

رابطه بین نحوه گذران اوقات فراغت و هویت ملی جوانان شهر تهران

دکتر باقر ساروخانی^{*۱}

محمد میرزایی ملکیان^{**}

چکیده

هدف این مقاله، بررسی رابطه بین نحوه گذران اوقات فراغت و هویت ملی جوانان شهر تهران است. چارچوب نظری این پژوهش، تئوری کنش متقابل نمادین و نظریه گیدنز است. جامعه مورد مطالعه، کلیه جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله شهر تهران بوده که تعداد ۴۰۷ نفر بعنوان حجم نمونه انتخاب شده است. از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای استفاده شده و پس از بررسی اعتبار و روایی پرسشنامه، با روش پیمایشی، اطلاعات لازم جمع‌آوری و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. تعداد هفت فرضیه مورد بررسی قرار گرفته و نتایج بدین شرح به دست آمد: فراغت مجازی، فراغت ورزشی و فراغت ماهواره محور، در هویت ملی تاثیر منفی و معکوسی داشته است. فراغت مذهبی در هویت ملی تاثیر مثبت و مستقیم داشته است. فراغت فرهنگی، فراغت عامیانه، تحصیلات و سن در هویت ملی، تاثیری ندارد. جنسیت، وضعیت تاهل، منطقه سکونت و شغل در هویت ملی تاثیر دارد. مجموع این متغیرها ۵۱/۵ درصد از تغییرات هویت ملی جوانان را تبیین می‌کنند.

واژه‌های کلیدی: اوقات فراغت، فراغت مجازی، فراغت فرهنگی، فراغت عامیانه، فراغت ورزشی، فراغت مذهبی، هویت ملی

Email: saroukhani@yahoo.com

Email: malekiyan2711@yahoo.com

* استاد جامعه‌شناسی دانشگاه تهران و واحد علوم و تحقیقات.

** دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی مسائل اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی.

طرح مسأله

اوقات فراغت یکی از پدیده‌هایی است که توجه بسیاری از صاحب‌نظران به ویژه جامعه‌شناسان و متخصصان علوم اجتماعی را به خود جلب کرده است. جامعه‌شناسان، فراغت را واقعیتی کاملاً تازه تصور می‌کنند که در نتیجه انقلاب صنعتی و توسعه اجتماعی و اقتصادی جهان امروز پدید آمده است. امروزه فعالیتهای اوقات فراغت از چنان اهمیتی برخوردار شده است که کارشناسان از آن به مثابه آیین فرهنگی یاد می‌کنند. در این معنا، چگونگی گذران اوقات فراغت افراد یک جامعه به میزان زیادی معرف خصوصیات فرهنگی آن جامعه است.

در دهه‌های اخیر، جامعه‌شناسان اوقات فراغت و صاحب‌نظران «مطالعات فرهنگی» با پیوند مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده اوقات فراغت با هویت اجتماعی، افقی نوین در این عرصه پژوهشی گشوده‌اند. تحلیل نقش اوقات فراغت در فضای مدرن و رابطه آن با هویت اجتماعی، نشانگر افزایش اهمیت فراغت در جامعه معاصر است. از این منظر، مطالعه اوقات فراغت، افزون بر فراهم ساختن بستر مناسب برای برنامه‌ریزیهای فرهنگی و اجتماعی - که این مهم به ویژه در جامعه جوان ایران از اهمیتی مضاعف برخوردار است - این امکان را فراهم می‌سازد تا در پرتو نظریه‌های مختلف و سنجش ارتباط آن با دیگر متغیرهای اجتماعی الگوی نظری مناسبی برای تحقیق در این عرصه ارائه گردد. ویژگی دوران مدرن، تنوع الگوهای گذران اوقات فراغت است. تماشای مسابقات و انجام فعالیتهای متنوع ورزشی، استفاده روزافزون از رسانه‌ها (تلویزیون، اینترنت، ماهواره و...)، تغییر نوع روابط با همسالان و... از مهمترین ویژگیهای فراغت می‌باشد.

در جامعه مدرن، اوقات فراغت بعنوان فعالیتی مصرفی، عرصه خاصی از تجربه انسانی است که امتیاز آن برای افراد، داشتن حق انتخاب، خلاقیت، رضایتمندی و لذتی است که خود، لذت و شادی بیشتر را به دنبال داشته و به آنها امکان می‌دهد هویت‌های اجتماعی مطلوب خویش را ابراز کنند و گاه تایید دیگران را نسبت به آن بدست آورند. به تعبیر دیلینی^۲ (۲۰۰۳)، امروزه نحوه گذران فراغت را شاید از مهمترین شاخص‌هایی بدانند که بهتر از هر چیز دیگر، حتی مشاغل افراد، گویای شخصیت واقعی آنان است (دیلینی، ۱۳۸۱، ص ۳۱۳). به این ترتیب، امروزه اوقات فراغت بدل به نیازی ضروری برای انسان‌ها شده؛ نیازی که در کنار کارکردهای کلاسیک خود، مبنایی برای هویت‌سازی و هویت‌یابی افراد فراهم آورده است.

«دوره جوانی زمانی است که انسان با انرژی و حساسیت در برابر بازتابهای محیط و مسئولیت‌پذیری فردی به دنبال کسب هویت است» (شفرز، ۱۳۸۶: ۱۱۶). «در جامعه سنتی، عموماً هویت از پیش محرز است و از طریق عضویت در گروه یا اجتماعات به افراد داده می‌شود و بدین ترتیب از بیرون و به دست نظام خویشاوندی و دینی تعیین می‌گردد» (دان، ۱۳۸۵: ۱۱۴).

در مقابل، با پیدایش نخستین بارقه‌های فرهنگی جامعه مدرن، محل وقوع فرایندهای تکوین هویت به حیات درونی افراد منتقل می‌شود. همین که پیوندهای گروهی سست می‌شوند بین افراد و عقاید و تعلقات جمعی فاصله می‌افتد و همین امر آنان را بر آن می‌دارد تا فارغ از عقاید عرفی و مستقل از چارچوبهای آیینی آنها، جامعه را

². Delini

مطابق با جهان بینی ها و دلبستگی های شخصی خویش از نو بسازند، دگرگون سازند و یا به مقابله با آن برخیزند(همان).

بدین قرار، پس از آنکه جامعه در مقیاس وسیع سر برآورد و زندگی گروهی در جوامع سنتی رو به افول گذاشت، هویت و تکوین آن بدل به مسئله شد. چرا که در اثر تضعیف ساختارهای سنتی، هر یک از افراد می بایست، مستقل از صفاتی که به واسطه جایگاه سنتی یا طبیعی خود بدان متصف گشته بودند، خود هویت خویش را پی می ریختند.

در تحلیلهای جامعه شناسی امروز، «فعالیت‌های مصرفی، منشأ مدرن ساختار هویتی به شمار می روند و این نکته محصول تغییر آهنگ زندگی و فراغت بشر امروز است»(خادمیان، ۱۳۸۸: ۹). «امروزه حس هویت بسیاری از مردم، بیشتر بسته به الگوهای مصرفشان است تا نقش کاری شان» (باکاک، ۱۳۸۱: ۱۶۳).

جامعه امروزی ایرانی، دستخوش یک جریان تغییر سریع و ریشه ای است. پیوندهای سنتی با طبقه و خانواده به تدریج کم اهمیت تر می شوند و افراد باید خود مسئولیت زندگی خویش را بر عهده گیرند. از این رو جوانان، الگوهای فراغتی متنوعی را تجربه می کنند. این الگوهای فراغت خصوصاً الگوهای مدرن، در تکوین شخصیت و هویت جوانان تأثیرات ژرفی را بر جای می گذارند.

درصد قابل توجهی از مردم کشورمان، خصوصاً جوانان، در اوقات فراغت از ماهواره و اینترنت استفاده می کنند و در نتیجه تحت تأثیر الگوها و ارزشهایی هستند که از طریق این رسانه ها اشاعه می گردد. «انسان ایرانی، به طور فزاینده ای در مسیر تأثیرات ژرف و گسترده جهان اطلاعاتی قرار گرفته که در مهندسی آن سهم و نقش چندانی نداشته است. او همواره در حال مصرف کالاهایی است که در بازار جهانی نشانه ها عرضه می شوند»(تاجیک، ۱۳۸۷: ۲۵۹).

اوقات فراغت، منشأ شناخت و به رسمیت شناخته شدن دوران جوانی و هویت آنان است. بر اساس یافته های یک تحقیق هر چه مصرف کاربر در فضای مجازی حرفه ای تر باشد، میزان دستیابی او به هویت مدرن شدیدتر خواهد بود(همان، ۱۸۹).

بنابراین گذران فراغت بعنوان شاخصی از مصرف(مصرف زمان)، متضمن ایجاد احساس هویت است. در حوزه فراغت، افراد، نماگرها، کلیشه ها، الگوها و قواعد خاص سبک زندگی و هویت اجتماعی خود را بازگو می کنند. هدف این تحقیق بررسی هویت ملی جوانان در قالب اوقات فراغت است. به عبارت دیگر سوال اساسی این است که در کلان شهری چون تهران الگوهای گذران اوقات فراغت به چه نحوی الگوهای هویت ملی را انعکاس می دهند؟ آیا خطوط تمایز و تشابه اوقات فراغت می تواند بعنوان منبعی برای هویت یابی جوانان باشد؟

هدف این پژوهش بررسی هویت ملی جوانان در قالب متغیر کلیدی سبک زندگی یعنی اوقات فراغت است. به عبارت دیگر سوال اساسی این است که در کلان شهری چون تهران الگوهای گذران اوقات فراغت به چه نحوی الگوهای هویت ملی را انعکاس می دهند؟ آیا خطوط تمایز و تشابه اوقات فراغت می تواند بعنوان منبعی برای هویت یابی جوانان باشد؟ در این پژوهش سوال و فرضیه های زیر مورد بررسی و کاوش قرار گرفت.

۱- آیا بین الگوهای گذران اوقات فراغت و شکل گیری هویت ملی جوانان رابطه وجود دارد؟

فرضیات:

- ✓ با افزایش فراغت مجازی، سطح هویت ملی تضعیف می‌گردد.
 - ✓ الگوی فراغت فرهنگی در هویت ملی جوانان تاثیر دارد.
 - ✓ الگوی فراغت ورزشی در هویت ملی جوانان تاثیر دارد.
 - ✓ الگوی فراغت مذهبی در هویت ملی جوانان تاثیر دارد.
 - ✓ الگوی فراغت عامیانه در هویت ملی جوانان تاثیر دارد.
 - ✓ الگوی فراغت ماهواره محور و هویت ملی جوانان تاثیر دارد.
 - ✓ ویژگیهای فردی جوانان (جنسیت، سن، میزان تحصیلات و وضعیت تاهل) در هویت ملی آنان تاثیر دارد..
- با بررسی کتابها، مقاله‌ها، پایان نامه‌ها و طرح‌های پژوهشی و منابع اینترنتی به زبانهای فارسی و لاتین در زمینه اوقات فراغت مشخص گردید که تحقیقات متعددی در این زمینه صورت گرفته است. مثلا «در ایران بیش از سیصد عنوان تحقیق علمی و پژوهشی درباره اوقات فراغت به نگارش درآمده است» (ابراهیمی و بهنوئی، ۱۳۸۸: ۱۳۰). اکثر تحقیقاتی که در زمینه گذران فراغت صورت گرفته، به دسته بندی فعالیت‌های گذران اوقات فراغت در درون خانواده و بیرون از خانواده بسنده کرده‌اند (عابدینی، ۱۳۷۲؛ مظفری، ۱۳۸۱؛ رحمانی و دیگران، ۱۳۸۵). بعضی از این تحقیقات (بی‌فیتز، ۱۳۶۹؛ وایتینگ، ۱۳۷۶؛ پارکر، ۱۹۷۶؛ روبرتس، ۱۹۹۹؛ فکوهی، ۱۳۸۲، ۱۳۷۹؛ تورکیلدسن، ۲۰۰۱) با دسته بندی تیپ‌های شخصیتی افراد بر اساس گذران اوقات فراغت در درون و بیرون از خانواده، سعی داشته‌اند علاوه بر توصیف، به تبیین این پدیده اجتماعی نیز پردازند. بنابراین، اکثر این تحقیقات جنبه توصیفی دارند نه تبیینی. دیگر اینکه اکثر این تحقیقات خالی از یک بینش جامعه‌شناختی می‌باشند.
- هر چند مطالعات و پژوهش‌های فراغت، تاریخچه‌ای بس طولانی داشته و جامعه‌شناسی فراغت در مباحث جامعه‌شناسانی همچون زیمل^۳ (۱۸۸۷)، تورشتاین و بلن^۴ (۱۸۹۵) و مکتب فرانکفورت تحکیم بیشتری می‌یابد، اما مطالعات فراغت در واقع از دهه ۱۹۷۰ با رویکرد نئومارکسیستهای چون کلارک^۵ (۱۸۹۷) و کریچر^۶ (۱۸۵۴) و بویژه کن رابرتز^۷ (۱۸۷۴) وارد مرحله جدیدی گردید و شکوفا شد. کن رابرتز در کتاب خود با نام جامعه معاصر و رشد اوقات فراغت، تحلیل وسیعی از فراغت ارائه داده است. ادامه این بحث از سوی او و دیگران عرصه را بر مطالعات فراغت گشود.
- سه دسته از مطالعات تجربی فراغت از اهمیت بیشتری برخوردارند؛ دسته اول پژوهش‌ها به بحث در مورد الگوهای اوقات فراغت در جریان چرخه زندگی می‌پردازد. نمونه این نوع از مطالعات کار آر. ان. راپوپورت^۸ با عنوان «اوقات فراغت و چرخه زندگی خانواده» است که در سال ۱۹۷۵ منتشر شده است.
- مطالعات دسته دوم ناظر به این پرسش است که کار و اوقات فراغت چگونه با یکدیگر مرتبط می‌شوند؟ نمونه

3. Simmel
 4. Thorstein Veblen
 5. Clark
 6. Kreacher
 7. Ken Roberts
 8. R.N. Rappaport

این نوع از تحقیقات مطالعه «استانلی پارکر»^۹ موسوم به «اوقات فراغت و کار» است که در سال ۱۹۸۳ منتشر شده است. مطالعه پارکر به لحاظ ربط دادن کار به درک اعمال فراغتی، بسیار بنیادی است.

و بالاخره مطالعات دسته سوم به پژوهش درباره انواع خاصی از اوقات فراغت مانند رفتن به سینما و تماشای مسابقه فوتبال توجه دارد.

در ایران نیز تحقیقاتی پیرامون اوقات فراغت و همچنین هویت ملی انجام شده است که نتایج اکثر آنها، رابطه گذران اوقات فراغت و شکل گیری هویت و شخصیت را نشان داده است.

دوران (۱۳۸۱) در پژوهشی با عنوان «تاثیر فضای سایبرنتیک بر هویت اجتماعی»، به بررسی تاثیر فضای سایبر بر هویت اجتماعی در میان دانشجویان دانشگاه تهران پرداخته است. نتایج تحقیق نشان می دهد که رابطه معناداری میان تجربه فضای سایبرنتیک و هیچ یک از سه سطح هویت اجتماعی (هویت خانوادگی، هویت همالان و هویت ملی) پاسخگویان وجود ندارد.

ابراهیمی و بهنوئی (۱۳۸۸) در تحقیقی با عنوان «اوقات فراغت و هویت: بررسی جامعه شناختی رابطه اوقات فراغت با هویت شخصی در بین جوانان شهر بابلسر» کوشیده اند که تحلیل تازه ای از گذران اوقات فراغت و رابطه آن با برداشت جوانان از خویشتن خویش به عنوان هویت شخصی ارائه دهند. نتایج تحقیق بیانگر آن است که بین نوع گذران اوقات فراغت و هویت شخصی جوانان رابطه معنی دار مثبتی وجود دارد. یعنی نحوه گذران اوقات فراغت جوانان، در برداشت آنان از خویشتن خویش موثر است.

نتایج تحقیق پیمایشی ملکی و عباسپور (۱۳۸۸) با عنوان «بررسی جامعه شناختی نگرش جوانان نسبت به هویت ملی و مولفه های آن» نشان داد که میانگین هویت ملی جوانانی که از رسانه های خارجی (اینترنت و ماهواره) استفاده می کنند، بطور معناداری کمتر از جوانانی است که اصلا از اینترنت و ماهواره استفاده نمی کنند.

بدین ترتیب، هر چند که رابطه بین اوقات فراغت و هویت ملی به لحاظ نظری و تجربی مورد واکاوی قرار گرفته است و در این باره نوشتارهای قابل توجهی نیز وجود دارد، لیکن یافته های نظری به خصوص تجربی حاصل شده بر روابط فراگیر و پایدار دلالت ندارند و نمی توان به احکام قاطعی در مورد رابطه اشکال مختلف فراغت و هویت ملی دست پیدا کرد. با این همه، نباید از وجود اجماع نظری و حتی تجربی درباره تاثیر و تعامل بین بعضی گونه های فراغت با هویت ملی چشم پوشی کرد.

فراغت از کلمه **Leiser** مصدر قدیمی مبدل شده به اسم مصدر و از ریشه لاتینی **Licere** به معنای «مجاز بودن» گرفته شده است (دوزات، به نقل از بیرو، ۱۳۷۰:۲۰۲).

تورکیلدسن^{۱۰} (۱۹۹۷) فراغت را مجموعه ای از مشغولیت ها می داند که افراد آن را پس از انجام وظایف کاری، خانوادگی و اجتماعی به اختیار خود برای استراحت، تفریح، افزودن به دانش و یا مهارتهای خود به کار می برند و متضمن رضایت و خشنودی است (تورکیلدسن، ۱۳۸۲، ص ۱۱۰).

گیدنز فراغت را حوزه ای از زندگی می داند که در کار، سفر برای کار یا خواب اشغال نشده است (Giddens, 1964).

^۹. Stanly Parker

^{۱۰}. Torkildsen

گادبی فراغت را اینگونه تعریف می‌کند: فراغت، زندگی کردن در آزادی نسبی از نیروهای اعمال شونده ی محیط فیزیکی و فرهنگی فرد است به طوری که فرد قادر باشد به روشهایی که شخصاً برای او لذت بخش و به طور محسوس با ارزش و نیز پایه ای برای یک باور باشند، تحت اثر علایق درونی خود عمل کند (Godbey, 1985, p6).

ویلیامز^{۱۱} معتقد است خط تمایز واقعی بین آنچه فراغت می‌نامیم، این است که در فراغت، هر چقدر هم فعال باشیم، انتخاب‌های خود را می‌کنیم و تصمیمات خود را می‌گیریم؛ برای مدتی احساس می‌کنیم که زندگی ما، مال خودمان است (Williams, 1961).

تاریخچه فراغت به طرق مختلفی بیان می‌شود. معمولاً تمام روایات حول یک تقسیم‌بندی سه‌گانه شکل گرفته‌اند. فراغت در گذار از سه دوره ی تاریخی، معانی و تعاریف متفاوتی یافته است. در دوره ماقبل مدرن فراغت زوج کار بود. اوقات فراغت بخشی از زندگی فرهنگی جامعه و امری مهم و مولد به حساب می‌آمد که انتخاب آن در اختیار فرد نبود. در دوره مدرن فراغت در مقابل کار قرار گرفت. نظم توسعه صنعتی اولیه در بیشتر جوامع فراغت را بالقوه مشکل جامعه صنعتی می‌پنداشت و لذا گسترش آن را بر نمی‌تابید. در دوره مدرن متاخر بازارهای مصرفی تشکیل شده و حوزه‌های فراغتی برای اقشار مختلف شکل یافته است و نوعی تداخل و همپوشانی در کار و فراغت ایجاد شده است (سعیدی، ۱۳۸۳: ۱۰۴).

در نظامهای جوامع ابتدایی، اوقات فراغت بخشی از ضرب‌آهنگ زندگی شبانه روزی، آب و هوا و فصل خرمی می‌باشد. توصیف‌های زنده مارگاریت مید^{۱۲} از زندگی در ساموا جزر و مد زندگی را متمایز از تقسیم‌بندی زندگی به کار و فراغت نشان می‌دهد. فرصتهای اوقات فراغت با اجبارهای جشنها، بزرگداشتها، اعیاد، مراسم ازدواج، روزهای خاص و به وسیله اساطیر مذهبی فرهنگهای بدوی به دست آمده‌اند. گادبی^{۱۳} خاطر نشان می‌کند که اوقات فراغت حساب شده و یا چیزی که از وظیفه انتخاب فردی نتیجه شده باشد وجود ندارد. در چنین جوامعی، اوقات فراغت پیرامون چرخه ای از وظایف ضروری و روزمره زندگی بنا شده و بیشتر با الگوهای زندگی روزمره و فصلی آمیخته است تا از آن جدا باشد (تورکیلدسن، ۱۳۸۲: ۹۴).

فعالتهای فراغتی در اوایل دوره ی صنعتی مدرن حوزه ی تضادهای سیاسی، فرهنگی و اجتماعی بود که تا حدی در ستیز اتحادیه‌ها در پی احقاق حقوق کارگران و در مدیریت کارخانه‌ها تجلی می‌یافت. کاهش ساعات کار و حق استفاده از مرخصی با حقوق، استفاده از دستاوردهای اتحادیه‌های کارگری در اوایل دهه ی ۱۹۶۰ در غرب بود (همان).

اوایل قرن بیستم، در کشورهای رو به رشد سرمایه داری، همراه با افزایش حق و حقوق کارگران، دستمزدها بالا رفت و ساعات کار کوتاه شد، و نیاز به فراغت و تفریح و سرگرمی افزایش یافت. در همین زمان، پیشرفت‌های چشمگیر در رسانه‌ها و فناوری موجب پیدایش شکل‌های نوین ارتباطات توده ای و تولید انبوه کالاهای فراغتی و تفریحی شد. در اواسط قرن بیستم، اهمیت فراغت به جایی رسید بود که وجه اصلی و غالب در فعالتهای روزمره جوامع سرمایه داری اخیر گردید.

¹¹ Williams

¹² Marguerite Mead

¹³ Godbey

به گفته جیمسون^{۱۴} (۱۹۸۴)، اگر پیدایش سرمایه داری صنعتی ایجاب می کرد که جامعه بر محور زیربنای تولیدی- صنعتی هر چه عقلانی تری سازمان یابد، چرخش به سمت سرمایه داری پسین موجب دگرگونی دیگری شده است و سیطره کار جای خود را به فراغت و مصرف داده است (به نقل از بنت، ۱۳۸۶: ۸۰).

در دوران مدرن اولیه و اقتصادهای تولید محور، فراغت (اگر اصلا می بود) وقتی بود برای استراحت و رفع خستگی ناشی از کار. اما در دوران مدرن متأخر، فراغت به یک امر زیبایی شناختی و شکلی از مصرف تبدیل شده است که افراد از طریق آن می توانند به هویت متفاوتی دست یابند (اسلیتر، در جلائی پور و محمدی، ۱۳۸۷: ۴۹۷).

سیریل اسمیت^{۱۵} (۱۹۸۷) نظریه های ویژه ای را که در زمینه فراغت از سوی متفکران اجتماعی اظهار شده است، به سه دیدگاه نظری تقسیم می کند: نظریه اجتماعی شدن، نظریه نقش و پایگاه، و نظریه خرده فرهنگ خاص جوانان. نظریه اجتماعی شدن، فراغت را جزئی از مجموعه فعالیت هایی می داند که از طریق آن ایستارها و آموخته های لازم برای ورود به بزرگسالی باید آموخته شود. دیدگاه دوم، این دوره را یک دوره موقت و ناپایدار به لحاظ نقش و پایگاه می داند. در این دیدگاه، نوجوانی یک دوره گذار ناپایدار از مراحل مختلف کسب پایگاه اجتماعی است که هر فردی باید طی کند. از آنجا که این دوره کوتاه و موقت است، جوان نمی داند الگوی رفتاری مناسب چیست و از الگوی مناسبی پیروی نمی کند. نظریه پردازان دیدگاه سوم معتقدند که در این دوره سنی، همین که کودکان به دوره نوجوانی وارد می شوند، غالباً در اجتماع همسالان خود حضور می یابند و از شیوه های رفتاری مستقلی پیروی می کنند. اجتماع جوانان طبقات پایین به عنوان «فرهنگ کوچه و خیابان» معروف است. از آنجا که جوانان به دنبال کسب تجارب جدید هستند و ذوق و سلیقه های تازه را می جویند در انتخاب فراغت کمتر از الگوهای پایدار و ثابت پیروی می کنند و خواستار تنوع در اوقات فراغت اند (لطیفی، ۱۳۸۴: ۴۱).

کریس روجک (۱۳۸۸) مواضع محوری غیرروان شناختی در نظریه فراغت را شامل چهار رویکرد می داند: رویکرد نظامها، رویکرد کنش متقابل، رویکرد مارکسیستی و رویکرد فمینیستی.

بر اساس رویکرد نظامهای اجتماعی^{۱۶}، فعالیت های اوقات فراغت از طریق «بازنماییهای جمعی» افراد را به جامعه متصل می کنند. فعالیت های اوقات فراغت نقش مهمی در سازگاری و انطباق با هنجارهای اجتماعی دارند. در جوامع پیشرفته صنعتی، فعالیت های اوقات فراغت از جمله عرصه های محدودی به شمار می آیند که کماکان برای افراد این امکان را باقی گذاشته تا مهارت ها و سلامتی جسمانی شان را که برای بقاء فردی ضروری است پرورش و توسعه دهند. (Jarvie & Maguire, 1994: 10)

رویکرد کنش متقابل به مطالعات فراغت تا اندازه ای در قالب کوششی برای غلبه بر رویکرد نظام های اجتماعی آغاز شد که به ثبات کارکرد و نقش های فراغت اهمیت زیادی می داد. رویکرد تعامل گرایانه، فراغت را تابع تفسیر ذهنی افراد و معنایی که فراغت برای آنها دارد، می داند. مهمترین کاری که در زمینه ی روشن کردن وجوه تکثر و پوشش هویت در مطالعات فراغت انجام گرفته، کار جان کلی^{۱۷} (۱۹۸۳/۱۹۸۷) است. کلی با الهام از کار تعامل گرایان

¹⁴. Jameson

¹⁵. Cyril smith

¹⁶. social systems Approach

¹⁷. Jhon Kelly

به ویژه اروینگ گافمن^{۱۸} (۱۹۷۲)، فراغت را «نوعی وضعیت شدن» تعریف می‌کند. و لذا در این رویکرد تمایزهای جامعه‌شناختی میان عامل و ساختار فرو می‌ریزد. به بیان دیگر، فرد از طریق کنش‌های داوطلبانه فراغت به آرمانهایی هویتی شکل می‌بخشد که تاثیر ساختار را رمززدایی می‌کنند.

تحلیل فرهنگی مصرف، با ملاحظات مارکسیسم آغاز شد (استوری، ۱۳۸۵: ۲۶۴). متفکران مارکسیست، تفریح، اوقات فراغت و فعالیت‌های مربوط به آن را بخشی از فرایند بازتولید ساختار سلطه تلقی می‌کنند. در این معنا، فعالیت‌های فراغتی، به ویژه ورزش، عامل تثبیت‌کننده نظم اجتماعی موجود، مبنای بازتولید پدرسالاری، و تمهیدی برای منضبط کردن و تحت قواعد نظامی درآوردن رفتار جوانان و بازتولید مجموعه‌ای از ارزش‌های پدرسالارانه، نخبه‌گرایانه و اقتدارگرایانه تلقی می‌گردد (Jarvie & Maguire, 1994:96).

آدورنو با نقد وسایل ارتباط جمعی جدید معتقد است این وسایل در دوره معاصر امکان بلوغ فکری آدمیان را از بین برده‌اند و او را به مصرف‌کننده محض محصولات فرهنگی تبدیل کرده‌اند. در واقع، حضور رسانه‌ها در زندگی مردم به این معنا است که فیلم‌سازان، هنرپیشگان و... هستند که به مردم دیکته می‌کنند چه چیزی خوب و واقعی است. اما همه نئومارکسیست‌ها این گونه بدبین نیستند. به عنوان مثال، نئومارکسیست‌هایی که پیرو سنت مطالعات فرهنگی هستند استدلال می‌کنند که بخش عمده‌ای از این فرهنگ توسط بخش‌هایی از طبقات به عنوان ابزاری نمادین برای مقاومت در برابر جذب در ایدئولوژی مسلط مورد استفاده قرار می‌گیرد. برای مثال، می‌توان به کار استوارت هال^{۱۹} و دیگران با عنوان «مقاومت از طریق شعائر» اشاره کرد (Hall, 2000).

بخشی از آنچه مطالعات فرهنگی بیرنگامی خوانده می‌شود، وامدار مطالعات جوانان و در مرکز آن مطالعات فراغت جوانان است. «اندیشمندان مارکسیست با رویکرد مطالعات فرهنگی از سه جنبه به بررسی اوقات فراغت می‌پردازند: ۱- بررسی رابطه میان قدرت و فرهنگ؛ ۲- بررسی چگونگی استقرار، استمرار، تثبیت یا تحلیل بازتولید شکل خاصی از اوقات فراغت در متن یک جامعه؛ و ۳- برجسته کردن نقش فراغت به عنوان عرصه‌ای برای منازعه عمومی» (Ibid: 124).

رویکردهای فمینیستی در زمینه‌ی تاثیر جنسیت بر فراغت از رویکردهای طبقاتی پیروی می‌کنند و مالکیت و دسترسی به دارایی را محور کار خود قرار می‌دهند (گرین و همکاران ۱۹۹۰؛ شاول ۱۹۹۴؛ هندرسون و همکاران ۱۹۹۶؛ ویرینگ ۱۹۹۸). از دیدگاه فمینیستی، ساختمان جنسیتی، در چارچوب نوعی نظام محدودیت‌های درونی و بیرونی کار می‌کند. از لحاظ درونی، شکل‌گیری هویت زنان درباره فراغت، مبتنی بر اهمیت و ارجحیت ظاهر جسمانی است و بر نوعی حق نابرابر در بهره‌گیری از اوقات فراغت توسط آنها و مردان استوار است. از لحاظ بیرونی، مشارکت زنان در فراغت در مقایسه با مردانی از همان صورت بندی طبقاتی، به دلیل کمبود زمان و پول محدود می‌شود (روجک، ۱۳۸۸: ۱۱۱).

علاوه بر دیدگاه‌های فوق، می‌توان به دیدگاه‌های جدید خصوصاً دیدگاه بوردیو (۱۹۶۸) و روجک نیز اشاره کرد. «در جامعه‌شناسی بوردیو، فراغت یکی از مهمترین گونه‌های بازتولید اجتماعی است» (روجک، ۱۳۸۸: ۱۲۴).

¹⁸. Erving Goffman

¹⁹. Stuart Hall

بورديو اشاره می کند که «تمایزهای اجتماعی که بیانگر هویت‌های اجتماعی گروه‌های مختلف هستند، را می توان در مجموعه متنوعی از اعمال اجتماعی مشاهده کرد، از جمله اعمالی که به طور سنتی مربوط به فراغت می شوند مثل تعطیلات، ورزشها، مطالعات، موسیقی، سینما و سایر امور ذوقی» (به نقل از اباذری و چاوشیان، ۱۳۸۱:۱۵). بنابراین در جامعه و فرهنگ مصرفی، خود فراغت و نحوه گذران آن نوعی تمایز منزلت و هویت ایجاد می کند. توجه به نقش فراغت و اهمیت آن در زندگی روزمره انسان معاصر نشانگر اهمیت یافتن و استقلال یافتن آن از کار است.

اخیراً مطالعات کریس روجک برداشتی کاملاً جدید از فراغت ارائه می دهد. به عقیده ی او اوقات فراغت با انتخاب، آزادی، استقلال، لذت و در مقابل با محدودیت، حصر، کسلی و بیگانگی تعریف نمی شود. بلکه تعریف ما از اوقات فراغت باید بر اساس تفسیر ما از متن و زمینه پیدایش و کاربرد آن باشد (سعیدی، ۱۳۸۳).

روجک معتقد است مناسبات فراغت یکسره در جریان مبارزات، مذاکرات و چانه زنی های دائمی قرار دارد. از جمله ی این چانه زنی ها که موارد بسیاری از آن ها را می توان در تاریخ جوامع شناسایی کرد چانه زنی بر سر زمان و فضای فراغت است. زمان فراغت و فضای فراغت به طور خودکار و منکف در جامعه وجود ندارد. برعکس زمان فراغت و فضای فراغت همواره توسط اعمال و کنش های مردم در حال ساخته شدن و بازسازی است. به علاوه این اعمال معمولاً شامل درگیری های بنیادی بر سر معانی و موارد استفاده ی زمان و مکان فراغت می شوند. در واقع از دید روجک، فعالیت فراغتی و تفریحی، فعالیتی سرشار از ارزش و معنا است (روجک، ۸۳).

کمتر مفهومی است که به اندازه هویت واجد معانی متعدد باشد (دوران، ۱۳۸۳:۸۲). در دایره المعارف علوم اجتماعی مفهوم تعیین هویت- همتا پنداری^{۲۰} چنین تعریف شده است که در یک معنی، خود را با فردی، حزبی یا گروهی یکسان و همتا پنداشتن است آنچنانکه فرد خود را در قالب آن ببیند، در این معنی معادل‌هایی همچون همذات پنداری، اتحاد و... یافته است و در فرایند آموزش و همچنین اجتماعی شدن مؤثر است. در معنای دیگر، تعیین هویت یک چیز دیگر، یک سازمان و یا فرد است (ساروخانی، ۱۳۷۰:۶۲).

«مسئله هویت مدت های طولانی موضوع نظریه اجتماعی بوده و بخصوص در سالهای اخیر زمینه ای بحث برانگیز بوده است» (ذکائی، ۱۳۸۰:۶۴). بورک و استرایکر^{۲۱} (2000) نگرشهایی را که در مورد هویت در حیطه روانشناسی اجتماعی و جامعه شناسی مطرح شده است در سه گروه تقسیم می کند (p:284). برخی دیدگاهها یک نگرش فرهنگی و جمعی از هویت دارند که ایده ها، باورها و اعمال یک گروه یا جمع را نمایش می دهند. این نگرش اغلب در کارهایی که روی هویت قومی انجام گرفته، دیده می شود. در این دیدگاه هویت به صورت مشخص و شفاف تعریف نشده و موجب ایجاد ابهام شده است. این دیدگاه از تشریح تغییرپذیری رفتار، انگیزش و کنش متقابل افراد ناتوان است. دیدگاه دوم در مورد هویت، ذیل سنت «کنش متقابل گرایي» و مخصوصاً نگاه ساختاری آن رشد می کند. این دیدگاه بیشتر به بررسی ارتباطات نقش افراد و تغییرپذیری، انگیزش و تفاوتها با هویت می پردازد. این دیدگاه به نظریه هویت معروف بوده و دانشمندانی چون بورک، استریکر، مک کال و سیمونز و... روی آن کار می کنند.

20. identification

21. Burke & Stryker

چنی (۲۰۰۲) معتقد است که از اواخر قرن بیستم و اوایل قرن بیست و یکم، نظریه پردازان اجتماعی و فرهنگی کم کم زندگی روزمره را به عنوان حوزه ای بسیار پویاتر و پرمنازعه تر مفهوم پردازی کرده اند... پایه و اساس این تغییر نگرش درباره زندگی روزمره، چند عامل است که به یکدیگر مرتبط اند. نخست، از هم گسیختن مدرنیته و به دنبال آن کاسته شدن از اهمیت تلقی های مدرنیستی از هویت که بر اساس طبقه، جنسیت، نژاد و شغل شکل می گرفت. دوم، رواج فزاینده رسانه ها و صنایع فرهنگی که، نقش مهمی در ایجاد و القای شکل های نوین هویت اجتماعی بر اساس الگوهای مصرف و فراغت داشته اند (به نقل از بنت، ۱۳۸۶: ۱۱).

یکی از مهمترین انواع یا ارجاعات یا منابع هویت جمعی یا هویت اجتماعی، ملت است که موجب طرح مفهوم ملیت و هویت ملی می شود. از نظر تامپسون، «مفهوم اساسی در هویت ملی «احساس تعلق» به یک «ملت» است. در واقع مردم همواره می خواهند بخشی از ملت خودشان باشند و بدان وسیله شناسایی شوند» (Thompson, 2001:21).

«هویت ملی یا هویت جامعه ای، بالاترین سطح هویت جمعی در هر کشوری است» (عبدالهی، ۱۳۷۵: ۱۴۲). به تعبیر اتریانی^{۲۲} (۱۹۹۶) اجتماع جامعه ای یا اجتماع ملی «اجتماع اجتماعات» است (چلبی، ۱۳۸۵: ۳۴). «هویت ملی تقریباً آخرین هویت اکتسابی است که در تعمیم و توسعه هویت های خونی، خوئی، خاکی و خرده فرهنگی، در جریان تربیت خانوادگی، مدرسه ای و رسانه ای، بالیده می شود» (شیخاوندی، ۱۳۸۰: ۱۲۲).

هویت ملی^{۲۳} به معنای احساس تعلق و وفاداری به عناصر و نمادهای مشترک در اجتماع ملی (جامعه کل) است. در این پژوهش، مهمترین عناصر و نمادهای ملی که سبب شناسایی و تمایز می شوند عبارتند از: بعد زبانی، بعد تاریخی، بعد سرزمینی، بعد دینی، بعد فرهنگی و بعد اجتماعی.

۱- بعد زبانی: زبان و آثار ادبی بعد مهمی از میراث مکتوب هر ملت است. زبان نه تنها به عنوان یک محصول اجتماعی ابزار و وسیله ارتباطات به شمار می رود، بلکه خود به عنوان بخشی از متن روابط اجتماعی که در تولید و بازتولید فرهنگ و هویت ویژه هر جامعه نقش مهمی دارد، محسوب می شود. زبان یک ملت نظام معنایی یک ملت است و ابزاری مهم برای حفظ و شکل گیری و انتقال فرهنگ به شمار می آید.

۲- بعد تاریخی: «نوربرت الیاس» نخستین بار نشان داد که شکل ارائه یا نشان دادن خود در زندگی روزمره از طریق روند تاریخی شکل می گیرد و تغییر می یابد. بعد تاریخی هویت ملی عبارت است از آگاهی مشترک افراد یک جامعه از گذشته تاریخی و احساس دلبستگی به آن و احساس هویت تاریخی و «هم تاریخ پنداری» پیوند دهنده ای نسل های مختلف به یکدیگر که مانع جدا شدن یک نسل از تاریخش می شود. زیرا هر جامعه ای با هویت تاریخی خود تعریف و ترسیم می شود.

۳- بعد سرزمینی: هویت ملی هر ملت در درجه نخست زاینده محیط جغرافیایی آن ملت است. محیط جغرافیایی تبلور فیزیکی، عینی، ملموس و مشهود هویت ملی به حساب می آید. تعریف هویت در بعد سرزمینی عبارتست از نگرش مثبت به آب و خاک به این جهت که «ما» ساکن یک کشور و یک سرزمین معین هستیم و از جایگاه مشخصی در نظام هستی برخورداریم.

²². Etzioni

²³. national identity

۴- بعد دینی: برخورداری از دین و تعالیم مذهبی مشترک، پابندی و وفاداری به آن، اعتقاد و تمایل به مناسک و آیین های مذهبی فراگیر در فرایند شکل دهی هویت ملی بسیار مؤثر است. برخلاف بسیاری تصورات که مذهب را در نتیجه تداوم روند تجدد گرایی، محو شده می پنداشتند، دین به عنوان منبع اولیه معنابخشی و هویت بخشی به بسیاری از مردم دنیا مطرح است.

۵- بعد فرهنگی: شاید بتوان میراث فرهنگی مشترک، گسترده و فراگیر را در بین شهروندان یک کشور از مهمترین اجزاء هویت ملی دانست که سبب توافق فرهنگی می شود. در تعریفی گسترده، میراث فرهنگی کلیه ابعاد فرهنگی هر نظام اجتماعی را در بر می گیرد که به نحوی خودآگاه یا ناخودآگاه ما را تحت تاثیر قرار می دهد.

۶- بعد اجتماعی: هر شخصی از طریق محیط اجتماعی که متعلق بدان است یا بدان رجوع می کند، هویت خود را می سازد و توسعه می دهد. بعد اجتماعی هویت ملی در ارتباط با کیفیت روابط اجتماعی فرد با نظام کلان اجتماعی است. جوهره بعد اجتماعی منوط به برقراری روابط دوستانه و عاطفی است. زیرا پایه ی هر گونه نظم اجتماعی حتی در جوامع مدرن، عاطفه است و این امر ریشه در وابستگی عاطفی به جمع و روابط عاطفی در جوامع دارد. نکته ی حائز اهمیت در این جا است که ارتباطات گسترده موجب تقویت بعد اجتماعی هویت ملی می شود و هر قدر بعد اجتماعی هویت در سطح کلی تر، مثلا سطح ملت، قوی تر باشد شخصیت اجتماعی شهروندان نیز منسجم تر و جدی تر، پی ریزی می گردد. در نهایت این که مفاهیمی مانند «خلق و خوی»، «طبیعت ثانوی»، «ویژگی یا منش ملی» و نیز «وفاق اجتماعی» بیانگر بعد اجتماعی هویت ملی می باشند

در این پژوهش از میان مجموعه نگرش ها و رهیافت های مربوط به هویت، نظریه کنش متقابل نمادین و نظریه آنتونی گیدنز بعنوان چارچوب نظری پژوهش مورد استفاده قرار گرفت. «در حوزه جامعه شناسی، هر گاه بحث هویت پیش می آید، بایستی به ناچار به متفکران و اندیشمندان مکتب کنش متقابل نمادین رجوع کرد» (آزاد، ۱۳۸۲: ۱۸۳). به طور کلی میزان قابلیت آزمایش تئوری هایی مانند تئوری کنش متقابل نمادین اجتماعی بالا است چرا که این تئوری کلی بوده و از دقت زیادی برخوردار است. «بر اساس این دیدگاه، معنی و درکی که افراد در گروه از خود و دیگری دارند، منشاء ساختن هویت اجتماعی است» (آزاد، ۱۳۸۶: ۱۳۲).

«مید بر این باور است که انسان با درگیری در روابط و کنش های متقابل، قادر است تا معانی اشیاء و مفاهیم اشارات و نمادها را از طریق درک زبان فرا گیرد. انسان با درک این معانی که تنها و انحصارا از راه تجربه اجتماعی صورت می گیرد، می تواند بعنوان انسان زندگی کند. ولی برای درک این معانی، انسان طبیعتا بایستی امکاناتی داشته باشد. تشکیل «خود»، مستلزم این است که انسان بعنوان موجودی انسانی با موقعیتهای روبرو شده و آنها را بطور اجتماعی تجربه کند» (تنهایی، ۱۳۷۲: ۲۲۷).

مید معتقد است که «گروه به انسان هویت، و هویت احساس برتری به انسان می دهد. وطن دوستی سبب تقویت احساس تعلق و در نتیجه تقویت هویت و احساس برتری می شود. در واقع، وطن دوستی به احساس برتری مشروعیت می دهد... باور به برتری ملت خود بر دیگر ملت ها، سیاه نشان دادن اعمال دیگر ملت ها به منظور توجیه اعمال ملت خودی و تاکید بر ارزشهای آن، به نظر کاملا مشروع می آید. همین امر را می توان درباره سیاست و دین نیز گفت، جایی که یک حزب یا فرقه بر دیگران برتر دانسته می شود. این نوع گرایش جایگزین شکل های

قدیمی تر ملت‌گرایی شده است: عصر جنگ‌های مذهبی زمانی که انسان به گروهی تعلق داشت که بهتر از گروه‌های دیگر بود، و این ادعا قطعی و بدون نیاز به تعمق به نظر می‌رسید، چون خدا در کنار گروه خودی تصور می‌شد» (Mead, 1973:251 به نقل از ویس، ۱۳۸۹:۱۶۴). بنابراین هر گروه اجتماعی به اعضای خود هویت اجتماعی می‌بخشد و هویت اجتماعی نیز برای عضو تولید تعهد اجتماعی می‌کند.

صورت‌بندی‌های گیدنز، به راستی، بر ژرفای بینش ما درباره ماهیت تکوین هویت مدرن افزودند، آموزه‌های او را در این زمینه شاید بتوان چنین خلاصه نمود. نخست این که، پایگاه تکوین نفس امروزه از دسترس کنترل‌های بی‌واسطه و انضمامی اجتماع فیزیکی برون‌گشته و به قلمرو میانجی‌های متعلق به نظام‌های با واسطه و انتزاعی نمادها نقل مکان کرده است. دوم این که، بین عضویت گروهی و فرآیندهای تعیین هویت جدایی و فاصله افتاده، چندان که عضویت در یک گروه فی‌نفسه در جریان تکوین هویت، یگانه‌عامل تعیین‌کننده به شمار نمی‌رود. فرد اکنون در موقعیتی قرار گرفته که می‌تواند از بین انواع و اقسام روش‌های تعیین هویت، دست به‌گزینش زند، بدون پروا از صفات و خصوصیات که به واسطه تولد و اجتماعات خاستگاه خویش بدان‌ها متصف گردیده است. مضافاً که در پی جداگشتن مناسبات اجتماعی از مکان فیزیکی، فرایند «ازجا‌کندن» این امکان را برای افراد به وجود آورده تا با اتکاء به قدرت تفکر انتزاعی خود را با رده‌ها و گروه‌های گوناگون، هم‌هویت سازند. بدین سان فرد می‌تواند در جریان برساختن خویش‌تخت خویش، آن‌طور که می‌خواهد، هویت «دیگران‌انتزاعی» را به خود بندد، دیگرانی که با او از حیث برخی خصوصیات، نیازها، یا علایق، مثلاً به لحاظ رده سنی یا زمینه طبقاتی، اشتراک دارند. بر اساس ویژگی زندگی مدرن، فرد می‌تواند خویش‌تخت را با برخی واحدهای اجتماعی، هم‌هویت‌انگارد بی‌آنکه لزومی در عضویت مستقیم در آنها ببیند و با این حال می‌تواند از آنها برای خود سرمشق‌ها و معیارهای رفتاری کسب کند.

نوع‌گذران اوقات فراغت، بعنوان یکی از مهمترین عرصه‌های تعامل اجتماعی، می‌تواند به منزله یک رسانه و معرف هویت افراد و به ویژه جوانان مطرح باشد. «اوقات فراغت به عنوان یکی از اساسی‌ترین شاخص‌های سبک زندگی در دنیای خالی از معنای دوران سنتی، قادر است به بیانی برای هویت‌های فردی تبدیل شود. افراد می‌توانند با نوع‌گذران اوقات فراغت همان‌طور که ابزاری برای بیان هویت است، هم‌زمان، هویت‌سازی می‌کنند. بنابراین نمی‌توان تمایز دقیقی میان ساخت و بیان هویت قائل شد. با به‌کارگیری آیتم‌های چگونگی‌گذران اوقات فراغت هم‌زمان می‌توان هویت‌های شخصی، جنسیتی، گروهی، ملی و... را ساخت و منتقل کرد. در یک کلام می‌توان عنوان نمود که افراد و به ویژه جوانان در مدرنیته‌ی متأخر، نحوی‌گذران اوقات فراغتشان را به عنوان بخشی از منابع فرهنگی لازم، برای جریان پیوسته‌ی هویت خود به کار می‌برند. به گونه‌ای که نحوه‌گذران اوقات فراغت به عنوان بخشی از معانی ذهنی و عینی افراد در بازتاب‌های بیرونی شکل یافته است.

بر مبنای مباحث فوق، خطوط اصلی چارچوب نظری این پژوهش را به صورت ذیل می‌توان تدوین نمود؛

۱- هویت انسان در کنش متقابل با دیگران ایجاد می‌گردد و در جریان زندگی، پیوسته تغییر می‌کند. هویت؛

سیال، فرایندی، و واجد درجه‌ای از تأملی بودن است.

۲- الگوهای فراغت خصوصاً الگوهای مدرن، بعنوان مهمترین عرصه تجربه و تعامل اجتماعی، متضمن ایجاد

احساس هویت اجتماعی بوده و در تکوین شخصیت و هویت، تأثیرات ژرفی را بر جای می‌گذارند.

مهمترین نتیجه چارچوب فوق این است که، اولاً، هویت شخص، چیزی نیست که در نتیجه عضویت های گروهی یا تداوم کنش های اجتماعی فرد به او تفویض شده باشد، بلکه فرد باید آن را به طور مداوم و روزمره ایجاد کند و در فعالیت خویش به طرز بازتابی مورد حفاظت و پشتیبانی قرار دهد؛ و، دوم اینکه، الگوهای گذران فراغت یکی از ابزارهای اساسی است که فرد به وسیله آن روایت معینی از هویت اجتماعی را محفوظ می دارد، و در عین حال خود وی نیز از ورای همین روایت «در معرض دید» دیگران قرار می گیرد.

روش

پژوهش حاضر به روش پیمایش از نوع توصیفی و تبیینی انجام گرفت. تکنیک گردآوری اطلاعات به دو صورت کتابخانه ای و پرسشنامه می باشد.

با توجه به این که هدف این پیمایش، بررسی رابطه بین نحوه گذران فراغت و هویت ملی جوانان شهر تهران بوده، لذا واحد تحلیل در این پژوهش، جوانان و سطح تحلیل، خرد است. جمعیت جوان ۱۵ تا ۲۹ ساله شهر تهران به عنوان جامعه آماری در نظر گرفته شد. در تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شده که تعداد ۴۰۷ نفر تعیین گردید. در این پژوهش با توجه به حجم زیاد جامعه آماری و نوع روش پژوهش، نمونه های مورد نظر با استفاده از روش نمونه گیری خوشه ای چندمرحله ای انتخاب شده اند. «این طرز نمونه گیری برای مناطق وسیع به کار گرفته می شود» (رفیع پور، ۱۳۸۱: ۳۸۸). به این طریق که ابتدا به شیوه قضاوتی، از ۲۲ منطقه شهرداری شهر تهران، ۸ منطقه به عنوان خوشه های نمونه برداری اولیه - از شمال مناطق ۱ و ۲، از مرکز مناطق ۹ و ۱۰ و ۱۱ و از جنوب مناطق ۱۸ و ۱۹ و ۲۰ - انتخاب گردیده و سپس در بین خوشه های انتخاب شده، با در نظر گرفتن متغیر جنسیت، نمونه ها به شیوه تصادفی انتخاب شده اند.

جهت بررسی رابطه بین متغیرها از تحلیل واریانس و رگرسیون چند متغیره استفاده شد. داده ها پس از جمع آوری، ویرایش و پردازش نهایی، توسط نرم افزار SPSS تحلیل شد.

جهت سنجش اعتبار پرسشنامه، از اعتبار صوری استفاده شد. این اعتبار مبتنی بر داوری و قضاوت متخصصان است. برای به دست آوردن میزان روایی از روش آلفای کرونباخ استفاده شده که جدول زیر نشانگر مقادیر آلفا است.

جدول ۱. میزان آلفای کرونباخ (پایایی) گویه های هویت ملی و ابعاد آن

نام متغیر	تعداد گویه	ضریب آلفای کرونباخ
هویت ملی	۱۶	۰/۹۲۵
بعد زبانی	۳	۰/۸۸۳
بعد تاریخی	۳	۰/۸۹۴
بعد سرزمینی	۳	۰/۸۷۲
بعد دینی	۲	۰/۸۷۰
بعد فرهنگی	۳	۰/۷۳۳
بعد اجتماعی	۲	۰/۷۴۵

تعریف مفاهیم: هویت ملی: از مفاهیم اساسی در این پژوهش، هویت ملی است. هویت ملی به معنای احساس تعلق و وفاداری به عناصر و نمادهای مشترک در اجتماع ملی (جامعه کل) است. در این پژوهش، مهمترین عناصر و نمادهای ملی که سبب شناسایی و تمایز می‌شوند عبارتند از: بعد زبانی، بعد تاریخی، بعد سرزمینی، بعد دینی، بعد فرهنگی و بعد اجتماعی.

اوقات فراغت: در این پژوهش، اوقات فراغت عبارت از زمانی است که فرد مشغول یکی از فعالیتهای شغلی، خانه داری و تحصیل و نیز در حال رفت و آمد به محل کار و تحصیل و همچنین در حال خواب هم نیست.

فراغت عامیانه: مجموعه رفتارهایی است که معمولاً عامه مردم در اوقات فراغت خود انجام می‌دهند. که با شاخصهای، دیدار با اقوام و دوستان، کافه تریا و قهوه خانه، خیابان گردی و گردش در پارک، مصاحبت با افراد خانواده، دراز کشیدن و استراحت کردن، استفاده از ویدئو و برنامه های سرگرم کننده رادیو و تلویزیون و مصرف موسیقی مورد سنجش قرار گرفت.

فراغت مجازی: عبارت است از کاربرد اینترنت برای مقاصد فراغتی. که با شاخصهای، استفاده یا عدم استفاده از اینترنت، سابقه دسترسی به اینترنت و مدت زمان استفاده در شبانه روز مورد سنجش قرار گرفت.

فراغت فرهنگی: عبارت است از پرداختن به فعالیتهای فرهنگی در اوقات فراغت. که با شاخصهای، رفتن به سینما، تئاتر، کانونهای فرهنگی مساجد، کتابخانه ها، انجام کارهای هنری و مطالعه روزنامه، مجله و کتابهای غیر درسی، شرکت در کلاسهای مختلف (زبان، کامپیوتر و...)، بازدید از موزه و نمایشگاههای مورد علاقه، رفتن به فرهنگسراها و استفاده از برنامه های خبری رادیو و تلویزیون بعنوان وسیله های آگاهی بخش مورد سنجش قرار گرفت.

فراغت ماهواره محور: عبارت است از تماشای برنامه های ماهواره ای در اوقات فراغت، که با شاخصهای وجود یا فقدان ماهواره در منزل، میزان استفاده از برنامه های شبکه های ماهواره ای در شبانه روز، سابقه تجربه (چند سال)، داشتن یا نداشتن ماهواره در منزل مورد سنجش قرار گرفت.

فراغت ورزشی: عبارت است از پرداختن به فعالیتهای ورزشی در اوقات فراغت. که شاخصهای آن عبارت است از: انجام تمرینات ورزشی در منزل- تماشای رویدادهای ورزشی در ورزشگاهها- شرکت در باشگاههای ورزشی در رشته های مورد علاقه- کوهپیمایی- پیاده روی- رفتن به استخر شنا.

فراغت مذهبی: عبارت است از گذران اوقات فراغت با پرداختن به مجموعه فعالیتهای مذهبی. که شاخصهای آن عبارت است از: شرکت در فعالیتهای عام المنفعه و خیریه- خواندن قرآن- شرکت در مجالس سخنرانی مذهبی- رفتن به مسجد- شرکت در کانونهای فرهنگی مساجد- حضور در هیاتها و مراسمات و اماکن مذهبی- انجام سفرهای زیارتی- فعالیت در پایگاه بسیج - گوش دادن به موسیقی مذهبی- شرکت در مراسم دعا و نیایش.

یافته ها

الف: یافته های توصیفی:

۵۱/۸ درصد از پاسخگویان را مردان تشکیل داده و ۴۸/۲ درصد آنان را زنان تشکیل می دهند.

- ۲۹۴ نفر از پاسخگویان برابر با ۷۲ درصد مجرد و ۱۱۳ نفر برابر ۲۸ درصد آنان متأهل می باشند.
- ۴۰/۸ درصد در گروه سنی ۲۹-۲۵، ۳۲/۴ درصد در گروه سنی ۱۹-۱۵ سال، ۲۶/۸ درصد در گروه سنی ۲۴-۲۰ سال قرار دارند. میانگین سن پاسخگویان ۲۲/۸ سال می باشد.
- ۰/۵ درصد از پاسخگویان دارای تحصیلات ابتدایی، ۱ درصد دارای تحصیلات راهنمایی، ۱۷ درصد دارای تحصیلات متوسطه، ۲۱/۱ درصد دیپلم، ۱۰/۸ درصد فوق دیپلم، ۳۹/۸ درصد لیسانس، ۹/۱ درصد فوق لیسانس و ۰/۷ درصد دارای تحصیلات دکتری بوده اند.
- از مجموع افراد مورد مطالعه، ۵۱/۱ درصد فعال از نظر اقتصادی بوده که شامل افراد شاغل و بیکار در جستجوی کار می شود. ۴۸/۴ درصد را افراد غیر فعال از نظر اقتصادی تشکیل می دهند که شامل زنان خانه دار، سربازان، دانشجویان و دانش آموزان می شود. ۰/۵ درصد نیز پاسخ نداده اند.
- منطقه محل سکونت ۲۳/۱ درصد در شمال شهر، ۳۵/۶ درصد در مرکز شهر و ۴۱/۳ درصد در جنوب شهر تهران بوده است. بدین ترتیب نسبت تقریباً برابری از جمعیت مناطق شهری در پژوهش وجود داشت.
- بیش از ۵۳ درصد از پاسخگویان روزنامه مطالعه نمی کنند. میانگین مطالعه روزنامه بعنوان یک فعالیت فراغتی در طول شبانه روز حدود ۱۲ دقیقه می باشد.
- از نظر مطالعه مجلات مختلف، حدود ۴۳ درصد در اوقات فراغت خود به مطالعه مجله می پردازند بیش از ۵۷ درصد پاسخگویان مجله مطالعه نمی کنند.
- از نظر مطالعه کتابهای غیردرسی، نزدیک به ۵۰ درصد از پاسخگویان علاقه ای به مطالعه کتابهای غیردرسی در اوقات فراغت خود ندارند. میانگین زمان صرف شده برای مطالعه کتابهای غیر درسی در اوقات فراغت برابر با ۱۹/۷۷ دقیقه در شبانه روز می باشد.
- پرداختن به فعالیتهای هنری مختلف در اوقات فراغت بیش از ۸۱ درصد از پاسخگویان جایگاهی ندارد و تنها حدود ۱۸ درصد به انجام فعالیتهای هنری در اوقات فراغت خود اشاره کرده اند.
- بر اساس نتایج این تحقیق، جوانان بیشترین ساعات فراغت خود را به تماشای تلویزیون اختصاص می دهند. نزدیک به ۹۵ درصد پاسخگویان در اوقات فراغت خود تلویزیون تماشا می کنند. تنها حدود ۵ درصد تلویزیون تماشا نمی کنند. بیش از ۶۰ درصد پاسخگویان در اوقات فراغت خود بیشتر از یک ساعت به تماشای تلویزیون می پردازند. میانگین تماشای تلویزیون ۸۱/۵ دقیقه در شبانه روز است.
- حدود ۷۷ درصد از پاسخگویان به رادیو گوش نمی دهند. حدود ۱۳ درصد کمتر از نیم ساعت، ۵/۷ درصد ۳۰ دقیقه، ۳/۷ درصد بیشتر از نیم تا یک ساعت و نهایتاً اینکه ۰/۹ درصد بیشتر از یک ساعت در طول شبانه روز در اوقات فراغت خود از برنامه های رادیو استفاده می کنند.
- نزدیک به ۸۰ درصد از پاسخگویان به گوش دادن موسیقی در اوقات فراغت علاقه دارند. میانگین ساعت گوش دادن به موسیقی در بین جوانان ۳۸/۲ دقیقه در طول شبانه روز است. بنابراین، گوش دادن به موسیقی یکی از مهمترین شیوه های گذران فراغت در بین جوانان می باشد.
- نزدیک به ۳۳ درصد از پاسخگویان، گردش در پارک را جزء فعالیتهای فراغتی خود نمی دانند.

- ۱۲/۸ درصد از پاسخگویان به دراز کشیدن و استراحت کردن در اوقات فراغت علاقمند نیستند. میانگین این گونه فراغت برابر با ۳۵/۵ دقیقه است.

- نزدیک به ۸۰ درصد از پاسخگویان علاقه ای به قدم زدن در خیابان و ایستادن سر کوجه در اوقات فراغت ندارند. میانگین این گونه فراغت برابر با ۴/۹ دقیقه در شبانه روز می باشد.

- حدود ۴۰ درصد از پاسخگویان مطالعه قرآن و گوش دادن به موسیقی مذهبی را یکی از شیوه های گذران فراغت خود می دانند.

- بیش از ۹۸ درصد از پاسخگویان حداقل سالی یکبار و کمتر به سینما می روند. بیش از ۴۶ درصد تئاتر و بیش از ۵۳ درصد فرهنگسرا را جزء علائق فراغتی خود نمی دانند. نزدیک به ۷۹ درصد، از کتابخانه های عمومی استفاده می کنند. بیش از ۵۰ درصد از پاسخگویان، سالی یکبار و کمتر، از موزه ها و نمایشگاهها بازدید می کنند. بیش از ۴۱ درصد پاسخگویان، رفتن به کافه تریا و قهوه خانه را جزء فعالیت فراغتی خود نمی دانند. نزدیک به ۹۹ درصد پاسخگویان در اوقات فراغت خود به شرکت در مهمانی های خانوادگی علاقه دارند. بیش از ۳۸ درصد به استخر شنا و بیش از ۵۱ درصد به باشگاه ورزشی و بیش از ۶۸ درصد به تماشای رویداد های ورزشی در ورزشگاه ها علاقه ای ندارند. ۶۰ درصد کوهپیمایی، نزدیک به ۹۳ درصد سفرهای زیارتی، ۸۴ درصد فعالیتهای عام المنفعه و خیریه، ۹۳ درصد شرکت در مساجد و هیات مذهبی، بیش از ۸۹ درصد زیارت اماکن مقدسه، اهل قبور و شهدا، نزدیک به ۴۷ درصد شرکت در پایگاههای بسیج، نزدیک به ۹۲ درصد پیاده روی، نزدیک به ۵۴ درصد بازیهای کامپیوتری، بیش از ۵۹ درصد بازی فکری (شطرنج و...) و بیش از ۸۹ درصد از پاسخگویان در اوقات فراغت خود به گردشگری و مسافرت های تفریحی داخل کشور می پردازند.

- ۷۴ درصد از پاسخگویان در اوقات فراغت خود از اینترنت استفاده می کنند.

- ۲۶ درصد پاسخگویان به اینترنت دسترسی ندارند. ۵/۹ درصد ۲ سال یا کمتر سابقه مصرف اینترنت دارند. حدودا بیش از ۳۹ درصد پاسخگویان بین ۳ تا ۴ سال است که از اینترنت استفاده می کنند. حدودا ۳۲ درصد بین ۵ تا ۶ سال، ۸/۸ درصد بین ۷ تا ۹ سال، ۵/۷ درصد نیز ۱۰ سال و بیشتر سابقه دسترسی به اینترنت دارند.

- ۲۶ درصد از اینترنت استفاده نمی کنند. حدود ۲۵/۶ درصد کمتر از یک ساعت، ۳۱/۹ درصد در حد یک ساعت،

۱۱/۱ درصد بیشتر از یک تا دو ساعت، ۵/۴ درصد هم بیشتر از دو ساعت در شبانه روز اینترنت استفاده می کنند.

- ۲۳۲ نفر (۵۷ درصد) از مجموع ۴۰۷ نفر عنوان کرده اند که به ماهواره دسترسی دارند.

- حدود ۳/۲ درصد کمتر از یک ساعت، ۱۳/۸ درصد به میزان یک ساعت، ۲۹/۲ درصد بیشتر از یک تا دو

ساعت، ۷/۹ درصد بیشتر از دو تا سه ساعت، و ۲/۹ درصد بیش از سه ساعت در شبانه روز از برنامه های ماهواره ای استفاده می کنند. حدود ۴۳ درصد پاسخگویان علاقه ای به استفاده از ماهواره ندارند.

- ۴۳ درصد از پاسخگویان از ماهواره استفاده نمی کنند. ۱۰/۱ درصد ۲ سال و کمتر، ۱۵ درصد بین ۳ تا ۴ سال، ۱۴

درصد بین ۵ تا ۶ سال، ۸/۸ درصد بین ۷ تا ۹ سال و ۹/۱ درصد ۱۰ سال و بیشتر سابقه استفاده از ماهواره را دارند.

در این پژوهش، بعد زبانی هویت ملی با سه شاخص اندازه گیری شده است. یافته های پژوهش نشان می دهد

که اکثریت نسبی پاسخگویان (۹۰/۶ درصد) به زبان فارسی عشق می ورزند. ۷/۹ درصد تا حدودی و تنها ۱/۵

درصد با این گویه مخالفت کرده اند. ۹۱/۹ درصد پاسخگویان زبان فارسی را زبان ملی ایرانیان می دانند. ۳/۹ درصد نظر متوسط را اعلام کرده اند. و ۴/۲ درصد با این گویه مخالف بوده اند. حدود ۸۹/۹ درصد پاسخگویان به مشاهیر و شاعران ایرانی افتخار می کنند. ۶/۹ درصد نظر بینابینی داشته و ۳/۲ درصد هم مخالف این گویه بوده اند. با توجه به اینکه میانگین بعد زبانی هویت ملی ۱۳/۴ از ۱۵ می باشد، لذا می توان گفت که گرایش جوانان به بعد زبانی هویت ملی در سطح بالایی قرار دارد.

نتایج پژوهش در رابطه با بعد تاریخی هویت ملی نشان می دهد که اکثریت نسبی پاسخگویان (۸۸/۲ درصد) عنوان نموده اند که تمدن ایرانی یکی از برجسته ترین تمدنهای جهان است. ۱۰/۱ درصد نظر بینابینی داشته و مجموعاً ۱/۷ درصد با این نظر مخالف بوده اند. ۸۱/۸ درصد پاسخگویان پاسداری از تاریخ و تمدن ایرانی را وظیفه خود دانسته اند. ۱۲/۸ درصد نظر بینابینی داشته و ۵/۴ درصد نیز پاسداری از تاریخ و تمدن ایرانی را وظیفه خود نمی دانند. ۸۳/۱ درصد پاسخگویان آگاهی از تاریخ ایران برایشان مهم است. ۹/۳ درصد نظر خاصی اعلام نکرده و ۷/۶ درصد هم علاقه ای با آگاهی از تاریخ ایران ندارند. میانگین بعد تاریخی هویت ملی ۱۲/۸۲ از ۱۵ می باشد که در مقایسه با بعد زبانی، در سطح پایین تری قرار دارد.

نتایج بدست آمده از شاخصهای بعد سرزمینی هویت ملی نشان می دهد که، ۷۴ درصد پاسخگویان با گویه چو ایران نباشد، تن من مباد موافق بوده و ۱۶/۵ درصد نظر بینابینی داشته اند. در حال که ۹/۵ درصد با این گویه مخالفت کرده اند. ۸۵/۳ درصد پاسخگویان به ایرانی بودن خود افتخار می کنند. ۱۰/۳ درصد نظر بینابینی داشته و ۴/۴ درصد ایرانی بودن را افتخار خود نمی دانند. ۵۹/۲ درصد پاسخگویان حاضر بوده اند برای دفاع از کشور از جان و مال خود بگذرند. ۲۵/۳ درصد نظر بینابینی داشته و ۱۵/۵ درصد حاضر نبوده اند که برای دفاع از کشور از جان و مال خود بگذرند. در مجموع، میانگین بعد سرزمینی هویت ملی ۱۲/۰۲ از ۱۵ می باشد.

از نظر بعد دینی هویت ملی، داده ها نشانگر آن است که ۷۵/۷ درصد پاسخگویان اسلام را مایه سربلندی ایرانیان می دانند. ۱۴/۷ درصد نظر بینابینی داشته اند. در حالی که ۹/۵ درصد پاسخگویان اسلام را مایه سربلندی ایرانیان نمی دانند. ۸۲/۳ درصد پاسخگویان اعیاد مذهبی را دوست دارند. ۱۲ درصد نظر بینابینی و ۵/۶ درصد هم علاقه ای با اعیاد مذهبی ندارند. میانگین بعد دینی هویت ملی ۸/۳۱ از ۱۰ می باشد.

اکثریت نسبی پاسخگویان (۹۳/۳ درصد) به برگزاری مراسم عید نوروز به عنوان یکی از شاخصهای بعد فرهنگی هویت ملی علاقه مندند. ۳/۲ درصد نظر بینابینی و ۳/۴ درصد هم با مراسم عید نوروز کاملاً مخالف بوده اند. حدود ۵۵/۵ درصد پاسخگویان به ترانه های شجریان، ناظری و افتخاری گوش می دهند. ۲۱/۱ درصد گرایش متوسط و ۲۳/۳ درصد علاقه ای به این ترانه ها ندارند. ۸۲/۸ درصد پاسخگویان شاهنامه فردوسی را شناسنامه و هویت فرهنگی ایرانیان می دانند. ۱۱/۵ درصد نظر متوسطی داشته و ۵/۷ درصد با این گویه مخالفت کرده اند. میانگین بعد فرهنگی هویت ملی، ۱۲/۲۱ از ۱۵ می باشد.

نتایج بدست آمده از اندازه گیری شاخصهای بعد اجتماعی هویت ملی نشان می دهد که ۸۸ درصد پاسخگویان به رعایت حقوق دیگران از هر قوم و طایفه ای پایبندند. ۷/۹ درصد دارای نظر متوسط و ۴/۱ درصد مخالف این نظر بوده اند. در پاسخ به گویه، گاهی اوقات از زندگی در بین مردم ایران احساس ناراحتی می کنم، ۳۵/۸ درصد پاسخ مثبت، ۲۳/۳

درصد پاسخ متوسط و ۴۰/۸ درصد پاسخ منفی داده‌اند. میانگین بعد اجتماعی هویت ملی، ۷/۳ از ۱۰ می‌باشد. حدود ۴۴/۵ درصد پاسخگویان (بیشترین درصد) سطح هویت ملی بالایی دارند. همچنین ۲۴/۸ درصد پاسخگویان از سطح هویت ملی بسیار بالایی برخوردارند. ۱۸/۹ درصد پاسخگویان از نظر هویت ملی در سطح متوسط، ۷/۶ درصد در حد پایین و ۴/۲ درصد در سطح بسیار پایین قرار داشته‌اند. میانگین سطح کلی هویت ملی، ۶۶/۱۰ از ۸۰ می‌باشد. در مقایسه با تحقیق رضایی و حاتمی (۱۳۸۷) سطح هویت ملی جوانان شهر مسجد سلیمان بالاتر از جوانان شهر تهران است. چرا که در تحقیق مذکور میزان گرایش جوان به ابعاد هویت ملی عبارت است از: ۸۳/۱۱ درصد زیاد، ۷/۲۷ درصد متوسط و ۹/۶۲ درصد گرایش کمی به هویت ملی داشته‌اند. با این وجود، داده‌های پژوهش حکایت از نوعی احساس نسبتاً قوی هویت ملی در میان جوانان دارد.

جدول ۲. آماره‌های توصیفی مقیاس هویت ملی و شاخص‌های آن

شاخص	کمینه	بیشینه	میانگین	میانه	نما	انحراف معیار	ضریب تغییرات	چولگی	کشیدگی
بعد زبانی	۶	۱۵	۱۳/۴	۱۴	۱۵	۱/۹۸	۱۴/۷۷	-۱/۷۳۶	۳/۳۳۷
بعد تاریخی	۴	۱۵	۱۲/۸۲	۱۳	۱۵	۲/۲۵	۱۷/۵۵	-۱/۲۳	۱/۳۳۴
بعد سرزمینی	۳	۱۵	۱۲/۰۲	۱۲	۱۵	۲/۶۳	۲۱/۸۸	-۰/۹۳۵	۰/۵۴۹
بعد دینی	۲	۱۰	۸/۳۱	۹	۱۰	۱/۸	۲۱/۶۶	-۱/۰۳۵	۰/۳۳۹
بعد فرهنگی	۶	۱۵	۱۲/۲۲	۱۳	۱۲	۲/۲۱	۱۸/۰۸	-۰/۷۷۷	۰/۰۰۷
بعد اجتماعی	۳	۱۰	۷/۳	۷	۶	۱/۴۸	۲۰/۲۷	-۰/۱۷۷	-۰/۳۹۱
مقیاس کلی هویت ملی	۳۴	۸۰	۶۶/۱۰	۶۹	۷۳	۹/۹۲	۱۵	-۱/۱۱۹	۰/۷۹۳

اگر مقدار انحراف معیار یک متغیر را بر میانگین آن تقسیم کنیم ضریب تغییرات که یک شاخص نسبی است بدست می‌آید. این شاخص امکان مقایسه متغیرهای مختلف را فراهم می‌کند. هر چقدر مقدار ضریب تغییرات بیشتر باشد از پراکندگی بیشتر مقادیر یک متغیر حکایت می‌کند و هر قدر مقدار بدست آمده کوچک‌تر باشد متمرکز بودن مقادیر متغیر را حول میانگین نشان می‌دهد (کلانتری، ۱۳۸۵: ۸۷). لذا بر اساس یافته‌های پژوهش می‌توان گفت که مقادیر بعد زبانی هویت ملی از پراکندگی کمتری نسبت به سایر ابعاد هویت ملی برخوردار می‌باشد. بنابراین، شاخصهای هویت ملی از بیشترین پراکندگی که نشانگر بیشترین بحران می‌باشد، به ترتیب عبارت‌اند از: بعد سرزمینی، بعد دینی، بعد اجتماعی، بعد فرهنگی و بعد تاریخی، بعد زبانی.

آزمون فرضیات

فرضیه اول: با افزایش فراغت مجازی، سطح هویت ملی تضعیف می گردد.

ضریب همبستگی کندال تائو C برابر با $0/205-$ با سطح معناداری صفر می باشد. به عبارت دیگر با توجه به مقادیر ضرایب همبستگی فوق فرض H_1 (وجود رابطه و همبستگی) مورد قبول بوده و این فرضیه اثبات می شود. یعنی به احتمال بیش از ۹۹٪ درصد بین میزان فراغت مجازی و هویت ملی رابطه منفی و معکوس وجود دارد. بدین معنی که با افزایش میزان فراغت مجازی، سطح هویت ملی تضعیف می گردد و برعکس. علاوه بر این با توجه به مقدار value بدست آمده در جدول ($0/205-$)، باید گفت که رابطه بین دو متغیر در حد ضعیف می باشد.

فرضیه دوم: الگوی فراغت فرهنگی در هویت ملی جوانان تاثیر دارد.

ضریب همبستگی کندال بین فراغت فرهنگی و هویت ملی برابر با $0/058-$ بوده و چون سطح معناداری آن ($0/221$) بیشتر از $0/05$ می باشد، لذا بین آن ها همبستگی معناداری وجود ندارد.

فرضیه سوم: الگوی فراغت مذهبی در هویت ملی جوانان تاثیر دارد.

ضریب همبستگی کندال تائو b برابر با $0/358$ بوده و سطح معناداری آن صفر است. با احتمال بیش از ۹۹ درصد بین دو متغیر فراغت مذهبی و هویت ملی رابطه مثبت و مستقیم و در حد متوسط وجود دارد. بنابراین می توان گفت که با افزایش فراغت مذهبی به میزان هویت ملی افزوده می شود و با کاهش آن، از سطح هویت ملی کاسته می شود.

فرضیه چهارم: الگوی فراغت ورزشی در هویت ملی جوانان تاثیر دارد.

ضریب همبستگی کندال b بین فراغت ورزشی و هویت ملی برابر با $0/240-$ و سطح معناداری آن صفر می باشد، لذا بین آن ها همبستگی منفی و معکوس وجود دارد. البته رابطه بین آنها در حد ضعیف است. بنابراین می توان گفت که با افزایش فراغت مذهبی، سطح هویت ملی پایین می آید و با کاهش آن، سطح هویت ملی افزایش می یابد.

فرضیه پنجم: الگوی فراغت عامیانه در هویت ملی جوانان تاثیر دارد.

ضریب همبستگی کندال b بین فراغت عامیانه و هویت ملی برابر با $0/087-$ و سطح معناداری آن $0/069$ می باشد، لذا بین آن ها رابطه معناداری وجود ندارد.

فرضیه ششم: الگوی فراغت ماهواره محور و هویت ملی جوانان تاثیر دارد.

ضریب همبستگی کندال تائو C برابر با $0/465-$ بوده و سطح معناداری آن صفر است. با احتمال بیش از ۹۹ درصد بین دو متغیر فراغت ماهواره ای و هویت ملی رابطه منفی و معکوس و در حد متوسط وجود دارد. بنابراین می توان گفت که با افزایش فراغت ماهواره ای، سطح هویت ملی تضعیف گردیده و با کاهش آن، سطح هویت ملی افزایش می یابد. علاوه بر این با توجه به مقدار value بدست آمده در جدول ($0/465-$)، باید گفت که رابطه بین دو متغیر در حد متوسط می باشد.

فرضیه هفتم: ویژگیهای فردی جوانان (جنسیت، سن، میزان تحصیلات و وضعیت تاهل) در هویت ملی آنان تاثیر دارد.

در این پژوهش، ویژگی های فردی شامل جنسیت، سن، میزان تحصیلات و وضعیت تاهل جوانان می شود. در ادامه به بررسی رابطه و همبستگی هر یک از این متغیرها با هویت اجتماعی پرداخته می شود. سطح سنجش

متغیرهای ویژگی‌های فردی به صورت اسمی و ترتیبی است.

جنسیت و هویت ملی: جنسیت در هویت ملی تاثیر دارد. برای سنجش رابطه بین متغیر جنسیت و هویت ملی از آزمون کی دو (کلانتری، ۱۳۸۵:۱۰۱) استفاده شده است. مقدار آماره کی دو برابر با ۱۳/۵۸۱ و سطح معناداری آن ۰/۰۱ است. لذا با احتمال بیش از ۹۹ درصد می‌توان گفت که جنسیت در هویت ملی تاثیر دارد. یعنی میزان هویت ملی در بین مردان و زنان متفاوت است.

وضعیت تاهل و هویت ملی: وضعیت تاهل در هویت ملی تاثیر دارد. مقدار آماره کی دو برابر با ۸/۴۵۷ و سطح معناداری آن ۰/۱۵ است. لذا با احتمال بیش از ۹۵ درصد می‌توان گفت که وضعیت تاهل در هویت ملی تاثیر دارد. یعنی میزان هویت ملی در بین جوانان متاهل و مجرد متفاوت است. لذا فرض صفر رد می‌گردد.

میزان تحصیلات و هویت ملی: مقدار ضریب سامرز d برابر با ۰/۳۶ و سطح معناداری آن ۰/۱۴ است. بنابراین متغیر میزان تحصیلات در هویت ملی تاثیر ندارد.

سن و هویت ملی: مقدار ضریب سامرز d برابر با ۰/۷۱ و سطح معناداری آن ۰/۰۶ است. بنابراین متغیر میزان تحصیلات در هویت ملی تاثیر ندارد.

منطقه سکونت و هویت ملی: مقدار آماره کی دو برابر با ۱۳۰/۷۹۸ و سطح معناداری آن صفر است. لذا با احتمال بیش از ۹۹ درصد می‌توان گفت که محل سکونت در سطح هویت ملی تاثیر دارد. یعنی جوانان شمال، مرکز و جنوب شهر تهران دارای سطح هویت ملی یکسانی با یکدیگر نیستند.

شغل و هویت ملی: مقدار آماره کی دو برابر با ۱۳/۵۳۷ و سطح معناداری آن ۰/۰۳۵ است. لذا با احتمال بیش از ۹۵ درصد می‌توان گفت که شغل در هویت ملی تاثیر دارد. یعنی جوانان دارای مشاغل مختلف، از سطح هویت ملی یکسانی برخوردار نیستند.

جدول ۳. همبستگی بین متغیرهای مستقل با متغیر وابسته هویت ملی جوانان

متغیر	سطح سنجش	مقارن یا نامتقارن	ضریب همبستگی	مقدار	سطح	نوع رابطه
				ضریب	معناداری	
فراغت مجازی	ترتیبی	مقارن	کندال تائو C	-۰/۲۰۵	۰/۰۰۰	منفی و معکوس
فراغت فرهنگی	ترتیبی	مقارن	کندال تائو b	۰/۰۵۸	۰/۲۴۰	رابطه وجود ندارد
فراغت مذهبی	ترتیبی	مقارن	کندال تائو b	۰/۳۵۸	۰/۰۰۰	مثبت و مستقیم
فراغت ورزشی	ترتیبی	مقارن	کندال تائو b	-۰/۲۴۰	۰/۰۰۰	منفی و معکوس
فراغت عامیانه	ترتیبی	مقارن	کندال تائو b	-۰/۰۸۷	۰/۱۱۳	رابطه وجود ندارد.
فراغت ماهواره محور	ترتیبی	مقارن	کندال تائو C	-۰/۴۶۵	۰/۰۰۰	منفی و معکوس
تحصیلات	ترتیبی	نامتقارن	سامرز d	۰/۰۳۶	۰/۴۱۴	رابطه وجود ندارد.
سن	ترتیبی	نامتقارن	سامرز d	۰/۰۷۱	۰/۱۰۶	رابطه وجود ندارد.

جدول ۴. آماره کی دو بین متغیرهای مستقل با هویت ملی (متغیر وابسته) جوانان

نوع رابطه	آماره کی دو		مقدار ضریب	مقارن یا نامقارن	متغیر وابسته
	سطح معناداری	درجه آزادی			
مثبت و مستقیم	۰/۰۰۱	۲	۱۳/۵۸۱	نامقارن	جنسیت
مثبت و مستقیم	۰/۰۱۵	۲	۸/۴۵۷	نامقارن	وضعیت تاهل
مثبت و مستقیم	۰/۰۰۰	۴	۱۳۰/۷۹۸	نامقارن	منطقه سکونت
مثبت و مستقیم	۰/۰۳۵	۶	۱۳/۵۳۷	نامقارن	شغل

رگرسیون چندگانه

از آنجایی که مقدار آماره دوربین-واتسون (۱/۵۹۴) در فاصله ۱/۵ و ۲/۵ قرار دارد، فرض عدم وجود همبستگی بین خطاها (H₀) رد نمی شود و می توان از رگرسیون استفاده کرد. بررسی نتایج رگرسیون چند متغیره نشان می دهد که مقدار R یا ضریب همبستگی چندگانه برابر با ۰/۷۱۸ بوده که نشان دهنده رابطه شدید بین سطح هویت ملی جوانان و متغیرهای مستقل است. مقدار ضریب تعیین یا R² برابر با ۰/۵۱۵ بوده و بیانگر این حقیقت است که ۵۱/۵ درصد از تغییرات هویت ملی جوانان به این متغیرهای مستقل مربوط است و ۴۸/۵ درصد بقیه مربوط به عواملی است که در این پژوهش مورد بررسی قرار نگرفته اند.

جدول ۵. خلاصه مدل

مدل	ضریب همبستگی چندگانه	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	خطای معیار	آماره دوربین-واتسون
۱	۰/۷۱۸	۰/۵۱۵	۰/۵۰۰	۷/۰۱۶۸۳	۱/۵۹۴

جدول تجزیه واریانس (ANOVA) نیز معنی دار بودن رگرسیون و رابطه خطی بین متغیرها را نشان داده که سطح معناداری آن را تایید می کند. اعداد ارائه شده در جدول آنالیز واریانس نشان می دهد که مقدار F یعنی نسبت متوسط واریانس رگرسیون به متوسط واریانس باقیمانده برابر با ۳۴/۸۸۸ بوده و با درجه آزادی ۱۲ و سطح معناداری صفر می توان گفت که به احتمال بیش از ۹۹ درصد اطمینان، بین هویت ملی جوانان و سایر متغیرهای مستقل اختلاف معناداری وجود دارد.

جدول ۶. تحلیل واریانس رگرسیون (ANOVA)

مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	آماره F	سطح معناداری	رگرسیون
۲۰۶۱۲/۷۳۹	۱۲	۱۷۱۷/۷۲۸	۳۴/۸۸۸	۰/۰۰۰	رگرسیون
۱۹۳۹۸/۹۲۴	۳۹۴	۴۹/۲۳۶	-	-	باقیمانده
۴۰۰۱۱/۶۶۶	۴۰۶	-	-	-	کل

مقادیر جدول ضرایب رگرسیونی نشان می دهد که متغیرهای فراغت ورزشی، فراغت مذهبی، فراغت ماهواره ای و منطقه سکونت در سطح بیش از ۹۹ درصد و متغیرهای سن، فراغت فرهنگی و فراغت مجازی در سطح بیش از ۹۵ درصد معنادار هستند.

با توجه به جدول ضرایب رگرسیونی می توان گفت که نقش متغیر فراغت ماهواره محور ($\text{Beta} = -0/307$) بیشتر از نقش سایر متغیرها است. این اعداد نشانگر آن است که به ازای هر یک واحد تغییر در انحراف معیار فراغت ماهواره محور به اندازه $-0/307$ در انحراف معیار متغیر وابسته (هویت ملی) تغییر ایجاد می گردد. در حالی که به ازای یک واحد تغییر در انحراف معیار سایر متغیرها، در انحراف معیار متغیر وابسته تغییرات کمتری ایجاد می شود. بزرگ بودن مقدار بتا نشان دهنده اهمیت نسبی و نقش آن در پیش بینی متغیر وابسته است. بنابراین در اینجا می توان گفت که متغیرهای فراغت ماهواره محور، منطقه سکونت، فراغت ورزشی، فراغت مذهبی، سن، فراغت مجازی و فراغت فرهنگی به مراتب سهم بیشتری در پیش بینی متغیر هویت ملی جوانان دارند.

جدول ۷. ضرایب رگرسیونی متغیرهای مستقل با متغیر وابسته هویت ملی جوانان

متغیرها	ضریب رگرسیون	خطای استاندارد	وزن بتا	آزمون t	سطح معناداری
مقدار ثابت	۵۹/۷۰۱	۴/۳۶۵	-	۱۳/۶۷۶	۰/۰۰۰
جنسیت	-۰/۲۲۹	۰/۷۹۶	-۰/۰۱۲	-۰/۲۸۸	۰/۷۷۳
وضعیت تاهل	۰/۸۴۷	۱/۰۳۹	۰/۰۳۸	۰/۸۱۵	۰/۴۱۵
سطح تحصیلات	-۱/۴۰۰	۱/۱۱۱	-۰/۰۶۹	-۱/۲۶۱	۰/۲۰۸
سن	۰/۳۵۶	۰/۱۵۱	۰/۱۵۶	۲/۳۵۳	۰/۰۱۹
فراغت ورزشی	-۰/۰۱۴	۰/۰۰۳	-۰/۱۸۸	-۴/۲۹۹	۰/۰۰۰
فراغت مذهبی	۰/۰۱۳	۰/۰۰۴	۰/۱۷۵	۳/۳۵۶	۰/۰۰۱
فراغت فرهنگی	-۰/۰۰۷	۰/۰۰۴	-۰/۰۷۶	-۱/۹۷۰	۰/۰۵۰
فراغت عامیانه	-۰/۰۰۵	۰/۰۰۶	-۰/۰۳۸	-۰/۹۳۶	۰/۳۵۰
فراغت مجازی	-۰/۰۱۲	۰/۰۰۶	-۰/۱۰۰	-۲/۲۵۴	۰/۰۲۵
فراغت ماهواره محور	-۰/۰۳۲	۰/۰۰۶	-۰/۳۰۷	-۵/۸۱۳	۰/۰۰۰
شغل	۰/۷۵۸	۰/۴۰۲	۰/۰۹۱	۱/۸۸۳	۰/۰۶۰
منطقه سکونت	۲/۹۸۸	۰/۵۴۶	۰/۲۳۶	۵/۴۷۲	۰/۰۰۰

بر اساس داده های جدول شماره (۷) معادله رگرسیون را به شرح ذیل می توان نوشت:

$$Y = 59/701 - 0/014(\text{فراغت ورزشی}) - 2/988(\text{منطقه سکونت}) + 0/032(\text{فراغت ماهواره محور}) + 0/013(\text{فراغت مذهبی}) - 0/007(\text{فراغت فرهنگی}) - 0/012(\text{فراغت مجازی}) - 0/356(\text{سن}) + 0/356(\text{فراغت مذهبی})$$

تحلیل مسیر

بر اساس ضرایب بتا مندرج در نمودار شماره ۱ میزان تاثیر مستقیم کل متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته هویت مدرن $0/083-$ ، تاثیر غیر مستقیم برابر با $1/744$ و مجموع تاثیرات مستقیم و تأثیر غیر مستقیم برابر با $1/661$ می باشد. این متغیرهای مستقل در مجموع $51/5$ درصد از واریانس متغیر وابسته را تبیین می کنند. با توجه به مقدار ضریب تعیین در تحلیل رگرسیونی ($R^2 = 0/515$)، ضریب خطا یا مقدار کمیت خطا برابر با $0/485$ می باشد. بنابراین می توان گفت که مدل علی به دست آمده $48/5$ درصد از واریانس متغیر وابسته را تبیین نمی کند.

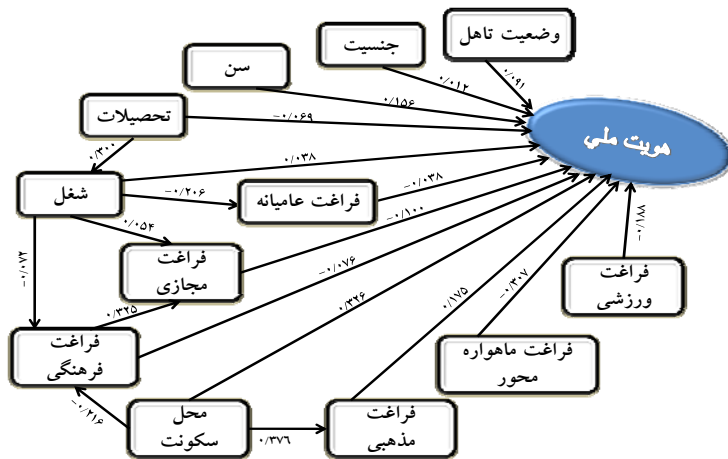
جدول ۸. نوع، میزان و مسیر تأثیر متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته هویت ملی

متغیر	نوع اثر	میزان اثر بر اساس ضرایب بتا	مسیر تأثیر
وضعیت تاهل	مستقیم	0/091	---y1X
جنسیت	مستقیم	-0/012	---y2X
سن	مستقیم	0/156	---y3X
تحصیلات	مستقیم	-0/069	---y4X
تحصیلات	غیر مستقیم	0/338	---y5---x4X
تحصیلات	غیر مستقیم	0/056	y6-----x5---x4X
تحصیلات	غیر مستقیم	0/254	y7-----x5---x4X
تحصیلات	غیر مستقیم	0/453	---y7x ---8---x5---x4X
تحصیلات	غیر مستقیم	0/152	---y8---x5---x4X
شغل	مستقیم	0/038	---y5X
شغل	غیر مستقیم	-0/244	---y6---x5X
شغل	غیر مستقیم	-0/046	---y7---x5X
شغل	غیر مستقیم	0/153	---y7---x8---x5X
شغل	غیر مستقیم	-0/148	---y8---x5X
فراغت عامیانه	مستقیم	-0/038	---y6X
فراغت مجازی	مستقیم	-0/100	---y7X
فراغت فرهنگی	مستقیم	-0/076	---y8X
فراغت فرهنگی	غیر مستقیم	0/225	---y7---x8X
محل سکونت	مستقیم	0/236	---y9X
محل سکونت	غیر مستقیم	0/551	---y10---x9X
فراغت مذهبی	مستقیم	0/175	---y10X
فراغت ماهواره محور	مستقیم	-0/307	---y11X

---y۱۲X	-۰/۱۸۸	مستقیم	فراغت ورزشی
---	-۰/۰۸۳	مستقیم	کل اثرات مستقیم
---	۱/۷۴۴	غیر مستقیم	کل اثرات غیر مستقیم
---	۱/۶۶۱	مستقیم و غیر مستقیم	مجموع اثرات مستقیم و غیر مستقیم

جدول ۹. مجموع اثرات مستقیم و غیر مستقیم متغیرهای مستقل بر متغیر هویت ملی

متغیر مستقل	اثرات غیر مستقیم	اثرات مستقیم	مجموع اثرات مستقیم و غیر مستقیم
وضعیت تاهل	---	۰/۰۹۱	۰/۰۹۱
جنسیت	---	-۰/۰۱۲	-۰/۰۱۲
سن	---	۰/۱۵۶	۰/۱۵۶
تحصیلات	۱/۲۵۳	-۰/۰۶۹	۱/۱۸۴
شغل	-۰/۲۸۵	۰/۰۳۸	-۰/۲۴۷
فراغت عامیانه	---	-۰/۰۳۸	-۰/۰۳۸
فراغت مجازی	---	-۰/۱۰۰	-۰/۱۰۰
فراغت فرهنگی	۰/۲۲۵	-۰/۰۷۶	۰/۱۴۹
محل سکونت	۰/۵۵۱	۰/۲۳۶	۰/۷۸۷
فراغت مذهبی	---	۰/۱۷۵	۰/۱۷۵
فراغت ماهواره محور	---	-۰/۳۰۷	-۰/۳۰۷
فراغت ورزشی	---	-۰/۱۸۸	-۰/۱۸۸
جمع کل	۱/۷۴۴	-۰/۰۸۳	۱/۶۶۱



نمودار ۱. تحلیل مسیر همراه با ضرایب مسیر (بتا)

بحث

اوقات فراغت و چگونگی گذران آن در شکل گیری هویت افراد نقش به سزایی دارد. یافته های تحقیق حاکی از پایین بودن سطح مطالعه در میان جوانان است. اطلاعات موجود نشان از آن دارد که ورزش نقش عمده ای در گذران اوقات فراغت جوانان ندارند. رادیو اکنون با وجود تلویزیون و اینترنت با محدودیتهای زیادی در جذب مخاطب رو به رو شده است. رسانه ای شدن روزافزون سرگرمی ها و شیوه های گذران فراغت، خانگی شدن آن را نیز به همراه داشته است. بر اساس نتایج تحقیق، جوانان بیشترین ساعات فراغت خود را به تماشای تلویزیون اختصاص می دهند. نزدیک به ۹۵ درصد پاسخگویان در اوقات فراغت خود تلویزیون تماشا می کنند. بیش از ۶۰ درصد پاسخگویان در اوقات فراغت خود بیشتر از یک ساعت در شبانه روز به تماشای تلویزیون می پردازند. میانگین تماشای تلویزیون ۸۱/۵ دقیقه در شبانه روز است. گذشته از تلویزیون، رسانه های نو نیز به تدریج جذابیت زیادی برای جوانان یافته است. نتایج پیمایش نشان می دهد که ۷۴ درصد پاسخگویان در اوقات فراغت خود از اینترنت استفاده می کنند. ۵۷ درصد از آنان به برنامه های ماهواره دسترسی دارند. ارقام فوق بیانگر میزان استفاده ی فعال (به صورت روزانه و یا چند روز در هفته) از این رسانه هاست. کارکردهای متنوع و متعدد اینترنت، آن را به پدیده ای تاثیرگذار در عرصه فراغت تبدیل کرده است.

بطور کلی، با افزایش فراغت مجازی، فراغت ورزشی و فراغت ماهواره محور از سطح هویت ملی کاسته می شود. فراغت مذهبی در هویت ملی تاثیر مثبت و مستقیم دارد. فراغت فرهنگی، فراغت عامیانه، تحصیلات و سن در هویت ملی تاثیر ندارد. جنسیت، وضعیت تاهل، منطقه سکونت و شغل در هویت ملی تاثیر دارد. مجموع این متغیرها ۵۱/۵ درصد از تغییرات هویت ملی جوانان را تبیین می کنند.

نتایج تحلیل رگرسیونی بیانگر آن است که نقش متغیر فراغت ماهواره محور در تبیین هویت ملی، بیشتر از نقش

سایر متغیرها است. تجربه ماهواره در ایران به دلیل ایجاد انشقاق بین تجربه و واقعیت، عمدتاً با تکوین هویت‌های پایدار و یکپارچه ناسازگار است. درست است که فرایندهای تعیین هویت همچنان در ضمن تماشای ماهواره حضور دارند، اما این فرایندها در ماهواره به جای وقوع در بستر تعاملات اجتماعی در دامن تجربه‌های جعلی و ساختگی بصری روی می‌دهند. لذا ماهواره به جای تکوین اجتماعی هویت، مجموعه‌ای پاره پاره و درهم برهم از هویت‌های مبتنی بر انگاره‌ها می‌نشانند. حاصل این فعل و انفعالات ناهمگنی کل فرهنگ ماهواره است که متغیرهای تجربه شخصی و تکوین هویت را از بنیاد دگرگون می‌سازد. بدین قرار، تجربه ماهواره، در معنایی پدیدار شناختی، گسستی است بنیادین از تجربه زندگی هر روزه و بستر مناسبات اجتماعی که هویت نوعاً در دامن آنها تکوین می‌یابد. بنابراین، ماهواره با سپهرهای اجتماعی تداخل می‌کند و تفاوت‌های اجتماعی را به هم می‌آمیزد و بدین سان تمایزات معمول رفتاری را محو می‌کند.

در مجموع می‌توان گفت که متغیرهای فراغت ماهواره محور، منطقه سکونت، فراغت ورزشی، فراغت مذهبی، سن، فراغت مجازی و فراغت فرهنگی به مراتب سهم بیشتری در پیش‌بینی متغیر هویت ملی جوانان دارند.

Archive of SID

منابع

- آزاد ارمکی، تقی. (۱۳۸۲). ابعاد هویت ایرانی، در کتاب "همبستگی ملی در ایران" به کوشش داریوش قمری، تهران: موسسه مطالعات ملی.
- آزاد ارمکی، تقی. (۱۳۸۶). فرهنگ و هویت ایرانی و جهانی شدن؛ تهران، تمدن ایرانی، چاپ اول.
- اباذری یوسف علی و حسن چاوشیان (۱۳۸۱). از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی: رویکردهای نوین در تحلیل جامعه شناسی هویت اجتماعی. نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۰.
- ابراهیمی، قربانعلی و بهنوی گدنه، عباس. (۱۳۸۸). اوقات فراغت و هویت: بررسی جامعه شناختی رابطه ی اوقات فراغت با هویت شخصی در بین جوانان شهر بابلسر؛ فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، سال پنجم، شماره ۱۴، بهار ۱۳۸۸.
- استوری جان. (۱۳۸۵). مطالعات فرهنگی درباره فرهنگ عامه؛ (حسین پاینده، مترجم)، تهران: نشر آگه.
- باکاک، رابرت. (۱۳۸۱). مصرف، (خسرو صبری، مترجم)، تهران: نشر شیرازه، چاپ اول.
- بنت، اندی. (۱۳۸۶). فرهنگ و زندگی روزمره، (لیلا جوافشانی و حسن چاوشیان، مترجم)، تهران، اختران.
- بیرو، آلن. (۱۳۷۰). فرهنگ علوم اجتماعی، (باقر ساروخانی، مترجم)، تهران، موسسه کیهان.
- تاجیک، محمد رضا. (۱۳۸۷). رسانه و بحران در عصر فراواقعیت (با تاکید بر بحران هویت)؛ پژوهشنامه علوم سیاسی، سال چهارم، شماره اول، زمستان.
- تهایی، حسین. (۱۳۷۲). نظریه های جامعه شناسی (هفت مقاله در باب مبانی تاریخ اندیشه و نظریات جامعه شناختی)، تهران، مردین.
- تورکیدسن، جورج. (۱۳۸۲). اوقات فراغت و نیازهای مردم، (عباس اردکانیان و عباس حسینی، مترجم)، انتشارات نوربخش.
- خادمیان، طلیعه. (۱۳۸۷). سبک زندگی و مصرف فرهنگی، تهران، موسسه فرهنگی جهان کتاب.
- چلبی، مسعود. (۱۳۸۵). تحلیل اجتماعی در فضای کنش، تهران، نشر نی، چاپ اول.
- دان، رابرت. (۱۳۸۴). "نقد اجتماعی پست مدرنیته بحرانهای هویت"، (صالح نجفی، مترجم)، تهران، پردیس دانش.
- دوران، بهزاد و منوچهر محسنی. (۱۳۸۳). هویت؛ رویکردها و نظریه ها، در مبانی نظری هویت و بحران هویت؛ تهیه و تنظیم علی اکبر علیخانی، تهران، جهاد دانشگاهی، پژوهشکده علوم انسانی، اجتماعی، دفتر مطالعات و تحقیقات سیاسی وزارت کشور، چاپ اول، ۱۳۸۳.
- دیلینی، تیم. (۱۳۸۸). نظریه های کلاسیک جامعه شناسی؛ (بهرنگ صدیقی و وحید طلوعی، مترجم)، تهران، نشر نی.
- ذکائی، محمد سعید. (۱۳۸۰). اخلاق شهروندی: رابطه هویت یابی جمعی و ارزشهای دیگرخواهانه، نامه انجمن جامعه شناسی ایران، ویژه نامه دومین همایش مسائل اجتماعی ایران، شماره ۵.
- ربانی، رسول. (۱۳۸۰). جامعه شناسی جوانان؛ تهران، آوای نور.

- ساروخانی، باقر (۱۳۷۰). دایره‌المعارف علوم اجتماعی، تهران، موسسه کیهان.
- سعیدی، علی اصغر (۱۳۸۳). تحول مفهوم اوقات فراغت، نظام‌های تولیدی و بازار کار. فصلنامه مطالعات جوانان، شماره ۶.
- شفرز، برنهارد (۱۳۸۶). مبانی جامعه‌شناسی جوانان، (کرامت اله راسخ، مترجم)، تهران، نشر نی.
- شیخاوندی، داور (۱۳۸۰). تأخیر در تکون هویت ایرانی در جریان تجدد، نامه انجمن جامعه‌شناسی ایران، ویژه‌نامه دومین همایش مسائل اجتماعی ایران، شماره ۳.
- روحک، کریس (۱۳۸۸). «نظریه فراغت: اصول و تجربه‌ها»، (عباس مخبر، مترجم)، تهران، موسسه نشر شهر.
- کلانتری، خلیل (۱۳۸۵). پردازش و تحلیل داده‌ها در تحقیقات اجتماعی و اقتصادی، تهران، شریف. چاپ دوم.
- عبداللهی، محمد (۱۳۷۵). «جامعه‌شناسی بحران هویت»، نامه پژوهش، شماره ۲ و ۳، پاییز و زمستان.
- لطیفی، غلامرضا (۱۳۸۰). سیمای جهانی اوقات فراغت جوانان، تهران، سازمان ملی جوانان (دفتر مطالعات و تحقیقات).
- جلائی پور، حمید رضا و محمدی، جمال (۱۳۸۷). «نظریه‌های متأخر جامعه‌شناسی»، تهران، نشر نی.
- محسنی، منوچهر (۱۳۸۶). بررسی در جامعه‌شناسی فرهنگی ایران، تهران، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، چاپ اول.
- ملکی، امیر و عباسپور، علیرضا (۱۳۸۸). بررسی جامعه‌شناختی نگرش جوانان نسبت به هویت ملی و مولفه‌های آن؛ فصلنامه دانش انتظامی، سال دهم، شماره دوم.
- ویس، اوتمار (۱۳۸۹). مبانی جامعه‌شناسی ورزش، ترجمه کرامت اله راسخ، تهران، نشر نی، چاپ اول.

- Godbey, G. (1985).** Recreation & Park Planning: The Exercise of Values, University of Waterloo, Ontario, P.13.
- Giddens A. (1991).** Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age. Cambridge: Polity Press.
- Jarvie, Grant and Maguire, Joseph (1994).** "Sport and Leisure in Social Thought", Routledge.
- Hall, Stuart (2000).** Cultural Identity and Cinematic Representation in Film a Theory: an Anthology, Edited by Robert stem and Toby miller, Blackwell.
- Thompson, Andrew, (2001).** National Identities and human agency, the sociological Review, Vol 49, No.1, Feb.
- Willimas, R, (1961).** Keywords: A Vocabulary Of Culture And Society, London: Fontana/Flamingo