

اوقات فراغت و هویت اجتماعی

بررسی جامعه‌شناختی الگوهای گذران

اوقات فراغت جوانان در تهران

دکتر رسول ربانی

دانشیار جامعه‌شناسی، دانشگاه اصفهان

حامدشیری

دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه اصفهان



اقتصادی، شرایطی را پدید آورده بود که تحلیل کنش‌های افراد بر مبنای مفاهیمی نظیر طبقه‌بندی، بیش از حد ساختار گرایانه به نظر می‌رسید و ظاهراً باید جایی برای تحلیل خلاقانه‌تر کنش-تحلیلی که آزادی بیشتری برای افراد قائل شود- باز می‌شد (فاضلی ۱۳۸۲: ۶۳-۶۲).

در چنین جامعه‌ای به نظر می‌رسید الگوهای طبقاتی برای پیش بینی اینکه چه کسی چه چیزی مصرف می‌کند، مناسب نیست. به تدریج مفهوم سبک زندگی در تنازع میان شواهدی از کم‌رنگ شدن الگوهای تبیین طبقاتی و تقویت دایره اختیار افراد در گزینش شیوه‌های زندگی نضج گرفت. به

مقدمه

از دهه هفتاد تاکنون بحث‌های متفاوت و گسترده‌ای در خصوص سبک زندگی به مثابه یک مفهوم مدرن صورت گرفته است. سبک زندگی دارای حوزه‌های گسترده مطالعاتی است که در سال‌های پس از جنگ جهانی جایگزین تحلیل‌های مارکسیستی شده. در نتیجه رشد اقتصادی، ماشینی شدن کار، افزایش دستمزدها و گسترش وسایل تفریح و فراغت، جامعه‌ای در غرب صنعتی پدید آمد که به مقوله تفریح و فراغت بسیار اهمیت می‌داد. در عین حال جامعه‌ای ظهور کرد که تمایزات سنتی در آن تا اندازه‌ای محو می‌شدند. و فور



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

الگوهای هویت اجتماعی را انعکاس می‌دهد؟ آیا خطوط تمایز و تشابه اوقات فراغت منبعی برای هویت یابی بوده یا محصول طبقه اجتماعی و متغیر وابسته است؟ آیا می‌توانیم تفاوت‌های گذران اوقات فراغت متنوع شهروندان تهرانی را الگو مند و قاعده مند تعریف کنیم؟ آیا این تفاوت براساس طبقه اجتماعی متغیر است یا اینکه افراد چگونه گذران فراغت خود را فراتر از ساختار طبقاتی و منبعی برای هویت‌یابی می‌دانند و بدین طریق تلاش دارند خود را متمایز از دیگران برون گروه و مشابه نزدیکان درون گروه نشان دهند؟

فراغت است. حوزه فراغت اصلی‌ترین حوزه تحلیل‌های سبک زندگی است. در این حوزه است که افراد، نماگرها، کلیشه‌ها، الگوها و قواعد خاص سبک زندگی و هویت اجتماعی خود را بازگو می‌کنند. حوزه فراغت براساس عوامل و تعیین بخش‌های متعددی تغییر می‌کند. تغییراتی که کاملاً متأثر از متغیرهای تعیین‌کننده هویت است. در چهارچوب تحلیل فوق، هدف نوشتار حاضر بررسی هویت اجتماعی افراد در قالب متغیر کلیدی سبک زندگی یعنی اوقات فراغت است. به عبارتی سؤال اساسی اینست که در کلان شهری چون تهران الگوهای گذران اوقات فراغت به چه نحوی

اعتقاد گیدنز فرد امروز با تنوع گسترده‌ای از انتخاب‌ها روبرو است. این تنوع زیاد، امنیت هستی شناختی را با مشکل مواجه می‌سازد. از همین رو افراد برای آنکه مجبور نشوند در هر لحظه تصمیمی اتخاذ کنند، مجموعه‌ای از انتخاب‌ها را به صورت الگو مند، پذیرا می‌شوند. این مجموعه الگو مند راهنمایی برای کنش می‌شود و فرد را از این معضل که در هر لحظه مجبور به تصمیم‌گیری آگاهانه باشد، می‌رهاند.

یکی از این عرصه‌های انتخاب آزادانه فردی و عرصه قابل مشاهده زندگی که حوزه مهمی در مطالعات سبک زندگی محسوب می‌شود، حوزه

چارچوب نظری

اساسی‌ترین و بنیادی‌ترین تمایز در این رویکرد جامعه‌شناختی، برای تحلیل هویت اجتماعی، تمایزی است که بین دو مفهوم جامعه سنتی و جامعه مدرن ایجاد شده است. در جوامع سنتی مبنای هویت اجتماعی افراد، ویژگی‌های انتسابی، خانوادگی، ایلی و خونی آن‌ها است. نظام عشیره‌ای یا ایلی، نمود بارز این پیوندهای انتسابی است. در این تعریف از هویت اجتماعی، هویت امری ثابت، پایدار و تغییرناپذیر است و تحرک اجتماعی و موفقیت‌های فردی تغییری در بنیاد هویتی فرد ایجاد نمی‌کند. اما در جوامع مدرن، مبنای هویت اجتماعی متأثر از دو رویکرد متفاوت و متمایز است و این رویکردها به تناسب نظام فکری در چارچوب تئوریک خود، پاسخ‌های متفاوتی را در مورد علل و عوامل تعیین کننده هویت اجتماعی افراد بر می‌شمارند. در رویکرد نخست و قدیمی‌تر، فعالیت مولد و جایگاه فرد در نظام تولید، شالوده هویت اجتماعی اوست. این رویکرد مبتنی بر تحلیل مارکسیستی از طبقه اجتماعی است. رویکرد دوم در تعریف هویت اجتماعی مدرن، مبتنی بر نظریات اخیر بوده و در مفهوم سبک زندگی فرمول‌بندی می‌شود (اباذری و چاوشیان، ۱۳۸۱). در این تعریف هویت اجتماعی در متن تغییرات مدرنیته و رشد فرهنگ مصرف‌گرایی معنا پیدا می‌کند (گیدنز، ۱۹۹۱؛ و بوردیو ۱۹۸۴).

در رویکرد جامعه‌شناختی، برخی نظریه‌ها از اهمیت تحلیلی زیادی برخوردار هستند مانند نظریه مارکس به‌ویژه دیدگاه‌های او دربارهٔ طبقه اجتماعی به عنوان بنیان‌گذار و سرچشمه تحلیل‌های مبتنی بر طبقه در تبیین هویت، و یا نظریه ماکس وبر به عنوان منتقد و تصحیح کننده دیدگاه مارکس درباره قشربندی و طرح چارچوب مفهومی سبک زندگی در کنار مفهوم طبقه اجتماعی و در نهایت دیدگاه

جامعه‌شناسی متاخر یعنی پیر بوردیو که با ترکیب دیدگاه‌های مارکس و وبر بینش نوینی در تحلیل هویت اجتماعی و سبک‌های زندگی ارائه می‌کند.

مارکس و تحلیل طبقاتی از هویت اجتماعی

برای مارکس، طبقه تعیین کننده رفتارها، احساسات، اندیشه‌ها و نگرش‌های افراد و روابط اجتماعی آنان است. طبقات، افراد را به مقوله‌های اجتماعی تقسیم می‌کنند و این تقسیم چنان اساسی است که روابط افراد، نوع زندگی و سرنوشت آن‌ها نیز تابع آن است. طبقه نه تنها ابزاری برای تحلیل اجتماعی بلکه مجموعه شرایط مادی زندگی است که انسان‌ها را در بر می‌گیرد و الگوی موجودیت و هویت اجتماعی آن‌ها را ترسیم می‌کند (گوشبر، ۷۷: ۱۳۴).

با توجه به مبحث آگاهی طبقاتی می‌توان نتیجه گرفت از نظر مارکس طبقه اجتماعی قاطع‌ترین مبنای شکل‌گیری هویت اجتماعی افراد در جامعه سرمایه‌داری است (اباذری و چارشیان، ۶: ۱۳۸۱).

ساختار طبقاتی، زندگی اجتماعی را به صورت منظومه‌هایی سامان می‌بخشد که از نظام تولیدی نشئت گرفته‌اند. در تحلیل‌های مارکس به رغم اینکه در چگونگی تأثیر شکل‌گیری طبقات در زندگی فردی و کنش‌های اجتماعی تأکید می‌شود، اما مارکس از مفهوم سبک زندگی به معنای امروزی آن - صحبتی به میان نمی‌آورد. بررسی دیدگاه‌های او دربارهٔ فرهنگ طبقاتی به طور غیرمستقیم ناظر بر این مفهوم است که براساس تحلیل‌های مارکس، این فرهنگ نقش فرعی و وابسته را دارد. بنابراین سبک زندگی، تعیین شده توسط طبقات اجتماعی است که طبقات برای باز نمود هویت خود در جامعه به کار می‌گیرند.

ماکس وبر: سبک زندگی و هویت اجتماعی

وبر در تداوم و تکامل اندیشه قشربندی مارکس، دیدگاه خود را در مورد سبک زندگی تدوین می‌کند و در واقع نخستین کسی است که اصطلاح سبک زندگی را به کار می‌برد. وبر بر مبنای تعریف چند بعدی خود از قشر بندی اجتماعی و تأکید بر منزلت به عنوان یکی از ابعاد و مؤلفه‌های قشر بندی، اصطلاح سبک زندگی را در ارتباط با این بعد به کار می‌گیرد (تامین، ۱۳۷۸). سبک زندگی وبر در درون اصطلاح دیگری به نام فرصت‌های زندگی نهفته است. هر دو بعد سبک زندگی و فرصت‌های زندگی از جمله پیامدهای قشر بندی اجتماعی محسوب می‌شوند. فرصت‌های زندگی، فرصت‌های برخاسته از طبقات اجتماعی هستند که براساس آن مجموعه‌ای از امکانات و شرایط برای افراد درون طبقات اجتماعی فراهم می‌شود. اما سبک زندگی، شیوه‌های خاصی از زندگی است که متفاوت از فرصت‌ها، گروه‌های اجتماعی برای تمایز خود از دیگران و کسب منزلت به کار می‌گیرند. به نظر وبر گروه‌های منزلتی گرایش دارند در تمامی عرصه‌های زندگی خطوطی را اطراف خود ترسیم کنند که به آن‌ها در تعامل اجتماعی دوستانه، ازدواج، نوع سبک‌های والدین و دیگر عرصه‌های زندگی، تعاریف مشخص و متناسب با گروهی که در آن قرار دارند، می‌دهد (گوشبر ۱۳۸۴: ۸۶). سبک زندگی بر خلاف طبقه، مفهومی انعطاف‌پذیر است و به جای توجه به تولید در تحلیل مارکسیستی مصرف را مبنای تمایز می‌داند.

بوردیو: مصرف و هویت اجتماعی

مفهوم سبک زندگی در نظریات متاخر، توسط بوردیو جهت‌گیری‌های نوینی پیدا کرده و در متن تغییرات فرهنگی مدرنیته و رشد فرهنگ مصرف‌گرایی مورد بازتحلیل قرار گرفته است. بوردیو بینش جدید خود را بر مبنای ترکیب و بازنگری نظریات مارکس و وبر صورت‌بندی می‌کند. بوردیو مفهوم طبقه مارکس را

-البته با تعریف کاملاً متفاوت- مبنای کار خود قرار می‌دهد که در کنار آن به تبعیت از ویر، عوامل فرهنگی به موازات عوامل اقتصادی دست‌اندر کارند و هیچ یک اولییتی بر دیگری ندارند.

برای مارکس سرمایه‌داری یک نظام پویای تولیدی بود. آنچه در مرکز توجه وی قرار گرفت روندی در این نظام بود که بیشتر با تولید کالا هم بسته بود تا با مصرف آن. اما برای بورديو برخلاف مارکس مصرف در مرکز توجه بود. بورديو در رهیافت نظری خود و در تحلیل سبک‌های زندگی نشان داد تمایزهای اجتماعی و ساختاری چگونه از رهگذر صورت‌های فرهنگی قابل بیان است (باکاک، ۱۳۸۱: ۹۶). بورديو سلیقه و سبک زندگی را شاخصی طبقاتی فرض می‌کند و در مطالعات تجربی خود رابطه و هم‌تغییری سلیقه و سبک زندگی با طبقه اجتماعی را نشان می‌دهد (بورديو، ۱۹۸۴: ۶۶).

بورديو، سبک زندگی و فعالیت‌های مختلف درباره تمایز را در تحلیل‌های اجتماعی خود مطرح می‌کند. از نظر بورديو سطح‌های مختلف زندگی می‌توانند به بهترین وجه خود را در مجموعه متنوعی از فعالیت‌های اجتماعی از جمله اعمالی که به اوقات فراغت مربوط می‌شوند مانند ورزش‌ها، مطالعه، موسیقی، سینما و سایر امور ذوقی نشان‌دهند. کار عمده بورديو این است که نشان می‌دهد اگرچه مصرف و فعالیت‌های سبک زندگی می‌توانند بیانگر هویت اجتماعی باشند و در شکل دادن به این هویت نقش داشته باشند اما در تحلیل نهایی، این جایگاه‌های طبقاتی و تجربه‌های زندگی خانوادگی و اجتماعی است که می‌تواند تفاوت‌ها را در تبیین هویت اجتماعی بیان کند. بورديو بر نکته تأکید می‌کند که سلیقه‌ها و فعالیت ممکن است طی تجربیات بعدی تغییر یابد، اما استدلال می‌کند چنین گزینه‌ای به شکل تغییرناپذیری طبق منطق ساختاری عمل می‌کند (لس هیوود و

همکاران، ۱۳۸۴: ۳۱۹).

در چهارچوب این تحلیل، بورديو پیشنهاد می‌کند فعالیت‌های اوقات فراغت را باید به عنوان حوزه‌ای از امکانات وابسته به انشای ادبی یا هنری به حساب آورد. در این حوزه، انواع گوناگون فعالیت‌های اوقات فراغت، فضای گوناگونی که این فعالیت‌ها ممکنست در آن‌ها انجام گیرد یا روش‌های مختلف و رویکردهای گوناگونی که شخص ممکن است بپذیرد، یافت می‌شود. همه این‌ها به شخص امکان انتخاب می‌دهد و این گزینه‌ها وابسته به مواد و شرایط ویژه‌ای است که در اختیار خود شخص قرار دارد. او سپس استدلال می‌کند اهمیت فعالیت‌ها، فضاها و شیوه‌های خاص، همبسته به توزیع اجتماعی آن‌هاست؛ یعنی افراد گزینش‌های خود را با توجه به آگاهی‌هایی که در مورد گزینه‌های سایر افراد دارند، انجام می‌دهند. در این فعالیت‌ها، شیوه‌ها و فضاها به آسانی قابل دسترس و متعارف هستند، حال آنکه پاره‌ای دیگر به علت کمیابی، گران‌بها، متمایز و به نسبت غیرقابل دسترس هستند. غیرقابل دسترس بودن آن‌ها تنها مربوط به عوامل مادی مانند بهای بالا نیست، بلکه مربوط به شایستگی‌های ویژه و مشخص مورد نیاز آن‌هاست (همان، ۲۰۳۲). در واقع متمایز بودن آن مربوط به شایستگی فرهنگی لازم برای درک آن است؛ شایستگی که در اکثر افراد یافت نمی‌شود. سلیقه در واقع عدم علاقه به علایق دیگر است. از نظر بورديو، این فرایند تمایز است که سبک‌ها و فعالیت‌های اوقات فراغت را به حرکت درمی‌آورد (هیوود و همکاران، ۱۳۸۴: ۳۲۰). تمایز از طریق فعالیت‌های اوقات فراغت تأکیدی بر تحلیل هویت اجتماعی است چرا که در این فرایند (تمایز) افراد می‌خواهند خود را از دیگران متمایز کنند و به برجسته ساختن هویت خویش بپردازند.

اوقات فراغت

پاسخ‌های افراد مختلف به چپستی اوقات

با توجه به

مبحث آگاهی

طبقاتی می‌توان

نتیجه گرفت

از نظر مارکس

طبقه اجتماعی

قاطع‌ترین مبنای

شکل‌گیری

هویت اجتماعی

افراد در جامعه

سرمایه‌داری است

فراغت افراد بسیار متنوع و متعدد است. این امر ناشی از پیچیدگی و گستردگی این جنبه از تجربه‌های زندگی آدمی است. هی وود مفهوم اوقات فراغت را در چند طبقه دسته بندی می‌کند: اوقات فراغت به عنوان بازمانده وقت، اوقات فراغت به عنوان فعالیت، اوقات فراغت از دید عملکردی، اوقات فراغت از دیدگاه آزادی عمل. (هی وود: ۱۳۸۴: ۱۸)

اوقات فراغت بعنوان بازمانده وقت
اوقات فراغت به عنوان اوقات غیرموظف در نظر گرفته شده یعنی اوقات اختیاری که پس از اوقات کاری و انجام امور مربوط به امرار معاش باقی می‌ماند و شخص می‌تواند با آزادی نسبی به هر شغلی که دوست دارد بپردازد.

اوقات فراغت به عنوان فعالیت
در اینجا توجه از شخص به سرشت فعالیت‌های انجام شده مانند ورزش، تماشای تلویزیون، هنر، سرگرمی‌ها، تعطیلات و... معطوف شده است، اغلب این فعالیت‌ها را شادی‌بخش و دلپذیرند و

اوقات فراغت عرصه ظهور و بروز سبک‌های زندگی است.
اوقات فراغت مفهومی عینی و گویاست که سبک زندگی و در نتیجه هویت را به گویاترین و محسوس‌ترین شکل خود بیان می‌دارد.

شکل تفریحی دارند.

اوقات فراغت از دیدگاه عملکردی
از این دیدگاه فعالیت‌های اوقات فراغت عبارت است از انجام اعمالی مفید برای اشخاص و به‌طور خاص برای جامعه؛ بنابراین از این نظر اوقات فراغت ابزاری است برای نیل به اهداف مطلوب و پذیرفته‌شده اجتماعی.

اوقات فراغت از دیدگاه آزادی عمل
آدمی زمانی اوقات فراغت دارد که از پابندی‌هایی که دیگر لایه‌های زندگی را فرا گرفته رهایی یابد؛ بنابراین اوقات فراغت با آزادی و امکانات و این که شخص خودش باشد و خویشتن خویش را بروز دهد، ارتباط دارد. از دیدگاه تاریخی، این نوع نگرش به اوقات فراغت مربوط به گروه ممتاز است که از نظر مالی و وقت به قدری مرفه بوده‌اند که می‌توانستند تحت شرایط آرمانی، شیوه‌ای از زندگی را فراهم آورند که مبتنی بر اوقات فراغت باشد.

رویکردهای نظری بررسی اوقات فراغت



نیز همانند تحلیل‌های مربوط به سبک زندگی، در متن فعالیت‌های مربوط به تولید یا فعالیت‌های مربوط به مصرف ارائه شده است. در متن نخست، فراغت در رابطه با فعالیت‌های تولیدی و به ویژه مفهوم کار بررسی شده است. اما در متن جدیدتر، فراغت به صورتی فزاینده با فرایندهای مصرف پیوند خورده است. در این تحلیل‌ها جامعه‌شناسی فراغت توجه خود را از تقابل کار - فراغت که اساس کار پارکر است (پارکر ۱۹۷۱ و ۱۹۸۳) نه تنها به سمت بررسی معیارهای اجتماعی دیگری مانند جنسیت (دیم ۱۹۸۶، گرین ۱۹۹۰) و قومیت (هبریچ ۱۹۷۹ و ۱۹۸۷؛ گیلوری، ۱۹۸۷) بلکه به سوی نقش مفهوم فراغت گردانیده است (اباذری و چاوشیان، ۱۳۸۱). براساس این رهیافت، تحلیل‌های سنتی از این جهت مورد انتقاد هستند که می‌کوشند فعالیت‌های فراغتی را از طریق فهم رابطه آن‌ها با ساختار شغلی بررسی کنند. در این بررسی، فراغت به عنوان فعالیت‌هایی که در وقت آزاد صورت می‌گیرد، از روی شغل افراد تعیین می‌شود.

کار استانی پارکر معروف‌ترین نظریه در این زمینه است (پارکر، ۱۹۷۱). پارک مدعی است نفس ماهیت فراغت به عنوان یک برخاسته اجتماعی تنها در ارتباط با کار قابل درک است. بدون کار، فراغت نیز وجود ندارد و فعالیت‌های فراغتی جامعه صنعتی است که توسعه فعالیت‌های کاری را موجب می‌شود (همان، ۱۲). طبق نظریه پارکر، کار را تا آن اندازه می‌توان به فراغت تبدیل کرد که علاوه بر آنکه ادامه و استمرار کار محسوب شود، بتواند نگرش فرد را نسبت به کار اصلاح کند. اگر نارضایتی در کار احساس شود، فراغت جنبه ترمیمی پیدا می‌کند (توسلی، ۱۳۸۵: ۱۲۷-۱۲۶).

نظریه پارکر توسط رویکردهای مختلف به ویژه فمینیست‌ها - که آن را از نقطه نظر جنسی کور می‌کند - مورد نقد قرار گرفته و از سوی دیگر، توسط رویکردهای

جدید به اوقات فراغت که آن را در رابطه با فرهنگ پست مدرن می‌بینند، طرد شده است. به نظر آن‌ها، الگوی کار - فراغت، با ماهیت فعالیت‌های فراغتی در جامعه جدید همخوان نیست. تحلیل‌های مبتنی بر هژمونی آلتوسر نیز از این که فعالیت‌های کارگران در اوقات فراغت را نوعی مقاومت در برابر فرهنگ مسلط می‌داند، به نقد نظریه پارکر انجامیده است. در این مطالعات، نفس مفهوم فراغت موضوع مشاهده قرار گرفته است. به جای آنکه فراغت به موازات کار تحلیل شود، فراغت به عنوان مرکز ثقل تضاد و مبارزه جویی نگریسته می‌شود و در شکل دیگر برخاستن هویت‌های اجتماعی اهمیت پیدا می‌کند. این تغییر رویکرد، بر اساس واقعیت‌هایی است که در آن تغییرهای فرهنگی معاصر از دنیای اجتماعی مبتنی بر روابط گروه‌ها و طبقات با ساختارهای تولیدی، به دنیای روابط با شیوه‌های مصرف به لحاظ تبیینی تغییر پیدا کرده است (اباذری و چاوشیان، ۱۳۸۱).

اوقات فراغت به عنوان جنبه‌ای از سبک زندگی، رابطه مستقیمی با هویت اجتماعی دارد. رویکردهای نظری بر اساس پیش فرض‌های متفاوت خود، گزاره‌های متفاوتی ارائه کرده‌اند: در رویکرد نخست، سبک زندگی متغیر وابسته و متأثر از ساختارهای طبقاتی جامعه سرمایه‌داری است اما در رویکرد دوم، با تأکید بر اهمیت فزاینده مصرف در تحولات فرهنگی اخیر، سبک زندگی متفاوت از رویکرد مارکسیستی و به مثابه متغیری مستقل مبنای تشخیص هویت‌های متفاوت اجتماعی می‌شود. در اینجا سبک‌های زندگی (اوقات فراغت) براساس سازمان اجتماعی مصرف استوار است نه سازمان اجتماعی تولید. در بستر چنین مباحثی، مصرف شامل کلیه فعالیت‌های اجتماعی است که بر سازنده هویت افراد است. به این دلیل که انتخاب‌های فرد و الگوهای مصرف،

خود در جامعه مدرن در آزادی کامل صورت می‌گیرد و بنابراین این انتخاب‌ها با حس هویت یکی می‌شوند. براساس این تحلیل‌ها، می‌توان دو فرضیه را مورد بررسی قرار داد:

۱. فعالیت‌های فراغتی باز نمود هویت طبقاتی است. به این معنی که تفاوت در پایگاه‌های طبقاتی مختلف، تفاوت در فعالیت‌های مربوط به حوزه فراغت را تبیین می‌کند. طبقات مشابه الگوهای فراغت مشابهی دارند.

۲. فعالیت‌های فراغتی مکانیزم‌های تمایز اجتماعی هستند، افراد با انتخاب الگوهای خاص گذران اوقات فراغت، هویت فردی و اجتماعی خویش را بازنمایی می‌کند. بازنمایی هویت و فعالیت‌های فراغتی، متنوع‌تر و گسترده‌تر از شالوده‌های طبقاتی - اقتصادی است.

اوقات فراغت عرصه ظهور و بروز سبک‌های زندگی است. اوقات فراغت مفهومی عینی و گویاست که سبک زندگی و در نتیجه هویت را گویاترین و محسوس‌ترین شکل خود بیان می‌دارد. گوناگونی فراوان در اوقات فراغت آن‌ها را به ابزار مناسبی برای درک شیوه زندگی تبدیل می‌کند. (فکوهی، ۱۳۸۱: ۱۳۷).

سبک زندگی مجموعه‌ای نسبتاً منسجم از همه رفتارها و فعالیت‌های یک فرد معین در جریان زندگی روزمره است (گیدنز، ۱۳۷۸: ۳۲۵). اصطلاح سبک زندگی در کل ادبیات نظری مربوط به این مفهوم، تقریباً به همین معنا به کار رفته است. اما گستردگی و کلی بودن بیش از حد این مفهوم سبب شده در عملیاتی کردن آن هر یک از محققان به تناسب موضوع خاص خود و اهمیت آن، تعداد محدودی از مؤلفه‌های سبک زندگی را برای مطالعه انتخاب کرده و این مفهوم را عملیاتی کنند. در تحقیق حاضر نیز جنبه‌ای از سبک زندگی برجسته شده که افراد غالباً در موقعیت‌های فراغتی خود به انجام آن‌ها مبادرت می‌ورزند. هنجارهای مصرف از جمله این مؤلفه‌ها است.

نحوه مصرف، معیارها و موازین آن و معناهای ذهنی منتسب به آن در مورد کالاهای مادی و کالاهای غیر مادی (زمان و مکان) در هنجارهای مصرف دلالت دارد. هنجارهای مصرف معیارها و موازینی هستند که فرد بر مبنای آنها انتخابها و تصمیمهای خود را در زمینه مصرف کالاها، زمان و مکان سازمان می‌دهد (چاوشیان، ۱۳۸۱: ۸۷). این هنجارها می‌توانند در سطح عینی (یعنی آنچه فرد در واقعیت مصرف کند) مدنظر قرار گیرد. مصرف فرهنگی (مصرف فیلم، لوح فشرده، رسانه‌ها، موسیقی و ادبیات)، مصرف غذا، پوشاک، تزیین منزل و چیدمان، مصرف مکان‌های گذران فراغت و نوع فعالیت فراغتی مقوله‌هایی هستند که شاخص هنجارهای مصرف را عملیاتی می‌کنند.

در مقاله حاضر از دو روش کیفی (مصاحبه عمیق) و کمی (پیمایش) استفاده شده است. با استفاده از روش کمی ما اطلاعات وسیعی را درباره جنبه‌ها و ابعاد مختلف گذران اوقات فراغت افراد به دست می‌آوریم اما آنجا که این روش نمی‌تواند ابعاد ذهنی و کیفی موضوع تحقیق را بررسی کند، به منظور دستیابی به اطلاعات دقیق درباره رابطه اوقات فراغت و هویت، کیفیت گذران آن و نگرش‌های ذهنی افراد در مورد مصرف کالاها و فضاهای گوناگون و انجام اعمال خاص اجتماعی در زمان‌های فراغتی، ما از تکنیک مصاحبه عمیق هم استفاده کرده‌ایم. روش کیفی امکان مطالعه عمقی، ژرف‌نگر و پی‌بردن به ابعاد ذهنی پدیده‌های اجتماعی را ممکن می‌سازد. (ساروخانی، ۱۳۷۸: ۶۹).

جامعه مورد مطالعه و شیوه نمونه‌گیری

جامعه مورد مطالعه دختران و پسران تهرانی هستند که در گروه سنی ۱۸ تا ۳۰ سال (گروه سنی جوان) قرار دارند. علت انتخاب این گروه سنی این است که می‌توان آزادی در انتخاب الگوهای گذران

اوقات فراغت را خارج از محدودیت‌های اجتماعی و الزامات نهادی و خانوادگی در بین این گروه مشاهده کرد. اهمیت این مسئله به دلیل موضوع تحقیق و پیش فرض‌های آن است که در دنیای معاصر، فراغت را عرصه آزادی می‌داند. آزاد بودن در انتخاب الگوها و شیوه‌های گذران اوقات فراغت به دلایلی که در مباحث نظری مورد اشاره قرار گرفته، برای تحقیق حاضر بسیار مهم بوده زیرا درصد بررسی این موضوع است که آیا تفاوت در گذران اوقات فراغت بیانگر وجود هویت‌های متفاوت اجتماعی است؟ بررسی این فرضیه بدون در نظر گرفتن پیش‌شرط آزادبودن در انتخاب معتبر نیست اما در مورد اینکه چرا رده سنی ۱۸ تا ۳۰ سال انتخاب شده‌اند باید گفت این گروه سنی قطعاً آزادی بیشتری در انتخاب الگوهای اوقات فراغت خود دارند. محدودیت‌های اجتماعی چون تاهل، اشتغال، مسئولیت‌های خانوادگی و مواردی از این قبیل که قدرت انتخاب و آزادی افراد را محدود می‌کنند، در گروه‌های سنی مذکور کمتر از گروه سنی بالاتر است. در گروه‌های سنی پایین‌تر نیز اساساً نمی‌توان به دلیل مسائل بیولوژیکی و زیستی به طور مشخص از تمایز هویتی صحبت کرد.

ویژگی دوم جامعه آماری این تحقیق، محدود شدن آن به طبقات پایین و بالای شهر تهران است. دلیل این انتخاب، نقش مهم متغیر طبقه اجتماعی در تحقیق است که بنیان چهارچوب نظری را تشکیل می‌دهد. در کنار این مؤلفه، جنسیت نیز به عنوان برجسته‌ترین متغیر زمینه‌ای، وجه دوم را تشکیل می‌دهد. با در نظر گرفتن این دو متغیر ما چهار گونه تیپیک داریم: مردان طبقه بالا، زنان طبقه بالا، مردان طبقه پایین و زنان طبقه پایین.

در روش پیمایشی، نمونه‌های موردنظر از طریق نمونه‌گیری خوشه‌ای انتخاب شده‌اند. به این طریق که ابتدا به شیوه

قضاوتی مناطق یک و دو شهر تهران به عنوان خوشه‌های بالای شهر، و مناطق ۱۴ و ۱۵ به عنوان خوشه‌های پایین شهر انتخاب و سپس در بین خوشه‌ها با در نظر گرفتن متغیر جنسیت نمونه‌ها به شیوه تصادفی انتخاب شده‌اند. در این روش حجم نمونه به دلیل تصادفی بودن شیوه نمونه‌گیری، بر اساس فرمول کوکران و با در نظر گرفتن فرض حداکثر ناهمگنی ($P/q = 5*5/5$) برابر ۳۸۳ نفر است.

پس از تعیین خوشه‌ها به صورت تصادفی از هر خوشه ۱۰ بلوک انتخاب شده که با توجه به چهار خوشه موردنظر در نهایت ۴۰ بلوک تعیین شده است. با در نظر گرفتن اینکه از هر بلوک باید ۱۰ نمونه انتخاب می‌شود، پس از سرشماری تعداد واحدهای مسکونی در هر بلوک، به شیوه سیستماتیک پلاک واحدها ثبت شده و با نمونه موردنظر مصاحبه انجام شده است. چنان‌که در واحد تعیین شده نمونه‌ای با مشخصات از پیش تعیین شده وجود نداشته، پلاک مسکونی بعدی انتخاب شده است. اما حجم نمونه در پژوهش‌های کیفی برخلاف پژوهش‌های کمی از ابتدا تعیین نمی‌شود بلکه مبنایی که برای تعیین تعداد نمونه‌ها در این روش وجود دارد، افزایش حجم نمونه تا اندازه‌ای است که اشباع نظری حاصل شود. در مطالعه حاضر نیز هر چند تلاش شده این مبنا مورد توجه باشد، اما به دلیل محدودیت‌های هزینه‌ای و فرصت - زمان با ۲۵ نفر مصاحبه صورت گرفته است. طبقه اجتماعی و جنسیت دو محور اصلی هستند که مبنای تفکیک گونه‌های تیپیک قرار گرفته‌اند.

تحلیل نتایج و یافته‌های تحقیق

توصیف نمونه‌ها و ویژگی‌های فردی و اجتماعی آنها در روش کیفی (مصاحبه عمیق)

ویژگی فردی و خانوادگی نمونه‌های طبقات بالا:

طبقه اجتماعی / جنسیت	مرد	زن	جمع کل
پایین	۷	۶	۱۳
بالا	۶	۶	۱۲
جمع	۱۳	۱۲	۲۵

جدول شماره ۱: تعداد نمونه‌های مورد بررسی بر اساس متغیرهای جنس و طبقه

تحصیلات	دختر	پسر	جمع
دیپلم	۲	۰	۲
کارشناسی	۳	۲	۵
کارشناسی ارشد	۱	۳	۴
دکتری	-	۱	۱
جمع	۶	۶	۱۲

جدول شماره ۲: توزیع فراوانی‌ها بر اساس تحصیلات والدین پاسخگویان در طبقه بالا

تحصیلات	دختر	پسر	جمع
زیر دیپلم	۲	۱	۳
دیپلم	۳	۴	۷
کارشناسی	۱	۲	۳
جمع	۶	۷	۱۳

جدول شماره ۳: توزیع فراوانی‌ها بر اساس تحصیلات والدین در طبقه پایین

پدر تمام افراد شاغل هستند. نوع شغل والدین اعضای این گروه را با اینکه طیف متنوعی را نشان می‌دهند، می‌توان در زمره مشاغل طبقه بالا تقسیم‌بندی

دارند. والدین اکثریت افراد این طبقه، دارای تحصیلات دیپلم و بالاتر هستند. ۱۰ نفر از پدران افراد این گروه دارای تحصیلات کارشناسی و بالاتر بوده و

نمونه‌های مربوط به این گروه، افرادی هستند که درآمد ماهیانه خانواده آن‌ها بیش از ۵۰۰ هزار تومان است و بیشتر آن‌ها درآمدی بین ۷۰۰ تا یک میلیون

طبقه اجتماعی	جنسیت	فرزانی	درصد	تحصیلات پاسخگویان	درصد	میانگین درآمد ماهیانه	میزان تحصیلات پدر(کارشناسی و بالاتر)	میزان تحصیلات مادر(کارشناسی و بالاتر)	شاغل بودن پدر	شاغل بودن مادر	خانه دار بودن مادر	داشتن اتومبیل	داشتن اتومبیل بالاتر از ۱۰ میلیون	میانگین تفریحی قیمت منزل مسکونی
طبقه بالا	مرد	۹۸	۵۲/۱	دیپلم و زیردیپلم	۱۸	۱۲۰۰۰ تومان	۵۷ درصد	۳۹ درصد	۱۰۰ درصد	۵۸ درصد	۴۲ درصد	۱۰۰ درصد	۸۷ درصد	۲۰۰۰ میلیون تومان
	زن	۹۰	۴۷/۷	لیسانس	۲۲		۵۲ درصد	۳۹ درصد	۱۰۰ درصد	۵۸ درصد	۴۲ درصد	۱۰۰ درصد	۸۷ درصد	
	کل	۱۸۸	۴۷/۷	۷	۲۲		۵۲	۳۹ درصد	۳۹ درصد	۱۰۰ درصد	۵۸ درصد	۴۲ درصد	۱۰۰ درصد	
طبقه پایین	مرد	۱۱۴	۵۹/۱	دیپلم و زیردیپلم	۲۷	۲۵۰ هزار تومان	۱۹ درصد	۱۹ درصد	۸۷ درصد	۲۵ درصد	۷۵ درصد	۶۴ درصد	۴۴ درصد	۶۰ میلیون تومان
	زن	۷۹	۴۰/۹	لیسانس	۳۰		۱۹ درصد	۱۹ درصد	۸۷ درصد	۲۵ درصد	۷۵ درصد	۶۴ درصد	۴۴ درصد	
	کل	۱۹۳	۴۰/۹	۲	۳۰		۱۹ درصد	۱۹ درصد	۸۷ درصد	۲۵ درصد	۷۵ درصد	۶۴ درصد	۴۴ درصد	
معنی دار بودن تفاوت بین دو گروه			P>/05	P>/05	P>/05	P=0/000	P=0/000	P=0/000	P>/05	P=0/000	P=0/000	P=0/000	P=0/000	

جدول شماره ۴- توزیع پاسخگویان برحسب برخی متغیرهای زمینه‌ای به تفکیک طبقه اجتماعی- بررسی پیمایشی

میانگین ساعات سپری کردن وقت با دوستان				میانگین تعداد دوستان				فروانی	جنسیت	طبقه اجتماعی
.Sig	میانگین کل	.Sig	میانگین (ساعت در هفته)	.Sig	میانگین کل	.Sig	میانگین (تعداد به نفر)			
	۲۲	۰/۰۰۰	۲۸		۱۰	۰/۰۰۱	۱۲	۹۸	مرد	طبقه بالا
			۱۶				۸	۹۰	زن	
۰/۰۰۰			۲۰	۰/۰۰۰			۷	۱۱۴	مرد	طبقه پایین
	۱۴	۰/۰۰۰			۶/۵	۰/۱۲۵	۶	۷۹	زن	

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

را بین ۲۰۰ تا ۳۰۰ هزار تومان ذکر کرده‌اند. از نظر تحصیلات والدین، مادر شش نفر از هفت نفر، بی‌سواد یا دارای تحصیلات ابتدایی و سواد خواندن و نوشتن است. تحصیلات پدر بیش از ۵۰ نفر از پاسخگویان کمتر از دیپلم (چهار نفر)، دو نفر دیپلم و یک لیسانس است. از لحاظ اشتغال، هیچ یک از مادران اعضای این طبقه شاغل نبوده‌اند البته پدر تمامی این افراد شاغل هستند، اما بیشتر آن‌ها دارای مشاغل پایین مانند کارمند شرکت

کرد: هیئت علمی دانشگاه آزاد، صاحب نمایشگاه اتومبیل، صاحب فروشگاه پوشاک، مهندس راه و ساختمان و ... از جمله این مشاغل هستند. وضعیت تحصیلی والدین افراد این گروه به شرح جدول زیر است:

ویژگی‌های نمونه‌های طبقات پایین
نمونه‌های مربوط به این گروه افرادی هستند که درآمد ماهیانه خانواده آن‌ها کمتر از ۴۰۰ هزار تومان است و بیش از ۵۰ درصد پاسخگویان درآمدشان

جدول شماره ۵-
بررسی تفاوت میانگین تعداد دوستان و میانگین ساعات سپری کردن وقت با دوستان در بین طبقات اجتماعی و گروه‌های سنی



شمال تهران را به مثابه گونه تیپیک طبقه اجتماعی بالا و نمونه‌های مناطق جنوبی را گونه تیپیک طبقه اجتماعی پایین در نظر بگیریم. نتایج به‌دست‌آمده این اجازه را به ما می‌دهد تا از این گونه‌های تیپیک بتوانیم برای آزمون فرضیه‌های تحقیق در مورد الگوها و سبک‌های گذران فراغت در طبقات مختلف اجتماعی استفاده کنیم. نتایج این بخش توصیفی تقریباً جزئی از ویژگی‌های فردی و خانوادگی اعضای دو گروه نمونه را در روش کمی و کیفی نشان می‌دهد. این نتایج نه‌تنها تفاوت‌های خاص هر دو گروه را نشان می‌دهد بلکه از طرفی دلالت بر تأیید تفکیک طبقات به دو گروه بالا و پایین است.

الگوهای گذران اوقات فراغت

در این بخش با استفاده از مؤلفه‌های مختلف تلاش شد الگوی گذران اوقات فراغت در بین جوانان نمونه مورد بررسی قرار گیرد: روابط دوستی، مصرف مکان‌ها و فضاهای گذران فراغت و مصرف کالاها مؤلفه‌هایی هستند که چهارچوب تبیین پژوهش حاضر را برای آزمون فرضیه‌ها فراهم می‌سازند. پیش‌فرض تحقیق این است که تفاوت در مؤلفه‌های مذکور

واحد، کارمند بخش خدمات متراژ، کارگر کارخانه شیر پاستوریزه، آبدارچی دانشگاه و... هستند. از نظر وضعیت تحصیلی والدین، افراد این طبقه به شکل زیر طبقه‌بندی می‌شوند:

توصیف نمونه‌ها و ویژگی‌های فردی و اجتماعی آن‌ها در روش کمی (پیمایشی) توزیع جمعیت‌شناختی نمونه‌ها در روش پیمایشی به این ترتیب است که ۵۵/۶ درصد پاسخ‌گویان مرد و ۴۴/۴ درصد زن هستند. بیشتر پاسخ‌گویان در گروه سنی ۲۰ تا ۲۵ سال قرار دارند. تنها ۱۳ درصد از پاسخ‌گویان متاهل و بقیه مجرد هستند. ۵۰ درصد نمونه‌ها از مناطق بالای شهر تهران (۱ و ۲) و ۵۰ درصد از مناطق پایین شهر (مناطق ۱۴ و ۱۵) انتخاب شده‌اند. توزیع برخی متغیرهای زمینه‌ای به تفکیک طبقه اجتماعی در جدول زیر خلاصه شده است:

داده‌های جدول ۴، به طور آشکاری تمایز طبقاتی بین پاسخ‌گویان مناطق بالا و پایین شهر تهران را نشان می‌دهد. از این‌رو می‌توانیم تفاوت جغرافیایی و موقعیت پاسخ‌گویان را به تفاوت‌های طبقاتی تعمیم دهیم و نمونه‌های مناطق

جدول شماره ۶- بررسی تفاوت میانگین میزان رفت‌وآمد دوستان به خانه یکدیگر در بین طبقات اجتماعی و گروه‌های جنسی

میزان رفت و آمد دوستان به خانه یکدیگر			میانگین (دفعات در ماه)	فروانی	جنسیت	طبقه اجتماعی
.sig	میانگین کل	.Sig				
.۰/۰۰۰	۴/۶	.۰/۰۱	۵/۵	۹۸	مرد	طبقه بالا
			۳/۷	۹۰	زن	
.۰/۰۰۰	۲/۲	.۰/۱۲۵	۲/۳	۱۱۴	مرد	طبقه پایین
			۲/۱	۷۹	زن	

که مجموعه اعمال و نگرش‌های مربوط به فراغت هستند می‌تواند پاسخی برای تحلیل هویت اجتماعی باشد. این امر وابسته به این است که بتوان قواعد و هم‌گرایی‌هایی مشخص و تیپیک را از این اعمال و نگرش‌ها استخراج کرد. نقطه شروع ما مقایسه الگوهای فراغت بر مبنای تمایزبایی طبقاتی است. به عبارتی در اینجا می‌توانیم بررسی کنیم آیا تفاوت‌های الگوهای گذران فراغت، پیامد جایگاه طبقاتی است یا این که این الگوها فراتر از زیرساخت‌های طبقاتی، و هویت‌های اجتماعی متعددی را بازنمایی می‌کند.

روابط دوستی

گذران اوقات فراغت با دوستان شاید عمومی‌ترین مؤلفه در بین شاخص‌های تعریف شده برای اوقات فراغت باشد. واقعیت این است که اگر افراد به ویژه جوانان، بخش اعظمی از اوقات خود را با دوستان می‌گذرانند. اگر بتوانیم اشکال و انواع دیگری را برای اوقات فراغت و گذران آن تعریف کنیم در بیشتر موارد این اعمال و برنامه‌ها با دوستان سپری می‌شوند.

در این بخش به جای بررسی انواع مختلف فعالیت‌های فراغتی که افراد با دوستان خود می‌گذرانند، نفس روابط دوستی بررسی شده است.

نخستین نتیجه براساس مصاحبه‌های کیفی این است که رابطه دوستی در بین طبقات بالا بیشتر است. این امر هم در مورد دختران و هم در مورد پسران صادق است، در حالی که تعداد دوستان طبقات پایین نسبتاً کمتر است. افراد طبقه بالا که به میزان زیادی دارای دوستان متعدد هستند؛ البته در مقایسه دختران و پسران طبقه بالا به لحاظ داشتن تعداد دوست، تفاوت زیادی مشاهده می‌شود. به این معنی که پسران، دوستان بیشتری نسبت به دختران دارند. شبکه روابط زیاد در حوزه‌های مختلفی که جوانان طبقه بالا با آن سروکار دارند، به عنوان دلیل فراوانی

دوستان ذکر شده هست. طبقات پایین بین دوستان بسیار صمیمی و دوستان عادی تفکیک مشخصی قائل هستند، آن‌ها دوستان خود را زیاد می‌دانند اما معتقدند دوستان کاملاً صمیمی آن‌ها محدود و انگشت‌شمار است. هر چند چنین تفکیکی بین جوانان طبقه بالا نیز وجود دارد اما آن‌ها زیاد روی دوستان صمیمی و غیرصمیمی تأکید ندارند. نتایج مربوط به روابط دوستی در تحقیق پیمایشی در بین طبقات بالا و پایین به تفکیک جنسیت در جدول پنج ارائه شده است.

این تفاوت در نگرش طبقات مختلف به دوستی و رابطه دوستی کاملاً برجسته است؛ به این معنی که طبقات پایین نگرش کارکردی به دوستان دارند که در رابطه با نیازهای آن‌ها تعریف می‌شود. هر چند می‌توان نگرش افراد طبقه بالا به دوستی را نیز کارکردی دانست اما به لحاظ ماهوی بین این‌ها تفاوت وجود دارد. نتایج مصاحبه‌های کیفی بیانگر این است که افراد طبقه پایین دوست را کسی می‌دانند که در مواقع مشکلات و سختی‌ها به کمک آن‌ها بیاید و به اصطلاح از آن‌ها دستگیری کند، در حالی که طبقات بالا دوست را کسی می‌دانند که شریک گذران اوقات نشاط آن‌ها باشد و به این شادی و سرزندگی‌ها نیرو و توان بیشتری ببخشد. شاید بتوان این امر را یکی از دلایل فراوانی دوستان افراد طبقه بالا و کاستی دوستان طبقه پایین دانست. طبیعی است انتظار برآورده کردن نیازهای عمدتاً مادی-رفاهی بسیار دشوارتر از برآورده کردن نیاز همراه بودن در برخورداری از لذتی است. دوستی‌های نوع اول در شرایط حاد و بحرانی احتمال دارد به بن‌بست برسند در حالی که دوستی‌های نوع دوم به بازتولید این روابط کمک می‌کنند.

در سطح دیگر، اعضای طبقات بالا بیش از اعضای طبقات پایین، وقت خود را با دوستانشان سپری می‌کنند. آن‌ها تقریباً

نتایج مصاحبه‌های

کیفی بیانگر این

است که افراد طبقه

پایین دوست را کسی

می‌دانند که در مواقع

مشکلات و سختی‌ها

به کمک آن‌ها بیاید و

به اصطلاح از آن‌ها

دستگیری کند، در حالی

که طبقات بالا دوست

را کسی می‌دانند که

شریک گذران اوقات

نشاط آن‌ها باشد و به

این شادی و سرزندگی

ها نیرو و توان

بیشتری ببخشد.

طبقه اجتماعی						انجام فعالیت‌های زیر در اوقات فراغت در دو سه ماه اخیر
طبقه پایین			طبقه بالا			
کل (درصد)	جنسیت		کل (درصد)	جنسیت		
	زن (درصد)	مرد (درصد)		زن (درصد)	مرد (درصد)	
۱۴	۹	۱۹	۲۵	۳۰	۴۰	مسافرت بین شهری
۱	۰	۲	۲/۵	۱	۴	مسافرت خارج از کشور
۱۲	۱۰	۱۴	۳۲/۵	۳۲	۳۳	کوهپیمایی
۵	۶/۵	۳/۵	۱۳	۱۸	۸	انجام فعالیت‌های هنری
۲۵/۵	۲۹	۲۲	۳۶/۵	۴۰	۳۳	شرکت در مراسم و مهمانی‌ها
۷۵	۷۱/۵	۷۸/۵	۷۱	۶۶	۷۶	گردش داخل شهری (رفتن به پارک یا اماکن تفریحی)
۳۴	۳۱	۳۷	۳۵	۳۹	۳۱	مطالعه
۱۴	۱۶/۵	۱۱/۵	۲۵	۲۵/۵	۲۴/۵	سینما رفتن
۴۰	۲۱	۵۹	۳۳	۲۵	۴۱	ورزش
۵۶	۶۸	۴۴	۳۷	۳۱	۴۳	گپ‌زدن با اعضای خانواده
۹۴	۹۷	۹۱	۸۱	۸۹	۷۳	تلویزیون نگاه کردن
۳۹	۳۳	۴۵	۳۳	۲۸	۳۸	بازی کامپیوتری و پلی‌استیشن
۶۷	۶۵/۵	۶۸/۵	۵۶	۵۲/۵	۵۹/۵	خوابیدن
۵۴	۵۲	۵۶	۵/۴۲	۴۵	۴۰	گوش دادن به موسیقی
۵۹	۶۸	۵۱	۳۹	۴۷	۳۱	در خانه ماندن

جدول شماره ۷- توزیع پاسخ‌گویان برحسب شیوه‌های گذران اوقات فراغت به تفکیک طبقه اجتماعی و جنسیت

زنان وجود دارد. پسران در هر دو طبقه اجتماعی نسبت به دختران وقت بیشتری را با دوستانشان می‌گذرانند. براساس نتایج مصاحبه‌های کیفی رفت و آمد به خانه یکدیگر در بین جوانان طبقه بالا تفاوت بسیار بارزی با طبقات پایین دارد: طبقات بالا با بسیاری از دوستانشان به خانه همدیگر می‌روند، با هم شام و ناهار می‌خورند، در مراسم و جشن‌ها و پارتی‌های یکدیگر شرکت می‌کنند. اعضای خانواده این افراد محدودیتی برای آن‌ها قایل نمی‌شوند و چندان پرس و جوی کیستی و چیستی

هر روز با دوستان خود ملاقات دارند این نکته در مورد طبقات پایین محدودتر است چرا که آن‌ها وقت زیادی برای بودن با دوستانشان ندارند. جدول شماره ۵ میانگین ساعاتی را که اعضای طبقه بالا و پایین با دوستانشان می‌گذرانند نشان می‌دهد. بر اساس داده‌های این جدول نه تنها تفاوت آشکاری بین طبقات اجتماعی از نظر سپری کردن وقت با دوستان وجود دارد به این معنی که طبقات بالا مدت زمان بیشتری را با دوستانشان سپری می‌کنند، بلکه از نظر جنسیتی نیز تفاوت زیادی بین مردان و

رفتن به کافی شاپ و رستوران				رفتن به کنسرت موسیقی، تئاتر و گالری های هنری				جنسیت	طبقه اجتماعی	
.Sig	میانگین کل	.Sig	میانگین	.Sig	میانگین کل	.Sig	میانگین			
.000	۲۲۷/۸۳	.۰۵۶۸	۹۱/۳۶	.۰۰۰۲	۲۰۱/۶۹	.۰۲۹۲	۹۵/۶۵	مرد	طبقه بالا	
			۹۵/۷۸				۸۷/۹۸	زن		
	۱۵۱/۱۹	.۰۱۷۹	۹۲/۰۱		۱۹۳/۷۳	.۰۱۷۰	۹۸/۲۷	مرد	طبقه پایین	
			۸۸/۸۱				زن			
رفتن به کوه				رفتن به سینما				جنسیت	طبقه اجتماعی	
.Sig	میانگین کل	.Sig	میانگین	.Sig	میانگین کل	.Sig	میانگین			
.000	۲۱۳/۰۷	.۰۱۵۶۰	۸۸/۵۸	.۰۰۰۰	۲۱۷/۳۰	.۰۲۱۹	۹۳/۹۱	مرد	طبقه بالا	
			۸۴/۲۷				۸۴/۵۷	زن		
	۱۴۷/۳۳	.۰۱۶۲۳	۹۱/۶۵		۱۴۹/۲۰	.۰۱۸۹۶	۹۳/۱۰	مرد	طبقه پایین	
			۹۴/۹۴				۹۴/۰۷	زن		
رفتن به پارک				رفتن به پارک				جنسیت	طبقه اجتماعی	
.Sig	میانگین کل	.Sig	میانگین	.Sig	میانگین کل	.Sig	میانگین			
				.۰۱۲۴	۲۱۲/۶۰	.۰۳۴۱	۹۴/۵۷	مرد	طبقه بالا	
							۹۸/۴۶	زن		
						۲۰۲/۱۲	.۰۴۵۲	۸۸/۶۵	مرد	طبقه پایین
								۸۶/۷۸	زن	

جدول شماره ۸- بررسی تفاوت میانگین فضاهای گذران اوقات فراغت در بین طبقات اجتماعی و گروه های جنسی

دوستان آن‌ها نیستند. دختران طبقه بالا -به جز در مراسم خاص مثل جشن تولد- برخلاف پسران نمی‌توانند هر زمان که دلشان خواست و هر تعداد از دوستانشان را به خانه دعوت کنند. وضعیت در مورد رفت‌وآمد خانگی در بین طبقات پایین کاملاً متفاوت است: ۲ نفر از ۷ نفر پسر این گروه اظهار کرده‌اند تاکنون هیچ یک از دوستانشان را به خانه خود دعوت نکرده‌اند. البته چنین مسئله‌ای در مورد دختران این طبقه رخ نداده یعنی آن‌ها برخی از دوستان خود را به خانه برده‌اند اما این رفت و آمد در مقایسه با دختران طبقه بالا بسیار محدودتر و کمتر است. تفاوت در میزان رفت و آمد دوستان به خانه یکدیگر در بین دو طبقه اجتماعی، براساس یافته‌های پیمایشی نیز تایید می‌شود؛ طبقات بالا تقریباً دو برابر بیشتر از طبقات پایین، به خانه یکدیگر رفت‌وآمد دارند. میزان این رفت‌وآمد بین دختران و پسران در طبقه بالا معنی‌دار است. به این معنی که پسران طبقه بالا رفت و آمد بیشتری نسبت به دختران این طبقه دارد. در حالی که این رابطه در مورد دختران و پسران طبقه پایین صادق نیست و تفاوتی بین این دو گروه جنسی

دوستان آن‌ها نیستند. دختران طبقه بالا -به جز در مراسم خاص مثل جشن تولد- برخلاف پسران نمی‌توانند هر زمان که دلشان خواست و هر تعداد از دوستانشان را به خانه دعوت کنند. وضعیت در مورد رفت‌وآمد خانگی در بین طبقات پایین کاملاً متفاوت است: ۲ نفر از ۷ نفر پسر این گروه اظهار کرده‌اند تاکنون هیچ یک از دوستانشان را به خانه خود دعوت نکرده‌اند. البته چنین مسئله‌ای در مورد دختران این طبقه رخ نداده یعنی آن‌ها برخی از دوستان خود را به خانه برده‌اند اما این رفت و آمد در مقایسه با دختران

رفتن به مسافرت				انجام فعالیت‌های ورزشی				جنسیت	طبقه اجتماعی
.Sig	میانگین کل	.Sig	میانگین	.Sig	میانگین کل	.Sig	میانگین		
۰/۰۰۰	۲۲۵/۲۲	۰/۳۳۳	۹۶/۵۳	۰/۳۸۱	۲۳۱/۹۴	۰/۰۰۱	۱۰۶/۲۱	مرد	
			۸۹/۱۱				۸۰/۵۵	زن	
	۱۵۱/۱۰	۰/۶۷۷	۹۵/۳۱		۲۳۴/۰۶	۰/۰۲۶	۱۰۲/۷۴	مرد	
			۹۸/۲۱		۸۴/۸۷	زن			
پرداختن به بازی‌های کامپیوتری				فعالیت هنری				جنسیت	طبقه اجتماعی
.Sig	میانگین کل	.Sig	میانگین	.Sig	میانگین کل	.Sig	میانگین		
۰/۰۰۰	۲۲۶/۱۴	۰/۶۶۶	۹۴/۱۲	۰/۰۰۰	۲۱۳/۸۲	۰/۰۸۶	۹۸/۸۹	مرد	
			۹۰/۷۸				۸۵/۶۸	زن	
	۱۴۸/۸۹	۰/۹۶۵	۹۵/۱۴		۱۶۳/۱۲	۰/۲۸۰	۹۲/۶۲	مرد	
			۹۴/۸۱		۱۰۰/۸۰	زن			

جدول شماره ۹ - بررسی تفاوت میانگین انجام فعالیت‌های مختلف در اوقات فراغت در میان طبقات اجتماعی و گروه‌های جنسی

فعال یا منفعل

افراد اوقات فراغت خود را چگونه می‌گذرانند، به چه فعالیت‌هایی مشغول می‌شوند، این فعالیت‌ها را در چه فضا و مکان‌های انجام می‌دهند، الگوی مصرف آن‌ها در عرصه‌های گوناگون فراغت چگونه است؟

این‌ها سؤالاتی است که در این بخش مورد بررسی قرار گرفته‌اند. البته باید یادآور شد پاسخ بخشی از این سؤالات در مبحث قبلی مورد توجه قرار گرفته است که به دلیل اهمیت آن - مولفه روابط دوستی - برای جوانان آن را برجسته کردیم.

داشتن اوقات فراغت و گذران آن به شیوه فعال یا انفعالی (فکوهی، ۱۳۸۲) تفکیک اولیه‌ای است که تمایز بین گروه‌ها در مورد نحوه گذران فراغت از طریق آن مورد سنجش قرار گرفته است. فراغت فعال، فراغتی است که در آن افراد فعالانه تلاش دارند به شیوه‌ای

در طبقه پایین مشاهده نمی‌شود. به طور مفروض می‌توان دلیل تفاوت در رفت‌وآمد خانگی بین دو طبقه اجتماعی را به قابلیت‌ها و امکاناتی نسبت داد که اعضای هر یک از این طبقات از آن بهره‌مندند. یعنی طبقات بالاتر می‌توانند فضای (فیزیکی) و امکانات پذیرایی بیشتر و برنامه‌های متنوعی برای دوستان خود در خانه فراهم کنند؛ واقعیتی که در مورد بسیاری از طبقات پایین صادق نیست. آن‌ها حتی نمی‌توانند فضای فیزیکی را فراهم کنند، یعنی فضای حداقل و خلوتی که این دوستان بتوانند با هم صحبت کنند، گپ بزنند و از باهم بودن لذت ببرند.

همچنین شاید بتوان تفاوت در میزان رفت‌وآمد برحسب جنسیت را بیانگر محدودیت‌های فرهنگی و اجتماعی دانست که آزادی کمتری به دختران نسبت به پسران می‌دهد.

نحوه گذران اوقات فراغت: فراغت

برنامه‌ریزی شده و از پیش تعیین شده و به بهترین وجه ممکن، اوقات فراغت خود را بگذرانند و فراغت را در معنای لذت‌جویی آن محقق کنند. در مقابل فراغت منفعل فراغتی است که بدون برنامه‌ریزی و به شیوه اتفاقی، گذر زمان فراغت در آن رخ می‌دهد. افراد هر آنچه را پیش آید و نه آنچه خود بخواهند، در اوقات فراغت‌شان انجام می‌دهند. سنجش این شاخص از طریق تعداد انجام اعمال زیر مورد بررسی قرار گرفته است. فراغت منفعل که شامل در خانه ماندن، خوابیدن، تماشای تلویزیون، قدم‌زدن، سپری کردن وقت با اعضای خانواده و بحث و گفت‌وگو با آن‌ها و... و فراغت فعال شامل ورزش، سینما و تئاتر رفتن، گردش داخل شهری و مسافرت برون شهری و حتی کشوری، شرکت در مراسم و مهمانی‌ها، انجام فعالیت‌های هنری، دید و بازدید، کوهپیمایی و...

تحلیل مصاحبه‌های کیفی انجام‌شده در این زمینه نشان می‌دهد گروه‌های طبقاتی از نظر گذراندن فعال یا منفعل اوقات، تفاوتی با هم ندارند. مؤلفه‌های فراغت انفعالی و فعالانه در بین اعضای هر گروه طبقه پایین و بالا وجود دارد و نمی‌توان تمایز مشخصی را از این نظر بین دو گروه قایل شد. تنها تفاوت مربوط به فعالیت‌های فراغت، گذران وقت در منزل بین گروه‌های جنسی است که براساس آن دختران بیش از پسران فعالیت‌های فراغت انفعالی دارند و بیشتر وقت خود را در خانه سپری می‌کنند. البته بخشی از سپری کردن اوقات فراغت در منزل کاملاً انفعالی نیست. دختران، بسیاری از وقت خود را در خانه به آشپزی کمک به مادر در امور نظافت و مرتب کردن منزل، گوش دادن به آهنگ‌های موسیقی، خیاطی، گل‌دوزی و فعالیت‌هایی از این قبیل می‌گذرانند.

از لحاظ نوع فعالیت‌های درون خانه، دختران طبقات بالا کاملاً از دختران طبقات پایین متمایزند: دختران طبقه بالا

به انجام فعالیت‌های هنری مثل تمرین نوازندگی، گوش‌دادن به آهنگ‌های موسیقی غربی یا ایرانی و برنامه‌های ماهواره‌ای نمایش فارسی و غیر فارسی زبان و مطالعه (درسی، رمان و کتب علمی) و گاهی آشپزی مشغولند؛ در حالی که فعالیت‌های درون خانه دختران طبقه پایین را بیشتر کمک به مادر در امور خانه‌داری، آشپزی و گوش‌دادن به آهنگ‌های موسیقی فارسی زبان (بیشتر خواننده‌های ایرانی خارج از کشور) و پیگیری سریال‌های تلویزیونی کانال‌های مختلف تشکیل می‌دهد.

البته برخلاف مصاحبه‌های کیفی، نتایج حاصل از بررسی پیمایشی در مورد گذران فعال یا انفعالی فراغت نشان می‌دهد تفاوت آشکاری بین طبقات پایین و بالا در این مورد وجود دارد.

همان‌طور که نتایج جدول شماره ۷ نشان می‌دهد اعضای طبقه بالا بیشتر از طبقات پایین فراغت فعالانه دارند، در مقابل اعضای طبقه پایین بیشتر اوقات خود را به صورت منفعلانه سپری می‌کنند. مسافرت بین شهری، مسافرت خارج از کشور، کوهپیمایی، انجام فعالیت‌های هنری، شرکت در مراسم و مهمانی‌ها و تئاتر و سینما رفتن از جمله شیوه‌های فعالانه گذران اوقات فراغت است که بیشتر توسط طبقات بالا انجام می‌شود. در مقابل شیوه‌های انفعالی گذران فراغت بیشتر توسط اعضای طبقه پایین مورد توجه است.

از سوی دیگر برحسب جنسیت، بیشترین تفاوت دختران و پسران هم در طبقه بالا و هم در طبقه پایین به ترتیب به فعالیت ورزشی و مسافرت‌های بین شهری مربوط است که این فعالیت در بین پسران بیشتر از دختران است. در مقابل فعالیت‌های هنری و شرکت در مراسم و مهمانی‌ها بیشتر از سوی دختران مورد توجه قرار می‌گیرد.

فضاهای گذران اوقات فراغت

استفاده از فضای فراغتی و تنوع

فعالیت‌های فراغت که می‌توان آن‌ها را زیرمجموعه شیوه‌های فعال قرار دهد، مهم‌ترین مؤلفه‌های هستند که فعالیت‌های فراغتی گروه‌های طبقاتی را کاملاً از هم تفکیک می‌کند. یافته‌های حاصل از پیمایش، تفاوت در فضاهای گذران اوقات فراغت را بین دو طبقه به خوبی نشان می‌دهد.

نتایج جدول شماره ۸ نشان می‌دهد در چهار مورد از پنج فضای طرح شده برای گذران اوقات فراغت، تفاوت معنی‌داری ($\text{sig} < 0/01$) بین طبقات بالا و پایین وجود دارد. به طوری که در تمامی این چهار فضا میانگین طبقات بالا بیشتر از طبقات پایین است. استفاده از فضای تفریحی پارک تنها موردی است که بین دو طبقه تفاوتی وجود ندارد. تفاوت در فضاهای فراغتی برحسب جنسیت در هیچ‌کدام از گزینه‌ها معنی‌دار نیست. به عبارتی میزان استفاده دختران و پسران از این فضاها در هر یک از طبقات مشابه است و در این زمینه نمی‌توان تفاوت خاصی را مشاهده کرد.

همچنین براساس مصاحبه‌های کیفی، رفتن به کنسرت‌های موسیقی، رفتن به پارتهای شبانه که توسط دوستان برگزار می‌شود، رفتن به کوه، سینما، صرف غذا در رستوران‌های مشهور و بزرگ تهران، رفتن به سالن‌های تئاتر، کافی‌شاپ، موزه‌ها و گالری‌های هنری عمده‌ترین فضاهایی هستند که اعضای طبقات بالا اوقات فراغت خود را در آن‌ها می‌گذرانند. از بین این مؤلفه‌ها رفتن به کافی‌شاپ و رستوران بیشترین فراوانی را دارد. تمامی اعضای طبقه بالا اظهار کرده‌اند که تقریباً ماهی چند بار برای صرف غذا به رستوران و یا برای گذران وقت به کافی‌شاپ و سینما و گاهی به تئاتر می‌روند. برخی از دختران این طبقه بسیار علاقه‌مند به تئاتر هستند. برخی از اعضای این طبقه که به کوه‌پیمایی علاقه‌مند هستند در وضعیت‌های مناسب جوی به ویژه بهار و تابستان تقریباً هر هفته به کوه می‌روند.

طبقه اجتماعی	جنسیت	مصرف فیلم				مطالعه			
		میانگین	.Sig	میانگین کل	.Sig	میانگین	.Sig	میانگین کل	.Sig
طبقه بالا	مرد	۸۵/۰۳	۰/۱۱۵	۱۷۱/۴۵	۰/۰۰۴	۸۹/۷۴	۰/۶۳۶	۲۲۱/۸۸	۰/۰۰۰
	زن	۹۷/۰۴							
طبقه پایین	مرد	۸۹/۴۷	۰/۰۳۳	۲۰۳/۴۹	۰/۰۰۴	۸۸/۹۷	۰/۰۹۳	۱۴۹/۱۰	۰/۰۰۰
	زن	۱۰۶/۵۵							
طبقه اجتماعی	جنسیت	استفاده از اینترنت				استفاده از ماهواره			
		میانگین	.Sig	میانگین کل	.Sig	میانگین	.Sig	میانگین کل	.Sig
طبقه بالا	مرد	۱۰۰/۴۱	۰/۱۱۲	۲۱۹/۲۱	۰/۰۰۰	۹۴/۷۰	۰/۸۵۰	۲۱۴/۷۹	۰/۰۰۰
	زن	۸۸/۰۶							
طبقه پایین	مرد	۹۳/۶۳	۰/۵۲۸	۱۶۰/۱۰	۰/۰۰۰	۹۳/۷۱	۰/۳۸۲	۱۶۵/۸۵	۰/۰۰۰
	زن	۹۸/۲۵							
طبقه اجتماعی	جنسیت	مصرف موسیقی							
		میانگین	.Sig	میانگین کل	.Sig	میانگین	.Sig	میانگین کل	.Sig
طبقه بالا	مرد	۸۳/۹۲	۰/۰۳۹	۲۲۶/۸۰	۰/۳۹۱	۹۴/۷۰	۰/۸۵۰	۲۱۴/۷۹	۰/۰۰۰
	زن	۹۹/۶۵							
طبقه پایین	مرد	۸۹/۶۵	۰/۰۹۷	۲۱۹/۴۸	۰/۳۹۱	۹۳/۷۱	۰/۳۸۲	۱۶۵/۸۵	۰/۰۰۰
	زن	۱۰۲/۷۹							

جدول شماره ۱۰ -
بررسی تفاوت میانگین
مصرف محصولات
فرهنگی در بین طبقات
اجتماعی و گروه‌های
جنسی با استفاده از
آزمون من وایت نی-
بررسی پیمایشی

محدود و به طور اتفاقی در رستوران غذا صرف می‌کنند و بیشتر از غذاهای آماده استفاده می‌کنند. برخی از اعضای این گروه سالی دو-سه بار به کوه‌های شمال تهران می‌روند.

فضاهایی که اعضای طبقه بالا مورد استفاده قرار می‌دهند فضاهایی است که جایگاه طبقاتی آن‌ها امکان استفاده از این فضاها را برایشان فراهم می‌کند. این فضاها مستلزم صرف هزینه‌های مادی و توانایی مالی هستند. بدیهی است رفتن به کنسرت هنرمندان معروف، رستوران و حتی برخی کافی‌شاپ‌ها و پیست اسکی هزینه‌های بالایی دارد که اعضای طبقه پایین نمی‌توانند آن را فراهم کنند؛ از این رو فرصت استفاده از این فضاها نیز برایشان محدود است.

۴-۲ تنوع فعالیت‌های فراغتی

رفتن به تله‌کابین توجال و پیست اسکی دیزین در زمستان فضاهای دیگری است که برخی اعضای این طبقه در اوقات فراغت از آن‌ها استفاده می‌کنند. استفاده از این فضاها در بین اعضای دختر و پسر طبقه بالا فرق زیادی با هم ندارد و تقریباً هم دختران و هم پسران از تمامی این فضاها -با تفاوت‌های محدودی در سلیقه انتخاب- استفاده می‌کنند.

در مقابل فضای گذران اوقات فراغت برای اعضای طبقه پایین بسیار محدود است. مصاحبه‌ها بیانگر اینست که پارک، سینما و کافی‌شاپ‌ها برجسته‌ترین فضاها گذران اوقات فراغت طبقه پایین است. در این طبقه هیچ‌یک از مصاحبه‌شونده‌ها تا به حال به کنسرت موسیقی و تئاتر نرفته‌اند و همچنین هیچ یک از آن‌ها به رستوران‌های معروف شهر نرفته‌اند، بسیار

استفاده از فضاهای فراغتی مختلف، نوع خاصی از اعمال و رفتارها را ایجاد می‌کند. بنابراین فعالیت‌های فراغتی در فضاهایی مانند کافی‌شاپ‌ها، رستوران‌ها و پیست اسکی متفاوت از فعالیت‌های فراغتی رفتن به پارک و سینما است. برخی از تفاوت‌ها در نوع فعالیت‌های طبقات اجتماعی در بحث مربوط به فضاهای فراغتی مورد اشاره قرار گرفت. در این بخش ابعاد جزئی‌تر و متنوع‌تری از فعالیت‌های فراغتی که چندان تحت تأثیر فضا نیستند، مورد توجه قرار گرفته است.

نخستین نوع فعالیت فراغتی که تا حدودی عمومیت دارد ورزش است. ورزش عام‌ترین فعالیتی است که در میان تمامی اقشار جامعه و در بیشتر طبقات و گروه‌های سنی مورد توجه است. ورزش یکی از مهم‌ترین علایق جامعه معاصر است. تفاوت در انجام این نوع فعالیت فراغتی براساس دو معیار کاملاً از هم متمایز است: جنسیت و طبقه اجتماعی. به عبارتی برحسب هر یک از گروه‌های جنسی و طبقات اجتماعی انجام فعالیت‌های ورزشی متنوع است. در جدول شماره ۶ انجام ورزش به مثابه نوعی فعالیت فراغتی به تفکیک طبقه اجتماعی و جنسیت براساس یافته‌های پیمایش ارائه شده است.

همان‌طور که در جدول شماره ۹ دیده می‌شود انجام فعالیت ورزشی در بین طبقات اجتماعی معنی‌دار نیست. اما برحسب جنسیت تفاوت آشکاری بین دختران و پسران در هر دو طبقه وجود دارد. به این معنا که پسران بیشتر از دختران به انجام فعالیت‌های ورزشی می‌پردازند. تحلیل مصاحبه‌های کیفی نیز این یافته‌ها را تأیید می‌کنند. براساس این مصاحبه‌ها تقریباً تمامی پسران (هم طبقه پایین و هم طبقه بالا) دست‌کم هفته‌ای یک بار ورزش می‌کنند. همچنین تنوع فعالیت‌های ورزشی در بین پسران بیشتر از دختران است.

بسیاری از دختران بی‌توجهی خود را به ورزش در اثر نبود حداقل امکانات و فضاهای مناسب برای انجام ورزش به‌ویژه ورزش‌های گروهی می‌دانند. ترکیب هم‌زمان جنسیت و طبقه اجتماعی نیز در انواع مختلف فعالیت‌های ورزشی متفاوت است. به این معنا که فعالیت‌های ورزشی دختران طبقه بالا و پایین هم از نظر کمیت و هم از نظر نوع فعالیت‌های ورزشی، متفاوت است. بیشتر دختران طبقه پایین، فعالیت ورزشی خاصی انجام نمی‌دهند. اما بیشتر دختران طبقه بالا (پنج نفر از شش نفر) ورزش می‌کنند.

دو نفر از آن‌ها به ورزش‌های ایروبیک (ورزش‌های مربوط به تناسب و زیبایی اندام) می‌پردازند، برخی از آن‌ها در باشگاه‌های بلیارد عضو هستند. بیشتر آن‌ها به شنا علاقه‌مند هستند و برخی از آن‌ها به کلاس‌های آموزشی شنا نیز می‌روند. یک نفر از دختران این طبقه به ورزش‌های زمستانی (اسکی) می‌پردازد.

به‌رغم اینکه از نظر علاقه‌مندی به فعالیت‌های ورزشی بین پسران دو طبقه تفاوتی وجود ندارد، به لحاظ تنوع فعالیت‌های ورزشی، این دو گروه از هم متمایزند. فوتبال، ورزش‌های آمادگی جسمانی و پرورش اندام ورزش‌های مورد علاقه گروه پایین است.

بیشتر آن‌ها به فوتبال علاقه‌مندند و خود نیز به این بازی می‌پردازند. برخی از آن‌ها به ورزش‌هایی مانند پرورش اندام می‌پردازند. جوانان طبقه بالا به بلیارد علاقه‌مندند برخی از آن‌ها به ورزش اسکی و برخی نیز به فوتبال و بسکتبال می‌پردازند. تمامی آن‌ها به شنا علاقه‌مندند و در فصول گرم و تقریباً هر هفته به استخر می‌روند.

به‌طور خلاصه می‌توان گفت جنسیت در نفس انجام فعالیت ورزشی و طبقه اجتماعی در نوع این فعالیت تأثیرگذار است. به این معنا که دختران محدودیت‌های بیشتری نسبت به پسران در انجام فعالیت‌های ورزشی دارند اما

مصرف موسیقی
نیز مولفه‌ای است
که به طور مشابه
توسط طبقات بالا و
پایین مورد استفاده
قرار می‌گیرد. تفکیک
یافته‌ها برحسب
جنسیت نیز بیانگر
اینست که در مصرف
فیلم بین دختران و
پسران طبقه پایین و
همچنین بین دختران
و پسران طبقه بالا
تفاوت معنی‌داری
وجود دارد.



موسیقی تخصص دارند و در کلاس‌های آموزشی آن شرکت می‌کنند. در حالی که فقط یک نفر از اعضای طبقه پایین (پسر) به نوازندگی ویولن می‌پردازد. برخلاف پسران طبقه پایین، دختران این طبقه بسیار علاقه‌مندند که به نوازندگی یکی از سازهای موسیقی بپردازند اما برخی موانع مانند مخالفت خانواده، محدودیت کلاس‌های آموزشی و... سبب شده تا آن‌ها نتوانند به این امر اقدام کنند.

در انجام فعالیتی مانند مسافرت نیز تفاوت براساس مصاحبه‌های انجام شده به این نحو است که تمامی اعضای طبقه بالا اظهار کرده‌اند هر سال چند سفر بیرون شهری به شهرهای مختلف کشور دارند. برخی پسران این طبقه در دو سال اخیر به مسافرت‌های خارج از کشور رفته‌اند. این در حالی است که برخی اعضای طبقه پایین در دو سال اخیر به مسافرت بیرون شهر نرفته‌اند و بیشتر مسافرت‌های اعضای این طبقه رفتن به اماکن متبرکه همراه خانواده بوده است.

مصرف فرهنگی

مصرف، مهم‌ترین حوزه در مطالعات مربوط به سبک زندگی است. این حوزه

**جنسیت در نفس انجام
فعالیت ورزشی و طبقه
اجتماعی در نوع این
فعالیت تأثیرگذار است.
به این معنا که دختران
محدودیت‌های بیشتری
نسبت به پسران در انجام
فعالیت‌های ورزشی دارند
اما در نوع فعالیت‌های
ورزشی نه تنها بین
دختران و پسران تفاوت
وجود دارد بلکه متغیر مهم
طبقه اجتماعی است که
مشخص می‌کند گروه‌های
جنسی چه نوع فعالیت
ورزشی را انجام می‌دهند.**

در نوع فعالیت‌های ورزشی نه تنها بین دختران و پسران تفاوت وجود دارد بلکه متغیر مهم طبقه اجتماعی است که مشخص می‌کند گروه‌های جنسی چه نوع فعالیت ورزشی را انجام می‌دهند.

رفتن به مسافرت، فعالیت هنری و پرداختن به بازی‌های کامپیوتری از دیگر فعالیت‌هایی است که تفاوت در پرداختن به این فعالیت‌ها در بین طبقات اجتماعی به تفکیک جنسیت در جدول شماره ۶ بررسی شده است. براساس نتایج حاصل از پیمایش در هر سه نوع فعالیت مذکور بین طبقات اجتماعی تفاوت معنی‌داری وجود دارد؛ به این ترتیب که انجام این فعالیت‌ها در اوقات فراغت در بین طبقات بالا بیشتر از طبقات پایین است اما از نظر جنسیت تفاوتی بین دختران و پسران در انجام این فعالیت‌ها وجود ندارد.

تحلیل مصاحبه‌ها در مورد کیفیت برخی فعالیت‌ها نشان می‌دهد در انجام فعالیت‌های هنری مثل نوازندگی آلات موسیقی، تفاوت بین طبقات کاملاً برجسته است. به این معنا که ۵ نفر از ۱۲ نفر (۲ نفر دختر و ۳ نفر پسر) اعضای طبقه بالا در حال حاضر در یکی از آلات

گستره بسیاری از فعالیت‌های مربوط به زندگی روزمره را در بر می‌گیرد. مصرف غذا، پوشاک، مصرف فرهنگی، مصرف فضا و... مؤلفه‌هایی هستند که در تعریف عام مصرف مورد تحلیل و بررسی‌های تجربی و نظری قرار گرفته‌اند. بخشی از این حوزه‌ها به مصرف در اوقات فراغت مربوط می‌شود مانند مصرف فضا در گذران فراغت، مصرف فرهنگی، مصرف غذا و... مصرف فضا و مکان در اوقات فراغت در بحث پیشین مورد بررسی قرار گرفت. در اینجا برخی دیگر از الگوها و هنجارهای مصرف در بین طبقات مختلف مورد بررسی قرار می‌گیرد. جدول شماره ۷ تمایز در الگوهای مصرف فرهنگی را بر اساس یافته‌های تحقیق پیمایشی نشان می‌دهد. مصرف فیلم، مطالعهٔ رمان، استفاده از اینترنت، استفاده از ماهواره و مصرف موسیقی، مؤلفه‌هایی هستند که شاخص مصرف فرهنگی را عملیاتی می‌کنند.

بر اساس نتایج تحلیل پیمایشی (جدول شماره ۱۰) در همه مؤلفه‌های شاخص مصرف فرهنگی به جز مصرف موسیقی، تفاوت بین طبقات اجتماعی معنی‌دار است. در مؤلفه‌هایی چون مطالعه، استفاده از اینترنت و ماهواره طبقات بالا میانگین بیشتری دارند و به عبارتی این محصولات بیشتر توسط این طبقه مصرف می‌شوند. در مقابل مصرف فیلم به مثابه یک کالای فرهنگی تنها مولفه‌ای است که در آن طبقات پایین میانگین بیشتری نسبت به طبقات بالا دارند.

مصرف موسیقی نیز مولفه‌ای است که به طور مشابه توسط طبقات بالا و پایین مورد استفاده قرار می‌گیرد. تفکیک یافته‌ها برحسب جنسیت نیز بیانگر اینست که در مصرف فیلم بین دختران و پسران طبقه پایین و همچنین بین دختران و پسران طبقه بالا تفاوت معنی‌داری وجود دارد. به این نحو که دختران طبقه پایین بیش از پسران این طبقه فیلم نگاه می‌کنند و دختران

طبقه بالا نیز بیش از پسران این طبقه از موسیقی استفاده می‌کنند.

یافته‌های حاصل از مصاحبه‌ها در مورد مصرف فیلم نشان می‌دهد اعضای طبقه پایین به تماشای فیلم به ویژه فیلم‌های سینمایی ایرانی و سریال‌های تلویزیونی بسیار علاقه‌مندند، بخصوص دختران این طبقه به دلیل اینکه بیشتر وقت خود را در خانه می‌گذرانند، تقریباً بیشتر سریال‌های تلویزیون را پیگیری می‌کنند و بسیار علاقه‌مند فیلم‌های سینمایی ایرانی هستند. در مقابل، تمایلات طبقه بالا نسبت به فیلم در مقایسه با طبقه پایین کمتر است. دختران طبقه بالا بیشتر علاقه‌مند فیلم‌های سینمایی ایرانی و پسران بیشتر به فیلم‌های خارجی و سینمای روز جهان علاقه‌مند هستند.

میزان مطالعه در بین طبقات پایین بیشتر است. هم دختران و پسران به مطالعه کتاب‌ها و موضوعات مختلف البته در رابطه با رشته تحصیلی یا حوزه خاصی که بعد از رشته تحصیلی به آن علاقه‌مندند می‌پردازند. برخلاف پسران، دختران طبقه بالا به مطالعهٔ رمان به ویژه رمان نویسندگان معروف خارجی می‌پردازند. طبقات پایین فرصت کمتری برای مطالعه دارند؛ اساساً بیشتر به مطالعه درس تحصیلی (برای افراد در حال تحصیل) می‌پردازند. دختران این طبقه در عین حال که فرصت کمی برای مطالعه دارند اما در مواقعی که امکان مطالعه باشد علاقه‌مند به مطالعه رمان‌های ایرانی هستند. به عبارتی این دختران (۲ نفر از ۶ نفر) علاقه‌مند به رمان‌های عامه‌پسند ایرانی هستند.

در مورد مصرف موسیقی، بین طبقات اجتماعی، تفاوتی وجود ندارد. به این ترتیب که بیشتر این افراد موسیقی گوش می‌کنند موسیقی مورد علاقه آنها طیف متنوعی از آهنگ‌های کلاسیک ایرانی (موسیقی سنتی) تا موسیقی پاپ ایرانی و خارجی را در بر می‌گیرد. در این

زمینه تفاوت خاصی بین دختران طبقه بالا با سایر افراد (یعنی پسران طبقه بالا و دختران و پسران طبقه پایین) وجود دارد: میزان استفاده از آهنگ‌های غربی پاپ در بین دختران این طبقه از فراوانی بیشتری برخوردار است (۵ نفر از ۶ نفر). برخی از این افراد گفته‌اند نه تنها به موسیقی سنتی ایرانی علاقه‌ای ندارند بلکه از آن متنفر هستند.

به این ترتیب، مصاحبه‌ها بیانگر اینست که در شیوه استفاده از آهنگ‌های موسیقی، تفاوت زیادی بین دو طبقه اجتماعی وجود دارد. طبقات پایین از طریق لوح‌های فشرده، دستگاه‌های ویدئو و ضبط صوت این آهنگ‌ها را گوش می‌دهند در حالی که طبقات بالا در کنار این وسایل از دستگاه‌های mp3 player, mp4 player سیستم‌های کامپیوتری و موبایل نیز استفاده می‌کنند.

به دلایل مادی و اجتماعی استفاده از ماهواره و اینترنت در طبقه بالا بیشتر است و آن‌ها فرصت و امکان بیشتری برای استفاده از این تکنولوژی‌های جدید رسانه‌ای دارند.

نتیجه‌گیری

یافته‌های پژوهش حاضر نشان می‌دهد، الگوهای گذران اوقات فراغت در گام نخست متأثر از پایگاه طبقاتی است. به این معنی که کیفیات این الگوها در مورد روابط دوستی، مصرف غذاهای مختلف در اوقات فراغت، مصرف فرهنگی و انواع فعالیت‌های فراغتی، با تغییرات طبقه اجتماعی همسو است. گونه‌های تیپیک طبقات بالا و طبقات پایین الگوهای فراغت بسیار متفاوتی دارد.

به‌طور کلی تحلیل نتایج مربوط به الگوها و هنجارهای گذران فراغت نشان می‌دهد طبقه اجتماعی مهم‌ترین عامل در تبیین تمایز این الگوهاست. شبکه روابط دوستی و فضاهای گذران فراغت، الگوهای مصرف فرهنگی در این اوقات -جز در چند مورد محدود- کاملاً متأثر از موقعیت طبقاتی افراد است. اما عامل دوم

در تبیین تفاوت الگوهای گذران فراغت، متغیر جنسیت است. به عبارتی در بیشتر مؤلفه‌های طرح شده برای بررسی این الگوها جنسیت در ترکیب هم‌زمان طبقه اجتماعی تمایزهای بسیاری را نشان می‌دهد. البته باید توجه داشت که متغیر جنسیت اگرچه در برخی مؤلفه‌ها نقش متغیر مستقل را دارد اما در تحلیل نهایی نقش و اهمیت این متغیر در تفکیک و تمایز هویت اجتماعی بر اساس الگوهای گذران فراغت به طبقه اجتماعی وابسته است، به طوری که نقش این متغیر در تعریف هویتی بیش‌تر در طبقات بالا ملموس است تا طبقات پایین. در برخی از مؤلفه‌ها بین دختران و پسران طبقه پایین تفاوتی وجود ندارد و در طبقات بالا این تمایز و اختلاف مشهود است. در واقع این امر ناشی از فرصت‌ها و امکاناتی است که طبقه اجتماعی در اختیار گروه‌های جنسی می‌گذارد.

بر اساس این نتایج می‌توان استنباط کرد اوقات فراغت به مثابه حوزه‌ای در مطالعات سبک زندگی و شاخصی برای تعریف هویت اجتماعی در کلان شهری چون تهران بر اساس وضعیت طبقاتی تعیین می‌شوند نه ساختارهای فراطبقاتی. مهم‌ترین متغیر فراطبقاتی، جنسیت است که در ترکیب مقطعی با طبقه اجتماعی می‌تواند بخش قابل ملاحظه‌ای از تفاوت‌های هویتی در الگوهای فراغت را تبیین کند. یعنی گروه‌های جنسی فقط مصرف‌کننده چیزهایی هستند که به طور هم‌زمان طبقه اجتماعی و جنسیت در اختیار آن‌ها قرار می‌دهد.

بنابراین کنشگران اگرچه آزادی انتخاب دارند اما این انتخاب توسط متغیرهای ساختاری و زمینه‌ای محدود شده است. از این‌رو می‌توانیم بگوییم هویت اجتماعی همبسته طبقه اجتماعی و جنسیت است و نمی‌توان فراتر از این دو سطح - حداقل در حوزه فراغت - هویت اجتماعی را متکثر و متنوع دانست.

منابع

- اباذری، ی. و. چاوشیان. ح (۱۳۸۱). از طبقه اجتماعی به سبک زندگی، **نامه علوم اجتماعی**، شماره ۲۰، صص ۲۸-۳۰. باکاک، ر. (۱۳۸۱). **مصرف**، مترجم خسرو صبوری، انتشارات شیراز.
- تامین، م. (۱۳۷۸). **جامعه‌شناسی قشر بندی و نابرابری های اجتماعی**، مترجم عبدالحسین نیک گهر، تهران: نوتیا.
- توسلی، غ. (۱۳۸۵). **جامعه‌شناسی کار و شغل**، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه (سمت)
- چاوشیان. ح (۱۳۸۱). **سبک زندگی و هویت اجتماعی**، پایان‌نامه دکترای، دانشگاه تهران، دانشکده علوم اجتماعی.
- ساروخانی، ب (۱۳۷۸). **روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی**، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- فاضلی، م. (۱۳۸۶). **جامعه‌شناسی مصرفی موسیقی**، تهران: پژوهشگاه فرهنگ و هنر و ارتباطات
- مصرف و سبک زندگی**، تهران: نشر صبح صادق فکوهی، ن (۱۳۸۱). شکل‌گیری هویتی و الگوهای محلی، ملی و جهانی، فصلنامه **جامعه‌شناسی ایران**، دوره چهارم، شماره ۴، صص ۱۶۱-۱۲۷.
- فکوهی، ن و انصاری مهیادی، ف (۱۳۸۲). اوقات فراغت و شکل‌گیری شخصیت فرهنگی: نمونه موردی دو دبیرستان دخترانه شهر تهران، **نامه انسان‌شناسی**، دوره اول، شماره ۴، صص ۸۹-۶۱
- گوشبر، ف. (۱۳۸۴). طبقه اجتماعی و سبک زندگی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.
- گیدنز، آ (۱۳۷۸). **تجدد و تشخیص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید**، مترجم ناصر موفقیان، نشر نی.
- مولر و دیگران (۱۳۷۸). **استدلال‌های آماری در جامعه‌شناسی**، مترجم هوشنگ نایی، تهران انتشارات آگاه.
- هنری، ل. بی و همکاران (۱۳۸۱). **اوقات فراغت سبک‌های زندگی جوانان**، مترجم مرتضی ملا نظر، فرامرز ککولی دزفولی، سازمان ملی جوانان، تهران، نسل سوم.
- هیوودل، و همکاران (۱۳۸۴). **اوقات فراغت**، مترجم محمد احسانی، تهران بامداد کتاب

برگرفته از

فصلنامه تحقیقات فرهنگی، دوره دوم شماره ۸