

## سبک‌های فراغتی جوانان ایران: روندها، الگوها

محمد سعید ذکایی<sup>۱</sup>

### چکیده

فراغت بدون تردید مهم‌ترین مولفه شکل‌دهنده سبک زندگی جوانان است. تجربه فراغتی جوانان نظم‌دهنده ارتباط آنها با خویش و اجتماع بلافصل خود و بستری برای هویت‌یابی فردی و اجتماعی و درگیر شدن با ارزش‌های اجتماعی است. گزارش حاضر با اتکا بر تحلیل ثانویه و نیز تحلیل مروری پیمایش‌های بزرگ مقیاس مربوط به تجارب فراغتی جوانان در چند دهه اخیر بدنبال‌شناسایی الگوها و سبک‌های فراغتی جوانان، روند تحولات آنها در چند دهه اخیر و زمینه‌های تاثیر گذار بر الگوها و تغییرات آن است. یافته‌های موجود بیانگر تاثیر همزمان دیالکتیک شرایط ساختاری - ارزشی و عاملیت و انتخاب‌گری در میدان‌های محلی و جهانی بر تجارب فراغتی جوانان است. نتایج تحلیل نشان می‌دهد که بر پایه کیفیت تعلق به تجارب فراغتی و نیز توانایی انتخاب جوانان، سبک‌های فراغتی ناب، نهادین، آنومیک و بیگانه قابل تمایز هستند.

**کلیدواژه‌ها:** فراغت، سبک زندگی، گونه‌شناسی فراغت، رسانه نو، فراغت مجازی

---

۱. استاد گروه جامعه‌شناسی و مطالعات فرهنگی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی  
zokaei@atu.ac.ir

## مقدمه

اعتقاد غالب در متون نظری علوم اجتماعی، جوانی را با دغدغه‌های مربوط به هویت‌یابی و خودشناسی همبسته می‌داند. برخلاف اولویتی که بزرگسالان به انتخاب و تثبیت راه‌کار شغلی یا تشکیل خانواده معطوف می‌دارند، فراغت نقش محوری در شناخت جوانان از موقعیت خود در زندگی، ایجاد روابط اجتماعی و تغییرات رفتاری و ارزشی دارد. تحول و تغییرات حادث‌شده در تجربه جوانی معاصر به همراه تحولات شکل‌گرفته در الگوهای فراغتی زندگی جوانان که خود متأثر از تغییرات گسترده ساختاری و ارزشی در جامعه و فرهنگ مدرن است، در کنار یکدیگر جایگاه ویژه‌ای به سبک‌های فراغتی جوانان بخشیده که شناسایی الگوها، روندها و مسیر زندگی آن‌ها را فارغ از توجه به این سبک‌ها ضروری می‌سازد. بسیاری از جامعه‌شناسان بر این اعتقادند که جهانی‌شدن روابط اقتصادی، جریان‌های فرهنگی، گسترش فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی در مجموع زمینه‌های متفاوتی را برای انتخاب و توجه جوانان به مصارف و سلیقه‌های فراغتی خود ایجاد کرده است که ضرورتاً منطبق با هویت‌های فردی و ساختاری و موقعیتی که در آن قرار دارند (جنسیت، طبقه، مکان زندگی، قومیت و موارد مشابه) نیست. نتیجه این تغییرات ارزشی و ساختاری دشوارشدن پیش‌بینی سهم مستقل مؤلفه‌های فردی ساختاری فوق در پیش‌بینی نحوه گذران فراغت و به همان اندازه اهمیت یافتن هویت‌ها یا سبک‌های فراغتی به عنوان مؤلفه‌ای جدید برای توصیف و طبقه‌بندی و فهم زندگی جوانان است.

مقاله حاضر با اتکا به مفاهیم و دیدگاه‌های جامعه‌شناختی و مطالعات فرهنگی بر آن است تا کارآیی مفهوم سبک (زندگی) فراغتی در مطالعات فراغتی جوانان ایرانی را ارزیابی کرده و با طرح چارچوب‌ها و زمینه‌ها مؤثر بر رواج فرهنگ فراغتی در این گروه، ویژگی‌ها، روندها و آسیب‌های اجتماعی آن را شناسایی و شباهت‌ها و تفاوت‌های احتمالی آن را از روندهای مشابه در ساختار فرهنگی جامعه غربی آشکار سازد.

**سبک زندگی و فراغت:** محققان فراغت و بسیاری از نظریه پردازان اجتماعی بر این نکته اتفاق نظر دارند که رفتارها و مصارف فراغتی وجه مهمی از سبک زندگی را به‌ویژه برای جوانان در جامعه معاصر تشکیل می‌دهند. میل به خود ابرازی و خودآگاهی نسبت به انتخاب‌ها (فدرستون، ۱۹۸۷: ۳۴۳)، الگوهای کنش تمیز دهنده اعضای جامعه (چانی، ۱۹۹۶: ۴)، الگوهایی از مصرف که دربرگیرنده ارجحیت‌ها، سلیقه و ارزش‌ها هست (باسرمن، ۱۹۸۳)، شیوه‌های منحصربه‌فردی که افراد براساس آن زندگی روزانه خود را سازمان‌دهی می‌کنند (روئیز، ۱۹۹۰: ۱۵۸) و دیگر مؤلفه‌های مشابهی که اغلب در تعریف سبک زندگی به کار گرفته می‌شوند، آشکارا بیشترین تجلی خود را در کنش‌های فراغتی می‌یابند و گزاف نخواهد بود اگر فراغت را هسته اصلی سبک زندگی بدانیم. نحوه مدیریت بدن، پوشش، آرایش و زیورآلات به کار گرفته‌شده، ارجحیت‌های مربوط به غذا و نوشیدنی، سلیقه در انتخاب اتومبیل، سفر و اولویت‌های مربوط به آن، مصرف رسانه‌ای و لذت‌های حاصل از آن، انتخاب گروه‌ها و میدان‌های اجتماعی برای برقراری روابط اجتماعی و صمیمانه، مشارکت‌های مدنی، داوطلبانه، سازمان‌یافته یا غیر سازمان‌یافته در فضای واقعی و مجازی و بسیاری از تجارب و رفتارهای دیگر، تنها نمونه‌هایی از اجزای تشکیل‌دهنده سبک زندگی محسوب می‌شوند که انجام آن اغلب به‌وقت آزاد و انتخاب فراغتی ما مربوط می‌شود.

کنش‌های فراغتی همچنین از جهات دیگری نیز شایستگی اینکه با مفهوم سبک و به‌عنوان سبک فراغتی خوانده شوند را دارا هستند. فراغت‌ها اغلب دلالت بر زمینه‌های ارزشی و پشتوانه‌های گرایشی دارند و اگرچه این ارزش‌ها و گرایش‌ها ضرورتاً بخشی از سبک‌های فراغتی را نمی‌سازند؛ باین حال تأثیرات مستقیم و محسوسی بر آن دارند. برای مثال تعلق به ارزش‌های زیبایی‌شناسانه آثار مستقیمی بر انتخاب‌ها و تنوع فراغتی بر جای می‌گذارد.

سبک‌های فراغتی علاوه بر آنکه در سطح فردی ممکن است منحصربه‌فرد باشند؛ باین حال در نگاه جامعه‌شناختی الگوها و گونه‌های آن در میان گروه‌های اجتماعی تحلیل می‌شود و با فرهنگ‌ها و خرده‌فرهنگ‌های گروه‌های مختلف مرتبط می‌شود. به همان‌سان سبک‌های

فراغتی نیز همچون سازه مفهومی سبک زندگی می‌توانند دربرگیرنده ترکیب متفاوتی از مؤلفه‌ها، انتخاب‌ها، سلیقه‌ها و رفتارهایی باشند که یا در انطباق و هماهنگی کامل باهم هستند (مثلاً به واسطهٔ چارچوب ارزشی و اخلاقی هدایت‌کننده افراد به آن‌ها یا به واسطهٔ اشتراک در زمینه‌های اجتماعی و ساختاری چون طبقه، مکان زندگی، شرایط خانوادگی، سن، درآمد و زمینه‌های مشابه) یا اساساً انطباقی با یکدیگر ندارند (وضعیتی که بیشتر به هویت‌یابی و فرهنگ جوانان در جامعه فردی شده مدرن متأخر یا فرامدرن نسبت داده شده است).

سبک‌های فراغتی همچنین ممکن است هم برآمده از انتخاب و عاملیت افراد باشند و هم شرایط، تنگناها و محدودیت‌های فردی، ساختاری، اجتماعی - فرهنگی بر آن تأثیر گذارد؛ از این رو فارغ از دسترسی به سرمایه‌های اقتصادی، فرهنگی و انتخاب‌گری آزاد، درخصوص جوانان با خاستگاه اقتصادی پایین، حاشیه‌ای و محروم نیز که امکان انتخابی نداشته و فاقد قدرت هستند، کاربرد سبک فراغتی مقبول جلوه می‌کند؛ برای مثال روزک (۱۹۸۵: ۹۹) استدلال می‌کند که زنان به واسطه نداشتن قدرت از آزادی انتخاب محروم‌اند. انتخاب‌گری و قدرت خود می‌توانند ویژگی دیگری را به سبک‌های فراغتی بخشد که از آن به تماشایی (نمایان) بودن یا قابلیت شناسایی یاد می‌شود (نگاه کنید به ویل، ۲۰۰۲: ۲۷۴ - ۳۵۹). بر این مبنا برخی سبک‌های فراغتی مثلاً به واسطه فاصله‌داشتن از هنجارهای رسمی، تضاد در مؤلفه‌های آن، تجملی و پرهزینه‌بودن یا ویژگی‌های مشابه ممکن است کاملاً شناسایی و طبقه‌بندی شده در مقوله‌ای ویژه (مثلاً فراغت مذهبی، یا خانواده‌محور) قرار گیرند و از سوی دیگر، ممکن است افراد خود از سبک زندگی‌شان آگاهی چندانی نداشته باشند و آن را در طبقه‌ای خاص قرار ندهند.

سبک‌های فراغتی در سه دههٔ اخیر، به رویکرد مهمی در نظریه‌پردازی و نیز مطالعات تجربی سبک زندگی تبدیل شده است و مطالعات بسیاری در قالب پیمایش‌های مقطعی یا طولی یا بررسی انتخاب‌های فراغتی و نیز استفاده از زمان time use surveys پشوانه آن هستند. مطالعه سبک‌های فراغتی بر پایه این اندیشه نظری هستند که فعالیت‌های فراغتی کمتر جنبه‌ای اتفاقی و گسسته از هم داشته و عناصر و مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده آن‌ها نسبت نظری و مفهومی

با یکدیگر برقرار می‌سازند. این مطالعات اغلب به تولید یافته‌های پژوهشی منتهی شده است که گروه‌بندی‌های (گونه‌های) فراغتی را با استفاده از تحلیل محتوا، تحلیل خوشه‌ای و دیگر آمارهای پیشرفته نمایش می‌دهند (برای مثال نگاه کنید به روزن‌گرن، ۱۹۹۴). در ایران اطلاعات جزئی سامانمند و قیاس پذیر مستقلاً درخصوص فرهنگ فراغتی و نحوه استفاده جوانان از زمان خود در دسترس نیست؛ با این حال براساس پیمایش‌های ملی و بزرگ‌مقیاس مربوط به ارزش‌ها و نگرش‌های جوانان و نیز برخی مطالعات کوچک‌مقیاس مربوط به فراغت جوانان، تحلیل‌هایی را درخصوص الگوها و ویژگی‌های سبک‌های فراغتی جوانان می‌توان به دست داد که نتایج آن در تنظیم شاخص‌ها و معرف‌هایی برای مطالعات تجربی آتی مفید خواهد بود. در ادامه پیش‌از بررسی و تحلیل فرهنگ فراغتی جوانان براساس اطلاعات موجود و ثانویه، تأملی در زمینه‌های کلان اثربخش بر فرهنگ مدرن فراغتی در ایران خواهیم داشت.

**جوانی جدید و تغییر در فرهنگ فراغتی:** فراغت آینده‌ای از فرهنگ جامعه، امکانی برای ردیابی تغییرات و تحولات تاریخی آن و شاخصی برای فهم تغییرات کلان در ساختار اجتماعی و فرهنگی جامعه است. فرایندها و روندهای متعددی را در توضیح شکل کنونی فرهنگ فراغتی جوانان ایرانی (هم قالب و ساختار آن و هم ارزش‌های آن) می‌توان دخیل دانست که توأمان نشانه‌هایی از تداوم و تغییر قالب‌ها و الگوهای سنتی را نمایش می‌دهند و برآیند تأثیر آن‌ها تغییرات در جوانی و فرهنگ فراغتی به‌عنوان اجزایی پیوسته به یکدیگر است. از دسته روندهای عمده موارد ذیل را می‌توان ذکر است:

۱. فردی‌شدن: فردی‌شدن را شاید بتوان مهم‌ترین نیروی محرکه تغییر در الگوهای فراغتی و ارزش‌های جوانان دانست که نتیجه آن آزادی و حق انتخاب بیشتر برای جوانان بوده است. تنوع در مسیرهای زندگی تحصیلی و حرفه‌ای، تغییر در بافت اجتماعات شهری (جابه‌جایی و تحرک جغرافیایی زیاد، تراکم جمعیت) سرعت‌یافتن تحرک اجتماعی، تأثیرپذیری کمتر جوانان از مدل‌های نقش

بزرگ‌سالان و اتکا بیشتر به مهارت، قضاوت و دانش خود در مسیر زندگی، تغییر در ارزش‌ها و نیز ساختار خانواده (کوچک‌شدن بعد خانواده و تحول در ارزش‌ها و نقش‌های پدری، مادری و فرزندی) از بین زمینه‌های هدایت‌کننده این فرایند به شمار می‌آیند که تنوع و تکثر بیشتری به انتخاب‌ها و سلیقه‌های فراغتی جوانان بخشیده‌اند.

۲. خصوصی‌شدن: فراغت و صنایع وابسته به آن که سهم اصلی در شکل‌گیری فرهنگ عامه پسند دارند، به‌طور فزاینده‌ای در ایران خصوصی شده است. مراد از خصوصی‌شدن مالکیت شخصی ابزارهای سرگرمی همچون دسترسی به تلویزیون‌های ماهواره‌ای، DVD، اینترنت، کنسول‌های بازی و نیز تلفن‌های همراه است که تجربه فراغت را از میدان‌های گروهی و جمعی به میدان‌های خصوصی انتقال داده است. اگرچه روند فوق توزیع یکسانی در میان گروه‌های اجتماعی و اجتماعات مکانی نداشته و دسترسی به آن‌ها یکسان نیست؛ بااین‌حال سرعت رشد این فناوری‌ها و سرمایه‌گذاری‌های انجام‌شده بر روی آن روند شتابانی را در مسیر دیجیتالی‌شدن، مجازی‌شدن و رسانه‌محورشدن فراغت جامعه ایران به‌ویژه در یک‌دهه گذشته ایجاد کرده است.

۳. تجاری‌شدن: فردی‌شدن و خصوصی‌شدن فراغت به‌صورت اجتناب‌ناپذیری تجاری‌شدن آن را نیز رقم می‌زند. دراین‌معنا فراغت به کالایی تبدیل می‌شود که سبک‌های زندگی فردی را تعریف می‌کند. «سلطه شرکت‌های بزرگی که تجارت کاملاً سودآور خود را به‌گونه‌ای سازمان‌دهی می‌کنند که شکل‌دهنده تقاضا و اثربخش بر الگوهای استفاده از آن است، انعکاس‌دهنده فرایند تجاری‌شدن است» (فرلانگ و کارتمل، ۲۰۰۷: ۷۲). مصرفی‌شدن فراغت و وابسته‌شدن جوانان به‌صرف هزینه برای دسترسی به آن و طبعاً نابرابری و بی‌عدالتی در برخورداری از فرصت‌های فراغتی از دسته آثار تجاری‌شدن فراغت است که اگرچه در کنار دو

مؤلفه فردی‌شدن و خصوصی‌شدن، روندهایی مرتبط با سرمایه‌داری جدید است؛ با این وجود راه خود را به سرعت در کشور ما نیز یافته است.

۴. افزایش جمعیت جوان: رونق باروری سال‌های دهه ۶۰ تغییرات زیادی را در هرم جمعیتی جامعه ایرانی پدید آورد. سهم (نسبت) بالای جمعیت جوان کشور (حدود ۴۰ درصد) به طور آشکار بازار گسترده‌ای را برای ارائه و مصرف کالاها و خدمات فراغتی در سطح خصوصی، دولتی و به درجات کمتری بخش غیردولتی گشوده و برنامه‌ریزی برای مدیریت فراغت را به چالش مهم در حوزه فرهنگ رسمی تبدیل کرده است. در سطح فردی نیز تنوع بالقوه فرصت‌ها و زمینه‌ها برای فراغت در کنار موانع ساختاری (مانند تمهیدات نهادین ناکافی؛ بیکاری و نداشتن پول کافی برای خرید خدمات فراغتی) به چالش و معضلی جدی برای جوانان تبدیل شده است که احساس محرومیت نسبی یا واقعی برای آن‌ها ایجاد کرده است.

۵. امتداد یافتن جوانی: افزایش جمعیت جوان به عنوان تغییری در ساختار جمعیت که خود برآمده از سیاست‌های تشویقی سال‌های اول انقلاب بوده همراه با فرایند طولانی‌شدن دوره جوانی تأثیرات عمیق‌تری بر فرهنگ فراغت و مصرف جوانان گذاشته است. امتداد یافتن جوانی درحقیقت طولانی‌شدن گذر به بزرگسالی است. شروع زودتر جوانی (به واسطه رشد سلامت، تغذیه و نوع نگرش و ارتباط والدین و جامعه با فرزندان) و پایان یافتن دیرتر آن (به واسطه تمایل به تحصیل، ورود دیرنگام به بازار کار و تأخیر ازدواج) جوانی را هم به صورت واقعی و هم مجازی دوره‌ای طولانی‌تر می‌سازد و گروه بزرگ‌تری را در صحنه‌های مربوط به آن درگیر می‌سازد. بدیهی است گسترش کمی و کیفی ابعاد جوانی، اهمیت هویت‌یابی‌های فراغتی مربوط به آن را تشدید کرده و فرهنگ جوانی دوره‌های دیگر زندگی را تحت الشعاع قرار می‌دهد.

۶. **کمرنگ‌شدن مرزبندی‌های جنسیتی:** ماهیت مردانه فرهنگ جوان که فرصت‌ها و ارزش‌های فراغتی خاص خود را تعریف می‌کند، به تدریج جای خود را به فضا و نگرش تساوی‌گرایانه‌تری در تجربه فراغت داده است. ورود زنان و دختران جوان به عرصه‌های (فضای) عمومی سرگرمی و گاه مصادره کردن خرده‌فرهنگ‌ها و سلیقه‌های فراغتی نوعاً مردانه (مثلاً در سفرهای تفریحی مستقل، رانندگی بیشتر یا انتخاب برخی رشته‌های ورزشی پرمخاطره) نشانه‌هایی از افول یا کمرنگ‌شدن برخی الگوهای جنسیتی فراغت است که زمینه‌های آن را باید در تغییرات ارزشی و به‌ویژه فردی‌شدن، نگرش دموکراتیک‌تر خانواده‌ها به فراغت دختران، عاملیت و توجه بیشتر دختران به لذت‌بخش ساختن دوره جوانی و البته انعطاف‌پذیری‌ها و تنوع در عرصه خدمات فراغتی از جانب صنعت فراغت و فرهنگ جست‌وجو کرد. آنچه بیان شد به معنای نادیده گرفتن معیارهای جنسیتی به عنوان متغیری ساختاری در انتخاب الگوهای فراغتی نیست، بلکه صرفاً اشاره به تغییر و تنوع در این الگوها و ظاهرشدن آنچه کانل (۱۹۹۵) و رابرتز (۱۹۹۹) آن را منشوری‌شدن گونه‌های مردانگی و زنانگی می‌خوانند، دارد.

۷. **تجزیه فرهنگ جوانان:** تداخل و تأثیر هم‌زمان زمینه‌ها و شرایطی همچون طبقه، جنسیت، جغرافیا و گرایش‌های دینی که نتیجه آن تنوع در (خرده) فرهنگ جوانان بوده است، تنوع در الگوها و ارجحیت‌ها و مصارف فراغتی را هم در سطح فردی و هم در سطح جمعی به همراه داشته است. تحرک اجتماعی و جغرافیایی (مثلاً به خاطر تحصیل در دانشگاه) و به‌خصوص گسترش ارتباطات واقعی و مجازی جوانان که اینترنت و شبکه‌های اجتماعی جدیدتر آن مانند Face book مهیا ساخته‌اند، نقش بسزایی در این تنوع فرهنگی داشته و به سهم خود جوانان را در معرض انتخاب‌ها و سبک‌های فراغتی متنوعی قرار می‌دهد. ماتریس فراغتی برآمده از مؤلفه‌های ساختاری و فردی (زمینه‌ای) فوق‌الذکر، طیف درهم‌تنیده و پیچیده‌ای از گرایش‌ها و رفتارهای فراغتی را نتیجه می‌دهد که می‌توان براساس اشتراکات و



تفاوت‌های مشاهده‌شده در آن الگوهای را شناسایی کرد. تنوع در مسیرهای زندگی و فرهنگی جوانی همچنین گاه نتیجه ناهمگونی در انتخاب و سلیقه‌های فراغتی جوانان است که ممکن است طیفی از جوانان را با توصیف پترسون (۱۹۹۶) از همه‌چیزخواران فرهنگی نزدیک سازد. از سوی دیگر، تنوع در الگوها و قالب‌های فراغتی بالقوه امکان بیشتری را برای شکل‌گیری خرده‌فرهنگ‌های فراغتی ایجاد می‌کند که انطباق کمتری با هنجارها و فرهنگ عمومی رسمی و سیاست فرهنگ پشتیبان آن دارند یا ممکن است آن را به چالش بکشانند.

۸. **تغییر در بافت و ساختار اجتماع:** تغییر و فرایند دیگر اثربخش بر الگوی فراغتی جوانان، نوسازی‌های شهری، ازهم‌پاشیدگی بافت‌های قدیمی در محلات شهری بزرگ و کوچک و تغییرات جمعیتی در آن‌هاست که در نتیجه اهمیت محله و اجتماع محلی را به‌عنوان کانونی برای تجمع، سرگرمی و اجتماعی‌شدن فراغتی کاسته است. در غیاب زمینه‌ها و فرصت‌های محلی، برای جوانان با برخورداری بیشتر، باشگاه‌های خصوصی یا فراغت‌های خانگی جایگزین شده‌اند و برای جوانان کمتر برخوردار، اتکا مفرط به سرگرمی‌های رسانه‌ای، خانه محور یا با همراهی والدین اولویت نخست است. در این میان برخی مناطق محروم حاشیه‌ای که تحرک و جابه‌جایی جمعیت زیاد دارند همچنان کانون مستعدی برای بازتولید فراغت مخرب و بزهکارانه (خرابکاری، نزاع و مشاجره، مصرف مواد مخدر) به شمار می‌آیند. در غیاب ساماندهی خودجوش محلی و مشارکت بخش غیردولتی، فرهنگ‌سراها و خدمات دیگر ارائه‌شده از جانب شهرداری‌ها در جلب مشارکت جوانان و انطباق خدمات خود با نیازهای آن‌ها وظیفه‌ای دشوار پیش روی دارند.

۹. **چالش‌های مربوط به سیاست فرهنگ:** مدیریت فراغت به‌عنوان عرصه‌ای استراتژیک اهمیت ویژه‌ای در سیاست‌گذاری‌های فرهنگی رژیم‌های مختلف سیاسی دارد و براساس جهت‌گیری کلان سیاسی (مثلاً نگرش لیبرال، نو لیبرال، حمایت‌گرایانه یا اقتدارگرایانه) گفتمان‌های مختلفی نسبت به محتوا و جهت‌گیری فراغتی جوانان

شکل می‌گیرد. سیاست فرهنگی دولت ایران در سال‌های پس از انقلاب نگاه ارشادی و تربیتی به فراغت جوانان و تلاش برای کنترل یا مقابله با خرده‌فرهنگ‌های فراغتی بوده است که با الگوهای ترویج‌شده ایدئولوژیک، سیاسی و فرهنگی منطبق نبوده‌اند. رشد فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی (به‌ویژه در یک‌دهه اخیر) تأثیرات فرهنگی برآمده از جهانی‌شدن و تغییرات دیگر ساختاری (مانند تفکیک اجتماعی) و ارزشی (مانند فردی‌شدن) عرصه‌های بالقوه واگرایی خرده‌فرهنگ‌ها/فرهنگ‌های فراغتی جوانان از سیاست‌های مصرح و نیمه مصرح فرهنگ را بیشتر ساخته و هدایت، کنترل یا مداخله در قلمرو فرهنگ فراغتی را دشوارتر ساخته است.

۱۰. مشارکت جدید فراغتی: سرانجام از دیگر روندهای مهم و اثربخش در فرهنگ فراغتی جوانان ایرانی ظهور امکان مشارکت‌های جدید اجتماعی است که رسانه‌های نو مهیا ساخته‌اند. اینترنت (با میدان‌ها و شبکه‌های اجتماعی جدید خود) تلفن همراه (به‌ویژه تلفن‌های نسل جدید) و بازی‌های کامپیوتری با خصوصی‌سازی ساختن و فردی‌سازی فراغت، میدان‌ها و فرصت‌های جدید و متفاوتی را برای ارتباط و برقراری روابط اجتماعی مهیا ساخته‌اند که آثار مستقیم و غیرمستقیم زیادی بر هویت‌های فراغتی آن‌ها دارد. فناوری‌های جدید جایگزین فعالیت‌های سنتی، تولید فعالیت‌های جدید فراغتی، تخصیص مجدد زمان آزادشده از کاربرد این فناوری‌ها برای فعالیت‌های دیگر و سرانجام تسهیل و تغییر شیوه انجام فعالیت‌ها عمل را نتیجه داده‌اند (مختاریان، ۲۰۰۶: ۲۷۱). نگاه‌های خوش‌بینانه قائل به افزایش مهارت‌ها و دموکراتیک‌سازی فرصت‌ها و آزاد بخشی برای ورود به تجارب فراغتی هستند درحالی‌که در سویه منفی نگرانی از کاهش سرمایه‌های اجتماعی و مشارکت‌های اجتماعی واقعی، منفعلانه‌سازی فرهنگ فراغتی جوانان، کاستن از مهارت‌های آن‌ها در ایجاد سرگرمی‌های خلاق با عاملیت خود و نیز سوءاستفاده‌های صنعت فراغت مطرح است. اگرچه دسترسی محدود به برخی از

این فناوری‌ها و فراگیرنبودن آن در ایران در کنار دوره زمانی نسبتاً کوتاه رواج آن‌ها، امکان قضاوت درخصوص آثار مثبت یا منفی آن‌ها را دشوار می‌سازد، بااین حال به نظر می‌رسد فراغت‌های دیجیتال آثار جدی را بر تجربه فراغت و هویت‌یابی‌های مربوط به آن بر جای می‌گذارند.

روندها و فرایندهای فوق دربرگیرنده همه زمینه‌های اثربخش بر فرهنگ و تجارب فراغتی جوانان در ایران نیستند. علاوه براین، روندهای فوق الزاماً توضیح‌دهنده انحصاری تجربه فراغتی جوانان نیستند و می‌توانند تجربه دیگر گروه‌های سنی را نیز پوشش دهند. به همان‌سان عمده این روندها را می‌توان به درجاتی در بسیاری از ساختارهای اجتماعی و فرهنگی دیگر نیز سراغ گرفت که خود بیانگر جهانی‌شدن فرهنگ جوانی و جهانی‌شدن فرهنگ فراغتی است، هرچند در کنار تشابه در الگوها و روندهای جهانی، مهر اجتماع محلی و میزبان را نیز به خود می‌گیرند و گاه بر روند جهانی تأثیر می‌گذارند. در ادامه مختصات و ویژگی‌های عمده فرهنگ فراغتی جوانان در ایران که وابسته به روندهای مذکور و نیز دیگر زمینه‌های تاریخی و فرهنگی هستند را بحث خواهیم کرد.

**ویژگی‌های فرهنگ فراغتی جوانان ایران:** پیچیدگی ماهیت تجربه فراغت، دشواری در سنجش آن و در هم تنیدگی آن با حوزه‌های مختلف زندگی ارائه تصویری قاطع از ویژگی‌ها و مختصات آن را دشوار می‌سازد؛ بااین حال براساس اطلاعات رسمی به دست آمده از پیمایش‌های بزرگ‌مقیاس ملی در سازمان ملی جوانان در یک دهه اخیر می‌توان تصویری کلی از محورهای غالب تجربه فراغتی عامه جوانان به دست داد که اگرچه بیانگر همه سبک‌های زندگی فراغتی آن‌ها نیست، ولی نشانه‌های مفیدی را درخصوص جهت‌گیری‌های ارزشی آن‌ها به دست می‌دهد.

**د- رسانه محوربودن:** در انتخاب‌ها و اولویت‌های فراغتی جوانان به کارگیری رسانه به لحاظ زمان صرف شده و تنوع مصارف جایگاه ویژه‌ای دارد و رسانه‌ها را قاطعانه می‌توان اولویت نخست آن‌ها برای جست‌وجو سرگرمی دانست.

جدول ۱: پنج اولویت نخست فراغتی جوانان در دهه اخیر

| اولویت اول. %           | اولویت دوم. %              | اولویت سوم. %              | اولویت چهارم. %                       | اولویت پنجم. %                |                  |
|-------------------------|----------------------------|----------------------------|---------------------------------------|-------------------------------|------------------|
| تماشای تلویزیون<br>۷۴/۵ | گوش دادن به موسیقی<br>۴۵/۳ | معاشرت با دوستان<br>۲۴/۴   | مطالعه کتاب<br>۲۳/۵                   | تماشای ویدئو و DVD<br>۲۱/۴    | پیمایش<br>سال ۸۳ |
| تماشای تلویزیون<br>۷۱/۵ | معاشرت با دوستان<br>۳۲/۶   | گوش دادن به موسیقی<br>۲۹/۴ | استفاده از کامپیوتر<br>۲۰/۳۰          | مطالعه کتاب و روزنامه<br>۱۵/۷ | پیمایش<br>سال ۸۶ |
| تماشای تلویزیون<br>۶۸/۶ | معاشرت با دوستان<br>۳۸/۳   | گوش دادن به موسیقی<br>۳۷/۵ | مطالعه کتاب / روزنامه و مجلات<br>۲۳/۶ | تماشای ماهواره<br>۲۲/۵        | پیمایش<br>سال ۸۹ |

تأملی در اطلاعات جدول فوق بیانگر جایگاه بلامنازع تلویزیون در سرگرمی جوانان و اتکا زیاد آن‌ها به فناوری اطلاعاتی و ارتباطی برای مصرف فراغت است. علاوه بر این، از جدول فوق می‌توان فزاینده بودن روند اتکا به رسانه برای سرگرمی را نیز دریافت. رسانه محور بودن فراغت جوانان که خود تجربه‌ای نسبتاً جدید در مصرف زمان و فراغت جوانان در ایران و حتی کشورهای غربی است، آثار و ویژگی‌های متفاوتی را بر جوانان و تجربه جوانی بخشیده است. برچسب‌ها و صفاتی که گاه برای توصیف این نسل در فضای فرهنگی غربی به کار گرفته می‌شود (همچون نسل X، نسل M یا Z)، عموماً برگرفته از هویت‌یابی و فرهنگ‌پذیری رسانه‌ای آن‌هاست؛ با این حال آنچه در موضوع فراغت و سرگرمی باید ذکر شود این واقعیت است که مصرف انفعالی فراغت جایگزین مصرف و انتخاب فعالانه آن شده است. مراد از مصرف منفعلانه، انجام شدن آن به تنهایی، محدود شدن آن به منزل و نبود تأثیر یا تأثیر ناچیز آن در تقویت مهارت‌های مشارکتی است. رسانه محور شدن فراغت می‌تواند مخاطب را پذیرنده منفعل پیام‌های ارتباطی یا سرگرم‌کننده سازد و فرصت تجربه کردن مستقل هیجانات،

#### سبک‌های فراغتی جوانان ایران: روندها، الگوها ۴۰۱

رفتارها و تعاملات فراغتی را از او بگیرد. به بیان دیگر، بر خلاقیت جوانان در انتخاب و هدایت و مواجهه مستقل با حوزه‌های دلخواه خود برای سرگرمی آسیب جدی می‌رساند. از سوی دیگر، همراه شدن الزامات تجارت، سودآوری، قدرت و دست‌کاری که به‌ویژه در تولیدات سرگرمی رسانه‌های غربی رواج دارد و از طرق مختلفی همچون صادرات فیلم و بازی‌های کامپیوتری به دیگر کشورها راه می‌یابد، روحیه‌ای مصرف‌گرایانه را ترویج داده و فراغت از طریق مصرف لذت‌بخش و راضی‌کننده معرفی می‌شود. انتظار می‌رود تداوم مواجهه بی‌مهار و کنترل‌نشده جوانان ایرانی با سرگرمی رسانه‌ای اولویت آن‌ها در انتخاب بازی‌ها و ورزش‌های سالم فردی و گروهی و خلاقیت و ابتکار آن‌ها در خود سرگرم‌سازی و ایجاد تخیلات مثبت و سازنده را با بیننده (تماشاگر) مصرف‌کننده جایگزین سازد. در سطح کلان نیز غلبه محتوای فرهنگی سرگرم‌کننده غربی و این روزها شرقی (ژاپن و به‌ویژه در ایران کره جنوبی) زمینه جدی را برای بیگانگی اجتماعی جوانان ایجاد می‌کند. در کشورهای غربی همچنین شواهد حکایت از رابطه مثبت میان مصرف رسانه‌ای (هم تلویزیون و هم رسانه‌های دیگر) و اضطراب و افسردگی کودکان دارد. به همان‌سان در این کشورها افزایش بیمارهای مرتبط با چاقی کودکان و ترویج فرهنگ استفاده از غذاهای آماده کم‌خاصیت از نگرانی‌های جدی است.

بدیهی است که هر آنچه با مصرف رسانه همراه است، ضرورتاً انفعالی و غیر مولد نبوده و فراغت رسانه‌ای می‌تواند فرصت و ظرفیتی برای گسترش ارتباط، کسب تجارت جدید، رشد عواطف و یادگیری نیز فراهم سازد. علاوه بر این، گونه‌هایی از مصرف رسانه‌ای در ایران (به‌ویژه در شکل رسانه‌هایی همچون اینترنت و در میدان‌های مجازی جدیدی چون Face book) نقش تکمیل‌کننده یا جبران‌کننده برخی کاستی‌ها و محدودیت‌های ساختاری و نمادین (مثلاً در ایجاد فرصت‌هایی برای گفت‌وگو، شکل‌گیری شبکه‌های مدنی یا بازی‌ها و سرگرمی‌ها) را نیز دارا است؛ با این حال واقعیت این است که رسانه‌های مدرن با در حاشیه گذاشتن بسیاری از تجارب لذت‌بخش دیگری که از کسب مهارت‌های غیرحرفه‌ای و

سرگرم سازنده، ارتباطات اجتماعی مفید، مطالعه فراغتی و موارد مشابه اکتساب پذیر است، نسلی با خلاقیت و قدرت تخیل کمتر و مصرف گرا را نوید می‌دهند.

۲- اجتماعی شدن ضعیف ورزشی: اطلاعات به دست آمده از پیمایش‌های ملی نشان می‌دهد که جایگاه ورزش در فراغت جوانان، ثانویه و اغلب پس از سرگرمی و مصارف فراغتی رسانه محور قرار دارد؛ برای مثال درصد جوانانی که اظهار داشته‌اند همه‌روزه به ورزش می‌پردازند در سرشماری‌های سال ۱۳۸۳، ۱۳۸۶ و ۱۳۸۹ به ترتیب ۱۸/۸، ۱۵/۱ و ۱۵/۴ بوده است. مطالعات و پژوهش‌های بسیاری بر پایین بودن آمادگی بدنی، بروز برخی مشکلات سلامتی، نداشتن تناسب و به‌ویژه استاندارد پایین مهارت‌های ورزشی پایه در میان جوانان اشاره دارد. اجتماعی شدن ورزش فرایندی پیچیده و چندوجهی است که در تحقق مطلوب آن علاوه بر خانواده، مدرسه، اجتماع محلی، ارزش‌ها، سنت‌های فرهنگی و نظام بازنمایی نیز دخیل‌اند. تجربه ضعیف ورزشی وقتی نگران کننده می‌نماید که روند آن نیز در جهت ارتقا و تعادل نباشد. با وجود آنکه دسترسی به خدمات ورزشی لاقابل برای طبقه متوسط و بالاتر شهری یا در قبال پرداخت مستقیم هزینه‌ها توسط جوانان و خانواده‌های آن‌ها افزایش یافته است و شاهد فعالیت صدها باشگاه خصوصی به‌ویژه در شهرهای بزرگ کشور هستیم و نیز با وجود شکل‌گیری فزاینده سلیقه خرید وسایل ورزشی و خانگی شدن فراغت در ایران و مهم‌تر از همه افزایش اطلاعات و آگاهی‌های مربوط به سلامت و تناسب که از مجاری رسانه‌های نوشتاری و تصویری منتقل می‌گردند، اقبال به ورزش در میان جوانان افزایشی را نشان نمی‌دهد. علاوه بر این، نکته نگران کننده کاهش میل به ورزش با افزایش سن در میان جوانان است. براساس پیمایش ملی سال ۱۳۹۰ درحالی که حدود ۷۸ درصد گروه سنی کمتر از ۲۵ سال ورزش کرده‌اند، این نسبت در میان گروه ۲۵ تا ۳۵ سال، حدود ۶۴ درصد بوده است (شاخص‌های فرهنگ عمومی کشور، ۱۳۹۰: ۲۷۷).

به نظر می‌رسد مهم‌ترین اولویت فراغت ورزشی جوانان ایرانی همچنان «تماشاگری در ورزش» باشد. آسیب‌های افراط‌گری در فرهنگ ورزش موضوع مطالعات روان‌شناختی اجتماعی و فلسفی بسیاری بوده است. از بین استدلال‌های طرح شده می‌توان به آسیب‌های

### سبک‌های فراغتی جوانان ایران: روندها، الگوها ۴۰۳

این فرهنگ بر عاملیت اخلاقی جوانان (به واسطه تحسین پیروزی و تقبیح شکست)، ترویج شی‌انگاری تجاری شده (به واسطه تقلیل بازیکنان به خصوصیات فیزیکی و بدنی آنها و مجدداً تقلیل این مدل‌ها به اشیا) و نیز فاصله گرفتن از فلسفه و اخلاق اصیل ورزش (که بر تحرک به عنوان جلوه‌ای زیبا از فرهنگ انسانی تأکید دارد) اشاره کرد (نگاه کنید به باکسیل، ۲۰۰۳ و تانسجو و تامبرینی، ۲۰۰۰).

۳ - شکاف‌های اجتماعی در دسترسی و اولویت‌های فراغتی: الگوی نمایان دیگر در تجربه فراغتی جوانان، انگیزه‌ها، اولویت‌ها و دسترسی‌های متفاوت و نابرابر برحسب ویژگی‌های فردی و ساختاری است. مهم‌ترین این تفاوت‌ها، مربوط به جنسیت است. در ایران دختران بیش از پسران تلویزیون تماشا می‌کنند؛ با این وجود در خصوص استفاده از رسانه‌های نو (چون کامپیوتر و به‌ویژه بازی‌های کامپیوتری) با فاصله‌ای نسبتاً زیاد از پسران عقب‌ترند. دختران اندکی بیش از پسران به مطالعه می‌پردازند و وقت بیشتری از پسران صرف انجام یا آموزش فعالیت‌ها و مهارت‌های هنری می‌کنند. ملاحظه مجموع تفاوت‌های الگوی گذراندن فراغت پسران و دختران بیانگر وابستگی بیشتر فراغت دختران به خانه و فعالیت‌های انفرادی و کاهش شدید آن با تجربه تأهل است. زمان متوسط کوتاه‌تر فراغت زنان، محدودیت‌های حضور در حوزه عمومی، استقلال اقتصادی کمتر، احساس ذهنی یا عینی از امنیت ناکافی، ارزش‌ها و حساسیت‌های فرهنگی و نیز وجود استانداردهای دوگانه در خانواده از دسته زمینه‌های اصلی اثربخش تفاوت در حوزه عمومی هستند.

تفاوت عمده دیگر به سهم ورزش مربوط است. مردان ایرانی بیش از زنان به ورزش می‌پردازند و این تفاوت حتی با کنترل مضیقه‌ها و مسئولیت‌هایی که با ازدواج پدید می‌آید، پابرجاست. اگرچه طیف متنوعی از موانع فردی (روان‌شناختی) اقتصادی و تدارکاتی (مربوط به تسهیلات و زیرساخت‌ها) بر نابرابری‌های ورزشی دختران و پسران تأثیر دارند؛ با وجود این موانع اجتماعی و فرهنگی همچون تسلط مردانه در فرهنگ ورزش، کلیشه‌ها و پیش‌داوری‌ها نسبت به ورزش زنان، بازنمایی و پوشش ناکافی رسانه‌ای و فقدان مدل‌های نقش را می‌توان تأثیرگذارتر دانست. ورزش بیشتر موضوعی مردانه تصور می‌شود و حتی برخی کلیشه‌ها

مبادرت به آن برای دختران را با زنانگی و ویژگی‌ها و انتظارات (برساخته) از روحیه و جسم زنانه بیگانه می‌دانند. به نظر می‌رسد این نگاه به ورزش بر فهم دختران جوان از اولویت و اهمیت ورزش در زندگی روزمره خویش نیز تأثیر گذاشته و عادت واره‌ای را در آن‌ها شکل می‌دهد که بر مبنای آن کمتر از پسران خود را علاقه‌مند یا نیازمند به آن می‌دانند. براساس پیمایش‌های سه‌گانه بحث شده اگرچه ورزش جزو مطلوب‌ترین گزینه‌های بالقوه جوانان برای فراغت مطلوب عنوان شده است و ترجیح جوانان پرداختن به آن در صورت وجود زمینه‌های لازم عنوان شده است؛ اما تفاوت زیادی در اولویت آن‌ها به چشم می‌خورد.

۴- خانواده محوروبودن: وجه بارز دیگر تجربه فراغتی جوانان ایرانی، خانواده محوروبودن آن است. جدول زیر افرادی را که جوانان با آن‌ها فراغت خود را سپری می‌کنند، نشان می‌دهد.

جدول ۲: افرادی که جوانان فراغت خود را با آن‌ها سپری می‌کنند

| پیمایش‌ها | اعضا خانواده | اقوام و فامیل | دوستان | همکاران | به‌تنهایی | سایر | بی‌پاسخ |
|-----------|--------------|---------------|--------|---------|-----------|------|---------|
| سال ۸۳    | ۵۷/۱         | ۶/۸           | ۲۳/۷   | ۰/۹     | ۹/۵       | ۱/۶  | ۰/۴     |
| سال ۸۶    | ۵۴/۰         | -             | ۲۸/۹   | ۱/۸     | ۹/۹       | ۱/۴  | ۴/۰     |
| سال ۸۹    | ۵۰/۲         | ۳/۶           | ۳۱/۹   | ۲/۱     | ۶/۰       | ۰/۶  | ۵/۶     |

چنان‌که اطلاعات جدول نشان می‌دهد نقش مرجع خانواده در زندگی جوانان بیشترین فرصت‌های فراغتی را محدود به اعضا خانواده می‌سازد. اگرچه خانواده محوروبودن ضرورتاً، خانه محوروبودن را نتیجه نمی‌دهد و میل و علاقه به سفر و گردش‌های خانوادگی به همراه تسهیلات بیشتری که خانواده‌های ایرانی به واسطه تملک وسیله نقلیه برای سفر کردن در یک دهه اخیر یافته‌اند، فراغت‌های جمعی خارج از خانواده را نیز اهمیت می‌بخشد؛ با این وجود با توجه به غلبه فرهنگ رسانه‌ای (به‌ویژه تلویزیون) در سرگرمی و استفاده جوانان از زمان فراغتی خود، منطقی است خانواده محوروبودن فراغت جوانان ایرانی را با خانه محوروبودن آن نیز همراه دانیم. از سوی دیگر، برخلاف خانواده غربی و روندهای اخیر خانگی شدن فراغت



در آنکه به مدد رشد فرهنگ رسانه‌ای بدون ایجاد ضرورت اختلاط زیاد افراد خانواده، جوانان را در اتاق‌های خود سرگرم ساخته و فرهنگ اتاق خواب Bedroom Culture را به فرهنگی آشنا در این کشورها تبدیل ساخته است (نگاه کنید به لیوینگستون، ۲۰۰۱)، تجربه فراغت خانوادگی در ایران همچنان به‌طور غالب فراغتی جمعی است.

اولویت خانواده در تجربه فراغت جوانان ایرانی اگرچه به درجات زیادی انتخابی و براساس احساس امنیت، اعتماد، همدلی و صمیمت جوانان با خانواده‌های خود و در نتیجه مرجعیت خانواده برای عموم آن‌ها شکل می‌گیرد؛ با این حال روندی کاهشی داشته و در نتیجه تحولات در ساختار و ارزش و توجه فزاینده جوانان به فردگرایی تغییر خواهد کرد. نتایج جدول فوق و نیز مطالعات پیمایشی دیگر موجود (مانند ذکایی، ۱۳۸۷) به‌وضوح بیانگر آن است که خانواده به‌عنوان مهم‌ترین گروه مرجع جوانان در رقابت با دیگر مراجع ارزشی به‌ویژه فرهنگ رسانه‌ای، گروه‌بندی‌ها و شبکه‌های اجتماعی به‌تدریج جایگزین خواهد شد. افول نقش محوری خانواده در فراغت و جهت‌دهی‌های (ارزش‌های) فراغتی دلایل متعددی دارد که علاوه بر توجه مشترک جوانان و خانواده‌ها به استقلال یابی جوانان، تغییر در ارزش‌ها و فرهنگ جوانی (به‌ویژه فردی‌شدن فزاینده) و نفوذ رسانه‌های اطلاعاتی و ارتباطی، نقش تغییرات ساختاری در شکل پدیده‌هایی چون کوچک‌شدن ابعاد خانواده، تحرک جغرافیایی فزاینده، تغییر بافت اجتماع و همسایگی و زمینه‌های مشابه را نیز در آن باید توجه کرد.

غلبه تجربه فراغت خانوادگی در ایران البته تفاوت‌ها و تغییرپذیری‌هایی را برحسب گروه‌های جنسیتی، سنی، تحصیلی و اجتماعات مکانی نشان می‌دهد؛ مثلاً همان‌گونه که انتظار می‌رود زنان بیش از مردان فراغت خود را با خانواده سپری می‌کنند و به همان نسبت مراودات آن‌ها با اقوام و آشنایان خانوادگی بیشتر است. در مقایسه، پسران چند برابر بیش از دختران، دوستان و اجتماع همسالان را برای فراغت برمی‌گزینند. به همان‌سان جوانان در تهران و دیگر شهرهای بزرگ کشور به‌واسطه دسترسی بیشتر به تسهیلات فراغتی عمومی و گاه کوچک‌بودن حلقه اعضای خانوادگی کمتر از جوانان در شهرهای کوچک فراغت خود را با خانواده سپری می‌کنند.

خانواده‌گرابودن فراغت جوان ایرانی اگرچه فرصت‌ها و الزاماتی را برای اجتماعی‌شدن دوطرفه فراغتی و مجاورت والدین باسلیقه‌های فراغتی جوانان ایجاد می‌کند؛ بااین حال انتخاب‌های فردی فراغتی در محیط خانواده (در شکل تخصیص برخی فضاها یا رسانه‌ها) یا کنترل خانوادگی فراغت جوانان از جانب والدین و تنش‌های احتمالی را مانع نمی‌شود؛ برای نمونه اگرچه همراهی جوانان و اعضای بزرگ خانواده در تماشای یک سریال تلویزیونی دلخواه، فرصت لذت‌بخشی را برای هم‌نشینی و تبادل نظر درخصوص محتوا، شخصیت‌ها و روایت فیلم و پیش‌بینی سرانجام آن ایجاد می‌کند و در این معنا «آیین» ویژه‌ای را نیز ممکن است پیدا کند که اعضای خانواده با آمادگی قبلی و با ایفای سهم خود آن را پذیرفته و فعال می‌سازند؛ اما هم‌زمان این آیین جمعی شناسایی شده، مانع از ایجاد ارتباط متفاوت و مستقل جوانان با این سریال و تفسیر و برداشت‌های فردی آن‌ها نیست. بارکر در مقاله‌ای (۱۹۹۷) رابطه تماشای تلویزیون و تعقیب پروژه باز اندیشانه شخصیت در سریال‌های تلویزیونی را برای اقلیت‌های آسیایی نشان داده است. منابع رسانه‌ای در این معنا امکان تولید هویت‌های چندگانه و ترکیبی را برای جوانان و یافتن خود از متن آن فراهم می‌سازد. بدین ترتیب، هویت شکل گرفته از این وضعیت فراغتی علاوه بر وجه جمعی، برساخته و بین ذهنی آن (بین فرزندان جوان و والدین) تجربه و سیاستی فردی نیز محسوب می‌شود و البته در اینجا نیز نقش عوامل زمینه‌ای چون سن، تحصیلات، اجتماعات مکانی و سرمایه‌های فرهنگی و اقتصادی را نباید از نظر دور داشت.

۵- افزایش عاملیت و انتخاب‌گری دختران: در بخش‌های قبلی شکاف جنسیتی در برخورداری از فرصت‌های فراغتی حوزه عمومی دختران و برخی محدودیت‌های آن‌ها را برای دنبال کردن علائق فردی فراغتی بحث کردیم. دسترسی‌های متفاوت دو جنس به فرصت‌ها و خدمات فراغتی تجربه‌ای است که کم‌وبیش در بسیاری از کشورهای جهان به چشم می‌خورد (برای مقایسه وضعیت زنان اروپایی نگاه کنید به European social report, 2009) (2009 زمینه فردی، آموزشی، فرهنگی و اقتصادی و اجتماعی آن را توضیح می‌دهد) (برای مقایسه وضعیت زنان اروپایی نگاه کنید European social report, 2009).

تأملی در نتایج مطالعات کمی و کیفی انجام شده در ایران بیانگر کاسته شدن نسبی از شکاف فراغتی و تشابه بیشتر در سلیقه‌ها، اولویت‌ها و نیز ارزیابی‌های دو جنس است. میانگین زمان دردسترسی دختران و پسران برای فراغت (وقت آزاد) (۲۴ ساعت در پیمایش سال ۱۳۸۹) تفاوت چشمگیری در میان دو جنس نشان نمی‌دهد. به همان‌سان، در میان جوانانی که از نحوه گذراندن فراغت خود ابرار رضایت کرده‌اند (حدود ۵۰ درصد در سال ۱۳۸۶ و حدود ۳۵ درصد در سال ۱۳۸۹ بدون احتساب میزان رضایت بینابین) تفاوت معناداری بین دو جنس به چشم نمی‌خورد. این تشابه درحالی مشاهده می‌شود که نتایج پیمایش‌های معرف در کشور و شهر تهران در دهه گذشته رضایت بیشتر مردان از تجربه فراغتی خود و اذعان زنان به لذت‌بخش‌تر بودن تجربه جوانی برای پسران را نشان می‌داد (نگاه کنید به ذکایی، ۱۳۸۴). نتایج فوق به هیچ‌روی به معنای نادیده گرفتن تفاوت‌های جنسیتی به‌ویژه دردسترسی به خدمات نهادین و نیز نگرش‌های مربوط به اولویت، جایگاه و معنای فراغت برای دو جنس نیست. مانع ساختاری جنسیت همچنان توضیح‌دهنده برخی تفاوت‌های رفتاری و ارزشی فراغتی است و در فرایند تغییرات فرهنگی و ارزشی کاملاً به حاشیه کشیده نشده است، باین‌همه، به‌روشنی می‌توان از کم‌رنگ شدن مرزبندی‌های جنسیتی در فرهنگ فراغتی جوانان نیز سخن گفت. اگر رانندگی از سر تفنن، سفر از طریق استفاده از تورهای گردشگری، حضور در کافی‌شاپ‌ها یا پرداختن به ورزش‌های لوکس را بیشتر محدود به دختران جوان با خاستگاه اقتصادی یا طبقاتی بالاتر بدانیم، اقبال به موسیقی‌های عامه‌پسند، انتخاب ورزش‌های رزمی و درگیرانه، حضور در کافی‌نت‌ها و پرداختن به بازی‌های رایانه‌ای و انجام مستقل سفر با اهداف سیاحتی یا زیارتی یا تفنن‌های غیرسالمی چون کشیدن قلیان را جلوه‌هایی از علاقه دختران به ورود بیشتر به عرصه‌های مردانه و علاقه به تصرف بخش‌هایی از حوزه عمومی می‌توان دانست؛ باین‌حال مهم‌تر از این انتخاب‌ها و ترجیحات رفتاری، تغییر در ذهنیت‌ها و عادت‌واره‌هایی هست که در نتیجه آن دختران داشتن اوقات لذت‌بخش و ایجاد فرصت‌هایی برای آن را بیشتر توجه می‌کنند و برای آن تدارک می‌بینند. تغییر عادت‌واره‌های فراغتی دختران جوان، علاوه بر عاملیت ارتقایافته و حضور بیشتر در حوزه

عمومی، با تغییر در ارزش‌های جوانی و گفت‌وگو و تعامل جوانان با والدین در حوزه خصوصی خانواده و به رسمیت شناخته شدن بیشتر حقوق فراغتی آن‌ها نیز مربوط است.

۶- غلبه صورت‌های اتفاقی و برنامه‌ریزی نشده: وجه غالب گذراندن فراغت یا استفاده از زمان آزاد در ایران، پرداختن با برنامه‌ریزی محدود یا بدون برنامه‌ریزی و نیز فاصله داشتن آن از فراغت جدی است. استینر (۲۰۰۶) فراغت اتفاقی (غیر جدی) را فراغت داوطلبانه غیر حرفه‌ای می‌داند که پاداش درونی (لذت طلبی و فرصت طلبی) نیروی محرکه آن است، سازمان‌دهی منطقی ندارد، مشارکت در آن مسیر برنامه‌ریزی شده‌ای را هدف قرار نمی‌دهد، رضایتمندی آنی بر آن غلبه دارد و انتخاب علائق و اولویت‌های فراغتی ممکن است استراتژیک و مشروط باشد.

اطلاعات پیمایش‌های سال ۱۳۸۶ و ۱۳۸۹ نشان می‌دهد که اکثریت پاسخگویان برنامه خاصی برای گذراندن اوقات فراغت خود ندارند به گونه‌ای که کسانی که مدعی دنبال کردن هدفمند و برنامه‌دار فراغت بوده‌اند به ترتیب حدود ۳۸ و ۳۰ درصد بوده‌اند. اگرچه گروه‌های با تحصیلات بالاتر و نیز رفاه بیشتر به برنامه‌ریزی توجه بیشتری داشته‌اند؛ با وجود این روند کلی آن در میان جوانان دختر و پسر تفاوتی نشان نمی‌دهد. به همان سان، غالب جوانان کشور در مطالعات این دو مقطع اظهار داشته‌اند که برای گذراندن فراغت خود امکان خاصی را در اختیار ندارند (۶۷ درصد در سال ۱۳۸۶ و ۵۲ درصد در سال ۱۳۸۹) که مجدداً از جانب جوانان با وضع اقتصادی پایین‌تر و نیز تحصیلات کمتر بیشتر عنوان شده است.

در بخش‌های قبلی درباره برخی از آثار سوء افراط در اتکا به فراغت‌های رسانه‌ای و مجازی بحث شد. به نظر می‌رسد فراغت منفعلانه و اتفاقی هم در شرایط کمپایی در فرصت‌ها و خدمات فراغتی و هم در شرایط بهره‌مندی و در اختیار داشتن امکانات سخت‌افزاری و حتی نرم‌افزاری فراغت (مثلاً در منزل) اتفاق می‌افتد. تحقیقات بسیاری در سال‌های اخیر تأثیرات مخرب مجاورت زیاد با فرهنگ سرگرمی رسانه‌محور (بویژه رسانه‌های اجتماعی) را بر کاستن از خلاقیت و مهارت‌های ارتباطی، اجتماعی و شناختی کودکان و نوجوانان مستند کرده‌اند (نگاه کنید به لاونیک، ۲۰۱۲، فریتاس و اسمیت، ۲۰۱۷، سینگر و بروکینگ، ۲۰۱۸).

مصرف‌گرایی، گرفتن ابتکار عمل و وابسته‌سازی (به واسطه فرایند عادت‌ی ساختن و همیشه دردسترس بودن) از بین آثار فراغت و سرگرمی‌های رسانه‌ای است که مجال کمتری را برای دنبال کردن هدفمند آن فراهم می‌سازد. البته فراغت غیر جدی را یکسره نمی‌توان به نقش فرهنگ رسانه‌ای تقلیل داد و هدایت برنامه‌های تفریحی جوانان (در خانواده و اجتماع‌های کوچک‌تر و بزرگ‌تر (مانند فرهنگ‌سراها)، گنجاندن مشاوره‌های فراغتی در برنامه‌های آموزشی و پرورشی مدارس، حمایت و ایجاد تسهیلاتی برای جوانان حاشیه‌ای و آسیب‌پذیر، تغییر در بازنمایی و نگرش به فراغت به عنوان زمینه و فرصتی برای ارتقای کیفیت زندگی، ارائه آموزش‌ها و مهارت‌هایی برای بهره‌گیری مفیدتر از فناوری‌های جدید اطلاعاتی و ارتباطی از دسته زمینه‌هایی است که در دور کردن جوانان از صرف «پرکردن» فراغت و مواجهه بدون برنامه‌ریزی با آن مؤثر بوده و به موازات گرایش آن‌ها به صورت‌های متنوعی از فراغت غیرحرفه‌ای را تقویت می‌کند. آماتوریسم فراغتی، داشتن علائق فراغتی به صورت جدی و به عنوان انتخابی در مسیری طولانی در زندگی را تضمین کرده و با تقویت عاملیت و اعتماد به نفس فردی به جوانان امکان می‌دهد از حداقل فرصت‌های در دسترس بیشترین بهره‌برداری را داشته باشند. آنچه بیان شد به هیچ‌روی به معنای کم‌اهمیت بودن یا نادیده گرفتن عدالت توزیعی و ایجاد تدارکات و تمهیدات سازمانی (چه در محلات و همسایگی‌ها چه در مدارس و دانشگاه‌ها) نیست؛ با وجود این ب‌نظر می‌رسد تغییر در نوع نگرش به فراغت بیش از هر عامل دیگری در بهره‌گیری بهینه از فرصت‌های فراغتی اثربخش است.

۷- مصرفی بودن فراغت: فراغت انفعالی، مقطعی و برنامه‌ریزی نشده بیشترین استعداد را برای مصرفی ساختن آن فراهم می‌سازد. تقلیل فراغت به «کاری» که می‌بایست در «برهه زمانی خاصی» و برای «نتایج سریع» انجام گیرد، مصرفی شدن آن را به همراه دارد. به بیان دیگر، فراغت، کالا یا خدماتی تلقی می‌شود که بهره‌مندی از آن به سرگرمی منتهی می‌شود. استیبنر (۲۰۰۷) در تشریح مقوله سرگرمی و تمایز آن با حوزه عام‌تر فراغت، لذت‌بخشی، محدود شدن به افرادی که نقش سرگرم کردن مخاطبان خود را دارند (مانند خوانندگان، بازیگران فیلم و تلویزیون، ورزشکاران و موارد مشابه) وابستگی آن به صنعتی که تولیدکننده

و حامی آن است را از دسته ویژگی‌ها مصرف سرگرمی می‌داند. از نظر استینر، دنبال کردن سرگرمی در وهله اول و اساساً با هدف کسب لذت فوری صورت می‌گیرد و آن را می‌توان فراغتی اتفاقی خواند که لذت‌بردن از آن به آموزش و مهارت‌چندانی نیاز ندارد و بیشتر فراغت‌های بزهکارانه نیز در این مقوله قرار می‌گیرند که خود مرتبط با بهره‌مندی از سرمایه فرهنگی و انسانی بالاتری هست و آن را تقویت می‌کند. در مقابل محصولات وابسته به فرهنگ والا و فرهیخته که جهت‌یافته به‌سوی آفریننده آن است، آشکارا متوجه مصرف‌کنندگان است. فراغت اتفاقی و بدون برنامه‌ای که پیش‌تر ذکر آن رفت با ملزم نبودن فرد به پابندی و سرمایه‌گذاری فردی برای حفظ و تقویت آن و کسب مهارت و دانش لازم نسبت به آن و نیز فاصله گرفتن از عرصه‌هایی که با مشارکت و عضویت‌های داوطلبانه پیوند دارد، هزینه کردن و استفاده کوتاه و گذرا از فرصت‌های موجود را بر تجربه فراغتی جوانان تحمیل می‌کند.

مطالعه تجربی نگارنده بر موضوع ارزش‌های مرجع جوانان (ذکایی، ۱۳۸۷) نشان داد که استنباط جوانان از رسانه‌ها به‌طور غالب متوجه سرگرمی و تفریح است تا ارتقای دانش و آگاهی. تنها حدود ۱۶ درصد جوانان در انتخاب مراجع علاقه‌مند و دلخواه خود به داستان نویسان اشاره کرده‌اند و حتی داستان‌نویسان خارجی نیز توسط کمتر از ۲۰ درصد جوانان شناخته شده‌اند. به همان‌سان برخی مطالعات نشان می‌دهند که حدود ۵۵ درصد جوانان کمتر از ۳۰ دقیقه در روز به مطالعه می‌پردازند و بیش از ۶۴ درصد آن‌ها مطالعه خود را سطحی و گذرا می‌دانند (سازمان ملی جوانان، ۱۳۸۷). در سال ۱۳۹۰، حدود ۴۳ درصد جوانان کمتر از ۲۵ سال و نیز ۴۴ درصد جوانان ۲۵ تا ۳۵ سال گفته‌اند که مطالعه غیردرسی نداشته‌اند (شاخص‌های فرهنگ عمومی: ۴۶).

در تحلیل مصرفی شدن فراغت جوانان، احتمالاً مهم‌ترین نمونه را باید در مصارف بدنی یا بدنی شدن فراغت سراغ گرفت. فقدان سلسله‌مراتب پیچیده نمادین و فرهنگی در بسیاری از حوزه‌های مصرف و امتیازات ویژه‌ای که مصارف مربوط به مد، لباس و زیورآلات در پنهان ساختن هویت‌ها و هم‌شکلی‌ها مهیا می‌سازد، مد را به‌عنوان یک پدیده فرهنگی جمعی

جایگاه ویژه‌ای بخشیده است. همگنی و شباهت در بسیاری از انتخاب‌ها و مصارف بدن، غلبه زمینه‌های هنجاری و میل جوانان برای هم‌نوایی و مطابقت با سلیقه‌های متعارف را برجسته می‌سازد. این میل برای انطباق و مصرف هر آنچه مد خوانده می‌شود فارغ از تمایزگذاری و یافتن منطقی برای انتخاب‌های مصرفی، در بسیاری موارد با به‌کارگیری استعاره پترسون (۱۹۹۶) طیفی از مصرف‌کنندگان جوان طبقات متوسط و بالاتر را به همه‌چیز خوران Cultural omnivores تبدیل می‌سازد که از مصرف، معنایی جز مصرف را نمی‌جویند.

۸ - **آنومیک‌بودن:** تقریباً یک‌قرن پیش دورکیم استدلال می‌کرد که برای یک جامعه یا گروه وضعیت آنومی هنگامی شکل می‌گیرد که هنجارهای موجود قادر به راهبری فعالیت‌های روزمره اعضای آن جامعه نیست. بسیاری از جوانان ایرانی که خاستگاه اقتصادی و اجتماعی آن‌ها طبقات متوسط و پایین است و از سرمایه‌های فرهنگ و اجتماعی چندانی برخوردار نیستند، فرصت آزاد بسیاری را در اختیار دارند که در آن به هیچ‌گونه فعالیت جدی و معناداری نمی‌پردازند. فراغت آنومیک نتیجه اجتناب‌ناپذیر ناتوانی جوانان در برقراری توازن بین وقت آزاد در دسترس خود و تعهدات سازمانی یا مسئولیت‌های اخلاقی و مدنی است. فقدان چنین محدودیت‌ها و تعهدات ساختاری (به مدرسه، خانواده، محله، دوستان و اجتماع کوچک و بزرگ) در کنار احساس بی‌علاقگی، انفعال، سردرگمی و احتمالاً ناتوانی از تغییر چنین شرایط نابسامانی وجه مشخصه فراغت آنومیک است. به بیان دیگر، جوانان در این حالت، وقت آزاد فراوانی در اختیار دارند؛ اما به دلایل متعددی قادر به استفاده و برنامه‌ریزی برای گذران مناسب آن نیستند و از بابت این ناتوانی و بی‌قدرتی احساس ترس، ناکامی، عاطل و باطل بودن می‌کنند. جوانانی که ناامیدانه و بدون تلاش جدی در سد کنکور گرفتارند و روزها و ماه‌های متمادی را برای تصمیم‌گیری انتخاب مسیر زندگی هدر می‌دهند، جوانانی که به واسطه نداشتن اشتغال، فراغت اجباری به آن‌ها تحمیل می‌شود، بسیاری از دخترانی که به واسطه نداشتن تحصیلات یا مهارت کافی شانس برای اشتغال ندارد و در انتظار فرصت ازدواج هستند، جوانانی که به واسطه سانحه و معلولیت متحمل شده ناگزیر از

تحمل انتظاری طولانی برای بهبود و بازگشت به وضعیت عادی خود یا کنار آمدن با وضع موجود هستند، نمونه‌هایی از تجربه فراغت آنومیک به‌شمار می‌آیند. روشن است که این زمان فراغت چون برخاسته از تلاش فردی و انتخاب ارادی نیست و پاداشی برای کار و تلاش محسوب نمی‌شود، احساس لذتی را برای جوانان به‌همراه ندارد و به اعتماد به نفس و رضایت آن‌ها از زندگی آسیب می‌رساند. فراغت آنومیک نه در ارتقا مهارت‌ها و روابط سازنده اجتماعی مفید است و نه نقشی در ایجاد انسجام و سرمایه اجتماعی برای جوانان ایفا می‌کند. صورت دیگر فراغت آنومیک هنگامی است که تعهدات، نقش‌ها و عضویت‌های نمادین جوانان بدون برنامه‌ریزی، عجولانه و نومیدانه و صرفاً به‌عنوان تلاشی برای پر کردن زمان زندگی یا امید به حوادث و تغییر اقبال (فردی و اجتماعی) صورت می‌گیرد. ادامه تحصیل در رشته‌های کم‌جاذبه و دانشگاه‌های ضعیف، پر کردن بدون هدف زمان‌های هفته برای شرکتی در کلاس‌های مختلف آزاد (مثلاً از نوع آموزشی، هنری)، انتخاب تقدیرگرایانه خدمت سربازی و در کرانه دیگر طیف، تعمد بر بی‌برنامگی، روزمرگی و لذت‌بردن از امکانات و تسهیلاتی که جوانان در برخی خانواده‌های مرفه از آن برخوردارند، صورت‌های دیگری از این تجربه به‌شمار می‌آیند.

۹- **انسجام و همخوانی ضعیف:** مصرفی شدن فراغت در بستر مدرن متأخر یا فرامدرن آن، در بسیاری از ساختارهای اجتماعی و روند پرشتاب آن، شکل‌گیری سبک‌های فراغتی پیوندی و نامتجانس را تسهیل و تحریک می‌کند. به لحاظ نظری و تجربی می‌توان استدلال کرد و نشان داد که سبک‌های فراغتی ضرورتاً متشکل از فعالیت‌ها و رفتارهایی که در کنار هم انسجام معنایی دارند و با یکدیگر همراه و منطبق‌اند نیست. در سطح فردی و روان‌شناختی نیز انسجام و انطباق سوابق، هیجانات و تجارب فرهنگی فردی در کلیتی واحد موضوعی برای بحث و نظریه‌پردازی بوده است. بدین ترتیب، ناهمخوان بودن مؤلفه‌ها و نشانه‌های فراغتی افراد یا گروه‌ها کاملاً محتمل و در حد انتظار است. سبک‌های فراغتی ممکن است در نتیجه اصول راهنمای اخلاقی منسجم (مثلاً انطباق کامل با شریعت اسلامی) یا معیارهای زیبایی‌شناختی (آن چنان‌که در خصوص برخی پوشش‌ها و الگوهای تزئینی پست‌مدرن یا



محلی ممکن است نمایان شود) با یکدیگر منطبق گردند. انطباق سبک‌های فراغتی گاه ممکن است برگرفته از شرایط و الزامات ساختاری و تشابه در موقعیت‌ها باشد؛ برای مثال انتظار می‌رود سبک‌های فراغتی افراد برحسب دوره زندگی (سن)، میزان درآمد، جغرافیا و مکان زندگی، فرهنگ‌های قومی یا زبانی شباهت‌هایی داشته باشد. از سوی دیگر، عناصر سبک‌های فراغتی ممکن است چندان با یکدیگر همخوان نباشند.

در میان جوانان ایرانی نشانه‌های روشنی از ناهمخوانی یا همخوانی ضعیف در انتخاب‌های فراغتی می‌توان یافت که اگرچه بخش کوچک‌تری از آن منطبق با اقتضائات سبک‌های زندگی یا ارجحیت‌های فرامدرن و به تعبیر شایگان (۱۳۸۱) هویت‌های چهل‌تکه است و جوانان با تعلقات خرده‌فرهنگی یا سبک زندگی بیشتر آن را نمایش می‌دهند؛ با این حال بخشی دیگر را می‌توان نتیجه تفکیک ناکافی و اغتشاش در مرزبندی‌ها و سلسله‌مراتب سلیقه و سبک، ارزش‌گذاری‌های متنوع و رقیب بر سر سبک‌های زندگی، فقدان انطباق ضروری فرهنگ رسمی با فرهنگ عامه و ارزش‌گذاری‌های متفاوت بر سر آن‌ها و نیز بازنمایی بخش‌هایی از مصارف فرهنگی و فراغتی عامه‌پسند به عنوان مجرمانه، غیرمجاز، نامقبول یا کم‌ارزش از جانب فرهنگ رسمی دانست که به دنبال خودپیچیدگی و گاه تنوع در سیاست زندگی و سیاست هویتی افراد را نیز به دنبال دارد. بر این مبنا بسیاری از جوانان براساس اجتهاد و فهم شخصی خود از فراغت و لذت مجاز و انطباق آن با میدان اجتماعی و عمومی که با آن مواجه‌اند، رفتارهای (ارزش‌های) متفاوت و گاه متعارضی را نمایش می‌دهند و گاه آگاهانه از آن دفاع کرده و برای آن استدلال می‌کنند. چنان‌که اشاره شد تمایل به تنوع در مصرف و همراهی دیگران در هر آنچه مصرف می‌شود، بسیاری از جوانان ایرانی را تنوع‌طلبان فراغتی می‌سازد؛ با این حال این تنوع‌طلبی برخلاف زمینه غربی آن که ناشی از گسترش طبقه متوسط و افول ارزش‌های مصرفی فرهنگی (فراغتی) فرهیخته و دستیابی و علاقه‌مندی توده مردم به مصرف آن‌ها بوده و هم‌زمان ظرفیت و حدت یا «شکاف» در میان آن‌ها را ایجاد می‌کند (نگاه کنید به پترسون و کرن، ۱۹۹۶)، مبتنی بر سیاست فرهنگ و ارزش‌گذاری‌های (گفتمان‌های) متنوع و رقیب از مصارف فراغتی نیز هست. اشتیاق بسیاری

از جوانان برای سفر به عتبات عالیات به موازات سفرهای ماجراجویانه به مقاصد سیاحتی گاه به صورت مکرر، گرایش به مد و مصرف گرایی در کنار حفظ اعتقادات مذهبی، گرایش به مطالعه آثار و زمینه‌های کاملاً ناهمخوان (برای پاسخگویی به مد و برقراری رابطه بهتر اجتماعی) نمونه‌هایی از چنین رفتارهایی است که اگرچه در بدو امر با داشتن قدرت انتخاب و برخورداری نسبی از سرمایه‌های اقتصادی و فرهنگی همبستگی نشان می‌دهند؛ اما با کنترل زمینه‌های قدرت و انتخاب فردی نیز مشاهده می‌شوند. پیمایش ملی نویسنده درخصوص ارزش‌های مرجع جوانان (ذکایی، ۱۳۸۷) نشان داد که در نظام‌های ارزشی جوانان انطباق و توجه توأم به ارزش‌ها (نیازهای) مادی (سلامت و تناسب، رفاه) و ارزش‌های فرا مادی (آرامش و رضایت درونی، جلب توجه و احترام دیگران) رایج هستند. جوانان ایرانی الگوهای داوری و ارزشی پیچیده و چندلایه‌ای دارند که به آن‌ها امکان می‌دهد در وضعیت‌های مختلف فردی و اجتماعی مؤلفه‌ها و اولویت‌های فراغتی خود را به گونه‌ای متفاوت انتخاب و ارزش‌گذاری کنند.

۱۰- **ابهام در تعریف فضاهای فراغتی:** فراغت در ایران در زمان و مکان خاص خود تغذیه نمی‌شود. نبود فضاهای تفکیک‌شده نهادین و تخصیص میدان‌های مشخص و به رسمیت شناخته‌شده برای فراغت، نگاه و بازنمایی مجرمانه به صورت‌هایی از فرهنگ (خرده فرهنگ‌های) فراغتی جوانان یا ابهام، سکوت و بلا تکلیفی در خصوص برخی اشکال فراغتی، تأخر تاریخی در شکل‌گیری گفتمان فراغتی بومی در ایران (ذکایی، ۱۳۹۱)، همراه با وجود گفتمان‌های رقیب نسبت به آنکه در طیفی از ترویج همه‌جانبه تا تأیید مشروط و نگاه حاشیه‌ای به آن نوسان دارد، از دسته زمینه‌های ابهام جایگاه نهادی و اغتشاش در نمایش یا تظاهر به آن در میدان‌های نامناسب است.

در کتاب «تولید اجتماعی فضا»، لوفور نخستین بار (۱۹۹۱) جدایی نهادین و ساختاری اروس از لوگوس را همچون تفکیک نمادین کار و فراغت و ویژگی مدرنیته می‌داند و معتقد است که مدرنیته تنها گویای عوامل غیرعقلانی نیست بلکه فرایندی که عوامل غیرعقلانی (اروس) پذیرفته می‌شود را نیز دربر می‌گیرد. هر جا جدایی نهادین بین اروس و لوگوس

نباشد، اروس یا خود را در لوگوس منتشر می‌کند یا با خشونت از جانب قدرت‌های ایدئولوژیک یا تابوهای سنتی روبه‌رو می‌شود.

ساختارهای فرهنگی و نمادین می‌تواند این امکان را فراهم سازند تا اروس بتواند بدون تهدید لوگوس در مناطقی خود را ارضا کند. از نمونه‌های چنین تدارکی می‌توان به نهادهای سازی برخی ورزش‌های بی‌ضرر و کنترل‌شده برای ارضای انگیزش‌های خشونت‌آمیز (مانند کشتی‌های نمایشی) یا رفتارهای کارناوالی در برخی فرهنگ‌ها اشاره کرد که با انعطاف‌پذیری در قواعد زمانی و مکانی، هیجان، نشاط و سرگرمی را تولید می‌کنند. انعطاف‌ناپذیری در تعریف این میدان‌ها می‌تواند رفتارهای فراغتی را از بستر و معنای اصلی خود دور ساخته و با تشویق جوانان به مصادره میدان‌هایی که نقش، معنا و مصرف متفاوتی دارند، زمینه‌هایی را برای فراغت غیراجتماعی و ضداجتماعی و مخرب فراهم سازد. استفاده اختصاصی از فضاهای تفریحی عمومی و شریک‌ساختن ناخواسته دیگران در لذت مشروع یا کمتر مشروع از یک تجربه فراغتی (همچون صدای بلند موسیقی پخش‌شده در اتومبیل)، رانندگی‌های تفریحی و نمایشی که گاه با مزاحمت‌های جدی برای دیگران همراه است یا مصادره یک فضا یا آیین برای مقاصد خود ابرازی افراطی (جلب توجه)، لذت‌طلبی شخصی (مانند برخی جلوه‌های عزاداری جوانان در ماه محرم یا شادی‌های پرسروصدا و گاه مخرب در شب یلدا) را می‌توان با تفکیک نهادین محدود و ابهام در تعریف میدان‌ها و مناسبت‌های فراغتی و تدارک و هم‌سویی لازم برای آن مرتبط دانست.

تفکیک نمادین ناکافی، خود همچنین شکل‌گیری گروه‌های داوطلبانه و مردمی برای ارتباط و نمایش هیجانات فراغتی را محدود ساخته و این غیبت ناخواسته محرک بیشتر جوانان برای خود ابرازی و تعقیب علائق و خواسته‌های خود در میدان‌های دیگری است که ضرورتاً نسبتی با فراغت ندارند. تفکیک بیشتر نمادین و هم‌سویی بیشتر در گفتمان‌های فراغتی، آشکارا انطباق اجتماعی و اثربخشی بیشتر تجارب فراغتی جوانان را به همراه دارد و با توجه به تداخل زمان، مکان و احساس فراغتی با بسیاری از میدان‌های دیگر زندگی اجتماعی (به‌ویژه کار) که در ایران به دلایل تاریخی فقدان پیوند با تجارب و زمینه‌های

اجتماعی و فرهنگی جامعه پیشامدرن، صورتی جدی نیز دارد، آثار چشمگیری را در انسجام اجتماعی به همراه دارد.

بدیهی است که در کنار صورت‌های رایج و متعارف فراغتی جوانان در میدان‌های اجتماعی یا حوزه خصوصی خانواده، اشکالی از فراغت‌های غیر نرمال، ضداجتماعی و با تمایلات مخرب و بزهکارانه نیز مشاهده می‌شود که تحلیل آن مستلزم به‌کارگیری چارچوب تحلیلی متفاوت و مجال دیگر است. فراغت‌های غیر نرمال جوانان در اجتماعات مدرن اشکال متنوعی به خود می‌گیرد و از الگوهای روانی و اجتماعی متفاوتی تبعیت می‌کند. رفتارهای خود تخریبی در قالب پناه‌بردن به مواد مخدر یا الکل به‌عنوان واکنشی به شرایط فردی، خانوادگی و اجتماعی بیگانه‌کننده یا خصمانه، ارتباط خصمانه با دیگران و اتخاذ نگاه و چشم‌اندازی ضد انسانی به آن‌ها (که با آزار، پرخاشگری یا خشونت‌های شدید همراه است) یا فرار و تخطی از هنجارها و محدودیت‌ها و نظارت‌های اجتماعی و قانونی، تنها نمونه‌هایی از فراغت‌های حاشیه‌ای محسوب می‌شوند که جوانان با تمایلات بزهکارانه نمایش می‌دهند (نگاه کنید به روزک، ۲۰۰۰). البته فراغت‌های غیر نرمال گاه برآیند سیاست فرهنگ و مجرمانه تلقی شدن صورت‌هایی از رفتارهای خرده‌فرهنگی یا نمایش‌های فرهنگ عامه‌پسند و بازنمایی هراس‌آلود نیز می‌تواند باشد که خود موضوع شاخه‌ای از جرم‌شناسی است که در سال‌های اخیر با نام جرم‌شناسی فرهنگی شناخته می‌شود و فرل (۱۹۹۵) آن را ترویج کرده است. «رویکرد جرم‌شناسی فرهنگی» ساختن مسائل مربوط به تصویر، معنا و بازنمایی را در مرز مشترک جرم و کنترل جرم تأکید می‌کند و به‌طور خاص درخصوص چارچوب‌های مبتنی بر سبک و پویایی‌های تجربی خرده‌فرهنگ‌های غیرقانونی، مجرمانه‌ساختن نمادین صورت‌های فرهنگ عامه‌پسند، بر ساخت واسطه‌مند مسائل مربوط به بزه و کنترل اجتماعی آن تحقیق و پژوهش می‌کند (فرل، ۱۹۹۹: ۳۹۵).

### تیپ‌شناسی مفهومی سبک‌های فراغتی

الگوها و روندهای مشاهده‌شده در رفتارها، انتخاب و سبک فراغتی جوانان ایرانی را به‌سختی می‌توان در قالب مدلی واحد ترسیم کرد. این دشواری بیش‌از آنکه به پیچیدگی‌های فرهنگی و زمینه‌های مؤثر بر انتخاب و نمایش رفتارهای فراغتی جوانان مربوط باشد، پیچیدگی‌های نظری و تحلیلی خود مفهوم فراغت را نشان می‌دهد. دستاوردهای سنت نظری نسبتاً جوان جامعه‌شناسی یا مطالعات فراغت هنوز ظرفیت ارائه چارچوب منسجمی که توضیح‌دهنده توافقی در زمینه تعریف، ابعاد، نسبت آن با دیگر تجارب (به‌ویژه کار) و مناقشات مفهومی مربوط به آن باشد را فراهم نساخته است و هنوز اتفاق‌نظری درخصوص مفهوم‌سازی یا سنجش آن به چشم نمی‌خورد (نگاه کنید به رابرتز، ۲۰۰۵ و رابرتز، ۲۰۱۰: ۱۳-۱). علاوه‌براین، تفاوت در زمینه تاریخی تجربه فراغت در جامعه ایرانی و غربی، انتخاب مدل غربی در مفهوم‌سازی و سنجش تجربه فراغت مدرن در جامعه ایرانی را ضرورتاً نتیجه‌بخش نمی‌سازد و با کاستی‌هایی همراه است.

بدین‌ترتیب، باملاحظه این پیچیدگی و با اذعان به نارسایی تیپ‌سازی پیشنهادی برای طبقه‌بندی یا ارائه سنخ‌شناسی تجربی و سنجش رفتارها و تجارب فراغتی جوانان و با یادآوری این مطلب که الگوها و روندهای مرور شده و مدل‌سازی از آن ضرورتاً منحصرأ انعکاس‌دهنده تجربه جوانان نبوده و می‌تواند به‌طور یکسان در خصوص دیگر گروه‌های اجتماعی نیز به کار گرفته‌شده و کلیت تجربه فراغت در جامعه ایرانی را توضیح دهد، به توضیح عناصر و اجزای مدل‌های مفهومی خود می‌پردازیم:

دسته‌بندی الگوهای فراغتی را براساس بحث‌های مطرح‌شده براساس چند پیوستار و مفهوم‌سازی دوگانه می‌توان ارائه کرد.

در یک سطح دو پیوستار عاملیت و فرصت می‌تواند توضیح‌دهنده توزیع رفتاری تجربه فراغتی جوانان باشد. عاملیت، جهت‌دهنده و انگیزش‌بخش است و قدرت سوژگی، میل به انتخاب و توسل به فراغت برای تفنن و تفریح، تجربه اجتماعی، کسب مهارت و موارد مشابه

#### ۴۱۸ مجموعه مقالات کرسی‌های ترویجی دانشگاه علامه طباطبائی (۱۳۹۷)

(که معمولاً ذیل فراغت طبقه‌بندی می‌شوند) را فراهم می‌سازد. پیوستار دیگر، فرصت‌ها، موقعیت‌ها و امکانات عینی متجلی‌ساختن عاملیت و تحقق تجربه فراغتی است. به بیان دیگر، فرصت‌ها، شرایط عملی دستیابی به فراغت است. تقاطع عاملیت (سوژگی درونی) و فرصت (ابراز سوژگی) گونه‌های زیر را پدید می‌آورد:

پیوستار ۱: گونه‌های تقاطع عاملیت (سوژگی درونی) و فرصت (ابراز سوژگی)

|                          |                          |
|--------------------------|--------------------------|
| عاملیت و فرصت بالا       | عاملیت پایین / فرصت بالا |
| عاملیت بالا / فرصت پایین | عاملیت و فرصت پایین      |

آنچه امتیاز مهم این مدل به‌شمار می‌آید، پیوندزدن مناسب بین عاملیت و ساختار یا عادت واره‌ها و میدان است؛ بااین‌حال تصویری از کیفیت تجربه فراغتی و تعهد افراد برای تداوم، توقف یا تغییر آن فراهم نمی‌سازد.

در الگویی دیگر می‌توان بر پایه دو پیوستار انفرادی یا جمعی بودن فراغت و نیز منفعلانه یا فعالانه بودن آن، گونه‌های اصلی سبک‌های فراغتی جوانان را تفکیک کرد.

پیوستار ۲: گونه‌های اصلی سبک‌های فراغتی جوانان

|                                                                                                       |                                                                                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| انفرادی/فعالانه (مطالعه آزاد، جمع‌آوری کلکسیون، دعا و نیایش، نواختن ساز، ورزش، سفر انفرادی)           | جمعی/فعالانه (فعالیت‌های انجمنی و داوطلبانه مدنی، سفرهای گروهی اکتشافی، گروه‌های بحث، هنری، ورزشی داوطلبانه یا مجازی) |
| انفرادی/منفعلانه (تماشای بدون برنامه تلویزیون، جست‌وجوهای بی‌هدف مجازی، پرسه زنی‌های شهری، خیال‌بافی) | جمعی/منفعلانه (گفت‌وگوهای بی‌هدف با دوستان، چت‌های گروهی آنلاین، پرسه زنی‌های دسته‌جمعی)                              |

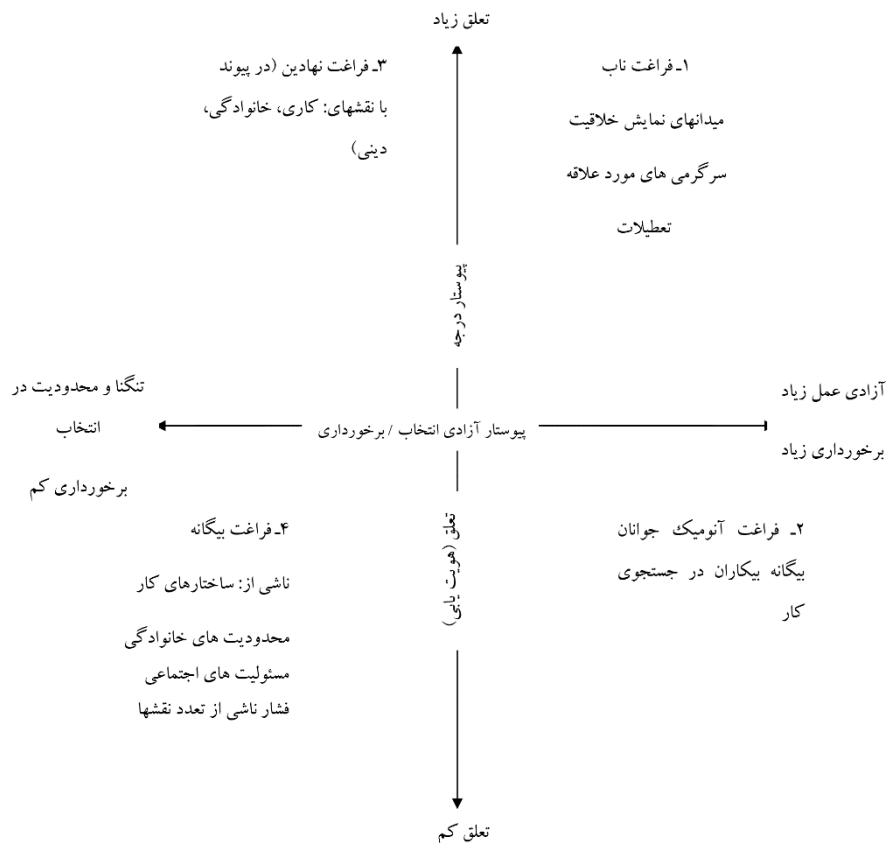
مدل فوق نیز اگرچه سویه‌های مهمی از تجارب فراغتی جوانان ایرانی را ترسیم می‌کند؛ با وجود این محدودیت اصلی آن دشواری در تفسیر ساختاری آن و تحلیل زمینه‌های اجتماعی انتخاب فراغت فردی - جمعی یا انفعالی - فعالانه است.

به نظر می‌رسد ترکیب ویژگی‌های نهفته در پیوستارهای قطبی چهارگانه فوق را بتوان به شیوه‌ای فشرده در ماتریس دیگری نمایش داد که عوامل ذهنی (درونی) و ساختاری (بیرونی) را توأمان در خود دارد.

پیوستار (۱) درجه انتخاب است. ضرورت درجه‌ای از آزادی عمل در تعیین استفاده از زمان در اختیار (آزاد) فرد، جزء لاینفکی از مفهوم‌سازی فراغت بوده است. بسیاری از تعاریف، فراغت را با آزادی عمل و قدرت انتخاب مطلق کنشگران مرتبط می‌داند و اگرچه در تعاریف اخیر این تأکید تا اندازه‌ای انعطاف پذیر شده است؛ با این حال آزادی انتخاب و قدرت خود ابرازی وجه مهمی در تعریف فراغت است. انتخاب‌گری فراغتی، نظامی به ساختار زمانی حاکم بر زندگی روزمره می‌بخشد و در همان حال فرصتی برای تصمیم‌گیری در خصوص نحوه مدیریت و تنظیم و تخصیص آن در اختیار جوانان می‌گذارد. بدین ترتیب، عنصر انتخاب‌گری (درجه آزادی در انتخاب) هم‌زمان متغیری فردی، روان‌شناختی و جامعه‌شناختی است.

پیوستار (۲) انعکاس‌دهنده میزان برخورداری (درجه رفاه) است. هرگونه تیپ‌سازی از تجارب فراغتی متأثر از میزان بهره‌مندی جوانان از سرمایه‌ها، به‌ویژه سرمایه اقتصادی است که در تحلیل نهایی سرمایه‌های اجتماعی، انسانی و فرهنگی را در خود نهفته دارد. محرومیت و رفاه البته بر آزادی در انتخاب نیز مستقیماً تأثیر گذاشته و به‌شکلی در پیوستار انتخاب - محدودیت می‌توان آن را مستتر دید؛ با این حال توجه به آن برای گونه‌شناسی فراغت‌های متعارف و غیرنرمال به دقت مفهوم‌سازی‌ها و پوشش گونه‌های بیشتر فراغتی کمک می‌کند. سرانجام پیوستار (۳) سوم را می‌توان درجه تعلق و هویت‌یابی به یک تجربه یا رفتار فراغتی دانست. تعلق پایین به هویت‌یابی ضعیف یا یک تجربه فراغتی می‌انجامد که نتیجه آن احساس بریدگی، انفصال، انفعال و رهاشدگی است. در سوی دیگر، تعلق زیاد به هویت‌یابی شدید با انتخاب‌های فراغتی منتهی می‌شود و برای جوانان احساس لذت و درگیری تمام‌عیار با انتخاب‌های خود را به‌همراه دارد. تعلق به تجارب فراغتی، هم‌زمان وجوه رفتاری و حسی را در برمی‌گیرد که در تعادل با یکدیگر بهترین دستاورد را به همراه دارند.

تقاطع پیوستارهای رفاه و تعلق یا آزادی انتخاب و تعلق (با توجه به اشتراک مفهومی یا تبدیل‌پذیری مفهومی آن‌ها به یکدیگر)، می‌تواند الگوها و شیوه‌های اصلی فراغتی جوانان را نمایش دهد و براساس آن می‌توان گونه‌های (تیپ‌های) فراغتی را از یکدیگر تفکیک کرد.



مدل فوق که اسکلت آن را با تغییراتی در مقولات و افزودن پیوستار برخوردارری (رفاه)، از گانتز و گانتز (۱۹۸۰: ۳۶۷) اقتباس کرده‌ام، چارچوبی را به دست می‌دهد که به کمک آن نوع ارتباط جوانان با میدان‌های فراغتی را می‌توان طبقه‌بندی و توضیح داد. فراغت ناب وضعیتی است که انتخاب، عاملیت و آزادی عمل زیاد با احساس عمیق تعلق و مجذوب‌شدن کامل در یک فعالیت تلاقی دارد. چنین فراغتی فرصت ایدئال برای بازاندیشی، خلوت درونی و احساس یگانگی برای فرد ایجاد می‌کند و اگرچه در حالت تجربی (بالقوه) در طیفی از



انتخاب‌های فراغتی جست‌وجو شدنی است؛ با وجود این به‌ندرت در شکل یک راهکار فراغتی طولانی یا مستمر برای افراد نمایان می‌شود. به‌بیان‌دیگر، برای اکثریت جوانان این تجارب مقطعی بوده یا مقطعی جست‌وجو می‌شود و اگرچه جوانان با سرمایه فرهنگی بالاتر و توجه بیشتر به هنر (فراغت) فاخر ممکن است بیشتر مجذوب آن شوند (در شکل تجربه سفری به یادماندنی، نواختن یا لذت‌بردن از موسیقی اصیل یا لذت از خواندن اثری بی‌بدیل)؛ با این حال برای اکثریت جوانان این تجارب محدود و کمیاب هستند.

تجارب فراغتی برآمده از فقدان محدودیت‌های سازمانی و ساختاری بر فرد که آزادی عمل زیادی فراهم می‌سازند، همراه با علاقه و ارتباط ضعیف با میدان فراغتی که در صورت دوم نمایش داده شده است، وضعیت طیف گسترده‌ای از جوانان ایرانی را توضیح می‌دهد. جوانان بیکار یا در جست‌وجوی کار، دخترانی که فراغت خانگی به آن‌ها تحمیل شده و بدون دل‌بستگی یا از روی اکراه فعالیت‌های فراغتی را به صورت یکنواخت و روزمره انجام می‌دهند، پسرانی که در انتظار رسیدن موعد خدمت سربازی ماه‌ها را در فراغت‌های غیر لذت‌بخش سپری می‌کنند، زنان جوان خانه‌داری که بابت اشتغال تمام‌وقت به کارهای منزل یا مراقبت از فرزندان احساس ناکارآمد بودن می‌کنند یا جوانان بیماری که به صورت مقطعی یا برای دوره طولانی ناگزیر از تحمیل نظم یکنواخت و کسالت‌آوری بر زندگی خود هستند، از بین گروه‌های (گونه‌های) فراغتی این نوع محسوب می‌شوند که به نظر می‌رسد نوعاً زمان فراغتی خود را صرف گپ و گفت‌وگو، تماشای تلویزیون و دیگر صورت‌های فراغت‌های انفعالی می‌کنند.

در وضعیت سوم عضویت‌های نهادین یا سازمانی در جامعه افراد را بسیار مشغول می‌سازند و محدودیت‌های ساختاری در بالاترین سطح خود هستند؛ بدین ترتیب فرد از ایفای نقش در این شرایط لذت زیادی برده و تعلق خاطر زیادی بدان دارد. بسیاری از افراد از حضور و ایفای نقش در خانواده، محله، محیط کار، مسجد و مکان‌های مذهبی لذت زیادی نصیب می‌برند و اگرچه در بدو امر درگیری و اشتغال با این نقش‌ها چندان بر انتخاب آزاد آن‌ها استوار نیست؛ بنابراین با آن هویت‌یابی کرده و سبک‌های فراغتی خود را براساس آن تنظیم می‌کنند. جوانانی که مرز قاطعی بین کار و فراغت آن‌ها نیست یا سال‌های متمادی به تحصیل و کسب تجربه در حوزه‌ای تخصصی مشغول‌اند، جوانان مذهبی که به واسطه اعتقادات خود حضور مرتب در مسجد و انجام خدمات عام‌المنفعه را انتخاب کرده‌اند، فعالان سیاسی که مشارکت

در برنامه‌های مدنظر خود را رسالتی بزرگ برای خود می‌دانند، از نمونه‌های متعلق به این سبک هستند؛ از این رو اشتغال محدود جوانان به کار و وابستگی این سبک فراغتی به نقشه‌ای حرفه‌ای، تنوع گروه‌های جوانان در این دسته را محدود می‌سازد.

آخرین دسته فراغتی، فراغت بیگانه کننده است که برآمده از آزادی عمل محدود در انتخاب یا فقدان هرگونه انتخاب فراغتی و تعلق محدود یا نبود تعلق به آن و در نتیجه مواجهه با انفعال و لذت محدود است. جوانانی که سبک‌ها و شرایط فراغتی آن‌ها با این دسته منطبق است، در شرایطی گرفتارند که توانایی و قدرت رهایی از آن را در خود نمی‌یابند. جوانانی که مسئولیت‌های سنگین خانوادگی (مثلاً برای کمک در تأمین هزینه‌های جاری یا مراقبت از فرزندان) را بر عهده دارند یا به واسطه خشونت و استبداد حاکم بر خانواده از دنبال کردن علائق فراغتی خود محروم‌اند، دانشجویانی که فشار حضور در کلاس و کار برای تأمین مخارج تحصیل، آن‌ها را سخت مشغول و تعامل با دوستان همکار یا همکلاس تنها فرصت فراغتی آن‌هاست، نمونه‌هایی از این سبک فراغتی محسوب می‌شوند. دنبال کردن فعالیت‌های روزمره زندگی برای این گروه از جوانان اغلب از روی احساس وظیفه و اجبار یا بر اساس عادت یا هر دو آن‌هاست، از ارتکاب آن احساس قدرت و انتخابی نمی‌یابند و در نتیجه احساس لذت و فراغت برآمده از آن در پایین‌ترین سطح خود هست.

مدل‌سازی ارائه شده فوق از سبک‌های فراغتی جوانان ایرانی منحصرأ خاص این گروه نبوده و الزامات و منطق آن را در خصوص دیگر مقولات اجتماعی نیز می‌توان به کار بست. علاوه بر این، مدل‌سازی فوق بیشتر مبتنی بر شرایط ساختاری (فرصت‌ها) و زمینه‌های فردی جوانان بوده و تنوعات مرتبط با جهت‌گیری‌های ارزشی آن‌ها را چندان در برنمی‌گیرد. به بیان دیگر، برای سهولت و مقاصد توضیحی، بیشتر شرایط عینی زندگی جوانان را در نظر می‌گیرد و ادعای ارائه دسته‌بندی فراگیر از گونه‌های مختلف فراغت فردی و جمعی با تنوع معنایی آن‌ها را ندارد. بدیهی است دستیابی به این گونه شناسی مستلزم سنجش تجربی مدل مفهومی و تعیین معرف‌های تجربی است که سطوح مختلف فعالیت‌های فراغتی جوانان در منزل، اجتماع کوچک دوستان و محلات و همسایگی و حوزه عمومی را هم از جنس رسمی و

## سبک‌های فراغتی جوانان ایران: روندها، الگوها ۴۲۳

موجه و هم غیررسمی و کمتر موجه در برگیرد. علاوه بر این، مدل فوق با محدودیت‌هایی برای توضیح گونه‌های نامتعارف و یا مخرب فراغت و خرده فرهنگ‌های مرتبط به آن نیز روبه‌روست که پیچیدگی آن اغلب به سیاست فرهنگ و ارزش‌گذاری‌های سلسله‌مراتبی ارزشی و اخلاقی مرتبط است و اگرچه شرایط بیگانه‌کننده فراغتی نیروی محرکه اغلب گونه‌های فراغت غیر نرمال است که آزار به خود و دیگران نتیجه آن است؛ از این رو سبک‌های فراغتی خرده فرهنگی را بدون توجه به پیوستار رسمی/ غیررسمی یا موجه/ غیرموجه و تحلیل سیاست فرهنگ و ایدئولوژی در هر جامعه نمی‌توان به صورت کامل بیان کرد. فارغ از ملاحظه فوق به نظر می‌رسد مدل مفهومی چهارضلعی ارائه شده، اضلاع اصلی جهت‌گیری‌ها و سبک‌های فراغتی جوانان در متن جامعه جدید ایران را در بر گرفته و تحقق آن با مطالعات تجربی می‌تواند دستاوردهای مفیدی را برای مفهوم‌سازی و تحلیل تجربه فراغتی جوانان ایرانی فراهم سازد.

### نتیجه‌گیری

سرعت و گستردگی تحولات دوره جوانی در کشور ما آثار خود را در سبک‌ها و الگوهای فراغتی جوانان بر جای گذاشته است. در این فصل نشان دادیم که فردی شدن به مثابه یک ایدئولوژی و یک ارزش، خصوصی‌شدن و تجاری‌شدن به عنوان زمینه‌های کلان مؤثر بر روند مدرنیته ایرانی، در کنار تغییرات ساختاری و نیز ارزشی در فرهنگ‌ها و خرده فرهنگ‌های جوانی، شرایط متفاوت و جدیدی را برای مواجهه جوانان با انتخاب‌های فراغتی خود و استفاده از زمان آزاد خود فراهم ساخته‌اند که در مجموع نتیجه آن تنوع بخشی در فرصت‌ها و انتخاب‌ها و کاهش نسبی اهمیت و نقش تعیین‌کننده مؤلفه‌های ساختاری چون جنسیت، مکان زندگی و تا حدودی شرایط طبقاتی در مقابل اهمیت یافتن بیشتر عوامل فرهنگی بوده است.

در این مقاله همچنین به برخی ویژگی‌های فرهنگ فراغتی جوانان که امکان طبقه‌بندی و ارائه سنخ‌شناسی از آن‌ها را تا حدودی تسهیل می‌کند، اشاره کردیم. رسانه محور بودن،

خانواده و خانه‌محور بودن، اتفاقی بودن و فقدان برنامه‌ریزی، مصرفی بودن، آنومیک بودن و انسجام و همخوانی ضعیف در مؤلفه‌ها و عناصر سبک فراغتی جوانان از دسته ملاحظاتی است که با هزینه ساده‌سازی و نادیده گرفتن برخی زمینه‌ها و نشانه‌های فرهنگی و تاریخی می‌توان ارائه کرد.

در پایان، مدل مفهومی برای شناسایی و ترسیم کیفیت و نوع ارتباط جوانان با میدان‌های فراغتی ارائه و چنین استدلال کردیم که سه محور آزادی عمل (قدرت انتخاب)، میزان برخورداری و رفاه و نوع انگیزش (تعلق و هویت‌یابی)، توأمان اضلاع اصلی آن را تشکیل می‌دهند که براساس آن گونه‌های اصلی فراغتی جوانان را می‌توان نمایش داد. براساس این مدل، فراغت ناب (خلاقانه) آنومیک، نمادین و بیگانه صورت‌های اصلی تفکیک‌کننده ماهیت، قالب و جنس سبک فراغتی جوانان را شکل می‌دهند که اگرچه تفکیک‌پذیری کمتر و درهم تنیدگی بیشتر الگوهای فراغتی جوانان استفاده از آن را بیشتر به عنوان ابزاری توضیحی موجه می‌سازد و اگرچه گونه‌های ویژه با تعلقات و زمینه‌های بزهکارانه یا از نوع خرده‌فرهنگ‌های حاشیه‌ای سبک زندگی را کمتر در برمی‌گیرد؛ با این حال ایده‌های مناسبی را برای تحلیل و پژوهش تجربی درخصوص سبک‌های فراغتی جوانان به دست می‌دهد. تجربه جوانان جدید ایران از میدان‌های فراغتی اگرچه همچنان انعکاس‌دهنده نابرابری‌های گوناگون (اقتصادی، فرهنگی، مهارتی، انسانی، جغرافیایی، جنسیتی) است؛ با این حال تغییر و تنوعات ظاهر شده در معیارهای شکاف اجتماعی، انتخاب و عاملیت فردی را در شکل‌دهی و انتخاب سبک‌های فراغتی به‌طور فزاینده‌ای برجسته خواهد ساخت.

#### منابع فارسی:

ذکایی، محمد سعید (۱۳۸۷). *جوانان و گروه‌های مرجع*. گزارش تحقیق چاپ‌نشده، شورای عالی انقلاب فرهنگی.

سازمان ملی جوانان (۱۳۸۳). *پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌های جوانان*. معاونت مطالعات و تحقیقات.

سبک‌های فراغتی جوانان ایران: روندها، الگوها ۴۲۵

\_\_\_\_\_ (۱۳۸۷). پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌های جوانان. معاونت مطالعات و تحقیقات

\_\_\_\_\_ (۱۳۸۹). پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌های جوانان. معاونت مطالعات و تحقیقات

شایگان، داریوش (۱۳۸۱). *افسون زدگی جدید: هویت چهل تکه و تفکر سیار*. ترجمه فاطمه ولیانی، تهران: نشر فرزانه.

شورای فرهنگ عمومی کشور (۱۳۹۰). *طرح بررسی و سنجش شاخص‌های فرهنگ عمومی کشور*.

#### منابع انگلیسی:

- Barker, C. (1997). *Television and the reflexive project of the self: Soaps, teenage talk and hybrid identities*. British Journal of Sociology, Vol. 48, no. 4, 611-628.
- Chaney, D. (1996). *Lifestyles*. London: Sage.-
- Connell, R. W. (1995). *Masculinities*. Cambridge: Polity Press.-
- Featherstone, M. (1987). *Lifestyle and consumer culture, Theory, Culture and society*. 41(1): 55-70.-
- Ferrell, J. (1999). *Cultural criminology*, *Annual Review of Sociology*. 25: 395-418.-
- Ferrell, J. and Sanders, C. D. (1995). *Cultural criminology*. Boston: Northeastern University Press.
- Freitas, D. and Smith, C. (2017) *The happiness effect: How social media is driving a generation to appear perfect at any cost*, New York: Oxford University Press-
- Furlong, A. and Cartmel, F. (2007). (2<sup>nd</sup> ed) *Young people and social change: new perspectives*. Berkshire: Open University Press.
- Gunter, B. G. and Gunter, N. C. (1980). *Leisure styles: a conceptual framework for modern leisure*. the sociological quarterly, 361-374.
- Lefebvre, H. (1991). *Social Production of space*, London: Blackwell.-
- Livingstone, S. (2001). *Young people and new media*. London Sage.-
- Mokhtarian, P. Salomon, I and Handy, S. (2006). *The impacts of ict on leisure activities and travel: a conceptual exploration*. in Transportation, 33: 263-289.

- Peterson, R. A. and Kern, R. M. (1996). *Changing highbrow taste: from snob to omnivore*. American Sociological Review, 61: 900-7.
- Roberts, K. (1999). *Leisure in contemporary society*, Wallingford: CAB International Publishing -
- Rojek, C. (2001). *Leisure theory*. London: Palgrave.-
- \_\_\_\_\_. *Capitalism and leisure theory*. London: Tavistock.-
- Rosengern, K. E. (1994). *Media effects and beyond: culture, socialization and lifestyle*. London: Routledge.
- Singer, P. and Brooking, E. (2018) *LikeWar: Weaponization of social media*, London: Palgrave
- Stebbins, R. (2006). *Serious leisure*, in C. Rojek, S. Shaw, and A. Veal (eds), *a handbook of leisure studies*. Hampshire: Palgrave.
- \_\_\_\_\_ (2007). *The sociology of entertainment in 21<sup>st</sup> sociology*. C. D. Bryant and D. L. Peck (eds).
- Tansjo, T. and Tamburrini, C. (2000). *Values in sport: eliticism, nationalism, gender equality and the scientific manufacture of winners*, London: E. and F. SponBoxil, J. (2003) *sports ethics: an anthology*. Oxford: Blackwell.
- Veal, T. (2000). *Lifestyle and leisure: a review and annotated bibliography*. [www.business.uts.edu.au](http://www.business.uts.edu.au).
- \_\_\_\_\_. (2002). *Leisure, culture and lifestyle*, *Society and Leisure*. Vol. 24 (2) 359-376.-