

جهانی شدن و تغییر سبک گذران اوقات فراغت

مطالعه‌ی موردی شهر تهران

ام‌البین چابکی^۱

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۲/۱۰/۰۸

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۲/۱۲/۰۸

چکیده

هدف این مقاله، بررسی رابطه میزان استفاده از ابزارهای فرهنگی جهانی شدن (رادیو، تلویزیون، ماهواره، اینترنت و تلفن همراه)، با تغییر سبک گذران اوقات فراغت ساکنان شهر تهران است. شیوه گذران اوقات فراغت افراد، تحت تأثیر فرهنگ و ارزش‌های حاکم بر هر جامعه قرار دارد. امروزه ابزارهای فرهنگی جهانی شدن، انتقال فرهنگ ملت‌های گوناگون را تسهیل و تسریع کرده و سبب شده سبک گذران اوقات فراغت، فارغ از تأثیرات فرهنگ خودی، رو به سوی تأثیرپذیری از فرهنگ‌های دیگر داشته باشد. مطالعه این پدیده، به دلیل تأثیر آن بر خانواده و جامعه، ضروری به نظر می‌رسد. این مطالعه توصیفی^۱ تحلیلی به روش پیمایشی انجام شده است. با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای، ۵۰۰ نفر در شهر تهران انتخاب و به پرسشنامه‌ی محقق ساخته پاسخ دادند. برای تجزیه و تحلیل یافته‌ها از نرم افزار SPSS استفاده شد. نتایج نشان می‌دهد، نحوه گذران اوقات فراغت ساکنان شهر تهران، تحت تأثیر جهانی شدن، از سبک ایرانی - اسلامی دور شده و به سمت سبک مدرن غربی رفته است.

کلید واژه: جهانی شدن، اوقات فراغت، سبک ایرانی - اسلامی، سبک غربی، خانواده.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

مقدمه

انسان‌ها، زندگی خود را صرف امور مختلف می‌کنند که از جمله آنها می‌توان به کار، آموزش، عبادت و اوقات فراغت اشاره کرد. در اوقات فراغت، انسان، فرصت می‌یابد تا پس از انجام کار و تکالیف روزانه، با رغبت و علاقه و انگیزه شخصی، فعالیت یا برنامه خاصی را انتخاب کند. این اوقات، معمولاً شامل سرگرمی و فعالیت‌هایی است که افراد، فارغ از نیازهای شغلی، خانوادگی و اجتماعی برای استراحت، تفریح، افزایش اطلاعات و آموزش دارند (تورکیلدسن^۱، ۲۰۰۱) و با آسودگی خیال، به آن روی می‌آورند. چگونگی گذران این اوقات به لحاظ کمی و کیفی، بسته به شرایط فرهنگی هر جامعه متفاوت است. امروزه فرهنگ، در مقایسه با گذشته، عامل مهم‌تری در شکل دادن به واقعیت‌های جهان ما به شمار می‌رود (فاضلی، ۱۳۸۲، ۸) و مطالعه و تحلیل ابعاد گوناگون سبک زندگی می‌تواند راهی برای آزمودن فرضیه تأثیر جهانی شدن، به‌ویژه در بعد فرهنگی آن باشد.

جرالد لسللی و دیگران، نحوه گذران اوقات فراغت را از جمله عوامل سبک زندگی به شمار آورده‌اند (ریچاردز، ۱۳۸۲). لامونت و همکارانش با تأکید بر شیوه سامان دادن زندگی شخصی، الگوی تفریح و مصرف را بهترین شاخص سبک زندگی می‌دانند (فاضلی، همان، ۶۸). سبک زندگی، به عنوان مد یا حالت زندگی یک فرد، که شامل شیوه تصمیم‌گیری درخصوص نحوه مدیریت اوقات فراغت نیز می‌شود، بیانگر نظامی سلسله مراتبی یا مجموعه‌ای از ترجیحات است. بنابراین سبک زندگی شامل فهم نگرش‌ها، ارزش‌ها و تمایلات افراد در ارتباط با منابع مادی و فرهنگی در دسترس نیز می‌شود (هنری و همکاران، ۱۳۸۱، ۲۲۸ و ۲۳۲).

در دنیای امروز که به گفته مک لوهان، رسانه‌های الکترونیک، با ایجاد دهکده جهانی^۱ (گیدنز، ۱۳۸۶، ۶۶۷)، افراد را در سراسر دنیا به اندازه ساکنان یک روستا به یکدیگر نزدیک و انتقال فرهنگ ملت‌های گوناگون را تسهیل و تسریع کرده‌اند، سبک زندگی فارغ از تأثیرات فرهنگ خودی، رو به سوی تأثیرپذیری از فرهنگ‌های دیگر دارد. با گسترش وسایل ارتباط جمعی و تماس بین فرهنگ‌ها، به شکل دائمی هنجارها و باورهای افراد، دستخوش تغییر شده و به گفته لوفور ضمیر انسان، مسخ و یا دستکاری می‌شود (منادی، ۱۳۸۴، ۱۶۵). جهانی شدن با تغییر هنجارهای حاکم بر یک جامعه، ایستارهای خاص یک خانواده را نیز تغییر می‌دهد. این امر بر تمام ابعاد زندگی خانواده‌ها و از جمله مدیریت اوقات فراغت آنها تأثیرگذاری جدی دارد. از آنجا که نحوه گذران اوقات فراغت، نه تنها بر روابط بین اعضای خانواده، بلکه بر روابط اجتماعی و سلامت جسمی - روانی افراد یک جامعه تأثیرگذار است و در صورت عدم مدیریت درست، به ناهنجاری در سطح خرد و کلان می‌انجامد، مطالعه تغییرات ایجاد شده در شیوه گذران اوقات فراغت خانواده‌ها ضروری به نظر می‌رسد.

فرایند جهانی شدن به دنبال نوگرایی و گسترش فناوری، آغاز شد. فناوری اطلاعات و ارتباطات، بیش از هر چیز، جهانی شدن را به پیش رانده، زیرا سرعت و گستره تعامل بین انسان‌ها را شدت داده و سبک زندگی آنان را به هم نزدیک کرده است. در این میان چگونگی گذران اوقات فراغت افراد، به عنوان یکی از شاخص‌های سبک زندگی دچار تغییر شده به گونه‌ای که امروزه می‌توان ادعا کرد که نحوه گذران اوقات فراغت نیز به میزان زیادی جهانی شده است. به بیان دیگر مردم در کشورهای توسعه نیافته نیز اغلب همان نوع فراغت و تفریحی را تجربه می‌کنند

که مردم جهان توسعه یافته تجربه می‌کنند (روبرتس^۱، ۱۹۹۷، ۳۷۸). مک کوی^۲، معتقد است جهانی شدن باعث مبادله ایده‌ها و ارزش‌ها در سراسر مرزهای بین‌المللی شده و به این ترتیب به تغییر شکل استانداردهای رفتاری، هنجارهای اجتماعی و رفتار انسانی انجامیده است (گونل^۳، ۲۰۰۷، ۱۳ و ۱۴). در این میان، استفاده گسترده از اینترنت و تلفن‌های همراه، فرایند جهانی شدن را عمیق‌تر و پرشتاب‌تر می‌کند. این فناوری‌ها موجب تسهیل در، درهم‌فشرده‌گی زمان و مکان می‌شوند. دیجیتال شدن فیبرهای نوری و نظام‌های ماهواره‌ای همراه باهم موجب سهولت پیدایش رسانه‌های چندگانه (ترکیب چند نوع رسانه در یک رسانه واحد) و رسانه‌های تعاملی، شده است (گیدنز، ۱۳۶۸، ۷۹ و ۷۰۲).

طی چند دهه گذشته ارزش‌های جدید، هنجارهای فرهنگی و اجتماعی را در سراسر جهان دستخوش تحول کرده است. این ارزش‌ها، بر تنوع فرهنگی به عنوان عامل محرک و پسندیده و نه تهدیدکننده توجه دارند (اینگلهارت^۴، ۲۰۰۰). با شروع تجدد، رهایی به عنوان یک ارزش مدرن، لازمه تحقق فردیت تلقی شد که در وهله نخست، شامل رهایی از الزامات مذهب و سنت بود (مشیرزاده، ۱۳۸۱، ۲۳۱). در واقع دیندار بودن به انتخابی فردی تبدیل شد که این انتخاب نیز می‌تواند در کنار انتخاب‌های دیگر، در شکل دادن به شیوه گذران اوقات فراغت تأثیر گذار باشد. در واقع تجدد، از هر قید و بندی که مانع از تحقق فردیت می‌شد، تقدس‌زدایی کرد و در پی آن جهانی شدن، به‌ویژه از طریق ابزارهای فرهنگی خود و به زعم مکتب فرانکفورت، «صنعت فرهنگ»، مردم را به سوی زندگی بازتر و انعطاف‌پذیرتری

- Roberts
- Mccoy
- Gunnel
- Inglehart

سوق داد؛ به گونه‌ای که امروزه، ما پیوسته در حال پاسخ دادن و همگام شدن با محیط در حال تغییر اطرافمان هستیم؛ حتی کوچک‌ترین انتخاب‌ها و تصمیم‌هایی که در زندگی روزمره خود اتخاذ می‌کنیم (چه بپوشیم، چگونه اوقات فراغت خود را بگذرانیم، چگونه از سلامتی و جسم خود مراقبت کنیم)، بخشی از فرایند مداوم آفریدن و بازآفرینی هویت‌های شخصی ماست (گیدنز، ۱۳۸۶، ۶۶۸ و ۹۱).

جهانی شدن فزاینده رسانه‌های جمعی، مدیریت اوقات فراغت را به کلی دگرگون کرد. در گذشته، چگونگی گذران اوقات فراغت افراد را بزرگ‌ترهای خانواده و به‌ویژه پدرها تعیین می‌کردند، که بیشتر مربوط به میهمانی رفتن و سفر می‌شد. اما جهانی شدن، راه‌های تازه‌ای را برای پر کردن اوقات فراغت در برابر افراد گشود. به‌عنوان مثال دوست‌یابی از راه‌هایی که در گذشته مرسوم بود نه تنها در جامعه ما معمول نبود، بلکه مذموم نیز تلقی می‌شد. این امر یکی از ویژگی‌های نظام‌های اجتماعی نو است که در آنها ارتباط‌های دوستانه و خصوصی با افرادی برقرار می‌شود که می‌توان آنها را از میان امکانات گوناگون انتخاب کرد (گیدنز، ۱۳۸۳، ۱۲). در این رابطه، تلفن همراه به دلیل قابل حمل بودن، نقش مهمی دارد و به تقویت آزادی‌های فردی کمک بسیاری کرده است. ضمن آنکه نباید از نقش رایانه‌های شخصی و اینترنت به عنوان یکی از جلوه‌های اصلی جهانی شدن، غفلت کرد. جهانی شدن گذشته از تشویق فردگرایی و تغییر هنجارها، از راه‌های دیگری نیز بر سبک مدیریت اوقات فراغت خانواده‌ها تأثیر می‌گذارد:

۱- با افزایش مدت زمان فراغت اعضای خانواده‌ها و به ویژه زنان و مادران، از طریق گسترش فناوری تولید کالاهای خانگی و ترویج فناوری پیشگیری از بارداری‌های ناخواسته.

۲- با ایجاد تحول در محتوای بازی‌ها و تفریحات و دگرگونی در ابزارهای تفریحی و سرگرم کننده. به بیان دیگر تغییر محتوای آنها از ساده و کم تنوع به پیچیده و متنوع و تغییر ابزارها از پرتحرک به کم‌تحرک و اغلب بی‌تحرک.

۳- با فراهم کردن امکان دسترسی آسان و ارزان به ابزارها و فناوری مرتبط با پر کردن اوقات فراغت از قبیل اینترنت، ماهواره، تلفن همراه، بازی‌های رایانه‌ای و ...

۴- با ترویج زمینه فردگرایی در پر کردن اوقات فراغت.

در واقع، امروزه ابزارهای سرگرم‌کننده از یک سو و تمایلات و ترجیحات افراد از سوی دیگر، به میزان زیادی تحت تأثیر جهانی شدن قرار دارند. به این ترتیب جهانی شدن، هم به لحاظ سخت افزاری و هم از نظر نرم افزاری، نحوه گذران اوقات فراغت را متأثر کرده است. به عنوان مثال، یکی از آثار و عواقب دسترسی فزاینده به اینترنت در خانوارها این است که مردم اوقات مفید خود را کمتر با خانواده و دوستان می‌گذرانند (گیدنز، ۱۳۸۶، ۶۸۳). این در حالی است که تا چندی پیش، علاوه بر بازی‌های پرتحرک و پرهیجان سالم که معمولا همه اعضای خانواده در آن مشارکت می‌کردند، بهترین اوقات فراغت خانواده‌های ایرانی را صله رحم تشکیل می‌داد. امری که برای اجتماعی شدن و جامعه‌پذیری فرزندان، بسیار ضروری به نظر می‌رسد.

در ارتباط با تأثیرات جهانی شدن بر ابعاد مختلف زندگی مردم، پژوهش‌های بسیاری انجام شده و مقالات متنوعی به چاپ رسیده است. پارکر^۱، الگوی فراغت و تفریح افراد را براساس کار و شغل آنها توضیح می‌دهد. از نظر وی فراغت و تفریح، ضمیمه و دنباله کار است (فاضلی، همان، ۹۹). نتایج پژوهش حسن بشیر و محمد صادق افراسیابی (۱۳۹۱)، نشان می‌دهد میان عضویت جوانان در شبکه‌های

اجتماعی اینترنتی و نحوه اختصاص وقت به سایر فعالیت‌های اجتماعی از جمله نحوه ارتباط با جنس مخالف و شیوه محاوره اعضا در محیط بیرونی ارتباط وجود دارد. رسول ربانی و حامد شیری (۱۳۸۸)، در مقاله: «اوقات فراغت و هویت اجتماعی»، به این نتیجه دست یافتند که الگوهای گذران اوقات فراغت تا چه حد می‌توانند بازنمای هویت اجتماعی باشند. محبوبه روحی، در مقاله تأثیر جهانی شدن بر اوقات فراغت، با اشاره به سه دوره در خصوص اوقات فراغت در طول حیات بشر، ویژگی دوره جدید را در تغییر گستره مکانی آن و همچنین تغییر چارچوب اوقات فراغت از وضعیت گروهی به فردی دانسته است (روحی^۱، ۲۰۱۰). نتایج پژوهش رجب‌لو و اصغری (۱۳۸۹)، در ارتباط با تأثیر جهانی شدن در بازاندیشی الگوهای دوستی دختران و پسران، نشان‌دهنده رابطه معنادار جهانی شدن با الگوهای دوست‌یابی در قشر جوان است.

نظریه‌پردازان نیز نظرات مختلفی در خصوص گذران اوقات فراغت ارائه داده‌اند. هارادا، معتقد است رشد عظیم اقتصادی در کشورهای صنعتی جهان، کاهش ساعات کار و افزایش شدید سرمایه‌گذاری در بازار فراغت و تفریح، رنسانس فراغت را موجب شده است (هارادا^۲، ۱۹۹۴، ۲۸۶). برخی دیگر از نظریه‌پردازان، به تأثیر فرهنگی فناوری‌ها در عصر جهانی شدن و نقش آنها در تحول هنجارها و ایستارهای مرتبط با سبک زندگی اشاره می‌کنند. ممفورد^۳ بر این باور است که فناوری در خارج از فرهنگ قرار نمی‌گیرد، بلکه مثل مذهب، جهان‌بینی و اخلاق جزئی از آن است (روشه، ۱۳۸۳: ۵۸). از منظر این گروه از نظریه‌پردازان، ارزش‌های فعلی فرد تعیین‌کننده سبک زندگی اوست. از طرف دیگر، بروز برخی

- Rohi
- Harada
- Mumford

سبک‌های زندگی، حاصل تحول ارزشی در جامعه و تلاش افراد برای وفق دادن خود با نظام ارزشی جدید تلقی می‌شود. به عقیده زابلکی و کانتر، به غیر از سبک زندگی کلاسیک که وجه طبقاتی غالب دارد، بقیه انواع سبک زندگی نتیجه برهم خوردن انسجام ارزشی است (فاضلی، همان، ۸۹ و ۹۰).

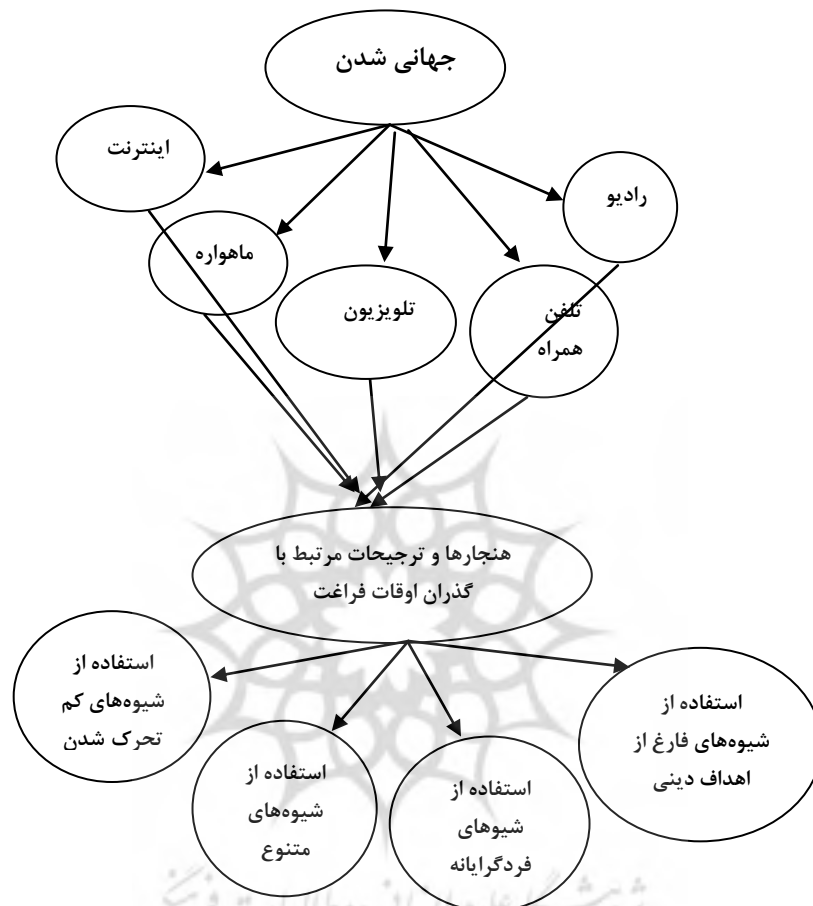
دورکیم، تغییر ارزش‌ها و هنجارها را به نو شدن جوامع و شهرنشینی، نسبت می‌دهد. از نظر وی در شهرها، سنت با سست شدن، شکسته می‌شود. خلق و خوی مردم در شهرهای بزرگ، متحرک است و باورها، ذوق‌ها، سلیقه‌ها و عواطف مردم دائماً در حال تحول می‌باشد (معیدفر، ۱۳۷۹، ۱۲ و ۱۳). دانیل لرنر بر این اعتقاد است که رسانه‌ها نقش بسیار حساس و تعیین‌کننده‌ای در ظهور تحرک ذهنی و آمادگی روانی انسان‌ها برای نو شدن دارند؛ زیرا موجب ایجاد پدیده یگانگی عاطفی می‌شوند که به معنای قدرت تطابق با محیطی مشحون از دگرگونی در وضعیت‌های مختلف و متغیر است (روشه، همان، ۱۸۰). گیدنز، جهانی شدن را جدا از فرایند پیشین خود یعنی، نو بودن نمی‌داند. از نظر وی جهانی شدن، تشدید روابط اجتماعی در سطح جهانی است و شبکه فشرده پیوندهای متقابل و همبستگی‌های متقابل، شناسه زندگی اجتماعی مدرن به شمار می‌آید (تامپلسون، ۱۳۸۱). از این منظر، جهانی شدن، عملاً این مفهوم را القا می‌کند که هیچ کس قادر نیست از تحولات ناشی از گسترش تجدد مصون بماند یا برخلاف آن گزینشی کند (گیدنز، ۱۳۸۳، ۴۲). بر این اساس می‌توان گفت وجه شاخص حیات نو، تغییر پیوسته و مستمر است و به وجود آمدن امکان تغییر و مطلوب تلقی شدن آن، مبتنی بر گسست از گذشته است (مشیرزاده، همان، ۲۲۷). اینگلهارت نیز با طرح دو فرضیه «کمیایی» و «اجتماعی شدن»، مجموعه به هم پیوسته‌ای از پیش‌بینی‌های مربوط به دگرگونی ارزشی را ارائه می‌دهد. درحالی‌که فرضیه اول بر این دلالت دارد که رونق و

شکوفایی اقتصادی به گسترش ارزش‌های فرامادی می‌انجامد، فرضیه اجتماعی شدن مبین این است که نه ارزش‌های فردی و نه ارزش‌های جامعه، به‌طور کلی یک شبه تغییر نمی‌کند. برعکس، دگرگونی اساسی ارزش‌ها به تدریج و بیشتر به‌طور نامرئی روی می‌دهد (اینگلهارت، ۱۳۷۳، ۷۵ و ۷۶). اریک فروم همین نکته را در قالب « همسانی استبداد گرانه » عنوان می‌کند و می‌گوید: فرد دیگر خودش نیست. وی همان شخصیتی را می‌پذیرد که الگوهای فرهنگی به او عرضه کرده‌اند (گیدنز، ۱۳۸۳، ۲۶۷).

در این میان، نظریات گیدنز، به دلیل چند بعدی بودن و تأکید بر ذهنیت و فرهنگ (واترز، ۲۰۰۱، ۱۴)، از قدرت تبیین بیشتری در ارتباط با تأثیرگذاری جهانی شدن بر سبک زندگی و از جمله شیوه مدیریت اوقات فراغت برخوردار است. فرضیه اصلی: بین میزان استفاده از ابزارهای فرهنگی جهانی شدن و تغییر سبک گذران اوقات فراغت ساکنان شهر تهران، همبستگی وجود دارد. فرضیه‌های فرعی:

- ۱- بین جهانی شدن و شیوه‌های جمعی گذران اوقات فراغت ساکنان شهر تهران، رابطه معنادار آماری وجود دارد.
- ۲- بین جهانی شدن و شیوه‌های پرتحرک گذران اوقات فراغت ساکنان شهر تهران، رابطه معنادار آماری وجود دارد.
- ۳- بین جهانی شدن و تنوع شیوه‌های گذران اوقات فراغت ساکنان شهر تهران، رابطه معنادار آماری وجود دارد.
- ۴- بین جهانی شدن و توجه به اهداف مذهبی در گذران اوقات فراغت ساکنان شهر تهران، رابطه معنادار آماری وجود دارد.

مدل نظری پژوهش



براساس مدل نظری پژوهش، «جهانی شدن» متغیر مستقل و «سبک مدیریت اوقات فراغت» متغیر وابسته است. جهانی شدن^۱ به عنوان پدیده‌ای چند بعدی، مطرح است که جامعه‌شناسان آن را فرایندی می‌دانند که روابط اجتماعی و وابستگی متقابل جهانی را تشدید و تقویت می‌کند (گیدنز، ۱۳۸۶: ۷۵). تعاریف

ارائه شده از اوقات فراغت^۱، نیز آن را در مقابل کار قرار می‌دهد. طبق تعریف «فرهنگ جامعه شناسی»، اوقات فراغت، متضمن کناره‌گیری از فعالیت‌های روزمره مانند کار و درگیر شدن در فعالیتی لذت بخش به جای آن است. فعالیتی که فرد ارزش زیادی برای آن قائل است. این فعالیت ممکن است مولد باشد، اما مربوط به مسئولیت‌های اجتماعی فرد نیست. نمونه بارز آن بازی است (مارشال، ۱۳۸۸، ۶۵۰ و ۶۵۱).

تعریف عملیاتی این پژوهش از جهانی شدن، فناوری اطلاعات و ارتباطات شامل اینترنت، ماهواره، تلفن همراه، رادیو و تلویزیون است. تعریف عملیاتی مفهوم اوقات فراغت نیز شامل، اوقات فارغ از کار رسمی است که صرف امور دلخواه و لذت‌بخش فرد می‌شود. این متغیر با گویه‌های زیر تعریف شده است. این گویه‌ها در مجموع معرف دو سبک گذران اوقات فراغت (سبک بومی و سبک غربی) هستند که با توجه به ۴ معیار دارا بودن اهداف مذهبی، جمع‌گرایی، تحرک و تنوع از یکدیگر متمایز شده‌اند.

گویه‌های مرتبط با استفاده از اوقات فراغت برای اهداف مذهبی: خواندن دعا و نماز، حضور در مسجد و مجالس مذهبی، سفرهای زیارتی، میهمانی رفتن (صله رحم)، گپ زدن با اعضای خانواده و خویشاوندان، جستجوی موضوعات مذهبی در رسانه‌ها و سایت‌های اینترنتی و شرکت در امور خیریه.

گویه‌های مرتبط با تحرک در شیوه‌های گذران اوقات فراغت: خرید کردن، قدم زدن و پیاده‌روی، بازی‌های حرکتی، سفر، انجام کارهای منزل (باغبانی و دیگر کارهای مورد علاقه در خانه)، ورزش‌های جسمی و بدن‌سازی، بازدید از موزه‌ها و آثار تاریخی.

گویه‌های مرتبط با جمع‌گرایی در شیوه‌های گذران اوقات فراغت: بازی‌های گروهی، وقت‌گذرانی با دوستان، گذران وقت با اعضای خانواده، میهمانی رفتن. گویه‌های مرتبط با تنوع شیوه‌های گذران اوقات فراغت: مطالعه آزاد (کتاب و نشریات)، رفتن به سینما، شرکت در کلاس‌های آموزشی (زبان، موسیقی، نقاشی، خطاطی، مجسمه‌سازی و ...)، حضور در مسجد و مجالس مذهبی، قدم زدن و پیاده‌روی، بازی کردن، سفر، ارسال ایمیل، گپ زدن با تلفن همراه و ارسال پیامک، جستجو در سایت‌ها، تماشای تلویزیون ایران، تماشای برنامه‌های ماهواره، گوش دادن به رادیو، ورزش‌های فکری، خواندن دعا و نماز، میهمانی رفتن، خرید کردن، انجام کارهای منزل (باغبانی و دیگر کارهای مورد علاقه در خانه)، ورزش‌های جسمی و بدن‌سازی، بازدید از موزه‌ها و آثار تاریخی، وقت‌گذرانی با دوستان، گپ زدن با اعضای خانواده، رفتن به تئاتر و کنسرت، شرکت در امور خیریه.

روش

این مطالعه، توصیفی - تحلیلی است و به روش پیمایشی، انجام شده است. جامعه آماری پژوهش را تمام ساکنان شهر تهران تشکیل می‌دهند که از میان آنان ۵۰۰ نفر به عنوان جامعه نمونه در نظر گرفته شده‌اند. برای انتخاب جامعه نمونه، از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای استفاده شد. به این صورت که ابتدا شهر تهران به ۵ منطقه شمال، جنوب، مرکز، شرق و غرب، تقسیم شد و در هر منطقه ۴ بلوک و در هر بلوک ۲۵ ساختمان و از هر ساختمان، یک خانواده به روش تصادفی انتخاب شد. ابزار گردآوری اطلاعات، پرسشنامه محقق ساخته بوده که به صورت پرسش‌های بسته با طیف لیکرت، (در قالب ۵ گزینه، از گزینه کاملاً مخالف = یک نمره تا گزینه کاملاً موافق = ۵ نمره)، تنظیم شده است. پایایی پرسشنامه با استفاده از آلفای کرونباخ ۰/۷۶ به دست آمد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، نرم افزار SPSS

مورد استفاده قرار گرفت. برای آزمون فرضیه‌های پژوهش، از آزمون معناداری پیرسون استفاده شد.

یافته‌ها

یافته‌های پژوهش نشان داد که ۵۳ درصد از پاسخ‌گویان مؤنث و ۴۷ درصد مذکر بودند. از نظر میزان تحصیلات، کمترین درصد (۱/۶ درصد) به بی‌سوادان و بیشترین درصد (۳۷/۸ درصد) به دیپلمه‌ها و سپس به فوق دیپلمه‌ها و لیسانسیه‌ها (۲۲/۶ درصد) اختصاص یافت. ۱۰/۸ درصد فوق‌لیسانس و دکترا، ۱۲/۸ درصد ابتدایی و ۱۴/۴ درصد آنان در سطح راهنمایی بودند. ۴۵/۲ درصد آزمودنی‌ها متأهل و ۳۲/۸ آنان شاغل بودند. ۲۹/۸ درصد آزمودنی‌ها بین ۱۵ تا ۳۰ سال، ۳۶/۶ درصد بین ۳۱ تا ۴۵ سال و ۳۳/۶ درصد نیز بین ۴۶ تا ۶۰ سال سن داشتند.

آزمون فرضیه‌ها: برای پذیرش فرضیه اصلی پژوهش، به پذیرش فرضیه‌های فرعی نیاز است. برای این منظور از ضریب همبستگی پیرسون به عنوان آزمون آماری استفاده شد.

فرضیه فرعی اول: بین جهانی شدن و شیوه‌های جمعی گذران اوقات فراغت، رابطه معنادار آماری وجود دارد.

جدول شماره ۱: نتایج آزمون همبستگی پیرسون بین متغیر مستقل و

شیوه‌های جمعی گذران اوقات فراغت

متغیر وابسته	نمره آزمون همبستگی (R)	سطح معناداری
شیوه‌های جمعی گذران اوقات فراغت	-۰/۶۶۴	۰/۰۰۰

برای آزمون این فرضیه، رابطه میانگین نمرات گویه‌های مرتبط با جمع‌گرایی در سبک گذران اوقات فراغت، با میانگین میزان استفاده از ابزارهای فرهنگی جهانی

شدن در شبانه روز، مورد آزمایش قرار گرفت. نتایج آزمون، با سطح معناداری ۰/۰۰۰، نشان داد بین این دو متغیر همبستگی منفی وجود دارد. به این معنا که هرچه میزان استفاده از ابزارهای فرهنگی جهانی شدن، بیشتر باشد، شیوه‌های جمعی گذران اوقات فراغت، کمتر می‌شود.

فرضیه فرعی دوم: بین جهانی شدن و شیوه‌های پر تحرک گذران اوقات فراغت، رابطه معنادار آماری وجود دارد.

جدول شماره ۲: نتایج آزمون همبستگی پیرسون بین متغیر مستقل و شیوه‌های پر تحرک گذران اوقات فراغت

متغیر وابسته	نمره آزمون همبستگی (R)	سطح معناداری
شیوه‌های پر تحرک گذران اوقات فراغت	-۰/۶۱۲	۰/۰۰۰

برای آزمون این فرضیه نیز، رابطه میانگین میزان استفاده از ابزارهای فرهنگی جهانی شدن در شبانه‌روز، با میانگین نمرات گویه‌های مرتبط با تحرک در شیوه‌های گذران اوقات فراغت، مورد آزمون قرار گرفت. نتایج آزمون، با سطح معناداری ۰/۰۰۰، حاکی از همبستگی منفی بین دو متغیر بود. به بیان دیگر، هر چه میزان استفاده از ابزارهای فرهنگی جهانی شدن بیشتر باشد، مدیریت اوقات فراغت از شیوه‌های پر تحرک فاصله می‌گیرد.

فرضیه فرعی سوم: بین جهانی شدن و تنوع شیوه‌های گذران اوقات فراغت، رابطه معنادار آماری وجود دارد.

جدول شماره ۳: نتایج آزمون همبستگی پیرسون بین متغیر مستقل و تنوع شیوه‌های گذران اوقات فراغت

متغیر وابسته	نمره آزمون همبستگی (R)	سطح معناداری
تنوع شیوه‌های گذران اوقات فراغت	-۰/۴۵۹	۰/۰۰۳

نتایج آزمون پیرسون، نشان می‌دهد بین میانگین میزان استفاده از ابزارهای فرهنگی جهانی شدن در شبانه‌روز و تعداد ابزارهای استفاده شده برای پر کردن اوقات فراغت، با سطح معناداری $0/03$ ، همبستگی مثبت وجود دارد. به این معنا که هرچه میزان استفاده از این ابزارها بیشتر باشد، تعداد ابزارها و شیوه‌های مورد استفاده نیز بیشتر می‌شود.

فرضیه فرعی چهارم: بین جهانی شدن و شیوه‌های گذران اوقات فراغت با اهداف مذهبی، رابطه معنادار آماری وجود دارد.

جدول شماره ۴: نتایج آزمون همبستگی پیرسون بین متغیر مستقل و

شیوه‌های گذران اوقات فراغت با اهداف مذهبی

متغیر وابسته	نمره آزمون همبستگی (R)	سطح معناداری
گذران اوقات فراغت با اهداف مذهبی	$-0/312$	$0/021$

نتایج آزمون این فرضیه نیز نشان داد بین میانگین نمرات گویه‌های مرتبط با گذران اوقات فراغت با اهداف مذهبی، و میانگین میزان استفاده از ابزارهای فرهنگی جهانی شدن در شبانه‌روز، در سطح معناداری $0/021$ ، همبستگی منفی وجود دارد. به بیان دیگر هرچه استفاده از ابزارهای فرهنگی جهانی شدن بیشتر باشد، نقش اهداف مذهبی در پر کردن اوقات فراغت، کمتر می‌شود.

بر اساس یافته‌های این پژوهش، بالاترین سطح معناداری بین متغیر مستقل و وابسته، مربوط به کاهش به‌کارگیری شیوه‌های جمعی و به بیان دیگر ترجیح شیوه‌های فردگرایانه در پر کردن اوقات فراغت است؛ که همبستگی معنادار بین این متغیر و متغیر جهانی شدن را با سطحی نسبتاً بالا و با احتمال $0/01$ خطا مورد پذیرش قرار داده است. یافته‌های پژوهش همچنین همبستگی معنادار میان متغیر

جهانی شدن و استفاده از شیوه‌های پرتحرک، تنوع در شیوه‌ها و فاصله گرفتن شیوه‌های گذران اوقات فراغت را در راستای اهداف مذهبی، با سطح خطای ۰/۰۱ مورد تأیید قرار می‌دهد.

به این ترتیب با پذیرش فرضیه‌های فرعی پژوهش، فرضیه اصلی مبنی بر وجود همبستگی میان جهانی شدن و تغییر سبک گذران اوقات فراغت، مورد پذیرش قرار می‌گیرد. به این معنا که بین جهانی شدن (میزان استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات به عنوان ابزارهای فرهنگی جهانی شدن) و تغییر سبک مدیریت اوقات فراغت رابطه معنادار آماری وجود دارد و هرچه میانگین استفاده خانواده‌های ساکن شهر تهران، از ابزارهای فرهنگی جهانی شدن بیشتر باشد شیوه‌های گذران اوقات فراغت آنها، با فاصله گرفتن از شیوه‌های جمعی و پرتحرک، میل به سمت تنوع هرچه بیشتر و نیز کمتر شدن نقش اهداف مذهبی در پر کردن اوقات فراغت از سبک ایرانی - اسلامی دور شده و بیشتر به سمت سبک غربی می‌رود.

بحث و نتیجه‌گیری

جهانی شدن، با فراهم کردن شکل‌های جدید گذران اوقات فراغت، مدیریت این اوقات را به شکلی اساسی دستخوش تغییر و تحول کرده است به گونه‌ای که بیم آن می‌رود، این تنها فرصت گرد آمدن اعضای خانواده نیز، به تدریج از برنامه زندگی حذف شود. در واقع پیشرفت فناوری، به ویژه از نوع فرهنگی آن، سبب دور شدن اعضای خانواده از یکدیگر شده است. زیرا مشغول بودن به تماشای تلویزیون یا درگیر بودن با گوشی همراه، رایانه و اینترنت، کمتر فرصت تعامل رودررو را به افراد یک خانواده می‌دهد. این امر سبب سردی روابط خانوادگی می‌شود و به تدریج افراد را به جایی می‌رساند که حتی کمتر حوصله شنیدن حرف‌های یکدیگر را داشته باشند.

با توجه به اینکه احساس رضایت و بهبودی افراد، بستگی به ارضای نیازها و دسترسی آنان به ابزارهای تأمین این نیازها دارد، جهانی شدن با ورود به هر دو عرصه ایجاد نیازها و در اختیار قرار دادن ابزارها، نقش تعیین کننده‌ای در این خصوص دارد. این پدیده، با القای این ایده که تغییر امری مثبت و هرگونه قید و بند، امری منفی است، موجب دگرگونی هنجارها و ترجیحات افراد درخصوص چگونگی گذران اوقات فراغت می‌شود، ضمن آنکه گسترش فناوری در این عصر، اوقات بیشتری را برای فراغت فراهم می‌کند و راه‌های کم هزینه‌تر و متنوع‌تری را برای سپری کردن این اوقات در اختیار قشرهای مختلف قرار می‌دهد. از سوی دیگر فناوری‌های جدید، این امکان را ایجاد می‌کنند که افراد بدون نیاز به حضور دیگران و به عبارت دیگر بدون تلاش برای جلب توافق دیگران و یا لزوم هماهنگ کردن خود با آنان، بتوانند در خلوت، ساعت‌ها از وقت خود را آن گونه که مایل هستند، سپری کنند. این در حالی است که آیین‌های مذهبی و ملی ما ایرانیان، همواره گرد هم آمدن افراد در اوقات فراغت را مورد تأکید و تشویق قرار داده‌اند. اعیاد مذهبی، نمازهای جماعت و جمعه، نشست‌های مذهبی، صله رحم و در کنار آنها اعیاد ملی به مناسبت‌های مختلف (که شب یلدا، چهارشنبه سوری و عید نوروز از مهم‌ترین آنها به‌شمار می‌روند) و همچنین بازی‌های جمعی و خانوادگی، مؤید سبک خاصی از مدیریت اوقات فراغت در ایران هستند. با وجود فعالیت‌های متنوع اوقات فراغت در فرهنگ غنی ایرانی - اسلامی، نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که با سیطره جهانی شدن، مدیزیت این فعالیت‌ها، به گونه‌ای محسوس دستخوش تغییر شده است. عمق و گستره این تغییرات، به حدی است که توجه پژوهشگران را به خود جلب کرده است. زیرا با ادامه این روند و افزایش سرعت فاصله گرفتن از آیین‌ها و سنت‌های ملی - مذهبی در ارتباط با گذران اوقات فراغت، در آینده نه

چندان دور، این آیین‌ها متناسب و همسو با ارزش‌های غیرخودی، دچار تغییر می‌شود (به‌گونه‌ای که امروزه در مراسم چهارشنبه سوری شاهد آن هستیم) و یا اصولاً به دست فراموشی سپرده می‌شوند. این امر گذشته از پیامدهای آن برای خانواده، بی‌هویتی نسل آینده را در پی خواهد داشت. این تغییرات ارزشی، به دلیل تأثیرگذاری بر ابعاد مختلف زندگی فردی، خانوادگی و اجتماعی، ضرورت بررسی‌های علمی در این خصوص را مورد تأکید قرار می‌دهد. پژوهش حاضر، با همین هدف، به تأثیرات جهانی شدن بر اوقات فراغت ساکنان شهر تهران پرداخته و با بررسی رابطه متغیر مستقل (میانگین ساعات استفاده از رادیو، تلویزیون، ماهواره، اینترنت، تلفن همراه در شبانه‌روز) با میانگین نمرات گویه‌های مرتبط با مدیریت اوقات فراغت در ابعاد چهارگانه جمع‌گرایی، تحرک، تنوع، نقش اهداف مذهبی در پر کردن اوقات فراغت (جدول ۱ تا ۴)، به این نتیجه رسید که بین متغیر مستقل و متغیرهای وابسته، همبستگی وجود دارد. به این معنا که بین جهانی شدن و سه متغیر وابسته [شیوه‌های جمعی (جدول ۱) و نیز شیوه‌های پرتحرک گذران اوقات فراغت (جدول ۲) و همچنین پر کردن اوقات فراغت با اهداف مذهبی (جدول ۴)]، همبستگی منفی و بین جهانی شدن و تنوع در ابزارهای مورد استفاده در پر کردن اوقات فراغت (جدول ۳) همبستگی مثبت وجود دارد. به عبارت دیگر هرچه میانگین میزان استفاده از ابزارهای فرهنگی جهانی شدن بیشتر باشد، میانگین نمرات مربوط به گذران اوقات فراغت به شیوه‌های جمعی، با اهداف اسلامی و پرتحرک کاهش می‌یابد که این امر به معنای دور شدن از سبک بومی و سوق یافتن آن به سمت سبک غربی (فردگرایی، تنوع، کم تحرکی و کاهش نقش اهداف مذهبی) است. به این ترتیب، فرضیه اصلی پژوهش، با بهره‌گیری از آزمون آماری پیرسون و پذیرش چهار فرضیه فرعی پژوهش، مورد تأیید قرار گرفت.

با توجه به اینکه جهانی شدن فرایندی غیر قابل کنترل به نظر می رسد و از سوی دیگر به عنوان فرایندی هنجارشکن، باورها و ایستارهای اقشار مختلف مردم، به ویژه جوانان را تحت تأثیر قرار می دهد، پیشنهاد می شود:

- با به کارگیری همه ظرفیت های علمی دانشگاهی، به ویژه در رشته های روان شناسی و جامعه شناسی، شیوه عمل جهانی شدن، به منظور بهره گیری از این پدیده برای گسترش ارزش ها و آیین های مذهبی و ملی مورد بررسی دقیق و موشکافانه قرار گیرد.

- نهادهای فرهنگی و آموزشی، با استناد به نتایج پژوهش های علمی، قشرهای گوناگون جامعه را با تأثیرات روان شناختی و جامعه شناختی آموزه های دینی در خصوص گذران اوقات فراغت، آشنا کنند.

- به خانواده ها در مورد پیامدهای فردی و اجتماعی استفاده غیرکنترل نشده فرزندان از اینترنت، ماهواره و دیگر ابزارهای فرهنگ ساز جهانی شدن، اطلاع رسانی شود.

- خانواده ها به مشارکت در برنامه های تفریحی و اوقات فراغت فرزندان، ترغیب شوند. شیوه های این مشارکت می تواند از طریق رسانه ها به ویژه تلویزیون، آموزش داده شود.

- برای پیشگیری از پیامدهای جهانی شدن، برنامه های جایگزین با محتوای ملی - مذهبی طراحی شود. این امر می تواند به عنوان مثال از طریق احیای بازی ها، آیین ها و سنت های ملی همسو با ارزش های اسلامی، انجام شود. در این راستا رسانه ها باید به گونه ای جدی، به عرصه مقابله با این پدیده، وارد شوند. زیرا اگرچه فرایند جهانی شدن بلامنازع به نظر می رسد، اما در هر فرهنگ، عواملی وجود دارد که می تواند از شدت تخریب فرهنگی جهانی شدن بکاهد. دین و سنت های

ریشه‌دار فرهنگ و تمدن یک کشور در صورت برنامه‌ریزی درست و مناسب می‌تواند به فرصتی برای ترویج آن و بازدارنده‌ای نیرومند بر سر راه تأثیرات فرهنگ جهانی شدن تبدیل شود. در کشور ما تمدن کهن و افتخارآمیز ایرانی - اسلامی، می‌تواند به عنوان عامل بسیار مهمی در این راستا مورد توجه قرار گیرد.

منابع

- ۱- اینگلهارت؛ رونالد (۱۳۷۳)، **تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی**، ترجمه: مریم وتر، تهران، کویر.
- ۲- بشیر؛ حسن و افراسیابی؛ محمدصادق (۱۳۹۱)، فضای مجازی، فرهنگ و هویت، **فصلنامه تحقیقات فرهنگی**، سال ۵، شماره ۱، پیاپی ۱۷، بهار ۱۳۹۱.
- ۳- تامیلسون؛ جان (۱۳۸۱)، **جهانی شدن و فرهنگ**، ترجمه: محسن حکیمی، تهران، دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- ۴- ربانی؛ رسول و شیرینی؛ حامد (۱۳۸۸)، اوقات فراغت و هویت اجتماعی، **فصلنامه تحقیقات فرهنگی**، شماره ۸، زمستان.
- ۵- رجب‌لو؛ علی و اصغری؛ سارا (۱۳۸۹)، جهانی شدن و بازاندیشی الگوهای دوستی دختران و پسران؛ مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه تهران، **فصلنامه مطالعات زنان**، سال ۸، شماره ۲، صص ۷۳-۹۳.
- ۶- روشه؛ گی (۱۳۸۳)، **تغییرات اجتماعی**، ترجمه: منصور وثوقی، تهران، نشر نی.
- ۷- ریچاردز؛ بری (۱۳۸۲)، **روانکاوی فرهنگ عامه: نظم و ترتیب و نشاط**، ترجمه: حسین پاینده، تهران، طرح نو.
- ۸- فاضلی؛ محمد (۱۳۸۲)، **مصرف و سبک زندگی**، قم، صبح صادق.
- ۹- گیدنز؛ آنتونی (۱۳۸۳)، **تجدد و تشخص؛ جامعه و هویت شخصی در عصر جدید**، ترجمه: ناصر موفقیان، تهران، نشر نی.
- ۱۰- گیدنز؛ آنتونی با همکاری کارن بردسال (۱۳۸۶)، **جامعه‌شناسی**، ترجمه: حسن چاوشیان، تهران، نشر نی.
- ۱۱- مارشال؛ گوردن (۱۳۸۸)، **فرهنگ جامعه‌شناسی**، ترجمه: حمیرا مشیرزاده، تهران، میزان.

- ۱۲- مشیرزاده؛ حمیرا (۱۳۸۱)، **درآمدی بر جنبش‌های اجتماعی**، تهران، پژوهشکده امام خمینی و انقلاب اسلامی.
- ۱۳- معیدفر؛ سعید (۱۳۷۹)، **جامعه‌شناسی مسایل اجتماعی معاصر در ایران**، تهران، انتشارات سرزمین ما.
- ۱۴- منادی؛ مرتضی (۱۳۸۴)، **مدیریت زمان در خانواده‌های طبقات متفاوت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، فصلنامه خانواده پژوهی**، دوره اول، شماره ۲، تابستان ۱۳۸۴، صص ۱۶۱-۱۷۸.
- ۱۵- هندی؛ لئو. بی، شاکسمیت؛ جنت، لاو؛ جان جی، گلندینینگ؛ آنتونی (۱۳۸۱)، **اوقات فراغت و سبک‌های زندگی جوانان**، ترجمه: مرتضی ملانظر و فرامرز ککولی دزفولی، تهران، سازمان ملی جوانان، نسل سوم.

- Gunnel, M. (). **Global Cultural Values Change and the Relationship With Telecommunications Change : A Longitudinal Analysis**, Capella University.
- Harada, M. (), **Towards a Renaissance of Leisure in Japan"**, **Leisure Studies**, Vol. , pp. - .
- Inglehart, R. (), **"Globalization and Postmodern Values"**, **The Washington Quarterly**, Winter , pp. - .
- Roberts, K (), **" Why Old Questions Are the Right Response to New Challenges: The Sociology of Leisure in the s"**, **Society and Leisure**, Vol. , No. , pp. - .
- Rohi, M. (), **"The Effect of Globalization on Leisure Time"**, **Asian Journal of Development**, Vol. , Issue: , pp. - .
- Turkildsen, G. (), **Leisure and Recreation Management**, New York. Spon Press.