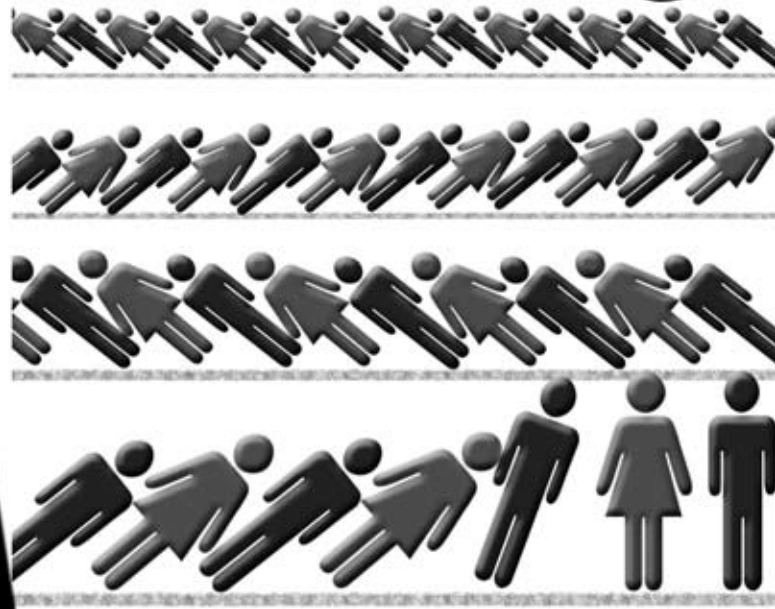


طرح: علی مفردی، نگاه تازه



# مجموع

پاسخی بر چرایی عدم اقبال دانشجویان به برنامه‌های تشکیک‌های دانشجویی

احسان بیک زاده

Ehsan\_bekzadeh @ yahoo.com



کمبود چشمگیر - وگاه نبود - مخاطب دانشجوی یکی از اصلی‌ترین مسائل پیش روی تشکلهای دانشجویی در حال حاضر است. در این مقاله می‌کوشیم علل و ریشه‌های گوناگون احتمالی این مساله را در قالب سامانه‌ای منطقی دسته‌بندی و ارائه نماییم. سپس بر اساس آن و با توجه به واقعتهای موجود چند اولویت کاری معین و قسمتی از برنامه کوتاه مدت و میان مدت پیش رو را طراحی نماییم.

۱- تعامل انسان با یک پدیده را می‌توان بدین گونه بازگو نمود:

۱-۱. انسان به وجود هر پدیده‌ای یا آگاه است یا آگاه نیست.

۱-۲. انسان وقتی به وجود چیزی آگاه باشد و به آن چیز احساس نیاز کند در جهت رسیدن به آن حرکت و تلاش می‌کند.

۱-۳. وقتی هم که به چیزی که به وجود آن آگاه است احساس نیاز نمی‌کند، طبعاً دلیلی برای بدست آوردن آن و رسیدن به آن ندارد و در آن جهت نیازی به حرکت و تلاش نمی‌بیند.

۱-۴. وقتی که این انسان به چیزی که به وجود آن آگاه است احساس نیاز می‌کند و مایل به رسیدن به آن و بدست آوردن آن است، دو عامل می‌تواند باعث شود که در آن جهت حرکت نکند:

الف) وجود نیازهایی که مرتفع ساختن آنها در اولویت باشد.

ب) هزینه‌ای که برای رسیدن به مقصود و رفع نیاز باید متحمل شود بر فایده آن غلبه داشته باشد یعنی رسیدن به مقصود خود سبب بوجود آمدن نیازهایی در او شود که مجموعاً از نرسیدن به مقصود سخت تر و آزارنده‌تر است.

بنابراین اگر می‌بینیم انسانی، به سمتی حرکت نمی‌کند و به چیزی رجوع نمی‌کند می‌توان گفت:

۱) به وجود آن چیز آگاه نیست و از وجود آن خبر ندارد.

یا: ۲) به وجود آن آگاه است اما به آن احساس نیاز نمی‌کند.

یا: ۳) به وجود آن آگاه است و به آن احساس نیاز هم می‌کند اما پرداختن به رفع نیازهای دیگر برایش اولویت دارد.

و یا: ۴) به وجود آن آگاه است و به آن احساس نیاز هم می‌کند و پرداختن به رفع نیازهای دیگر نیز برایش اولویت ندارد اما هزینه رفع این نیاز برای او بیشتر از فایده‌اش است و از چاله درآمدش مساویست یا در چاه افتادن.

۲- این قضیه عیناً در مورد عدم اقبال دانشجویان به برنامه‌های تشکلهای دانشجویی نیز صادق است یعنی دانشجویان مخاطب برنامه‌های ما نیستند، به این علت که:

۱) از وجود برنامه‌ها بی‌خبرند.

یا: ۲) از وجود برنامه‌ها خبر دارند اما به برنامه‌ها احساس نیاز نمی‌کنند.

یا: ۳) از وجود برنامه‌ها خبر دارند و به آنها احساس نیاز هم می‌کنند، اما وجود نیازهای اساسی‌تر مجال پرداختن به این نیازها را سلب نموده است.

یا: ۴) از وجود برنامه‌ها خبر دارند و به آنها احساس نیاز هم می‌کنند و مجال لازم برای پرداختن به این نیازها را هم دارند اما هزینه رفع این نیازها را بیشتر از فایده‌اش می‌دانند.

۳- حال به بررسی ریشه‌ها و علل هر یک از موارد چهارگانه گفته شده در بالا می‌پردازیم:

۳-۱. دانشجویان از وجود برنامه‌ها بی‌خبرند.

این مساله بازمی‌گردد به کیفیت اطلاع‌رسانی و تبلیغات برنامه‌ها.

۳-۲. دانشجویان از وجود برنامه‌ها خبر دارند اما به شرکت در برنامه‌ها احساس نیاز نمی‌کنند و رفع نیازی در رجوع به آنها نمی‌یابند.

این مساله به چهار علت می‌تواند باشد:

۳-۲-۱. نیازی اصلاً وجود ندارد به این معنا که مثلاً گفته شود که زمانی در سطح دانشجویان نیازها و مطالباتی وجود داشت که پیگیری آنها از سوی دانشجویان و دانشگاهیان منجر به شکل‌گیری تشکلهای

و نهادهای دانشجویی شد اما اکنون آن نیازها و مطالبات وجود ندارد چرا که:

۳-۲-۱-۱. رفع شده‌اند مثلاً اگر روزی داشتن آزادی‌های بیشتر نیاز محسوب می‌شده اکنون قضا بازتر شده و آن آزادی‌های بیشتر فراهم آمده و آن نیاز رفع شده است. یا مثلاً گفته شود که اگر روزی نیازها و مطالبات منافی در زمینه‌ای وجود داشت اکنون با فراهم شدن امکانات لازم آن نیاز رفع شده و احساس نمی‌شود.

یا: ۳-۲-۱-۲. اصلاً خود آن احساس نیاز اکنون وجود ندارد مثلاً گفته شود طرز فکر و دیدگاه‌های دانشجویان دگرگون شده است و به آن چیزی که روزگاری نیاز احساس می‌شد اکنون نیازی نمی‌بینند و به آن گرایشی ندارند و دغدغه آنان نیست و یا این که به عنوان مثال گفته شود که اساساً دانشجویان فعلی دغدغه‌های فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و امثال ذلک ندارند و از این جهت خنثی هستند.

۳-۲-۲. نیازها وجود دارند اما نوع نیازهای سابق - مثلاً نیاز فرهنگی - تغییر کرده و نیازهای - فرهنگی - دیگری جانشین نیازهای سابق شده است.

۳-۲-۳. نیازها وجود دارند و تغییری هم نکرده‌اند اما به مرور زمان بدیل‌های (آلترناتیوهای) بهتری جهت رفع همان نیازها پدید آمده؛ نهادهایی همان خدماتی را که تشکلهای انجام می‌دادند و همان نیازهایی را که آنها رفع می‌کردند اکنون با کیفیت بهتری انجام می‌دهند و سبب از دست رفتن مخاطبان ما شده‌اند (و یا لاقلاً با همان کیفیت ما و این سبب تقسیم مخاطبان سابق ما بین ما و آنها و افت تعداد مخاطبین ما شده است) به بیان دیگر تشکلهای دانشجویی فونکسیون و کارکرد خود را از دست داده‌اند و در نتیجه مخاطب خود را از دست داده‌اند. این مساله به ویژه در سالهای اخیر با افزایش نسبی فرهنگسراها، آموزشگاههای هنری، کلاسهای زبان و ... و افزایش تولیدات فرهنگی همچون کتاب، فیلم، نشریات گوناگون و نمونه‌هایی از این دست و نیز با گسترش استفاده از internet به نظر می‌رسد که احتمالاً یکی از عوامل مهم تأثیرگذار بوده است.

۳-۲-۴. نیازها وجود دارد و تغییری هم نکرده‌اند و بدیلی هم وجود ندارد و دانشجویان به موضوع کارها احساس نیاز می‌کنند اما کیفیت برنامه‌های ما پایین است و نمی‌تواند آن نیاز را به نحو قابل قبولی برآورده کند به این ترتیب علی‌رغم احساس نیاز، رفع نیازی در برنامه‌های ما نمی‌یابند که این هم خود نوعی عدم احساس نیاز به محصولی است که ما ارائه می‌دهیم.

۳-۳. دانشجویان از وجود برنامه‌ها خبر دارند و به آنها احساس نیاز هم می‌کنند اما وجود نیازهای اساسی‌تر مجال پرداختن به این نیازها را سلب نموده است.

این مساله به نظر می‌رسد که بیشتر ریشه در تلاش برای ادامه تحصیل بیشتر و تأمین معاش دارد و احتمالاً یکی از اصلی‌ترین مؤلفه‌های تأثیرگذار در حال حاضر است.

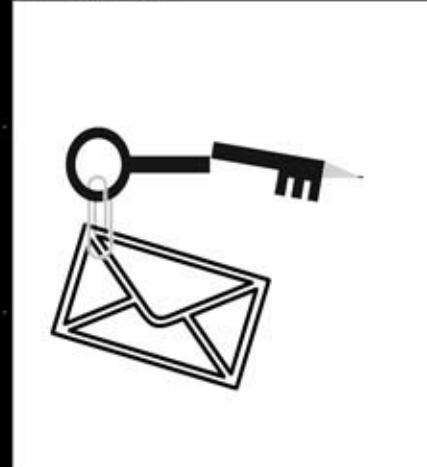
۳-۴. دانشجویان از وجود برنامه‌ها خبر دارند و به آنها احساس نیاز هم می‌کنند و مجال لازم برای پرداختن به این نیازها را هم دارند اما هزینه رفع این نیازها را بیشتر از فایده‌اش می‌دانند.

این مساله خود شامل علل متعددی می‌تواند باشد که در واقع برمی‌گردد به اشباع و اقسام هزینه‌ها. نکته‌ای که لازم است متذکر شویم این است که این مساله با آن چه که در ۲-۴ -۳ آورديم علی‌رغم شباهتهایش، تفاوتی نیز دارد و آن این که در آنها وضع بدین صورت بود که علی‌رغم احساس نیازی که دانشجویان به موضوع برنامه می‌کردند محتوا چنان پایین بود که عملاً نیاز آنها را برآورده نمی‌کرد یعنی عملاً فایده‌ای وجود نداشت.

بنابراین گفتیم که می‌شود آن امر را هم که در واقع نوعی عدم احساس نیاز به محصولی است که ارائه می‌شود در ذیل بحث عدم احساس نیاز در ۳-۱ گنجانند. اما در آنچه کمدر این قسمت آورده‌ایم «فایده» وجود دارد و در مقایسه با هزینه مغلوب می‌شود.

۴- آنچه را که در بالا گفته شد به طور خلاصه می‌توان در یک طرح کلی، اینچنین مشاهده کرد:

طرح: علی مفردی، نگاه تازه



علل عدم اقبال دانشجویان به برنامه‌های  
تشکلهای دانشجویی

بی‌اطلاعی از وجود برنامه‌ها

وجود اطلاع از برنامه‌ها اما عدم وجود احساس نیاز به حضور در برنامه‌ها

وجود اطلاع از برنامه‌ها و وجود احساس نیاز اما وجود نیازهای اساسی‌تر

وجود اطلاع وجود احساس نیاز و عدم وجود نیازهای  
اساسی‌تر اما وجود هزینه‌های بالاتر از فایده

قبلاً رفع شده‌اند

آنچه که سابقاً نیاز محسوب می‌شد،  
اکنون نیاز محسوب نمی‌شود و  
تلقی نسبت به آن تغییر کرده است

این قبیل نیازها در حال حاضر اصلاً وجود ندارند

این قبیل نیازها در حال حاضر وجود دارند اما نوع آنها تغییر کرده است

این قبیل نیازها وجود دارند و نوع آنها هم تغییر نکرده است اما مراجع  
بهتری (یا لاقبل مراجعی در حد ما) برای رفع آنها وجود دارد

این قبیل نیازها وجود دارند و نوع آنها هم تغییر نکرده و مراجع بهتری  
هم شاید وجود نداشته باشد اما ما هم اصلاً مرجع خوبی نیستیم



**یک رویکرد این است که]: دانشجویان از وجود برنامه‌ها خبر دارند و به آنها احساس نیاز هم می‌کنند اما وجود نیازهای اساسی‌تر مجال پرداختن به این نیازها را اسلب نموده است. این مسأله به نظر می‌رسد که بیشتر ریشه در تلاش برای ادامه تحصیل بیشتر و تأمین معاش دارد و احتمالاً یکی از اصلی‌ترین مؤلفه‌های تأثیرگذار در حال حاضر است**

مدنظر قرار گیرد. همچنین جستجوی موضوعاتی که به آنها نیاز وجود دارد اما مراجعی هم برای رفع این نیاز وجود ندارد ( نوآوری و ایجاد فرصتهای تازه).

- در مورد آنچه که در ۳-۲ آمد نیز به نظر می‌رسد کاری از ما ساخته نیست.

- سیاستی که در مورد علل ذکر شده در ۳-۴ اتخاذ می‌گردد وابسته به نوع هزینه‌ها می‌باشد.

در مورد برخی هزینه‌ها مثل [...] شاید کاری از ما ساخته نباشد و به بن‌بست برسیم اما در برخی موارد از جمله در مورد هزینه‌های اقتصادی شاید بتوان این هزینه‌ها را کاهش داد.

بدین ترتیب دو اولویت کاری برای کوتاه‌مدت و میان‌مدت پیش رو تعیین شد که اجرای هر دو هم‌زمان باهم الزامی به نظر می‌رسد. اجرای اولویت «الف» تا زمان اتمام اولویت «ب» و تصمیم‌گیری قطعی در مورد برنامه‌های یک شکل دانشجویی خاص، غیر از ارزش ذاتی خود (که شرح آن آمد)، از جهت حفظ حداقلی شاکله آن تشکل در این مدت نیز اهمیت دارد.

ذکر این نکته ضروری است که تعیین اولویتهای انجام شده صرفاً از دریچه «مشکل و مسأله» دانستن فقدان مخاطب «دانشجو» برای برنامه‌های تشکلهای دانشجویی و در جهت حل صرفاً همین تک مسأله صورت می‌گیرد. طبیعاً مسائل دیگر ( که در این مجال به آنها پرداخته نخواهد شد) اولویتهای کاری خاص خود را می‌طلبند. واضح است که آنچه در نهایت تمام بررسی‌ها بعنوان اولویتهای یک تشکل در کوتاه‌مدت و میان‌مدت پیش‌رو قلمداد خواهد شد، چیزی خواهد بود شامل اولویتهایی که در باب این مسأله مثلاً در این مقاله تعیین شده بعلاوه اولویتهایی که در حوزه سایر مسائل در بررسی‌های جداگانه دیگر تعیین می‌شود مشروط بر این که این اولویتهای باهم ناسازگاری و تعارض نداشته باشند ( و احتمالاً با یکی دو یا چند شرط دیگر).



پیدا کردن راهکارهای نو

شد. به نظر می‌رسد که احتمالاً می‌توان کل ماجرای عدم اقبال دانشجویان به برنامه‌های تشکلهای دانشجویی را در چارچوب تقسیم‌بندی بالا گنجانند و تعریف نمود (چرا که نوعی حصر منطقی می‌توان گفت وجود دارد).

منتها آنچه که می‌ماند ذکر این نکته است که شدت وضعف و تعیین‌کنندگی هر یک از مؤلفه‌های هفت‌گانه (یا هشت‌گانه) بالا بسته به شرایط و واقعیتهای زمانه در نوسان است و در هر دوره‌ای نیاز به بازنگری دارد؛ به عنوان مثال یکی از هزینه‌هایی که ممکن است سبب شود دانشجویان چنانکه در ۳-۳ عنوان شد علی‌رغم احساس نیاز و داشتن مجال لازم، از شرکت کردن در برنامه‌ها منصرف شوند ترس از عواقب احتمالی و برخوردها و اتهاماتی است که ممکن است دامن‌گیر آنان شود لکن قوت و ضعف و تعیین‌کنندگی این عامل به بسته‌تر شدن یا بازتر شدن فضای سیاسی و اجتماعی در دوره‌های مختلف وابسته است.

۶- در این بخش با توجه به تمام آنچه که گفته شد به تعیین اولویتهای کاری تشکلهای دانشجویی در کوتاه‌مدت و میان‌مدت پیش‌رو می‌پردازیم:

الف) تمرکز بر روی معدود برنامه‌های اجرا شده موفق در جلب مخاطب در گذشته و به حداکثر رساندن آنها و طرحهای مشابه به آنها در کنار توقف طرحهای ناموفق در جلب مخاطب.

اقبال خوب به یک برنامه خود معیار و نشانه ایست از وجود نیاز به آن برنامه؛ البته مشروط بر این که برخی عوامل حاشیهای سبب این امر نشده باشند، عواملی که ممکن است به اصطلاح سبب نتیجه مثبت کاذب شوند. چنانکه اشاره شد معدودی از برنامه‌های متعدد تشکلهای دانشجویی واجد این ویژگی بوده‌اند.

ب) انجام یک پروژه تحقیقاتی جدی جهت تعیین میزان قوت و ضعف هر یک از علل و مؤلفه‌های ذکر شده در بالا در مورد عدم اقبال دانشجویان به برنامه‌های تشکلهای دانشجویی.

دسته‌بندی ارائه شده در بخشهای ۲ و ۳ و ۴ این نوشتار می‌تواند به عنوان الگوی کار در جای جای این پروژه مورد استفاده قرار گیرد. طبیعاً این دسته‌بندی یک طرح کلی است و بعضی شاخه‌های آن همچنان خود قابل تقسیم به شاخه‌های کوچک‌تری می‌باشند ( بعنوان مثال تقسیم‌بندی انواع هزینه‌های ممکن در مورد آنچه که در ۳-۴ آمد). تهیه فرمهای نظرسنجی با استفاده از این الگو و انجام نظرسنجی علمی نیز احتمالاً ارزشمند و شاید سنگ بنا و مهم‌ترین قسمت کار باشد.

آنگاه بر مبنای نتایج این پژوهش می‌توان تصمیم گرفت و سیاستهای لازم را به شرح زیر اتخاذ نمود: - اگر علت عدم اقبال دانشجویان آن چیزی باشد که در ۳-۱ طرح شد، بهبود اطلاع‌رسانی و تبلیغات باید در دستور کار قرار گیرد.

- در مورد آنچه که در ۳-۲-۱ تا ۳-۲-۲ شرح داده شد ظاهراً کاری از ما در کوتاه‌مدت و میان‌مدت ساخته نیست و به بن‌بست می‌رسیم.

(با مورد ۳-۲-۱ هم که مشکلی نداریم و نیاز رفع شده است).

- راهکار پیشنهادی در مورد علل مربوط به آنچه که در ۳-۲-۲ آمد، برگزاری برنامه‌های متناسب با نیازهای جدید است.

در مورد آنچه که در ۳-۲-۳ و ۳-۲-۴ آمده است، بهبود کیفیت برنامه‌های تشکلهای دانشجویی باید

۷- ملاحظات:

۷.۱. همچنانکه بیشتر اشاره شد در این مقاله صرفاً از زاویه «مسأله و مشکل» فقدان مخاطب دانشجو به امور نگریده‌ایم و راهکار ارائه کرده‌ایم. یعنی «مسأله و مشکل» بودن فقدان مخاطب دانشجو برای مان فرض پذیرفته شده بوده است اما در مورد خود این فرض در جای خود می‌توان بحث نمود. چرا که مثلاً شاید سیاستهای یک تشکل خاص برای آینده به گونه‌ای باشد که اصلاً جلب دانشجویان و تأثیرگذاری بر آنان (آن هم در سطح گسترده و فراگیر) مدنظر نباشد.

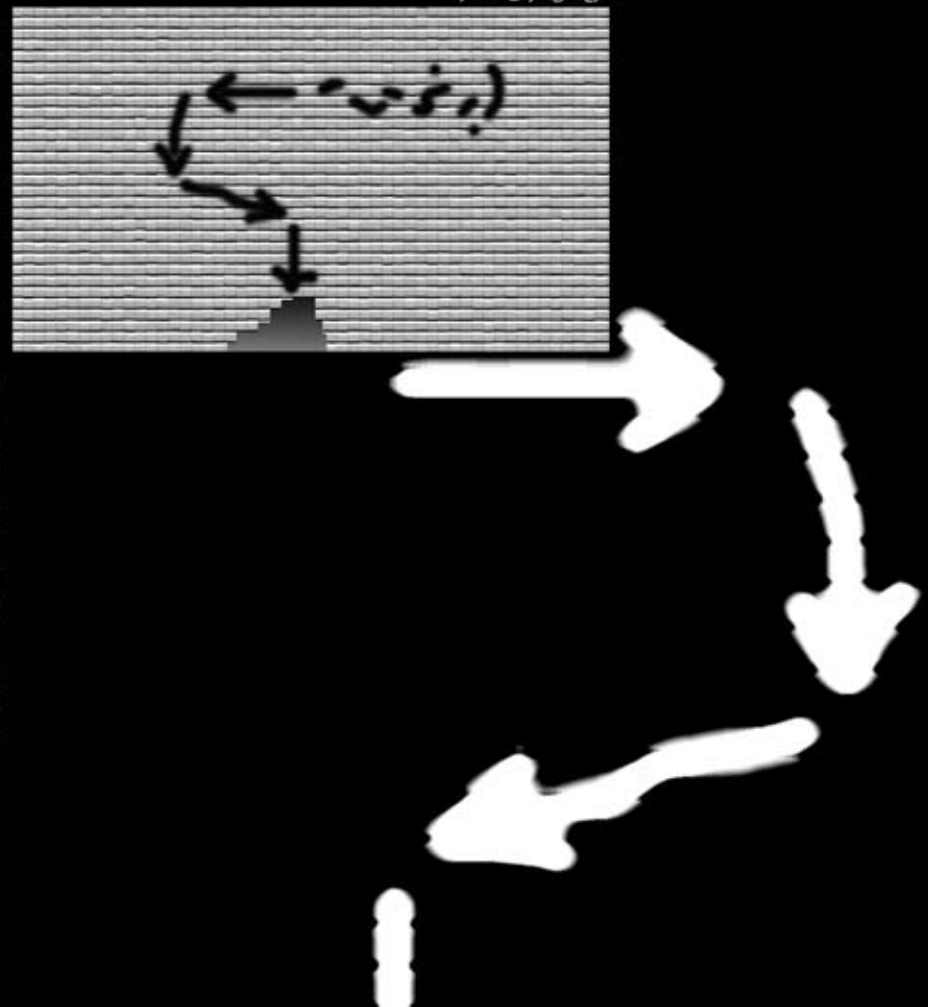
۷.۲. همچنانکه اشاره کرده‌ایم در بخشهایی از این مقاله که واژه «نیاز» را به کار برده‌ایم می‌توان از عبارت «رضایت باطن» استفاده نمود که خود، سه مؤلفه دارد: آرامش، شادی، امید. ۳. در این مورد ذکر نکاتی ضروری است:

۷.۲.۱. استفاده از عبارت رضایت باطن از جهاتی مناسبتر از واژه نیاز به نظر می‌رسد و آن از این جهت که ممکن است عده‌ای موافق نباشند که مقولاتی مثل: تفریحات و شادی و سرگرمی هاو امثال ذالک ذیل عنوان «نیازها» گنجانده شوند و مثلاً گفته شود «نیاز به تفریح»، «نیاز به شادی»، و ... و موافق باشند که این مقولات ذیل عنوان مناسبتری قرار داده شوند از این رو استفاده از عبارت رضایت باطن که به نظر می‌رسد هم شامل رفع نیازها و کاهش درد و رنجهاست ( که بیشتر به نظر می‌رسد به مؤلفه آرامش برگردد) و هم شامل مقولات ذکر شده ( که به نظر می‌رسد به همان مؤلفه شادی برگردد) ارجحیت داشته باشد. تطابق این مسأله با واقعیات، آنجا بیشتر مشخص می‌شود که از جمله طرحهای تشکلهای دانشجویی ( که همواره هم مورد استقبال بوده است) اردوها و جشنها بوده‌اند و شاید عده‌ای چندان در مورد اقبال یا عدم اقبال دانشجویان به اردوها یا جشنها استفاده از عبارت «نیاز به اردو» یا «نیاز به شرکت در جشنها و شادی کردن» را دارای دقت کافی ندانند و آن را مثلاً از مقوله «میل» به تفریح کردن و سرگرمی و شادی بدانند.

۷.۲.۲. با تمام اینها، نگارنده واژه نیاز را برای متن این نوشتار برمی‌گزیند. یکی به دلیل حالت اضطراری که همراه با این واژه وجود دارد ( و با شرایط تنازع بقای فعلی نیز همخوانی بیشتری دارد) و دیگر به این دلیل که در واقع اهداف اکثر طرحهای دانشجویی مرتبط با همان مقوله رفع نیازهاست تا ایجاد شادی و تفریح که در برگیرنده اهداف معدودی از طرحها در هر سال می‌باشد. از این رو، واژه نیاز قدری «واقعی‌تر» به نظر می‌رسد.

۷.۳. اشاره کردیم انسانی که این مقاله را در بخش ۱ با طرح مدعیاتی در مورد آن شروع کردیم باید واجد یکی دو شرط حداقلی باشد و آن داشتن حداقلی از انگیزه و تلاش برای بهبود زندگی و اوضاع خود می‌باشد. بنابراین طبعاً مدعیات این مقاله در مورد یک دانشجو یا انسان افسرده صدق نمی‌کند. بنابراین متفقاً محتمل است که علت عدم اقبال دانشجویان به برنامه‌ها و کلاً مباحث فرهنگی، ریشه در مسائل مربوط به میزان سلامتی روانی جامعه دانشجویان فعلی داشته باشد ( شاید واژه مناسبتری از سلامت روانی وجود داشته باشد) البته این صرفاً یک فرض است از آن رو که متفقاً امکان دارد وجود داشته باشد و جهت دقت بحث بیان شد اما در عالم واقع نظر نگارنده بر این است که اکثریت مطلق جامعه دانشجویان در این حد از پژمردگی نیستند و از این رو مشمول تقسیم‌بندی‌های ذکر شده واقع می‌شوند. خلاصه کلام آن که با قدری تسامح می‌توان گفت مدعیات طرح شده، در مورد «انسان طبیعی و سالم و نرمال» است.

طرح: علی مفردی، نگاه تازه



یکی از هزینه‌هایی که ممکن است سبب شود دانشجویان علی‌رغم احساس نیاز و داشتن مجال لازم، از شرکت کردن در برنامه‌ها منصرف شوند ترس از عواقب احتمالی و برخوردها و اتهاماتی است که ممکن است دامن‌گیر آنان شود لکن قوت و ضعف و تعیین‌کنندگی این عامل به بسته‌تر شدن یا بازتر شدن فضای سیاسی و اجتماعی در دوره‌های مختلف وابسته است

۷-۴. اشاره شد که این مقاله صرفاً از یک منظر به مسائل تشکلهای دانشجویی و ارائه راه حل برای آن پرداخته است و آن فقدان مخاطب دانشجویست. اما همچنان باب بحث در مورد جنبه‌های دیگر فعالیت تشکلهای دانشجویی باز است. بعنوان مثال این که تشکلهای دانشجویی ما چه نسبتی با نخبگان دانشجو دارد و چه اولویتهایی را در ارتباط با این نسبت در نظر دارد؟ جایگاه فعالیت‌های تخصصی که مخاطبین دانشجو و غیر دانشجوی اندکی دارد چیست؟ و اولویتهای ما در این زمینه کدامند؟ یا نسبت ما با مخاطبین غیر دانشجو و اولویتهای ما در این زمینه چیست؟ آیا اصلاً هنوز بدنبال مخاطبی در خارج خود هستیم یا مخاطب، خود کادر ما می‌باشد، تولیدکننده خودمانیم و مصرف کننده هم خودمان؟ آیا همچنان تأثیر بر دانشگاه و آنچه که زمانی جنبش دانشجویی خوانده می‌شد در کانون توجهات است؟ یا تأثیر بر دیگر مردم شهر نیز مطرح است؟ و ...

#### پاورقی:

۱- مراد از «نیاز» در این نوشتار، مفهوم وسیع کلمه اعم از نیازهای فیزیولوژیک، نیاز به امنیت، نیازهای عاطفی، نیازهای شناختی، نیازهای زیبایی شناختی، نیاز به خودشکوفایی و امثال ذالک می‌باشد و وقتی سخن از «احساس نیازه یک چیز» می‌گوییم، منظور این است که قرار گرفتن در معرض آن چیز (شی، شخص، مکان و ...) به نحوی یکی از این قبیل نیازهای شخص را مرتفع گرداند.

۲- نکته ۱: چنانچه در انتهای مقاله در قسمت ۷-۲ اشاره شده است می‌توان به جای واژه «نیاز» از عبارت «رضایت باطن» استفاده نمود که سه مؤلفه دارد: آرامش، شادی، امید. نکته ۲: البته انسان گفته شده می‌بایست واجد یکی دو ویژگی حداقلی باشد تا مشمول این قضیه شود.

۳- استفاده از این عبارت تحت تأثیر آموزه‌های استاد مصطفی ملکیان می‌باشد که براساس آن: «ما انسانها اگر موفق به خودکاوی شویم یا اگر هم اهل خودکاوی شخصی نیستیم به مطالعات و تحقیقات روانشناسان اعتماد بورزیم، خواهیم پذیرفت که همگی ما در زندگی در تمامی فراز و نشیبها و در همه حرکات و سکنات و سکوت و سخنها خود و در همه آنچه می‌پذیریم و یا وا می‌زنیم، در پی بدست آوردن رضایت باطنی هستیم. بزرگترین هدف همه ما انسانها در زندگی این است که به رضایت باطن برسیم. این رضایت باطن سه مؤلفه مهم دارد: ۱) آرامش، ۲) شادی، ۳) امید. این سه مؤلفه در مجموع سازنده آن چیزی هستند که در روانشناسی تجربی و روانشناسی عرفانی آن را رضایت باطن می‌نامند.»

( سنت و سکولاریسم، انتشارات صراط، چاپ دوم، بهار ۸۲، ص ۳۰۷ )