

نقش رسانه ملی در چگونگی گذران اوقات فراغت بازنشستگان صندوق بازنشستگی کشوری

سید حمید ساجدی اصل^۱، محمدحسین ایمانی خوشخو^۲، جلال ریزانه^۳

چکیده

در بازنشستگان، به دلیل تغییر در ماهیت شغلی و مسئولیت‌های اجتماعی آنان، مقدار زمان‌های آزادتری در محیط‌های خصوصی یا اجتماعی دارا می‌شوند و این به مفهوم زمان فراغت بیشتر در مقایسه با سایر گروه‌های سنی در جامعه است. از آنجایی که رسانه ملی، می‌تواند ابزار مناسبی برای اوقات فراغت آنان باشد، این پژوهش باهدف بررسی نقش رسانه ملی در تأمین اوقات فراغت بازنشستگان انجام شده است. روش این تحقیق بر اساس هدف، بنیادی و از نوع کاربردی بوده و بر اساس ماهیت گردآوری داده‌ها توصیفی-پس‌روپدایی می‌باشد. جامعه آماری این تحقیق متشکل از بازنشستگان صندوق بازنشستگی کشوری شهر تهران است که تعداد آن‌ها ۶۶۸۵ نفر در سال ۱۳۹۶ گزارش شده است. روش نمونه‌گیری در این پژوهش، در دسترس بوده است و حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران، ۳۶۳ نفر تعیین شد. نتایج آزمون پنج فرضیه در این پژوهش نشان داد که؛ رسانه ملی، بر پنج عامل «تأمین استراحت»، «تفریح و کم کردن کسالت»، «رشد شخصیت فردی»، «کسب مهارت» و «تقویت پیوندهای اجتماعی» بازنشستگان در گذران اوقات فراغت آنان، تأثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین بر اساس آزمون فریدمن مشخص شد که؛ از میان کارکردهای مورد مطالعه «اوقات فراغت»، «تأمین استراحت»، بیشترین اهمیت را داشته و «تفریح و کم کردن کسالت»، در رتبه آخر از نظر اهمیت قرار دارند.

واژگان کلیدی: رسانه ملی، تأمین استراحت، اوقات فراغت، کسب مهارت، بازنشستگان.

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد مطالعات اوقات فراغت گرایش مدیریت، دانشگاه علم و فرهنگ:

hsajedi46@gmail.com

^۲ دانشیار، مدیر گروه مدیریت گردشگری، دانشگاه علم و فرهنگ

^۳ استادیار گروه آینده پژوهی پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی

مقدمه

بازنشستگی مرحله خاصی از زندگی انسان است که با توسعه اجتماعی عصر حاضر از اهمیت بسزایی برخوردار بوده و امروزه به لحاظ پیشرفت‌های اجتماعی، اقتصادی و بهداشتی، امید به زندگی بیشتر شده است؛ لذا سهم قابل توجهی از ترکیب جمعیتی کشورها به بازنشستگان اختصاص دارد (علیجانی، ۱۳۹۵). به‌ویژه در حال حاضر نزدیک به ۱,۵ میلیون بازنشسته کشوری و لشگری (صندوق بازنشستگی کشور، ۱۳۹۶) و بیش از ۶ میلیون شهروند سالخورده (حداقل ۶۰ سال) در کشور وجود دارد (وبسایت خبری فرارو، ۱۳۹۳). وجود چنین تعدادی از سال‌خوردگان و بازنشستگان که مبتنی بر آمارها به‌شدت رو به فزونی می‌رود، مسئله گذران ایام فراغت را از مسئله‌های مهم در سال‌های اخیر به چالشی اجتماعی-فرهنگی در سال‌های آینده تبدیل خواهد نمود. در این زمینه رسانه ملی و کانال‌های رادیویی و تلویزیونی آن می‌تواند یکی از بخش‌هایی باشد که چه در حال و چه در آینده سهم بسزایی در زمینه گذران اوقات فراغت بازنشستگان ایفا نماید.

الگوی مطلوب اوقات فراغت می‌تواند تأثیر مثبتی بر وضعیت زندگی و میزان لذت بردن فرد از زندگی داشته و امید به زندگی را در وی ارتقاء بخشد. به واقع، اوقات فراغت بهینه و مطلوب بازنشستگان یکی از مهم‌ترین فعالیت‌هایی است که می‌تواند در جهت‌دهی مطلوب به سبک زندگی این قشر جامعه نقش داشته باشد. امروزه با توجه به فرایند پرسرعت پیری جامعه ایرانی به دلیل کاهش نرخ زادوولد و افزوده شدن بر امید به زندگی، مسائل مرتبط با بازنشستگان و سالمندان می‌بایست یکی از اولویت‌های تصمیم‌گیران ارشد جامعه باشد؛ و رسانه ملی و برنامه‌های آن می‌تواند یکی از مهم‌ترین ابزارها در جهت بهبود کارکردهای اوقات فراغت بازنشستگان و سالخوردگان باشد.

مطالعات داخلی و خارجی بر نقش و اهمیت رسانه ملی و برنامه‌های آن در زندگی افراد مسن و یا بازنشسته تأکید دارند؛ نتایج دست‌یافته از این مطالعات نشان از اهمیت بالای برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی در پر کردن اوقات فراغت بالای افراد بازنشسته یا مسن دارد.

نقش رسانه ملی در اوقات فراغت

مهم‌ترین شیوه‌های فردی و غیرفعال گذران اوقات فراغت تماشای تلویزیون است. بسیاری از متخصصین در زمینه تعلیم و تربیت نه تنها تأثیر چگونگی گذراندن اوقات فراغت را در فرایند اجتماعی شدن کودکان و نوجوانان مهم می‌دانند بلکه اثر آن را در اجتماعی شدن مجدد و همچنین اجتماعی شدن تدریجی افراد بزرگسال نیز مهم می‌شمارند. از مجموعه فعالیت‌های گذران اوقات فراغت وسایل ارتباط جمعی و سایر وسایل گذران اوقات فراغت اثر قابل توجهی در اجتماعی شدن افراد دارد. امروزه در اکثر جوامع تا حدود زیادی فعالیت‌های فراغتی به وسیله رسانه‌های جمعی و مراکز خاص تبلیغات جهانی تعیین می‌گردد و مسئولین این مراکز از طریق نگرش تفکرات، علاقه‌ها و اطلاعات خاص یک‌جانبه‌ای را از طریق مسئولین رسانه‌های جمعی به مردم می‌رسانند (کوکلی، ۲۰۱۰). سهم وسایل ارتباط جمعی در پر کردن زمان فراغت در جامعه امروز بسیار بااهمیت است؛ زیرا از یک جهت ضرورت اطلاع از اخبار رویدادها و حوادث و همچنین نیازهای مختلف فرهنگی در جهان امروز مردم را به سمت این وسایل متمایل می‌کند.

از جهت دیگر برای اکثریت مردم وسایل ارتباط جمعی سهل‌ترین و ارزان‌ترین و بعضاً مناسب‌ترین و موجه‌ترین امکان جهت استفاده در زمان فراغت می‌باشد. نقش وسایل ارتباط جمعی در جوامع امروز بسیار گسترده و آشکار است. کم‌تر جنبه‌ای از شئون زندگی بشر امروز از وسایل جمعی متأثر نیست.

در بین رسانه‌های جمعی تلویزیون تنها وسیله‌ای است که از حواس بینایی و شنوایی در آن واحد استفاده می‌کند و دارای پوشش وسیع و سرعت انتقال پیام است. یک برنامه تلویزیونی برای رسیدن به مخاطب خود نیازی به واسطه ندارد و به علت ارتباط مستقیم و فوری با بیننده و عینیت دادن به رویدادها رسانه‌ای پر قدرت است. تلویزیون می‌تواند خدمتی عمومی باشد در امر تسهیل و بهینه‌سازی فرایندهای سیاسی، اقتصادی و اجتماعی در تکامل فرهنگ و ارتقای آموزش و پرورش و سرگرمی و تفریح مردم. تلویزیون جهان دومی است که خود از جهان حقیقی مایه و سرچشمه می‌گیرد که با زیستن در آن می‌توان تجارت و اطلاعاتی به دست آورد که برای زندگی حقیقی ایشان ارزشمند باشد. تلویزیون اطلاعات زیادی را اگرچه

سطحی برای مردم فراهم کرده و دسترسی به دنیایی که مردم در آن زندگی نمی‌کنند را امکان‌پذیر ساخته است (حاجی ابراهیم زرگر، ۱۳۸۸). تلویزیون افراد را قادر می‌سازد که در حیطه‌ی زندگی خود و یا خارج از فرهنگشان اطلاعات و تجارب جدیدی کسب کنند.

پژوهشگران بسیاری در جوامع توسعه‌یافته و در حال توسعه نقش‌های مثبت و منفی رسانه‌ها را در این زمینه بررسی کرده‌اند. جرج گربر به مطالعه محتوای برنامه‌های تلویزیونی و تأثیر آن بر ادراک و رفتار گروه‌های مختلف بینندگان پرداخته و چنین استدلال می‌کند برنامه‌های تلویزیونی آثار درازمدت تدریجی و غیرمستقیم اما متراکم و بااهمیت دارد. مک کامیز و شاو در مطالعه‌ای که در مورد برجسته‌سازی بعضی موضوعات در رسانه‌های گروهی به‌ویژه در تلویزیون انجام داده‌اند، به این نتیجه رسیده‌اند که تأکید رسانه‌ها بر یک موضوع و درک مردم از آن به‌عنوان موضوع مهم بوده است. نمونه دیگری از اثر قوی تلویزیون بر مخاطبان، آموزش ارزش‌های مهم آمریکایی از بال روکیچ، روگیچ و گراب است. این پژوهشگران الگویی برای تغییر ارزش‌های افراد تهیه کردند و در تلویزیون به نمایش گذاشتند (شیانی و سپهوند، ۱۳۹۲). نتایج نشان داد که تماشاگران برنامه‌ها، رتبه‌بندی‌های ارزشی خود را تغییر داده بودند.

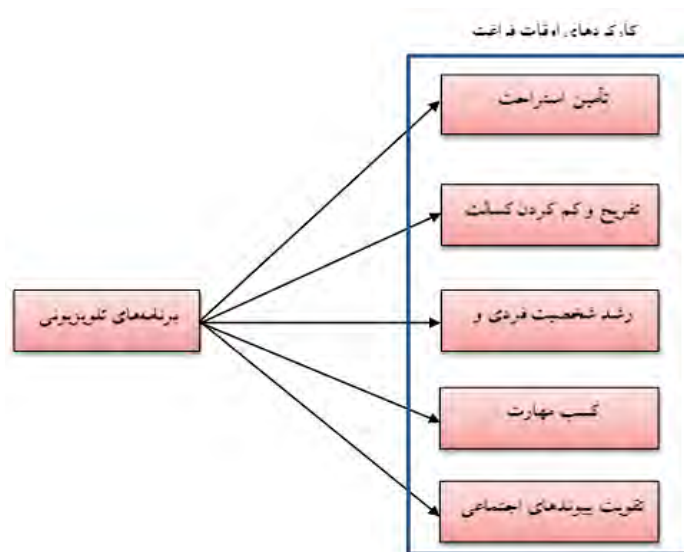
اوقات فراغت از جمله پدیده‌های مهم و شایان توجهی است که بی‌توجهی به آن، پیامدها و بازتاب‌های نگران‌کننده از جمله بیماری‌های اجتماعی، روانی و انحرافات اجتماعی را به دنبال دارد. پر کردن مناسب اوقات فراغت در جامعه ما همچون اکثر جوامع دیگر، نیاز به یک شرط اساسی دارد و آن وجود سرمایه در افراد می‌باشد. سرمایه اشکال گوناگونی دارد که عبارت‌اند از سرمایه اقتصادی، سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی. داشتن سرمایه اقتصادی از بعد وجود قدرت مالی، داشتن سرمایه فرهنگی از نظر فرهنگ حاکم بر فرد و خانواده و جامعه و داشتن سرمایه اجتماعی از نظر داشتن مشارکت اجتماعی و اعتماد اجتماعی و شبکه‌های روابط همگی در نحوه تشخیص و چگونگی گذران اوقات فراغت نقش دارند. در واقع وجود انواع مختلف سرمایه در افراد باعث تنوع در نحوه گذران اوقات فراغت آن‌ها می‌باشد و به‌طوری‌که وجود سرمایه اقتصادی در کنار سرمایه فرهنگی می‌تواند در انتخاب نوع و میزان اوقات فراغت آن‌ها نقش داشته باشد (ربانی و همکاران، ۱۳۸۸).

اما پیشرفت‌های عصر جدید در حوزه‌ها و بخش‌های اقتصادی و اجتماعی موجب شد تا علاوه بر کاهش بعد خانوار، افزایش امید به زندگی و ارتقای سطح نسبی زندگی، شکاف‌های طبقاتی نسبت به قبل کاهش چشمگیری داشته باشد و بهره‌مندی از موضوعاتی مانند اوقات فراغت در تمام سطوح طبقاتی جامعه به چشم بخورد. اوقات فراغت به نهادی تبدیل شده است که در حال شکل‌گیری و گسترش کارکردهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مربوط به آن است (لطفی زاده، ۱۳۹۱).

مدل مفهومی پژوهش

نظریه دومازیه در پژوهش استبینز (۲۰۱۶) بیان می‌دارد، تأمین استراحت، تفریح و کم کردن کسالت و رشد شخصیت فردی و اجتماعی از ابعاد اوقات فراغت می‌باشد. طبق این نظریه، دومازیه معتقد است که اوقات فراغت کارکردهای مثبتی برای افراد در پی دارد و در صورتی که از این موقعیت‌ها به‌خوبی استفاده گردد برای فرد مزایای بسیاری به همراه خواهد داشت. دو متغیر کسب مهارت و تقویت پیوندهای اجتماعی نیز از نظریه ادینگتون نشأت گرفته است که نشان می‌دهد اوقات فراغت تأثیر مثبتی بر رشد فردی و پیوندهای اجتماعی دارد و منظور از آن تغییراتی است که در وجه نظر، ارزش‌ها و مهارت‌های فرد با انجام دادن فعالیت‌های گوناگون در زمان فراغت حاصل می‌شود. مطابق با تحقیقات گرینر و همکاران (۱۹۸۰) که نظریه‌های تحت عنوان «نظریه کاشت» را به وجود آوردند، میت وان بیان کرد که تلویزیون با نفوذ فراگیر در میان خانواده‌ها باعث ایجاد نقش‌ها و ارزش‌های رایجی در ذهن آن‌ها می‌گردد. تلویزیون بیش از هر رسانه دیگری اندیشه‌ها، سبک زندگی و روابط درون فردی و برون فردی افراد جامعه را شکل می‌دهد؛ زیرا این رسانه بیش از هر رسانه دیگری در زندگی روزمره افراد حضور دارد.

با توجه مطالعات کتابخانه‌ای و بیش از ده مصاحبه نیمه ساختار یافته صورت گرفته با افراد صاحب‌نظر در عرصه‌های «رسانه» و «روانشناسی سلامت» مؤلفه‌های: «تأمین استراحت»، «تفریح و کم کردن کسالت»، «رشد شخصیت فردی»، «کسب مهارت» و «تقویت پیوندهای اجتماعی» به‌عنوان کارکردهای اوقات فراغت احصا گردید.



روش تحقیق

روش انجام این تحقیق، کاربردی - توصیفی از نوع پس‌رویدادی یا علی - مقایسه‌ای می‌باشد. در انجام این تحقیق، موضوع به خوبی توصیف و تعریف و با تعیین متغیرها، فرضیه‌های تحقیق تدوین گردید. در گردآوری اطلاعات ضمن انجام مصاحبه و استخراج دیدگاه‌ها و نظریات کارشناسان و صاحب‌نظران مدل مفهومی استخراج و تدوین گردید.

ابزار جمع‌آوری داده‌ها

ابزار گردآوری داده در این مطالعه پرسشنامه خودساخته توسط محقق است؛ که در دو بخش عمومی و سنجش متغیرهای تحقیق تهیه شده است. مجموع سؤالات پرسشنامه ۲۲ پرسش است که جهت سنجش پنج مؤلفه مورد مطالعه در این تحقیق تنظیم شده است. جهت سنجش روایی پرسشنامه تحقیق، از روایی محتوایی (روایی خبرگان) و شاخص CVR و ضریب لاوشه استفاده شده و با نمره ۸ کسب تأیید شده است. پایایی پرسشنامه بر اساس مقدار آلفای کرونباخ محاسبه و مقدار ۰/۷۸۵ به دست آمده است.

جامعه آماری و حجم نمونه مورد تحقیق

جامعه پژوهش در این تحقیق بازنشستگان صندوق بازنشستگی کشوری شهر تهران است؛ که این تعداد طبق گزارش سایت صندوق بازنشستگی کشوری در سال ۱۳۹۶، در شهر تهران ۶۶۸۵ نفر می‌باشد. لذا با استفاده از فرمول کوکران تعداد نمونه ۳۶۳ نفر، محاسبه شد و با روش نمونه‌گیری در دسترس تعداد ۳۶۳ پرسشنامه توزیع و با تلاش محقق به صورت سالم جمع‌آوری گردید.

روش تحلیل داده‌ها

به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده از مدل آماری کولموگروف - اسمیرنوف برای سنجش نرمال بودن متغیرهای تحقیق و آزمون بارتلت و آزمون T برای بررسی رابطه بین متغیرها و آزمون فریدمن جهت رتبه‌بندی نتایج با به‌کارگیری نرم‌افزار SPSS22 انجام شده است.

روش اجرا

پس از هماهنگی با صندوق بازنشستگی کشوری و اخذ اطلاعات بازنشستگان تا سال ۱۳۹۶ آن صندوق، در شهر تهران، در بهمن و اسفند سال ۱۳۹۶ با انتخاب تصادفی شماره‌های تماس بازنشستگان با آنان تماس حاصل شد و با گرفتن آدرس محل سکونت، پرسشنامه توسط پرسشگر برای آنان ارسال شد. پرسشگر در ابتدا با ارائه توضیحاتی برای بازنشسته در مورد پژوهش و مزایای یافته‌های پژوهش برای افراد توضیحاتی ارائه می‌نمود و در صورت رضایت آگاهانه بازنشسته در فرآیند تکمیل پرسشنامه قرار می‌گرفتند. در ادامه پرسشنامه محقق ساخته به افراد تحویل و پس از تکمیل کردن در همان محل دریافت گردید.

یافته‌ها

بیشتر شرکت‌کنندگان در این مطالعه مردان و دارای تحصیلات دانشگاهی و دارای درآمد کمتر از دو میلیون تومان می‌باشند.

فصلنامه علمی - تخصصی شاخص کارآفرینی/۶۳

درصد فراوانی	ویژگی غالب پاسخ‌گویان	ویژگی جمعیت شناختی
۷۰/۵ درصد	مرد	جنسیت
۵۵/۴ درصد	فوق دیپلم	وضعیت تحصیلات
۶۴/۷ درصد	کمتر از ۲ میلیون تومان	میزان درآمد

ادامه یافته‌ها

متغیرها	میانگین خطای استاندارد	انحراف استاندارد	میانگین	حجم جامعه		
تأمین استراحت	028/0	537/0	082/4	363		
تفریح و کم کردن کسالت	036/0	692/0	721/2	363		
رشد شخصیت فردی	037/0	706/0	255/3	363		
کسب مهارت	039/0	756/0	184/3	363		
تقویت پیوندهای اجتماعی	039/0	744/0	490/3	363		
Test Value = 3						
متغیرها	۹۵٪ بازه اطمینان		انحراف معیار	Sig. (2-tailed)	درجه آزادی	آماره t
	مینیمم	ماکسیمم				
تأمین استراحت	926/0	837/0	881/0	000/0	362	344/38
تفریح و کم کردن کسالت	349/0	206/0	278/0	000/0	362	659/7
رشد شخصیت فردی	182/0	328/0	255/0	000/0	362	883/6
کسب مهارت	105/0	262/0	184/0	000/0	362	633/4
تقویت پیوندهای اجتماعی	413/0	567/0	490/0	000/0	362	551/12

تفسیر یافته‌های تحقیق

فرضیه اول: رسانه ملی تأثیر معناداری بر تأمین استراحت بازنشستگان در زمان گذران اوقات فراغت دارد.

بر مبنای نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش، این فرضیه تأیید گردید؛ خروجی آماره تی از آزمون تی تک نمونه‌ای برابر با $28/344$ بود که از $1/96$ بزرگ‌تر بوده و همچنین سطح معناداری برابر با $0/000$ بوده و کوچک‌تر از $0/05$ است؛ بنابراین با اطمینان 95% ، رسانه ملی تأثیر معناداری بر تأمین استراحت بازنشستگان در زمان گذران اوقات فراغت دارد. از طرفی انحراف معیار $0/881$ ، حاکی از تفاوت معنی‌دار میانگین تأمین استراحت بازنشستگان در زمان اوقات فراغت با میانگین مورد انتظار (۳)، می‌باشد. بر این اساس می‌توان نتیجه گرفت که این عامل، از کارکردهای رسانه ملی به میزان زیادی اثر پذیرفته و کارکردهای رسانه ملی، می‌تواند سطح تأمین استراحت بازنشستگان را به میزان زیادی افزایش دهد.

فرضیه دوم: رسانه ملی تأثیر معناداری بر تفریح و کم کردن کسالت بازنشستگان در زمان گذران اوقات فراغت دارد.

بر مبنای نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش، این فرضیه تأیید گردید؛ خروجی آماره تی از آزمون تی تک نمونه‌ای برابر با $7/659$ است که از $1/96$ بزرگ‌تر بوده و همچنین سطح معناداری برابر با $0/000$ بوده و کوچک‌تر از $0/05$ است؛ لذا با اطمینان 95% ، رسانه ملی تأثیر معناداری بر تفریح و کم کردن کسالت بازنشستگان در زمان گذران اوقات فراغت دارد. از طرفی انحراف معیار $0/278$ ، حاکی از تفاوت معنی‌دار میانگین تفریح و کم کردن کسالت بازنشستگان در زمان اوقات فراغت با میانگین مورد انتظار (۳)، می‌باشد.

فرضیه سوم: رسانه ملی تأثیر معناداری بر رشد شخصیت فردی و اجتماعی بازنشستگان در زمان گذران اوقات فراغت دارد.

بر مبنای نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش، این فرضیه تأیید گردید؛ زیرا خروجی آماره تی از آزمون تی تک نمونه‌ای برابر با $6/883$ است که از $1/96$ بزرگ‌تر بوده و

همچنین سطح معناداری برابر با ۰/۰۰۰ بوده و کوچک‌تر از ۰/۰۵ است؛ لذا با اطمینان ۹۵٪، رسانه ملی تأثیر معناداری بر رشد شخصیت فردی و اجتماعی بازنشستگان در زمان گذران اوقات فراغت دارد. از طرفی انحراف معیار ۰/۲۵۵، حاکی از تفاوت معنی‌دار میانگین رشد شخصیت فردی و اجتماعی بازنشستگان در زمان اوقات فراغت با میانگین مورد انتظار (۳)، می‌باشد.

فرضیه چهارم: رسانه ملی تأثیر معناداری بر کسب مهارت‌های مختلف توسط بازنشستگان در زمان گذران اوقات فراغت دارد.

بر مبنای نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش، این فرضیه تأیید گردید؛ زیرا خروجی آماره تی از آزمون تی تک نمونه‌ای برابر با ۴/۶۳۳ است که از ۱/۹۶ بزرگ‌تر بوده و همچنین سطح معناداری برابر با ۰/۰۰۰ بوده و کوچک‌تر از ۰/۰۵ است؛ لذا با اطمینان ۹۵٪، رسانه ملی تأثیر معناداری بر کسب مهارت‌های مختلف توسط بازنشستگان در زمان گذران اوقات فراغت دارد. از طرفی انحراف معیار ۰/۱۸۴، حاکی از تفاوت معنی‌دار میانگین کسب مهارت بازنشستگان در زمان اوقات فراغت با میانگین مورد انتظار (۳)، می‌باشد. بر این اساس می‌توان نتیجه گرفت که این عامل، از کارکردهای رسانه ملی به میزان زیادی اثر پذیرفته و رسانه ملی، می‌تواند عامل مهمی برای کسب مهارت بازنشستگان باشد.

فرضیه پنجم: رسانه ملی تأثیر معناداری بر تقویت پیوندهای اجتماعی در بازنشستگان در زمان گذران اوقات فراغت دارد.

بر مبنای نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش، این فرضیه تأیید گردید؛ زیرا خروجی آماره تی از آزمون تی تک نمونه‌ای برابر با ۱۲/۵۵۱ است که از ۱/۹۶ بزرگ‌تر بوده و همچنین سطح معناداری برابر با ۰/۰۰۰ بوده و کوچک‌تر از ۰/۰۵ است؛ لذا با اطمینان ۹۵٪، رسانه ملی تأثیر معناداری بر تقویت پیوندهای اجتماعی در بازنشستگان در زمان گذران اوقات فراغت دارد. از طرفی انحراف معیار ۰/۴۹۰، حاکی از تفاوت معنی‌دار میانگین تقویت پیوندهای اجتماعی بازنشستگان در زمان اوقات فراغت با میانگین مورد انتظار (۳)، می‌باشد. بر این اساس

می‌توان نتیجه گرفت که این عامل، از کارکردهای رسانه ملی به میزان زیادی اثر پذیرفته و رسانه ملی، می‌تواند عامل مهمی برای تقویت پیوندهای اجتماعی بازنشستگان باشد.

سایر یافته‌ها

رتبه میانگین	کارکردهای رسانه
28/4	تأمین استراحت
83/1	تفریح و کم کردن کسالت
92/2	رشد شخصیت فردی
92/2	کسب مهارت
05/3	تقویت پیوندهای اجتماعی

برای اولویت‌بندی این کارکردها که از رسانه ملی، تأثیر می‌پذیرند، از آزمون فریدمن استفاده گردید. نتیجه حاصل از مقدار آماره کای دو در این آزمون (۴۵۱/۶۵۸)، نشان می‌دهند در سطح خطای کوچک‌تر از ۰/۰۱، با اطمینان ۹۹٪ کارکردهای اوقات فراغت، از نظر میانگین با یکدیگر تفاوت دارند. «تأمین استراحت» با رتبه میانگین ۴/۲۸، بیشترین اهمیت را در بین این کارکردها داشته و «تفریح و کم کردن کسالت»، با رتبه میانگین ۱/۸۳، در رتبه آخر این رده‌بندی قرار دارند.

بحث و نتیجه‌گیری

در این پژوهش تأثیرات رسانه ملی را در میان بازنشستگان صندوق بازنشستگی کشوری شهر تهران، مورد بررسی قرار گرفت و به نتایج عملی و کاربردی در این زمینه حاصل گردید. مؤلفه‌های: «تأمین استراحت»، «تفریح و کم کردن کسالت»، «رشد شخصیت فردی»، «کسب مهارت» و «تقویت پیوندهای اجتماعی»، از کارکردهای رسانه ملی به میزان زیادی اثر می‌پذیرند و رسانه ملی، می‌تواند سطح تأمین استراحت بازنشستگان را به میزان زیادی افزایش دهد. عامل مهمی برای کم کردن و رفع کسالت بازنشستگان باشد؛ رسانه ملی تأثیر معناداری بر رشد شخصیت فردی و اجتماعی بازنشستگان در زمان گذران اوقات فراغت دارد؛ رسانه ملی، می‌تواند عامل مهمی برای کسب مهارت در بازنشستگان و تقویت پیوندهای اجتماعی

بازنشستگان باشد. در این رابطه، یافته‌های پژوهش ابراهیم زرگر (۱۳۸۸)، با بررسی نقش تلویزیون در اوقات فراغت جوانان تا حدودی هم‌راستا با نتیجه آزمون این فرضیه در پژوهش حاضر است. همچنین مشخص گردید این مؤلفه‌ها دارای اولویت‌های متفاوتی نسبت به یکدیگر هستند. مؤلفه «تأمین استراحت» بیشترین اهمیت را در بین این کارکردها دارد و پس از آن به ترتیب، «تقویت پیوندهای اجتماعی»، «رشد شخصیت فردی» و «کسب مهارت» دارای اهمیت می‌باشند. «تفریح و کم کردن کسالت» در رتبه آخر این رده‌بندی قرار گرفته است.

منابع و مأخذ

- ابراهیمی، قربانعلی؛ رزاقی، نادر؛ مسلمی پطروودی، رقیه (۱۳۹۰). اوقات فراغت و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن. جامعه‌شناسی کاربردی. سال بیست و دوم. شماره پیاپی ۴۴. شماره‌ی چهارم. ص ۷۱-۹۸.
- اصفهان‌ی، صدیقه (۱۳۸۷). کارکردهای مهم اوقات فراغت. روزنامه رسالت. شماره ۴۴۷۰. ص ۲۴.
- افشار، احمد (۱۳۹۲). تلویزیون و غنی‌سازی اوقات فراغت. روزنامه همشهری. ۲۱۹۱۹۶.
- ایسنا (۱۳۹۲). نتیجه اصلی اوقات فراغت رفع خستگی است. کد خبر: ۹۲۵۹۰۹۰۵
- ایسنا (۱۳۹۴). غنی‌سازی اوقات فراغت از سوی سمن‌ها موجب افزایش مشارکت اجتماعی می‌شود. کد خبر: ۹۴۰۴۱۵۰۸۵۱۷.
- پهلوان، منوچهر. برزیگر، فاطمه (۱۳۹۰). بررسی گرایش به نحوه گذران اوقات فراغت در بین دختران دوره متوسطه شهرستان آمل. فصلنامه جامعه‌شناسی مطالعات جوانان و سال دوم. شماره ۳. ص ۵۳-۶۶.
- پوریایی، رؤیا (۱۳۸۹). بررسی نقش برنامه‌های سرگرم‌کننده شبکه سوم سیمای جمهوری اسلامی ایران در پر کردن اوقات فراغت نوجوانان دختر دبیرستانی منطقه ۵ شهرداری شهر تهران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی.
- جعفری، طاهره؛ مهدوی، محمدصادق و ساروخانی، محمدباقر (۱۳۹۵). جایگاه اجتماعی سالمندان در خانواده با تأکید بر نقش تلویزیون: بررسی دیدگاه‌های سالمندان تهرانی. دین و ارتباطات، دوره ۲۳، شماره ۲، ص ۳۹-۷۹.

- حاجی ابراهیم زرگر، زینب (۱۳۸۸). بررسی سهم تلویزیون در اوقات فراغت جوانان. انسان‌شناسی اوقات فراغت.
- دهقان، علیرضا (۱۳۷۸). بررسی تأثیر رسانه‌ها بر افکار عمومی کاربرد یک الگوی جامعه‌شناختی. نامه علوم اجتماعی، دوره ۱۳، شماره ۱۳.
- ربانی، ر. ربانی، ع. عابدی، م. م. گنجی. فرهنگ و شادی: رویکردی نظری و تجربی در زندگی روزمره سرپرستان خانوار در شهر اصفهان. فصلنامه انجمن ایران، مطالعات فرهنگی و ارتباطات.
- رحیمی، ابوالفضل؛ انوشه، منیره، احمدی، فضل‌الله و فروغان، مهشید (۱۳۸۹). تجارت سالمندان تهرانی در زمینه اوقات فراغت و تفریحات. مجله سالمندی ایران، سال ۵، شماره ۱۵، ص. ۶۲-۷۷.
- رفعتی نیا، سرور (۱۳۹۰). بررسی نحوه‌ی گذران اوقات فراغت فرهنگیان بازنشسته مقطع متوسطه دخترانه شهر یزد. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور همدان.
- زارعی، علی؛ قربانی، شهین (۱۳۸۹). نیازهای اوقات فراغت سالمندان شهرستان قزوین. سالمند. سال دوم. شماره سوم. ص. ۱۹۰-۱۹۵.
- صادقی، رضا؛ صفانیا، علیمحمد؛ قاسمی، حمید (۱۳۹۴). تحلیل ساختار برنامه‌ها و نقش‌های کارکردی شبکه‌های تلویزیونی منتخب ورزشی. رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی. دوره ۳. شماره ۹. ص. ۴۳-۵۶.
- طاعتی، لیلا (۱۳۹۰). نقش تلویزیون در توسعه جامعه مدنی. مطالعات رسانه‌ای. سال ۶، شماره ۱۴، ص. ۱۷-۳۲.
- علیجانی، سمیرا (۱۳۹۵). طراحی چاپگر سه‌بعدی رومیزی اف دی ام برای بازنشستگان، با محوریت سرگرمی در جهت افزایش خودباوری و عزت‌نفس بازنشستگان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه الزهراء، دانشکده هنر و معماری.
- کریمیان، جهانگیر؛ آقاحسینی، تقی؛ شکرچی زاده، پریش؛ شریفی‌نیا، مرضیه (۱۳۹۲). بررسی نقش اوقات فراغت مبتنی بر فعالیت‌های بدنی بر سرمایه اجتماعی (هنجارهای اجتماعی، مشارکت) اعضای هیئت علمی دانشگاه علوم پزشکی اصفهان. مجله تحقیقات نظام سلامت. سال نهم. شماره یازدهم. ص. ۱۱۶۷-۱۱۷۷.

لطفی زاده، سعید (۱۳۹۱). بررسی رابطه‌ی وضعیت گذران اوقات فراغت جوانان شهری با پایگاه اقتصادی- اجتماعی. مجله‌ی بررسی‌های آمار رسمی ایران. سال ۲۳. شماره‌ی ۱. ص ۵۳-۲۳.

مهدی خانلو، سهیلا (۱۳۹۴). استفاده صحیح از اوقات فراغت و افزایش مهارت‌های زندگی. میرمحمدتبار، سید احمد؛ نوغانی دخت بهمنی، مسلمی، رقیه (۱۳۹۴). عوامل مؤثر بر نحوه گذران اوقات فراغت. برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی. شماره ۲۴. ص ۱۶۶-۱۹۴. نوبهار، منیر؛ احمدی، فضل‌الله، الحانی، فاطمه و فلاحی، مسعود (۱۳۹۱). چالش‌های موجود در انتقال به بازنشستگی از دیدگاه پرستاران بازنشسته. تحقیقات کیفی در علوم سلامت. سال ۱، شماره ۲، ص. ۱۱۲-۱۲۲.

Depp, C.A. Schkade, D.A. Thompson, W.K. and Jeste, D.V. (2010). Age, Affective Experience, and Television Use. *American Journal of Medicine*. Vol. 24, pp. 551-612.

Ghafari GH. Interaction between social capital and young people Leisure. (Institute for Humanities and Cultural Studies) 2010; 10(47): 168 - 181.

Lucas, M. Mekary, R. Pan, A. and Mrzaei, F. (2011). Relation between Clinical Depression Risk and Physical Activity and Time Spent Watching Television in Older Women: A 10-Year Prospective Follow-up Study. *American Journal of Epidemiology*, Volume 174, Issue 9, pp. 1017-1027.

Russell, C.A. and Buhra, D. (2015). The role of television viewing and direct experience in predicting adolescents' beliefs about the health risks of fast-food consumption. *Appetite Journal*, Vol. 92, pp. 200-216.

Scherger S. Nazroo J. and Higgs, P. (2011). Leisure activities and retirement: do structures of inequality change in old age? *Ageing Soc*, 31: 146-172.

Stambuk, A. Rusac, S. and Sucic, A. (2013). Spending leisure time in retirement. *Periodicum Biologorum*, Vol. 115, No 4, 567-574.

Van Der Goot, M., Beentjes, J.W. and Slem, M.V. (2012). Meanings of television in older adults' lives: an analysis of change and continuity in television viewing. Vol. 32, Iss. 1, pp. 147-168.

Robert A. Stebbins (2016). Dumazedier, the serious leisure perspective and leisure in Brazil. Pages 151-162.