تبیین نقش خانواده، مدرسه و گروه‌های مرجع در نیازهای اجتماعی و فرهنگی دانش‌آموزان

علیرضا قبادی[1]

تاریخ دریافت: ۹۲/۵/۲۷ تاریخ پذیرش: ۹۲/۳/۲۰

چکیده

در دهه‌های اخیر، با توجه به اهمیت نیازهای اجتماعی و فرهنگی به ویژه در بین نوجوانان و جوانان، نقش خانواده، مدرسه و گروه‌های مرجع در تعیین نیازهای جوانان مورد توجه اندیشمندان و صاحب‌نظران علوم انسانی- اجتماعی قرار گرفته است. بر این مبنا، هدف اساسی این مطالعه شناسایی مهم‌ترین نیازهای اجتماعی و فرهنگی و نقش گروه‌های مرجع در اولویت‌بندی این نیازها در بین دانش آموزان می‌باشند.

این مطالعه از نوع پیمایش اجتماعی بوده و برای جمع آوری داده‌های تحقیق از تکنیک پرسشنامه استفاده شده است. برای تعیین اعتبار ضریب همسازی درونی گویه‌های مربوط به شاخص‌های مختلف نیازهای اجتماعی و فرهنگی از طریق ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شد که بر اساس نتایج حاصله، میزان آلفای کلیه شاخص‌ها بالاتر از ۰.۷۰ و نمایانگر اعتبار بالای شاخص‌های ابزار اندازه‌گیری است. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه دانش‌آموزان پسر و دختر مقطع متوسطه شهر کاشان در سال تحصیلی ۹۲-۱۳۹۱ می‌باشد. با استفاده از فرمول نمونه‌گیری کوکران ۴۰۵ دانش آموز به عنوان حجم نمونه به روش تصادفی انتخاب و مورد بررسی قرار گرفته‌اند. نتایج تحقیق بیانگر نقش اساسی معلمین در تعیین اولویت نیازهای اجتماعی و فرهنگی دانش‌آموزان می‌باشد. پس از آن، دوستان همکلاسی و خانواده در این ارتباط نقش اساسی داشته‌اند.

واژه‌های کلیدی: نیازهای اجتماعی و فرهنگی، خانواده، مدرسه، گروه مرجع، دوستان.

۱. استادیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه خوارزمی ghobadidr@gmail.com

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-10-09]

[DOR: 20.1001.1.26766728.1391.9.4.7.9]

مقدمه

عدم شناخت نیازها و به‌ویژه ناشناخته ماندن نیازهای نوجوانان و جوانان و در نتیجه عدم تلاش جهت رفع آن نیازها، مسئله‌ای است که همواره تبعات منفی هم برای این گروه و هم برای کل جامعه دربرداشته است (اسلر و همکاران[1]، ۲۰۰۱). عدم پاسخگویی به این نیازها مانع از سیر عادی روند جامعه‌پذیری آن‌ها می‌شود و بالطبع منجر به ناکارآیی آن‌ها در عرصه‌های مختلف اجتماعی، فرهنگی و آموزشی خواهد شد.

علاوه بر آن، جامعه‌پذیر کردن جوانان و متناسب‌سازی مجموعه رفتارهای خانواده با نیازهای آن‌ها که تولیدکنندگان و مدیران فردای نزدیک و دور جامعه‌اند و هم‌سازی این فرایند مهم جامعه‌پذیری با آنچه در نظام آموزشی و پرورشی رسمی می‌گذرد، از ضروریات مهم جامعه به شمار می‌آید. بستر اصلی چنین رویکردی نیز لزوماً نگاه به جوانان به عنوان انسان‌هایی فعال، مولد، صاحب حق و رأی و دارای قدرت کافی برای مشارکت در امور و به‌خصوص در حل مسائلی که به خود آن‌ها مربوط می‌شود، است (صدیق سروستانی، ۱۳۸۳).

مفهوم نیاز از این حقیقت مسلم نشأت می‌گیرد که تداوم و بقای موجود زنده، مشروط به تهیهٔ لوازمی است که حیات، سلامت و رفاه آن‌ها را تأمین و تضمین می‌کند. عدم درک به‌موقع و کم‌توجهی به برآورد نیازها، فرد را با مشکلات زیادی رو به رو می‌کند و او را در ورطهٔ سقوط از عالم انسانیت قرار می‌دهد (قربانی و قمری،۱۳۸۱:۷). انسان در مقابل مجموعه نیازهایی که دارد، عکس‌العمل‌های مختلفی نشان می‌دهد، برای بعضی از آن‌ها اهمیت بیشتری قایل می‌شود و توجه زیادی از خود نشان می‌دهد، مانند نیاز به غذا، پوشاک، نیاز به احترام، نیازهای روحی و ... و به بعضی از نیازها اهمیت کمتری می‌دهد. 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 آن‌ها تلاش می‌کنند تا در قالب برنامه‌های مختلف، طیف وسیعی از این نیازها را پاسخ دهند. موفقیت این نهادها و سازمان‌ها در مرحلهٔ نخست، منوط به داشتن اطلاعات دقیق از نیازهای احساس شده و ابراز شده توسط مخاطبان است؛ به همین دلیل، انجام

1 . Osler Et.Al.

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-10-09]

[DOR: 20.1001.1.26766728.1391.9.4.7.9]

مطالعات مختلف جهت سنجش نیازهای آنان، به‌ویژه دانش‌آموزان که در حساس‌ترین دوران زندگی خود به سر می‌برند، از اهمیت خاصی برخوردار است. در این خصوص، وظیفهٔ سازمان‌های برنامه‌ریزی اجتماعی و فرهنگی است که همواره به واقعیت نیازهای انسانی و سلسله مراتب آن و نیز تقدّم و تأخر نیازها توجه کند؛ زیرا نیازها زمینهٔ بسیار مهم و مؤثر در روابط و گرایش‌های رفتار جمعی و گروهی است. در واقع، «نیاز» می‌تواند محرّک رفتار و یکی از نقاط کانونی فکر و اندیشهٔ مردم باشد (امام‌جمعه، ۱۳۸۸: ۱۰۶)؛ از این رو، نیازسنجی برای شناسایی نیازهای مهم، مبنای مناسبی برای تعیین اهداف قلمداد می‌شود و جزء جدایی‌ناپذیر برنامه‌ریزی راهبردی محسوب می‌گردد (یار محمدیان و بهرامی، ۲۰۰۴: ۵۲-۴۹).

بر این مبنا، هدف اساسی مطالعهٔ حاضر، یافتن پاسخ برای این پرسش اصلی است که نیازهای فرهنگی در ابعاد اجتماعی، آموزشی و هنری و تفریحی جوانان جامعه (دانش‌آموزان مقطع متوسطه) و اولویت‌های اصلی آنان در ارتباط با این نیازها چیست؟

مباحث نظری

۱. نیاز

فن‌هرمان (۱۳۸۱) معتقد است نیاز[1] احساس کمبود همراه با کوشش در جهت برطرف کردن آن است (فن هرمان به نقل از رفیع‌پور، ۱۳۶۴: ۱۴). تیبوریتوس (۱۹۱۴) نیاز را کشش برای جبران ناهماهنگی روحی و دست‌یابی به تعادل روانی تعریف کرده است. در فرهنگ علوم رفتاری، واژهٔ نیاز به عنوان حالتی در نظر گرفته شده است که با احساس فقدان یا خواستن چیزی یا لزوم انجام دادن کاری مشخص می‌شود و یا هیجان و اضطرابی است که در موجود زنده به علت کمبود درونی یا بیرونی ایجاد می‌شود. هنری الکساندر، نیازها را نیرویی می‌داند که از ذهنیت و ادراک آدمی سرچشمه می‌گیرد و اندیشه و عمل را چنان تنظیم می‌کند که فرد به انجام رفتاری می‌پردازد تا وضع نامطلوبی را در جهتی معین تغییر دهد و حالت نارضایتی را به رضایت و ارضای نیاز تبدیل کند. لیوکرت، نیازها را دارای پنج ویژگی بیان کرده است: احساس کمبود، تصور نامشخص از چاره، کشاکش، تشخیص جهت و تشخیص شیء مطلوب (حاجیانی، ۱۳۸۱: ۱۴).

1 . Need

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-10-09]

[DOR: 20.1001.1.26766728.1391.9.4.7.9]

پارسونز، جامعه‌شناس کارکردگرای ساختی، انواع نیازهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی را از یکدیگر متمایز می‌سازد. از نظر او، محور نیازهای فرهنگی و اجتماعی، «نفوذ در تعاملات و اندیشه و پای‌بندی به ارزش‌ها» است (روشه، ۱۳۷۶: ۱۳۵). از نظر پارسونز، شیوه یا طریق ارضای نیازها، توسط نظام هنجاری جامعه وضع می‌شود؛ به همین دلیل، در عین تشابه نیازهای انسانی در نظام‌های مختلف اجتماعی، طریقهٔ تأمین نیازها با یکدیگر تفاوت دارد.

نیازهای انسانی با یکدیگر مرتبط است و در تأمین آنها لازم است به هماهنگی نیازها توجه لازم مبذول شود. برگمن تأکید دارد که حتی مهم‌ترین ارزش‌های یک فرهنگ، اگر با نیازهای بیولوژیکی انسان‌های آن در تضاد باشد، دیر یا زود ارزش خود را از دست می‌دهد؛ به این معنی که مثلاً ارزش‌های ایدئولوژیکی در یک جامعه، هر چند که در یک زمان با ارزش باشند و مردم را جذب خود نمایند، اما در صورتی که نتوانند به ارضای بهتر نیازهای بیولوژیکی مردم آن جامعه کمک کنند و یا حتی مانع ارضاء آن نیازها گردند، در آن صورت آن ارزش‌های ایدئولوژیک، ارزش خود را در نظر مردم از دست خواهند داد. مهم‌ترین منشأ ارزش‌ها، حتی برای انسان‌های مسن، علی‌الاصول نیازها هستند. هر آن چیزی که انسان به آن نیاز داشته باشد، برای او با ارزش می‌شود و این فقط شامل نیازهای جسمی نیست، بلکه نیاز به احترام و نیاز به روابط اجتماعی و دیگر نیازها را دربرمی‌گیرد؛ برای مثال، اگر یک پدیده یا وسیله برای یک فرد موجب کسب احترام شود، آن پدیده با ارزش تلقی می‌شود. بدین ترتیب، نیاز به تولید ارزش می‌انجامد. از طرف دیگر، نیازهای انسان‌ها همیشه بلافاصله بدون وسیله و ابزار ارضاء نمی‌شوند، بلکه این کار طی مراحل و با وسیله‌های مختلف و مکمل انجام می‌گیرد، لذا هر وسیله‌ای که به انسان کمک کند تا بتواند توسط آن یک مرحله به ارضای نیازهایش نزدیک‌تر شود، آن وسیله نیز با ارزش می‌گردد (رفیع‌پور، ۱۳۸۲: ۲۷۲-۲۷۰).

۱-۱. عوامل مؤثر در ایجاد نیاز

نیازهای اظهار شده، در زمینه‌ها و فضاهای خاصی پدیدار می‌شوند. نخستین زمینهٔ تأثیرگذار، زمینهٔ روان‌شناختی فرد است. در دورهٔ نوجوانی، رشد بدنی، هورمونی و مغزی دچار تحول می‌شود. افزایش ناگهانی قد و وزن، آشکارترین علامت اولیهٔ بلوغ است

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-10-09]

[DOR: 20.1001.1.26766728.1391.9.4.7.9]

(لطف‌آبادی، ۱۳۷۹: ۶۱). این دوره، ویژگی‌ها و خصوصیات جدیدی برای فرد به ارمغان می‌آورد.

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

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

زمینهٔ دیگری که به نیازها شکل می‌بخشد و امکان بروز و ظهور آن‌ها را فراهم می‌آورد، محیط اجتماعی است. محیط اجتماعی در معنای گستردهٔ 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 است. در مرتبهٔ دوم، نظام ارزیابی فرد از فاصلهٔ وضع موجود و مطلوب در درک نیاز تأثیرگذار است. پس از درک نیاز، فرد وارد مرحلهٔ بیان نیازهای خود می‌شود. بیان نیازها خود دارای انواع متعددی است؛ یکی از گونه‌های بیان نیازها، ابراز گفتاری است. نوجوان، متناسب با آگاهی، نگرش، نظام ارزیابی و قضاوت، گونه‌های مختلف نیاز را

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-10-09]

[DOR: 20.1001.1.26766728.1391.9.4.7.9]

درک می‌کند و ترجیحات خود را ابراز می‌دارد (اسماعیلی و ربیعی، ۱۳۸۷).

هوندریش نیازها را کشاکشی بین دو ادراک، ادراک شخص از یک وسیله ارضاء و ادراک او از آن، که نمی‌تواند همان موقع آن وسیله را به دست آورد، بیان نموده و بر روی محرک‌های بیرونی (اجتماعی) به عنوان عامل اصلی پدیده آورندهٔ نیاز تأکید می‌کند (رفیع پور، ۱۳۶۴: ۱۵).

نیازهای غیر اجتماعی و نامشخص کودک می‌بایست کانالیزه شود و شکلی اجتماعی به خود بگیرد. این کار از طریق هدایت و ارشاد، تشویق و توبیخ و یا مجازات‌های به اصطلاح مثبت و منفی، به طور مستقیم و یا غیرمستقیم از سوی جامعه و اعضای آن انجام می‌گیرد. بدین ترتیب از برخی از نیازها که مورد قبول جامعه نیستند، اجباراً یا کاملاً چشم‌پوشی می‌شود و یا گه‌گاه با برخی از نیازهای جامعه‌پسند تعویض و یا شکل و روش ارضاء آن‌ها با هنجارهای اجتماعی تطبیق داده می‌شود و به صورت عادت درمی‌آید. باید توجه داشت که جامعه فقط کارش این نیست که مانع بروز نیازها شود، بلکه برعکس، او خود نیز نیازهایی را تولید می‌کند. بدین معنی که انسان‌ها در روابط اجتماعی و کنش‌های متقابل خود با محیط، مثلاً با جوانان و هم سن و سالان، در سینما و در کتاب‌های رمان، افرادی را به عنوان سرمشق پیدا می‌کنند و خود را در جای آن‌ها احساس و با آن‌ها همانند می‌کنند و رفتارشان را تقلید می‌کنند و از این طریق در آن‌ها احساس نیازهای جدید به وجود می‌آید (رفیع پور، ۱۳۶۴: ۱۸).

بنا بر نظر فردریس فن ویزر، نه فقط نیازهای به اصطلاح اجتماعی، بلکه نیازهای به اصطلاح شخصی از سوی نیروهای تربیت‌کنندهٔ جامعه تعیین می‌شود و حتی نیازهای جسمی، شکل اجتماعی به خود می‌گیرد. در واقع، هر انسانی آن چیزی را لازم دارد که ـ در پی طرز معیشت اطرافیانش- به داشتن آن مجبور می‌شود. تنها تعداد کمی از افراد قادرند به طور مستقل فکر کنند. هر کس بخواهد در قشری بالاتر از خودش صعود یا پیشرفت نماید، سطح و مقیاس معیشت و طرز زندگی و نیازهای آن قشر را می‌پذیرد و فرزندانش را (در صورت لزوم بالاجبار) طوری تربیت می‌کند که دارای همان نیازهای قشر خود شوند (رفیع پور، ۱۳۶۴: ۲۱).

از جمله عوامل دیگر در پیدایش نیازها، آگاهی افراد است. هر قدر آگاهی فرد از

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-10-09]

[DOR: 20.1001.1.26766728.1391.9.4.7.9]

موضوعات مختلف، بیشتر باشد احساس نیازش نسبت به آن موضوع خاص نیز افزایش می‌یابد (رسولی، ۱۳۸۳: ۱۲).

در نظریهٔ پارسونز، نظام شخصیت، نظامی در نظر گرفته شده است که روابط سیستمی میان نیازها و قدرت تصمیم‌گیری کنش‌گرانی را که نقش‌هایی در نظام اجتماعی ایفا می‌کنند، دربرمی‌گیرد. در نگاه پارسونز، الگوهای فرهنگی، از آنجا که هم مبنای ساخت هنجاری نظام اجتماعی و هم مبنای حالات نیازها و فرایندهای تصمیم‌گیری نظام شخصیت هستند، در تحلیل سهم برجسته‌ای دارند (ترنر، ۱۳۷۳: ۵۱).

از نظر پارسونز، جهت‌گیری کنش‌گران، بازتابی از ساخت نیازهای آن‌ها و چگونگی تغییر این ساخت به وسیلهٔ درونی‌شدن الگوهای فرهنگی است. در این فرایند، از طریق فرایندهای کنش متقابل خاص- که به وضوح مشخص نشده‌اند، ولی تلویحاً مشتمل بر اتخاذ نقش، چانه‌زنی نقش و مبادله هستند، هم‌چنان که کنش‌گران، جهت‌گیری‌های خاص خود را با یکدیگر وفق می‌دهند- هنجارها پدید می‌آیند. این‌گونه هنجارها به عنوان راهی برای تطبیق جهت‌گیری‌های کنش‌گران به وجود می‌آیند، ولی در همان حال به وسیلهٔ الگوهای عمومی فرهنگ محدود می‌شوند. این هنجارها به نوبهٔ خود به کنش متقابل بعدی، نظم و ثبات می‌بخشند. به وسیلهٔ چنین فرایندی است که الگوهای نهادی شده، ایجاد و حفظ می‌شوند و تغییر می‌کنند (ترنر، ۱۳۷۳: ۵۳).

زیمل در ذیل مجموعهٔ مطالعات فرهنگی، به بحث مصرف و نیاز پرداخته است. زیمل، انسان نوین را در حلقهٔ محاصرهٔ چیزهایی می‌بیند که نیازها و آرزوهای او را تحت سلطه و در تنگنا قرار می‌دهند. تکنولوژی، فراورده‌های غیر لازمی را برای برآوردن نیازهای ساختگی انسان می‌آفریند. بر اثر این روندها، انسان نوین خود را در یک موقعیت وخیم و پرسش برانگیز می‌یابد. در واقع، انواع عناصر فرهنگی او را در محاصره گرفته‌اند، بی‌آنکه ذاتاً و یا برای او معنایی داشته باشند. این عناصر، فرد را تحت فشار قرار می‌دهند، چرا که او نمی‌تواند آن‌ها را کاملاً از آن خود سازد، اما از سوی دیگر فرد نمی‌تواند این عناصر را به دور افکند، زیرا آن‌ها دست کم به گونه‌ای بالقوه به پهنهٔ تحول فرهنگی انسان تعلق دارند (کوزر، ۱۳۷۲: ۲۶۶).

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-10-09]

[DOR: 20.1001.1.26766728.1391.9.4.7.9]

۱-۲. نیاز فرهنگی

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

تعریف نیاز فرهنگی، بستگی زیادی به تعریف نیاز و فرهنگ دارد. برای نیاز و فرهنگ، تعاریف بسیاری ارائه شده است. در این میان، تعاریف فرهنگ بسیار متنوع‌تر است و توافق نظر کمتری بر سر محدودهٔ آن وجود دارد. به طور کلی، فرهنگ عبارت است از: ارزش‌های متعلق به اعضای یک گروه معین و هنجارهایی که از آن پیروی می‌کنند و کالاهای مادیی که تولید می‌کنند. در واقع، فرهنگ به شیوهٔ زندگی اعضای یک جامعهٔ معین- عادات و رسوم آن‌ها، همراه با کالاهای مادیی که تولید می‌کنند - مربوط می‌شود (گیدنز، ۱۳۷۴: ۳۶).

نیازهای فرهنگی صورت‌هایی از کالاها و فعالیت‌های فرهنگی قلمداد شده‌اند که افراد، طالب آن هستند و به تعبیر دیگر، آن دسته از نیازهایی هستند که یکی از مظاهر و ابعاد فرهنگ در به وجود آمدن آن‌ها دخیل باشند و به نوعی در پیشبرد اهداف فرهنگی مؤثر باشند (گیدنز، ۱۳۷۴: ۱۶).

بخش مهمی از نیازهای بشر، ریشه در فرهنگ دارد و می‌توان آن ها را «نیازهای فرهنگی» نامید. نیاز فرهنگی عبارت است از: تقاضای مستقیم خانوارها یا داشتن استحقاق برای برخورداری از امکانات فرهنگی که به صورت مستقیم (بیان احساس نیاز) یا غیر مستقیم (از طریق شاخص‌ها) تعیین می‌گردد. این شاخص‌ها شامل ویژگی‌های جمعیتی و اجتماعی، مانند درجه مذهبی بودن، میزان اوقات فراغت و میزان مشارکت است که بیان‌گر درجهٔ استحقاق و شایستگی مردم مناطق برای استفاده از امکانات فرهنگی معین است. به عبارت دیگر، نیازهای فرهنگی، انتظاراتی است که افراد در خصوص گذران اوقات فراغت دارند و با استفاده از ابزارها، کالاها و خدمات فرهنگی به تکمیل اوقات فراغت خود

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-10-09]

[DOR: 20.1001.1.26766728.1391.9.4.7.9]

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 عرصهٔ رفتاری تجلی پیدا می‌کند. انجام اعمال مذهبی و شرکت در مجامع مذهبی، شرکت در مجالس سخنرانی دینی، شرکت در جلسات دعا، شرکت در نماز جماعت، رفتن به زیارتگاه‌ها و مانند آن‌ها، از جمله فعالیت‌های مذهبی است.

ب) فعالیت اجتماعی: گرایش به غیر و حس نوع‌دوستی 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، تشکل‌ها و احزاب سیاسی، انجمن‌های خیریه‌ای و... میسر می‌شود. معاشرت با اقوام، خویشان، همسایگان، دوستان و همکاران، و نیز فعالیت‌هایی که با هدف برقراری و توسعهٔ روابط اجتماعی صورت می‌گیرد، در زمرهٔ فعالیت‌های اجتماعی به شمار می‌رود.

ج) 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.

د) فعالیت‌های ورزشی: انجام حرکات جسمانی به صورت فردی و اجتماعی با هدف تقویت و یا بازتولید انرژی ازدست‌رفته، از جمله فعالیت‌های ورزشی است. تماشای مسابقات ورزشی و پی‌گیری اخبار و اطلاعات مربوط به رویدادهای ورزشی نیز در زمرهٔ فعالیت‌های ورزشی به شمار می‌آید.

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

و) فعالیت‌های رسانه‌ای: فعالیت‌هایی که در زمینهٔ شرکت در تهیهٔ برنامه‌های صوتی و تصویری و نوشتاری همگانی، نظیر رادیو، تلویزیون، مطبوعات، کتاب، سینما، تئاتر و... صورت می‌گیرد، و نیز بهره‌برداری از خدمات ارائه‌شده توسط ابزار و وسایل

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-10-09]

[DOR: 20.1001.1.26766728.1391.9.4.7.9]

مذکور، از جمله فعالیت‌های رسانه‌ای محسوب می‌شود (ربیعی و اسماعیلی، ۱۳۸۷: ۱۰۹ - ۱۱۱).

شناخت فلسفهٔ زندگی و چیستی آن، موضوعی است که هر نوجوانی مایل است بدان دست یابد. نوجوان مایل است که با اشراف به این موضوع که چرا و چگونه باید زندگی کند، زندگی رضایت‌بخشی را برای خود تدارک ببیند. نیاز به فلسفهٔ رضایت‌بخش از زندگی، نیازی است که بر روند جامعه‌پذیری و اجتماعی‌شدن افراد تأثیر بسزایی دارد، به طوری که رفع این نیاز، زندگی افراد را جهت خواهد داد و در نتیجه، پذیرش ارزش‌ها و هنجارهای جامعه را تسهیل خواهد کرد.

افزون بر این، احساس کفایت اجتماعی، به عنوان یک نیاز مطرح است و افراد جامعه دوست دارند والدین، اعضای خانواده، معلمان و دوستان و اطرافیان بپذیرند که آن‌ها به تنهایی از عهدهٔ انجام کارها برمی‌آیند و شخصاً قادرند کارها را انجام دهند. نتیجهٔ مطالعهٔ سازمان پیشاهنگی دختران در ایالات متحده آمریکا (۲۰۰۴) نشان از نیاز دختران به احساس کفایت اجتماعی داشته است. افراد به‌ویژه جوانانی که احساس کفایت اجتماعی می‌کنند و معتقدند که دیگران به قابلیت و توان آن‌ها اعتقاد دارند، به نسبت بیشتر از افرادی که چنین احساسی در آن‌ها وجود ندارد، از ویژگی‌هایی چون سازندگی، کارآیی، ثمربخشی، اجتماعی‌شدن و جامعه‌پذیرشدن و جز این‌ها برخوردارند.

از زمرهٔ نیازهای اساسی افراد جامعه به‌ویژه جوانان، نیاز آن‌ها به محبت متقابل است. جوانان مایلند هم از طرف دیگران محبت ببینند و هم به دیگران محبت کنند. برطرف نشدن نیاز جوانان به محبت متقابل، تبعاتی همچون احساس ناکارآمدی، انزوا و کناره‌گیری و حتی انواع کج‌روی‌ها را به دنبال خواهد داشت.

از سوی دیگر، نوجوانی و جوانی فرایندی است که طی آن هر جوان و نوجوانی برای جدایی از خانواده، شناخت هویت خویش، بازتعریف روابط خود با بزرگ‌سالان، کشف جنسیت خود، توسعه درک اخلاقی، قبول مسئولیت‌ها و چالش‌های بزرگ‌سالی آماده می‌شود (او. جی. جی. پی[1]، ۱۹۹۸). جوانان، همانند سایر اقشار و گروه‌های جامعه مایلند هرچه بیشتر با ارزش‌ها و هنجارها و به طور کلی با فرهنگ کشورشان آشنا شوند و از این

1 . Ojjp

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-10-09]

[DOR: 20.1001.1.26766728.1391.9.4.7.9]

طریق سازگاری اجتماعی بیشتری با فرهنگ عام جامعه بیابند.

اعتماد افراد به یکدیگر، پشتوانهٔ مهم کنش آن‌هاست. وجود شرایط اعتمادپذیر، موجب تقویت اعتماد به نفس، احساس کفایت و سازندگی و احساس کارآمدی خواهد شد و رشد مطلوب شخصیتی را به دنبال خواهد داشت. در این ارتباط، مطالعهٔ مؤسسهٔ مونارش آوالون (۲۰۰۳) حکایت از نیاز دختران به روابط اعتمادپذیر داشت.

احساس خودمختاری و استقلال، از نیازهای نسل امروزی است و بر این اساس، افراد مایلند آزادی و استقلال خود را حفظ کنند و تا حد امکان از وابستگی فکری و رفتاری به دیگران بکاهند. البته نتایج برخی پژوهش‌ها بیانگر کاهش نیاز افراد به‌ویژه دختران به خودمختاری و استقلال است. شاید دلیل نیاز پایین دختران به خودمختاری و استقلال را بتوان در فراهم‌آمدن میزان بیشتری از آزادی فردی در چند سال اخیر برای نوجوانان و جوانان و به‌خصوص دختران جامعه دانست که از شدت نیاز آن‌ها به خودمختاری و استقلال کاسته است.

الگوپذیری به عنوان یکی دیگر از نیازهای فرهنگی مطرح است و افراد مایلند که شخص یا گروهی را به عنوان منبع شناختی، نگرشی و رفتاری برای خود قرار دهند. مطالعه حجازی و ظهره‌وند (۱۳۷۹) نشان داده است که گروه دوستان و همسالان، نقش بسزایی در بهداشت روانی نوجوانان دختر ایفا می‌کنند. به وجود آمدن چنین دوستی‌هایی توسط دختران، احتمالاً به دلیل صمیمیت بیشتر، در مقایسه با پسران، نوعی حمایت شبکه‌ای را برای آن‌ها به دنبال خواهد داشت. نتیجه‌ای که در مطالعهٔ حجازی و اعزازی (۱۳۸۳) به دست آمده است نیز این موضوع را تأیید می‌کند. مطالعات خارجی (برامبرگ، ۱۹۹۷) نیز نشان داده است که دختران اهمیت زیادی برای پذیرفته‌شدن در گروه همسالان قائل‌اند (الریج، ۲۰۰۵: ۱).

افراد نیاز به دانستن این دارند که آیا می‌توانند با وجود تغییرات روزافزون، فردای خود را پیش‌بینی کنند و اینکه آیا فردای آن‌ها مثل امروز آن‌ها خواهد بود؟ و اگر تفاوت خواهد داشت، کیفیت تغییر آن به چه صورت است؟ نیاز به امنیت هستی‌شناختی، دلالت بر پیش‌بینی‌ناپذیری آینده و عدم ثبات هویتی برای نوجوان دارد که وجود چنین نیازی مسائلی همچون ناکارآیی فردی، گمنامی و بحران هویت، فقدان درک فلسفهٔ زندگی و ابهام

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-10-09]

[DOR: 20.1001.1.26766728.1391.9.4.7.9]

شناختی نسبت به آن و جز این‌ها را به دنبال خواهد داشت.

نیاز به بینش اجتماعی، از دیگر نیازهای اجتماعی نوجوانان و جوانان است که نشان‌گر وضعیت مطلوب اجتماعی‌شدن و جامعه‌پذیری مناسب آن‌ها از یک طرف و شدت بیشتر احساس تعلق ملی در آن‌ها از طرف دیگر است که بالطبع نیاز بیشتری را در آن‌ها نسبت به کسب بینش اجتماعی موجب شده است.

احساس همدردی با دیگران و نیاز به تحقق ارزش‌ها، از جمله نیازهای دیگر فرهنگی است. نتیجهٔ مطالعهٔ سازمان پیشاهنگی دختران در ایالات متحده آمریکا (۲۰۰۴) نیز نشان از نیاز بالای دانش‌آموزان این کشور به احساس هم‌دردی با دیگران داشته است. انتظارات فرهنگی حاکم بر جامعه و تعریف نقش‌های جنسیتی قالبی و کلیشه‌ای، نیاز به برابری و عدالت جنسیتی را به وجود آورده است، به طوری که اکثر دختران و زنان جامعه نسبت به این مسئله گلایه دارند. در جامعه ایران، پسران بیشتر از دختران از فرصت‌های مختلف اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی برخوردارند. وجود تبعیض و نابرابری جنسیتی در میان دانش‌آموزان دختر و پسر، نتیجهٔ پژوهش پورکریمی (۱۳۸۱) در داخل کشور، و همچنین کالج لیدی شری رام (۵-۲۰۰۴) در خارج از کشور است.

شکل‌گیری هویت، به‌خصوص در دورهٔ نوجوانی تابع احساس ما در گروه‌ها و انجمن‌های مختلف است. نوجوانان و جوانان مایلند با عضویت در گروه‌ها و انجمن‌ها، به‌خصوص گروه‌های همسالان، خود اجتماعی خود را محقق کنند. تمایل بالای افراد به تعامل اجتماعی هرچه بیشتر و قوی‌تر با یکدیگر نیز داعیهٔ دیگری بر نیاز آنان به هویت‌یابی گروهی است. در این ارتباط، نتیجه مطالعه الریج (۲۰۰۵) نشان داده است که دختران برای اینکه به محبوبیت و وجههٔ مطلوب دست یابند، وارد دسته‌ها و گروه‌های مختلف می‌شوند.

از سوی دیگر، تکنولوژی به عنوان زادهٔ آموزش و پرورش، خود منبع تحول آموزش و پرورش است. امروزه، تکنولوژی آموزشی از ابزارهای مؤثر بر بهبود یادگیری دانش‌آموزان است. نتایج مطالعات مؤسسهٔ سیاست‌گذاری جدید و مرکز مطالعات شهروندی در زمینهٔ آموزش و پرورش وابسته به دانشگاه لیستر (۲۰۰۱)، منذر و همکاران (۲۰۰۲) و سیلورمن و پریچارد (۱۹۹۶) مبنی بر سنجش و بررسی نیاز به تکنولوژی آموزشی، نشان‌گر آن است

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-10-09]

[DOR: 20.1001.1.26766728.1391.9.4.7.9]

که دانش‌آموزان از وضعیت کنونی تکنولوژی آموزشی ناراضی هستند و خواهان آنند که این امکانات و تجهیزات در مدرسه افزایش یابد تا از این طریق به بهبود یادگیری آنان در راستای پیشرفت تحصیلی کمک کند.

علاوه بر آن، نیاز افراد جامعه به‌ویژه جوانان به مشارکت، مورد توجه صاحب‌نظران قرار گرفته است. بر این مبنا، افراد جامعه علاقه‌مندند تا با شرکت در صورت‌بندی‌های مختلف مشارکت اجتماعی، احساس ما بودن را تقویت کنند (صدیق سروستانی و حبیب‌پور گتابی، ۱۳۸۶: ۴۹- ۴۴).

اثرات مدرنیته، در چند دهۀ اخیر بسیار سریع بوده و جامعه را دستخوش تغییرات عمده و جدی کرده است. این تحولات و دگرگونی‌های اقتصادی و اجتماعی نیز خود زمینه‌ساز تغییرات مهمی در میان قشر جوان بوده تا جایی که صحبت از جهانی‌شدن فرهنگ جوانان شده است. مطالعات مختلف نشان می‌دهد نهاد خانواده، مانند گذشته دیگر تنها گروه مرجع نیست و دیگر نقش منحصربه‌فردی در امر جامعه‌پذیری جوانان ندارد (کاشی، ۱۳۸۲). در واقع، دسترسی فرزندان به اطلاعات و دانسته‌ها بیش از والدین شده است. بر این مبنا، پدر دیگر تنها مرجع قدرت نیست (معیدفر، ۱۳۸۷). اهمیت خرده‌فرهنگ‌ها و شیوه‌های جدید برای جوانان، زندگی درون خانواده را به چالش کشیده است (سعیدی، ۱۳۸۲). حتی در برخی از زمینه‌های مراجع هنجاری جامعه، شاهد چرخش جوانان به سوی اقشاری چون استادان دانشگاه، ورزشکاران، هنرپیشه‌ها و سایر گروه‌های مرجع غیرخودی هستیم (آزاد و غفاری، ۱۳۸۳؛ منطقی، ۱۳۸۷).

واژۀ گروه مرجع را اولین بار در سال ۱۹۴۲ هایمن ابداع کرد (کوپر و کوپر، ۱۹۹۶:۳). بعدها نظریۀ گروه مرجع در کارهای مرتون و کیت مطرح شد که در آن به جهت‌گیری افراد اشاره نموده‌اند و معتقدند افراد ارزش‌های گروهی را می‌پذیرند که ممکن است خود به آن گروه تعلق نداشته باشند، ولی در آرزوی عضویت در آن گروه‌ها هستند (مورل، ۲۰۰۱:۱).

در جریان تصمیم‌گیری‌ها، کنش‌ها و حتی شکل‌گیری نگرش انسان‌ها در جامعه، عواملی چند نقش‌آفرینند که از جمله مهم‌ترین آن‌ها افراد یا گروه‌هایی هستند که مبنا و معیار قضاوت و ارزیابی کنش‌گران اجتماعی قرار می‌گیرند. گروه‌های مرجع دو نقش مهم

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-10-09]

[DOR: 20.1001.1.26766728.1391.9.4.7.9]

هویت‌دهی و قضاوتی را ایفا می‌کنند: اول اینکه هنجارها، رویه‌ها، ارزش‌ها و باورهایی را به دیگران القا می‌کنند و به اصطلاح کارکرد هنجاری دارند، دوم اینکه استانداردها و معیارهایی را در اختیار کنش‌گران قرار می‌دهند که آن‌ها کنش و نگرش خود را با آن محک می‌زنند و اصطلاحاً کارکرد مقایسه‌ای و تطبیقی ایفا می‌کنند. این ارجاع حتی اگر خود آگاهانه نباشد، نقش انکارناپذیر و بسزایی در تصمیم‌گیری‌ها و رفتارهای اعضای جامعه ایفا می‌کند (کوپر و کوپر، ۱۹۹۶: ۷۲۳ و صدیق سروستانی و هاشمی،۱۳۸۱: ۱۵۰).

به اعتقاد شفرز، بنیان‌های اجتماعی جوانان، تحت تأثیر دو پدیده شکل می‌گیرد: یکی فردیت جوان و دیگری ساخته‌ای اجتماعی. مهم‌ترین عوامل شکل‌گیری شخصیت و هویت جوانان، خانواده، مدارس، گروه‌های همسال، رسانه‌ها و دین هستند. خانواده برای جوانان مهم‌ترین گروه مرجع است. خانواده به عنوان گروه مرجع تأثیر زیادی در کنش‌ها، رفتارها، انگیزه‌ها و تصورات، داوری‌ها و پیش‌داوری‌ها و جهت‌گیری‌های جوانان دارد. تأثیر خانواده بر جوانان در اشکال مختلفی صورت می‌گیرد؛ محیط اجتماعی که جامعه‌پذیری افراد در آن صورت می‌گیرد، زبانی که در محیط خانوادگی از آن استفاده می‌شود، نحوهٔ عملی تربیت، سطح فرهنگی خانواده، نگرش‌های والدین به فرهنگ، جامعه، سیاست، دین و حتی فضای بحرانی در خانواده از عوامل مهم به شمار می‌آیند (شفرز، ۱۳۸۳:۱۴۰).

گروه همسالان در کنار خانواده به عنوان یکی از عوامل اجتماعی شدن، بیشترین نفوذ را بر شبکهٔ اجتماعی نوجوان دارد. در این دوره، مورد پسند دیگران واقع‌شدن هدف اصلی نوجوان است. به اعتقاد کوئن، بسیاری بر این باورند که نوجوانان و جوانان، جامعهٔ کوچکی برای خودشان می‌سازند. از آنجا که نوجوانان عموماً وقت بیشتری را به گروه همسالان اختصاص می‌دهند، غالباً ارزش‌هایی متفاوت با جامعهٔ بزرگسالان پیدا می‌کنند. محبوب‌ترین نوجوانان همیشه کارآمدترین و سخت‌کوش‌ترین دانش‌آموزان نیستند، بلکه بر عکس، نوجوانانی که اصطلاحات زبانی، لباس‌های موردپسند و ارزش‌های گروه همسالان خود را به کار می‌برند، بیشترین پذیرش را دارند و بیش از همه توجه دوستان را به خود جلب می‌کنند (کوئن، ۱۳۸۳:۸۰).

روش تحقیق

این مطالعه از نوع مطالعهٔ پیمایشی (Survey study) است و برای جمع‌آوری داده‌های

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-10-09]

[DOR: 20.1001.1.26766728.1391.9.4.7.9]

تحقیق از تکنیک پرسش‌نامه استفاده شده است. در این پرسش‌نامه از رویکرد تشخیصی[1] نیاز به معنای وجود نقص و مشکل استفاده شده است (کافمن[2]، ۱۹۹۲به نقل از فتحی، ۱۳۸۲: ۷۳). تکنیک نیازسنجی مورد استفاده در این پژوهش نیز از نوع گاماست. در نوع گاما، بر اولویت‌بندی اهداف و مقاصد توجه می‌شود و کیفیت و کمیت آن‌ها مدنظر نیست. نیازسنجی گاما هنگامی مورد استفاده قرار می‌گیرد که تحقیق، اهدافی متنوع و حتی به ظاهر متناقض و متضاد را مدّ نظر دارد. در این حالت در مرحلهٔ سنجش، به جای معیارهایی همچون کمیت و کیفیت متغیرها، باید معیار اولویت را مبنای کار قرار داد.

جهت تعیین اعتبار و روایی، از دو نوع اعتبار محتوی (اعتبار صوری) و اعتبار سازه استفاده شده است، به طوری که در روش اعتبار محتوی و آن هم از نوع اعتبار صوری، پرسش‌نامهٔ تحقیق با تنی چند از کارشناسان موضوع در میان گذاشته شد و از این طریق اعتبار آن حاصل گردید. در روش اعتبار سازه، از روش تحلیل عامل اکتشافی استفاده شد. مقدار آزمون بارتلت[3] که برابر با ۲۱۹۱۱/۷۵۶ بوده است، در سطح خطای کمتر از ۰/۰۱ معنی‌دار است و این نتیجه نشان از آن دارد که ماتریس همبستگی موجود بین گویه‌ها و عامل‌ها، ماتریس واحد نیست و می‌توان داده‌ها را پس از تقلیل در ساختار جدیدی ارائه داد.

جامعهٔ آماری و نمونه‌گیری

کلیهٔ دانش‌آموزان دختر و پسر مقطع متوسطه شهر کاشان در سال تحصیلی ۹۲-۱۳۹۱ جامعه آماری این تحقیق را تشکیل می‌دهند. با استفاده از فرمول کوکران، تعداد ۴۰۵ دانش‌آموز (۱۶۳ پسر و ۲۳۶ دختر) به صورت تصادفی انتخاب و مورد بررسی قرارگرفته‌اند.

۱. اولویت‌بندی نیازهای فرهنگی دانش‌آموزان

در این بخش، مجموعه نیازهای پاسخ‌گویان در ابعاد مختلف محصولات و خدمات فرهنگی-اجتماعی، علمی، مذهبی، تفریحی و... در قالب نهادها، سازمان‌ها، برنامه‌ها و فعالیت‌های فرهنگی مورد بررسی قرار گرفته است. در این ارتباط، ۷۲ نیاز از سوی دانش‌آموزان مورد توجه و اولویت‌بندی قرار گرفته است. ابتدا، ارزیابی پاسخ‌گویان از میزان اولویت هر یک از نیازهای فرهنگی در قالب جدول‌های یک بعدی ارائه و مورد توصیف قرار گرفته است. همچنین، جدول‌های ارائه شده، گویای آن است که به تفکیک در هر گروه از نیازهای مورد

1. diagnostic approach
2. kaufman
3. bartlett s test of sphericity

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-10-09]

[DOR: 20.1001.1.26766728.1391.9.4.7.9]

بررسی، کدام نیازها بیشترین اولویت را دارند و کدام نیازها از اولویت کمتری برخوردارند. برای آزمون و تعیین اولویت نیازها در حوزه‌های مختلف، از آزمون ناپامتری فریدمن استفاده شده است که آمارهٔ متناسب آن نیز کای اسکوئر (X^2) است. پس از آن، با توجه به آماره‌های توصیفی قابل مقایسه مربوط به هر یک از ابعاد نیازهای مورد بررسی، اولویت هر یک از نیازها در قالب جدول‌های یک بعدی ارائه شده است.

لازم به ذکر است که با توجه به اینکه نیازها بر اساس اولویت‌های اول، دوم و سوم با کدهای ۱، ۲ و ۳ مشخص شده است، کد ۱ بیانگر بالاترین و کد ۳ نشانگر پایین‌ترین اولویت است. همچنین، میانگین و رتبهٔ میانگین‌ها نیز بر این اساس به دست آمده است. به عبارت دیگر، میانگین و رتبهٔ پایین‌تر نشان‌دهندهٔ اولویت اول و میزان نیاز بیشتر است.

۱-۱. نیاز به محصولات فرهنگی

در جدول زیر اولویت‌بندی پاسخ‌گویان در ارتباط با هر یک از محصولات فرهنگی مورد بررسی، ارائه شده است.

جدول شمارهٔ ۱. توزیع درصدی اولویت‌بندی نیاز به محصولات فرهنگی و سلسله‌مراتب نیازها بر اساس آزمون فریدمن

نیاز به محصولات فرهنگی	اولویت			*Mean*	*Mean Rank*
	اول	دوم	سوم		
نمایشگاه کتاب	55.0	33.9	11.1	1.58	5.65
نمایشگاه عکس و نقاشی	23.7	35.9	40.4	2.16	7.85
فیلم‌های آموزشی	46.8	41.8	11.4	1.64	5.92
روزنامه و نشریات	30.8	40.5	28.6	1.96	7.21
کتابخانه	67.6	23.8	8.7	1.41	4.93
کلوپ‌های رایانه‌ای	28.6	31.6	39.8	2.15	7.75
امکانات فیزیکی بیشتر در مدرسه	66.6	23.8	9.6	1.43	5.10
دسترسی به اینترنت	71.8	23.6	4.7	1.33	4.64
منابع علمی جدید در کتابخانه	65.5	29.6	4.9	1.40	4.97
منابع علمی جدید در آموزشگاه	55.4	33.4	11.2	1.56	5.58
تنوع‌سازی در محصولات فرهنگی	38.3	47.9	13.7	1.75	6.41
Friedman Test	x^2=۶۵۱.۸۱۱		df=۱۰	sig= ۰.۰۰۰	

بر اساس یافته‌های جدول فوق، مهم‌ترین محصولات فرهنگی مورد نیاز دانش‌آموزان، به ترتیب شامل دسترسی به اینترنت، منابع علمی در کتابخانه، کتابخانه و امکانات فیزیکی

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-10-09]

[DOR: 20.1001.1.26766728.1391.9.4.7.9]

بیشتر در آموزشگاه است. متقابلاً، از دیدگاه دانش‌آموزان موارد نمایشگاه عکس و نقاشی، کلوپ‌های رایانه‌ای، روزنامه و نشریات و تنوع‌سازی در محصولات فرهنگی از اولویت کمتری برخوردار می‌باشد.

نتایج حاصل از اجرای مدل رتبه‌ای فریدمن در مورد هر یک از محصولات فرهنگی فوق نیز بیانگر این امر است که دسترسی به اینترنت با میانگین رتبه ۴.۶۴ اولویت اول و نمایشگاه عکس و نقاشی با میانگین رتبه ۷.۸۵ دارای اولویت آخر نیازهای دانش‌آموزان در بخش محصولات فرهنگی است. همچنین، آماره کااسکوئر با (x^2=۸۱۱/۶۵۱ و df=10) بیانگر تفاوت معنادار میزان نیاز دانش‌آموزان به هر یک از محصولات فرهنگی مورد بررسی در سطح اطمینان ۹۹ درصد است.

۱-۲. نیاز به خدمات فرهنگی

در جدول زیر اولویت‌بندی پاسخ‌گویان در ارتباط با هر یک از موارد خدمات فرهنگی مورد بررسی، ارائه شده است.

جدول شمارهٔ ۲. توزیع درصدی اولویت‌بندی نیاز به خدمات فرهنگی و سلسله‌مراتب نیازها بر اساس آزمون فریدمن

نیاز به خدمات فرهنگی	اولویت			Mean	Mean Rank
	اول	دوم	سوم		
جلسات سخنرانی علمی	50.5	35.8	13.8	1.60	6.40
جشنواره‌های علمی	45.9	42.9	11.3	1.62	6.52
جشنواره‌های ادبی	29.6	45.9	24.6	1.91	8.05
کانون‌های پژوهشی و تحقیقات	47.6	33.3	19.0	1.70	6.90
کانون فرهنگی و هنری	29.4	48.8	21.9	1.88	7.88
مسابقات کتاب‌خوانی	26.6	52.7	20.7	1.91	8.08
فرهنگ کتاب‌خوانی	51.4	36.9	11.7	1.57	6.19
برگزاری جلسات ادبی و مشاعره	21.2	44.9	33.8	2.12	8.92
نیاز به کانون‌های علمی دانش‌آموزی	50.4	32.4	17.2	1.65	6.59
برگزای مسابقات علمی	45.7	39.3	15.0	1.67	6.68
برگزاری جلسات بحث	52.3	35.2	12.4	1.59	6.23
گردش علمی	64.1	31.0	4.9	1.40	5.43
تنوع‌سازی در خدمات فرهنگی	38.3	47.9	13.7	1.75	7.14
Friedman Test	x^2=۴۰۰.۲۲۶		df=۱۲	sig= ۰.۰۰۰	

یافته‌های جدول بالا نشان می‌دهد، مهم‌ترین خدمات فرهنگی مورد نیاز دانش‌آموزان، به ترتیب شامل گردش علمی و فرهنگ کتاب‌خوانی است. متقابلاً، از دیدگاه دانش‌آموزان،

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-10-09]

[DOR: 20.1001.1.26766728.1391.9.4.7.9]

برگزاری جلسات ادبی و مشاعره، جشنواره‌های ادبی و مسابقات کتاب‌خوانی از اولویت کمتری برخوردار می‌باشد.

نتایج حاصل از اجرای مدل رتبه‌ای فریدمن در مورد هر یک از خدمات فرهنگی بالا نیز بیانگر این امر است که گردش علمی با میانگین رتبه ۵.۴۳ دارای اولویت اول و برگزاری جلسات ادبی و مشاعره با میانگین رتبه ۸.۹۲ دارای اولویت آخر است. همچنین، آماره کااسکوئر با (x^2=۴۰۰.۲۲۶ و df=۱۲) بیانگر تفاوت معنادار میزان نیاز دانش‌آموزان به هر یک از خدمات فرهنگی مورد بررسی در سطح اطمینان ۹۹ درصد است.

۱-۳. نیازهای دینی- مذهبی

در جدول زیر اولویت‌بندی پاسخ‌گویان در ارتباط با هر یک از مؤلفه‌های نیازهای دینی- مذهبی ارائه شده است.

جدول شمارهٔ ۳. توزیع درصدی اولویت‌بندی نیازهای دینی- مذهبی و سلسله‌مراتب نیازها بر اساس آزمون فریدمن

نیازهای دینی- مذهبی	اولویت			*Mean*	*Mean Rank*
	اول	دوم	سوم		
مراکز مذهبی	47.7	34.7	17.6	1.71	8.66
مسجد	60.2	28.9	10.9	1.49	7.26
حسینیه	40.0	39.3	20.6	1.81	9.36
جلسات دعا	46.1	35.4	18.5	1.74	8.86
رفتن به زیارتگاه‌ها و اماکن متبرکه	46.9	39.5	13.6	1.68	8.43
سخنرانی‌های دینی	42.5	34.4	23.1	1.81	9.24
کانون‌های مذهبی	39.9	37.1	22.9	1.84	9.51
آگاهی دینی	62.6	22.9	14.5	1.51	7.24
برگزاری جشن‌های مذهبی	41.4	38.0	20.6	1.79	9.19
برگزاری جلسات قرائت قرآن	45.5	35.1	19.3	1.74	8.82
برگزاری جلسات تفسیر قرآن	52.5	32.8	14.7	1.61	7.95
برگزاری مسابقات مذهبی	29.7	47.5	22.7	1.93	10.06
تأکید به حجاب اسلامی	48.1	34.1	17.8	1.69	8.48
آشنایی با اسلام واقعی	72.3	20.2	7.5	1.36	6.30
ردوهای مذهبی	46.0	40.8	13.2	1.68	8.37
گسترش فرهنگ امر به معروف و نهی از منکر	50.4	33.3	16.3	1.67	8.29
Friedman Test	x^2=۳۸۷.۲۱۷		df=۱۵	sig= ۰.۰۰۰	

یافته‌های جدول بالا نشان می‌دهد، مهم‌ترین نیازهای دینی دانش‌آموزان، به ترتیب شامل آشنایی با اسلام واقعی، مسجد و آگاهی دینی است. متقابلاً، از دیدگاه دانش‌آموزان،

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-10-09]

[DOR: 20.1001.1.26766728.1391.9.4.7.9]

برگزاری مسابقات مذهبی، کانون‌های مذهبی، سخنرانی‌های دینی و حسینیه از اولویت کمتری برخوردار است.

نتایج حاصل از اجرای مدل رتبه‌ای فریدمن در مورد هر یک از مؤلفه‌های نیازهای دینی بالا نیز بیانگر این امر است که آشنایی با اسلام واقعی با میانگین رتبه ۶.۳۰ در اولویت اول و برگزاری مسابقات مذهبی با میانگین رتبه ۱۰.۰۶ در اولویت آخر قرار گرفته است. همچنین، آماره کااسکوئر با (x^2=۳۸۷.۲۱۷ و df=۱۵) بیانگر تفاوت معنادار میزان نیاز دانش‌آموزان به هر یک از مؤلفه‌های دینی- مذهبی مورد بررسی در سطح اطمینان ۹۹ درصد است.

۱-۴. نیازهای تفریحی

در جدول زیر اولویت‌بندی پاسخ‌گویان در ارتباط با هر یک از مؤلفه‌های نیازهای تفریحی ارائه شده است.

جدول شمارهٔ ۴. توزیع درصدی اولویت‌بندی نیازهای تفریحی و سلسله‌مراتب نیازها بر اساس آزمون فریدمن

نیازهای تفریحی	اولویت			*Mean*	*Mean Rank*
	اول	دوم	سوم		
تأسیس مراکز تفریحی	62.7	27.9	9.5	1.47	1.95
پارک و فضای سبز	60.9	28.9	10.2	1.49	1.96
برنامه‌های سرگرم‌کننده	52.9	36.5	10.7	1.58	2.09
Friedman Test	x^2=۱۴.۳۸۵		df=۲	sig= ۰.۰۰۱	

بر اساس یافته‌های جدول فوق، مهم‌ترین نیاز تفریحی دانش‌آموزان، تأسیس مراکز تفریحی است. متقابلاً، برنامه‌های سرگرم‌کننده از اولویت کمتری برخوردار است. نتایج حاصل از اجرای مدل رتبه‌ای فریدمن در مورد هر یک از مؤلفه‌های نیازهای تفریحی فوق نیز با رتبه میانگین ۱.۹۵ برای مراکز تفریحی و ۲.۰۹ برای برنامه‌های سرگرم‌کننده مؤید این امر است. همچنین، آماره کااسکوئر با (x^2=۱۴.۳۸۵ و df=۲) بیانگر تفاوت معنادار میزان نیاز دانش‌آموزان به هر یک از مؤلفه‌های تفریحی مورد بررسی در سطح اطمینان ۹۹ درصد است.

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-10-09]

[DOR: 20.1001.1.26766728.1391.9.4.7.9]

۱-۵. نیاز به ایمنی

در جدول زیر اولویت‌بندی پاسخ‌گویان در ارتباط با هر یک از مؤلفه‌های نیاز به ایمنی ارائه شده است.

جدول شمارهٔ ۵. توزیع درصدی اولویت‌بندی مؤلفه‌های نیاز به ایمنی و سلسله‌مراتب نیازها بر اساس آزمون فریدمن

نیاز به ایمنی	اولویت			*Mean*	*Mean Rank*
	اول	دوم	سوم		
مراکز بهداشتی	59.0	33.8	7.2	1.45	5.30
نیاز به فلسفه رضایت‌بخش زندگی	44.5	38.7	16.8	1.72	6.13
نیاز به اعتماد	74.6	19.6	5.8	1.28	4.60
نیاز به خودمختاری و استقلال	70.4	24.2	5.4	1.31	4.75
امنیت اخلاقی	81.2	13.8	5.0	1.22	4.33
نیاز به انضباط و راستگویی	81.4	14.1	4.5	1.19	4.25
امنیت اجتماعی	80.4	15.8	3.8	1.21	4.34
آموزش احترام به قانون و نظم عمومی	49.0	39.1	11.9	1.61	5.84
فرهنگ‌سازی اشاعه اخلاق عمومی	58.5	31.9	9.7	1.52	5.45
Friedman Test	x^2=۳۸۱.۳۸۷			df=۸	sig= ۰.۰۰۰

نتایج تحقیق بیانگر این امر است که نیازهای ایمنی به‌ویژه امنیت اخلاقی، انضباط و راستگویی و امنیت اجتماعی از نیازهای بسیار مهم دانش‌آموزان در مقایسه با سایر نیازهای دیگر است. نتایج حاصل از اجرای مدل رتبه‌ای فریدمن در مورد هر یک از مؤلفه‌های نیازهای امنیتی فوق نیز بیانگر این امر است که انضباط و راستگویی با میانگین رتبه ۴.۲۵ در اولویت اول و نیاز به فلسفه رضایت‌بخش زندگی با میانگین رتبه ۶.۱۳ در اولویت آخر است. همچنین، آماره کااسکوئر با (x^2=۳۸۱.۳۸۷ و df=۸) بیانگر تفاوت معنادار میزان نیاز دانش‌آموزان به هر یک از مؤلفه‌های امنیتی مورد بررسی در سطح اطمینان ۹۹ درصد است.

۱-۶. نیاز به الگو و بینش صحیح

در جدول زیر اولویت‌بندی پاسخ‌گویان در ارتباط با هر یک از مؤلفه‌های نیاز به الگو و

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-10-09]

[DOR: 20.1001.1.26766728.1391.9.4.7.9]

بینش صحیح ارائه شده است.

جدول شمارهٔ ۶. توزیع درصدی اولویت‌بندی مؤلفه‌های نیاز به الگو و سلسله‌مراتب نیازها بر اساس آزمون فریدمن

نیاز به الگو و بینش صحیح	اولویت			*Mean*	*Mean Rank*
	اول	دوم	سوم		
مراکز مشاوره و راهنمایی	49.3	35.6	15.2	1.68	4.01
وجود الگوهای صحیح	67.0	25.5	7.5	1.41	3.34
الگوهای هنری	21.2	52.4	26.4	2.06	5.14
الگوهای مذهبی	46.3	35.7	18.0	1.72	4.14
الگوهای ورزشی	34.5	43.3	22.3	1.88	4.61
نیاز به الگوپذیری و داشتن الگو	57.0	34.4	8.6	1.51	3.64
نیاز به بینش اجتماعی صحیح	73.2	19.3	7.5	1.33	3.12
Friedman Test	x^2=۳۸۷.۶۷۹		df=۶	sig= ۰.۰۰۰	

یافته‌های جدول بالا نشان می‌دهد نیاز به بینش اجتماعی صحیح و وجود الگوهای صحیح، از مهم‌ترین نیازهای دانش‌آموزان در این زمینه است. متقابلاً، از دیدگاه دانش‌آموزان، نیاز به الگوهای هنری و ورزشی از اولویت کمتری برخوردار است. نتایج حاصل از اجرای مدل رتبه‌ای فریدمن در مورد هر یک از مؤلفه‌های نیاز به الگو نیز بیانگر این امر است که نیاز به بینش اجتماعی صحیح با میانگین رتبه ۳.۱۲ در اولویت اول و نیاز به الگوهای هنری با میانگین رتبه ۵.۱۴ در اولویت آخر است. همچنین، آماره کااسکوئر با (x^2=۳۸۷.۶۷۹ و df=۶) بیانگر تفاوت معنادار میزان نیاز دانش‌آموزان به هر یک از مؤلفه‌های الگویی مورد بررسی در سطح اطمینان ۹۹ درصد است.

۱-۷. نیاز به تعلق و مشارکت

در جدول زیر اولویت‌بندی پاسخ‌گویان در ارتباط با هر یک از مؤلفه‌های نیاز به تعلق و مشارکت ارائه شده است.

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-10-09]

[DOR: 20.1001.1.26766728.1391.9.4.7.9]

جدول شمارهٔ ۷. توزیع درصدی اولویت‌بندی مؤلفه‌های نیاز به تعلق و مشارکت و سلسله‌مراتب نیازها بر اساس آزمون فریدمن

نیاز به تعلق و مشارکت	اولویت			*Mean*	*Mean Rank*
	اول	دوم	سوم		
نیاز به محبت متقابل	70.4	23.3	6.3	1.32	3.79
نیاز به اجتماعی شدن	74.1	21.8	4.1	1.27	3.60
نیاز به گروه همسالان	58.5	34.4	7.0	1.44	4.22
نیاز به همدردی	73.9	21.3	4.8	1.28	3.62
نیاز به دوستی‌ها و روابط خویشاوندی	70.9	22.1	7.0	1.33	3.76
مشارکت در انجمن‌های داوطلبانه	21.9	52.9	25.2	2.04	6.03
جلب مشارکت دانش‌آموزان در فعالیت‌های فرهنگی	38.6	50.0	11.4	1.73	5.08
عضویت در تشکل‌ها	22.0	56.5	21.5	1.99	5.90
Friedman Test	x^2=۷۲۸.۵۰۶		df=۷	sig= ۰.۰۰۰	

یافته‌های جدول بالا نشان می‌دهد، مهم‌ترین نیاز دانش‌آموزان در ارتباط با مؤلفه‌های تعلق و مشارکت، به ترتیب شامل نیاز به اجتماعی‌شدن، نیاز به همدردی و نیاز به محبت متقابل است. متقابلاً، از دیدگاه دانش‌آموزان، نیاز به مشارکت در انجمن‌های داوطلبانه و عضویت در تشکل‌ها از اولویت کمتری برخوردار است.

نتایج حاصل از اجرای مدل رتبه‌ای فریدمن در مورد هر یک از مؤلفه‌های نیاز به تعلق و مشارکت نیز بیانگر این امر است که نیاز به اجتماعی‌شدن با میانگین رتبه ۳.۶۰ در اولویت اول و نیاز به مشارکت در انجمن‌های داوطلبانه با میانگین رتبه ۶.۰۳ در اولویت آخر است. همچنین، آماره کااسکوئر با (x^2=۷۲۸.۵۰۶ و df=۷) بیانگر تفاوت معنادار میزان نیاز دانش‌آموزان به هر یک از مؤلفه‌های نیاز به تعلق و مشارکت در سطح اطمینان ۹۹ درصد است.

۱-۸. نیازهای آموزشی

در جدول زیر اولویت‌بندی پاسخ‌گویان در ارتباط با هر یک از مؤلفه‌های نیازهای آموزشی ارائه شده است.

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-10-09]

[DOR: 20.1001.1.26766728.1391.9.4.7.9]

جدول شمارهٔ ۸. توزیع درصدی اولویت‌بندی مؤلفه‌های نیازهای آموزشی و سلسله‌مراتب نیازها بر اساس آزمون فریدمن

نیازهای آموزشی	اولویت			*Mean*	*Mean Rank*
	اول	دوم	سوم		
ادامه تحصیل	66.2	25.4	8.4	1.41	2.65
کارگاه‌های آموزشی	51.9	38.4	9.7	1.58	2.97
کارگاه‌های هنری	22.1	45.8	32.1	2.10	3.95
استفاده از معلمان مجرب	71.4	۱۸.۶	9.9	1.38	2.60
برگزاری کلاس‌های آمادگی کنکور	61.1	28.1	10.8	1.50	2.83
Friedman Test	x^2=۳۲۵.۱۱۹		df=۴	sig= ۰.۰۰۰	

یافته‌های جدول بالا نشان می‌دهد نیاز به استفاده از دبیران و معلمان مجرب و ادامه تحصیل، از مهم‌ترین نیازهای دانش‌آموزان در این زمینه است. متقابلاً، از دیدگاه دانش-آموزان، نیاز به کارگاه‌های هنری از اولویت کمتری برخوردار است.

نتایج حاصل از اجرای مدل رتبه‌ای فریدمن، در مورد هر یک از مؤلفه‌های نیازهای آموزشی نیز بیانگر این امر است که نیاز به استفاده از دبیران مجرب با میانگین رتبه ۲.۶۰ در اولویت اول و نیاز به کارگاه‌های هنری با میانگین رتبه ۳.۹۵ در اولویت آخر است. همچنین، آماره کااسکوئر با (x^2=۳۲۵.۱۱۹ و df=۴) بیانگر تفاوت معنادار میزان نیاز دانش‌آموزان به هر یک از مؤلفه‌های نیازهای آموزشی در سطح اطمینان ۹۹ درصد است.

بررسی اولویت‌بندی ابعاد نیازهای مورد بررسی

با توجه به مجموع گویه‌های هر دسته از نیازها، جدول آماره‌های توصیفی قابل مقایسه مربوط به هر یک در ذیل آورده شده است.

جدول شمارهٔ ۱۰. توزیع پراکندگی و آماره‌های توصیفی قابل مقایسه نیازهای مورد بررسی

نوع نیاز	تعداد گویه	حداقل	حداکثر	دامنه	میانگین	انحراف معیار
نیاز به محصولات فرهنگی	۱۱	۱۱	۳۳	۲۲	۱۷.۹۰	۴.۱۴
نیاز به خدمات فرهنگی	۱۳	۱۳	۳۹	۲۶	۲۲.۰۸	۵.۱۸
نیازهای مذهبی	۱۶	۱۶	۴۸	۳۲	۲۶.۲۳	۸.۸۴
نیازهای تفریحی	۳	۳	۹	۶	۴.۵۱	۱.۶۱
نیاز به ایمنی	۹	۹	۲۵	۱۶	۱۲.۳۹	۳.۳۶
نیاز به الگو و بینش صحیح	۷	۷	۲۱	۱۴	۱۱.۴۲	۲.۹۰
نیاز به تعلق و مشارکت	۸	۸	۲۲	۱۶	۱۲.۲۷	۲.۹۰
نیازهای آموزشی	۵	۵	۱۵	۱۰	۷.۹۵	۲.۲۱

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-10-09]

[DOR: 20.1001.1.26766728.1391.9.4.7.9]

با توجه به کرانه پایین، کرانه بالا و دامنه تغییر نمرات هر یک از ابعـاد فـوق در جامعـه آماری مورد مطالعه و با تقسیم دامنه تغییر به عدد سه با فواصل برابر، جدول توزیع فراوانی و درصدی اولویت هر یک از ابعاد نیازهـای مـورد بررسـی از دیـدگاه دانـش‌آمـوزان در جدول زیر ارائه شده است.

جدول شمارهٔ ۱۱. توزیع فراوانی و درصدی اولویت‌بندی نیازهای مورد بررسی

اولویت / نیازها	اولویت اول		اولویت دوم		اولویت سوم	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
نیاز به محصولات فرهنگی	۲۲۴	۵۵/۳	۱۶۵	۴۰/۷	۱۶	۴/۰
نیاز به خدمات فرهنگی	۱۸۵	۴۵.۸	۲۰۰	۴۹.۵	۱۹	۴.۷
نیازهای مذهبی	۲۲۰	۵۴.۵	۱۲۹	۳۱.۹	۵۵	۱۳.۶
نیازهای تفریحی	۲۲۵	۵۵.۷	۱۳۶	۳۳.۷	۴۳	۱۰.۶
نیاز به ایمنی	۲۹۱	۷۲.۰	۹۸	۲۴.۳	۱۵	۳.۷
نیاز به الگو و بینش صحیح	۲۲۱	۵۵.۴	۱۵۴	۳۸.۶	۲۴	6.0
نیاز به تعلق و مشارکت	۲۱۵	۵۴/۴	۱۶۲	۴۱/۰	۱۸	۴/۶
نیازهای آموزشی	۲۴۸	۶۳/۱	۱۱۲	۲۸/۵	۳۳	۸/۴

بر اساس یافته‌های جدول فوق، نیاز به ایمنی با ۷۲ درصـد اولویـت اول، بـه ترتیـب بـه عنوان مهم‌ترین نیاز و پس از آن نیازهای آموزشی با ۶۳.۱ درصد اولویت اول، به عنوان نیاز بسیار مهم دانش‌آموزان مورد شناسایی قرار گرفته است. همان‌گونه که نتایج تحقیق نشـان داده است، نیاز به ایمنی و مشتقات حفظ امنیت برای دانش‌آموزان به عنوان مهم‌ترین نیـاز تلقی شده است. همچنین، با توجه به شرایط حساس دوران تحصـیل در دوره دبیرسـتان و ارزش ورود به دانشگاه، نیازهای آموزشی، در اولویت اصلی دانش‌آموزان قـرار گرفتـه اسـت. پس از آن، نیازهای تفریحی با ۵۵.۷ درصد اولویت اول، نیـاز بـه الگـو و بیـنش صـحیح بـا ۵۵.۴ درصد اولویت اول، نیاز به محصولات فرهنگی با ۵۵.۳ درصـد اولویـت اول، نیازهـای مذهبی با ۵۴.۵ درصد اولویت اول، نیاز به تعلق و مشارکت با ۵۴.۴ درصد اولویت اول، نیـاز به توانمندی و کفایت با ۵۴.۹ درصد اولویت اول، نیاز به خدمات فرهنگـی بـا ۴۵.۸ درصـد اولویت اول از اهمیت خاصی برخوردار است.

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-10-09]

[DOR: 20.1001.1.26766728.1391.9.4.7.9]

۱. الگوهای ارزشی و رفتاری

با توجه به نقش گروه‌های مرجع و الگوهای ارزشی و رفتاری در شکل‌دهی کمیت و کیفیت نیازهای فرهنگی دانش‌آموزان، در این بخش الگوهای ارزشی و رفتاری پاسخ‌گویان مورد بررسی قرار گرفته است. در جدول زیر، میزان اولویت هر یک از الگوها و گروه‌های مرجع پاسخ‌گویان ارائه شده است. لازم به ذکر است که با توجه به اینکه نیازها بر اساس اولویت-های اول، دوم و سوم با کدهای ۱، ۲ و ۳ مشخص شده است، کد ۱ بیانگر بالاترین و کد ۳ نشانگر پایین‌ترین اولویت است. همچنین، میانگین و رتبه میانگین‌ها نیز بر این اساس به دست آمده است. به عبارت دیگر، میانگین و رتبه پایین‌تر نشان‌دهنده اولویت اول است.

جدول شمارهٔ ۱۲. توزیع درصدی اولویت‌بندی پاسخ‌گویان در مورد الگو قرار دادن هر یک از گروه-های مرجع و سلسله‌مراتب الگوها بر اساس آزمون فریدمن

الگوها	اولویت اول	اولویت دوم	اولویت سوم	*Mean*	*Mean Rank*
خانواده	89.2	7.7	3.2	1.18	2.68
دوستان	30.6	55.0	14.5	1.80	5.21
معلمان و دبیران	۳۱.۵	۴۵.۰	۲۳.۵	1.94	5.92
روحانیان و شخصیت‌های مذهبی	۲۸.۶	۳۳.۲	۳۸.۲	2.17	7.47
شخصیت‌های هنری	۱۰.۳	۲۶.۴	۶۳.۳	2.52	9.14
شخصیت‌های ورزشی	۱۲.۶	۲۱.۵	۶۵.۹	2.45	8.79
تلویزیون	9.4	28.4	62.2	2.50	8.98
شخصیت‌های سیاسی	8.6	23.3	68.2	2.57	9.41
هنرپیشه‌های خارجی	9.1	13.3	77.6	2.63	9.86
ورزشکاران خارجی	۶.۵	۱۸.۸	۷۴.۷	2.62	9.76
همکلاسی‌ها	۱۶.۴	۵۶.۳	۲۷.۳	2.10	6.52
برنامه‌های ماهواره‌ای	4.4	19.2	76.4	2.71	10.26
مسئولین فرهنگی دانشگاه	9.4	36.4	53.7	2.67	8.74
مسئولین فرهنگی جامعه	13.2	41.9	44.9	2.36	8.15
هیچکس	15.4	19.9	64.7	2.51	9.12
Friedman Test	x^2=۱۰۶۰.۹۲۲		df=۱۴	sig= ۰.۰۰۰	

یافته‌های جدول فوق و نتایج حاصل از اجرای مدل رتبه‌ای فریدمن در مورد هر یک از

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-10-09]

[DOR: 20.1001.1.26766728.1391.9.4.7.9]

الگوهای ارزشی و رفتاری دانش‌آموزان، بیانگر این امر است که مهم‌ترین الگوی دانش‌آموزان به ترتیب شامل خانواده، معلمان و دبیران و دوستان است، به گونه‌ای که ۸۹.۲ درصد از دانش‌آموزان خانواده را در اولویت اول الگوی رفتاری و ارزشی خود قرار داده‌اند، این اولویت در مورد الگوی معلمان و دبیران و دوستان و به ترتیب ۳۱.۵ و۳۰.۶ درصد بوده است.

نتایج حاصل از اجرای مدل رتبه‌ای فریدمن در مورد هر یک از الگوهای فوق نیز بیانگر این امر است که خانواده با میانگین رتبه ۲.۶۸ در اولویت اول و برنامه‌های ماهواره‌ای با میانگین رتبه ۱۰.۲۶ در اولویت آخر قرار دارند. همچنین، آماره کااسکوئر با (x^2=۱۰۶۰.۹۲۲ و df=۱۴) بیانگر تفاوت معنادار اولویت‌بندی الگوهای دانش‌آموزان در سطح اطمینان ۹۹ درصد است.

ب) یافته‌های تحلیلی

در این بخش، رابطهٔ بین هر یک از متغیرهای تحقیق مورد تحلیل قرار گرفته است. در این ارتباط، با استفاده از ضریب همبستگی کندال b رابطه بین اولویت گروه مرجع و الگوهای رفتاری و ارزشی پاسخ‌گویان با اولویت نیازهای آنان مورد بررسی قرار گرفته است.

جدول شمارهٔ ۱۳. نتایج ضریب همبستگی *Kendall's tau-b* در ارتباط با نقش اولویت گروه‌های مرجع در اولویت‌بندی هر یک از نیازهای مورد بررسی

اولویت گروه مرجع / اولویت نیازها	خانواده		دوستان		معلمین		تلویزیون		همکلاسی‌ها	
	T_b	sig	T_b	sig	T_b	sig	T_b	sig	T_b	sig
نیاز به محصولات فرهنگی	.063	.264	.043	.400	.157	.001	.090	.071	.082	.088
نیاز به خدمات فرهنگی	.077	.127	.062	.218	.180	.000	.041	.413	.163	.001
نیازهای مذهبی	.065	.197	.060	.225	.103	.031	-.015	.754	.026	.581
نیازهای تفریحی	.191	.001	.131	.007	.127	.010	.124	.008	.153	.002
نیازهای ایمنی	.214	.002	.080	.087	.200	.000	.027	.597	.119	.020
نیاز به الگو و بینش صحیح	.159	.004	.095	.065	.186	.000	.087	.081	.136	.005
نیاز به تعلق و مشارکت	.170	.003	.132	.008	.258	.000	.071	.151	.227	.000
نیازهای آموزشی	.199	.001	.063	.217	.202	.000	-.062	.208	.144	.003

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-10-09]

[DOR: 20.1001.1.26766728.1391.9.4.7.9]

نتایج تحقیق در جدول شمارهٔ ۱۳ در ارتباط با رابطه بین اولویت گروه‌های مرجع و اولویت نیازهای اجتماعی و فرهنگی دانش‌آموزان، نشان می‌دهد گروه معلمین بیشترین نقش را در تعیین اولویت نیاز به محصولات فرهنگی در بین دانش‌آموزان ایفا نموده‌اند. همچنین، علاوه بر گروه معلمان، همکلاسی‌های افراد نقش بارزی در تعیین اولویت نیاز به خدمات فرهنگی دانش‌آموزان داشته‌اند. با توجه به اهمیت نقش معلم در فرایند فرهنگ-پذیری جوانان، نتایج تحقیق بیانگر این امر است که گروه معلمان بیشترین نقش را در فرایند اولویت نیازهای مذهبی دانش‌آموزان بر عهده داشته‌اند.

در ارتباط با اولویت نیازهای تفریحی،گروه‌های خانواده، همکلاسی‌ها، تلویزیون و معلمان به ترتیب نقش اساسی در تعیین اولویت نیازهای فرهنگی دانش‌آموزان داشته‌اند. همچنین، در ارتباط با اولویت‌بندی نیاز به امنیت و ایمنی به ترتیب خانواده، معلمان و همکلاسی‌ها بیشترین نقش را ایفا نموده‌اند.

از نیازهای اساسی دانش‌آموزان تحت عنوان نیاز به الگو و بینش صحیح، یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد معلمین، همکلاسی‌ها و خانواده، به ترتیب بیشترین تأثیر را در تعیین اولویت این نیاز داشته‌اند. همچنین، سه گروه فوق به ترتیب نقش مهمی در تعیین اولویت نیاز به تعلق و مشارکت دانش‌آموزان نیز داشته‌اند. علاوه بر موارد فوق، گروه معلمان، خانواده و همکلاسی‌ها به ترتیب نقش اساسی در تعیین اولویت نیازهای آموزشی بر عهده داشته‌اند.

در مجموع، نتایج تحقیق بیانگر این امر است که خانواده و مدرسه (معلمین و همکلاسی‌ها) بیشترین نقش را در ارتباط با اولویت‌بندی نیازهای اجتماعی و فرهنگی دانش‌آموزان داشته‌اند که از این میان، گروه معلمان به عنوان مهم‌ترین گروه و پس از آن، خانواده و همکلاسی‌ها به عنوان تعیین‌کننده‌های اساسی اولویت نیازهای اجتماعی و فرهنگی دانش‌آموزان شناخته شده‌اند.

نتیجه‌گیری

بر اساس نتایج تحقیق، از میان گروه‌های مرجع مختلف، گروه معلمان با بالاترین میزان رابطه و تأثیرگذاری بر نیازهای مختلف اجتماعی و فرهنگی، به عنوان مهم‌ترین گروه تعیین اولویت نیازهای دانش‌آموزان شناخته شده‌اند. نتایج آزمون آماری استفاده شده با

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-10-09]

[DOR: 20.1001.1.26766728.1391.9.4.7.9]

استفاده از ضریب همبستگی کندالb، رابطه معنی‌دار بین اولویت گروه مرجع معلمان با نیازهای اجتماعی و فرهنگی دانش‌آموزان در ابعاد مختلف نیاز به محصولات و خدمات فرهنگی، نیازهای مذهبی، تفریحی، ایمنی، نیاز به الگو و بینش صحیح، نیاز به تعلق و نیازهای آموزشی را نشان می‌دهد. بدین ترتیب، گروه معلمان در سنین خاص دانش‌آموزان، با اثرگذاری بر اولویت‌های نیازهای متعدد دانش‌آموزان، بیشترین تأثیر را بر آنان داشته‌اند و علاوه بر نیازهای آموزشی، سایر نیازهای آنان را تحت تأثیر قرار داده‌اند. بر این مبنا، گروه همکلاسی‌ها با تأثیرگذاری بر شش نیاز و گروه خانواده با تأثیر مهم بر پنج نیاز دانش‌آموزان به عنوان گروه‌های اصلی، پس از معلمان، بیشترین نقش را در فرایند تعیین اولویت نیازهای اجتماعی و فرهنگی دانش‌آموزان ایفا نموده‌اند. در این بیان، تلویزیون با رابطه معنی‌دار با نیازهای فرهنگی، کمترین نقش را در این زمینه برعهده داشته است.

همان‌گونه که نتایج پژوهش نشان داده است، هرچند نهاد خانواده به عنوان نخستین نهاد جامعه‌پذیری و فرهنگ‌پذیری افراد، حائز نقش اساسی در تعیین اولویت نیازهای اجتماعی و فرهنگی دانش‌آموزان است، لیکن این نهاد، تنها گروه مرجع تعیین اولویت نیازها نبوده و گروه معلمان و همکلاسی‌ها در این ارتباط، نقش بسیار مهمی ایفا نموده‌اند. در این ارتباط، نتایج تحقیق با مباحث نظری صاحب‌نظران و یافته‌های پژوهشی محققان دیگر قرابت و نزدیکی دارد. نتایج تحقیق برابرگ (۱۹۹۷) بر اهمیت دختران برای پذیرفته‌شدگان در گروه همسالان تأکید نموده است (الریچ، ۲۰۰۵). حجازی و ظهره‌وند (۱۳۷۹) در مطالعاتشان نقش گروه دوستان و همسالان را در بهداشت روانی نوجوانان مورد تأیید قرار داده‌اند. در این مورد، بسیاری از محققان بر نقش اساسی مدرسه و خانواده و رسانه‌های گروهی در جامعه‌پذیری و نیازهای اجتماعی و فرهنگی نوجوانان و جوانان تأکید نموده‌اند (کاشی،۱۳۸۲؛ شفرز،۱۳۸۳؛ کوئن،۱۳۸۳؛ کاشی،۱۳۸۲؛ معیدفر،۱۳۸۷؛ سعیدی،۱۳۸۲؛ آزاد و غفاری،۱۳۸۳؛ منطقی،۱۳۸۷).

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-10-09]

[DOR: 20.1001.1.26766728.1391.9.4.7.9]

منابع

۱. آزاد ارمکی، تقی؛ غفاری، غلامرضا (۱۳۸۳)، جامعه‌شناسی نسلی در ایران، پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.
۲. اسماعیلی، رضا؛ ربیعی، کامران (۱۳۸۷)، سنجش نیازهای فرهنگی- اجتماعی دختران دانش‌آموز شهر اصفهان فصلنامه مطالعات راهبردی زنان، سال یازدهم، شمارهٔ ۴۱.
۳. امام‌جمعه، فرهاد (۱۳۸۸)، جامعه‌شناسی فرهنگی، تهران، انتشارات بهمن برنا.
۴. پورکریمی، جواد (۱۳۸۱)، تعیین نیازهای آموزشی مدیران مدارس متوسطه در رفتار با دختران دانش‌آموز شهر تهران در سال تحصیلی ۸۱-۸۲، وزارت آموزش و پرورش، دفتر امور زنان، تهران، مرکز فرهنگی و انتشاراتی ایتا.
۵. ترنر، جاناتان اچ (۱۳۷۳)، ساخت نظریه اجتماعی، ترجمه عبدالعلی لهسایی‌زاده.
۶. حاجیانی، ابراهیم (۱۳۸۱)، بررسی نیازهای بهداشتی قالی‌بافان کشور و ارائه الگوی مناسب برای رفع آن‌ها، تهران: سازمان صنایع دستی.
۷. حجازی، الهه؛ اعزازی، شهلا (۱۳۸۳)، ما و دختران؛ رویکری جامعه‌شناختی، وزارت آموزش و پرورش، دفتر امور زنان، تهران، مرکز فرهنگی و انتشاراتی ایتا.
۸. رسولی، مریم (۱۳۸۳)، نیازهای فرهنگی دانشجویان دانشگاه الزهرا (س)، تهران: مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران، واحد الزهرا.
۹. رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۶۴)، جامعه روستایی و نیازهای آن، پژوهشی در ۳۲ روستا از استان یزد، تهران، شرکت سهامی انتشار.
۱۰. رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۸۲)، آناتومی جامعه، تهران، شرکت سهامی انتشار.
۱۱. روشه، گی (۱۳۷۶)، جامعه‌شناسی تالکوت پارسونز، ترجمه عبدالحسین نیک‌مهر، تهران، انتشارات تبیان.
۱۲. سعیدی، محمدرضا (۱۳۸۲)، تبیین کارکردی رابطهٔ خانواده و جرایم اجتماعی. تهران: ناشر پژوهشکده خانواده.
۱۳. شفرز، برنارد (۱۳۸۳)، مبانی جامعه‌شناسی جوانان، کرامت‌الله راسخ، نشر نی.
۱۴. صدیق سروستانی، رحمت الله؛ حبیب‌پور گتابی، کرم (۱۳۸۶)، بررسی نیازهای

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-10-09]

[DOR: 20.1001.1.26766728.1391.9.4.7.9]

اجتماعی، فرهنگی و آموزشی دختران دانش‌آموز سراسر کشور، پژوهش زنان، دوره ۵، شمارهٔ ۳، ۳۱-۶۲.

۱۵. صدیق سروستانی، رحمت‌الله (۱۳۸۳)، ما و دختران؛ رویکری جامعه‌شناختی، وزارت آموزش و پرورش، دفتر امور زنان، تهران، مرکز فرهنگی و انتشاراتی ایتا.

۱۶. صدیق سروستانی، رحمت‌الله؛ هاشمی، س.ض (۱۳۸۱)، گروه‌های مرجع در جامعه‌شناسی و روان‌شناسی اجتماعی، نامه علوم اجتماعی، شمارهٔ ۲۰.

۱۷. قربانی، مریم؛ قمری، الهه (۱۳۸۱)، نیازسنجی جوانان شهر کرج، با راهنمایی محمدصادق فربد، اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی کرج.

۱۸. کاشی، غلامرضا (۱۳۸۲)، بررسی ابعاد پدیده شکاف نسلی در ایران، تهران: دفتر طرح های ملی وزارت ارشاد.

۱۹. کوزر، لوئیس (۱۳۷۲)، زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی، ترجمه محسن ثلاثی، انتشارات علمی.

۲۰. گیدنز، آنتونی (۱۳۷۴)، جامعه‌شناسی، ترجمه منوچهر صبوری، نشر نی، چاپ دوم.

۲۱. لطف‌آبادی، حسین (۱۳۷۹)، روان‌شناسی رشد، تهران، انتشارات سمت.

۲۲. معیدفر، سعید (۱۳۸۷)، بررسی فعالیت و مصرف کالاهای فرهنگی شهروندان تهرانی، دفتر مطالعات اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران.

۲۳. منطقی، م (۱۳۸۷)، جوانان می‌خواهند فرهنگ ایرانی را با فرهنگ غربی آشتی دهند، مجموعه مقالات و گفت‌وگوهای "امروز و فردای جوان ایرانی"، انتشارات مؤسسه تحقیقات و توسعه انسانی.

24. Eldridge, Larry (2005) Mean Little Girls, CWK Network, Inc.
25. Girl scouts of the usa (2004) ," why girls need girl scouts", sited in: http://www.committoagirl.org/.
26. Kuper, A. and Kuper, J. (۱۹۹۶). The Social Scienc Encyclopedia, second edition, London and New York, Routledge Press.
27. Lady shri ram college (2004-5) discussions with bachelor of elementary education student, dehli.
28. mendez, linda m. raffaele et. Al. (2002) " addressing the unique

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-10-09]

[DOR: 20.1001.1.26766728.1391.9.4.7.9]

needs of girls in schools: roles for school psychologists " nasp communiqué, vol. 31 # 4.
29. Monarch Avalon, Inc. (2003) "Speak for Yourself: What Girls Say about What Girls Need", Girl's life, April-May, Sited in: www.girlsbestfried.org/programs/speakforyourself.html
30. Monarch Avalon, inc.(2003)" speak for yourself: what girls say about what girls need" girls life, april- may, sited in: www.girlsbestfried.org/programs/speakforyourself.html
31. Murell, D. and Elfreda, (2001). Reference group theory with implications for information studies: a theoretical essay, Information Research, Vol. 6. No. 3, April 2001.
32. OJJDP (1998) Guiding Principles for Promising Female Programming; An Inventory of Best Practices, OJJDP Home.
33. Osler, Audrey et. al. (۲۰۰۱) Not a Problem? Girls and School Exclusion, National Children's Bureau
34. silverman,Suzanne and Pritchard, alice m. (1996) building their future: girls and technology education in Connecticut, journal of technology education. Volume 7, number 2, spring. teaching.parsiblog.com
35. Yar Mohammadian H, Bahrami S. Needs assessment in organizations, health care and education. 1st ed. Isfahan: Isfahan University of Medical Sciences; 2004. p. 49-52.

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-10-09]

[DOR: 20.1001.1.26766728.1391.9.4.7.9]

[DOR: 20.1001.1.26766728.1391.9.4.7.9]
[Downloaded from qjfr.ir on 2026-10-09]