

## الگوهای فراغتی جوانان و هویت و سبک تربیتی مطالعه موردی شهر شیراز

E-mail: marsoroush@yahoo.com

مریم سروش\*

تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۸/۲۵

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۴/۱۵

### چکیده

هدف از این مقاله بررسی الگوهای فراغتی جوانان و رابطه آن با هویت‌ها و سبک تربیتی خانواده است. چارچوب نظری ترکیبی از نظریه بورديو و گیدنز انتخاب شد. این تحقیق به روش پیمایشی انجام شده و جامعه آماری تحقیق را جوانان ۱۹-۲۹ سال شیراز تشکیل می‌دهند. تعداد ۶۲۰ نفر از آنها با استفاده از نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای، پرسشنامه تحقیق را تکمیل کردند. یافته‌ها تحقیق نشان دهنده وجود چهار سبک فراغت بدن و سلامتی، تفریح با خانواده و دوستان، سبک مذهبی و سبک رسانه‌ای است که به جز سبک بدن و سلامتی، مردان و مجردها در سبک‌های فراغتی فعالیت بیشتری دارند. ضرایب همبستگی نشان داد که هویت ملی، دینی و جنسیتی به جز سبک بدن و سلامتی با بقیه سبک‌های فراغتی رابطه معناداری دارد. سبک تربیتی با سبک بدن و سبک مذهبی رابطه داشت. نتایج تحلیل خوشه نشان دهنده دو دسته از پاسخگویان بود که در هویت دینی، ملی و پایگاه اقتصادی اجتماعی خانواده و سبک‌های زندگی، تفاوت معناداری با هم دارند. خوشه اول شامل ۷۳/۹ درصد از پاسخگویان بود که هویت ملی و دینی قوی‌تری داشته و پایگاه اقتصادی اجتماعی‌شان از خوشه اول پایین‌تر و درصد زنان در آن بالاتر بود. خوشه دوم شامل ۲۶/۱ درصد از پاسخگویان بود که پایگاه اقتصادی اجتماعی آنها بالاتر بوده و اهمیت بیشتری به سبک فراغتی بدن، رسانه و تفریح می‌دادند و درصد مردان در آن بالاتر بود. رابطه بین هویت‌ها و سبک‌های فراغتی در هر خوشه بررسی شده و سهم پایگاه اقتصادی اجتماعی در این روابط تعیین شده است.

**کلید واژه‌ها:** سبک فراغتی، جوانان، هویت ملی، هویت دینی، هویت جنسیتی.

### مقدمه و بیان مسئله

فراغت یکی از حوزه‌هایی است که به دلیل سرشت خود در بررسی فرایندهای فرهنگی و هویتی اهمیت بسیار دارد. روندهای نظری در دهه‌های اخیر در جامعه‌شناسی برای تحلیل جوامع متغیر و جهانی شده امروزی در قرن بیست و یکم به ابزارهای نظری تازه‌ای نیاز داشتند تا بتوانند فرایندهای مهم اجتماعی را درک کرده و تصویر مناسبی از تحولات شتابان دنیای امروزی ترسیم کنند. جوانان همواره قشر پیشرو، مهم و تأثیرگذار اجتماعی در نظر گرفته می‌شوند که تحقیق در کنش‌ها، نگرش‌ها و هویت آنها می‌تواند در تبیین وضعیت کنونی و آینده جامعه نقش مهمی داشته باشد. تغییر گرچه آهسته و تدریجی اما در لایه‌های مختلف اجتماعی وجود دارد. این تغییرات هم در ساختار و سخت‌افزار جامعه قابل مشاهده‌اند و هم در ارزش‌ها، هویت‌ها و نرم‌افزار جامعه اتفاق می‌افتند. فراغت و هویت دو روی یک سکه‌اند. افراد در زمان فراغت خود واقعی‌شان را نشان می‌دهند در نتیجه الگوهای فراغت را می‌توان مبنای خوبی برای سنجش علایق و اولویت‌های یک نسل یا گروه دانست.

خانواده نیز یکی از مهم‌ترین نهادهای اجتماعی است. بنیاد فرهنگی جامعه در خانواده تعیین می‌شود و این نهاد مهم بخصوص در جامعه ایرانی، نقش مهمی بازی می‌کند. از حدود سال‌های ۱۹۳۰ به این سو مردم‌شناسان کوشش‌هایی خاص در مطالعه طرز پرورش کودک در اجتماعات مختلف بکار بسته‌اند و منشا بسیاری از مشخصات اجتماعی و فرهنگی را در نحوه رفتار با کودکان جستجو کرده‌اند تا جایی که امروزه محققین فرهنگ از بررسی دوران کودکی و نحوه بار آوردن کودکان در جامعه آغاز می‌کنند و نهادهای اجتماعی را انعکاسی از این تربیت و ناشی از آن می‌دانند. هیگن نوع نظام خانوادگی افراد و شیوه‌های تربیتی والدین را عامل اصلی بی‌تحولی جوامع سنتی و توسعه‌نیافتگی اجتماعی و اقتصادی آنها می‌داند. به نظر او نقطه‌های آغازین تربیت و اجتماعی شدن کودک نقش زیادی در رفتار آینده او دارد (وحید و نیازی، ۱۳۸۴: ۱۲۳). مقاله حاضر با بهره‌گیری از ادبیات علمی سبک زندگی و فراغت در صدد است تغییرات هویتی نسل جوان را بررسی کرده و رابطه آن را با سبک تربیتی خانواده مشخص کند.

### پیشینه نظری

در این مقاله برای بررسی الگوهای فراغتی از مفهوم سبک زندگی استفاده شده است. سبک زندگی یکی از مفاهیمی است که با توجه به ویژگی‌هایی که دارد با مطالعات

فراغت گره خورده است. می‌توان مفهوم سبک زندگی را در نظریه اندیشمندان کلاسیک جامعه‌شناسی پیدا کرد. جامعه‌شناسان کلاسیک که با جامعه مدرن قرن بیستم و تحولات اجتماعی و اقتصادی آن روبرو بودند برای تبیین آن از مفاهیم زیادی استفاده کرده‌اند. برخی از آنها اشاره‌هایی نیز به سبک زندگی داشته‌اند. زیمل به سیطره اقتصاد پولی در کلان‌شهرها اشاره می‌کند که باعث کمی شدن همه چیز می‌شود. شهر جدید به فرد آزادی می‌دهد که نوعی روش زندگی انتخاب کند که به‌طور خاص و غیرقابل قیاسی هویت او را بنمایاند (زیمل، ۱۹۵۰: ۴۱۵). او معتقد است که فرد با انتخاب یک روش زندگی منحصر به فرد، از خود در مقابل فشارهای کلان‌شهر محافظت کرده و از بیگانگی و حل شدن در ساختار آن جلوگیری می‌کند. زیرا جامعه پی‌درپی به عرصه خودمختاری او تعرض کرده و تمایز او از دیگران را زایل می‌کند. به اعتقاد زیمل فرد فقط از راه بسط شدید فردگرایی که هدف آن دنبال کردن نمادهای منزلت و مد است می‌تواند فشارهای زندگی مدرن را تحمل کند (فاضلی، ۱۳۸۲: ۲۴). زیمل در حوزه فراغت به معرفی «ماجراجو» به‌عنوان یک گونه مدرن اجتماعی پرداخته است. در جهان بروکراتیک، عقل‌گرا و افسون‌زدایی شده‌ای مانند دنیای مدرن، ماجراجویی فرصت رها شدن از اجبارها و محدودیت‌هاست و نوید هیجان، نوآوری و خودشکوفایی می‌دهد. (افشار، ۱۳۸۵: ۴۹). وبر سبک زندگی را در ارتباط با گروه‌های منزلتی بکار برده است. از نظر وبر برخلاف طبقات اقتصادی که لزوماً باعث آگاهی جمعی طبقاتی، تشکیل اجتماعات و عمل جمعی نمی‌شود، گروه‌های منزلتی معمولاً دارای اجتماع هستند و با سبک زندگی مشترک و محدودیت‌هایی مشخص می‌شوند که اعضای آن باید رعایت کنند (شورتل، ۲۰۱۳). از نظر وبر، مزایای طبقاتی را می‌توان به سبک زندگی تبدیل کرد و همین سبک‌ها می‌توانند منبع منزلتی باشند که مزیت اقتصادی هم به بار آورند (فاضلی، ۱۳۸۲: ۲۸). اودیافت «طبقات بر حسب رابطه‌شان با تولید و تحصیل کالا قشربندی می‌شوند، حال آن‌که قشربندی گروه‌های منزلتی براساس اصول حاکم بر مصرف کالا به شکلی که سبک زندگی‌شان تعیین می‌کند قرار دارند ... اما تفاوت‌های میان طبقات و گروه‌های منزلت با یکدیگر هم‌پوشی دارند» (وبر، ۱۳۸۲: ۲۲۱).

مفهوم سبک زندگی در دهه‌های ۶۰ و ۷۰ میلادی اهمیت بیشتری یافت. در دهه ۸۰ و ۹۰ جامعه‌شناسان ساختارگرا به مفهوم سبک زندگی توجه نشان دادند و از آن به‌عنوان پلی بین فرد و ساختار استفاده کردند. رهیافت‌های نووبری و نومارکسی در تبیین سبک

زندگی و نقش عامل‌های اجتماعی مطرح شدند در سال‌های ابتدای قرن ۲۱ جایگاه وسیعی در ادبیات جامعه‌شناسی به خود اختصاص داد (ویل، ۲۰۰۲: ۳۵۹).

اندیشمندان علوم اجتماعی در رشته‌های مختلف به مفهوم سبک زندگی واکنش نشان دادند. اهمیت این مفهوم برای اهداف نظری مختلف متفاوت بوده است. متفکرین پست مدرنی که جامعه امروزی را مرحله دیگری از تحول جوامع از مدرنیته به پسامدرنیته می‌دانند اهمیت عوامل فرهنگی در مقابل عوامل اقتصادی و طبقاتی را در ساخت جوامع خاطر نشان کرده‌اند. برخی از این متفکران از رسیدن به آرمان‌های رهایی‌بخشی و بهروزی که مدرنیته ادعای رسیدن به آن را داشت، ناامیداند و برخی هنوز این امید را در دل حفظ کرده و معتقدند مصرف فرهنگی و حتی مصرف مادی در جامعه امروزی بازنمای هویت‌های فرهنگی و اجتماعی افراد است که از طریق انتخاب نوعی سبک زندگی علیه فشارهای همسان‌سازی و اقتدارطلبی مدرنیته مقاومت می‌کند. بوردیو و گیدنز دو نظریه‌پرداز بودند که سعی کردند با ترکیب نظریات گذشته به نظریه‌های خلاقانه‌ای برسند که در آن سهم کنشگر و ساختار اجتماعی در نظر گرفته شده باشد. بوردیو از دیدگاهی ساختارگرا و گیدنز از دیدگاهی کنش‌گرا سعی در تلفیق ساختار و کنش دارند. نکته‌ای که اهمیت این دو نظریه‌پرداز را برای پژوهش حاضر افزایش می‌دهد، توجه به عمل/اجتماعی به‌عنوان واسطه بین کنش و ساختار است. این امر باعث شده هر دو نظریه‌پرداز توجه ویژه‌ای به سبک زندگی داشته و رابطه آن را در زندگی روزمره با ساختار بررسی کنند. در واقع سبک زندگی پلی است که فرد را به ساختار اجتماعی پیوند داده و از رهگذر آن، هم عمل فردی و هم ویژگی‌های ساختاری تبیین می‌شوند.

از نظر بوردیو سوژه‌ها در واقع کنشگران فعال و شناسا هستند که به یک احساس راهیابی عملی مجهزند. یعنی به نظامی از ترجیحات و اصول نگرش نسبت به امور و طبقه‌بندی آنها (همان چیزی که معمولاً آن را ذوق و سلیقه می‌نامند) و الگوی عمل که به درک موقعیت و پاسخ نسبت به آن جهت می‌دهد. عادت‌واره همین نوع از احساس راهیابی عملی و درک ضرورت انجام آن چیزی است که در یک شرایط خاص باید انجام داد (بوردیو، ۱۳۸۱: ۶۳). خلق و خوهایی که عادت‌واره را می‌سازند، به‌صورت یک سری قواعد عمل نمی‌کنند که یک کنش خاص را حکم کنند بلکه هر خلق و خو نوعی ظرفیت مولد ایجاد می‌کند. نوعی پتانسیل قابل انتقال به واکنش در یک سبک خاص که می‌تواند در گستره‌ای از رفتارهای متفاوت متناسب با محیط ادراک شود. بنابراین آنچه

عادت‌واره تولید می‌کند چیزی نیست که به‌صورت اتوماتیک کنش را مشخص کند بلکه چیزی است که آن را می‌توان «توانایی ابتکار مستمر» نامید. بوردیو استدلال می‌کند که عادت‌واره نوعی توانایی ابتکارآمیز خلاق و فعال را ایجاد می‌کند که بداهه‌ای، بدون آگاهی و اراده است (الدرواس، ۲۰۰۷: ۳۲۷). بوردیو الگوی تمایز در میدان‌های اجتماعی را «طبقه» می‌نامد. افرادی که در یک طبقه هستند دارای سلايق و خلق و خویهای مشترکی هستند که باعث می‌شود سبک زندگی همانندی داشته باشند (بوردیو، ۱۳۹۰: ۱۲۶). بوردیو مصرف را اصلی‌ترین عنصر دنیای اجتماعی مدرن می‌داند و آن را به‌صورت مستقل تحلیل می‌کند. در واقع مصرف و خصوصاً مصرف فرهنگی، ابزاری برای تولید فرهنگی، مشروعیت‌سازی و مبارزه در فضای اجتماعی است. ارزش‌ها نشانه‌ها و نمادها فعالانه درگیر تولید و بازتولید ساختارهای اجتماعی هستند (فاضلی، ۱۳۸۲: ۴۴).

دیگر نظریه‌پرداز ساختاربندی گیدنز است. او به جای این‌که انسان‌ها را در ساختارهای اجتماعی ببیند ساختار اجتماعی را حاصل عمل انسان‌ها تصور کرده و عاملیت را بیش از ساختار در تعیین سبک‌های زندگی مؤثر می‌داند. گیدنز می‌کوشد عاملیت و خلاقیت انسانی را در فرایند دائمی ایجاد و بازایجاد جامعه نشان داده و رابطه دوسویه و انعکاسی فرد انسانی و جامعه، سیاست رهایی‌بخش و سیاست زندگی، پویایی‌های محلی و پویایی‌های جهانی و مفاهیمی از این دست را روشن کند. از نظر گیدنز همه صورت‌های زندگی اجتماعی کم و بیش با دانشی که کنشگران از این صورت‌ها دارند ساخته می‌شود این‌که «چگونه باید کار را انجام داد» برای عرف‌های مورد تأکید فعالیت بشری که بوسیله همین فعالیت‌ها بازتولید می‌شود، اهمیت ذاتی دارد (گیدنز، ۱۳۷۷: ۴۷). برای استمرار و تداوم ترتیبات زندگی نه تنها این آگاهی لازم است بلکه «بازاندیشی نیز ویژگی معرف هرگونه کنش انسانی است» افراد به پیامدهای کنش‌ها توجه می‌کنند، دقت دارند محاسبه کرده و ارزیابی می‌کنند. «همه انسان‌ها با زمینه‌های کنشی‌شان به‌عنوان عنصر جدا نشدنی عملکردهای‌شان پیوسته در تماس‌اند» که گیدنز آن را «نظارت بازاندیشانه کنش» می‌نامد (گیدنز، ۱۳۷۷: ۴۵). قدرت بازاندیشی شایسته توجه جدی است. توانایی بازاندیشی کنشگران از ژرفای هویت فردی تا قلب خود مدرنیته پیش می‌رود. در واقع از ساختن هویت فردی به‌عنوان «درک بازاندیشانه فرد از خود» (گیدنز، ۱۳۷۸: ۸۲) به مدرنیته به‌عنوان یک «پروژه بازاندیشانه» (گیدنز، ۱۳۷۷: ۶) منتهی می‌شود. فرد در جامعه مدرن مسئول خلق و حفظ خودش می‌شود به‌طوری‌که «یکی از مولفه‌های اساسی فعالیت روزمره همان انتخاب‌هایی است که

به‌طور عادی به عمل می‌آوریم ... سنت یا عادات و رسوم جا افتاده ... زندگی را در محدوده کانال‌هایی تقریباً از پیش تعیین شده به جریان می‌اندازند اما تجدد، فرد را رودرروی تنوع غامضی از انتخاب‌های ممکن قرار می‌دهد ...» (گیدنز، ۱۳۷۸: ۱۱۹).

مجموعه این انتخاب‌ها در زندگی روزمره «سبک زندگی» را ایجاد می‌کند. در زندگی مدرن گشودگی ساختاری آنقدر زیاد است که فرد در هر حوزه زندگی مجبور به انتخاب از میان انبوه گزینه‌های پیش‌روی خود است. این تنوع زیاد، امنیت هستی‌شناختی او را به خطر می‌اندازد به همین دلیل افراد مجموعه‌ای الگومند از انتخاب‌های را راهنمای خود قرار می‌هند. این الگو بیان‌گر هویت فردی اشخاص بوده و روایتی از او را بیان می‌کند. و سبک زندگی نامیده می‌شوند (گیدنز، ۱۳۷۸: ۱۲۰). برای همه افراد و گروه‌ها، انتخاب شیوه زندگی مشروط به فرصت‌هایی است که نصیبشان می‌شود با همه این احوال، امروزه حتی محروم‌ترین افراد و گروه‌های اجتماعی هم در موقعیت‌هایی به سر می‌برند که مؤلفه‌های نهادین تجدد بر آنها اثر می‌گذارد و گزینه‌هایی برای انتخاب را پیش‌رویشان می‌نهد (گیدنز، ۱۳۷۸: ۱۲۶).

اندیشمندان انتقادی از زاویه دیگری به الگوهای مصرف و سبک زندگی در جامعه سرمایه‌داری پرداخته‌اند. از نظر آنها طبیعت آدمی در چنبره مناسبات جامعه صنعتی و سرمایه‌داری مسخ و اسیر نیازها و مصرف کاذب شده است. در چنین شرایطی انسان‌ها حق انتخاب و آزادی عمل خود را از دست داده و به مصرف‌کنندگان بی‌اراده کالاهای فرهنگی تبدیل شده‌اند. سلطه انسان بر طبیعت از طریق علم و فناوری موجب پیدایش شکلی از سلطه بر خود انسان شده است. بت‌شدگی کالاها، شیء‌وارگی، سلطه و خردابزاری از مفاهیم مورد توجه آنها است. از دید مکتب فرانکفورت سبک‌های زندگی که در صحنه‌های اجتماعی دیده شده و در رسانه‌ها تبلیغ می‌شود چیزی نیست جز گوناگونی‌های روبنایی و دروغین سرمایه‌داری. این سبک‌ها واقعی نیستند و تفاوت چندانی با هم ندارند و چیزی را نشان نمی‌دهد به جز عطش سرمایه‌داری برای سود بیشتر و کالایی کردن همه چیز. صاحبان صنعت فرهنگ توجیه‌هایی برای نحوه عمل خود دارند اما از نظر هورکهایمر و آدورنو حاصل کار، همان «حلقه مغزشویی و نیازهای از پیش ایجاد شده» است که وحدت کل سیستم را تضمین می‌کند. زیرا هر نوع توجیه فنی «در حکم توجیه نفس سلطه ... و همان سرشت قهرآمیز جامعه‌ای است که از خود بیگانه شده است». وسایل این سلطه عبارتند از ماشین‌ها، بمب‌ها و فیلم‌ها. این وسایل نه تنها تجویزهای یکسانی دارند بلکه از طریق کنترل آگاهی فردی

مقاومت‌ها را خنثی می‌کنند و این کار با جا انداختن کلیشه‌ها، طبقه‌بندی همه چیز برای مصرف‌کننده و القای این توهم به مردم که خودشان انتخاب و تصمیم‌گیری می‌کنند، انجام می‌شود. صنعت فرهنگ چنان به ذهن مخاطب هجوم می‌آورد که دنبال کردن «هجوم بی‌وقفه واقعیت‌ها» جایی برای «تفکر پیوسته» باقی نمی‌گذارد و «هیچ عرصه یا فضایی برای قوه تخیل وجود ندارد» (هورکهایمروآدورنو، ۱۳۸۰: ۴۲). از نظر آنها یکسان‌سازی فرهنگی در صنعت فرهنگ، فرایند تولید سبک اصیل را که حاوی خلاقیت انسانی است میرانده و همه چیز به‌طور غم‌انگیزی یکسان و «این همان» است. (ابراهیمیان، ۱۳۸۳: ۱۱).

اسکات لاش با همکاری جان اوری از حساسیت پست‌مدرنیستی و ارتباط آن با بخش‌های جدید طبقاتی و خصوصیات جامعه پست‌مدرن صحبت کرده‌اند. کتاب‌ها و نظریات لاش با بهره‌گیری از نظریات گیدنز، بوردیو و نظریه‌پردازان پست‌مدرن دیگر بخصوص بودریار، خصوصیات جامعه پست‌مدرن را معرفی کرده و با صحبت درباره برآمدن یک طبقه خدماتی<sup>۱</sup> جدید که مصرف‌کننده تولیدات فرهنگی پست‌مدرن هستند و نسبت آنها با سرمایه‌داری انتهای قرن بیستم و ابتدای قرن ۲۱ نوشته‌اند. لاش در کتاب *پایان سرمایه‌داری سازمان یافته*<sup>۲</sup> در سال ۱۹۸۷ اعلام کرد که جوامع غربی معاصر به دوره‌ای وارد شده‌اند که اساساً از جامعه صنعتی متمایز است. او این نوع سرمایه‌داری را سرمایه‌داری بی‌سازمان<sup>۳</sup> می‌نامد.

از نظر او برآمدن سرمایه‌داری بی‌سازمان و تحولات مربوط به آن در سطح کلان نشان دهنده تکه‌تکه شدن هویت جمعی است. ظهور طبقه خدماتی بدون وابستگی به برخی منابع فرهنگی ممکن نبود. بخش‌هایی از طبقه خدماتی در ایجاد یک هژمونی فرهنگی تغییر یافته در سرمایه‌داری سهمیم بوده‌اند. هر پدیده اقتصاد سیاسی در یک پوشش فرهنگی پیچیده شده و مؤلفه‌های فرهنگی معاصر ویژگی‌هایی دارند که بهتر از همه در قالب پست‌مدرنیسم فهم می‌شوند (لاش، ۱۹۸۷: ۲۸۶). توسعه طبقه خدماتی با یک مأموریت هژمونی‌کننده<sup>۴</sup> از سلیقه پست‌مدرن و سبک زندگی، هویت بدون مرکزی تولید می‌کند که دریافت‌کننده کالاهای خاص فرهنگ پست‌مدرن هستند و بهترین روش نشان دادن این نکته ایده بوردیو درباره عادت‌واره است (وین، ۱۹۹۸: ۵۳). بنابراین می‌توان گفت که در پست‌مدرنیته تفکیک امر اجتماعی از امر فرهنگی اتفاق می‌افتد که

1. service calss

2. The end of organized capitalism

3. disorganized capitalism

4. hegmonizing mission

در آن فرهنگ محدود به نخبگان نیست. فرهنگ، سازنده هویت بورژوازی است. با تفکیک‌زدایی از آن و امر اجتماعی، هویت جدیدی حاصل می‌شود که مرکزیت‌زدایی شده و در جهت تثبیت هویت جدیدی برای نخبگان و از بین رفتن هویت‌های طبقاتی و جنسیتی برای عامه و رواج سبک‌های جدید زندگی عمل می‌کند. معرفی پست‌مدرنیسم در فرهنگ عامه از راه تبلیغات، تلویزیون، ویدئو، موسیقی مردمی و تجربه فرهنگ در جامعه‌ای که بازنمایی‌ها چند برابر شده، چیزهایی را بزرگنمایی می‌کند که هر روز از واقعیت غیرقابل تشخیص‌تر می‌شوند. از نظر لاش این سامان اجتماعی حول شکل‌های فرهنگی تشکیل می‌شود. فرهنگ معاصر از طریق ترکیبی از نمادهای شخصی، الکترونیک و دیدنی، حالت‌های قبلی هویت فردی و جمعی را در هم می‌شکند و هویت‌های جدیدی می‌سازد (لش، ۱۹۸۷: ۳۱۲). لش و اوری (۱۹۹۴) به بازاندیشی در هویت و سبک زندگی جدید اهمیت زیادی می‌دهند که هم در ساختار کلان و در قالب مدرنیته بازاندیشانه و هم در ساختار خرد هویت‌ها و سبک زندگی عمل می‌کند (لش و اوری، ۱۹۹۴: ۳۱).

### فراغت و سبک زندگی

اوقات فراغت و نحوه گذران آن با اهمیت یافتن سبک‌زندگی اولین و مهم‌ترین حوزه‌ای بود که مورد توجه محققان قرار گرفت. زیرا فراغت اصلی‌ترین حوزه تحلیل سبک زندگی است. در این حوزه است که افراد نماگرها، کلیشه‌ها، الگوها و قواعد خاص سبک‌زندگی و هویت اجتماعی خود را بازگو می‌کنند (ربانی و شیر، ۱۳۸۸: ۲۱۱) از این عرصه برای شناخت تحولات ارزشی و نگرشی و سبک‌های جدید زندگی استفاده می‌شود زیرا این عرصه به دلیل داشتن الزام‌های کمتر و آزادی عمل بیشتر، فضای ایده‌آلی برای بازنمایی ارزش‌ها و نگرش‌ها، هویت‌ها و ذائقه‌های فرهنگی است. اوقات فراغت بیش از همه فعالیت‌های دیگر با سبک زندگی و مفهوم آن ارتباط دارد.

در ابتدا فعالیت‌های فراغت با توجه به فهم ساختار شغلی تحلیل می‌شد و فراغت بعنوان فعالیت «وقت آزاد» و دور شدن از شغل فهمیده می‌شد. پارکر نماینده این نوع تحلیل است. پارکر بر اساس این تعریف سه سنخ فعالیت فراغتی را تشخیص داده است: فراغت به‌عنوان دنباله کار، فراغت متضاد با کار و فراغت خنثی (وین، ۱۹۹۸: ۲۵). دسته‌بندی‌های دیگری نیز در مورد فراغت وجود دارد. برای مثال هی وود (۱۳۸۴) مفاهیم اوقات فراغت را در چند دسته قرار می‌دهد: ۱- فراغت به معنای بازمانده وقت



که فرد از کار ضروری جدا می‌شود، ۲- فراغت به معنای فعالیت تفریحی که برای لذت بردن انجام می‌شود، ۳- فعالیت‌هایی که کارکرد خاصی دارند مثلاً ابزاری برای نیل به اهداف اجتماعی هستند (فراغت هدفمند) و ۴- فراغت به معنای آزادی عمل که انتخاب فرد است و فرد خویش را در آن بروز می‌دهد و معمولاً خاص طبقه بالا است. نش فعالیت‌های فراغتی را در چهار دسته معرفی می‌کند: منفعل، هیجانی، فعال و خلاق. کاپلان فعالیت‌های فراغتی را در شش گونه معاشرت، شرکت در انجمن‌ها، بازی، هنر، پرتحرک و بی‌تحرک دسته‌بندی کرده است. ری ما صحبت کردن، حضور در میهمانی، ورزش و بازی فعال، تئاتر، تفریحات و بازی منفعل، تماشای تلوزیون، گوش دادن به رادیو و مطالعه را دسته‌های فراغتی در نظر گرفته و کلی به دو دسته درون خانگی و بیرون خانگی توجه کرده است (به نقل از: فکوهی و انصاری، ۱۳۸۲: ۷۰).

یکی از نکاتی که در مورد سبک‌های زندگی در کل و سبک‌های فراغتی به‌صورت خاص می‌توان به آن اشاره کرد فردی شدن و رواج فردگرایی است. فردی شدن سبک زندگی است که آن را به‌صورت معضلی عملی برای افراد و مسئله‌ای نظری برای محققان علوم اجتماعی و مسئله‌ای اجتماعی برای مسئولین درآورده است (فاضلی، ۱۳۸۵: ۳۰).

### خانواده و سبک زندگی

در ایران و جهان علی‌رغم فردی شدن سبک‌های زندگی باز هم نهادهای مهمی مانند خانواده اثر زیادی بر نحوه گذران اوقات فراغت دارند چه اثری که به‌صورت ساختاری و از طریق شرایط وجودی خود بر سلاقی و عادت‌واره‌ها می‌گذارند و چه به‌صورت برنامه‌ریزی‌های تربیتی و ارتباطی که با اعضای خود دارند. خانواده و کارکردهای آن در اوقات فراغت نقشی کلیدی به عهده دارند که در فعالیت‌های جمعی آنها متجلی است. خانواده کارکرد قبلی خود را از دست نداده و نقشی اساسی در زندگی فردی و اجتماعی افراد دارد. در واقع در جامعه جدید خانواده می‌تواند نمایانگر فردگرایی در کنار خانواده‌گرایی باشد (معینی‌فر و محمدخانی، ۱۳۹۰: ۱۲۶).

از دیدگاه انسان‌شناسی بیشتر مشخصه‌های سازمان شخصیت را فرهنگ روشن می‌کند و انسان‌شناسان باید به منظور درک الگوهای پیچیده و نمادگری‌های فرهنگ، رشد کودک را مطالعه کنند. دانشمندانی مانند مارگارت مید، روث بندیکت و کاردینر و نیوکمب نیز در این محدوده جای می‌گیرند. آنها کلید شناخت فرهنگ هر جامعه را نوع تربیت کودک دانسته و معتقدند که تربیت خانوادگی زیربنای هر نوع تربیت اجتماعی

است. بنابراین اگر شیوه‌های فراغت و نحوه گذران آن را در زمره رفتار افراد در نظر بگیریم چون بر طبق الگوی فرهنگ و شخصیت رفتار افراد فرهنگی‌اند، می‌توان ادعا کرد که فراغت فرهنگ یا بخشی از آن است که با تأثیرش در زندگی افراد می‌تواند از آنها قالب و گونه شخصیتی بسازد (فکوهی و انصاری، ۱۳۸۲: ۶۸). جامعه‌شناسان ایرانی معتقدند که سبک زندگی و شیوه گذران فراغت ارتباط زیادی با خانواده دارد. فاضلی و علی‌نقیان (۱۳۹۰) برخی از ویژگی‌های خانواده‌های جدید ایرانی را دموکراتیک شدن و زنانه شدن خانواده می‌دانند که در آن شیوه ارتباط و برخورد بین اعضای خانواده نسبت به گذشته تغییر کرده و در آن روابط افقی‌ترند و زنان سهم بیشتری در قدرت خانوادگی دارند و این امر بدلیل تغییر هویت جنسیتی از سنتی به مدرن است که الگوهای فعالیت خانوادگی را دموکراتیک‌تر کرده است (فاضلی و علی‌نقیان، ۱۳۹۰: ۳۱). آزادارمکی نیز به تعیین‌کننده بودن خانواده در سبک‌های زندگی در ایران تأکید کرده و معتقد است خانواده در کنار دیگر خصوصیات سبک زندگی در ایران (که شامل طبقاتی بودن، نسلی بودن و متکثر بودن است) نقش محوری بازی می‌کند (آزادارمکی، ۱۳۸۶: ۳۲) او در تحقیقی که درباره سبک زندگی جوانان مسجد انجام داده دریافت کرده است که جوانانی که از خانواده‌های طبقه متوسط یا بالای مذهبی به بسیج می‌پیوندند و ساختار خانوادگی مشارکتی‌تری را تجربه کرده‌اند رفتارهای متفاوتی با جوانانی دارند که از طبقات کارگری با ساختار خانواده اقتدارطلب بیرون آمده‌اند. گروه اول احتمال دارد جذب شیوه‌های زندگی مذهبی دیگری شوند ولی احتمال فاصله‌گیری از مذهب در میان آنها کمتر است اما احتمال گزینش شیوه‌های زندگی غیرمذهبی در گروه دوم بیشتر است (آزادارمکی و شالچی، ۱۳۸۴: ۱۸۰). می‌توان خانواده‌ها را براساس روابط قدرت میان نقش‌ها به دو نوع خانواده مقتدرانه و دموکراتیک تقسیم کرد. فرزندان خانواده‌هایی که سبک تربیتی مقتدرانه دارند، فرهنگ گفت‌وگو و تفاهم را نمی‌آموزند بلکه فرهنگ دیکته‌شدن و دیکته‌کردن را فرا می‌گیرند اما در خانواده‌های دموکراتیک، مناسبات و ارزش‌های دموکراتیک به معنای به رسمیت شناختن تنوع آرا، حق مخالفت و حریم اشخاص و ارزش‌های فردی و حقوق برابر افراد در برابر اعمال نظر وجود دارد (وحیدا و نیازی، ۱۳۸۳: ۱۲۵). در این تحقیق وجه مقتدرانه یا دموکراتیک روابط درون خانواده و فرایندجامعه‌پذیری مد نظر بوده و سبک تربیتی مقتدرانه و اقناع‌گرایانه مورد توجه قرار گرفته است.

**بررسی تحقیقات انجام شده**

ربانی و شیرینی (۱۳۸۸) تحقیقی در رابطه با اوقات فراغت و هویت اجتماعی انجام داده‌اند. آنها با دو شیوه کمی و کیفی به بررسی مفهوم اوقات فراغت بسان بخشی از مفهوم سبک زندگی پرداخته‌اند. نتایج بیانگر نقش تعیین کننده طبقه اجتماعی در ترکیب همزمان جنسیت با طبقه در خطوط تمایز و تفاوت الگوهای گذران فراغت است. این امر به معنای نفی تفاسیر پست مدرن در تمایزات اجتماعی مبتنی بر مصرف است.

فکوهی و انصاری (۱۳۸۲) دو گروه از دختران دبیرستانی تهران را که دارای طبقات اقتصادی اجتماعی متفاوتی بودند در سبک زندگی فراغتی شان به صورت کیفی بررسی و مقایسه کرده‌اند. آنها دریافته‌اند که گروه اول (طبقه بالا) بیشتر مدرن و گروه دوم (طبقه پایین) بیشتر سنتی است. رویکردها و پایگاه اقتصادی اجتماعی در نوع گذران فراغت اثر دارد و تنوع فراغتی گروه اول را در داخل و خارج از خانه زیاد می‌کند درحالی‌که فراغت گروه دوم کم تنوع و محدود و بیشتر داخل خانه است. همه دختران گروه اول به کافی شاپ می‌روند و همه دختران گروه دوم کار منزل انجام می‌دهند.

ادریسی و دیگران (۱۳۹۱) رابطه سرمایه فرهنگی با الگوهای فراغتی و ذائقه فرهنگی دانشجویان را مطالعه کرده‌اند. آنها با بررسی ۴۰۰ نفر از دانشجویان دانشگاه تهران دریافته‌اند که از میان پنج شیوه فراغتی فکری، اجتماعی، تفریحی - سرگرمی، هنری - فرهنگی و جسمانی بیشترین الگوی فراغتی، تفریحی سرگرمی و جسمانی بوده است. نتایج تحلیل‌ها نشان داده که الگوهای تفریحی سرگرمی و اجتماعی در میان زنان رواج دارد و الگوی تفریحی سرگرمی و جسمانی در متاهلین بیش از مجردین دیده می‌شود.

رفعت‌جاه، رشوند و شهیدی‌زند (۱۳۸۹) فعالیت‌های فراغتی دختران جوان دانشگاه تهران را تبیین کرده‌اند. آنها رابطه ارزش‌ها و نگرش‌ها، سبک مصرف، نوع استفاده از رسانه، میزان پایداری به دین را با نحوه گذران فراغت بررسی کرده‌اند. نتایج نشان می‌دهد که نظارت و ارتباط عاطفی در خانواده و پایگاه اجتماعی اقتصادی آن رابطه‌ای با نحوه گذران فراغت ندارد اما میزان اطلاع خانواده بر آن مؤثر است. میزان اطلاع خانواده و ارزش‌ها و نگرش‌ها بیشترین اثر را بر نحوه گذران فراغت داشته‌اند. نتایج توصیفی نشان داده‌اند که دانشجویان به ارزش‌های مدرن تمایل بیشتری نشان داده‌اند اما با ارزش‌های کاملاً مدرن و ارزش‌های کاملاً سنتی نیز موافق نیستند.

شکوری (۱۳۸۷) در بررسی سبک‌ها و الگوهای فراغتی نشان داده که برخی از الگوهای فراغتی آشکارا مرتبط با جنس هستند. مثلاً الگوی فعالیت فرهنگی که از

فعالیت‌هایی مانند شرکت در کلاس‌های مختلف و مراجعه به کتابخانه‌های عمومی و تخصصی یک سبک زنانه بوده و بیشتر در میان زنان جوان متأهل و غیرشاغل رواج دارد (شکوری، ۱۳۸۷: ۱۳۵). شکوری تأکید کرده که شبکه‌های تجاری ماهواره‌ای که عمدتاً به پخش موسیقی و برنامه‌های سرگرم کننده می‌پردازند بیش از سایر شبکه‌ها توجه جوانان (دختر و پسر) را جلب کرده‌اند و بدون ارتباط با سطح تحصیلات، مخاطب دارند. تغییر سبک زندگی با ازدواج و اشتغال مشاهده می‌شود به صورتی که متأهلین و شاغلین بیشتر از مجردین و غیرشاغلین کانال‌های سیاسی و اطلاعاتی ماهواره را نگاه می‌کنند (شکوری، ۱۳۸۷: ۱۴۲).

ربانی و رستگار (۱۳۸۷) درباره سبک زندگی جوانان و فرهنگ مصرف در شیراز تحقیق کرده‌اند. اطلاعات از ۳۸۴ نفر جوان ساکن شیراز جمع‌آوری شده است. نتایج نشان می‌دهند که میان متغیرهای دینداری، مصرف رسانه‌ای، سرمایه فرهنگی و سن رابطه معناداری وجود دارد. دینداری و سبک زندگی رابطه معکوسی داشته‌اند به این معنا که افرادی که دیندارتر بوده‌اند سبک زندگی سنتی‌تری دارند. پایگاه اقتصادی اجتماعی و جنس با سبک زندگی مصرفی رابطه‌ای نشان نداده یعنی سبک زندگی مصرفی صرف نظر از جنسیت افراد و پایگاه اجتماعی آنها در میان جوانان رواج دارد.

ابراهیمی و پطروودی (۱۳۹۰) اوقات فراغت و سرمایه فرهنگی را در زنان شهرستان جویبار بررسی کرده‌اند. آنها از ۳۸۷ نفر از زنان ۱۵ تا ۶۴ سال سؤالاتی درباره نحوه گذران اوقات فراغتشان (فعال/ غیرفعال) سؤالاتی پرسیده‌اند. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که میانگین مشارکت زنان در اوقات فراغت فعال ۱/۹۱ از ۴ بیشتر از مشارکت در فراغت غیرفعال ۱/۳ از ۴ است. میزان مشارکت زنان در فعالیت‌های فراغتی در جامعه مورد مطالعه در کل پایین‌تر از حد متوسط است. از میان سه بعد سرمایه فرهنگی (عینیت یافته، تجسم یافته و نهادینه شده) دو بعد سرمایه فرهنگی عینیت یافته (مهارت‌های فرهنگی) و نهادینه شده (تحصیلات) تأثیر معناداری بر میزان و نوع مشارکت در فعالیت‌های فراغتی دارند.

کفاشی، پهلوان و عباسی‌نژاد (۱۳۸۹) تأثیر سبک زندگی بر هویت اجتماعی را بررسی کرده‌اند. آنها سبک زندگی را در حوزه‌های غذا، خرید، مدیریت بدن، فراغت، سبک مصرف اندازه گرفته و رابطه آن را با هویت ملی، مذهبی، گروهی، خانوادگی و فردی بین جوانان بابل (۲۵۰ نفر) بررسی کرده‌اند. نتایج این تحقیق نشان داده که رابطه معناداری بین میزان تحصیلات و سن با سبک زندگی و هویت وجود دارد.

کراک و کنوی (۲۰۰۲) روی هویت‌یابی جوانان روستایی در استفاده فراغتی از فضاهای عمومی به روش کیفی کار کرده‌اند. او دریافته که پسران از فضاهای عمومی مانند تئاتر استفاده می‌کنند تا عملکرد مردانه خود را انجام دهند. این عملکرد به شهرت بد آنها می‌انجامد. آنها شرایط جهانی شدن را برای برساخت دوباره محیط روستایی استفاده کرده و دنیای محلی و آگاهی معاصر از خود را پیدا می‌کنند.

وان‌ایک و برگمن (۲۰۰۴) تعدادی از فرضیاتی را که در مورد تغییرات اثر زمینه اجتماعی بر مصرف فرهنگی و دیگر فعالیت‌های حوزه فراغت وجود دارد، آزمون کرده‌اند. آنها دریافته‌اند اثری از کاهش کلی اثرات زمینه اجتماعی دیده نمی‌شود (به جز درآمد و جنسیت) اثرات تحصیلات و سن بیشتر شده‌اند بنابراین جامعه‌پذیری اهمیت زیادی در سبک زندگی دارد. اثر موانع مالی و نقش‌های جنسیتی به نظر کاهش یافته می‌آیند و اثرات وابستگی‌های دینی و سیاسی بدون تغییر باقی مانده‌اند.

نتایج تحقیقات داخلی و خارجی نشان می‌دهد که اولاً متغیرهای زمینه‌ای و ساختاری (جنسیت، سن، پایگاه اقتصادی اجتماعی) اثر مهمی بر الگوهای فراغتی دارند و در ثانی انواع هویت‌های اجتماعی (جنسیتی، ملی، دینی، محلی و...) با این الگوهای فراغتی در رابطه‌اند. تحقیقی که رابطه این دو پدیده را با الگوهای تربیتی در خانواده بررسی کند، مشاهده نشده است. بیشتر تحقیقاتی که درباره سبک تربیتی یا شیوه‌های فرزندپروری انجام شده به ارتباط این متغیر با عملکرد آموزشی، آسیب‌های رفتاری و سلامت روان توجه کرده‌اند و تفاوت‌های شیوه‌های عمل (مانند الگوهای فراغتی) را در نظر نگرفته‌اند.

### چارچوب نظری و فرضیات تحقیق

چارچوب نظری تحقیق نظریه بورديو است که با ملاحظات هویتی نظریه گیدنز با هم در نظر گرفته شده است. سبک زندگی مجموعه فعالیت‌های الگوداری در نظر گرفته می‌شود که حاصل جایگاه کنشگر در ساختار اجتماعی است که سلايق و انتخاب‌های او را شکل می‌دهند و بازنمای هویت‌های او هستند. در واقع انتخاب‌های کنشگران که در مجموع سبک زندگی آنها را در حوزه‌های مختلف زندگی از جمله فراغت می‌سازد حاصل امکانات ساختاری، تجربیات فردی و اجتماعی آنها است که از فیلتر هویت‌های فردی و جمعی گذشته و الگوهای عمل یا سبک زندگی (الگوهای فراغتی) را می‌سازد. از نظر بورديو سلايق و عادت‌واره‌ها که زیربنای انتخاب‌های سبک زندگی (فراغتی)

افراد هستند در جریان تربیت و جامعه‌پذیری شکل می‌گیرند. به همین دلیل نوع روابط والدین و فرزندان در شکل‌گیری عادت‌واره‌ها و در نتیجه سبک زندگی اهمیت دارد. در این تحقیق از میان متغیرهای ساختاری پایگاه اقتصادی اجتماعی به‌عنوان مهم‌ترین متغیر محدودکننده انتخاب‌های سبک زندگی، از میان هویت‌ها، هویت‌های جنیستی، دینی و ملی و بالاخره میزان دموکراتیک بودن سبک تربیتی بررسی شده است. بر این اساس فرضیات زیر آزمون شده‌اند:

- ۱- الگوهای فراغتی با پایگاه اقتصادی اجتماعی خانواده رابطه معنادار دارند.
- ۲- الگوهای فراغتی با هویت جنسیتی جوانان رابطه معنادار دارند.
- ۳- الگوهای فراغتی با هویت دینی (میزان دینداری) جوانان رابطه معناداری دارند.
- ۴- الگوهای فراغتی با هویت ملی جوانان رابطه معناداری دارند.
- ۵- الگوهای فراغتی با میزان دموکراتیک بودن سبک تربیتی در خانواده مبدأ رابطه معناداری دارند.

### ابزار تحقیق و تعریف نظری و عملی متغیرها

**ابزار تحقیق:** در این تحقیق برای جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه استفاده شده است. پرسشنامه تحقیق با استفاده از تعریف نظری متغیرها و تحقیقات پیشین، به‌صورت محقق ساخته تهیه شده است. برای ساختن این سنج‌ها در ابتدا یک آزمون مقدماتی (۱۰۰ پرسشنامه) انجام شده و اعتبار و پایایی سنج‌ها بررسی شده‌اند. اعتبار پرسشنامه با استفاده از اعتبار صوری و تحلیل عاملی (برای الگوهای فراغتی) بررسی شده و پایایی آن با استفاده از آماره آلفای کرونباخ برای هر مقیاس اندازه‌گیری شده است.

**متغیر وابسته (سبک زندگی فراغتی):** سبک زندگی فراغتی در این تحقیق با ارائه لیستی از فعالیت‌هایی که افراد می‌توانند در اوقات فراغت خود انجام دهند اندازه‌گیری شد. پاسخگویان باید مشخص می‌کردند که هر یک از این فعالیت‌ها را چقدر انجام می‌دهند. (طیف لیکرت). ۳۱ فعالیت به پاسخگویان ارائه شد و برای تشخیص الگوهای فعالیت از روش تحلیل عاملی با چرخش واریماکس استفاده شد. ضریب KMO در این تحلیل ۰/۸۰۷ محاسبه شده که نشان دهنده کفایت نمونه است. میزان واریانس بار شده مقدار ۴۵/۳۵ را نشان می‌دهد. فعالیت‌ها در چهار عامل گروه‌بندی شدند که به ترتیب فعالیت‌های فراغتی با خانواده و دوستان (۱۰ فعالیت)، فراغت با محور بدن و سلامتی (۸ فعالیت)، فراغت مذهبی (۴ فعالیت) و فراغت رسانه‌ای (۷ فعالیت) را تشکیل

می‌دهند. جدول ۱ نتایج تحلیل عاملی را نشان می‌دهد. نمره کل هر سبک برای هر پاسخگو در هر سبک فراغتی با استفاده از حاصل جمع نمرات پاسخگو در هر فعالیت ضربدر بارعاملی آن محاسبه شده است.

**پایگاه اقتصادی اجتماعی:** با در نظر گرفتن میزان تحصیلات و رتبه شغلی والدین و میزان درآمد خانواده در ماه اندازه‌گیری شده است. نمره هر پاسخگو در این متغیر از جمع مقادیر استاندارد هر یک از متغیرهای پیش گفته با یکدیگر بدست آمده است.

جدول شماره ۱: بارهای عاملی الگوهای فراغتی سبک زندگی

فعالیت	تفریح با خانواده/ دوستان	فراغت بدن و سلامت	فراغت مذهبی	فراغت رسانه‌ای
سینما، موزه یا مکان‌های دیدنی با خانواده	۰/۶۴			
سینما، موزه یا مکان‌های دیدنی با دوستان	۰/۸۱			
پارک و تفریح‌گاه‌های طبیعی با خانواده	۰/۴۸			
پارک و تفریح‌گاه‌های طبیعی با دوستان	۰/۷۷			
گردش در خیابان با دوستان	۰/۷۱			
کافی شاپ با دوستان	۰/۷۳			
گشت و گذار در اینترنت	۰/۵۵			
مطالعه غیردرسی یا غیرکاری	۰/۳۳			
فعالیت‌های ورزشی	۰/۴۵			
آرایش و اصلاح صورت		۰/۳۰		
توجه به اندام و هیکل		۰/۵۶		
کنترل روزانه وزن		۰/۶۳		
توجه به سود یا ضرر غذاها		۰/۶۹		
چکاپ سالانه		۰/۶۴		
استفاده از تجهیزات ورزشی و زیبایی		۰/۵۸		
توجه به کالری غذاها/ استفاده از مکمل‌ها		۰/۶۶		
کرم‌های زیبایی / آرایشگاه		۰/۶۰		
انجام عبادت‌های مستحب فردی			۰/۶۶	
فعالیت‌های جمعی مذهبی			۰/۶۷	
شرکت در مراسم مذهبی			۰/۷۷	

کمک در برگزاری مراسم مذهبی	۰/۷۸		
استفاده از بازی‌های کامپیوتری	۰/۳۳		
گوش دادن به موسیقی کلاسیک یا سنتی	۰/۴۱		
موسیقی پاپ ایرانی / خارجی	۰/۵۵		
تماشای فیلم	۰/۷۲		
گوش دادن و تماشای رادیو و تلویزیون	۰/۴۴		
تماشای ماهواره	۰/۶۴		
استفاده از پیام کوتاه	۰/۵۵		

**هویت جنسیتی:** هویت جنسیتی به این معنا است که ما خود را از نظر جنسیتی چطور تعریف کرده و ارتباط خود را با محیط چگونه می‌بینیم و چه نگرش و سوگیری نسبت به آن نشان می‌دهیم این مفهوم با استفاده از ۸ گویه در قالب طیف لیکرت اندازه‌گیری شد. ضریب آلفای کرونباخ برای این مقیاس ۰/۶۸ محاسبه شده است.

**هویت دینی:** هویت دینی یا میزان دینداری فرد به معنای میزان پایبندی به آموزه‌های دینی (اسلام) در ابعاد نظری و عملی است. این متغیر با استفاده از الگوی گلاک و استارک در سه بعد اعتقادی، مناسکی و پیامدی با استفاده از ۱۶ گویه در قالب طیف لیکرت اندازه‌گیری شد. ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۹ محاسبه شده است.

**هویت ملی:** هویت ملی به معنای احساس تعلق و وفاداری به عناصر و نمادهای مشترک در اجتماع ملی (جامعه کل) و در میان مرزهای تعریف شده سیاسی است با شاخص‌هایی مانند افتخار به ملیت، توجه به تاریخ و فرهنگ کشور، احساس نزدیکی به هموطنان و دلسوزی برای کشور با استفاده از طیف لیکرت اندازه‌گیری شده است. ضریب آلفای کرونباخ برای این متغیر با ۶ گویه ۰/۷۷ بدست آمده است.

**سبک تربیتی خانواده:** سبک تربیتی خانواده الگوهای رفتاری پدر و مادر با فرزندان در خانواده است. سبک‌های تربیتی می‌تواند اقناع‌گرا یا اقتدارگرا باشد. در خانواده‌های اقناع‌گرا همه افراد به تناسب موقعیت و امکانات خود حق دخالت در امور خانه و اظهار نظر درباره مسائل مختلف را دارند. در خانواده‌های مقتدر فقط یک نفر تصمیم می‌گیرد، هدف تعیین می‌کند، راه نشان می‌دهد، وظیفه افراد را مشخص می‌سازد و امور زندگی را ترتیب می‌دهد (وحیدا و نیازی، ۱۳۸۳: ۱۲۴). در این تحقیق تأثیر خانواده از طریق سبک تربیتی با استفاده از مقیاس وحیدا و نیازی (۱۳۸۳) اندازه‌گیری شد. نمره بالا در



این مقیاس سبک تربیتی اقناع‌گرا یا دموکراتیک و نمره پایین، سبک مقتدرانه را نشان می‌دهد. ضریب آلفای کرونباخ ۱۲ گویه‌ای ۰/۸۱ بدست آمده است.

### روش تحقیق

در این تحقیق از روش پیمایشی استفاده شده است. جامعه آماری جوانان ۲۹-۲۰ سال شیراز هستند. طبق سرشماری سال ۱۳۸۵ در این محدوده سنی در نقاط شهری شیراز تعداد ۳۷۲۹۴۵ نفر زندگی می‌کنند. طبق جدول لین برای جمعیت‌های بالای صد هزار نفر با میزان اطمینان ۹۵ درصد و آلفای ۰/۰۴ و  $p$  و  $q$  ۵۰ درصد، نمونه ۵۹۷ نفر تعیین شد و ۶۲۰ پرسشنامه‌ها با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای با استفاده از نقشه‌های بلوک‌بندی شهر شیراز تکمیل شدند. از هر یک از مناطق شهرداری شیراز بلوک‌هایی به تصادف مشخص شده و در هر بلوک واجد شرایطین به صورت سیستماتیک با فاصله نمونه‌گیری سه‌خانه انتخاب شدند. ۳۳۵ زن و ۲۸۲ مرد با میانگین سنی ۲۴/۱۹ سال که ۳۲٪ آنها متأهل و ۶۶/۲٪ مجرد بوده و ۱/۸ درصد بدون همسرشان زندگی می‌کردند، پرسشنامه تحقیق را تکمیل کردند.

### یافته‌ها

نتایج توصیفی نشان می‌دهد که تنها ۶/۵ درصد از خانواده‌ها سبک تربیتی مقتدرانه داشته‌اند. بیش از نیمی رفتاری بینابین در پیش گرفته و ۳۶/۲ درصد دموکراتیک عمل کرده‌اند. هویت ملی بیش از ۶۱ درصد از پاسخگویان قوی بوده و ۳۵/۵ درصد در حد متوسط نمره گرفته‌اند و تنها ۳/۳ درصد هویت ملی ضعیفی داشته‌اند. نتایج بدست آمده از هویت جنسیتی نشان می‌دهد که ۵/۳ درصد از جوانان نگرش‌های کاملاً سنتی درباره جنسیت داشته‌اند و بیشتر افراد ترکیبی از نظرات سنتی و مدرن را درونی کرده‌اند و نزدیک به یک سوم جمعیت پاسخگویان نیز هویت جنسیتی مدرن دارند. ۷۱/۱ درصد از پاسخگویان هویت دینی قوی دارند و ۲۶/۳ درصد نیز هویت دینی متوسط داشته‌اند. بیشتر نمرات بدست آمده در هویت دینی مربوط به بعد اعتقادی و پیامدی است. به طوری که ۷۲/۳ درصد از پاسخگویان اعتقادات دینی قوی داشته‌اند. اما در بعد مناسکی ۳۱/۴ درصد نماز و روزه واجب خود را ضعیف انجام می‌دهند و ۱۸/۷ درصد در حد متوسط بوده‌اند. در سبک‌های فراغتی می‌توان دید که سبک فراغتی تفریح با خانواده و دوستان تنها در ۴/۶ درصد از پاسخگویان قوی بوده است و در ۳۲/۴ درصد

از آنها در حد متوسط اهمیت داشته و در ۶۳ درصد زیاد استقبال نشده است. سبک زندگی رسانه‌ای در ۳۴/۲ درصد کم اقبال در ۵۳/۶ درصد از پاسخگویان در حد متوسط و برای ۱۲/۳ درصد از پاسخگویان اهمیت زیادی داشته است. سبک فراغتی مذهبی برای بیش از نیمی از پاسخگویان (۵۱/۳ درصد) در حد متوسط و برای ۳۷/۲ درصد در حد کم و برای ۱۱/۴ درصد به اندازه زیادی جذابیت داشته است. توجه به بدن و سلامتی ۱۴/۸ درصد از پاسخگویان را بسیار به خود مشغول داشته است. ۶۰/۱ درصد در حد متوسط به آن اهمیت داده‌اند و ۲۵ درصد نیز اهمیت کمی به فعالیت‌های مربوط به زیبایی بدن و سلامتی آن می‌دهند.

جدول شماره ۲: نتایج مقایسه میانگین سبک‌های فراغتی بین زنان و مردان با استفاده از آزمون t مستقل

Sig	t	میانگین	فراوانی	جنسیت	متغیر
۰/۰۰۰	۴/۱۸	۱۳/۹۶	۳۱۹	زن	سبک بدن محور و سلامتی
		۱۲/۷۱	۲۷۰	مرد	
۰/۰۰۴	-۱/۵۸	۷/۴۹	۳۲۴	زن	سبک مذهبی
		۷/۸۲	۲۷۲	مرد	
۰/۰۱۸	-۲/۳۸	۹/۶۲	۳۰۰	زن	سبک رسانه‌ای
		۱۰/۱۸	۲۶۴	مرد	
۰/۰۰۰	-۶/۶۲	۱۰/۴۸	۳۱۲	زن	سبک تفریح خانوادگی
		۱۲/۷۲	۲۷۱	مرد	

جدول شماره ۲ نشان می‌دهد که زنان و مردان در استفاده از این سبک‌های فراغتی تفاوت معناداری با هم دارند. نتایج نشان می‌دهند که در سبک فراغتی بدن محور زنان بیش از مردان و در بقیه سبک‌های فراغتی مردان بیشتر از زنان فعال هستند. برای بررسی فرضیات از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است. جدول ۳ نتایج این آزمون را برای بررسی رابطه پایگاه اقتصادی اجتماعی، هویت‌ها و سبک تربیتی با سبک‌های فراغتی نشان می‌دهد. نتایج ضریب همبستگی پیرسون نشان می‌دهد که سبک فراغتی خانوادگی با پایگاه اقتصادی اجتماعی، هویت جنسیتی سنتی، هویت ملی و دینی رابطه معناداری دارد. هویت ملی و دینی با این سبک فراغتی رابطه منفی دارد. سبک رسانه‌ای با همه هویت‌ها رابطه منفی و معناداری دارد. سبک مذهبی با

هویت‌ها رابطه مثبت و معناداری نشان داده اما قوی‌ترین رابطه را با هویت دینی نشان داده است. سبک فراغتی بدن محور فقط با هویت جنسیتی سنتی رابطه منفی و معناداری داشته و با بقیه هویت‌ها رابطه‌ای نشان نداده است. رابطه مثبتی نیز با سبک تربیتی خانواده دارد. سبک تربیتی خانواده با سبک مذهبی و سبک بدن رابطه مثبتی نشان داده اما با سبک خانوادگی و رسانه‌ای رابطه نداشته است. به جز رابطه هویت دینی و ملی با سبک زندگی مذهبی، بقیه ضرایب همبستگی شدت کمی داشته و ضعیف هستند. شدت رابطه هویت دینی و سبک فراغتی رسانه‌ای هم نسبتاً قابل توجه است.

جدول شماره ۳: ضریب همبستگی پیرسون بین سبک‌های فراغتی، پایگاه اقتصادی اجتماعی،

هویت‌ها و سبک تربیتی خانواده

متغیر	سبک خانوادگی	سبک رسانه‌ای	سبک مذهبی	سبک بدن
پایگاه اقتصادی اجتماعی	۰/۲۳۸**	۰/۰۷۹	-۰/۰۶۱	-۰/۰۴۷
هویت جنسیتی سنتی	۰/۰۸۴*	-۰/۱۰*	۰/۱۴۷*	-۰/۰۹۴*
هویت ملی	-۰/۱۸۱**	-۰/۱۱۳**	۰/۳۱۲**	۰/۰۰۷
هویت دینی	-۰/۱۹۹**	-۰/۲۴۱**	۰/۵۱۱**	-۰/۰۶۰
سبک تربیتی	۰/۰۱۱	-۰/۰۲۷	۰/۰۸۸*	۰/۱۸۸*

این نتایج نشان می‌دهد که الگوهای فراغتی با هویت‌ها ارتباط دارند و فرضیات ۲ تا ۴ تأیید شده است. اما شدت رابطه‌ها زیاد نیست. فرضیه ۱ فقط در مورد سبک تفریح با خانواده تأیید شده است. درباره سبک تربیتی نیز می‌توان دید که این فرضیه تا حدی تأیید شده به صورتی که توجه سبک زندگی مذهبی و بدن و سلامتی با دموکراتیک شدن تربیت افزایش می‌یابد. اما ارتباطی با سبک تفریح خانوادگی و سبک رسانه‌ای ندارد. برای دسته‌بندی پاسخگویان با توجه به سبک‌های زندگی از تحلیل خوشه‌ای سلسله مراتبی با روش اتصال بین گروهی استفاده شده است. این آماره پاسخگویان یا متغیرها را براساس متغیرهایی که به آن داده می‌شود به صورت گروه‌های همگن در می‌آورد. نتایج حاصل از کاربرد این آماره، دو خوشه جداگانه از پاسخگویان را نشان داد که با استفاده از متغیرهای سبک زندگی بدست آمده بودند. برای مقایسه این دو خوشه از نظر متغیرهای تحقیق میانگین این متغیرها با استفاده از آماره t مستقل با هم مقایسه شدند. در این تحقیق خوشه‌های پاسخگویان براساس متغیرهای هویتی (ملی و دینی)، الگوهای فراغتی (چهارالگو) و سبک تربیتی خوشه‌بندی شده‌اند. جدول بعد نتایج این آماره را نشان می‌دهد.

نتایج بدست آمده در جدول ۴ نشان می‌دهد که این دو خوشه در سبک زندگی مذهبی، هویت سنتی جنسیتی و سبک تربیتی تفاوت معناداری با هم ندارند اما در بقیه متغیرها با هم فرق می‌کنند به طوری که خوشه ۱ پاسخگویانی هستند که پایگاه اقتصادی اجتماعی خانواده‌شان پایین‌تر است و هویت ملی و دینی قویتری نسبت به خوشه دوم دارند. زنان درصد بیشتری از آنها را تشکیل می‌دهند (۵۸/۶۴٪) و در کل بیشتر پاسخگویان در این خوشه قرار گرفته‌اند (۷۳/۸۹٪).

جدول شماره ۴: نتایج مقایسه میانگین متغیرهای تحقیق با استفاده از آزمون t مستقل

متغیر	خوشه‌ها	فراوانی	میانگین	t	Sig
پایگاه اقتصادی اجتماعی خانواده	خوشه ۱	۳۵۰	-۰/۰۴	-۳/۱۸	۰/۰۰۲
	خوشه ۲	۱۲۱	۰/۷۹		
سبک بدن محور و سلامتی	خوشه ۱	۳۸۲	۱۳/۰۸	-۳/۲۰	۰/۰۰۳
	خوشه ۲	۱۳۵	۱۴/۰۸		
سبک مذهبی	خوشه ۱	۳۸۲	۷/۵۰	-۱/۱۱	۰/۲۶۷
	خوشه ۲	۱۳۵	۷/۸۰		
سبک رسانه‌ای	خوشه ۱	۳۸۲	۹/۴۱	-۶/۵۵	۰/۰۰۰
	خوشه ۲	۱۳۵	۱۱/۱۷		
سبک تفریحی با خانواده و دوستان	خوشه ۱	۳۸۲	۹/۶۶	۲۶/۲۸	۰/۰۰۰
	خوشه ۲	۱۳۵	۱۷/۰۷		
هویت دینی	خوشه ۱	۳۶۴	۶۴/۲۲	۴/۶۳	۰/۰۰۰
	خوشه ۲	۱۲۹	۵۹/۱۹		
هویت سنتی جنسیتی	خوشه ۱	۳۶۱	۲۰/۸۵	-۱/۳۳	۰/۱۸۴
	خوشه ۲	۱۲۷	۲۱/۶۴		
هویت ملی	خوشه ۱	۳۷۵	۲۴/۲۴	۴/۵۶	۰/۰۰۰
	خوشه ۲	۱۳۳	۲۲/۰۷		
سبک تربیتی	خوشه ۱	۳۵۳	۴۲/۳۶	۰/۳۵۷	۰/۷۲۱
	خوشه ۲	۱۲۵	۴۲/۰۹		

خوشه دوم پایگاه اقتصادی اجتماعی بالاتر، سبک بدن محور و سلامتی در زندگیشان پررنگ‌تر است، به سبک فراغتی رسانه‌ای اهمیت زیادی می‌دهند و با خانواده

و دوستانشان زیاد به تفریح می‌روند، مردان در این خوشه تعداد بیشتری را به خود اختصاص داده‌اند (۶۳/۷۰٪) و از مجموع پاسخگویان ۲۶/۱٪ در این خوشه جای گرفته‌اند. سبک زندگی مذهبی در این دو خوشه تفاوت معناداری ندارد. با توجه به نتایج توصیفی به نظر می‌رسد سبک زندگی مذهبی در میان جوانان با اقبال متوسط، هویت جنستی تقریباً مدرن و سبک تربیتی خانواده‌ها درجاتی از دموکراسی و اقناع‌گرایی را نشان می‌دهد و این متغیرها ویژگی تمایز بخشی در مورد سبک زندگی ندارند. جدول ۵ ضرایب همبستگی بین سبک‌های زندگی و هویت‌ها را به تفکیک خوشه‌ها نشان می‌دهد. نتایج جدول ۵ نشان می‌دهد که سبک تربیتی در خانواده در خوشه اول با همه سبک‌های فراغتی رابطه معناداری دارد. هر چه سبک تربیتی اقناع‌گراتر باشد، سبک فراغتی بدن‌محور و سلامتی، سبک مذهبی و سبک تفریح خانوادگی بیشتر و سبک رسانه‌ای کمتر استفاده می‌شود. هر چه فرد هویت جنسیتی سنتی‌تری داشته باشد کمتر به فعالیت‌های بدن و سلامتی توجه می‌کند و سبک مذهبی را بیشتر انجام می‌دهد. اما این هویت با دیگر سبک‌های فراغتی رابطه معناداری نشان نداده است. هویت‌های دینی و ملی سبک فراغتی مذهبی را تقویت کرده و سبک فراغتی رسانه‌ای را تضعیف می‌کند و ارتباطی با سبک‌های بدن‌محور و تفریح با خانواده و دوستان ندارند. با کنترل پایگاه اقتصادی اجتماعی رابطه هویت دینی با سبک بدن‌معنادار و رابطه هویت جنسیتی با آن بی‌معنا شده است. شدت روابط در سبک مذهبی افزایش یافته و در سبک رسانه‌ای کاهش یافته و ارتباط خود را با سبک تربیتی از دست داده است.

در خوشه دوم سبک فراغتی بدن‌محور و سبک رسانه‌ای با هویت مذهبی رابطه منفی دارد. سبک مذهبی با هویت‌های ملی و دینی و هویت سنتی جنسیتی رابطه مثبت دارد، سبک رسانه‌ای با هویت دینی و جنسیتی سنتی رابطه منفی و با سبک تربیتی و هویت ملی رابطه مثبت دارد یعنی هر چه سبک تربیتی اقناع‌گراتر باشد سبک رسانه‌ای بیشتر استفاده می‌شود و سبک تفریح با خانواده با هویت دینی رابطه‌ای نداشته و با هویت ملی و سبک تربیتی رابطه منفی و معناداری دارد. این سبک با سبک جنسیتی سنتی رابطه مثبت و معناداری را نشان داده است. بعد از کنترل پایگاه اقتصادی اجتماعی هویت دینی و سبک بدن و سبک رسانه‌ای رابطه خود را از دست داده‌اند. روابط سبک مذهبی و هویت‌ها با شدت کمتری ظاهر شده‌اند. هویت ملی و سبک رسانه‌ای رابطه مثبتی پیدا کرده‌اند و این سبک با هویت جنسیتی و سبک تربیتی رابطه‌ای نشان نداده است.

جدول شماره ۵: ضریب همبستگی پیرسون بین سبک‌های فراغتی، هویت‌ها و سبک تربیتی به تفکیک خوشه‌ها قبل و بعد از کنترل پایگاه اقتصادی اجتماعی

خوشه‌ها	سبک‌های فراغتی	هویت دینی		هویت ملی		هویت جنسیتی سنتی		سبک تربیتی	
		قبل	بعد	قبل	بعد	قبل	بعد	قبل	بعد
خوشه ۱	سبک بدن محور و سلامتی	۰/۰۴۷	۰/۰۹۰**	۰/۰۳۲	۰/۰۷۵	-	۰/۰۱۰*	-	۰/۰۳۰**
	سبک مذهبی	۰/۰۵۲۹**	۰/۰۳۰۶**	۰/۰۳۰۶**	۰/۰۳۵۰**	۰/۰۲۲*	۰/۰۱۲*	۰/۰۲۷*	۰/۰۳۳*
	سبک رسانه‌ای	-۰/۰۲۰۸*	-۰/۰۱۴۲*	-۰/۰۱۴۷**	-۰/۰۱۳۲*	-۰/۰۰۷۴	-۰/۰۰۶	-۰/۰۰۹۷	-۰/۰۰۹
	تفریح با خانواده و دوستان	-۰/۰۲۸	۰/۰۰۷۵	۰/۰۰۴	۰/۰۲۰	۰/۰۰۶	-۰/۰۰۱۸	۰/۰۴۴**	۰/۰۵۴**
خوشه ۲	سبک بدن محور و سلامتی	-۰/۰۲۵۸*	-۰/۰۱۶۲	-۰/۰۰۵۱	-۰/۰۱۳۵	-۰/۰۰۶۷	-۰/۰۰۸۰	-۰/۰۰۲۳	-۰/۰۰۰۶
	سبک مذهبی	۰/۰۵۱۹**	۰/۰۵۰۷**	۰/۰۳۳۲**	۰/۰۲۹۳**	۰/۰۲۵۱**	۰/۰۳۳۶**	۰/۰۳	-۰/۰۰۷
	سبک رسانه‌ای	-۰/۰۱۳۲*	-۰/۰۱۳۳	۰/۰۱۰۵	۰/۰۲۰۹*	-۰/۰۲۵۲**	-۰/۰۱۵۸	۰/۰۱۹۲**	۰/۰۱۹۵
	تفریح با خانواده و دوستان	-۰/۰۱۶۲	-۰/۰۰۱۶	-۰/۰۲۶۰**	-۰/۰۳۰۱**	۰/۰۲۰۵**	۰/۰۱۱۷	-۰/۰۲۲۰*	-۰/۰۲۳۰*

### نتیجه‌گیری

نتایج این تحقیق نشان دهنده چند نکته نظری و تجربی است. اول این که هویت ملی و دینی جوانان به هم وابسته است و همبستگی بالایی دارد. جوانان دیندارتر در این تحقیق جوانانی هستند که هویت ملی قوی‌تری هم دارند. روندهای مشاهده شده در روابط بین متغیرها نیز این همسویی را تأیید می‌کند. تنها جایی که هویت دینی و ملی همسو عمل نمی‌کنند در خوشه دوم پاسخگویان است که

در آن سبک تفریح جمعی با خانواده و دوستان، با هویت ملی رابطه منفی داشته و هویت دینی رابطه‌ای با آن نشان نداده است.

دوم از میان سبک‌های فراغتی، سبک رسانه‌ای و بدن محور و سلامتی سبک‌های فراغتی مدرن و سبک مذهبی، سنتی محسوب می‌شود. سبک تفریحات خانوادگی با توجه به فعالیت‌های تشکیل دهنده آن تفریحات فرهنگ بالا را نشان می‌دهد. نتایج توصیفی نشان می‌دهند که میزان اقبال به سبک‌های فراغتی جدید در میان جوانان بیشتر از سبک‌های فراغتی سنتی است. این نتایج با یافته‌های ربانی و رستگار (۱۳۸۷) و رفعت‌جاه، رشوند و شهیدی (۱۳۸۹) همسو است.

سوم وزن دوستان نسبت به خانواده در سبک تفریح با خانواده و دوستان و وزن سلامتی نسبت به بدن در سبک بدن و سلامتی و وزن فیلم و ماهواره نسبت به بازی، موسیقی سنتی / کلاسیک و رادیو و تلویزیون در سبک رسانه‌ای بیشتر است که اهمیت نسبی هر یک از این مؤلفه‌ها را در سبک زندگی جوانان نشان می‌دهد.

چهارم سبک تربیتی اقناع‌گرا در دو خوشه فراغتی مشخص شده در میان جوانان تفاوت معناداری ندارد. این امر نشان می‌دهد که سبک تربیتی خانواده در سبک‌های فراغتی خاصیت متمایز کنندگی ندارد اما در درون هر خوشه (و بعد از دسته‌بندی بر اساس سبک‌ها) برخی از سبک‌های فراغتی را تقویت و برخی را کاهش می‌دهد. سبک تربیتی در خوشه اول که اکثریت پاسخگویان را دربرمی‌گیرد رابطه مثبتی با سبک‌های فراغتی (جز سبک رسانه‌ای) دارد هر چه روابط داخل خانواده بین والدین و فرزندان دموکراتیک‌تر باشد فعالیت‌های مدرن و مشارکتی افزایش خواهد داشت. بدلیل به رسمیت شناختن هویت‌های فردی و استقلال افراد در خانواده سبک‌های مدرنی مثل بدن و سلامتی تقویت می‌شوند و بدلیل مشارکتی بودن امور خانواده سبک‌های فراغتی مشارکتی مثل تفریح با دوستان و خانواده افزایش می‌یابد. در خوشه اول سبک فراغتی مذهبی با این نوع سبک تربیتی نیز قدرت می‌گیرد. همان‌طور که آزادارمکی و شالچی (۱۳۸۴) اشاره کرده‌اند، جوانانی که سبک تربیتی مشارکتی‌تری را تجربه کرده باشند، رفتارهای متفاوتی در سبک‌های مذهبی با دیگران دارند. اما این رابطه در خوشه دوم که پایگاه اجتماعی اقتصادی بالاتری دارند مشاهده نمی‌شود.

پنجم هویت دینی با سبک‌های فراغتی مدرن (سبک رسانه‌ای و سبک بدن محور) در کل پاسخگویان و در هر خوشه رابطه منفی و معناداری دارد. این امر نشان می‌دهد که هویت دینی موجود با سبک‌های سنتی هماهنگی بیشتری دارد و این امر بدلیل غلبه

قرائت‌های سنتی از دینداری است. سبک رسانه‌ای یکی از سبک‌های مهم در دنیای امروزی است که جوانان هر روز بیش از پیش به آن توجه می‌کنند. این نتایج نشان می‌دهد که برای تقویت هویت دینی جوانان باید به رسانه‌های جهانی و ارتباط آن با دینداری توجه بیشتری نشان داد. باید قرائت‌هایی از دینداری در جامعه رواج یابد که با این سبک مهم فراغتی ارتباط نزدیکتری برقرار کند.

ششم اهمیت پایگاه اقتصادی اجتماعی خانواده در گزینش فعالیت‌های فراغتی بسیار زیاد است. به نظر می‌رسد الگوی فراغتی مشاهده شده بیشتر با نظریه بورديو هماهنگ باشد تا نظریه گیدنز. یعنی جایگاه طبقاتی فرد است که سلايق و امکانات او را برای گزینش فعالیت‌های فراغتی مشخص می‌کند و معمولاً افراد در محدوده‌های طبقاتی خود عمل می‌کنند. بیشتر فعالیت‌های لیست شده در این تحقیق را همه خانواده‌ها با هر سطح امکانات اقتصادی می‌توانند انجام دهند، اما انجام این فعالیت‌ها بیش از این‌که با هویت افراد مرتبط باشد با پایگاه اقتصادی اجتماعی خانواده‌ای که در آن بزرگ و تربیت شده‌اند مرتبط است. این امر نشان می‌دهد همان‌گونه که بورديو اشاره کرده سلیقه‌ها و خلق و خوهایی که باعث تفاوت افراد در انتخاب فعالیت فراغتی می‌شود در خانواده و با توجه به سلايق و خلق و خوهای طبقاتی شکل گرفته است. همین خلق و خوهای اولیه هویت‌ها را شکل داده و از رهگذر آنها انتخاب‌های فراغتی شکل می‌گیرند. بنابراین نتایج این تحقیق می‌تواند تأییدی بر نظریه بورديو در ایران فراهم کند. این نتایج با یافته‌های فکوهی و انصاری (۱۳۸۲) همسو است اما با نتایج رفعت‌جاه، رشوند و شهیدی (۱۳۸۹) هماهنگی ندارد. به نظر می‌رسد این عدم هماهنگی بدلیل شرایط خاص فراغت در دانشگاه و استفاده از امکانات دانشگاه باشد.

هفتم بررسی تمایزات جنسیتی نشان از تفاوت جنسیتی در همه سبک‌های فراغتی دارد. زنان در همه سبک‌ها غیر از سبک فراغتی مربوط به بدن و سلامتی کمتر از مردان فعال هستند. سبک فراغتی بدن محور نیز بدلیل توجه بیشتر زنان به زیبایی و کنترل بدن در میان زنان پراهمیت‌تر است. این اهمیت بیشتر به معنای بی‌توجهی مردان به کنترل بدن و سلامتی نیست بلکه مشغولیت بیشتر زنان به آن را نشان داده است. در بقیه سبک‌های فراغتی مردان بدلیل امکانات و گشودگی ساختاری بیشتری که در اختیار دارند، فعال‌تر عمل می‌کنند چون بیشتر فعالیت‌های این سبک‌های فراغتی مستلزم مشارکت در فضای عمومی، استفاده از امکانات یا وقت آزاد است که بیشتر در اختیار مردان قرار دارد. حتی در زمینه سبک زندگی مذهبی با وجود این‌که هویت مذهبی زنان



در مجموع قوی‌تر از مردان است اما مشارکت آنها در این سبک فراغتی از مردان کمتر است. تحقیقات انجام شده در ایران تمایزات جنسیتی در سبک زندگی و فراغتی را تأیید می‌کنند (ربانی و شیری، ۱۳۸۸؛ ادیسی و دیگران، ۱۳۹۱ و شکوری، ۱۳۸۷).

هشتم سبک رسانه‌ای در هر دو خوشه بعد از کنترل پایگاه اقتصادی اجتماعی رابطه‌ای با سبک تربیتی ندارد. این امر نشان می‌دهد که این سبک بیشتر تحت تأثیر پایگاه است تا ارتباط افراد درون خانواده. به نظر می‌رسد سبک رسانه‌ای بیشتر سرمایه فرهنگی خانواده را منعکس می‌کند و در این مورد نیز نظریه بورديو تأیید شده است.

در مجموع می‌توان گفت که سبک‌های فراغتی تحت تأثیر هویت‌های دینی و جنسیتی (بیش از هویت ملی) قرار دارند و این هویت‌ها ملاک انتخاب عمل افراد در حوزه فراغت هستند. برخی از فعالیت‌های فراغتی مانند فعالیت‌های مربوط به بدن و سلامتی گسترش زیادی بین جوانان دارند و در طبقات بالا و متوسط و در میان زنان گسترش یافته‌اند و برخی مانند سبک رسانه‌ای در پایگاه‌های اقتصادی اجتماعی بالاتر با تنوع رسانه‌ای بیشتری مورد استفاده قرار می‌گیرند. میزان اهمیت هر مؤلفه در سبک‌های زندگی نشان دهنده علاقمندی نسل جوان به ارتباط با دوستان و کاهش اهمیت روابط خویشاوندی، اهمیت بیش از پیش فیلم و تماشای ماهواره که جهت‌گیری مصرف فرهنگی به سوی فرهنگ جهانی را نشان می‌دهد و توجه روز افزون به سلامتی و بدن است. این روندها باید در برنامه‌ریزی فرهنگی برای جوانان مورد توجه قرار گیرد.

## منابع

- آزادارمکی، تقی (۱۳۸۶)؛ «الگوهای سبک زندگی در ایران»، در حاجیانی، ابراهیم (ویرایش) *الگوهای سبک زندگی ایرانیان*، تهران: پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.
- آزادارمکی، تقی؛ شالچی، وحید (۱۳۸۴)؛ «دو جهان ایرانی مسجد و کافی شاپ»، *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، سال اول، ش ۴، صص ۱۶۳-۱۸۳.
- ابراهیمی، قربانعلی؛ پطرودی، رقیه (۱۳۹۰)؛ «اوقات فراغت، سرمایه فرهنگی و زنان، مطالعه موردی شهرستان جویبار»، *زن در توسعه و سیاست*، دوره ۹، ش ۴، صص ۷۳-۹۱.
- ابراهیمیان، فرشید (۱۳۸۳)؛ «مکتب فرانکفورت (دیالکتیک منفی) و انسان از خود بیگانه»، *صحنه*، ش ۳۸، صص ۱۰-۱۲.
- ادیسی، افسانه؛ رحمانی خلیلی، احسان؛ حسینی امین، نرگس (۱۳۹۱)؛ «سرمایه فرهنگی خانواده و ذائقه فراغتی دانشجویان با رویکرد نظری بوردیو، مطالعه دانشجویان دانشگاه تهران»، *فصلنامه جامعه‌شناسی مطالعات جوانان*، س ۲، ش ۵، صص ۲۷-۵۰.
- افشار، بابک (۱۳۸۵)؛ «بیگانه در آکادمی: گئورگ زیمل و مطالعات فرهنگی»، *خردنامه همشهری*، ش ۳، صص ۴۸-۵۰.
- بوردیو، پیر (۱۳۸۱) [۱۹۷۲]؛ *نظریه کنش*، ترجمه مرتضی مردیها، تهران: نقش و نگار.
- بوردیو، پیر (۱۳۹۰) [۱۹۷۹]؛ *تمایز*، ترجمه حسن چاووشیان، تهران: ثالث.
- ربانی، رسول؛ رستگار، یاسر (۱۳۸۷)؛ «جوان، سبک زندگی و فرهنگ مصرفی»، *ماهنامه مهندسی فرهنگی*، س ۳، ش ۲۳ و ۲۴، صص ۴۴-۵۳.
- ربانی، رسول؛ شبیری، حامد (۱۳۸۸)؛ «اوقات فراغت و هویت اجتماعی»، *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، دوره ۲، ش ۸، صص ۲۰۹-۲۴۲.
- رفعت‌جاء، مریم (۱۳۹۰)؛ «فراغت و ارزش‌های فرهنگی»، *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، دوره ۴، ش ۱، صص ۱۵۹-۱۹۰.
- رفعت‌جاء، مریم؛ رشوند، مرجان؛ رشیدی‌زند، مریم (۱۳۸۹)؛ «تبیین جامعه‌شناختی فعالیت‌های فراغتی دختران جوان»، *مطالعات راهبردی زنان*، س ۱۳، ش ۵۰، صص ۲۹-۸۰.
- شکوری، علی (۱۳۸۷)؛ «سبک‌ها و الگوهای فراغتی در میان بخشی از جوانان شهر تهران»، *فصلنامه مطالعات جوانان*، س ۵، ش ۱۳، صص ۱۲۷-۱۴۹.
- فاضلی، محمد (۱۳۸۲)؛ *مصرف و سبک زندگی*، قم: صبیح صادق.
- فاضلی، نعمت‌الله (۱۳۸۵)؛ «جوانان و انقلاب سبک زندگی»، *رشد آموزش علوم انسانی*، دوره ۹، ش ۴، صص ۲۱-۳۱.
- فاضلی، نعمت‌الله؛ علی‌نقیان، شیوا (۱۳۹۰)؛ «گونه‌شناسی الگوهای در حال ظهور زندگی خانوادگی در شهر تهران»، زنان و زندگی شهری، قابل دسترسی در آدرس [www.wul.ir/image/pdf/articl-dr-fazeli.pdf](http://www.wul.ir/image/pdf/articl-dr-fazeli.pdf).
- فکوهی، ناصر؛ انصاری مهابادی، فرشته (۱۳۸۲)؛ «اوقات فراغت و شخصیت فرهنگی نمونه موردی دو دبیرستان دخترانه شهر تهران»، *نامه‌انسان‌شناسی*، دوره اول، ش ۴، صص ۶۱-۸۹.
- کفاشی، مجید؛ پهلوان، منوچهر؛ عباس‌نژاد عربی، کاظم (۱۳۸۹)؛ «بررسی تأثیر سبک زندگی بر هویت اجتماعی، مطالعه جوانان ۱۵-۲۹ سال شهر بابل»، *فصلنامه پژوهش اجتماعی*، س ۳، ش ۹، صص ۱۱۷-۱۳۹.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۷) [۱۹۸۴]؛ *پیامدهای مدرنیت*، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: مرکز.

- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸) [۱۹۹۱]: *تجدد و تشخیص، جامعه و هویت شخصی در عصر جدید*، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نی.
- معینی فر، حشمت‌السادات؛ محمدخانی، نجمه (۱۳۹۰): «بازنمایی الگوی مصرف یک خانواده آمریکایی به نام سیمپسون‌ها در اوقات فراغت»، *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، دوره ۴، ش ۱، صص ۱۰۵-۱۲۸.
- وبر، ماکس (۱۳۸۲) [۱۹۴۸]: *دین، قدرت، جامعه*، ترجمه احمد تدین، تهران: هرمس.
- وحید، فریدون؛ نیازی، محسن (۱۳۸۳): «تأملی در مورد رابطه بین ساختار خانواده و مشارکت اجتماعی در شهر کاشان»، *نامه علوم اجتماعی*، دوره ۳، ش ۳، صص ۱۱۷-۱۴۵.
- هورکهایمر، ماکس؛ آدورنو، تئودور (۱۳۸۰) [۱۹۲۷]: «صنعت فرهنگ‌سازی، روشنگری به مثابه فریب توده‌ای»، ترجمه مراد فرهادپور، *ارغنون*، س ۸، ش ۱۸، صص ۳۵-۸۵.
- هی وود، لس؛ اسپینک، جان؛ راهام، پیر؛ کاپنهارست، جان؛ کیو، فرانسیس؛ هنری، یان (۱۳۸۴): *اوقات فراغت*، ترجمه محمد احسانی، تهران: امید دانش.
- Elder-Vass D. (2007); "Reconciling Archer and Bourdieu in the Emergentist Theory of Action", *Sociological Theory*, Vol. 25, No. 4, PP 325-346.
- Kraack A. and Kenway J. (2002); "Place, time and stigmatized youthful identities: Bad boys in the paradise", *Journal of Rural Studies*, Vol. 18, Issue. 2, PP 145-156.
- Lash S. (1987); *The End of Organized Capitalism*, Cambridge, Polity.
- Lash S. and Urry J. (1994); *Economies of Signs and Space*, Sage Publication.
- Shortell T. (2013); "Weber's Theory of Social Class", Available in [www.booklysoc.org/courses/43.1/weber.html](http://www.booklysoc.org/courses/43.1/weber.html)
- Simmel G. (1950); "The Metropolis and Mental Life", in Wolff (eds) *The Sociology of Georg Simmel*, Free Press, PP 407-424.
- Van Eijck K. and Bargeman B. (2004); "The Changing Impact of Social Background on Lifestyle: 'Culturalization' instead of 'Individualization'?", *Poetics*, Vol 32, PP 439-461.
- Veal A. J. (2002); "Leisure culture and lifestyle", *society and leisure*, Vol 24, No. 2, PP 359-376.
- Wynne D. (1998); *Leisure, Lifestyle and the New Middle Class*, Rutledge, London & New York.

