

سنجش نیازهای فرهنگی - اجتماعی

دختران دانش آموز شهر اصفهان*

رضا اسماعیلی**

کامران ربیعی***

چکیده

نیازهای فرهنگی - اجتماعی از جمله بارزترین نیازهای معنوی است که در حال حاضر، توجه دولت‌ها، سازمان‌ها و مؤسسات فرهنگی - اجتماعی را به خود جلب کرده است، به طوری که تلاش می‌کنند تا در قالب برنامه‌های مختلف، طیف وسیعی از این نیازها را پاسخ دهند. توفیق این سازمان‌ها در وهله نخست منوط به داشتن اطلاعات دقیق از نیازهای احساس شده و ابراز شده توسط مخاطبان می‌باشد. به همین جهت، انجام مطالعات مختلف جهت سنجش نیازهای اقشار مختلف مردم ضرورت پیدا می‌کند و نیازسنجی دختران نوجوان به عنوان یکی از اقشار آینده ساز نظام حائز اهمیت می‌گردد. این پژوهش با روش پیمایش و انتخاب نمونه ۵۰۲ نفری از دانش - آموزان دختر مقاطع راهنمایی و متوسطه شهر اصفهان به شناسایی و گروه‌بندی انواع نیازهای آنان و سطح‌بندی این نیازها پرداخته است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد نیازهای عاطفی - روانی در مرتبه اول، نیازهای اجتماعی در رتبه دوم، نیازهای اقتصادی در رتبه سوم و نیازهای فرهنگی در مرتبه چهارم قرار دارند. دختران نوجوان، شرکت در فعالیت‌های تفریحی (اردو و مسافرت) را به عنوان گزینه اول نیازهای فراغتی اعلام کرده‌اند. خانواده، مهم‌ترین گروه مرجع دختران می‌باشد و آنها تمایل دارند تا مورد توجه بیشتری از سوی خانواده‌ها قرار گیرند. به بیان دیگر برای آنان همدلی و برقراری روابط صمیمانه اولویت بیشتری نسبت به تزریق پول و تأمین امکانات دارد.

کلید واژه

نیازهای فرهنگی - اجتماعی، اوقات فراغت، دختران نوجوان، اصفهان، خانواده

*- تاریخ دریافت: ۱۳۸۷/۵/۳۰؛ تاریخ تصویب نهایی: ۱۳۸۷/۸/۱۵.

** عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی خوراسگان esmaili40@yahoo.com

*** دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه اصفهان rabiei_k@yahoo.com

۱) مقدمه و طرح مسأله

پی‌شرفست علم و فناوری، زندگی و سبک زیست جمعی مردم را تحت تأثیر قرار می‌دهد. با گسترش رسانه‌ها و فناوری اطلاعات، جوامع از حالت ساده به پیچیده تغیری ماهیت داده‌اند؛ مواردی همچون گسترش شهرنشینی و غلبه سبک زندگی شهری بر دو سبک روستایی و عشایری، افزایش نرخ سواد، تقاضای بیشتر برای تحصیلات دانشگاهی و شرکت بیشتر زنان در بازار کار از جمله تغیری‌رات اجتماعی ایران است؛ از سوی دیگر، افزایش رشد جمعیت و ارتقای ضریب ماندگاری جمعیت موجب شده است که سهم جمعیتی کودکان و نوجوانان نسبت به سایر اقشار سنی افزایش یابد.

افزایش تمایل خانواده‌ها جهت تحصیل دختران در مراکز آموزشی یکی از تغیری‌رات مثبت بعد از انقلاب اسلامی در زمینه آموزش و نظام تربیتی کشور است. شتاب روند یاد شده به گونه‌ای بوده که در حال حاضر، بیشترین سهم ورود به دانشگاه‌ها متعلق به دختران می‌باشد. با افزایش سهم جمعیت دانش‌آموزان دختر و تغیری‌رات ایجاد شده در زمینه گذران اوقات فراغت، نوع و سطح انتظارات این قشر در ابعاد فرهنگی، اجتماعی و آموزشی تغیری‌رات یافته است. بهبود وضع معیشتی خانواده‌ها، کاهش سهم کودکان و نوجوانان در بازار کار رسمی و غیر رسمی، دسترسی بیشتر آنان به رسانه‌های ارتباطی مدرن و پدیدار شدن انتظارات و نیازه‌های فرهنگی، مدی‌ریت و برنامه‌ریزی جدی‌دی را در عرصه فرهنگ و اجتماع طلب می‌کند. لذا مطالعه نیازه‌های فرهنگی - اجتماعی دختران نوجوان و بررسی نگرش‌ها و پنداشت‌های آنان از نیازه‌های دوره نوجوانی، لازم و ضروری می‌نماید.

۲) مبانی نظری

۲-۱) مفهوم نیاز

نیاز در لغت به معنای احتیاج، ضرورت و فقدان است. «نی» به عنوان پی‌شوند به معنای بستن و فشار آوردن و مجبور کردن است (دهخدا، ۱۳۷۳: ج ۴، ص ۲۶۴).

نیاز در فرهنگ عامیانه به پول یا هر چیز دیگری که به عنوان صدقه و رفع حاجت داده می‌شود، اطلاق می‌گردد (نجفی، ۱۳۷۸: ص ۱۴۴).
واژه نیاز که در آغاز با واژگان کار و فعل به طور مترادف به کار می‌رفته است، امروزه معنای پی‌چیده‌تر و نامشخص‌تری دارد که در ذیل به آن اشاره می‌شود:
الف) نیاز نوعی احساس فقدان یا حرمان است که به یک موجود زنده (مخصوصاً انسان دارای آگاهی) به جهت آنکه در جریان تحقق اهدافش خود را فاقد چیزی می‌بیند، دست می‌دهد. این احساس که می‌تواند از جهاتی آسیب‌بیبیند، موجب تمایل به هر چیزی می‌شود که امکان ارضای نیاز را فراهم می‌سازد.
ب) همچنین با این واژه، حالت موجودی در نظر می‌آید که از خارج و در برابر آنچه در جریان تحقق اهدافش کم دارد به او نگرسیسته می‌شود. در این معنی، ممکن است فردی دارای نیازهای بی‌باشد بدون آنکه از آن‌ها خبر یا آگاهی داشته باشد.

پ) علاوه بر این، با این واژه، می‌توان چیزی را مطرح نمود که یک موجود برای زندگی بدان نیازمند است، نظیر اکسیژن (آلن، ۱۳۶۶: ص ۴۲۲).
شعاری نژاد در اثر خود با عنوان «فرهنگ علوم رفتاری»، در ذیل واژه نیاز می‌نویسد: «حالتی که با احساس فقدان یا خواستن چیزی یا لزوم انجام دادن کاری مشخص می‌شود. در چنین حالتی، مفهوم نیاز با مفهوم انگیزه مترادف می‌گردد. همچنین به هیجان یا اضطرابی اطلاق می‌شود که در موجود زنده به علت یک کمبود درونی یا بی‌رونی وارد می‌شود (شعاری نژاد، ۱۳۶۴: ص ۲۶۸).
از نظر اتکینسون^۱ و دی‌گران، نیاز عبارت است از «هرگونه فقدان یا کمبود احساس شده توسط فرد که مغایر با رفاه او باشد». هنگامی که مردم نسبت به فاصله بین وضع موجود و مطلوب آگاهی پیدا کنند، نسبت به وضع حال احساس نارضایتی می‌کنند یا یک نوع عدم رضایت در درون آنها ایجاد می‌گردد و این حالت به احساس نیاز منجر می‌شود. به عبارت دی‌گر، پس از شناخت این

وضعیت، نیازی در درون فرد شکل می‌گیرد که می‌تواند به عنوان انگیزه‌ای قوی برای تلاش بیشتر در جهت رسیدن به هدف باشد (شعبانی، ۱۳۸۰: ص ۳۹).

مفهوم نیاز از جمله مفاهیمی می‌باشد که به معانی مختلفی به کار رفته است. به لحاظ گونه‌شناسی، از منظر اجتماعی می‌توان برداشت‌ها و تعاریف ارائه شده را به چهار دسته طبقه‌بندی کرد (فتحی، ۱۳۷۵: صص ۷-۱۰؛ عباس زادگان، ۱۳۷۹: ص ۱۵).

۱- نیاز به عنوان فاصله بین وضع موجود و وضع مطلوب: به نظر «گافمن»^۱، نیاز به موقعیتی دلالت دارد که بین وضع موجود با وضع مطلوب فاصله باشد. به نظر وی، وضعیت مطلوب دربرگیرنده ایده‌آل‌ها، هنجارها، ترجیحات، انتظارات و ادراکات مختلف درباره آنچه که باید باشد، است.

۲- نیاز به عنوان یک خواست یا ترجیح: در این دیدگاه، نظرات و عقاید افراد و گروه‌ها مطرح نظر است.

۳- نیاز به عنوان یک عیب یا نقصان: در این برداشت، نیاز به عنوان یک نقصان و عیب یا نوعی کمبود محسوب می‌شود. در این دیدگاه، عدم وجود نوعی توانایی، مهارت یا نگرش که منجر به ضرر یا خسران در عملکرد فردی یا سازمانی گردد، نشانگر وجود «نیاز» است.

۴- برداشت ترکیبی: در رویکرد ترکیبی، آنچه که بین وضع موجود و وضع مطلوب قرار دارد و آنچه که ترجیحات، علایق و انتظارات افراد را شکل می‌دهد و سرانجام آنچه که بر عملکردهای مطلوب اثر منفی دارد، همگی نشانگر نیاز هستند.

از گونه‌شناسی مذکور این مطلب استنتاج می‌شود که مفهوم نیاز از ابعاد و لایه‌های مختلف معنایی تشکیل شده است. در صورتی که اختلاف نظرهای ناشی از نگرش را کنار بگذاریم به هسته اصلی مفهوم نیاز، یعنی «احساس»، دست خواهیم یافت. نیازها به چیزهایی اشاره دارند که برای رسیدن به یک مقصود و هدف ضروری هستند، در حالی که خواست‌ها، چیزهایی هستند که مطلوب و مفید می‌باشند، ولی الزاماً ضروری نیستند و در آخر علایق، به کنجکاوی یا توجه فردی

درباره ی یک چیز اشاره دارند (cf. Mc Caslin and Tibeziinda, 1997). وجوه اشتراک نیازها نشانگر انسانی بودن آنها است. ساندهو^۱، در توصیف ویژگی نیازهای انسانی، خصوصیات زیر را مورد تأکید قرار می دهد:

- تمام مردم نیازهای ی دارند.
- نیازها بی انگر فاصله بین وضع موجود و وضع مطلوب است. مردم باید تفاوت بین وضع موجود و واقعی با وضع مطلوب را تشخیص داده و قبل از آنکه برای هرگونه تغییری آماده شوند، بتوانند ارزش وضع مطلوب را درک کنند.
- نیازها در ی یک طبقه بندی معمولی به سه دسته فیزیکی، اجتماعی و ادغامی تقسیم می شوند.
- نیازها می توانند دارای ماهیت انفرادی باشند یا بین اعضای گروهها مشترک باشند.
- نیازها به مرور زمان تغییری می کنند.
- نیازهای مردم با افزایش سن و ایجاد تغییرات اقتصادی و اجتماعی تغییری می کنند.
- اهمیت نسبی نیازها از شرایط فیزیکی و هنجارهای فرهنگی تأثیر می پذیرد (cf. Sand hu, 1994).

۲-۲) نیاز در حوزه روان شناسی

در دیدگاه روان شناختی، مفهوم نیاز به لحاظ فردی مورد توجه واقع شده است. روانشناسان، واحد تحلیل خود را تبیین نیاز فرد می دانند و در تکوین نیازها، انگیزه های درونی و عوامل بیرونی (محركها) را مورد توجه قرار می دهند. نیازها برحسب شرایط هستی، زمان، مکان، نوع تمدن، شرایط فرهنگی و ماهیت و... تنوع می پذیرند. به همین دلیل در مباحث نظری، طبقه بندی های مختلفی از انواع نیازها مطرح شده است. طبقه بندی نیازها به نیازهای جسمانی،

1. Sand hu

زیستی و نیازهای روحی و روانی جزء اولین گونه‌شناسی از طبقه‌بندی نیازها می‌باشد (آلن، ۱۳۶۶: ص ۲۴۳). نیازهای جسمی بی‌شتر در طبیعت انسان (غریزه) نهفته است ولی کن نحوه و نوع ظهورشان از عوامل فرهنگی و اجتماعی متأثر می‌باشد (رفیع پور، ۱۳۶۴: ص ۶۲). از نظر مازلو، نیازهای انسانی نوع مخصوصی از گرایش است که در حیوانات یافت نمی‌شود. مازلو در اثر خود به نام «انگیزش و شخصیت»، سلسله مراتب نیازهای انسانی را به شرح ذیل رتبه‌بندی می‌کند:

- نیازهای فیزیولوژیکی

نیازهای فیزیولوژیکی جزء آن دسته از نیازها هستند که برای حفظ تعادل زیستی و تداوم حیات ارگانیسم ضروری می‌باشند. از نظر مازلو، تهیه فهرستی از نیازهای فیزیولوژیکی امری ناممکن و بی‌فایده می‌باشد اما نیازهای بی‌چون غذا، سر پناه و نیازهای جنسی، جزء نیازهای مهم فیزیولوژیکی محسوب می‌شوند. ویژگی مهم نیازهای فیزیولوژیکی، برخورداری از قدرت غلبه بر سایر نیازهاست. به احتمال قوی، انگیزه اصلی فردی که همه چیزش را در زندگی از دست داده، نیازهای زیستی است. به بیان دیگر در چنین حالتی، فلسفه مربوط به آینه دستخوش تغییری قرار گرفته و سایر نیازها به عقب رانده می‌شود. به عنوان مثال، فردی که از گرسنگی مزمن و مفرط رنج می‌برد، غایت آرزویش دستیابی به مکانی است که غذا در آن به حد وفور وجود داشته باشد. در چنین حالتی، فرد تصور می‌کند که اگر فقط برای بقیه دوران زندگی‌اش غذا تأمین شود، کاملاً خوشبخت خواهد بود. او گرایش دارد که زندگی خود را بر حسب خوردن تعریف کند لذا هر چیزی را غیری مهم توصیف خواهد کرد. ممکن است آزادی، عشق، احساس احترام و فلسفه را به عنوان جلوه‌های بی‌ارزشی که نمی‌توانند شکم او را پر کنند کنار بزنند. چنین فردی تا حدودی با نان زندگی می‌کند. احتمالاً واقعیت چنین مسایلی را نمی‌توان تکذیب کرد اما عمومیت آنها را می‌توان منکر شد (مازلو، ۱۳۷۲: صص ۶۹-۹۹).

- نیازهای ای‌مینی

اگر نیازهای فیزیولوژیکی نسبتاً خوب ارضاء شوند، مجموعه جدیدی از نیازها نظری (امنیت، ثبات، وابستگی، حمایت، رهایی از ترس، نیاز به سازمان، نظم، قانون، داشتن حامی مقتدر و...) پدید می‌آید که مازلو آنها را جزء نیازهای ایمنی طبقه‌بندی می‌کند.

نیازهای ایمنی نیز به مانند نیازهای فیزیولوژیکی می‌توانند ارگانیزم را تا حد تام تحت تسلط خود درآورند. به نظر مازلو، این نوع احساس نیاز در کودکان در مقایسه با بزرگسالان، مشهودتر است. به نظر وی در جامعه غرب، نیاز ایمنی به طور وسیعی ارضاء شده است؛ جامعه خوب، با ثبات، آرام و تحت اداره صحیح، معمولاً به حد کافی موجبات امنیت خاطر اعضایش را در مقابل حیوانات وحشی، تغیرات شدیدی درجه حرارت، تهاجمات جنای، قتل، آشوب، ظلم و نظایر آنها فراهم می‌آورد.

یک آدم سیر احساس گرسنگی نمی‌کند، یک فرد ایمن هم خود را در معرض خطر احساس نمی‌کند. اگر کسی خواسته باشد نیاز به ایمنی را مستقیماً و به وضوح مشاهده کند، بایستی به سراغ روان‌نژندها یا محرومان اجتماعی و اقتصادی برود یا پدیده‌هایی چون هرج و مرج اقتصادی، شورش‌ها، انقلابات و از هم‌پاشیدگی‌های قدرت را مورد مشاهده قرار دهد. تجلی نیاز به ایمنی در جامعه امروز در تمایلاتی چون میل به داشتن شغل دائمی، داشتن حساب پس انداز، استفاده از انواع خدمات بیمه‌ای (پزشکی، دندانپزشکی، بیکاری، از کار افتادگی، پیری و...) مشاهده می‌شود. در بعد اندیشه، تمایل بشر به چیزهای آشنا و شناخته شده، نظری دین یا فلسفه جهانی، قابل مشاهده است (همان).

- نیاز به عشق و تعلق

در صورت تأمین نیازهای فیزیولوژیکی و ایمنی، نیازهای عشق، محبت و تعلق پدیدار خواهند شد. منظور مازلو از عشق، میل جنسی نیست. میل جنسی را صرفاً می‌توان به عنوان یکی از فیزیولوژیکی مطالعه کرد اما عشق چیزی فراتر از میل جنسی است؛ گرچه امکان تجلی عشق و محبت در میل جنسی وجود دارد. از نظر روانشناسان، عقیم گذاشتن نیاز به محبت، عامل اساسی ناسازگاری

است. به نظر مازلو، احساس تعلق به محله، قلمرو، زیست بوم، قبیله، قوم، همقطاران، طبقه و گروه از چنان نیازی سرچشمه می‌گیرد. در جامعه امروز رشد سریع انجمن‌ها و گروه‌های حساس از پاسخگویی به نیاز مذکور ناشی می‌شود (همان).

- نیاز به احترام

از نظر مازلو، همه افراد (به جز بی‌ماران روانی) به یک ارزشیابی ثابت و استوار و معمولاً عالی از خودشان، احترام به خود یا عزت نفس و احترام به دیگران تمایل دارند. این نیازها را می‌توان در دو مجموعه فرعی طبقه‌بندی کرد. در دسته نخست، تمایل به قدرت، موفقیت، کفایت، سیادت، شایستگی، اعتماد در رویارویی با جهان، استقلال و آزادی و در دسته دیگر، تمایل به اعتبار یا حیثیت، شهرت و افتخار، برتری، توجه، اهمیت، حرمت یا تحسین قرار دارد (همان).

- نیاز به خود شکوفایی

اگر همه نیازها ارضا شوند، باز هم اغلب (اگر نه همیشه) می‌توان انتظار داشت که بی‌قراری و نارضایتی تازه‌ای برای فرد به وجود آید، مگر آنکه فرد به انجام کاری مشغول باشد که برای شخص او مناسب است. مازلو، این نیاز را نیاز به خودشکوفایی می‌داند. نیاز مذکور در مورد اشخاص گوناگون به طور وسیعی متغیر است. ممکن است در یک فرد به صورت تمایل به مادری ایده‌آل بودن تجلی یابد، در دیگری با تمایل به قهرمانی بروز پیدا کند و در فرد سوم با گرایش به خلق یک اثر هنری یا اختراع یک ابزار خاص.

مازلو در بحث سلسله مراتب نیازها اظهار می‌دارد که رتبه‌بندی نیازها از نظام ثابت و ایستا تبعیت نمی‌کند. وی نسبت به برداشت‌های خطا درباره درجات ارضای نسبی نیازها هشدار می‌دهد و معتقد است که برای ظهور نیاز تازه باید نیاز قبلی صددرصد تامین شده باشد. به نظر او، پیدایش نیازها، ناگهانی و آنی نیست، بلکه پدیده‌ای تدریجی است. به عنوان مثال، اگر نیاز غالب A فقط ۱۰ درصد ارضا شده باشد، آنگاه نیاز B به هیچ وجه نمی‌تواند پدیدار شود. اگر همین نیاز A، ۲۵ درصد ارضا شود، نیاز B می‌تواند ۵ درصد ظاهر شود. اگر نیاز A، ۷۵ درصد ارضا شود، نیاز B می‌تواند ۵۰ درصد ظاهر شود.

«کرونیباخ»^۱ در کتاب خود با عنوان «روان شناسی تربیتی» در مورد نیازها و ارتباط آنها با آموزش و شخصیت آدمی مطالب جامعی را مطرح کرده است. بر اساس دیدگاه کرونیباخ، نیازها را می‌توان در پنج دسته طبقه‌بندی کرد. او در طبقه‌بندی خود، نیازهای فیزیولوژیکی را کنار نهاده است. نیاز به امنیت، در طبقه‌بندی کرونیباخ به چشم نمی‌خورد، زیرا به عقیده وی عدم امنیت، خود به منزله عدم ارضای نیاز است. او نیازهای اساسی را به شرح ذیل دسته‌بندی می‌نماید:

- نیاز به محبت؛
- نیاز به مورد قبول مقامات بالاتر واقع شدن؛
- نیاز به مورد تأیید همگان واقع شدن؛
- نیاز به استقلال و عدم وابستگی؛
- نیاز به احترام به نفس (الوانی، ۱۳۷۰: ص ۵۹).

هنری الکساندر ماری^۲، فهرست نیازهای انسانی را بدون تقدم و تأخر آنها در ۲۰ نوع طبقه‌بندی می‌کند: نیاز به تسلیم و ارضاء؛ نیاز به پی‌روزی؛ نیاز به محبت؛ نیاز به پرخاش؛ نیاز به خودمختاری؛ نیاز به جبران شکست؛ نیاز به حفظ حیثیت؛ نیاز به بزرگداشت؛ نیاز به تسلط؛ نیاز به خودنمایی؛ نیاز به دور-اندیشی؛ نیاز به پرهیز از شکست؛ نیاز به ناتوان نوازی؛ نیاز به نظم و ترتیب؛ نیاز به تفریح؛ نیاز به دور افکندن؛ نیاز به لذت حسی؛ نیاز به لذت جنسی؛ نیاز به پشتی‌بانی و نیاز به درک حقایق (رک. سی‌اسی، ۱۳۷۵).

در طبقه‌بندی نیازها، تقسیم‌بندی‌های دیگری نیز توسط برنامه‌ریزان آموزشی در حوزه تعلیم و تربیت ارائه شده است. براردشاو^۳ نیازها را به چهار دسته طبقه‌بندی کرده است:

1. Cronbach
2. Henry Alexander Mary
3. Bradshaw

- نیازهای هنجاری: فاصله میان وضع موجود با استانداردهای تعیین شده، نیاز هنجاری تلقی می‌شود.

- نیازهای احساس شده: نیازی که در طی زمان و در حین کار، توسط فرد یا گروه احساس شده است و با مفهوم خواستن مترادف است.

- نیازهای بیان شده (مورد تقاضا): نیازهایی است که فرد آنها را تقاضا نماید.

- نیازهای مقایسه‌ای: نیازی است که در مقایسه با نمونه مشابه معنا می‌دهد. به عنوان مثال، دو گروه کاری که وظیفه و موقعیت کاری یکسانی دارند با یکدیگر مقایسه می‌شوند و تفاوت‌ها و در واقع نیازهای آنان به نسبت یکدیگر مشخص می‌شود (عباس‌زادگان، ۱۳۷۹: ص ۵۸).

۲-۳) نیاز در حوزه جامعه‌شناسی

در تحلیل جامعه‌شناختی، ساختارها و شرایط اجتماعی موجد نیازها می‌باشند. جامعه‌شناسان بر خلاف روانشناسان، واحد تحلیل خود را از بین متغیرهای کلان، نظیر ساختارهای اجتماعی و سازمانی انتخاب کرده و در سطح پائین‌تر برگروه‌های اجتماعی تأکید می‌ورزند.

تالکوت پارسونز^۱ یکی از جامعه‌شناسان برجسته در تبیین نیازها می‌باشد. پارسونز، جامعه‌شناس کارکردگرای ساختی، انواع نیازهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی را از یکدیگر متمایز می‌سازد. به زعم او، محور نیازهای اقتصادی «پول»، محور نیازهای فرهنگی و اجتماعی «نفوذ در تعاملات و اندیشه و پایبندی به ارزش‌ها» و محور نیازهای سیاسی «قدرت» می‌باشد. وی کسب پول و قدرت و نفوذ به ارزش‌ها را مهم‌ترین خواسته‌های مطلوب یک جامعه می‌داند (روشه، ۱۳۷۶: ص ۱۳۵). پارسونز بر این باور است که بقای جامعه در برطرف کردن چهار نیاز اصلی است:

۱- انطباق با محیط: نیازهای اقتصادی؛

۱. Talcott Parsons

۲- دستیابی به هدف: نیازهای سیاسی؛

۳- یکپارچگی: نیازهای اجتماعی؛

۴- حفظ الگو: نیازهای فرهنگی.

از نظر پارسونز، شیوه یا طریقی ارضای نیازها، توسط نظام هنجاری جامعه وضع می‌شود؛ به همین دلیل، در عین تشابه نیازهای انسانی در نظام‌های مختلف اجتماعی، طریقه تأمین نیازها با یکدیگر تفاوت دارد.

یک جامعه برای بقا و ماندگاری خود باید به نیازهای متنوع اعضایش پاسخ دهد. در یک طبقه‌بندی کلی، انواع نیازها عبارتند از:

- نیاز اقتصادی: نیازی است که موجب فعالیت در جهت تحقق اهدافی می‌گردد که طی آن، کالا و خدمات مورد نیاز، توسط ارگان‌سیستم (سیستم) جذب می‌شود.

- نیاز سیاسی: نیازی است که موجب فعالیت در جهت هدف معینی می‌شود که طی آن، قدرت و دستورات مورد نیاز، توسط سیستم جذب می‌شود.

- نیاز اجتماعی: نیازی است که موجب فعالیت در جهت هدفی می‌شود که طی آن، حق و تکلیف و عاطفه، توسط سیستم جذب می‌شود.

هوندریش^۱ سه سیستم را در سطوح مختلف در نظر می‌گیرد:

الف: سیستم شخصی یا بدن به عنوان قالب جسمی و سیستم بیولوژیکی انسان؛

ب: سیستم مادی و طبیعی نظیر عوامل جغرافیایی و اقلیمی و...؛

ج: سیستم اجتماعی نظیر جامعه؛

او سنجش هم‌زمان نیازها را در کلیه سیستم‌ها خارج از یک برنامه واقع‌بینانه می‌داند و برای بررسی تجربی، مطالعه نیازهای افراد و گروه‌ها را پیشنهاد می‌دهد (رفیع پور، ۱۳۶۴: ص ۵۶).

۱-۳-۲) نیاز فرهنگی

تعاریف مطرح شده درباره فرهنگ، حاکی از آن است که فرهنگ با زندگی اجتماعی ملازم است. تلازم فرهنگ با حیات انسانی تا حدی است که بدون در نظر داشتن فرهنگ، حیات انسانی معنا و مصداق پیدا نمی‌کند. حیات فرهنگی در هر جامعه در دو بعد متجلی می‌شود: فعالیت و مشارکت در تولید فرهنگی و خلاقیت فرهنگی.

فعالیت فرهنگی از جمله مفاهیم اصلی مرتبط با حیات فرهنگی است. فعالیت فرهنگی، فعالیتی محسوب می‌شود که حول تولید و بهره‌برداری و انتقال معانی و نمادها با هدف ارتقای معنوی انسانی صورت می‌گیرد. فعالیت فرهنگی، در زمره فعالیت‌های اجتماعی‌ای قرار می‌گیرد که فرد فارغ از فعالیت‌های اقتصادی تعریف شده در نظام تقسیم کار به آنها می‌پردازد. فرد در زمان فراغت، یا به صورت فعال و مشارکت‌جویانه به تولید و خلق پدیده‌های فرهنگی می‌پردازد و یا با سهم مشارکت کمتر به بهره‌برداری از خدمات ارائه شده توسط مولدان فرهنگ مشغول می‌شود. فعالیت فرهنگی در شکل ناب و خلاق آن به آفرینش و خلق فرهنگی منجر می‌شود. فعالیت هنرمندان، شعرا، فلاسفه، اندیشمندان، پدیدآورندگان آثار هنری، موسیقی‌ای، آثار نوشتاری، صوتی و... در زمره فعالیت فرهنگی مولد محسوب می‌شود. تئاتر، سینما، کنسرت موسیقی، شرکت در یک نمایش مذهبی عمومی و... همگی در زمره خدمات فرهنگی می‌باشند. ویژگی چنین فعالیت‌های مشارکت کمتر و اثرپذیری بی‌شتر است.

منظور از اوقات فراغت، اوقاتی از شبانه‌روز است که فرد، جدای از نظام تقسیم کار، پس از تأمین حوایج و نیازهای زیستی و شخصی خود و الزامات زندگی به دست می‌آورد. در زمان فراغت، فعالیت فرهنگی امکان‌پذیر می‌گردد؛ به همین دلیل، هر فرد بر حسب موقعیت اجتماعی، دانش و تجربه شخصی خود، نیازها و تقاضاهای فرهنگی خاصی را طلب می‌کند. منظور از نیازهای فرهنگی، انتظاراتی است که افراد در خصوص گذران اوقات فراغت داشته و با استفاده از ابزارها، کالاها و

خدمات فرهنگی به تکمیل اوقات فراغتی خود می‌پردازند. این فعالیت‌ها را می‌توان در قالب فعالیت‌های ذیل طبقه‌بندی کرد:

الف) فعالیت مذهبی: گرایش انسان به امر مقدس و ماورایی او را به فعالیت دینی سوق می‌دهد. بخش مهمی از فعالیت دینی در عرصه رفتاری تجلی پیدا می‌کند. انجام اعمال مذهبی و شرکت در مجامع مذهبی (اعم از مولودی و عزاداری)، شرکت در مجالس سخنرانی دینی، شرکت در جلسات دعا و ذکر، رفتن به جلسه قرآن، شرکت در نماز جماعت و جمعه، زیارت اهل قبور، رفتن به زیارتگاه‌ها، خواندن قرآن و شرکت در مراسم اعتکاف، از جمله فعالیت‌های مذهبی می‌باشند.

ب) فعالیت اجتماعی: گرایش به غیر و حس نودوستی و ضروریات زندگی، انسان را به فعالیت‌های اجتماعی متمایل می‌سازد. مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی از طریق عضویت و فعالیت در مجامعی چون انجمن‌های علمی، فرهنگی، انجمن خانه و مدرسه، اتحادیه‌های صنفی، تشکل‌های اسلامی، بسیج، تشکل‌ها و احزاب سیاسی، انجمن‌های خیریه‌ای و... می‌سر می‌گردد. معاشرت با اقوام، خوی‌شان، همسایگان، دوستان و همکاران نیز در زمره فعالیت‌های اجتماعی به شمار می‌رود. رفتن به قهوه‌خانه، کافه و پاتوق نیز که با هدف برقراری و توسعه روابط اجتماعی صورت می‌گیرد در زمره فعالیت‌های اجتماعی به شمار می‌آید.

ج) فعالیت‌های ورزشی: انجام حرکات جسمانی به صورت فردی و اجتماعی با هدف تقویت و یا باز تولید انرژی از دست رفته از جمله فعالیت‌های ورزشی است. تماشای مسابقات ورزشی و پیگیری اخبار و اطلاعات مربوط به روی دادهای ورزشی نیز در زمره فعالیت‌های ورزشی به شمار می‌آید.

د) فعالیت‌های تفریحی: هرگونه فعالیت جسمی و ذهنی که به منظور دستیابی به انبساط خاطر و سرگرم‌سازی در اوقات فراغت فرد انجام گیرد، جزء فعالیت‌های تفریحی محسوب می‌شود.

ه) فعالیت‌های هنری: منظور از فعالیت‌های هنری، اقدامات و فعالیت‌هایی است که تخیل و تجسم، خمیرمایه اصلی آن است. محصول این نوع فعالیت‌ها، پرورش ذوقیات است.

و) فعالیت‌های رسانه‌ای: فعالیت‌هایی که در زمینه شرکت در تهیه برنامه‌های صوتی و تصویری و نوشتاری همگانی نظیر رادیو، تلویزیون، مطبوعات، کتاب، سینما، تئاتر و... صورت گیرد و همچنین بهره‌برداری از خدمات ارائه شده توسط ابزار و وسایل مذکور، از جمله فعالیت‌های رسانه‌ای محسوب می‌شود.

انسان دارای نیازهای متنوع و گسترده‌ای است. شناخت نیازها و گروه‌بندی آنها همواره مورد توجه اندیشمندان حوزه‌های مختلف علمی بوده است. هسته اصلی مفهوم نیاز، احساس کمبود می‌باشد. در اغلب مواقع، احساس نیاز از جنبه فردی مورد توجه قرار می‌گیرد ولی کن بروز و ظهور نیاز بر اساس الگوهای فرهنگی و اجتماعی و شرایط اقتصادی می‌باشد. با بهبود وضعیت معیشتی مردم و تأمین نیازهای مادی و برقراری امنیت، زمینه بروز نیازهای معنوی نظیر نیاز به عشق و تعلق، احترام و خودشکوفایی فراهم می‌گردد.

۳) مدل نظری تحقیق

به لحاظ روانشناختی، نوجوانان در حال تجربه بلوغ و پشت سر نهادن این مرحله از فرآیند رشد هستند. پیام‌های بودن این پژوهش و باز بودن سؤالات ایجاب می‌نماید تا پاسخگویان، نیازهای احساس شده خود را مطرح کنند. به همین دلیل در مدل نظری این پژوهش، هسته اصلی مفهوم نیاز، یعنی «احساس کمبود»، ملاحظه شده است و پاسخگویان نیازهای احساس شده خود را بر حسب اولویت مطرح کرده‌اند.

نیازهای اظهار شده در زمینه‌ها و فضاها خاص پدیدار می‌شوند. نخستین زمینه تأثیرگذار، زمینه روانشناختی فرد می‌باشد. دختران مورد مطالعه در این تحقیق در سن نوجوانی، یعنی ۱۳ تا ۱۸ سالگی (دوره بلوغ جنسی) قرار گرفته‌اند. در این دوره، رشد بدنی، هورمونی و مغزی دچار تحول می‌شود. افزایش ناگهانی قد و وزن، آشکارترین علامت اولیه بلوغ است (لطف‌آبادی، ۱۳۷۹: ص ۶۱). این دوره، ویژگی‌ها و خصوصیات جدیدی برای فرد به ارمغان می‌آورد.

زمینه دی‌گر بروز نیازها، شرایط محیطی است که فرد در آن زندگی می‌کند. خانواده و مدرسه و محیط‌های اجتماعی، مهم‌ترین فضاها می‌باشند که نیازها در آنها پدیدار می‌شوند. اگر چه نیازها دارای خاستگاه زیستی و زیست-بوم فرد می‌باشند؛ لیکن خانواده، مهم‌ترین زمینه بروز نیازها را فراهم می‌آورد. کارکردهای خانواده به لحاظ تأمین نیازهای اساسی و عاطفی و حمایت اقتصادی و روانی و جامعه‌پذیری کردن فرزندان حائز اهمیت بسیار است. مهم‌ترین عنصر فضای خانوادگی، تعامل رفتاری اعضای خانواده با نوجوان می‌باشد. تعاملات و کنش‌های پیوسته (تعاون، تقلید و همانندی) و کنش‌های گسسته (سبقت‌جویی، رقابت و ستیزه‌جویی) و جو عاطفی حاکم بر خانواده (گرم، خنثی و سرد) در بروز نیازها مؤثر است. روابط و ساختارهای خانوادگی در شکل‌گیری نیازها و تغییری بر آنها به صورت مستقیم و غیر مستقیم تأثیرگذار است.

فضای ارتباطی حاکم بر نهادهای آموزشی و محتوای آموزشی و قواعد و مقررات حاکم بر آموزشگاه و میزان بهره‌مندی مدرسه از امکانات آموزشی نیز در بروز و ظهور نیازها تأثیرگذار است. در بعد انسانی، نوع تعامل اولیاء آموزشی (مدیر، معاون، مربی پرورشی، دبیر، کارکنان اداری و خدماتی آموزشگاه) با نوجوانان حائز اهمیت می‌باشد.

زمینه دیگری که به نیازها شکل بخشیده و امکان بروز و ظهور آنها را فراهم می‌آورد، محیط اجتماعی است. محیط اجتماعی در معنای گسترده آن شامل نهادها و ساختارهای اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی است که نوجوانان در چارچوب آنها رفتار خود را تنظیم می‌کنند. نیازهای نوجوانان در فضای کنش و ارتباط نوجوانان با اعضای جامعه و نظام هنجاری جامعه شکل می‌گیرد.

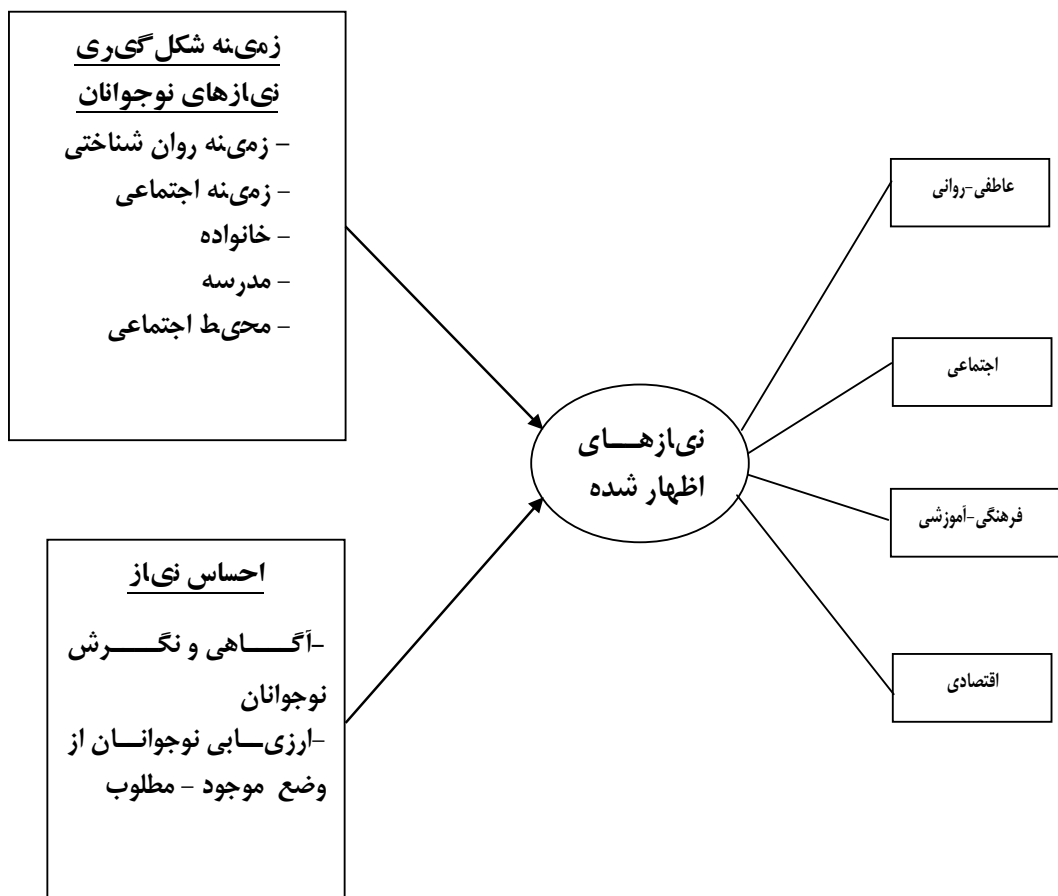
پس از شکل‌گیری نیازها، لازم است نیازها توسط فرد درک شوند. درک نیازها در ذهن فرد صورت می‌گیرد. فرآیند درک، نخست تحت تأثیر میزان آگاهی و نگرش فرد می‌باشد. در مرتبه دوم، نظام ارزیابی فرد از فاصله وضع موجود و مطلوب در درک نیاز تأثیرگذار است. پس از درک نیاز، فرد وارد مرحله بیان نیازهای خود می‌گردد. بیان نیازها خود دارای انواع متعددی است. یکی از گونه‌های بیان نیازها، ابراز گفتاری می‌باشد. نوجوان، متناسب با آگاهی، نگرش، نظام ارزیابی

و قضاوت، گونه‌های مختلف نیاز را درک کرده و ترجیحات خود را ابراز می‌دارد. در این پژوهش، جهت طبقه‌بندی انواع نیاز از رویکرد تلفیقی مازلو و پارسونز استفاده شده است.

در این رویکرد، شیوه‌ها و روش‌های ارضای نیاز متنوع بوده و در چارچوب نظام‌هنجاری می‌باشد.

نیاز به عشق، تعلق و محبت، طبق نظریه مازلو و نیازهای اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی، طبق اندیشه پارسونز، طبقه‌بندی شده است. نمودار شماره (۱) مدل نظری مورد استفاده در پژوهش را نشان می‌دهد.

نمودار شماره (۱): مدل نظری ناظر بر روابط میان مفاهیم



۴) روش تحقیق

اهداف اصلی این پژوهش، توصیف و گروه‌بندی نیازهای فرهنگی-اجتماعی و آموزشی دختران نوجوان می‌باشد. برای دستیابی به این هدف، پرسشنامه‌ای تنظیم گردید. پرسشنامه، حول دو محور نیازها و نگرش‌ها (وضع موجود و وضع مطلوب) تنظیم شده است. در مبحث نیازهای فرهنگی و اجتماعی، جایگاه گروه مرجع، گروه‌های همدلی، عضویت در تشکلهای و داشتن فعالیت‌های داوطلبانه، تمایل به عضویت در تشکلهای و انجمن‌های مختلف اجتماعی، احساس امنیت در محیط‌های جمعی، فعالیت‌های ترجیحی فراغتی، محیط‌های گذران اوقات فراغت و رضایت‌مندی از نحوه گذران اوقات فراغت، ارزیابی از امکانات تفریحی و فراغتی، در دختران نوجوان بررسی شده است. در بحث نیازهای آموزشی، ادامه تحصیلات در مقاطع بالاتر، شیوه تدریس معلم و محتوای مطالب تدریس شده، مدی‌ریت مدرسه، جذابیت کتب درسی و مطلوبیت محیط مدرسه، مورد توجه بوده است.

جامعه آماری این پژوهش، ۱۰۰۸۹۴ نفر از دانش‌آموزان شاغل به تحصیلات در دوره‌های راهنمایی و متوسطه شهر اصفهان بوده‌اند. از این تعداد، ۵۰۲ نفر به عنوان نمونه مورد مطالعه قرار گرفتند. نحوه انتخاب نمونه به این صورت بوده است که با استفاده از مطالعه مقدماتی، نسبت صفت (شکاف بین سطح موجود و مطلوب نیازهای دختران نوجوان) مطالعه گردید. ۳۰ درصد از پاسخگویان، مطالعه مقدماتی این شکاف را در حد پائین ارزیابی کرده و ۷۰ درصد، در حد بالا دانسته‌اند. تعداد

نمونه از فرمول
$$n = \frac{Nt^2 \cdot p \cdot q}{d^2 N t^2 p q}$$
 بدست آمده است که در این فرمول:

$$N=100894 \quad d=104 \quad t=1/96 \quad p=0/30 \quad q=0/70$$

بوده است و در نتیجه، تعداد حجم نمونه برآورد شده، ۵۰۲ نفر تعیین گردید. در این مطالعه، ۵ پرسشنامه از اطلاعات جمع‌آوری شده به دلیل ناقص بودن حذف شده و در نهایت، ۴۹۷ پرسشنامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. ۵۴/۷

درصد پاسخگویان در دوره راهنمایی به تحصیلات اشتغال داشته و ۴۵/۳ در دوره متوسطه به تحصیلات مشغول بوده‌اند.

تکنیک نیازسنجی مورد استفاده در این پژوهش از نوع گاما و بتا می‌باشد. در نوع گاما، اولویت‌بندی نیازها مورد توجه می‌باشد. این نوع نیازی از سنجی، عمدتاً بر اولویت‌بندی اهداف و مقاصد ناظر است و کیفیت و کمیت آنها مد نظر نمی‌باشد. نیازسنجی گاما هنگامی مورد استفاده قرار می‌گیرد که تحقیق، اهدافی متنوع و حتی به ظاهر متناقض و متضاد را مد نظر دارد. در این حالت در مرحله سنجش، به جای معیارهای همچون کمیت و کیفیت متغیرها، بایده‌معیار اولویت را مبنای کار قرار داد. در سنجش نیازها در نوع بتا، شناسایی فاصله بین عملکرد (وضع موجود) با وضع مطلوب سنجیده می‌شود. هدف این نوع نیازیسنجی، ارزیابی پاسخگویان از شکافی است که میان شرایط فعلی آنان با آنچه خواهان پدید آمدن آن هستند وجود دارد. این نوع نیازیسنجی ناظر بر سطح احساس محرومیت نسبی افراد می‌باشد.

۵) یافته‌ها و نتایج

در صورتی که نیازهای متنوع نوجوانان را در چهار دسته نیازهای عاطفی - روانی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی دسته‌بندی نماییم، مطالعه دیدگاه دختران نوجوان راجع به نیازهایشان می‌تواند به لحاظ ذهنی تصویری روشنی از احساس نیازی آنها را فراهم آورد. در این خصوص، سؤالات باز، بسیاری کارسازند؛ چرا که پاسخگو، بدون قرارگرفتن در یک چارچوب از پیش تعیین‌شده، آنچه که در خود آگاه خود به عنوان اولویت‌های زندگی دارد، مطرح می‌نماید. بر اساس نتایج خلاصه شده در جدول (۱)، ملاحظه می‌شود که دختران نوجوان در پاسخ به این سؤال که: نیازهای واقعی یک نوجوان چیست؟ نیازهای عاطفی - روانی را در صدر نیازه‌ها قرار داده‌اند.

در واقع نیازهایمانند بهره‌مندی از توجه و محبت پدر و مادر و زیستن در خانواده‌ای خوب و سالم و قرارگرفتن در محیطی امن که جزء نیازهای عاطفی -

روانی به شمار می‌روند، در صدر نیازهای پاسخگویان قرار می‌گیرند. نزدیکی به ۳۵/۸۵ درصد موارد مطرح شده، جزء نیازهای عاطفی-روانی بوده و نیازهای اجتماعی و نیازهای فرهنگی به ترتیب با اختصاص ۳۱/۸۵ و ۲۴/۵۸ درصد موارد، در رتبه‌های بعدی قرار می‌گیرند. جالب توجه آنکه، نیازهای اقتصادی (۶/۸۱ درصد موارد) در رتبه چهارم قرار می‌گیرد و نشان می‌دهد که برای دختران، درک شدن و مورد توجه واقع شدن مهم‌تر از فراهم بودن پول و امکانات است.

از آنجایی که نیازهای اجتماعی از جنس نیازهای مربوط به نقش فرد در جامعه و وضعیت وی در شبکه روابط اجتماعی است و در پژوهش حاضر برای پاسخگویان پس از نیازهای عاطفی-روانی در مرتبه دوم آمده، می‌توان به این جمع‌بندی رسید که نوجوانان دختر، بیشتر به دنبال «هویت شخصی» و تعریف موقعیت خود در خانواده و اجتماع بزرگتر می‌باشند. آنان می‌خواهند درک شوند و نیازها و باورها و سلیقه‌هایشان به رسمیت شناخته شود.

جدول (۱): گونه شناسی و اولویت بندی نیازهای دختران نوجوان

درصد	مورد (درصد)	(نوع نیاز)	رتبه
۳۵/۸۵	<ul style="list-style-type: none"> - محبت پدر و مادر (۱۱/۲) - داشتن یک دوست خوب (۱/۱۶) - امنیت و آرامش (۶/۰۵) - استقلال فردی بیشتر (۰/۹۸) - زیستن در خانواده‌ای خوب و صمیمی (۴/۲۷) - خود باوری (۰/۹۸) - توجه به نیازهای عاطفی (۳/۳۸) - روحیه شاد و سالم (۰/۸۹) - وجود راهنما و مشاور خوب (۲/۴۹) - امید دادن به نوجوانان (۰/۰۹) - اهمیت دادن به شخصیت نوجوانان (۲/۴) - حفظ هویت فردی (۰/۱۸) - توجه به نیازهای عاطفی و روحی نوجوانان (۱/۶۹) - رسیدن به خوشبختی و سعادت (۰/۰۹) 	عاطفی-روانی	۱

درصد	مورد (درصد)	(نوع نیاز)	ردیف
۳۱/۸۵	<ul style="list-style-type: none"> - داشتن آزادی بیشتر (بیان، اندیشه و رفتار) (۱۰/۵۸) - درک و اعتماد بیشتر به نوجوانان (توسط مدرسه، خانواده، جامعه) (۹/۶۹) - اهمیت دادن به نظرات نوجوانان (۲/۴) - داشتن رفتار خوب با نوجوانان (۰/۲۷) - رسیدگی به مشکلات نوجوانان (۲/۲۲) - عدم تبعیض بین دختر و پسر (۰/۱۸) - برآورده کردن خواسته‌های نوجوانان (۲/۰۵) - ایجاد روابط سالم بین دختر و پسر (۰/۱۸) - اهمیت دادن و احترام گذاشتن به نوجوانان (۱/۴۲) - ازدواج (۰/۰۹) - فراهم کردن نیازهای اجتماعی (موقعیت و وجهه فردی) (۰/۸۹) - درست لباس پوشیدن (۰/۰۹) - برنامه ریزی (۰/۷۱) - ایجاد رقابت سالم (۰/۰۹) - نقش دادن در جامعه (۰/۳۶) - زندگی در جامعه‌ای سالم (۰/۰۹) - برداشتن تبعیض‌ها (۰/۲۷) - کسب تجربه (۰/۲۷) 	اجتماعی	۲
۶/۸۱	<ul style="list-style-type: none"> - پول و رفاه (۴/۴۹) - اشتغال پس از اتمام تحصیل (۰/۲۷) - امکانات بیشتر (۲/۰۵) 	اقتصادی	۳
۲۴/۵۸	<ul style="list-style-type: none"> - مسافرت (۴/۵۳) - وجود مراکز علمی (۰/۴۵) - گردش و تفریح (۴/۲۷) - دادن آگاهی از زمان بلوغ و مسائل آن (۰/۴۵) - تحصیل و آموزش (۳/۶۵) - برگزاری کلاس کنکور در مدرسه (۰/۳۶) - ایجاد مکان‌های تفریحی و سرگرمی (۲/۸۵) - راهنمایی برای دنبال کردن هدف (۰/۲۷) 	فرهنگی	۴

درصد	مورد (درصد)	(نوع نیاز)	ردیف
	- امکانات ورزشی بیشتر (۱/۹۶) - پاسخ به نیازها و سؤالات نوجوانان (۰/۲۷) - امکانات فیزیکی بیشتر در مدارس (کتابخانه، آزمایشگاه و...) (۱/۹۶) - نیاز به الگوی مناسب (۰/۱۸) - آگاهی از مسائل روز جامعه و داشتن اطلاعات عمومی (۰/۸) - موسیقی شاد (۰/۰۹) - آشنایی با اسلام واقعی (۰/۶۲) - درک کردن خوب و بد (۰/۰۹) - کادر خوب مدرسه (۰/۵۳) - دسترسی به اینترنت (۰/۰۹) - گردش‌ها و فعالیت‌های علمی (۰/۵۳) - نیاز به تفکر (۰/۰۹) - حذف کنکور (۰/۴۵) - آشنایی با شغل‌های آینده (۰/۰۹)		
۱۰۰	جمع موارد		

n=۱۱۲۵

همانگونه که در جدول شماره (۱) ملاحظه شد، در یک سؤال باز، موارد مطرح شده که در قالب نیازهای فرهنگی دسته‌بندی شدند به لحاظ فراوانی در رتبه سوم قرار گرفتند. مواردی همچون مسافرت، گردش، تفریح، تحصیل و آموزش بهتر، از جمله مهمترین مواردی بودند که دختران نوجوان به آنها علاقه نشان می‌دادند. در صورتی که نیازها و فعالیت‌های فرهنگی را در چند حوزه تفریحی، هنری، مذهبی، ورزشی و رسانه‌ای تقسیم‌بندی نماییم و از پاسخگویان بخواهیم اولویت‌بندی‌های خود را در پرداختن بدان‌ها مشخص نمایند، می‌توان درک بهتری از نیازهای فرهنگی نوجوانان و اولویت‌های آنان در این خصوص بدست آورد.

با مرور کلی نتایج جدول شماره (۱)، می‌توان استنباط نمود که پس از نیازهای عاطفی و روانی، نیازهای اجتماعی از جمله نیازهای هی است که دختران نوجوان آن

را احساس می‌کنند. زیستن در جامعه‌ای که دختران بتوانند ایده‌های خود را بی‌ان کرده و به نظر آنان اهمیت داده شود و آنان در زندگی اجتماعی مشارکت فعالانه داشته باشند، از جمله نیازهای ابراز شده در عرصه اجتماعی می‌باشد. نیازهای اقتصادی در مرتبه سوم اهمیت قرار دارند. پول و رفاه بیشتر و اشتغال پس از تحصیل و برخورداری از امکانات بیشتر در زمره نیازهای اقتصادی ابراز شده، قرار دارند.

نیازهای فرهنگی در مرتبه چهارم نیازهای ابراز شده از طرف دختران قرار دارند. تنوع نیازهای ابراز شده قابل تأمل است.

مطابق نتایج جدول شماره (۲)، ملاحظه می‌شود که شرکت در فعالیت‌های تفریحی مانند اردو و مسافرت، مورد علاقه ۷۵/۵ درصد پاسخگویان می‌باشد. همچنین گوش دادن موسیقی و سرود و شرکت در جشن‌ها و میهمانی‌های شاد نیز به ترتیب مورد علاقه ۷۳/۲ درصد و ۶۳/۸ درصد پاسخگویان بوده است. در واقع نتایج آمده در جدول شماره (۲) که از سؤالات بسته استخراج گردیده است، مطابق نتایج جدول شماره (۱) می‌باشد که در آنجا نیز، مسافرت و گردش و تفریح در صدر نیازهای فرهنگی دختران نوجوان قرار داشت.

در یک جمع‌بندی کلی می‌توان گفت که در خصوص نیازهای فرهنگی، نوجوانان بیشتر به سمت و سوی انجام فعالیت‌های شاد و تفریحی متمایل هستند. نیاز به شادی و تفریح و جنب و جوش، مهمترین بخش از نیازهای فرهنگی نوجوانان را شکل می‌دهد. در خصوص فعالیت‌های مذهبی که در قالب دو مورد در جدول شماره (۲) آمده، ملاحظه می‌شود که نسبت علاقمندان به زیارت اماکن متبرکه (۵۱/۱ درصد) در مقایسه با نسبت علاقمندان به گوش دادن به نوارهای مذهبی و مداحی (۲۱/۵ درصد) بیش از دو برابر می‌باشد. در واقع، جنبه تفریحی و گردش و مسافرت نهفته

در زیارت اماکن متبرکه، آن را نسبت به گوش دادن به نوارهای مذهبی برای نوجوانان جذاب تر می سازد. این نکته می تواند در سیاستگذاری های فرهنگی و نظام برنامه ریزی و تخصیص بودجه های فرهنگی مورد توجه قرار گیرد؛ چرا که به نظر می رسد جهت ترویج مفاهیم دینی و مبانی ارزشی جامعه، برگزاری مراسم های مانند اردوهای تفریحی و زیارتی و انجام کارهای فرهنگی در آنها می تواند مثرتر باشد.

جدول (۲): توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب فعالیتهایی که برای اوقات

فراغت خود ترجیح می دهند

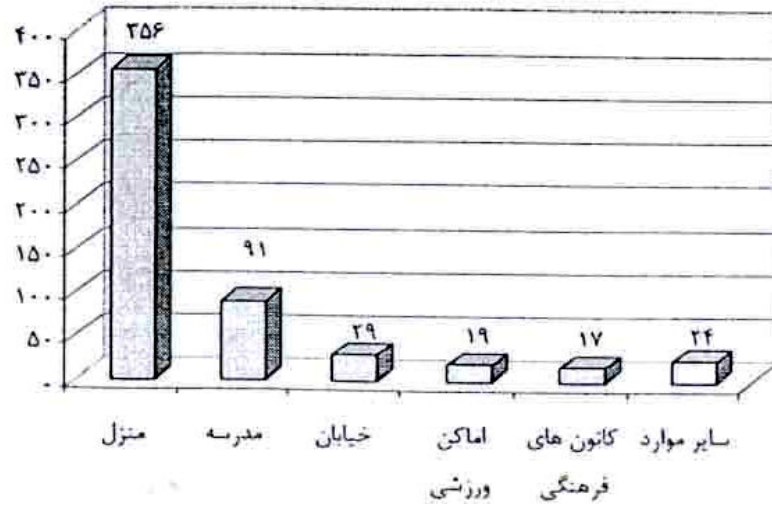
ردیف	فعالیت	بلی		خیر	
		درصد	فراوانی	درصد	فراوانی
۱	شرکت در فعالیت های تفریحی (اردو- مسافرت)	۷۵/۵	۳۷۵	۲۴/۵	۱۲۲
۲	گوش دادن به نوار موسیقی و سرود	۷۳/۲	۳۶۴	۲۶/۸	۱۳۳
۳	شرکت در جشن ها و میهمانی های شاد	۶۳/۸	۳۱۷	۳۶/۲	۱۸۰
۴	رفتن به سینما و تئاتر	۵۷/۹	۲۸۸	۴۲/۲	۲۰۹
۵	شرکت در فعالیت های ورزشی	۵۱/۳	۲۵۵	۴۸/۷	۲۴۲
۶	زیارت اماکن متبرکه	۵۱/۱	۲۵۴	۴۸/۹	۲۴۳
۷	رفتن به پارک	۴۹/۵	۲۴۶	۵۰/۵	۲۵۱
۸	تماشای تلویزیون	۴۵/۵	۲۲۶	۵۴/۵	۲۷۱
۹	مطالعه کتب و مجلات غیر درسی	۴۳/۹	۲۱۸	۵۶/۱	۲۷۹
۱۰	شرکت در فعالیت های هنری	۳۸/۸	۱۹۳	۶۱/۲	۳۰۴
۱۱	گوش دادن به نوار مذهبی و مداحی	۲۱/۵	۱۰۷	۷۸/۵	۳۹۰
۱۲	مطالعه کتب و مجلات ورزشی	۲۱/۱	۱۰۵	۷۸/۹	۳۹۲
۱۳	شرکت در فعالیت های اجتماعی (بسیج محله و...)	۱۷/۱	۸۵	۸۲/۹	۴۱۲

$$n = 497$$

پرسشی که در اینجا مطرح می‌شود این است که: نوجوانان اوقات فراغت خود را بیشتر در چه محیط‌هایی می‌گذرانند؟ به عبارت دیگر، فعالیت‌های فرهنگی و پاسخ به نیازهای فرهنگی دختران نوجوان در چه محیط‌هایی صورت می‌گیرد؟ اهمیت پاسخگویی بدین پرسش از آنجایی است که محیط فعالیت، علاوه بر امکانات فضای، به لحاظ روانی و فضای فرهنگی نیز از ویژگی‌های خاصی برخوردار است؛ چرا که فضا، محل مصرف فرهنگی است و مؤلفه‌های کالبدی بر نوع مصرف کالاها و خدمات فرهنگی تأثیرگذاراند.

با توجه به جدول شماره (۳)، ملاحظه می‌شود که برای ۷۱/۶ درصد پاسخگویان، منزل و محیط خانوادگی جای است که بیشترین ساعات اوقات فراغت خود را در آن می‌گذرانند. پس از منزل، مدرسه قرار می‌گیرد که ۱۸/۳ درصد پاسخگویان آن را به عنوان محیط اصلی گذران اوقات فراغت خود مشخص نموده‌اند. با مقایسه دو نسبت یاد شده، ملاحظه می‌شود که میان منزل و مدرسه به مثابه محیط اصلی گذران اوقات فراغت، نه یک تفاوت معنا دار، بلکه یک شکاف معنادار وجود دارد و تفاوت نسبت‌ها به ۵۳/۳ درصد می‌رسد.

نمودار شماره (۱): توزیع پاسخگویان بر حسب میزان گذران اوقات فراغت خود در محیط‌های مختلف (بر حسب بلی)



محیط‌های می مانند خیابان، اماکن ورزشی، کانون‌های فرهنگی یا سایر موارد نیز، همگی روی هم رفته حتی به اندازه مدرسه که با فاصله زیاد در مرتبه دوم قرار دارد، دختران را در خود درگیر نمی‌کنند.

جدول شماره (۳): توزیع پاسخگویان بر حسب محیط‌های گذران بیشترین ساعات

اوقات فراغت

ردی ف	محیط	بلی		خی‌ر	
		درصد	فراوانی	درصد	فراوانی
۱	منزل	۷۱/۶	۱۴۱	۲۸/۴	
۲	مدرسه	۱۸/۳	۴۰۶	۸۱/۷	
۳	خیابان	۵/۸	۴۶۸	۹۴/۲	
۴	اماکن ورزشی	۳/۸	۴۷۸	۹۶/۲	
۵	کانون‌های فرهنگی	۳/۴	۴۸۰	۹۶/۶	
۶	سایر موارد	۴/۸	۴۷۳	۹۵/۲	

$$n = 497$$

در مجموع، ملاحظه می‌شود که دختران نوجوان، بیشتر به فعالیت‌های تفریحی مانند گردش و مسافرت و در کل به فعالیت‌های شاد و تفریحی که در محیط بیرون خانه انجام می‌شود، علاقه دارند (جدول‌های ۱ و ۲). لیکن محیط اصلی گذران اوقات فراغت آنان «خانه» می‌باشد (جدول ۳). از این داده به ظاهر متناقض می‌توان دو نتیجه گرفت:

- شرایط بیرونی و امکانات موجود در شهر به هیچ وجه پاسخگوی نیازهای نوجوانان نیست و نمی‌تواند انرژی دختران نوجوان را در خود درگیر کرده و آنها را به سمت و سوی مطلوب هدایت کند. محیط‌هایی مانند اماکن ورزشی و کانون‌های فرهنگی، شمار بسیار کمی از پاسخگویان را جذب خود کرده است.

- «خانه»، محیط اصلی گذران اوقات فراغت و محیط اصلی مصرف فرهنگی بوده و در غیاب امکانات و شرایط مناسب بیرونی، خود به تنهایی بار اصلی گذران اوقات فراغت نوجوانان را بر عهده دارد.

محوریت یافتن خانه، آنجا اهمیت فزاینده‌ای می‌یابد که این نکته را لحاظ کنیم که در طی دو دهه اخیر، با ورود وی‌دئو، سی‌دی‌های متنوع و تجهیزات اینترنتی و ماهواره‌ای، خانواده‌ها به شدت در معرض ارزش‌ها و الگوهای جدیدی می‌باشند که بعضاً مغایر با ارزش‌ها و باورهای مذهبی و ملی و هنجارهای نهادینه

می باشد و بزرگترها با چالشی جدی در خصوص نحوه برخورد با نوجوانان مواجه می باشند.

علاوه بر محیط گذران اوقات فراغت و فضای مصرف فرهنگی، متغیر دیگری تعریف کننده و مؤثر بر نوجوانان، «گروه مرجع» آنان می تواند باشد؛ چرا که گروه مرجع، حتی با وجود جدایی مکانی و زمانی می تواند بر روی رفتارها و نگرش های افراد تأثیرگذار باشد و نوجوانان، الگوهای رفتاری و ارزشی خود را با آنان هماهنگ سازند. بر اساس نتایج بدست آمده در پژوهش حاضر که در جدول شماره (۴) آمده، خانواده و به طور خاص پدر و مادر مهم ترین گروه مرجع نوجوانان می باشد. بر اساس نتایج این جدول، ۵۹/۲ درصد پاسخگویان اعلام داشته اند که خانواده، مهم ترین الگوی رفتاری و ارزشی آنان را شکل می دهد. پس از خانواده، حلقه دوستان قرار می گیرد که ۱۵/۵ درصد پاسخگویان نیز آن را گروه مرجع اصلی خود عنوان نموده اند. محوریت داشتن خانواده به عنوان گروه مرجع، می تواند هماهنگ با محوریت یافتن «خانه» به عنوان محیط گذران اوقات فراغت عمل کند. در واقع، خانه و خانواده ایرانی، مهم ترین و کانونی ترین جایگاه را در بحث نحوه پاسخگویی به نیازهای فرهنگی نوجوانان دارد. این خانواده است - نه مدرسه یا محیط اجتماعی - که امکانات مختلف جهت پاسخگویی به نیازهای فرهنگی نوجوانان را فراهم می آورد و از این رو می توان گفت که مصرف فرهنگی در ایران، به شدت تحت تأثیر خانواده و موقعیت اقتصادی و شرایط فرهنگی آن است.

جدول شماره (۴): توزیع فراوانی دانش آموزان دختر بر حسب نوع گروه مرجع آنان

ردیف	مورد مطرح شده	بلی		خیری	
		درصد	فراوانی	درصد	فراوانی
۱	خانواده	۵۹/۲	۲۹۴	۲۰/۳	۴۰/۸
۲	دوستان	۱۵/۵	۷۷	۴۲/۰	۸۴/۵
۳	هیچکس	۱۴/۵	۷۲	۴۲/۵	۸۵/۵
۴	شخصیت های مذهبی	۱۱/۵	۵۷	۴۴/۰	۸۸/۵
۵	بزرگان ادبی و فرهنگی ایران	۹/۱	۴۵	۴۵/۲	۹۰/۹
۶	هنر پی شه های داخلی	۴/۸	۲۴	۴۷/۳	۹۵/۲

خیر		بلی		مورد مطرح شده	ردی ف
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی		
۹۶/۲	۴۷۸	۳/۸	۱۹	همکلاسی‌ها	۷
۹۶/۸	۴۸۱	۳/۲	۱۶	هنرپیشه‌های خارجی	۸
۹۷/۴	۴۸۴	۲/۶	۱۳	ورزشکاران	۹
۹۴/۶	۴۷۰	۵/۴	۲۷	سایر موارد	۱۰

n=۴۹۷

علی‌رغم آن که طی سال‌های اخیر، رسانه‌های جدید نظیر اینترنت و ماهواره وارد بسیاری از خانه‌ها شده‌اند، براساس نتایج تحقیقات، خانواده ایرانی، همچنان مهم‌ترین منبع الهام و حمایت عاطفی نوجوانان می‌باشد و الگوها و چارچوب‌های ارزشی بنیادین را در اختیار آنان قرار می‌دهد. در جدول شماره (۴) ملاحظه می‌شود که موردی مانند هنرپیشه‌های خارجی، حتی نسبت به هنرپیشه‌های داخلی در موقعیت پائین‌تر قرار می‌گیرد و شخصیت‌های مذهبی، بالاتر از این دو گروه بر نوجوانان تأثیر دارند. این امر بر هژمونی هویت فرهنگ ایرانی و غلبه عناصر ایرانی در شکل دهی به هویت و شخصیت نوجوانان دلالت دارد.

در این تحقیق از پاسخگویان خواسته شد تا پیشنهادات و راهکارهای خود را در خصوص اقدامات مورد نیاز جهت برآورده ساختن نیازهای نوجوانان مطرح نمایند. سؤال به صورت باز مطرح گردید و پس از گروه بندی موارد طرح شده، نتایج جدول شماره (۵) به دست آمد. بیشترین راهکارها و مواردی که دختران نوجوان مطرح نمودند در راستای لزوم توجه و درک و احترام بیشتر به آنان بود که ۳۲/۵۳ درصد پاسخگویان را شامل می‌گردید. «افزایش امکانات و تجهیزات» و همچنین «رسیدگی و توجه به نیازهای دانش آموزان» به ترتیب مورد توجه ۲۷/۹ و ۱۳/۶۲ درصد پاسخگویان بوده است.

در صورتی که موارد دو دسته «لزوم توجه و درک و احترام بیشتر» و «رسیدگی و توجه به نیازهای دانش آموزان» را در هم ادغام کنیم، گروه بندی جدیدی به دست خواهد آمد که ۴۶/۱۵ درصد پاسخگویان را در خود جای می‌دهد. نسبت مذکور نشان می‌دهد که نوجوانان، بیشتر خواهان توجه به نیازهای روحی- روانی خود هستند تا گرفتن امکانات مادی.

داده‌های جدول‌های شماره (۱) و شماره (۵) کاملاً هماهنگ با هم بوده و یکدیگر را تقویت می‌کنند. بر اساس نتایج این دو جدول، می‌توان چنین نتیجه گرفت که مهمترین نیازهای دختران نوجوان، نیازهای عاطفی-روانی آنان می‌باشد. دختران می‌خواهند بیشتر مورد توجه پدر و مادر و سایرین قرار گیرند و دغدغه‌ها، نیازهای عاطفی و سلیقه‌ها و نظراتشان در کانون توجه دی‌گران قرار گیرد. آنان بیشتر به دنبال همدلی هستند تا تزیین پول و دادن امکانات و تجهیزات فیزیکی. از این رو است که در اقدامات مورد نیاز، باز هم اقداماتی را در صدر قرار می‌دهند که معطوف به هویت شخصی و نیازهای روانی-عاطفی آنان باشد. در اصل، آنان بیشتر در پی تغییری در رفتار و نگرش دی‌گران هستند تا دگرگونی اساسی در برنامه‌ریزی و نظام تخصیص اعتبار و امکانات.

جدول (۵): پی‌شنهاد پاسخ‌گویان در مورد اقدامات مورد نیاز از سوی

مسئولین

ردیف	نوع اقدامات	مورد	درصد	
	افزایش امکانات و تجهیزات (تفریحی، آموزشی و...)	<ul style="list-style-type: none"> - امکانات و تجهیزات علمی و آموزشی (۸/۸۱) - امکانات رفاهی- تفریحی (۷/۹) - ایجاد امکانات برای نوجوانان (۵/۹۶) - بردن به اردو و مسافرت (۱/۴۳) - دادن امکانات بیشتر به دخترها (۱/۱۷) 	<ul style="list-style-type: none"> - دادن امکانات ورزشی و تفریحی برای ورزش (۰/۷۸) - دادن بودجه بیشتر (۰/۷۸) - ایجاد کتابخانه و سالن مطالعه (۰/۲۶) 	۲۷/۰۹
	بهبود برنامه‌ریزی و مدیریت	<ul style="list-style-type: none"> - رسیدگی به وضعیت جامعه (۰/۲۶) - برنامه‌ریزی اصولی (۲/۸۵) - اولویت دادن به نیازهای حیاتی و مهم (۰/۲۶) - رسیدگی به مشکل اشتغال جوانان (۰/۲۶) 	<ul style="list-style-type: none"> - استفاده درست از کمک‌های مردمی (۰/۱۳) - تشویق و ترغیب دانش‌آموزان به کتابخوانی (۰/۱۳) 	۳/۸۹
	آموزش بهتر	<ul style="list-style-type: none"> - بهبود شیوه تدریس (۳/۸۹) - بالا بردن سطح اطلاعات (۱/۳) - آسان‌تر و بهتر کردن درس‌ها (۱/۱۷) - آموزش والدین (۱/۰۴) - وجود مشاور (۱/۰۴) - بالا بردن سطح فرهنگ (۰/۹) - حل مشکلات کنکور (۰/۹) 	<ul style="list-style-type: none"> - دادن آگاهی در رابطه با مسائل جامعه (۰/۷۸) - عملی بودن مطالب درسی (۰/۶۵) - راهنمایی دانش‌آموزان (۰/۴) - بکارگیری شیوه‌های درست تربیتی (۰/۲۶) - کمتر کردن امتحانات (۰/۲۶) - آشناسازی دانش‌آموزان با مشاغل مختلف (۰/۱۳) - برگزاری کلاس‌های تقویتی (۰/۱۳) 	۱۲/۸۵
	توجه و درک و احترام بیشتر	<ul style="list-style-type: none"> - توجه به نظرات دانش‌آموزان (۱۴/۷۷) - همفکری، همکاری و مشورت با دانش‌آموزان (۴/۷۹) - درک کردن نوجوانان (۳/۸۹) - توجه و احترام به شخصیت دانش‌آموزان (۲/۴۶) - تشویق و جایزه دادن (۰/۱۳) 	<ul style="list-style-type: none"> - ایجاد اعتماد به نفس (۰/۷۸) - رفتار بهتر دبیران (۰/۶۵) - رفتار خوب کادر مدرسه (۰/۴) - بها دادن به دانش‌آموزان ممتاز (۰/۱۳) - اعتماد کردن به دانش‌آموزان (۰/۱۳) 	۳۲/۵۳

درصد	مورد	نوع اقدامات	ردی ف
		- دوست بودن با دانش آموزان (۲/۳۳) - کمک گرفتن از دانش آموزان (۱/۱۷) - عدم تفاوت گذاری و تبعیض میان دانش آموزان (۰/۹)	
۴/۰۴	- سختگیری کمتر (۰/۴)	- دادن آزادی بیشتر (بیان، اندیشه، رفتار) (۲/۵۹) - خارج کردن مدرسه از حالت زندان (۰/۶۵) - آسان‌گیری در خصوص حجاب (۰/۴)	دادن آزادی عمل بیشتر
۱/۸۲	- ایجاد انگیزه (۰/۱۳) - جلوگیری از افسردگی دانش آموزان (۰/۲۶)	- فراهم کردن زمینه رشد و ترقی (۰/۵۲) - فراهم کردن محیطی آرام در مدرسه (۰/۵۲) - جلوگیری از ایجاد اضطراب (۰/۲۶) - ایجاد فضای مناسب در مدارس (۰/۱۳)	فراهم آوردن زمینه‌های پیشرفت و ارتقا
۱۳/۶۲	- تلاش در جهت برآوردن نیازهای نوجوانان (۰/۴)	- رسیدگی به نیازهای دانش آموزان (۸/۲۹) - رسیدگی به مشکلات دانش آموزان (۲/۴۶) - توجه به نیازهای معنوی (۱/۱۷) - رسیدگی به نیازهای روحی-عاطفی (۰/۹) - توجه به وضعیت مالی دانش آموزان (۰/۴)	رسیدگی و توجه به نیازهای دانش آموزان
۴/۱۷	- دادن وقت استراحت بیشتر (۰/۱۳) - الگو شدن مسئولان برای نوجوانان (۰/۱۳) - برگزاری جشن‌های با شکوه (۰/۱۳)	- عمل به وعده‌ها (۱/۷) - برقراری امنیت (۱/۳) - درگیر کردن دانش آموزان در کارهای علمی-عملی (۰/۵۲) - برگزاری جلسات بحث و گفتگو (۰/۲۶)	سایر
۱۰۰		جمع	

$$n=772$$

۶) نتایج گیری

زندگی انسانی به مراحل نوزادی، کودکی و نوجوانی، جوانی یا اوایل بزرگسالی، میانسالی و کهنسالی طبقه‌بندی می‌شود. دوره نوجوانی همراه با پدیده‌دار شدن نیازهای مختلفی است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که دختران نوجوان دارای نهادهای متنوع و گسترده‌ای هستند. ۵۷ نیاز ابراز شده از سوی نوجوانان در قالب چهارگروه طبقه‌بندی شده است. در ارتباط با انواع نیازها، دختران نوجوان، نیازهای عاطفی را در اولویت قرار می‌دهند. از آنجایی که گروه مورد مطالعه، همگی در سن نوجوانی قرار دارند و نوجوان هنوز خود را در دل خانواده و گروه همسالان تعریف

می‌کند، این یافته را می‌توان با شرایط سنی آنان هماهنگ دانست. انجام مطالعه‌ای دی‌گر بر روی دختران جوان، می‌تواند اولویت‌بندی نیازها را در میان سایه‌گروه‌های سنی نشان دهد. به احتمال زیاد، با بالاتر رفتن سن، اولویت‌بندی نیازها نیز تغییری می‌کند و بر سطح نیازهای فرهنگی - اجتماعی افراد افزوده می‌شود. همچنین برای دخترانی که در سن کنکور و تحصیلات دانشگاهی هستند، نیازهای آموزشی می‌تواند پررنگ‌تر باشد. در واقع، سنی یکی از متغیرهای تأثیرگذار بر روی نوع و سطح نیازها است. لیکن آنچه که به احتمال زیاد در میان گروه‌های سنی مختلف و از جمله دختران نوجوان همانند است، جایگاه کانونی خانواده در تعریف هویت شخصی افراد و نحوه پاسخگویی به نیازهای آنان می‌باشد.

خانواده‌ای رانی محیطی است که علاوه بر برآورده کردن بخش عمده نیازهای عاطفی افراد، محیط آموزش و افزایش سرمایه فرهنگی نوجوانان نیز می‌باشد. همچنین بی‌شتری امکانات گذران اوقات فراغت نیز توسط خانواده فراهم آمده و نوجوان بی‌شتری ساعات گذران اوقات فراغت خود را در محیط آن سپری می‌کند. خانواده از یک سو گروه مرجع اصلی نوجوان بوده و از سوی دیگر از آن انتظار بذل توجه و احترام می‌رود. به نظر می‌رسد در سیاستگذاری‌هایی که در حوزه فرهنگی - اجتماعی صورت می‌پذیرد، می‌بایست به اهمیت خانواده در نحوه پاسخگویی به نیازهای متنوع نوجوانان و جوانان توجه ویژه‌ای شده و همواره جهت درگیری کردن خانواده در برنامه‌های فرهنگی، تفریحی و آموزشی سهمی برای آن قائل شد.

به لحاظ طبقه‌بندی نیازها، بر اساس نظریه مازلو و بر اساس نتایج حاصل از پژوهش فعلی، می‌توان چنین استنتاج نمود که نیازهای دختران نوجوان، در طبقه‌بندی مازلو در حد فاصل بین نیازهای عشق و تعلق و اجتماعی قرار دارد. به بیان دیگر، دختران نوجوان تمایل دارند در بستر خانواده، مورد درک عمیق‌تر واقع شده و با قرار گرفتن در چتر حمایت عاطفی و روانی خانواده، زمینه‌های مناسب جهت حضور در زندگی اجتماعی و کسب موقعیت و تأیید اجتماعی برای‌شان فراهم گردد. درخواست آزادی‌های بی‌شتر، درک و اعتماد بی‌شتر توسط اولیاء مدرسه و خانواده و جامعه، احترام و تأیید اجتماعی و فراهم کردن زمینه‌های لازم برای

تجربه و مساعد ساختن گسترش روابط اجتماعی، همگی مؤید این مطلب است که دختران نوجوان در مرحله رشد روانی-اجتماعی خود، ضمن محور دانستن خانه و خانواده، خواستار مساعدتر بودن زمینه‌های اجتماعی برای ای‌نمای نقش می‌باشند. بر اساس یافته‌های کلیدی مذکور، نظام خانواده و نظام اجتماعی می‌توانند با اتخاذ تدابیر لازم، فرآیند انتقال از زندگی خانوادگی به زندگی اجتماعی را تسهیل نمایند. دختران نوجوان در مقایسه دو نظام خانواده و جامعه، محیط خانواده را به مراتب مساعدتر دریافته‌اند. به بیان دیگر، ما شاهد شکل‌گیری نسلی از دختران هستیم که ضمن تعلق به نظام خانواده، تمایل دارند الگوها و مدل‌های بی‌از جامعه جدی‌تر را تجربه نمایند. تجربه‌ای که در برخی از موارد با الگوهای ارزشی و هنجاری خانوادگی آنان ناهمخوان است. حال این پرسش مطرح می‌باشد که تا چه حد ساختارهای اجتماعی قابلیت انعطاف‌پذیری جهت تحقق انتظارات جوانان را دارا می‌باشند؟ پاسخ به این پرسش بنیادین مستلزم مطالعات عمیق‌تری می‌باشد تا بتوان تناسب بین کاهش کنترل اجتماعی در سطح جامعه و تحقق آزادی عمل بیشتر را با حفظ راهبرد ثبات اجتماعی و سیاسی برقرار ساخت. به همین دلیل، پیشنهاد می‌شود مدی‌ریت حوزه آموزش و پرورش و دی‌گر سازمان‌های اجتماعی، به عنوان مکمل خانواده‌ها در تربیت اجتماعی، ساختارها و شرایط لازم را فراهم نمایند تا فرآیند رشد روانی-اجتماعی نوجوانان دختر به صورت پیوسته، مراحل تکاملی خود را پیمایند.

مهی‌نبودن شرایط و بسترهای اجتماعی و محور ماندن خانواده در ای‌ن مسی‌ر، موجب شکاف بین نظام آموزشی و خانواده می‌شود. به طوری که جامعه‌پذیری نوجوانان دچار مشکل شده و تربیت اجتماعی ای‌شان محقق نخواهد شد. نکته مهم در متناسب‌سازی فضای خانواده در فرآیند رشد، افزایش میزان اعتماد نوجوانان به محیط اجتماعی است. به طوری که ای‌ن گروه بالنده اجتماعی احساس نمایند که ساختارها و شبکه روابط اجتماعی طوری تعبیه شده‌اند که آنان را به مسی‌ر سعادت رهنمون سازند. در صورت عدم تحقق شرایط مذکور، معضل بی‌گانگی اجتماعی در سطح کلان شکل خواهد گرفت و در ارتباط با خانواده و

مدرسه، موضوع مدرسه‌گری‌زی و بی‌زاری از مدرسه به عنوان یکی از چالش‌های مهم تربیتی در خواهد آمد.

نکته مهم در فرآیند تربیت اجتماعی، شکل‌گیری هویت فرهنگی - اجتماعی و شخصیت اجتماعی تأثیرپذیری از گروه‌ها و اشخاص مرجع رفتاری می‌باشد. براساس نتایج مطالعه فعلی، جایگاه اشخاص ذی نفوذ اجتماعی و گروه‌های مرجع در حد شایسته نیست. ترجیح نوجوانان در انتخاب گروه مرجع از بین اعضای خانواده و نامناسب بودن موقعیت اشخاص و گروه‌های اجتماعی، نشانگر ناکافی بودن چسبندگی حلقه اتصال بین خانواده و جامعه در تربیت اجتماعی نوجوانان می‌باشد. به منظور جامعه‌پذیری موفق نوجوانان، پیشنهاد می‌شود مرحله الگوسازی برای نوجوانان، مورد توجه ویژه رسانه‌های جمعی و مسئولان آموزش رسمی در دو حوزه آموزش و پرورش و مؤسسات آموزش عالی قرار گیرد تا فرآیند ادغام و پذیرش اجتماعی برای نوجوانان با سهولت بیشتری صورت گیرد. بسترسازی نامناسب جهت تحقق مطلوب فرآیند ادغام اجتماعی نوجوانان، مستلزم آمادگی نهادها و سازمان‌های اجتماعی و فرهنگی و اقتصادی است. گسترش امکانات و تسهیلات فرهنگی بیشتری برای پاسخگویی به نیازهای متنوع فرهنگی و آموزشی دختران نوجوان، بهبود کارکرد سازمان‌های آموزشی و دیگر سازمان‌های اجتماعی را طلب می‌کند. بازنگرایی در رسالت‌ها و مأموریت‌های سازمان‌های آموزشی و فرهنگی، طراحی و تدوین برنامه‌ریزی‌های فرهنگی ویژه دختران نوجوان و مدی‌ریت فرهنگی توانمندتر و کارآمدتر می‌تواند در آینده راهگشا باشد.

۷) پی‌شنهادات

۷-۱) پی‌شنهادات اجرایی

- مساعد ساختن زمینه‌های پذیرش اجتماعی نوجوانان دختر در جامعه و فراهم کردن حضور اجتماعی دختران از طریق توجه به نظرات و نگرش‌های آنان و عملی ساختن مشارکت اجتماعی؛

- توجه بیشتر به نیازهای فراغتی دختران نوجوان به ویژه در موضوعاتی چون انجام سفر و فعالیت‌های تفریحی و افزایش فعالیت‌ها و خدمات فراغتی انبساط-آور؛
- اهتمام بیشتر رسانه‌های جمعی و سازمان‌های آموزشی جهت معرفی اشخاص و گروه‌های مرجع رفتاری در ابعاد اجتماعی، عملی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی؛
- گسترش مکان‌ها، فضاها و مؤسسات خدمات فراغتی ویژه دختران؛
- سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی در زمینه کاهش تعارض خانواده و جامعه؛
- اتخاذ سیاست توسعه اجتماعی جهت افزایش حضور دختران در شبکه‌های متنوع روابط اجتماعی؛
- با توجه به خواسته دختران نوجوان مبنی بر کسب محبت بیشتر پدر و مادر، پی‌شهاد می‌شود کارکرد خانواده را در ابعاد عاطفی و احساسی فرزندان مورد بازنگری قرار داده و با تعامل بیشتر با فرزندان و سپری کردن اوقات فراغت و ارتقاء کیفیت روابط خانوادگی، کاستی‌های مطرح شده مرتفع گردد.

۲-۷) پی‌شهادات پژوهشی

- با توجه به پی‌چیدگی و گستردگی نیازهای فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و روانی، ضرورت دارد هر یک از ابعاد به صورت جداگانه مورد مطالعه قرار گیرد.
- انجام مطالعات کیفی در زمینه نیازها، شناخت عمیق‌تری از موضوع را به سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان ارائه می‌کند.
- پی‌شهاد می‌شود مطالعه مقایسه‌ای در خصوص نیازهای فرهنگی و اجتماعی دختران نوجوان روستایی و شهری انجام گیرد.
- بررسی کارآیی و عملکرد نهادهای اجتماعی در پاسخگویی به نیازهای فرهنگی و اجتماعی می‌تواند هدف تحقیق مستقلی باشد.
- بررسی و توصیف و تبیین میزان شکاف میان خانواده و جامعه به عنوان هدفی پژوهشی پی‌شهاد می‌گردد.

- بررسی راهبردهای متناسب‌سازی انتظارات اجتماعی دختران با ساختارهای اجتماعی می‌تواند جهت کاهش شکاف میان وضع موجود و وضع مطلوب و ارضای نیازها، بینشی مفید ارائه دهد.

فهرست منابع

- ◀ بی‌رو، آلن (۱۳۶۶)، «فرهنگ علوم اجتماعی»، (باقر ساروخانی)، تهران، انتشارات کی‌پهان.
- ◀ دهخدا، علی اکبر (۱۳۷۳)، «لغت نامه دهخدا»، تهران، انتشارات کی‌پهان.
- ◀ رفیع پور، فرامرز (۱۳۶۴)، «جامعه روستایی و نیازهای آن: پژوهشی در ۳۲ روستا از استان یزد»، تهران، شرکت سهامی انتشار.
- ◀ روشه، گی (۱۳۷۶)، «جامعه شناسی تالکوت پارسونز»، (عبد الحسین نیک گهر)، تهران، انتشارات تیبان.
- ◀ سیاسی، علی اکبر (۱۳۷۵)، «نظریه‌های مربوط به شخصیت»، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
- ◀ شعاری نژاد، علی اکبر (۱۳۶۴)، «فرهنگ علوم رفتاری»، تهران، انتشارات امیرکبیر.
- ◀ شعبانی فمی، حسین (۱۳۸۰)، «تحلیلی بر فرآیند تعین نیازهای آموزشی - ترویجی زنان روستایی»، «ماهنامه جهاد»، ش ۲۴۳، ۲۴۴ و ۲۴۵.
- ◀ عباس‌زادگان، محمد و ترک‌زاد، جعفر (۱۳۷۹)، «نیازسنجی آموزشی در سازمان‌ها»، تهران، شرکت سهامی انتشار.
- ◀ فتحی، کوروش (۱۳۷۵)، «نیازسنجی در برنامه‌ریزی آموزشی و درسی»، تهران، انتشارات اداره کل تربیت معلم و آموزش نیروی انسانی وزارت آموزش و پرورش.
- ◀ لطف آبادی، حسین (۱۳۷۹)، «روانشناسی رشد»، تهران، انتشارات سمت.
- ◀ مازلو، آبراهام اچ (۱۳۷۲)، «انگیزش و شخصیت»، (احمد رضوانی)، مشهد، انتشارات آستان قدس رضوی.
- ◀ نجفی، ابوالحسن (۱۳۷۸)، «فرهنگ فارسی عامیانه»، تهران، انتشارات نی‌لوفر.
- ◀ الوانی، سید مهدی (۱۳۷۰)، «مقاله پژوهشی در زمینه برخی از مشکلات سازمانی و عدم ارضای نیازهای کارکنان»، مقاله‌هایی درباره مبانی رفتار سازمان و انگیزش، تهران، انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی.
- Mc Caslin, N.L Tibeziinda, Jovan P (1997) "Assessing target group needs", Rome, FAO [Online document] URL: <http://www.fao.org/docrep/W5830E/w5830e07.htm> (as seen 6. March 2004)
- Sand hu, D. S (1994), "An examination of the psychological needs of the international students: Implications for counselling and

psychotherapy”, **International Journal for the Advancement of
Counselling**, 17 (4).