

تفریحات ایرانی!

یکی از راه‌های شناخت یک جامعه و به‌خصوص سنجش سلامت روانی آن، بررسی عادات و رفتار مردم در تفریحات آنها است به این ترتیب می‌توان خصلت‌های فرهنگی و رفتاری هر جامعه‌ای را واکاوی کرد و از زوایای مختلف به عملکرد مردم در اوقات بیکاری‌شان پرداخت.



یکی از راه‌های شناخت یک جامعه و به‌خصوص سنجش سلامت روانی آن، بررسی عادات و رفتار مردم در تفریحات آنها است به این ترتیب می‌توان خصلت‌های فرهنگی و رفتاری هر جامعه‌ای را واکاوی کرد و از زوایای مختلف به عملکرد مردم در اوقات بیکاری‌شان پرداخت.

طی سال‌های اخیر این بحث در ایران هم حائز اهمیت شده و بیشتر به آن پرداخته می‌شود. برداشت غالب مردم در جامعه این است که ما ایرانی‌ها به‌زودی؛ طور کلی بلد نیستیم چگونه تفریح کنیم و روش‌ها؛ تفریحات ما اشتباه است! یا اینکه برخی از کارشناسان اجتماعی بر این باورند که ایرانی‌ها آنگونه که باید به اهمیت تفریح پی نبرده‌اند. در این صفحه با چند نفر از کارشناسان همراه شده و نظر آنها را در این باره جویا شده‌ایم.

ضرورت فراموش شده!

معتقدم بسیاری از گروه‌های اجتماعی در جامعه ما در مسئله مدیریت زمان آنچنان که مردم بعضی کشورهای توسعه‌یافته عمل می‌کنند، درست عمل نمی‌کنند. در بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته شهروندان زمانی را به کار، زمانی را به ورزش و زمانی را به دیدار با دوستان و تفریح اختصاص می‌دهند اما بسیاری از خانواده‌های ایرانی بیشتر به فکر کارکردن هستند و این کارکردن ساعت‌ها؛ شبانه‌روزی را به‌خود اختصاص می‌دهد و فرد دیگر وقتی برای خانواده و تفریح و گفت‌وگو با آنان ندارد. البته بعضی خانواده‌ها هم سنتی‌تر عمل می‌کنند و همه‌چیز را در کنار هم دارند اما تعداد این خانواده‌ها زیاد نیست. جالب توجه است که بدین ترتیب برخی از خانواده‌های سنتی در ایران در مقایسه با خانواده‌های مدرن و به‌خصوص طبقه متوسط شهرنشین در شهرهای بزرگ کشور از میزان و تنوع تفریحی بیشتری برخوردار هستند. در حقیقت گویی به شکلی خانواده‌های مدرن در گذار از سنت به مدرنیته هنوز در قالب جدید خود جای نگرفته و نتوانسته‌اند شکل درستی به زمانبندی و زندگی روزمره و روزانه خود بدهند. عوامل مختلفی از جمله وضعیت اقتصادی و عدم اطمینان اقتصادی مانع از انجام تفریحات لازم برای ایرانی‌ها می‌شود.

یکی از معضلات زندگی شهری همین فشار کاری و اقتصادی است که باعث می‌شود زمان زیادی از خانواده‌ها صرف تأمین نیازهای اولیه زندگی از جمله هزینه‌های مسکن و درمان و حمل‌ونقل شده و بدین ترتیب خانواده نوعی اضمحلال روحی و روانی را به مرور تجربه می‌کند. پیشنهاد می‌کنم برنامه‌هایی برای خانواده‌ها تنظیم و آموزش‌هایی به خانواده‌ها داده شود که تفریح را جزو برنامه‌های خود داشته باشند و بدانند که سلامت روان‌شناختی آنها با داشتن زندگی سالم تأمین می‌شود. به عبارت دیگر در کشورمان نیازمند فرهنگسازی گسترده در زمینه تفریح و توجه به اهمیت آن هستیم، به شکلی که در وهله اول خانواده ایرانی متوجه اهمیت موضوع شود و دغدغه تفریح مناسب در اذهان شهروندان ایرانی شکل بگیرد. شاید مهم‌ترین مشکل کنونی در زمینه سلامت روان جامعه همین بی‌توجهی به ضرورت و جایگاه تفریح و اوقات فراغت در زندگی شهری باشد؛ نکته‌ای که برطرف کردن آن نیازمند کار فرهنگی گسترده در سطح جامعه است.

افراط و تفریط آفت زندگی ایرانی‌هاست. افراط در کار باعث می‌شود خانواده‌ها نتوانند با هم گفت‌وگو کنند و دردها و شادی‌های خود را با یکدیگر در میان بگذارند. تلویزیون هم به‌عنوان در دسترس‌ترین رسانه کشور برنامه‌های چندان جذابی ندارد تا خانواده‌ها بتوانند شادی‌ها و شور و نشاط خود را از این برنامه‌ها بگیرند. نمی‌توان با پخش چند برنامه به ظاهر طنز انتظار ایجاد شادی گسترده در جامعه را داشت!

آنچه من می‌بینم و گاه با من صحبت می‌شود این است که آن میزان شادی‌ای که لازمه زندگی

سالم است بین ایرانی‌ها و وجود ندارد و آنها وقت کمی را برای تفریح اختصاص می‌دهند و این وقت کم برای تفریح کردن تبعات منفی بسیاری را در جامعه با خود به همراه دارد که کمتر به چشم می‌آید. محمود ساعتچی

تفریح زیر سیطره تکنولوژی

ورود هر فناوری جدیدی به زندگی بشر تغییراتی را در زندگی به‌زنج‌دنبال داشته است. برای ردیابی این تغییرات، می‌توان از نخستین فناوری‌ها و تکنولوژی‌های هم‌چون چرخ، ماشین بخار و لوکوموتیو تا فناوری‌های امروزی یعنی فناوری‌های ارتباطی را نام‌برد و دریافت که شکل‌گیری و رواج این فناوری‌ها چه تغییراتی در زندگی بشر به‌زنج‌دنبال داشته است. روشن است که نه همه تغییرات مفید و نه همه مثبت بوده‌اند، هرچند فناوری اساساً زندگی بشر را آسان‌تر کرده و از مخاطرات آن کاسته اما مسئله این است که اصولاً زندگی و تفریحات مردم تحت‌تأثیر فناوری و امکانات آن قرار گرفته و مرتباً دچار تغییر و تحول می‌شود. این ابزارها نه فقط سبک زندگی بلکه خواست‌ها، امیال و نگرش جامعه را به‌زنج‌شدت متحول کرده‌اند. این مسئله ناشی از این است که اساساً با ورود فناوری‌ها و ابزارهای جدید، ذهنیت جهانی یا ذهنیت انسان‌ها به جهان و خود، تغییر می‌کند.

امروز نیز ما شاهد چنین تغییراتی هستیم. به‌زنج‌عنوان مثال تلویزیون اساساً سبک زندگی مردم را تغییر داده و خود جهت‌گیری‌ها و جمع‌های خانوادگی سوق داده است. این روند حالا به این واقعیت منجر شده است که اغلب مردم به جای گشت و گذار در مناطق مختلف شهری یا غیرشهری و تجربه ساعاتی در کنار یکدیگر، بیشتر ترجیح می‌دهند که در خانه بمانند و سریال و فیلم تماشا کنند. خود این سریال‌ها و سایر برنامه‌ها نیز به نوبه‌زنج‌خود سبک زندگی، انتخاب‌ها و گزینش‌های افراد در مراحل مختلف زندگی را تحت‌تأثیر قرار داده است. به‌زنج‌عبارت دیگر، تلویزیون هرچند یک رسانه ارتباط جمعی تلقی می‌شود اما سبب تنهاتر شدن و انزوای انسان‌ها شده است. از سوی دیگر، خودرو به‌زنج‌عنوان یک فناوری برتر، توان جابه‌جایی انسان‌ها را افزایش داده است. امروز بسیاری به جای آنکه اوقات فراغت خود را در ونک، شمیرانات یا لواسان بگذرانند، با خودرو در شهر می‌گردند. یا چنان‌که در تعطیلات می‌بینیم، میلیون‌ها شهروند ایرانی سوار بر خودروهای خود، راهی استان‌ها یا دیگر استان‌ها و شهرهای کشور می‌شوند، درحالی‌که در سال‌های گذشته چنین جابه‌جایی‌ها بسیار دور از ذهن می‌نمود. به‌زنج‌عبارت دیگر، با استفاده از این فناوری حتی دوردست‌ترین نقاط کشور نیز مورد تهاجم قرار گرفته‌اند؛ تهاجمی فرهنگی از سوی فرهنگ غالب که باعث تغییر در سبک زندگی ایرانیان در دورترین شهرها و روستاها شده است. این امر نه‌زنج‌تنها به کمک خودروها ممکن شده بلکه تغییری جدی در نوع تفریح شهروندان ایجاد کرده است. چنین استفاده‌های از فناوری، اساساً در مفاهیم و موضوعات فرهنگی ما نیز تغییرات جدی ایجاد کرده است. امروز نوروز، معنایی دیگری دارد، معنایی که با مسافرت به شمال یا خارج از کشور تعریف می‌شود و کمتر انسان‌ها تعطیلات نوروز را به دید و بازدید اختصاص می‌دهند. به همین دلیل است که می‌توان گفت تکنوکراسی یا حکومت تکنیک، همه صحنه‌های زندگی را درنور دیده است از لباس و پوشش تا نگرش را شامل می‌شود.

امان‌زنج‌اللہ قرایی‌مقدم

انزوا در تفریح

امروز، مصرف و تفریح یا انزوا، دو مولفه اصلی در تفریح شهرنشینان ایرانی است. در سال‌های دور که هنوز مدرنیسم ایرانی تا بدین حد گسترش نیافته بود و تحرک اجتماعی شهروندان تا این اندازه ممکن و میسر نشده بود، ایرانیان اغلب اوقات خود را در محیط‌های خانوادگی یا در جمع دوستان سپری می‌کردند. به رغم نبود وسایل ارتباطی، آنان بیشتر از حال هم خبر داشتند و بیشتر از امروز با هم در ارتباط بودند. بهترین و بیشترین رفت‌وآمدها، رفت‌وآمدهایی بود که حضور در جمع یا دیدار دوستان و اقوام را شامل می‌شد. تفاوت‌ها و تمایزهای اجتماعی تا این اندازه گسترش نیافته بود و اغلب خانواده‌ها از یک قوم و خویشاوند، به لحاظ اقتصادی و طبقاتی نزدیک به هم و در یک سطح بودند. اما به موازات بزرگ‌تر شدن اقتصاد و بهتر شدن شیوه زیست ایرانیان، هم فاصله‌ها افزایش یافت و هم نوع نگاه به خانواده، خویشاوندان و دوستان تغییر کرد. از مرحله‌ای به بعد، ما هویت خود را نه در خانواده و میان خویشاوندان یا گروه‌های کوچک اجتماعی بلکه با سبک زندگی خویش از دیگران متمایز می‌کردیم. مطابق این تغییر، تفریح ایرانیان نیز دچار تغییرات شگرف و عمیق

شد. به این معنی که همچون سایر عرصه‌های زندگی، مصرف به یکی از مولفه‌های تفریح و سرگرمی تبدیل شد. ما سوار بر خودروهای خود، تلاش می‌کنیم تفریحات خود را به گونه‌ای تنظیم کنیم که واجد حداقلی از مصرف باشد. نه فقط مصرف بنزین یا طی مسافت‌های طولانی و دور از دیگران بلکه اقامت گزیدن در هتل‌ها به جای خانه اقوام و دوستان، خرید سوغاتی‌ها و مسافرت‌های خارج، همگی نشان‌دهنده نوعی مصرف است که به دنبال خود، تمایزهای اجتماعی را خلق کرده و فرد یا خانواده مصرف‌کننده را از سایر خانواده‌ها یا گروه‌ها، متمایز می‌کند.

از سوی دیگر، تفریحات امروز ما با هدف حضور در جمع و تجدید ارتباطات خانوادگی، خویشاوندی یا دوستی نیست. امروز چه خانواده‌ها و چه افراد، مسافرت‌ها، گردش‌ها و تفریحات فردی را ترجیح می‌دهند. ما بیشتر ترجیح می‌دهیم خودمان باشیم، با اعضای درجه یک خانواده، تا هم کمی با خود خلوت کنیم و هم هزینه‌ها تنها برای خود و اعضای خانواده ما باشد. به این ترتیب، گرچه مشاهده می‌کنیم که گروه‌های عظیم انسانی در جاده‌ها به سمت مقاصد گردشگری حرکت می‌کنند، اما در نهایت هر یک گروه‌های جدا افتاده و مجزا هستند؛ به عبارت دیگر، آنان گروه‌های خردی هستند که کمتر می‌توانند حس همبستگی اجتماعی را تقویت کنند. آنان با خود و برای خود به مسافرت می‌روند، برای اینکه خود را بازیابی و برای ادامه زندگی در شهر آماده کنند، بی‌آنکه بخواهند اوقات خود را در تفریح با دیگران قسمت کنند. چنین شرایطی، واجد ارزشگذاری نیست و نمی‌توان گفت خوب یا بد است، اما در این شرایط نمی‌توان نادیده گرفت که ما، تنها تر هستیم و بیشتر در خود فرو می‌رویم، هرچند شاید لذت‌های بیشتر و متنوع‌تری را تجربه کنیم.

حامد محمدی