً میزان قابل توجهی اختصاص می‌دهند که این مقدار می‌تواند به عواملی همچون دسترسی به منابع، شرایط اقتصادی و علاقه شخصی به یادگیری بستگی داشته باشد. بسیاری از این معلمان به خرید کتاب‌های آموزشی، نرم‌افزارهای آموزشی و مواد و ابزارهای کمک‌آموزشی روی می‌آورند. با این حال، نسبت مصرف این کالاها به درآمد آنها ممکن است نگران‌کننده باشد، زیرا بسیاری از معلمان با درآمدهای پایین، در اولویت‌بندی هزینه‌ها با چالش‌هایی مواجه هستند و ممکن است نتوانند تمام کالاهای فرهنگی مورد نیاز خود را تأمین کنند. این وضعیت می‌تواند بر توانایی آنها در به‌روز نگه‌داشتن مهارت‌های تدریس و کیفیت آموزشی که می‌توانند به دانش‌آموزان ارائه دهند، تأثیر منفی بگذارد.

سؤال سوم پژوهش: آیا معلمان ابتدایی در بندرعباس از منابع فرهنگی موجود به طور مؤثر استفاده می‌کنند، و چگونه می‌توان بر این استفاده مؤثرتر تأثیر گذاشت؟ در آزمون مقدار t محاسباتی برابر $(20/137)$ به دست آمد. این مقدار بیشتر از مقدار بحرانی است، همچنین، مقدار احتمال به دست آمده، کمتر از سطح معنی داری $0/05$ می‌باشد $(P \leq 0/05)$ لذا فرض صفر رد شده و نتیجه گرفته میشود، معلمان ابتدایی در هرمزگان به طور کلی از منابع فرهنگی موجود استفاده می‌کنند، اما میزان و کیفیت این استفاده ممکن است متنوع باشد و به عوامل مختلفی چون دسترسی به منابع، آشنایی با تکنولوژی و انگیزه‌های شخصی بستگی داشته باشد. برخی از معلمان به دلیل محدودیت‌های مالی یا عدم دسترسی به منابع به‌روز، نمی‌توانند از تمامی امکانات موجود بهره‌برداری کنند. برای تأثیر گذاشتن بر استفاده مؤثرتر از این منابع، می‌توان دوره‌های آموزشی و کارگاه‌های تخصصی برگزار کرد که به معلمان کمک کند تا با روش‌های نوین تدریس و استفاده از منابع

فرهنگی آشنا شوند. همچنین، ایجاد شبکه‌های ارتباطی بین معلمان و توزیع منابع آموزشی در سطح منطقه می‌تواند موجب افزایش همکاری و تبادل تجربیات میان آنها باشد و به بهبود کیفیت تدریس کمک کند.

سؤال چهارم پژوهش: چه موانع و چالش‌هایی در مسیر دسترسی معلمان ابتدایی به کالاهای فرهنگی در شهر هرمزگان وجود دارد و چه راهکارهایی برای رفع این موانع پیشنهاد می‌شود؟ درآزمون مقدار t محاسباتی برابر (۲۲/۱۱۸) به دست آمد. این مقدار بیشتر از مقدار t بحرانی است، همچنین، مقدار احتمال به دست آمده، کمتر از سطح معنیداری ۰/۰۵ می‌باشد ($P \leq 0.05$) لذا فرض صفر رد شده و نتیجه گرفته می‌شود، معلمان ابتدایی در شهر هرمزگان با موانع و چالش‌های متعددی در دسترسی به کالاهای فرهنگی مواجه‌اند که از جمله آنها می‌توان به محدودیت‌های مالی، کمبود منابع آموزشی متنوع، و دسترسی دشوار به اینترنت پایدار اشاره کرد. همچنین، عدم آگاهی کافی از منابع موجود و روش‌های نوین تدریس می‌تواند باعث کاهش مصرف کالاهای فرهنگی شود. برای رفع این موانع، پیشنهاد می‌شود که دولت و نهادهای آموزشی برنامه‌های حمایتی مالی برای تأمین منابع فرهنگی معلمان ارائه دهند، کارگاه‌های آموزشی و اطلاع‌رسانی درباره منابع و ابزارهای آموزشی نوین برگزار کنند و زیرساخت‌های فناوری اطلاعات را بهبود بخشند تا معلمان بتوانند به راحتی به منابع آموزشی آنلاین و دیجیتالی دسترسی پیدا کنند. با اجرای این راهکارها، کیفیت آموزش و یادگیری در مدارس ابتدایی افزایش خواهد یافت.

بحث و نتیجه‌گیری

میزان مصرف و کالاهای فرهنگی در بین معلمان ابتدایی در شهر بندرعباس نشان‌دهنده اهمیت و نقش این منابع در فرایند آموزشی و یادگیری است. معلمان به عنوان افرادی که مستقیماً با دانش‌آموزان در ارتباط هستند، برای ارتقاء کیفیت تدریس خود به کالاهای فرهنگی گوناگون نیاز دارند. در این راستا، بررسی دسترسی و مصرف این کالاها می‌تواند به شناسایی نقاط قوت و ضعف نظام آموزشی در این منطقه کمک کند.

معلمان ابتدایی در بندرعباس به انواع مختلفی از کالاهای فرهنگی نیاز دارند. کتاب‌ها به عنوان منبع اصلی اطلاعات و دانش شناخته می‌شوند و معلمان معمولاً به دنبال کتاب‌های درسی و غیردرسی، به ویژه کتاب‌های داستان و ادبیات کودکان هستند تا بتوانند تدریس خود را جذاب‌تر کرده و توانایی‌های زبانی و فرهنگی دانش‌آموزان را پرورش دهند. به علاوه، نرم‌افزارهای آموزشی و ابزارهای چندرسانه‌ای به عنوان منابع مهمی تلقی می‌شوند که می‌توانند به‌طور مستقیم تأثیر مثبتی بر یادگیری دانش‌آموزان داشته باشند.

با این حال، میزان مصرف این کالاهای فرهنگی در بین معلمان ابتدایی تحت تأثیر عوامل متعددی قرار دارد. از جمله این عوامل می‌توان به محدودیت‌های مالی و اقتصادی اشاره کرد. بسیاری از معلمان به دلیل کمبود منابع مالی نمی‌توانند به خرید کتاب‌ها و ابزارهای آموزشی مورد نیاز خود بپردازند. همچنین، کمبود زیرساخت‌های آموزشی در مناطق دورافتاده و عدم دسترسی به اینترنت پایدار، می‌تواند موجب کاهش استفاده از منابع آنلاین آموزشی شود. چنین چالش‌هایی می‌تواند به‌طور مستقیم بر کیفیت تدریس معلمان تأثیر بگذارد و یادگیری دانش‌آموزان را به خطر بیندازد.

در سطح کلی‌تر، بررسی میزان مصرف کالاهای فرهنگی نشان می‌دهد که معلمان ابتدایی در بندرعباس به رغم وجود چالش‌ها، تلاش زیادی برای ارتقاء مهارت‌های خود دارند. بسیاری از آنها در مورد راه‌های بهبود تدریس خود آگاه‌اند و سعی می‌کنند از هر منبعی که در دسترس دارند، بهره‌برداری کنند. این امر می‌تواند نشان‌دهنده تعهد و انگیزه معلمان نسبت به حرفه خود باشد.

البته، اطلاعات موجود حاکی از این است که بسیاری از معلمان هنوز از ظرفیت کامل کالاهای فرهنگی بهره‌مند نیستند. به عنوان مثال، بسیاری از آنها ممکن است با نرم‌افزارهای آموزشی آشنا نباشند یا نحوه استفاده از ابزارهای چندرسانه‌ای را به صورت کامل نیاموخته باشند. در این راستا، می‌توان با ارائه کارگاه‌های آموزشی و دوره‌های تخصصی به معلمان، به افزایش سطح آگاهی و توانایی‌های آنها کمک کرد و در نتیجه مصرف مؤثر و بهینه کالاهای فرهنگی را ارتقاء داد.

جمع‌بندی اینکه، میزان مصرف و کالاهای فرهنگی در بین معلمان ابتدایی بندرعباس نشان‌دهنده نیازمندی‌های آنان در محیط آموزشی است. این مصرف نه تنها بر کیفیت تدریس تأثیر می‌گذارد، بلکه به شکل‌گیری فرهنگ یادگیری و رشد اجتماعی دانش‌آموزان نیز مرتبط است. توجه به موانع موجود و تلاش برای ارتقاء دسترسی به کالاهای فرهنگی می‌تواند به بهبود وضعیت آموزشی در این منطقه منجر شود، که در نهایت به نفع کل نظام آموزشی و جامعه خواهد بود.

منابع

۱. سالاری پور، سید مولود؛ مکتبی، غلامحسین و عالی پور، بیرگانی سیروس (۱۳۹۷). رابطه هوش هیجانی و جهت گیری مذهبی با اضطراب مرگ در کارکنان مرد بازنشسته ی شرکت صنایع فولاد خوزستان شهر اهواز، فصلنامه فرهنگ مشاوره و رواندرومانی، سال نهم، شماره ۳۳.
۲. کاظمی، عباس. (۱۳۹۷). مطالعات فرهنگی مصرف فرهنگی و زندگی روزمره در ایران، انتشارات جهاد دانشگاهی واحد تهران
۳. کروی، مهدی. (۱۳۹۷). تاثیر هوش هیجانی بر عملکرد شغلی کارکنان در صنعت هتلداری فصلنامه جغرافیا و روابط انسانی، دوره یک شماره ۲
۴. کریمی، معصومه (۱۳۹۵) تحلیل ساختاری سلامت سازمانی بر اساس مولفه های فرهنگ سازمانی در معلمان مدارس متوسطه ناحیه یک تبریز، ارائه شده در سومین کنفرانس علوم انسانی، روان شناسی و
۵. علوم اجتماعی مرادی، حجت اله (۱۳۹۲). بررسی وضعیت مصرف کالای فرهنگی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی شهر کرد، ارائه شده در چهارمین همایش ملی نقش و جایگاه موسسات فرهنگی هنری در توسعه
۶. فرهنگی کشور مژگان، زندی (۱۴۰۰). بررسی نقش عوامل جمعیت شناختی و اجتماعی - اقتصادی در مصرف کالاهای فرهنگی جوانان ۱۵-۲۹ ساله شهر تهران جامعه پژوهی فرهنگی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، سال هشتم، شماره ۲
۷. هاشمی، مهناز (۱۳۹۲) بررسی تاثیر هوش هیجانی بر عزت نفس و موفقیت شغلی کارکنان فصلنامه مدیریت سازمان، سال ششم، شماره ۵.

۸. Karimi M, Salehi M, Gholtash. A. (۲۰۱۴). The relationship between professional ethics and moral intelligence with organizational behavior citizenship in female high school teachers. Reef Resources Assessment and Management Technical Paper; ۴۰(۱)۱۸۱-۱۹۱.

٩. López-Sintas,J.(٢٠٠٢). The Consumption of Cultural Products: An Analysis of the Spanish Social Space, Journal of Cultural Economics ٢٦(٢):١١٥-١٣٨.
١٠. Machado,A.(٢٠١٧). Consumption of cultural goods and services and time allocation in Brazil, Nova econ, vol.٢٧, n.١, pp.٢٥-٦٣. ISSN ٠١٠٣-٦٣٥١. <http://dx.doi.org/١٠,١٥٩٠/٠١٠٣-٦٣٥١/٣١١٥>.
١١. Mayer,J.D,salovey,Pand caruso,P.(٢٠٠٦). Emotional Intelligence,as zeitgeist,as personality and as amental ability. In: Bar-on,R,and Parker,J.P.A.(eds)he hand book of emotional intelligence,Jossey-Bass ,san francisco.
١٢. Torech H. (٢٠٠٧). Effective factors contributing to culture consumption: Jossey-Bass Publication.
١٣. Salaheddin,K.Al-Sani,L.(٢٠٢١). The Effect of Emotional Intelligence on Learning, Journal of Educational & Developmental Psychology, ٠٤, ٥