

نیازسنجی توسعه فضاهای فرهنگی شهر شیراز

رضا زارع فرد* استاد دانشگاه علمی- کاربردی استان فارس، مدیر آموزش قطار شهری و حومه و دانشجوی دکترای مدیریت آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی اصفهان

آذر قلی زاده استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی اصفهان

چکیده

شهر پدیده ای انسانی است و انسان‌ها هستند که در آن و با آن زندگی می‌کنند، آن را می‌سازند، و از آن اثر می‌پذیرند. در مباحث اخیر توسعه نیز تأکید اصلی بر انسان و قابلیت‌ها و نیازهای آن است. یکی از نیازهای اساسی در جوامع شهری نیازهای فرهنگی است. چرا که همگام با توسعه و پیشرفت شهرها در ابعاد اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی ضرورت توجه به نیازهای گذران اوقات فراغت شهروندان بیشتر احساس می‌گردد. هدف اصلی در این تحقیق نیازسنجی توسعه فضاهای فرهنگی شهر شیراز است. این پژوهش به صورت پیمایش و در مورد ۴۰۰ نفر از افراد ۱۱-۶۰ ساله شهر شیراز با استفاده از نمونه گیری طبقه‌ای چندمرحله‌ای انجام شده است. پرسش‌نامه، ابزار پژوهش بوده و از نرم افزار SPSS جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها بهره گیری شد. براساس یافته‌ها تمامی گروه‌های سنی نیازهای ورزشی و تفریحی را جزء اولویت‌های اول خود عنوان کرده‌اند. همچنین نیازهای ورزشی و تفریحی دو اولویت اول تمامی گروه‌های سنی بوده است. در ارتباط با جنسیت، اولویت اول مردان نیازهای ورزشی و سپس نیازهای تفریحی می‌باشد. اما اولویت اول زنان نیازهای تفریحی و سپس نیازهای ورزشی می‌باشد.

واژگان کلیدی: نیازهای فرهنگی، اوقات فراغت، فضاهای فرهنگی

مقدمه و طرح مسئله

روند رو به رشد شهرنشینی و به تبع آن رشد شتابان فضای کالبدی شهرها، یکی از نمودهای برجسته در زندگی بشر امروزی تلقی می شود. بر همین اساس، به کارگیری ساز و کارهای کارآمد در کانالیزه کردن توسعه ی فیزیکی شهرها در بسترهای مناسب را می توان امری اجتناب ناپذیر در فرایند برنامه ریزی شهری در نظر گرفت (اسفندیاری و غفاری، ۱۳۹۳: ۱۵). یکی از نیازهای اساسی در جوامع شهری نیازهای فرهنگی است. چرا که همگام با توسعه و پیشرفت شهرها در ابعاد اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی ضرورت توجه به نیازهای گذران اوقات فراغت شهروندان بیشتر احساس می شود.

فراغت به مجموعه فعالیت‌هایی گفته می‌شود که شخص به میل خود، برای استراحت، تفریح، گسترش اطلاعات و آموزش شخصی، مشارکت آزاد اجتماعی و کاربرد توان خویش در خلاقیت، در زمانی فارغ از تعهدات شغلی، خانوادگی و اجتماعی انجام می‌دهد (سعیدنیا، ۱۳۸۲: ۱۹).

شهر پدیده ای انسانی است و انسان‌ها هستند که در آن و با آن زندگی می‌کنند، آن را می‌سازند، و از آن اثر می‌پذیرند. در مباحث اخیر توسعه نیز تأکید اصلی بر انسان و قابلیت‌ها و نیازهای آن است (واربانووا^۱، ۲۰۰۷: ۸). این نقش در عرصه‌های مختلف نام‌های متفاوتی به خود می‌گیرد. در شهر معاصر، این انسان، شهروند نامیده می‌شود. این باور باید مورد تأکید قرار گیرد که شهر را شهروندان می‌توانند توسعه دهند. فرهنگ شهر نیز از این اصل جدا نبوده و هر تلاشی در جهت توسعه فرهنگی شهر، مستلزم توجه به شهروندان، ارتقای آنها و فراهم آوردن منابع مختلف در این جهت می‌باشد. تا زمانی که این باور شکل نگیرد، توسعه فرهنگی شهر ضرورتی غیر ممکن می‌نماید. بنابراین سیاست‌گذاری در زمینه توسعه فرهنگی شهر، مستلزم آن است تا شهروندان به

1. Varbanova

عنوان هدف و حاملان اصلی توسعه در نظر گرفته شوند.

اهمیت فرهنگ در این است که تمامی حوزه‌های مفهومی دنیای اجتماعی انسان‌ها را در بر می‌گیرد (رکان^۲، ۱۹۹۸: ۹). فرهنگ به دو بعد مادی و غیرمادی تقسیم شده است (گیدنز، ۱۳۸۶: ۱۵۶). بحث در توسعه فرهنگی شهر نیازمند توجه به این ابعاد می‌باشد. شهر نیز به عنوان یک پدیده فرهنگی، دو بعد محسوس و غیرمحسوس دارد. توسعه نیز همان‌گونه که گفته شد، دو بعد کمی و کیفی را در بر می‌گیرد. توسعه هم واقعیتی مادی است و هم حالتی ذهنی، که بر حسب آن جامعه از طریق ترکیب فرآیندهای اجتماعی، اقتصادی و نهادی و وسایلی را برای بدست آوردن زندگی بهتر تامین می‌کند (تودارو، ۱۳۶۷: ۱۳۸).

یونسکو در مورد مشارکت مردمی چنین ادعا می‌کند که "توسعه باید: از مردم و آنچه انجام می‌دهند، می‌خواهند، می‌اندیشند و باور دارند، آغاز شود و به سوی توزیع عادلانه‌تر منابع، جهت‌گیری گردد. هدف نهایی آن آزاد کردن انرژی خلاق مردم است." در این مورد می‌توان به شاخص‌های زیر اشاره نمود: نظرخواهی از مردم در زمینه برنامه‌های شهر به ویژه در زمینه‌های فرهنگی، انجام نیازسنجی فرهنگی مستمر و برنامه‌ریزی بر اساس نیازهای واقعی شهروندان، ترغیب تشکیل سازمان‌های غیردولتی در عرصه‌های فرهنگی.

فن‌هرمان واژه نیاز را چنین تعریف می‌کند: "احساس کمبود، همراه با کوشش در جهت برطرف کردن آن. بنا به تعریف دیگر، نیاز فاصله و خلا بین واقعیت موجود و شرایط مطلوب است که با توجه به ارزش‌های جامعه امکان ظهور می‌یابد و اگر امکان تغییر شرایط موجود برای ارضای آن وجود نداشته باشد به صورت بالقوه باقی می‌ماند." (رفیع‌پور، ۱۳۶۴: ۱۴).

مک‌لیپ می‌گوید: "نیازسنجی فرآیند نظم‌بخشی و اولویت‌بندی نیازهای اجتماع است." فایده نیازسنجی این است که حدس، گمان، تعبیر و تفسیر را از اطلاعات

موجود درباره نیازها دور می‌کند و تغییراتی را که در الگوهای زندگی و رفتار مردم پدید می‌آید، شفاف می‌سازد. نیازسنجی پویا و مداوم از ملزومات اولیه جامعه‌ای است که به مشارکت مردم، گروه‌ها و سازمان‌ها در تصمیم‌گیری و اداره امور، به عنوان یک اصل جدی و مهم می‌نگرد (ریوی‌یر، ۱۹۹۶: ۶).

فضاهای شهری عبارتند از بناها و فضاهای آزاد ایجاد شده در اطراف آن. یک شهر را فقط خانه‌هایش تشکیل نمی‌دهند، بلکه، کوچه، میدان، باغ، و گردشگاه‌ها و عناصری که این امکان را خوشایند می‌سازند نیز جزئی لازم از شهر محسوب می‌شوند. نوع فضا و مکان قرارگیری آنها بر اساس کاربری‌های فرهنگی، تفریحی، آموزشی، مسیرها و میدان است و کاربرد این فضاها متعدد بوده و عبارتند از: تردد، تفریح، بازی، ملاقات و بطور کلی فضایی برای زندگی و تماشا می‌باشد (پیرموره، ۱۳۷۳: ۱۴).

ابزار و راه حل منطقی و عملی بسیاری از کشورها برای فائق آمدن بر مسائل و مشکلات شهرها و نواحی شهری و بهبود شرایط زیستی و کالبدی آنها، انجام مطالعات شهری و تهیه و اجرای طرح‌های توسعه شهری بوده است (علی‌اکبری و همکاران، ۱۳۹۲: ۹۸). یکی از انتقادهای اساسی و جدی که همواره متوجه مدیران شهری بوده، عدم توجه به مولفه‌های فرهنگی و اجتماعی در طرح‌های توسعه‌ای است. به همین سبب صاحب‌نظران و متفکران اجتماعی معتقد هستند به رغم سرمایه‌گذاری و هزینه‌های هنگفت در شهرهای ایران، کیفیت زندگی بهبود چندانی نسبت به گذشته نیافته است و حتی محدودیت‌ها و مشکلات شهروندان بیشتر شده است. (پور موسوی، ۱۳۹۰: ۷)

تحقیق تقوایی و قائدرحمتی نشان می‌دهد استان فارس از نظر برخورداری از فضاها و امکانات فرهنگی جزء استان‌های توسعه یافته کشور است. امکان‌سنجی و احداث و تجهیز امکانات برای گذران اوقات فراغت شهروندان از جمله وظایف ضروری مدیریت شهری محسوب می‌گردد، که این امر با توجه به رشد روزافزون جمعیت جوان شهر شیراز، برنامه‌ریزی دقیق و حساب شده برای اوقات فراغت، که

نقش مهمی نیز در تامین نیازهای فرهنگی شهروندان دارد را می‌طلبد. نکته مهم و در خور تعمق در خصوص توجه ویژه به نیازهای فرهنگی شهروندان، عدم رعایت عدالت در آمایش فضاهای فرهنگی در سطح شهر شیراز است. به طوری که، مشاهده می‌شود اکثر فضاهای فرهنگی و تفریحی در مناطق مرکزی شهر ایجاد شده و این فضاها به طور عادلانه در تمامی نواحی شهری تقسیم نشده یا از آنها استفاده مطلوب نمی‌شود. لذا در این تحقیق سعی می‌شود به نیازسنجی توسعه فضاهای فرهنگی در شهر شیراز پرداخته شود.

یکی از نکاتی که تحقیق حاضر را ضروری می‌نماید، جایگاه شهر شیراز به عنوان یکی از مراکز عمده فرهنگی ایران و جهان می‌باشد. بر اساس منابع گوناگون، شیراز در سالیان متمادی در زمینه فرهنگ بشری سهم قابل توجهی را ایفا نموده است. این نقش عمدتاً در عرصه فرهنگ متعالی از جمله شعر و هنر بالیده است. اما نیم نگاهی به سطح شهر امروزی شیراز، که آثار مدنی و مفاخر ادبی و فرهنگی جهان در آن آرمیده‌اند، می‌توان شاهد مظاهر و رفتارهای نامناسبی نیز بود. ادامه نقش تاریخی و هویت آن و همچنین ارتقای سطح زندگی ساکنان این شهر بدون شناخت اقتضائات جدید جهان و تحولات این شهر با مشکل مواجه است. بنابراین توسعه و ارتقاء شیراز قبل از هر چیز مستلزم آن است تا حوزه‌های فرهنگی شناسایی شده و با توجه به شرایط موجود برنامه‌ریزی شود.

نتایج این پژوهش به مدیران و برنامه‌ریزان فرهنگی شهر شیراز کمک می‌کند تا با استفاده از یافته‌های علمی، نیازهای فرهنگی شهروندان را در نظر گرفته و متناسب با این نیازها، اعتبارات مالی را پیش‌بینی نموده و برنامه‌های اجرایی لازم را تدارک ببینند.

رویکرد نظری تحقیق

مباحث مرتبط با نیاز و نیازسنجی

نیاز یک مفهوم عمومی است که در زمینه‌های مختلفی کاربرد نسبتاً وسیعی دارد و

تعاریف متعددی از آن ارائه می‌شود. این تعاریف اگرچه همگی یک مفهوم یا احساس مشترکی را انتقال می‌دهند با این وجود از مناظر و ابعاد مختلف و بعضاً متفاوتی به آن می‌نگرند. اهمیت این دیدگاه‌ها در تعریف واژه‌هایی مانند نیاز از آن جهت است که عملاً مبنای طرح ریزی و اقدام در زمینه سنجش و رفع نیازها و به سهم خود نتایج حاصل از آن قرار می‌گیرد. در یک تعریف عمومی، نیاز چیزی است که برای ارضاء و تحقق یک هدف قابل دسترس، ضروری یا مفید است (عباس‌زادگان و ترک‌زاده، ۱۳۷۹: ۵۶).

جامعه‌شناسان نیاز را از لحاظ پیوستگی و ارتباط فرد با جامعه و محیط پیرامونش مطالعه می‌کنند. در این نوع نگرش، نیازها در سطح فرد و شرایط و موقعیت او مطرح نمی‌گردند، بلکه نیازهای گروهی و اجتماعی در کنش متقابل مورد توجه قرار می‌گیرند. نیازهای ناشی از روابط فرد با گروه یا اجتماع و بالعکس، تحت تأثیر متغیرهای گوناگونی‌اند که تعیین حد و مرز برای آنها ممکن نیست. نیازها از بعد اجتماعی دارای خصوصیات زیرند:

- نیازهای ناشی از روابط فرد و اجتماع هستند و به صورت دو سویه پدید می‌آیند.

- نظام‌های اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی در پیدایش، رشد و تکامل نیازها نقش اساسی دارند.

- نیازها مطابق قواعد، موازین و شرایط اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی ایجاد می‌گردند و تغییر و تکامل می‌یابند. انسان‌ها همواره در پی آن هستند که نیازهای خود را با هنجارهای بیشتر افراد جامعه تطبیق دهند.

- در جامعه نیروها و عواملی وجود دارند که ایجاد و هدایت نیازها حتی نیازهای جسمی را در کنترل خود می‌گیرند.

- پیدایش نیازهای جدید در جریان اجتماعی شدن انسان، موجب استقرار سازمان‌ها و نظام‌های خاص برای ارضای آنها می‌شود.

- نیازها در جامعه، همانند یک زنجیره به هم پیوسته هستند و جریان نیاز آفرینی بدون محدودیت و توقف ادامه می‌یابد. بین نیازهای فردی و اجتماعی پیوستگی وجود دارد و تأثیر متقابل آنها بر روی یکدیگر همواره باید مورد توجه قرار گیرد. جامعه شناسان عموماً برجسته اجتماعی پدیده نیاز تأکید دارند، اگر چه در جزئیات اتفاق نظر وجود ندارند. آنها نیاز را کمتر یک پدیده طبیعی و فطری با هدف مشخص، بلکه بیشتر تلقین شده از سوی جامعه می‌دانند. به همین دلیل نیز دارند واژه علاقه را بر نیاز ترجیح می‌دهد. هوندريش نیازها را کشاکش بین دو ادراک می‌داند: ادراک شخص از یک وسیله ارضاء و ادراک او از آن که نمی‌تواند همان موقع آن وسیله را به دست آورد. بدین ترتیب هوندريش به عنوان جامعه شناس، بر محرک‌های اجتماعی به عنوان عوامل اصلی پدید آورنده نیاز تأکید می‌کند (بابایی، ۱۳۸۲: ۸).

نیازسنجی عبارت است از کاربرد فنونی که بتوان به کمک آنها اطلاعات مناسب را درباره نیازها گردآوری کرد و به الگوی نیازها و خواسته‌های فرد، گروه و جامعه دست یافت (سامرز، ۱۹۸۷).

نیازسنجی پویا و مداوم از ملزومات اولیه جامعه‌ای است که به مشارکت مردم، گروه‌ها و سازمان‌ها در تصمیم‌گیری و اداره امور، به عنوان یک اصل جدی و مهم می‌نگرد در تعریف نیازسنجی اساساً فرض اصلی این است که نیازسنجی روشی برای گردآوری داده‌ها است. نیازسنجی یک فرایند نظام مند و جاری فراهم سازی اطلاعات قابل استفاده درباره افراد و سازمان‌های مورد نظر تلقی می‌گردد. نیازسنجی یک شکل تحقیق کاربردی، فراتر از گردآوری داده‌ها و تحلیل آنها هم است و استفاده و بهره برداری از یافته‌ها را نیز شامل می‌شود (نیوبر، ۱۹۸۵).

نیازسنجی ابزاری نیست که کاربردهای آن انحصاری و مختص حوزه خاصی باشد. از این رو باید گفت که در هر زمان و موقعیتی که اطلاعات موجود برای تصمیم‌گیری، برنامه‌ریزی و عملیات موفقیت‌آمیز کفایت نکند، اجرای نیازسنجی ضرورت می‌یابد. همان‌گونه که اشاره شد، موارد کاربرد نیازسنجی را می‌توان عمدتاً سه مورد

دانست:

- در جهت رفاه، ترقی و سعادت بشر، توسعه علوم و فنون، بسط دانش و آگاهی.
- در زمینه‌های سیاسی برای کنترل و هدایت موج‌ها و جریان‌های سیاسی، ایجاد ثبات سیاسی، جلب مشارکت مردم در حاکمیت و تنظیم روابط بین مردم و حاکمیت.
- در امور اقتصادی و بازرگانی، برای شناخت نیازهای بالقوه در مصرف، ایجاد بازارهای جدید فروش کالا، ایجاد نیازهای جدید و تغییر ذائقه مصرف کنندگان (بابایی، ۱۳۸۲: ۱۵).

به طور کلی روش‌های سنجش نیازها را در یک طبقه‌بندی کلی به دو نوع طبقه-بندی می‌کنند:

۱- روش‌های انفرادی: که شامل مصاحبه چهره به چهره، مصاحبه با مطلعین کلیدی، پرسش‌نامه، مشاهدات شخصی غیررسمی، بازدید و مشاهده منظم، پژوهش پیمایشی و زمینه یاب (اسماعیلی، ۱۳۸۲: ۱۷).

۲- روش‌های گروهی: که به مشارکت کنندگان و مخاصبان اجازه می‌دهد تا در فرایند نیازسنجی با یکدیگر در ارتباط بوده و با بحث و تبادل نظر به شناسایی نیازها، طبقه بندی آنها و اولویت نیازها پردازند (فهمی، ۱۳۸۰: ۱۸).

فضای فرهنگی

برای تشریح و تدقیق موضوع مورد تحقیق، مروری بسیار گذرا، اما اساسی به رابطه فضا، انسان و فرهنگ انسان در خلق فضا آغاز می‌کنیم و در نهایت به شرح فضای فرهنگی خواهیم پرداخت.

سجا (۱۹۸۹) دو مفهوم از فضا را شناسایی می‌کند: نخست فضای فیزیکی با ماهیت مادی است که قالب آن مباحث کلاسیک را در زمینه نظریه‌های مطلق در برابر نسبی دسته بندی می‌کند. مفهوم دوم که در واقع مفهومی رابطه‌ای است، فضای ذهنی ادراک و باز نمایی است که تلاش برای کاوش معنای فردی و محتوای نمادین و

نقشه‌های ذهنی و تصویر سازی از چشم اندازها در آن جای می‌گیرد. او سپس مفهوم سومی به نام فضاهای اجتماعی را طرح می‌کند و معتقد است که یکی از سخت‌ترین چالش‌ها برای نظریات اجتماعی معاصر، تعریف ارتباطات متقابل این فضاهاست (سجا، ۱۹۸۹).

لفور (۱۹۹۱) فضاهای سه‌گانه دریافتی، فکری و زیستی را به عنوان "سه آن فضای اجتماعی" که دارای روابط متقابل دیالکتیک‌اند، می‌یابد. لحظه نخست رویه مکانی است که به شیوه سازمان یافتن و به کار رفتن فضا مربوط می‌شود و میان واقعیت روزمره و واقعیت شهری قرار می‌گیرد (مثل مسیرها و شبکه‌های متصل‌کننده مکان‌هایی که هر کدام برای کار و زندگی و اوقات فراغت وجود دارند). آن دوم، بازنمودهای فضا است که به فضای مفهومی شده برنامه ریزان، شهرسازان، تفکیک‌کنندگان تکنوکرات‌ها و مهندسان اجتماعی مربوط است و فضای غالب جامعه را می‌سازد که تمایل آن نیز به سوی نظامی از نمودهای زبانی است. آن سوم، فضای بازنمودی است و به فضایی می‌گوییم که با تصاویر و نمادهای همراه خود مستقیماً در آن زیست می‌شود و از این جهت فضای ساکنان و مصرف‌کنندگان است. این فضا با ابزارهای غیرکلامی درک می‌شود. فضای بازنمودی "فضای مغلوب" است و از این رو تجربه فضا، مفعولی است که با فضای فیزیکی تداخل می‌کند و از اشیاء به عنوان نماد استفاده می‌کند. بحث لفور این است که این سه لحظه باید با یکدیگر رابطه متقابل داشته باشد. لذا پیش از آن که تلاش کنیم فضای شهری را دگرگون سازیم، باید آن را بشناسیم (لفور، ۱۹۹۱).

تلاش برای انسجام ابعاد اجتماعی و فیزیکی فضا یا به عبارتی متن‌دار ساختن فضای فیزیکی با رویه‌های انسان، گامی مهم در درک ما از فضا است. نمی‌توانیم محیط مان را مجموعه‌ای از اشیاء مادی بی‌ارتباط بدانیم آن گونه که در برابر گرفتن شهرها با ساختمان‌هایشان شاهدیم (مدنی پور، ۱۳۷۹).

از سوی دیگر نمی‌توانیم فضا را صرفاً به عنوان ظرفی برای روابط اجتماعی،

بدون بعد فیزیکی درک کنیم. فضای مکانی، تنها ظرف انسان به حساب نمی آید، بلکه تصویرها و تخیل‌هایی که از آن به صورت مستقیم یا غیرمستقیم زاده شده و در مغزها اندوخته می‌شود نیز تا آن اندازه قدرت و گسترش می‌یابد که این ظرف را - بعد از تحقق چیرگی و تسلط مادی و معنوی- به شکل یک تابع در می‌آورد: تابعی که در معنی و شکل درک پذیر است.

ما جامعه را خلق می‌کنیم، در حالی که مخلوق آنیم. ما فضا را خلق می‌کنیم، در حالی که بر هم کنشی تنگاتنگ با آن داریم و همین فضا ذهنیت ما را شکل می‌دهد. لذا در این جا از واژه فضای شهری صرفاً در اشاره به فضای میان ساختمان‌ها یعنی فضاهای خالی متمایز از توده اجسام استفاده نشده، بلکه این واژه در معنایی است که تمام ساختمان‌ها، اشیاء و فضاهای محیطی شهری و نیز افراد، رویدادها و روابط میان آنها را در بر می‌گیرد و همین فضا در مفهوم عام، فضایی فرهنگی را شکل می‌دهد (فلامکی، ۱۳۶۷).

عوامل مؤثر بر نحوه گذران اوقات فراغت

عواملی که بر شرکت در اوقات فراغت تأثیر دارد بی نهایت پیچیده است. تورکیلدسن (۱۹۸۵) فهرستی را برمی‌شمارد که در آن به بیش از ۴۶ عامل مؤثر بر گزینش اوقات فراغت اشاره شده است. این عوامل به سه گروه عمده تقسیم شده است: نخست عوامل فردی: مرحله چرخه زندگی فرد، نیازها، علایق، نگرش‌ها، توانایی‌ها، نوع تربیت و شخصیت فرد. دسته دوم: موقعیت‌هایی که افراد خودشان را در آن می‌بینند، محیط اجتماعی که آنها جزئی از آن هستند، زمان در اختیارشان، شغل و درآمدشان. دسته سوم، فرصت‌ها و خدمات حمایتی در دسترس افراد: منابع، تسهیلات، برنامه‌ها، فعالیت‌ها و کیفیت و جذابیت آن‌ها و مدیریت شان (تورکیلدسن، ۱۹۹۹: ۴۳-۱۱۴).

با توجه به اینکه در این تحقیق به دنبال بررسی اولویت‌های توسعه فضاهای

فرهنگی مورد نیاز شهروندان بر حسب سن، تحصیلات و جنسیت می‌باشیم لذا در ادامه تاثیر این سه عامل را در فعالیت‌های فراغتی افراد تشریح خواهیم کرد.

سن

سن تاثیر مهمی بر میزان مشارکت فرد در امور فراغتی دارد، ولی این تاثیر بسته به خود فرد و نوع فعالیت متغیر است. در مورد کودکان این تغییر بسیار وسیع است زیرا در هر مرحله از مراحل کودکی نیاز کودک متفاوت است و این مراحل نیز به سرعت عوض می‌شوند.

داشتن فرصت نیز بر مشارکت افراد در سرگرمی‌ها تاثیرگذار است. به نظر می‌رسد افراد بازنشسته زمان بیشتری برای شرکت در این نوع فعالیتها در مقایسه با افراد میانسال دارند. نوجوانان نیز تا حدودی وقت کافی برای مشارکت در این نوع فعالیتها در اختیار دارند و نوع فعالیتی که هر یک از این گروه‌های سنی در آن شرکت می‌کنند متفاوت است. به عنوان مثال، نوجوانان بیشتر تمایل دارند در اوقات فراغت خود به سینما بروند ولی در میان میانسالان و به خصوص افراد بازنشسته چنین تمایلی کمتر به چشم می‌خورد.

با بالاتر رفتن سن و رسیدن فرد به سنین بازنشستگی، تمایل او برای شرکت در سرگرمی‌ها بیشتر می‌شود. ولی این گروه سنی اوقات خود را بیشتر با انجام کارهای دستی و باغبانی پر می‌کنند. برخی سرگرمی‌ها نیز هستند که پرداختن به آنها ربطی به سن افراد ندارد. این سرگرمی‌ها، سرگرمی‌هایی هستند که معمولاً در خانه به آنها پرداخته می‌شود. تماشای تلویزیون و مطالعه از این زمره اند. شرکت در کلوپ‌ها و انجمن‌ها و سازمان‌های غیردولتی نیز معمولاً در حول و حوش سنین بازنشستگی دیده می‌شود.

با همه اینها نباید سن را به عنوان یک عامل مجرد در نظر گرفت؛ مثلاً ازدواج یا بچه دار شدن نیز که به هر حال با سن مرتبط اند، می‌توانند عواملی تاثیرگذار بر نوع و

میزان شرکت افراد در سرگرمی‌ها باشند. گاهی نیز با بزرگ شدن فرزندان و مستقل شدن آنها والدین فرصت بیشتری برای شرکت در این نوع فعالیت‌ها می‌یابند یا مثلاً بازنشسته شدن فرد- صرف نظر از سن او- می‌تواند خود عاملی تأثیرگذار بر میزان شرکت وی در فعالیت‌های فراغتی باشد. همچنین مجرد و تأهل نیز می‌تواند عامل تعیین‌کننده نوع سرگرمی باشد. افراد مجرد تمایل بیشتری به رفتن به جشن‌های شاد دارند، در صورتی که افرادی که تشکیل خانواده داده‌اند بیشتر مایلند اوقات فراغت و تعطیلات خود را در کنار دریا بگذرانند (همان، ۱۱۵).

تحصیلات

نوع تحصیل، مدت تحصیل و موفقیت تحصیلی افراد ارتباط تنگاتنگی با طبقه، شغل، درآمد و سایر عوامل دارد. اصطلاح "شرکت در فراغت با کیفیت بهتر" برای مردان جوان‌تر، در یک شغل بدون کارفرما و با درآمد بالا قابل دستیابی است. تحصیل تا حدودی در انتخاب نوع فراغت تأثیر می‌گذارد. مدارک قابل قبولی در دست است که از این دیدگاه حمایت می‌کند؛ از تحقیقات ملی گرفته تا تحقیقات خاص درباره امکانات فراغتی از قبیل کتاب‌خانه‌ها، تئاترها و مراکز تفریحی، برای مثال: تفاوت فاحشی بین عضویت در کتابخانه‌های عمومی با توجه به آموزشگاه و سطح تحصیلی وجود دارد. تحقیقی نشان می‌دهد که ۵۷ درصد از کل تماشاچیان تئاتر، ۴۲ درصد از تماشاچیان اپرا و ۳۳ درصد از تماشاچیان باله در حال حاضر و از قبل نیز دارای تحصیلات دانشگاهی بوده‌اند. در بیرمنگهام و در یک تحقیق معلوم شد که تئاتر تحصیلات بر میزان حضور در فعالیت‌های فراغتی هنری بسیار معنادارتر از طبقه اجتماعی بوده است (همان: ۱۱۷).

جنسیت

مدارکی مبنی بر تفاوت‌های جنسیتی در شیوه گذران اوقات فراغت وجود دارد. به

طور آشکار، فرصت‌ها برای انواع مشخصی از ورزش‌ها از قبیل فوتبال، بیس بال، راگبی، کشتی و اتومبیل رانی بیشتر برای مردان است تا زنان. تفاوت‌های زیادی بین حضور مردان و زنان در ورزش‌های تیمی، گلف، شکار کردن، ماهی‌گیری و رفتارهای اجتماعی مانند رفتن به کافه‌ها و قهوه‌خانه‌ها وجود دارد.

بیشتر تفاوت‌های معنادار به اجتماعی شدن نقش جنسی مربوط می‌شود. مردان تمایل دارند بیشتر شکار و ماهی‌گیری را انجام دهند، در حالی که زنان بیشتر خرید کردن و مطالعه سبک و تفریحی را دوست دارند، مردان بیشتر به قهوه‌خانه می‌روند، در حالی که احتمالاً زنان کاملاً از آن اجتناب می‌کنند. مهم‌تر از تشابه‌ها و تفاوت‌هایی که در انواع فعالیت‌های مردانه و زنانه وجود دارد، فرآیندی است که این تفاوت‌ها تحت تأثیر آن شکل گرفته‌اند. از دوره کودکی، پذیرش برخی از انواع فعالیت‌ها فقط برای یک جنس تعریف می‌شوند. این تعاریف با افزایش سن تغییر می‌کنند (کلی، ۱۹۹۶: ۳۸۳ به نقل از مالکی، ۱۳۸۸).

پیشینه پژوهش

نعمتی (۱۳۸۷) در تحقیقی به بررسی نظرات شهروندان تهرانی در خصوص فعالیت‌های اداره کل تربیت بدنی شهرداری تهران پرداخته است. روش تحقیق پیمایشی بوده و اطلاعات از طریق پرسش‌نامه جمع‌آوری شده است. جامعه آماری افراد بالای ۲۰ سال و ساکن در مناطق ۲۲ گانه و حجم نمونه ۱۱۰۲ نفر بوده است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد بیش از ۸۰ درصد پاسخ‌گویان ضرورت پرداختن شهرداری به ورزش همگانی را زیاد و خیلی زیاد دانسته‌اند. ۶۰ درصد پاسخ‌گویان آشنایی کمی با اقدامات شهرداری در حوزه تربیت بدنی و ورزش همگانی داشته‌اند. ۷۱ درصد پاسخ‌گویان معتقدند اطلاع رسانی مناسب در زمینه ورزش همگانی صورت نمی‌گیرد. ۶۰ درصد از نحوه تجهیز و ساماندهی وسایل ورزشی همگانی در پارک‌ها اظهار رضایت نمودند. ۸۰ درصد آنان از اهدای جوایز در مسابقات ورزشی محلات و

ایستگاه‌های صبح جمعه اظهار بی اطلاعی کرده‌اند. ۸۶ درصد هیچ‌گونه اطلاعی از تامین وسایل ایاب و ذهاب برای همایش‌های ورزشی گروهی، خانوادگی و ... نداشتند. ۸۸ درصد پاسخ‌گویان در ایستگاه‌های ورزش صبحگاهی شرکت نکرده‌اند. این بررسی نشان می‌دهد مهم‌ترین عوامل عدم شرکت پاسخ‌گویان در برنامه‌های ورزش همگانی؛ کمبود وقت (۳۶ درصد)، بی اطلاعی از این برنامه‌ها (۱۳ درصد) و بی‌حوصلگی و بی‌انگیزگی (۱۱ درصد) بوده است. و در نهایت، بیش از ۶۰ درصد پاسخ‌گویان بهترین و مناسب‌ترین زمان برگزاری ورزش همگانی را ساعت ۶ الی ۷ صبح دانسته‌اند.

مرادی (۱۳۸۶) در تحقیقی به بررسی "نیازسنجی توسعه فضای فرهنگی شهروندان نجف آباد" پرداخته است. نتایج تحقیق نشان داد که تعداد فضاهای فرهنگی موجود شهر نجف آباد در سطح خطای ۵ درصد کمتر از سطح متوسط پاسخ‌گوی نیاز شهروندان بوده و از لحاظ آمایش بیش از نیمی از این فضاها در بخش مرکزی قرار دارند. از نظر مدیران فرهنگی نیازهای آموزشی و پرورشی و فرهنگسرا در اولویت اول قرار داشتند، برای کودکان شهربازی مهمترین مکان بود و به طور کلی از نظر شهروندان مهمترین نیازهای فرهنگی، نیاز آموزشی و پژوهشی و نیاز تفریحی و فضاهایی همچون پارک، زمین ورزش، تفرج گاه و کتاب‌خانه مهم‌ترین فضاها بوده است.

اسماعیلی (۱۳۸۲) در پژوهشی با عنوان "سنجش نیازهای فرهنگی شهروندان ساکن شهر اصفهان" تحقیقات وسیعی انجام داد. نتایج به دست آمده حاکی از آن بود که در گروه‌بندی نیازهای فرهنگی شهر اصفهان نیازهای آموزشی ۲۳/۲ درصد، نیازهای تفریحی ۲۲/۶ درصد، نیازهای ورزشی ۱۲/۵ درصد، نیازهای هنری ۱۱/۲ درصد، نیازهای رسانه‌ای ۱۰/۴ درصد، نیازهای اجتماعی ۹/۴ درصد، نیازهای مذهبی ۱/۶ درصد، نیازهای انسانی و مدیریتی ۱/۱ درصد، و سایر نیازها ۰/۸ درصد به دست آمده است. در مبحث نیازهای فرهنگی در مجموع ۱۷۹ مورد با تفاوت‌های جزئی یا کلی نسبت به یکدیگر به عنوان نیازهای فرهنگی شهر اصفهان از طرف پاسخ‌گویان مطرح شده است.

سعیدی رضوانی (۱۳۷۳) در تحقیقی با عنوان "شهرداری‌ها و اوقات فراغت" به بررسی نحوه گذراندن اوقات فراغت شهروندان در شهرهای اهواز، هفتگل، اصفهان، چادگان، مشهد و نهبندان پرداخته است. از ۱۶ فضای فرهنگی ذکر شده در پرسش‌نامه سه مورد را که اولویت بیشتری داشتند از جمله پارک وسیع، پارک محله‌ای و سینما بود. فضاهای فرهنگی و تفریحی مطلوب از نظر پاسخ‌گویان به شرح ذیل عنوان شده است: پارک وسیع ۴۱/۱ درصد، پارک محله‌ای ۳۸/۳ درصد، سینما ۳۶/۷ درصد، میدان ورزشی ۲۶/۳ درصد، شهربازی ۲۶/۷ درصد، کتاب‌خانه ۲۶/۷ درصد، فرهنگسرا ۲۵ درصد، استخر شنا ۱۸/۳ درصد، آموزشگاه هنری ۱۸/۳ درصد، باشگاه جوانان ۱۵ درصد، زمین بازی محله ۱۱/۷ درصد، کلوپ ویدئو ۶/۷ درصد، موزه ۳/۳ درصد، نمایشگاه و کالری ۲/۳ درصد و برخی از فضاها مانند سالن تئاتر و مرکز بازی‌های کامپیوتری مورد استقبال مردم قرار ندارند. اولویت اول: ایجاد کتاب‌خانه‌های جدید و برخوردار از سالن مطالعه. اولویت دوم: توجه به گسترش تفریح‌گاه و کانون‌های تفریحی و فرهنگی. اولویت سوم: ایجاد کلوپ‌های ورزشی و افزایش تعداد سینماها. براین اساس سه دسته از نیازهای قابل تفکیک می‌باشند: نیازهای دسته اول، شامل نیازهای آموزشی - پژوهشی و نیازهای تفریحی برای گذران اوقات فراغت. نیازهای دسته دوم، شامل نیازهای ورزشی - هنری - رسانه‌ای و اجتماعی (روابط و انضباط اجتماعی). نیاز دسته سوم، نیازهای مذهبی - نیازهای مدیریتی و انسانی. بیش از ۴۵ درصد کل موارد ذکر شده در دسته اول قرار می‌گیرند که حاکی از اهمیت بسیار زیاد این گروه از نیازها یعنی نیازهای آموزشی - پژوهشی و نیازهای فرهنگی - تفریحی برای شهروندان اصفهانی است. چهارگروه از نیازهای شامل ورزشی، هنری، رسانه‌ای، اجتماعی نیز به عنوان دسته دوم از نیازها به لحاظ میزان اهمیت نیز بیش از ۴۰ درصد از موارد ذکر شده را به خود اختصاص داده‌اند و نیازهای مذهبی و مدیریتی در مراتب بعدی اهمیت قرار گرفت.

کالتور^۳ (۱۹۹۰) در پژوهشی با عنوان "اوقات فراغت خود را کجا می‌روید؟" به مقایسه چگونگی نحوه گذراندن اوقات فراغت شهروندان ۱۸ تا ۶۴ ساله آمریکائی در سالهای ۱۹۶۵، ۱۹۷۵، ۱۹۸۵ میلادی پرداخت. این محقق بیان می‌کند بین سال‌های ۱۹۸۲ تا ۱۹۸۸ اوقات فراغت یک کارمند آمریکائی به $\frac{43}{8}$ ساعت در هفته افزایش یافته است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که اوقات فراغت زنان در هفته یک ساعت کمتر از مردان است اما بیش از مردان اوقات فراغت خود را با گفتگو و لذت بردن از سرگرمی‌ها و رفتن به کلیسا می‌گذرانند. شهروندان آمریکائی $\frac{1}{15}$ درصد اوقات فراغت خود را با تماشای تلویزیون، ۴۹ درصد مطالعه، $\frac{2}{12}$ درصد ورزش و گردش، $\frac{2}{2}$ درصد سرگرمی و تفریح، $\frac{1}{9}$ درصد فعالیت علمی و پژوهشی، ۱ درصد استراحت و تفکر، $\frac{1}{8}$ درصد فعالیت مذهبی، $\frac{0}{8}$ درصد فعالیت فرهنگی، $\frac{0}{7}$ درصد رفتن به کلوپ و باشگاه، $\frac{0}{3}$ درصد گوش دادن به موسیقی و رادیو می‌گذرانند.

سوالات پژوهش

۱. اولویت‌های توسعه فضاهای فرهنگی مورد نیاز شهروندان شیراز بر حسب گروه‌های سنی کدام است؟
۲. اولویت‌های توسعه فضاهای فرهنگی مورد نیاز شهروندان شیراز بر حسب گروه‌های تحصیلی کدام است؟
۳. اولویت توسعه فضاهای فرهنگی مورد نیاز شهروندان شیراز بر حسب جنسیت کدام است؟

روش پژوهش

این تحقیق بر پایه‌ی رویکرد کمی در تحقیقات اجتماعی قرار دارد و بنابراین از پیمایش که یکی از مشهورترین روش‌های تحقیق کمی است، استفاده شده است.

جامعه‌ی آماری در این پژوهش شهروندان ۱۱ تا ۶۰ سال که تعداد آنها بر اساس سرشماری ۱۳۹۰ یک میلیون و دویست هزار نفر می‌باشد. حجم نمونه در این تحقیق با فرمول کوکران ۳۸۳ نفر برآورد شد که برای اطمینان بیشتر ۴۰۰ پرسش‌نامه را با استفاده از نمونه‌گیری طبقه‌ای چند مرحله‌ای بین پاسخ‌گویان توزیع کردیم. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز از جداول دو بعدی توسط نرم افزار SPSS استفاده شده است.

یافته‌ها

جدول ۱: اولویت و میانگین توسعه فضای فرهنگی - تفریحی شهر شیراز بر حسب جنسیت

زن		مرد			جنسیت	
اولویت	انحراف معیار	میانگین	اولویت	انحراف معیار	میانگین	مکان
۴	۰/۸۴	۳/۲۷	۳	۰/۸۹	۳/۳۸	زمین بازی
۳	۰/۷۹	۳/۳۳	۲	۰/۸۸	۳/۳۹	زمین ورزشی
۳	۰/۷۵	۳/۳۳	۱	۰/۸۹	۳/۴۵	سالن ورزشی
۲	۰/۸۱	۳/۳۴	۴	۰/۸۶	۳/۳۵	استخر
۱	۰/۸۲	۳/۳۷	۵	۰/۹۶	۳/۳۱	پارک و فضای سبز
۲	۰/۸۰	۳/۳۴	۶	۱/۰۴	۳/۱۶	تفرج‌گاه بیرون شهر
۵	۰/۹۰	۳/۱۷	۷	۱/۰۹	۳/۰۵	کتابخانه
۷	۰/۹۶	۲/۹۱	۹	۱/۱۱	۲/۸۹	فرهنگسرا
۸	۱/۰۰	۲/۹۰	۸	۱/۰۸	۲/۹۲	خانه فرهنگ
۶	۰/۹۸	۳/۰۰	۹	۱/۰۷	۲/۸۹	سینما
۱۲	۱/۱۰	۲/۷۱	۱۲	۱/۱۱	۲/۷۱	آمفی تئاتر
۱۱	۱/۰۱	۲/۷۵	۱۱	۱/۱۳	۲/۷۶	موزه
۱۰	۰/۹۸	۲/۷۶	۱۳	۱/۱۰	۲/۶۹	گالری
۹	۰/۹۵	۲/۸۸	۱۰	۱/۱۲	۲/۷۸	نمایشگاه

زن			مرد			جنسیت
اولویت	انحراف معیار	میانگین	اولویت	انحراف معیار	میانگین	مکان
۱۳	۱/۲۷	۲/۶۲	۱۴	۱/۳۵	۲/۵۶	مسجد
۱۴	۱/۲۶	۲/۴۱	۱۵	۱/۳۲	۲/۵۰	گیم نت

بر اساس نتایج جدول شماره ۱، سالن ورزشی و زمین ورزشی اولویت اول و دوم مردان را به خود اختصاص داده است اما پارک و تفرج گاه خارج از شهر اولویت اول و دوم زنان را تشکیل داده است.

جدول ۲- اولویت و میانگین توسعه فضای فرهنگی -تفریحی شهر شیراز بر حسب تحصیلات

اولویت	فوق لیسانس و دکترا		لیسانس			فوق دیپلم			دیپلمستان و دیپلم			ابتدایی - راهنمایی			مکان
	اولویت	انحراف معیار	اولویت	انحراف معیار	میانگین	اولویت	انحراف معیار	میانگین	اولویت	انحراف معیار	میانگین	اولویت	انحراف معیار	میانگین	
۴	۰/۷۶	۳/۳۴	۴	۰/۷۱	۳/۴۰	۳	۱/۰۵	۳/۲۶	۵	۰/۸۸	۳/۲۸	۱	۱/۰۶	۳/۴۶	زمین بازی
۱	۰/۶۸	۳/۴۸	۶	۰/۷۷	۳/۳۳	۱	۰/۹۴	۳/۳۲	۴	۰/۸۷	۳/۳۴	۲	۱/۰۴	۳/۳۳	زمین ورزشی
۳	۰/۷۹	۳/۴۴	۱	۰/۶۲	۳/۵۰	۲	۱/۰۰	۳/۲۸	۲	۰/۸۳	۳/۳۷	۳	۱/۰۳	۳/۲۶	سالن ورزشی
۳	۰/۷۳	۳/۴۴	۳	۰/۶۶	۳/۴۱	۵	۱/۰۹	۳/۱۲	۱	۰/۷۸	۳/۳۹	۳	۰/۹۶	۳/۲۶	استخر
۴	۰/۸۱	۳/۳۴	۲	۰/۶۹	۳/۴۷	۲	۱/۰۳	۳/۲۸	۳	۰/۸۹	۳/۳۶	۸	۱/۳۸	۲/۷۳	پارک و فضای سبز
۵	۰/۸۸	۳/۲۹	۵	۰/۸۲	۳/۳۵	۴	۰/۹۳	۳/۲۱	۶	۰/۹۹	۳/۲۰	۴	۱/۲۰	۳/۲۰	تفرج گاه بیرون شهر
۲	۰/۷۲	۳/۴۵	۷	۰/۸۵	۳/۲۲	۸	۱/۱۵	۲/۹۷	۷	۱/۰۲	۳/۰۰	۱۰	۱/۴۰	۲/۶۰	کتابخانه
۶	۰/۷۶	۳/۱۷	۹	۰/۸۸	۳/۱۰	۶	۱/۰۸	۳/۰۶	۱۵	۱/۱۰	۲/۵۷	۹	۱/۳۴	۲/۶۶	فرهنگسرا
۷	۰/۹۱	۳/۰۰	۱۰	۰/۸۹	۳/۰۵	۷	۱/۲۵	۳/۰۱	۹	۱/۰۲	۲/۷۲	۵	۱/۲۲	۲/۹۳	خانه فرهنگ
۱۲	۱/۰۹	۲/۸۰	۸	۰/۹۴	۳/۱۱	۹	۱/۰۴	۲/۸۵	۷	۱/۰۱	۳/۰۰	۷	۱/۲۰	۲/۸۰	سینما
۹	۰/۹۹	۲/۹۲	۱۳	۱/۰۴	۲/۸۶	۱۱	۱/۲۴	۲/۵۷	۱۴	۱/۱۳	۲/۶۰	۱۰	۰/۹۱	۲/۶۰	آمفی تئاتر
۸	۰/۹۶	۲/۹۳	۱۴	۱/۰۳	۲/۸۳	۱۰	۱/۱۴	۲/۷۳	۱۳	۱/۱۰	۲/۶۲	۶	۱/۰۶	۲/۸۶	موزه
۱۱	۰/۹۱	۲/۸۸	۱۲	۰/۹۶	۲/۸۸	۱۲	۱/۱۴	۲/۵۵	۱۲	۱/۰۹	۲/۶۴	۷	۰/۹۴	۲/۸۰	گالری
۱۰	۰/۸۴	۲/۹۰	۱۱	۰/۹۲	۲/۹۶	۱۰	۱/۱۳	۲/۷۳	۸	۱/۱۱	۲/۸۲	۱۱	۱/۰۹	۲/۲۶	نمایشگاه
۱۳	۱/۲۵	۲/۵۷	۱۵	۱/۲۸	۲/۷۵	۱۳	۱/۳۹	۲/۴۱	۱۱	۱/۲۸	۲/۶۷	۱۲	۱/۵۱	۲/۰۰	مسجد
۱۴	۱/۲۸	۲/۳۴	۱۶	۱/۱۸	۲/۳۰	۱۴	۱/۳۳	۲/۲۹	۱۰	۱/۳۲	۲/۶۸	۹	۱/۱۷	۲/۶۶	گیم نت

بر اساس نتایج جدول شماره ۲، اولویت اول و دوم تحصیلات ابتدایی و راهنمایی زمین بازی و زمین ورزشی می‌باشد. افراد دبیرستانی استخر و سالن ورزشی را انتخاب نموده‌اند. افراد فوق دیپلم زمین ورزشی و سالن ورزشی را انتخاب کرده‌اند. همچنین افراد لیسانس سالن ورزشی و پارک را انتخاب کرده‌اند. و در نهایت افراد فوق لیسانس و دکترا زمین ورزشی را اولویت اول و کتابخانه را به عنوان اولویت دوم انتخاب کرده‌اند.

جدول ۳. اولویت و میانگین توسعه فضای فرهنگی - تفریحی شهر شیراز بر حسب

گروه‌های سنی

ردیف	۱۱-۱۴ سال (نوجوان)			۱۵-۲۹ سال (جوان)			۳۰-۳۹ سال (میانسال)			۴۰-۶۰ سال (بزرگسال)			توضیحات
	میانگین	تعداد	درصد	میانگین	تعداد	درصد	میانگین	تعداد	درصد	میانگین	تعداد	درصد	
۱	۲/۹۲	۰/۹۹	۴	۳/۳۳	۰/۸۶	۴	۳/۳۳	۰/۸۱	۳	۳/۵۱	۰/۸۲	۴	زمین بازی
۲	۳/۰۰	۰/۹۱	۳	۳/۳۶	۰/۸۷	۲	۳/۴۱	۰/۷۵	۱	۳/۵۳	۰/۶۰	۳	زمین ورزشی
۳	۳/۰۸	۱/۰۳	۲	۳/۴۰	۰/۸۳	۱	۳/۳۳	۰/۷۹	۳	۳/۵۸	۰/۵۹	۱	سالن ورزشی
۴	۳/۱۶	۰/۸۹	۱	۳/۳۵	۰/۸۲	۳	۳/۲۷	۱/۰۰	۴	۳/۵۶	۰/۵۹	۲	استخر
۵	۳/۰۸	۱/۰۷	۲	۳/۳۶	۰/۹۱	۲	۳/۳۵	۰/۷۴	۲	۳/۳۸	۰/۸۱	۵	پارک و فضای سبز
۶	۳/۱۶	۱/۱۰	۱	۳/۲۷	۰/۹۷	۵	۳/۲۳	۰/۷۶	۵	۳/۲۵	۰/۶۳	۷	تفریح‌گاه بیرون شهر
۷	۲/۷۶	۱/۳۳	۶	۳/۱۱	۱/۰۳	۶	۳/۱۷	۰/۷۹	۶	۳/۲۸	۰/۶۰	۶	کتابخانه
۸	۲/۲۴	۱/۳۶	۱۰	۲/۹۱	۱/۰۴	۸	۳/۰۵	۰/۸۵	۸	۳/۰۵	۰/۷۹	۹	فرهنگسرا
۹	۲/۶۴	۱/۱۵	۷	۲/۸۷	۱/۰۸	۹	۳/۱۵	۰/۷۵	۷	۳/۱۰	۰/۸۸	۸	خانه فرهنگ
۱۰	۳/۰۰	۱/۰۴	۳	۲/۹۸	۱/۰۴	۷	۲/۹۲	۰/۹۳	۹	۲/۶۹	۰/۹۵	۱۳	سینما
۱۱	۲/۴۴	۰/۹۶	۹	۲/۷۰	۱/۱۱	۱۲	۲/۸۶	۱/۱۶	۱۰	۲/۷۶	۱/۰۶	۱۲	آمفی تئاتر
۱۲	۲/۶۴	۱/۰۷	۷	۲/۷۴	۱/۰۶	۱۱	۲/۸۶	۱/۱۱	۱۰	۲/۸۴	۱/۱۱	۱۰	موزه

۶۰-۴۰ سال (بزرگسال)			۳۹-۳۰ سال (میانسال)			۲۹-۱۵ سال (جوان)			۱۴-۱۱ سال (نوجوان)			
زنی	مردان	تعداد	زنی	مردان	تعداد	زنی	مردان	تعداد	زنی	مردان	تعداد	
۱۵	۱/۰۴	۲/۶۱	۱۱	۱/۰۷	۲/۸۰	۱۱	۱/۰۴	۲/۷۴	۷	۰/۹۵	۲/۶۴	گالری
۱۴	۱/۰۵	۲/۶۶	۱۲	۰/۹۲	۲/۷۸	۱۰	۱/۰۴	۲/۸۶	۵	۱/۱۱	۲/۸۰	نمایشگاه
۱۱	۱/۲۶	۲/۷۹	۱۴	۱/۳۲	۲/۳۵	۱۳	۱/۳۲	۲/۵۸	۴	۱/۲۲	۲/۹۲	مسجد
۱۶	۱/۲۰	۲/۳۵	۱۳	۱/۲۵	۲/۴۱	۱۴	۱/۳۲	۲/۴۶	۸	۱/۲۲	۲/۶۰	گیم نت

بر اساس نتایج جدول ۴-۲۸ اولویت اول و دوم تمامی گروه‌های سنی به این شرح است: نوجوانان استخر و سالن ورزشی، جوانان سالن ورزشی و پارک، میانسالان زمین ورزشی و پارک و بزرگسالان سالن ورزشی و استخر را انتخاب نموده‌اند.

نتیجه‌گیری

بر اساس نتایج جدول ۱- اولویت اول مردان برای توسعه سالن ورزشی بوده است. زمین ورزشی، زمین بازی، استخر اولویت‌های دوم تا چهارم مردان بوده است. همچنین مردان مسجد و گیم نت را دو اولویت آخر خود بیان داشته‌اند. همچنین زنان اولویت اول خود را پارک عنوان نموده‌اند. اولویت دوم زنان به تفریح‌گاه اختصاص دارد. اولویت سوم و چهارم زنان مربوط به زمین ورزشی و سالن ورزشی می‌باشد. مسجد و گیم‌نت نیز دو اولویت آخر زنان می‌باشد. یافته‌های این جدول نشان می‌دهد اولویت اول مردان نیازهای ورزشی و سپس نیازهای تفریحی می‌باشد. اما اولویت اول زنان نیازهای تفریحی و سپس نیازهای ورزشی می‌باشد. یافته‌های این تحقیق با تحقیق مرادی (۱۳۸۶) همسو بوده است. همچنین با نتایج تحقیق سعیدی‌رضوی (۱۳۷۳) که پارک و میدان ورزشی را اولویت‌های اول معرفی می‌کند همسو می‌باشد. به نظر می‌رسد توجه به تفاوت‌های بیولوژیک بین زنان و مردان در این باره لازم و ضروری به نظر می‌رسد. همچنین باید ذکر کرد که فرایند اجتماعی شدن میان زنان و مردان در جامعه تفاوت چشمگیری دارد که این خود منجر به رفتارهای متفاوت نیز می‌گردد. به عنوان

نمونه انتظاراتی که از یک پسر، در سنین کودکی و نوجوانی درباره قوای جسمانی و پرورش آن وجود دارد در مقایسه با انتظاراتی که از یک دختر کودک یا نوجوان می‌رود بسیار متفاوت است. یافته‌های جدول ۲ نشان می‌دهد: مهم‌ترین اولویت‌های تحصیلات ابتدایی و راهنمایی زمین بازی، زمین ورزشی، استخر، سالن ورزشی، پارک و تفرج‌گاه بوده است و کمترین اولویت مربوط به نمایشگاه و مسجد می‌باشد. افراد دبیرستانی استخر را اولویت اول خود انتخاب نموده‌اند و پس از آن سالن ورزشی، پارک، زمین ورزشی قرار دارند. آمفی تئاتر و فرهنگ‌سرا اولویت‌های آخر آنها بوده است. افراد فوق دیپلم نیز زمین ورزشی، سالن ورزشی، زمین بازی را اولویت‌های اول تا سوم خود انتخاب کرده‌اند. مسجد و گیم نت دو اولویت آخر آنها بوده است. افراد لیسانس نیز اولویت اول، دوم و سوم خود را سالن ورزشی، پارک و استخر عنوان نموده‌اند. موزه، مسجد و گیم‌نت نیز ۳ اولویت آخر آنها می‌باشد. افراد فوق لیسانس و دکترا نیز اولویت اول خود را زمین ورزشی عنوان نموده‌اند. اولویت دوم آنها کتاب‌خانه می‌باشد. همچنین مسجد و گیم‌نت دو اولویت آخر این افراد بوده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود نیازهای ورزشی و تفریحی دو اولویت اول تمامی گروه‌های سنی بوده است. نکته قابل توجه در این جدول اولویت دوم افراد فوق لیسانس و دکترا می‌باشد که به کتاب‌خانه اختصاص دارد که با توجه به اینکه افراد دارای تحصیلات بالاتر بیشتر در فضای علمی بوده و نیاز بیشتری به این فضاها احساس می‌کنند، این یافته دور از ذهن نبوده و منطقی به نظر می‌رسد. نتایج این تحقیق با تحقیق مرادی (۱۳۸۶) که پارک، فضاهای ورزشی و تفریحی را در اولویت اول می‌داند همسو می‌باشد. همچنین با نتایج تحقیق سعیدی‌رضوی (۱۳۷۳) که پارک و میدان ورزشی را اولویت‌های اول معرفی می‌کند همسو می‌باشد. اما با تحقیق اسماعیلی (۱۳۸۱) که کتاب‌خانه را مهم‌ترین نیاز معرفی می‌کند همسو نیست. نتایج جدول ۳ نشان می‌دهد مهم‌ترین اولویت‌های نوجوانان استخر، تفرج‌گاه، سالن ورزشی، پارک و زمین ورزشی بوده است و کمترین اولویت مربوط به فرهنگ‌سرا و آمفی تئاتر می‌باشد. جوانان سالن ورزشی را اولویت اول

خود انتخاب نموده‌اند و پس از آن زمین ورزشی، پارک و استخر قرار دارند. گیم‌نت و مسجد اولویت‌های آخر جوانان بوده است. میانسالان نیز زمین ورزشی، پارک و سالن ورزشی را اولویت‌های اول خود انتخاب کرده‌اند. مسجد و گیم‌نت دو اولویت آخر میانسالان بوده است. بزرگسالان نیز اولویت اول، دوم و سوم خود را سالن ورزشی، استخر و زمین ورزشی عنوان نموده‌اند. نمایشگاه، گالری و گیم‌نت نیز ۳ اولویت آخر آنها می‌باشد. همان‌طور که مشاهده می‌شود تمامی گروه‌های سنی نیازهای ورزشی و تفریحی را جزء اولویت‌های اول خود عنوان کرده‌اند. اما نوجوانان بر خلاف گروه‌های دیگر فرهنگ‌سرا و آمفی‌تئاتر را اولویت آخر خود عنوان کرده‌اند. این یافته نیز با توجه به اینکه نوجوانان، در دوره‌ای از زندگی به سر می‌برند که تمایل بیشتری به هیجان‌ات داشته و فضاهایی را ترجیح می‌دهند تا بتوانند هیجان‌ات خود را تخلیه کنند، قابل توضیح است. این در حالی است که فرهنگ‌سراها و سالنهای آمفی‌تئاتر، کمتر دارای این خصیصه می‌باشند. نتایج این تحقیق با تحقیق مرادی (۱۳۸۶) که پارک، فضاهای ورزشی و تفریحی را در اولویت اول می‌داند همسو می‌باشد. همچنین با نتایج تحقیق سعیدی-رضوی (۱۳۷۳) که پارک و میدان ورزشی را اولویت‌های اول معرفی می‌کند همسو می‌باشد.

منابع

الف. فارسی

اسفندیاری، فریبا و غفاری، عطا (۱۳۹۳) کاربرد مدل TOPSIS در فرایند تحلیل توان‌های محیطی برای توسعه‌ی شهری، جغرافیا و توسعه، شماره ۳۴.

پیرموره، ژان (۱۳۷۳) فضاهای شهری، ترجمه حسین رضایی، شهرداری تهران.

پورموسوی، موسی، (۱۳۹۰) مشارکت شهروندان و برنامه‌های اوقات فراغت، تهران، انتشارات جامعه و فرهنگ.

تقوایی، مسعود و قائدرحمتی، صفر (۱۳۸۵) تحلیل شاخص‌های فرهنگی استان‌های

- کشور، مجله جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای، شماره هفتم.
تودارو، مایکل (۱۳۶۷) توسعه اقتصادی در جهان سوم (جلد اول)، ترجمه غلامعلی فرجادی، تهران: سازمان برنامه و بودجه.
- رفیع پور، فرامرز (۱۳۶۴) جامعه روستایی و نیازهای آن. تهران: شرکت سهامی انتشار.
سعیدنیا، احمد (۱۳۸۲) فضاهای فرهنگی، ورزشی، تفریحی. تهران: انتشارات سازمان شهرداری کشور.
- علی اکبری، اسماعیل و همکاران (۱۳۹۲) بررسی روش شناسی طرح‌های توسعه شهری در ایران، جغرافیا، سال یازدهم، شماره ۳۷.
- گیدنز، آتونی (۱۳۸۶) جامعه شناسی، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: نشرنی.
مالکی، علیرضا (۱۳۸۸) رابطه نظام ارزشی و اوقات فراغت در بین جوانان شهرستان دشت آزادگان، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت معلم.
- مرادی، علیرضا (۱۳۸۶) نیازسنجی توسعه فضای فرهنگی شهروندان نجف آباد در سال ۱۳۸۷، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد خوراسگان.
- نعمتی، داریوش (۱۳۸۷) بررسی نظرات شهروندان تهرانی در خصوص فعالیت‌های اداره کل تربیت بدنی شهرداری تهران، تهران: دفتر مطالعات فرهنگی و اجتماعی شهرداری.
- یونسکو (۱۳۷۶) بعد فرهنگی توسعه، به سوی یک رهیافت علمی. ترجمه تیمور محمدی، تهران: سازمان برنامه و بودجه.

ب. انگلیسی

- Cultuer, Blayne. (1990). Where Does The Free Time Go? American Demographics. 36-36.
- Revier, Rebeccu (1996). "Introduction: Setting the Stage", in Needs Assesment: A Creative and Practical Guide for Social Scientists. Washington D.C: Taylor & Francis.
- Rochon, T.R. (1998). Culture Moves: Ideas, Activism and Changing Values. Princeton University Press.

- Torkildsen, George (1999), leisure and recreation management, London, spon press.
- Varbanova, L. (2007). Our Creative Cities Online. In. B. Cvjeticanin (Ed.). Cultural Transitions in Southeastern Europe: The Creative City: Crossing Visions and New Realities in the Region. UNESCO Press.