

Investigating the Sociological Functions of Entertainment with an Islamic Approach

Seyyed Abdollah Mirkhandan (Level 4 jurisprudence and principles of Qom seminary, Master of Applied Ethics, Qom Institute of Ethics and Education, abdollahmirkhandan@yahoo.com)

ARTICLE INFO

Article History

Received: 2021/11/24

Accepted: 2022/7/24

Key Words:

Entertainment,
Function,
Islamic Entertainment,
Leisure,
Entertainment Function

ABSTRACT

Due to the novelty of modern entertainments and their changing nature, finding the functions of these entertainments in general and also finding their sociological functions in particular is itself a challenge; Also, the conditions that affect the desirability or not of these functions are important issues in the field of entertainment. Paying attention to Islamic considerations to understand these functions and their desirability can be a way out of these challenges. Leading research with descriptive-analytical method seeks to find the sociological functions of entertainment and their desirability from an Islamic perspective. In this study, it was found that some of the sociological functions of entertainment are: sociability, strengthening the sense of cooperation and cooperation, transfer of values, creating economic development, obedience and control of public opinion and also expressing political ideas. In today's world, these functions are often performed undesirably, and the religion of Islam in this regard sets conditions and restrictions for the desirability of these functions.

بررسی کارکردهای جامعه‌شناختی سرگرمی با رویکرد اسلامی

سید عبدالله میرخندان (سطح ۴ فقه و اصول حوزه علمیه قم، کارشناسی ارشد اخلاق کاربردی مؤسسه اخلاق و تربیت قم؛
(abdollahmirkhandan@yahoo.com)

اطلاعات مقاله

چکیده

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۹/۰۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۵/۰۲

واژگان کلیدی:

سرگرمی،

کارکرد،

سرگرمی اسلامی،

اوقات فراغت،

کارکرد سرگرمی

به دلیل نو بودن سرگرمی‌های مدرن و ماهیت متغیر آنها، یافتن کارکردهای این سرگرمی‌ها به صورت عام و نیز یافتن کارکردهای جامعه‌شناختی آنها به صورت خاص، خود امری چالشی به شمار می‌آید؛ همچنین شرایطی که در مطلوب بودن یا نبودن این کارکردها تأثیرگذار است، از مسائل مهم در عرصه سرگرمی است. توجه به ملاحظات اسلامی برای پی بردن به این کارکردها و شرایط مطلوبیت آنها می‌تواند راهی برای برون‌رفت از این چالش‌ها باشد. پژوهش پیشرو با روش توصیفی تحلیلی، در پی یافتن کارکردهای جامعه‌شناختی سرگرمی و شرایط مطلوبیت آنها از دیدگاه اسلامی است.

در پژوهش پیش رو مشخص شد برخی از کارکردهای جامعه‌شناختی سرگرمی عبارتند از: جامعه‌پذیری، تقویت حس همکاری و تعاون، انتقال ارزش‌ها، ایجاد توسعه اقتصادی، مطیع‌سازی و کنترل افکار عمومی و نیز ابراز عقاید سیاسی. در دنیای امروز غالباً این کارکردها به صورت نامطلوب محقق می‌شوند و دین اسلام در این زمینه شرایط و قیودی را برای مطلوب بودن این کارکردها مطرح می‌کند.

مقدمه و بیان مسئله

به اعتقاد کارشناسان سرگرمی دارای کارکردهای مهم و متعددی در جامعه بشری است؛ به طوری که یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های سبک زندگی، فعالیت فراغتی و سرگرمی است (رک به: مهدوی کنی، ۱۳۸۷، ص ۵۹-۶۳). جوامع بشری با پیشرفت فناوری‌ها و صنعتی شدن دچار تحولات متعددی از جمله در عرصه فعالیت فراغتی و سرگرمی شده‌اند تا جایی که حتی برخی متفکران گفته‌اند که زمان فراغت تنها در عصر حاضر فراهم شده است (دومازدی، ۱۳۵۲^۱، ص ۱۳). مکاتب مختلف به تناسب تفسیری که از جهان و انسان دارند سرگرمی‌های متفاوتی را به پیروان خود توصیه کرده‌اند و برای آن کارکردهای متعددی بیان می‌کنند؛ در این تحقیق دیدگاه‌های جامعه‌شناسان در مورد کارکردهای سرگرمی بررسی می‌شوند؛ این دیدگاه‌ها به دلیل تفسیرهای بعضاً اشتباه از جهان و انسان دارای نقاط ضعفی هستند؛ بنابراین بررسی دیدگاه اسلامی در این زمینه ضروری است. دین اسلام نظام هنجاری خاصی دارد که این نظام در فقه و اخلاق اسلامی ظهور و بروز دارد. بر مبنای این نظام هنجاری می‌توان برخی کارکردهای سرگرمی را برشمرد و آنها را مطلوب دانست؛ بنابراین دغدغه و سؤال اصلی این پژوهش این است که کارکردهای جامعه‌شناختی سرگرمی از نظرگاه اسلام چیست؟ و در این تحقیق سؤالات فرعی عبارتند از: کارکردهای جامعه‌شناختی سرگرمی چیست؟ از دیدگاه اسلامی چه ملاحظاتی درباره این کارکردها وجود دارد؟

بر این اساس هدف کلی پژوهش بررسی دیدگاه اسلام درباره کارکردهای جامعه‌شناختی سرگرمی است و اهداف جزئی این پژوهش نیز، بررسی یافتن کارکردهای جامعه‌شناختی سرگرمی و بررسی ملاحظاتی است که از دیدگاه اسلامی در این زمینه وجود دارد.

پیشینه‌های تحقیق

در خصوص تحقیقات انجام گرفته پیرامون کارکردهای جامعه‌شناختی سرگرمی از دیدگاه اسلامی، می‌توان این تحقیقات

را از دو بعد مورد توجه قرار داد؛ اول از بعد کارکردها و آثار؛ دوم از بعد اسلامی. با بررسی این تحقیقات مشخص شد که تحقیق مستقلی که هر دو بعد را دربرداشته باشد وجود ندارد. آنچه در مورد کارکرد جامعه‌شناختی سرگرمی در علوم جدید آمده بیشتر در مباحثی چون نقش سرگرمی در جامعه‌پذیری، بسط و تقویت ارتباطات و نیز کارکردهای سیاسی و اقتصادی آن است که هیچ‌کدام از این مباحث با رویکرد اسلامی صورت نگرفته‌اند؛ یکی از این آثار کتاب حق تنبل بودن^۲ نوشته «پل لافارگ»^۳ است. در این کتاب به کارکردهای سرگرمی به صورت مستقل و جداگانه تصریح نشده است و به برخی از این کارکردها به صورت ضمنی اشاره شده است.

کتاب نظریه طبقه تن آسا^۴ نوشته «تورستین وبلن»^۵ اثر دیگری در این زمینه است؛ در جامعه امروزی این تلقی از فراغت وجود دارد که پرداختن به فراغت نشانه شأن و منزلت ثروتمندان است؛ در این کتاب مؤلف به انتقاد از این تلقی می‌پردازد. در این کتاب نیز، مانند کتاب قبلی، به کارکردهای جامعه‌شناختی سرگرمی، به صورت مستقل و جداگانه تصریح نشده است.

در بعد اسلامی نیز برخی صاحب‌نظران، به صورت ضمنی در لابه‌لای تحقیقات خود از کارکردهای جامعه‌شناختی سرگرمی صحبت کرده‌اند؛ به‌عنوان نمونه کتاب سرگرمی رسانه‌ای: رویکردی اسلامی-ارتباطی به سرگرمی در سیمای ملی نوشته سید حسین شرف‌الدین یکی از این آثار است. هرچند در این کتاب به صورت مستقل و مستوفی به کارکردهای جامعه‌شناختی سرگرمی با رویکرد اسلامی پرداخته نشده است؛ اما در بخشی از کتاب به این کارکردها تصریح شده است.

در کتاب همیشه بهار: اخلاق و سبک زندگی اسلامی اثر احمدحسین شریفی نیز در فصلی که به سبک زندگی اسلامی در اوقات فراغت اختصاص دارد به مناسبت به برخی از کارکردهای سرگرمی اشاره شده است. در این کتاب مؤلف بین کارکردهای روان‌شناختی و جامعه‌شناختی سرگرمی تمایزی نگذاشته و در

2. Le Dorita La pairesse

3. Paul Lafargue

4. The Theory Of The Leisure Class

5. Torstein Veblen

1. Dumazedier

ویژگی‌های سرگرمی مدرن آن را کالایی فرهنگی و فعالیتی آزادانه، غیر جدی و بازسازی‌کننده جامعه، با نتایج غیرقطعی و نامشخص به منظور آسودگی و لذت ذهن یا روح می‌دانند (اسملسر و بالت، ۲۰۰۱، ج ۳، ص ۴۵۴۰-۴۵۴۱).

در نقد تعریف اخیر به نظر می‌رسد این تعریف توصیفی صحیح از سرگرمی‌های مدرن در جوامع صنعتی است؛ اما از دیدگاه اسلامی چنین تلقی‌ای از سرگرمی درست نیست؛ به این معنا که کالا دانستن سرگرمی و بلکه سایر محصولات فرهنگی امری نادرست است. متأسفانه امروزه در بسیاری از سرگرمی‌ها به شکل و صورت بیشتر از محتوای آنها اهمیت داده می‌شود و هدف از تولید آنها ایجاد سود مادی و لذات زودگذر است و در خلق آنها به سلايق عموم مردم و قابل استفاده بودن برای همگان به جای ارزش‌های دینی و حقیقی توجه می‌شود که این مسائل ناشی از فرو کاستن ارزش محصولات فرهنگی به کالاهایی قابل معامله است. از این مطلب روشن می‌شود که تعریف سرگرمی در جوامع امروزی با تعریف آن از دیدگاه اسلامی متفاوت است؛ چراکه مثلاً اینکه سرگرمی کالا محسوب می‌شود در بردارنده دیدگاهی در مورد ارزش سرگرمی است که از منظر اسلامی نادرست است.

برخی نیز، سرگرمی را این‌گونه تعریف کرده‌اند:

[سرگرمی] به مجموعه‌ای از فعالیت‌های اختیاری، انتخابی، تفریحی و غیرانتفاعی اطلاق می‌شود که غالباً با هدف میل به برخی هیجانانگیز مثبت نظیر شادی، لذت، آرامش، خرسندی و... و دفع برخی انفعالات و هیجانانگیز منفی نظیر غم، افسردگی، اضطراب، فشار روحی و... و نیز حصول برخی نتایج متوقع همچون تقویت قوای جسمی، خودشکوفایی، کسب مهارت‌های لازم، جبران کمبودها، ارضای حس تنوع‌جویی و... مورد توجه قرار می‌گیرند. سرگرمی‌ها را گاه به اعتبار ظرف وقوع، فعالیت‌های فراغتی و گاه به اعتبار اثر غالب یا متوقع یعنی فرح‌بخشی، تفریحات نامیده‌اند (شرف‌الدین، ۱۳۹۰، ص ۷۴).

بعضی از عناصر مفهومی سرگرمی که در تعریف فوق آمده است، عبارتند از: قصد و نیت درونی از سرگرمی (میل به شادی، لذت و...)، کارکردها و آثار سرگرمی؛ نکته دیگری که در این تعریف آمده، این است که فعالیت فراغتی، گاهی سرگرمی هم گفته می‌شود.

میان کارکردهای جامعه‌شناسی سرگرمی تنها به کارکردهای بهبود روابط اجتماعی و توسعه اقتصادی پرداخته و اشاره‌ای کوتاه به دیدگاه اسلامی در این زمینه دارد.

روش تحقیق

روش تجزیه و تحلیل اطلاعات این پژوهش، روش توصیفی تحلیلی است. تحلیل داده‌ها نیز به صورت تحلیل محتوا است؛ چراکه در این تحقیق به تحلیل متن روایات و متون مختلف اسلامی و غیر اسلامی پرداخته می‌شود؛ همچنین به دلیل اینکه در این مقاله، اطلاعات با شیوه‌هایی غیر از روش‌های آماری یا هرگونه کمی کردن کسب شده‌اند، این مقاله، پژوهشی کیفی محسوب می‌شود.

چارچوب مفهومی

این تحقیق بر نظریه خاصی مبتنی نیست؛ اما از آنجا که در بررسی کارکردهای جامعه‌شناختی سرگرمی با رویکرد اسلامی برخی مفاهیم به‌عنوان مبنای مفهومی در این تحقیق به‌طور سازه‌ای استفاده شده، لازم است از آنها تحت عنوان چارچوب مفهومی بحث شود. این مفاهیم شامل کارکرد، سرگرمی و رویکرد اسلامی است. روشن است این بحث فراتر از تعریف مفهومی است و گاه به ارائه دیدگاه و نظرات نویسنده این سطور منجر می‌گردد.

سرگرمی

سرگرمی معادل دو واژه انگلیسی Amusement و Entertainment است. در مورد واژه Amusement دو معنا در دیکشنری آکسفورد ذکر شده است؛ اول حالت یا تجربه یافتن چیزی خنده‌دار و دوم ارائه یا لذت بردن از سرگرمی. واژه Entertainment نیز این‌گونه معنا شده است: عمل فراهم کردن یا فراهم شدن سرگرمی یا لذت؛ یک رویداد یا اجرا که برای سرگرمی طراحی شده است. برخی محققان نیز گفته‌اند Entertainment از ریشه لاتین inter به معنی "بین" یا "در بین" و tenere به معنی "نگه داشتن" گرفته شده است و بنابراین معنای سرگرمی "نگه داشتن متقابل چیزی" یا "نگه داشتن چیزی" است. سرگرمی در واقع یک رابطه اجتماعی است و به روابط اجتماعی مربوط می‌شود. ایشان در بیان

ویژگی‌هایی دارد که در سایر اوقات غیرکاری انسان وجود ندارد مانند اینکه فرد را از تکالیف و مسئولیت‌های اساسی خود رها می‌کند (دومازدیه، ۱۳۵۲، ص ۱۶-۱۹). البته در نقد نظر دومازدیه نیز باید توجه داشت فراغت به معنای اوقات بی‌مسئولیتی نیست و انسان تا وقتی که دارای قدرت، عقل، آگاهی و اختیار است، مسئولیت نیز دارد؛ بر این اساس اوقات فراغت هیچ‌گاه به معنی اوقات رهایی از تعهدات و مسئولیت‌ها نخواهد بود.

یکی از عناصر مفهومی در شناخت سرگرمی انواع آن است. در یک تقسیم سرگرمی شامل دو نوع فعال و منفعل می‌شود. در سرگرمی‌های فعال مشغولیت فرد، مشغولیتی مولد و با خلاقیت است؛ در حالی که در سرگرمی‌های منفعل مشغولیت فرد، مشغولیتی غیرمولد و بدون خلاقیت و صرفاً به منظور مشغولیت داشتن، گذراندن زمان و رهایی از امور ملال‌آور و یکنواخت و یا حتی اتلاف وقت است؛ بازی‌های مربوط به سنین کودکی یک نمونه از سرگرمی‌های فعال محسوب می‌شوند که در رشد جسمی و روحی کودکان نقش اساسی دارند. موسیقی گوش کردن، فیلم دیدن و بازی‌های رایانه‌ای و بسیاری از سرگرمی‌های مدرن، نمونه‌هایی از سرگرمی‌های منفعل هستند.^۱ از منظر اسلامی فعالیت‌های غیرمولد بدون خلاقیت که هدف از آنها صرفاً گذران وقت و مشغول بودن است پسندیده نیستند مگر اینکه هدف از آنها امور مطلوبی چون تجدیدقوا برای انجام سایر وظایف و فعالیت‌های انسان باشد. با توجه به مطالب یاد شده، در تعریف سرگرمی‌های امروزی باید گفت:

«سرگرمی به حالت نفسانی و فعالیت فراغتی اطلاق می‌شود که در آن فرد با اختیار به مشغولیتی انفعالی و غیرانتفاعی می‌پردازد. هدف از سرگرمی‌ها عموماً رفع غم، ایجاد نشاط و تنوع، استراحت، شکوفا کردن استعدادها، خلاص شدن از امور ملال‌آور و نیز رهایی از مسئولیت‌های مذهبی، فرهنگی، خانوادگی و اجتماعی است.»
در تعریف سرگرمی اسلامی نیز باید گفت:

«سرگرمی به حالت نفسانی و فعالیت فراغتی اطلاق می‌شود که در آن فرد با اختیار به مشغولیتی فعال و یا انفعالی که شأنیت دریافت

با توجه به تعریف پیش‌گفته به نظر می‌رسد برای تعریف سرگرمی باید ارتباط آن با مفهوم فعالیت فراغتی نیز بررسی شود. در مورد تعریف فعالیت فراغتی، اکثر تعاریف این فعالیت‌ها را به‌عنوان فعالیت در مقابل یا نقطه مقابل کار تلقی می‌کنند (داریتی، ۲۰۰۸، ج ۴، ص ۴۰۸؛ اسملسر و بالت، ۲۰۰۱، ج ۵، ص ۸۷۰۹) برخی نیز بر این مطلب افزوده‌اند که این فعالیت‌ها را می‌توان پاداش کار، هدف کار یا تفریح برای بازیابی از کار در نظر گرفت (همان).

نکته اول درباره تعریف‌های یاد شده این است که فعالیت فراغتی شامل فعالیت‌های کاری نمی‌شود؛ در این خصوص باید مرز بین فعالیت کاری و غیر کاری مشخص شود که این مسئله خود امری چالشی است طبق برخی تعریف‌ها کار به امور دستمزدی گفته شده در حالی که مثلاً کارهای خانگی با وجود ضروری بودن از منزلت کمی برخوردارند و به آنها مزد تعلق نمی‌گیرد. همین فعالیت‌ها در هتل یا شرکت‌های خدماتی، با مزد انجام می‌شود (رک به: اسملسر و بالت، ۲۰۰۱، ج ۵، ص ۸۷۱۵؛ یارلی و بروس، ۲۰۰۶، ص ۱۷۱؛ سوردام، ۲۰۱۵، ص ۱۱) در این زمینه به نظر می‌رسد فعالیت غیرکاری فعالیت است که از دیدگاه اسلامی در قبال آن، شأنیت گرفتن دستمزد وجود ندارد؛ به عنوان نمونه از آنجاکه از دیدگاه فقه اسلامی شأنیت گرفتن دستمزد در قبال کارهای زنان در خانه، وجود دارد، این فعالیت‌ها، کار محسوب می‌شوند.

اما نکته دوم در مورد تعریف‌های فعالیت فراغتی، تعریف آن به مطلق فعالیت‌ها در اوقات آزاد شده از بار کار، مانند وظایف خانوادگی، خوردن و خوابیدن، رسیدگی به امور خانه، انجام عبادات و مناسک مذهبی و مانند آن است؛ در حالی که به نظر می‌رسد فعالیت فراغتی همان سرگرمی است و فعالیت‌های مذکور فعالیت فراغتی نیستند و باید بین اوقات فراغت و اوقات آزاد شده از بار کار تفاوت گذاشت. برخی به این تفاوت توجه داشته و اوقات فراغت را با کم کردن ساعات نگهداری از بدن، کار با دستمزد، زمان رفت و آمد، کارهای خانه و مراقبت از کودک از کل ساعات، تعریف کرده‌اند (سوردام، ۲۰۱۵، ص ۱۶). ژوفر دومازدیه نیز با تمایز گذاشتن بین اوقات فراغت و اوقات آزاد شده از بار کار، بر این اعتقاد است که اوقات فراغت در جوامع صنعتی

۱. البته باید توجه داشت که این سرگرمی‌ها نیز می‌توانند تبدیل به سرگرمی فعال شوند به‌عنوان نمونه فیلم هم می‌تواند تولید فکر و خلاقیت کند، منتها فیلم در دنیای امروز بیشتر با تأثیر انفعالی تولید می‌شود.

جامعه‌پذیری است، این است که جامعه‌پذیری یکی از اثرهای سرگرمی است و نگارنده نمی‌خواهد این اثر را همیشه مطلوب و فایده محسوب کند؛ چنان‌که در ادامه گفته می‌شود چه‌بسا هنگامی که معیارهای اسلامی رعایت نشود، جامعه‌پذیری نیز، به صورت نامطلوب محقق شود.

رویکرد اسلامی

از آنجا که کارکرد جامعه‌شناختی سرگرمی اثر اجتماعی سرگرمی در جامعه و فرد است، این اثر تابع قوانین طبیعی و جوامع بشری است و بیانات شرعی نمی‌تواند اثری جامعه‌شناختی برای سرگرمی قرار دهد؛ بنابراین رویکرد اسلامی مد نظر در این تحقیق شامل بررسی این بیانات برای ارشاد و راهنمایی به وجود این کارکرد و یا تأسیس اصول اخلاقی برای مطلوب یا نامطلوب بودن این اثر و یا شرایط مطلوبیت آن می‌شود؛ مثلاً ایجاد توسعه اقتصادی از جمله اثرات اجتماعی سرگرمی است که ناشی از ویژگی‌های روانی افراد و شرایط جوامع بشری است؛ در همین خصوص بیانات شرعی، این کارکرد را تشریح و جعل نکرده‌اند، بلکه شرایطی برای مطلوبیت آن قرار داده‌اند که این شرایط مورد بررسی قرار می‌گیرند.

همچنین آنچه در این تحقیق آمده است به منزله نظر قطعی اسلامی الهی نیست و نگارنده قصد ندارد آنها را فرض مسلم بداند، بلکه نتایج حاصله زمینه‌ای برای مطالعات بیشتر در این زمینه، گشودن افق‌های بیشتر برای مخاطب و نیز پاسخ به پرسش‌هایی که در زمینه کارکردهای جامعه‌شناختی سرگرمی مطرح می‌شود را فراهم می‌آورند. بر این اساس نظرات متفکران اسلامی هم منظر اسلامی محسوب شده‌اند.

کارکردهای جامعه‌شناختی سرگرمی اسلامی

براساس نظرات مختلف جامعه‌شناسان کارکردهای جامعه‌شناختی سرگرمی عبارتند از: جامعه‌پذیری، تقویت حس همکاری و تعاون، انتقال ارزش‌ها، ایجاد توسعه اقتصادی، مطیع‌سازی و کنترل افکار عمومی و ابراز عقاید سیاسی. در ادامه به بررسی نظرات مختلف جامعه‌شناسان و دیدگاه اسلامی در مورد این کارکردها می‌پردازیم.

دستمزد ندارد، می‌پردازد. هدف از سرگرمی‌ها عموماً رفع غم، ایجاد نشاط و تنوع، استراحت، شکوفا کردن استعدادها، رهایی از امور ملال‌آور است. به دلیل اینکه داشتن قدرت، عقل، آگاهی و اختیار، مسئولیت‌آور است؛ سرگرمی موجب رهایی از مسئولیت‌های مذهبی، فرهنگی، خانوادگی و اجتماعی نمی‌شود.»

کارکرد

در یک تعریف، کارکرد^۱ به نقشی تعریف شده است که یک عضو یا جزئی از کل، قبول کرده تا آن را انجام دهد (ساروخانی، ۱۳۷۰، ص ۲۸۴). در این تعریف مشخص نیست که آیا تنها اثر و نتیجه مطلوب، کارکرد است یا مفهوم کارکرد شامل اثر و نتیجه نامطلوب نیز، می‌شود؟ افرادی مانند مرتن^۲ بر این اعتقادند که مفهوم کارکرد فقط شامل اثر و نتیجه مطلوب، می‌شود و در خصوص اثر و نتیجه نامطلوب باید واژه کژکارکرد^۳ را به کار برد (همان).

بر اساس یک تعریف، کارکرد، به معنی اثر یا هدف خاص یک چیز یا یک فرد، عملکرد و نیز فعالیت است (میرزایی، ۱۳۹۳، ص ۸۵۳). طبق این تعریف، معنای واژه کارکرد، عام است و به معنی اثر یا هدف نامطلوب نیز، هست.

بنابر تعریف دیگری در علم جامعه‌شناسی واژه کارکرد در معانی مختلفی استعمال شده از جمله: نتیجه و حاصل، غایت، فایده، وظیفه، عمل، نیت، انگیزه، معلول و نیاز؛ این معانی غالباً مکمل یکدیگرند و در زمینه‌های گوناگون با همدیگر متفاوت هستند (توسلی، ۱۳۷۶، ص ۲۱۷). طبق این تعریف معنای واژه کارکرد در بعضی از موارد مثل نتیجه، حاصل و معلول، عام است و این واژه به معنای اثر نامطلوب و کژکارکرد نیز هست.

بر اساس این تعریف‌ها می‌توان دریافت که کارکرد دارای معانی مختلفی است که برخی از این معانی شامل کژکارکرد و اثر نامطلوب نیز، می‌شود. در این پژوهش، کارکرد، به معنای مطلق اثر یک چیز است و اثر نامطلوب نیز کارکرد محسوب می‌شود؛ به عنوان نمونه مقصود از اینکه یکی از کارکردهای سرگرمی

1. function
2. R.Merton
3. Dysfunction

جامعه‌پذیری

جامعه‌پذیری فرآیندی روانی اجتماعی است که بر پایه آن شخصیت اساسی فرد تحت تأثیر محیط و مخصوصاً نهادهای تربیتی، دینی و خانوادگی، تشکل می‌یابد (بیرو، ۱۳۷۰، ص ۹۹). سرگرمی‌ها نقش مؤثری در جامعه‌پذیری و شکل‌گیری شخصیت افراد و منتقل کردن ارزش‌های فرهنگی از نسلی به نسلی دیگر دارند. آنها به شناسایی و رفع نیازهای فرد کمک کرده و در درک و توضیح وقایع توسط فرد و نحوه مواجهه با این وقایع مؤثر هستند.

به اعتقاد برخی متفکران رسانه‌های جمعی به دلیل اینکه در فعالیت‌های فرهنگی و آموزشی در قالب تفریح نقش دارند در جامعه‌پذیری سیاسی مؤثرند (اختر شهر، ۱۳۸۶، ص ۲۲۹-۲۳۰). جامعه‌پذیری سیاسی به‌عنوان یکی از زیرمجموعه‌های جامعه‌پذیری، فرآیندی است که براساس آن، جامعه؛ ارزش‌ها و معیارهای سیاسی خود را از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌کند. (مهرداد، ۱۳۷۶، ص ۱۷)

اما این کارکرد به‌طور مطلوب در جوامع امروزی محقق نمی‌شود. امروزه افراد با قبول بسیاری از دیدگاه‌ها، ارزش‌ها و اعمال غیر اسلامی که مورد پذیرش جوامع غربی است، به‌وسیله سرگرمی‌ها جامعه‌پذیر شده و در جریان این جامعه‌پذیری بسیاری از خرده‌فرهنگ‌ها، تفکرات رقیب و مخالف از صحنه حذف می‌شوند. برخی جامعه‌شناسان در خصوص این مسئله گفته‌اند فیلم‌های سینمایی، رادیو و مجلات جملگی نظامی را شکل می‌بخشند که در کل و در همه اجزای خویش یکدست و یکنواخت است (آدورنو و هورکهایمر، ۱۳۸۰، ص ۳۵). توجه به این آسیب برای نخستین بار در انتقادات متفکران مکتب فرانکفورت به نظام سرمایه‌داری حاکم بر جوامع مدرن رخ داد. (شرف‌الدین، ۱۳۸۹، ص ۵۳) این متفکرانبا طرح مفهوم صنعت فرهنگ معتقدند که این صنعت با تولید نیازهای فرهنگی و شکل دادن به سلیقه‌ها و علایق مردم، اوقات فراغتی را تولید کرده و رواج می‌دهد که با ارزش‌های زیر بنایی سرمایه‌داری و منافع آن سازگار باشد. (رفعت‌جاء، ۱۳۹۰، ص ۱۶۳) شکی نیست که این استفاده از سرگرمی‌ها امری نادرست و از منظر شرعی نامطلوب است. در جامعه اسلامی سرگرمی باید نگرش‌ها، ارزش‌ها و رفتارهایی را به فرد منتقل کند که با توجه به

آموزه‌های فرهنگ اسلامی هستند. این آموزه‌ها به حذف خرده‌فرهنگ‌ها و افکار حق‌طلبانه انسان و تسلط سرمایه‌داران منتهی نمی‌شوند، بلکه به اصلاح خرده‌فرهنگ‌ها و رشد و شکوفایی افکار حق‌طلبانه و حاکم شدن احکام الهی منتج می‌شوند.

در این باره روایاتی وجود دارد که در آنها به استفاده از بازی برای تربیت افراد به خصوص کودکان توصیه شده است؛ مثلاً در روایتی امام صادق علیه السلام می‌فرماید: فرزندان را رها کن که هفت سال بازی کند و هفت سال تأدیب شود و هفت سال او را همراه خویش گیر پس اگر رستگار گردید که هیچ وگرنه خیری در او نیست (ابن بابویه، ۱۴۱۳، ج ۳، ص ۴۹۲).^۱ واژه تأدیب، به معنای یاد دادن خوبی‌های اخلاقی است (فیومی، ۱۴۱۴، ج ۲، ص ۹). بر این اساس، مشخص می‌شود این روایت در مقام بیان یک قانون برای تربیت و تعلیم کودکان است و به دلیل اینکه تربیت و تعلیم کودکان زیر هفت سال هم واجب و ضروری است، این روایت دلالت دارد بر اینکه می‌توان از بازی و سرگرمی، برای تربیت و تعلیم کودکان استفاده کرد. این امر نیز به این علت است که بازی در کودکان به شکل‌گیری و درک هویت مشخص و مستقل کودک، تسلط کودک بر خود و به‌طور کلی جامعه‌پذیری او تأثیر می‌گذارد.

به غیر از کودکان نیز، روایتی از پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله در مورد جامعه‌پذیری بزرگسالان وجود دارد؛ در این روایت آمده است که روزی پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله در بیابان، مردی بادیه‌نشین را دید که به داشتن قدرت بدنی معروف بود و گوسفند می‌چرانید. مرد بادیه‌نشین از پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله خواست تا با او کشتی بگیرد. پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله این درخواست را قبول کرد و قرار شد به برنده مسابقه، یک گوسفند داده شود. پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله در کشتی پیروز شد و مرد بادیه‌نشین دوباره از پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله خواست تا با او کشتی بگیرد و باز پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله پیروز شد. مرد بادیه‌نشین که از قدرت پیامبر متعجب شده بود گفت: تا به حال کسی به غیر از تو بر من پیروز نشده است، می‌خواهم در مورد اسلام برایم توضیح بدهی؛ با توضیح پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله، آن مرد مسلمان شد و پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله نیز گوسفندان را به وی برگرداند (نوری، ۱۴۰۸، ج ۱۴، ص ۸۲).^۲

۱. دَعِ ابْنَكَ يَلْعَبُ سَعِ سِنَّينَ وَ يُوَدِّبُ سَعِ سِنَّينَ وَ الزَّمَهُ تَفْسَكَ سَعِ سِنَّينَ فَإِنْ أَفْلَحَ وَ إِلَّا فَإِنَّهُ مَمَّنْ لَا خَيْرَ فِيهِ.

۲. أَنَّ النَّبِيَّ ﷺ خَرَجَ يَوْمًا إِلَى الْأَبْطَحِ فَرَأَى أَعْرَابِيًّا يَرْعَى غَنَمًا لَهُ كَانَ مَوْصُوفًا بِالْقُوَّةِ فَقَالَ لِرَسُولِ اللَّهِ ﷺ هَلْ لَكَ أَنْ تُصَارِعَنِي فَقَالَ ﷺ مَا تَسْبِقُنِي لِي فَقَالَ سَاءَ

توسط سرگرمی محقق شود؛ به عنوان نمونه شاد کردن افراد در از بین بردن پریشانی و استرس مؤثر است و به عبارت دیگر شاد نمودن دیگران از مصداق‌های کمک کردن و تعاون بر خوبی‌ها است. امام باقر (علیه السلام) در این زمینه می‌فرماید از پیامبر خدا (صلی الله علیه و آله) پرسیده شد: خداوند عزوجل کدام کارها را بیشتر دوست دارد؟ فرمود: مسلمانی را پیایی شاد کردن. عرض شد: ای رسول خدا! منظور از شاد کردن پیایی مسلمان چیست؟ فرمود: گرسنگی‌اش را برطرف سازی، اندوهش را بزدايي و قرضش را پردازی (حمیری، ۱۴۱۳، ص ۱۴۵).^۲

در این روایت رفع کردن گرسنگی و پرداختن بدهی مؤمن، خارج از بحث سرگرمی است؛ ولی برطرف کردن غم می‌تواند به وسيله سرگرمی انجام شود؛ بنابراین سرگرمی با کارکرد شادی‌آفرینی می‌تواند در تعاون بر خوبی‌ها مؤثر باشد.

علاوه بر این سرگرمی می‌تواند با شکوفا کردن قابلیت‌ها و استعدادهاى مختلف فرد، مانند افزایش قدرت فرد در زمینه فعالیت در جامعه و برقراری روابط اجتماعی، در تقویت حس همکاری و تعاون بر خوبی‌ها تأثیر بگذارد.

البته مناسب است در تکمیل این مطالب، تأثیر سرگرمی‌ها بر تضعیف حس همکاری و تعاون بر کارهای خوب و یا تقویت حس همکاری و تعاون بر کارهای بد را نیز، ذکر کرد. در بعضی از آموزه‌های اسلامی به این تأثیرها اشاره شده است؛ به عنوان مثال مسخره کردن دیگران به صورت جمعی و گروهی که غالباً به انگیزه شوخی و سرگرمی انجام می‌شود، در قرآن مذمت شده و در آیه ۱۱ سوره حجرات در این خصوص آمده است: «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا يَسْخَرْ قَوْمٌ مِّن قَوْمٍ عَسَىٰ أَن يَكُونُوا خَيْرًا مِّنْهُمْ وَلَا نِسَاءٌ مِّن نِّسَاءٍ عَسَىٰ أَن يَكُنَّ خَيْرًا مِّنْهُنَّ» (حجرات، ۱۱) ای کسانی که ایمان آورده‌اید نباید گروهی از مردان شما گروه دیگر را استهزا کنند، شاید آنها که مورد استهزا واقع می‌شوند بهتر از مسخره‌کنندگان باشند و همچنین زنان یکدیگر را مسخره نکنند، زیرا ممکن است زنان مسخره شده از آنها که مسخره می‌کنند بهتر باشند.

برخی از مفسرین در ذیل این آیه در تبیین انگیزه افراد در مسخره کردن دیگران گفته‌اند تفریح و سرگرمی یکی از انگیزه‌هایی است که

در این روایت هرچند رفتار پیامبر اکرم (صلی الله علیه و آله) با مرد بادیه‌نشین لزوماً در قالب سرگرمی، یعنی قرار دادن جایزه و برگزاری کشتی محصور نیست؛ اما از متن روایت برمی‌آید که پیامبر اکرم (صلی الله علیه و آله) از این سرگرمی‌ها برای دعوت آن مرد بادیه‌نشین به دین اسلام استفاده کرده است. به نظر می‌رسد که چون کسی مرد بادیه‌نشین را تا آن زمان شکست نداده بوده و درخواست کشتی گرفتن را نیز خود او داده است، این مرد، به خودبینی و غرور مبتلا بوده و با شکست خوردن در کشتی و رفتارهای حکیمانه پیامبر، خودبینی و غروری که مانع مسلمان شدن او بوده برطرف شده باشد؛ بنابراین ورزش کشتی، یکی از عواملی بوده که موجب از بین بردن رذایل اخلاقی مرد بادیه‌نشین و مسلمان شدن او شده است. این مطلب خود، بخشی از جامعه‌پذیری اسلامی است.

تقویت حس همکاری و تعاون

برخی از متفکران معتقدند، سرگرمی می‌تواند با ایجاد نشاط و شکوفایی خلاقیت افراد موجب از بین رفتن گوشه‌گیری و تقویت روحیه همکاری در آنان باشد. مک لوهان^۱ در این زمینه می‌نویسد: هیچ فعالیتی مانند بازی‌ها نمی‌تواند به صورت یک هنر جمعی، موجب همکاری مستقیم در زندگی گروهی جامعه شود. بازی‌ها عموماً موجب می‌شوند فرد، هماهنگی‌های اجتماعی را بپذیرد و نسبت به محیط خود احساس قید و الزام نکند (مک لوهان، ۱۳۷۷، ص ۲۷۷-۲۷۸).

اما از منظر اسلامی باید توجه داشت که معنای لغوی و اصطلاحی تعاون، یاری کردن یکدیگر است (المصطفوی، ۱۴۰۲، ج ۸، ص ۲۶۹). در مورد تعاون و همکاری در قرآن آمده است: «... وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ» (مائده، ۲)... و در نیکوکاری و پرهیزگاری با یکدیگر همکاری کنید و در گناه و تعدی دستیار هم نشوید.

در خصوص دیدگاه اسلامی در مورد کارکرد تقویت حس همکاری و تعاون باید گفت این کارکرد می‌تواند به صورت مطلوب

فَصَارَعَهُ فَصَرَعهُ النَّبِيُّ ﷺ فَقَالَ لَهُ الْأَعْرَابِيُّ هَلْ لَكَ إِلَى الْعُودِ فَقَالَ ﷺ مَا تَسْبِي قَالَتْ سَاءَ أَخْرَى فَصَارَعَهُ فَصَرَعهُ النَّبِيُّ ﷺ فَقَالَ الْأَعْرَابِيُّ أَعْرَضَ عَلَيَّ الْإِسْلَامَ فَمَا أَحَدٌ صَرَعهُ غَيْرَكَ فَعَرَضَ عَلَيْهِ الْإِسْلَامَ فَأَسْلَمَ وَ رَدَّ عَلَيْهِ عَنَّمَهُ.

1. Herbert Marshall McLuhan

۲. سَبَّلَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ: أَيُّ الْأَعْمَالِ أَحَبُّ إِلَى اللَّهِ عَزَّ وَ جَلَّ؟ قَالَ: اتِّبَاعُ سُورِ الْمُسْلِمِ. قِيلَ: يَا رَسُولَ اللَّهِ وَ مَا اتِّبَاعُ سُورِ الْمُسْلِمِ؟ قَالَ: شَبَّعَ جَوْعَتَهُ، وَ تَفَيْسَ كَرِيَّتَهُ، وَ قَضَاءَ دَيْنِهِ.

خداوند کسی را که بسیار شوخی می‌کند و در شوخی خود راست می‌گوید، مورد بازخواست قرار نمی‌دهد (پاینده، ۱۳۸۲، ص ۳۱۴).^۲ از این دو روایت روشن می‌شود که از دیدگاه اسلامی، طنز به عنوان یک سرگرمی، وظیفه نشان دادن حقیقت و اشاعه ارزش‌های حقیقی را دارد. در روایت اول از واژه حق استفاده شده که از نظر لغوی به معنی امر دارای ثبوت و تحقق است (المصطفوی، ۱۴۰۲، ج ۲، ص ۲۶۲). به گفته محققان در دیدگاه اسلامی به طور کلی حق و حقیقت را می‌توان به دو مقوله هستی‌شناختی و ارزش‌شناختی که شامل اعمال و رفتارهای انسان می‌شود، تقسیم کرد. در بعد هستی‌شناختی، حق و حقیقت به معنای آنچه وجود دارد است (میرخندان، ۱۳۹۲، ص ۷۹).

در بعد ارزش‌شناختی، حق و حقیقت به معنای امری است که باید وجود داشته باشد و شایستگی وجود را دارد؛ مانند اینکه باید حق دیگران را ادا کرد؛ مجرم باید به مجازات برسد و... این نوع حق در حوزه روابط انسان مطرح است؛ رابطه انسان با خود، با دیگر انسان‌ها، با جهان و با خدا. در این بعد، باید‌ها و نباید‌هایی مطرح هستند که گستره آن شامل باید‌ها و نباید‌های اخلاقی، قوانین حقوقی و احکام فقهی است (میرخندان، ۱۳۹۲، ص ۷۹). در روایت مذکور حق معنای عام (توصیفی و تجویزی) دارد؛ بنابراین حق در این روایت شامل ارزش‌های اخلاقی نیز می‌شود؛ به عبارت دیگر با طنز و سرگرمی حقایق منتقل می‌شود که از جمله این حقایق، ارزش‌های اخلاقی هستند.

ایجاد توسعه اقتصادی

سرگرمی‌های مطلوب تأثیر عمیقی در ایجاد آرامش، خلاص شدن از هیجانات سرکوب‌شده و مزاحم، آموزش و یادگیری امور مطلوب، شکوفا کردن استعدادها، خودیابی و برآورده کردن امیال درونی فرد دارند. از منظر اجتماعی نیز، این آثار سودمند، توان فرد را در انجام فعالیت‌های شغلی بیشتر می‌کند و موجب می‌شود تعهد و مسئولیت‌پذیری، خلاقیت، روحیه و وجدان کاری، نظم و انضباط، پیروی از فرمان‌ها و اجرای قوانین کاری از سوی فرد افزایش می‌یابد که این مسائل بر میزان و کیفیت تولید تأثیرگذار

موجب تمسخر دیگران می‌شود (قرائتی، ۱۳۸۳، ج ۹، ص ۱۸۶). بعضی از منتقدان نیز، به نقش سرگرمی‌های رایج در عصر حاضر، در تضعیف حس همکاری و تعاون بر کارهای مفید اشاره می‌کنند. ایشان بر این باورند که فرهنگ توده با مضامین و محتویات خاص خود، مردم را به سرگرمی و در نتیجه به فرار از تعهدات اجتماعی تشویق می‌کند و موجب می‌شود وقت مردم برای همکاری و تعاون بر کارهای مفید از بین برود (معمدنژاد، ۱۳۸۵، ص ۱۴۱) و به گفته بعضی از منتقدان دیگر، زیاده‌روی در شادی‌خواهی در جوامع امروزی، افراد را وابسته، تنها، مضطرب، افسرده و ویرانگر کرده است (فروم، ۱۳۶۱، ص ۱۱).

انتقال ارزش‌ها

یکی از شاخص‌ترین ابزارهای سرگرمی در دوران معاصر رسانه‌ها و به‌ویژه رادیو و تلویزیون است. به دلیل ویژگی ابزاری رسانه‌ها، می‌توان از آنها برای اهداف خوب یا بد استفاده کرد. یکی از مظاهر سوءاستفاده از رسانه‌ها، در منتقل کردن ارزش‌های بد، تهاجم فرهنگی و کمک به سلطه فرهنگی به‌وسیله آنها است. آدورنو و هورکهایمر با انتقاد از این کژکارکرد سرگرمی‌های رسانه‌ای، معتقدند: رادیو، با منتقل کردن محصولات فرهنگی از حوزه فرهنگ به حوزه تجارت کالاها، سعی نمی‌کند تا محصولات فرهنگی خود را مستقیماً به عنوان کالا به مصرف‌کننده بفروشد؛ به همین خاطر رادیو در آمریکا هزینه‌ای از عامه مردم نمی‌گیرد و خود را به دروغ، مرجعی بی‌طرف و مستقل معرفی می‌کند که این دروغ، شبیه دروغ‌های فاشیست‌ها است. در واقع رادیو مانند یک بلندگوی عمومی برای رهبر فاشیست‌ها (هیتلر) است؛ سخنان او مانند زوزه آژیرهای خطر از این بلندگوی خیابانی پخش می‌شود. زوزه‌ای که تشخیص تبلیغات مدرن از آن دشوار است (آدورنو و هورکهایمر، ۱۳۸۰، ص ۷۵).

نقطه مقابل این کارکرد منفی، استفاده از سرگرمی برای اشاعه ارزش‌های دینی است. در همین زمینه پیامبر اکرم صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم می‌فرماید: من مزاح می‌کنم؛ ولی جز حق نمی‌گویم (طبرسی، ۱۴۱۲، ص ۲۱)؛^۱ همچنین در روایت دیگری ایشان می‌فرماید: همانا

۱. رُوِيَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ كَانَ يَقُولُ إِنِّي لَأَمْزُحُ وَلَا أَقُولُ إِلَّا حَقًّا.

۲. إِنَّ اللَّهَ لَا يُؤَاخِذُ الْمَزَاحَ الصَّادِقَ فِي مَزَاحِهِ.

- منفعت مادی سرگرمی، موجب بی‌توجهی به منفعت اخروی آن نشود. در مورد توجه به منفعت اخروی در تمامی فعالیت‌های انسان، روایاتی نقل شده است که مفاد این روایات عرصه سرگرمی را نیز در برمی‌گیرد؛ مثلاً پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله در دعایی چنین می‌فرماید: دنیا را بزرگ‌ترین همت ما و نهایت علم ما قرار مده (مجلسی، ۱۴۰۳، ج ۹۵، ص ۴۱۴)؛^۲

- موجب شناختن نیازهای واقعی به‌جای ایجاد نیازهای دروغین مثل نیاز به مد و تجملات شود. نیازهای مادی مانند نیاز به رهاسازی هیجانانگیز، تنوع، سرخوشی، احساس آرامش از نیازهای محدود به دنیا محسوب می‌شوند که تمرکز بیش از حد بر رفع آنها اشتباه است؛ اما نیازهای معنوی، نیازهای واقعی و طولانی‌مدت هستند که نباید مشغول شدن به سرگرمی موجب به فراموشی سپردن آنها شود؛

- به درک و نگرش عموم مردم نسبت به ارزش‌های اسلامی به‌عنوان ارزش‌هایی والاتر از ارزش‌های دنیوی کمک کند. از دیدگاه اسلامی باید تمام فعالیت‌های انسان در مسیر دستیابی به ارزش‌های اسلامی باشد؛ در این باره پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله خطاب به ابوذر غفاری می‌فرماید: ای ابوذر در هر چیزی، برای خود هدفی داشته باش حتی در غذا خوردن و خوابیدن (مجلسی، ۱۴۰۳، ج ۷۴، ص ۸۲)؛^۳ بنابراین سرگرمی نیز از این قاعده مستثنا نیست و باید هدفمند و به منظور دستیابی به ارزش‌های اسلامی باشد. با توجه به تأثیر سرگرمی‌ها در شکل‌دهی به افکار عمومی، اهمیت رعایت این نکته دوچندان است؛

- به جای تحکیم نظام سرمایه‌داری به ابزاری برای تحکیم حکومت اسلامی در عرصه اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و ایدئولوژیک تبدیل شود؛

- در تولید سرگرمی ذوق و سلیقه عمومی و قابل مصرف بودن برای همگان بر نیازها و ارزش‌های دینی سایه نیفکند. در این باره همان‌طور که در روایت پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله خطاب به ابوذر آمده بود حتی خوردن و خوابیدن مؤمن هم دارای هدف مطلوبی است؛ بنابراین شایسته است که ارزش‌های دینی که از جمله مهم‌ترین اهداف انسان هستند در سرگرمی‌ها مورد توجه باشند.

هستند؛ ضمن آنکه غفلت از اهمیت جایگاه سرگرمی در توسعه اقتصادی می‌تواند هزینه‌های گزافی برای مدیران و کارکنان داشته باشد. ممکن است غفلت از این موضوع، مشکلات جسمی و یا روحی برای کارکنان و کارمندان شرکت و یا سازمان مربوطه ایجاد کند؛ به نحوی که فرد به بیماری و انحرافات مبتلا شود که دیگر استفاده از او در بخش تولید ممکن نباشد.

مطلب فوق در برخی از روایات نیز مورد اشاره قرار گرفته است. در این زمینه امام موسی کاظم علیه السلام می‌فرماید: تلاش کنید وقت شما چهار بخش باشد: اوقاتی برای راز و نیاز با خدا، اوقاتی برای امرار معاش و کار، اوقاتی برای انس و معاشرت با دوستانی که عیوب شما را به شما بگویند و در دوستی خود اخلاص دارند و اوقاتی برای بهره‌جویی از لذات حلال، به‌وسیله این بخش اخیر، بر انجام وظایف آن سه بخش دیگر توانا می‌شوید (ابن‌شعبه حرانی، ۱۴۰۴، ص ۴۰۹-۴۱۰).^۱ در این روایت استفاده از سرگرمی‌ها و سایر لذت‌های حلال زمینه‌ساز قدرت بیشتر برای انجام دیگر وظایف زندگی از جمله قدرت بر انجام وظایف کاری دانسته شده است. روشن است که قدرت بر انجام وظایف کاری در رشد و توسعه اقتصادی تأثیر مثبتی دارد.

افزون بر تأثیر فوق بعضی از کارشناسان برنامه‌ریزی برای مدیریت اوقات فراغت افراد را یکی از بهترین فرصت‌ها برای ایجاد میلیون‌ها شغل می‌دانند. بسیاری از فعالیت‌های فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی برای این منظور، مورد نیاز است؛ بنابراین از جمله راه‌های اشتغال‌زایی در دنیای امروز، ایجاد کارهایی است که مربوط به پر کردن اوقات فراغت طبقات مختلف مردم است (شریفی، ۱۳۹۱، ص ۷۵).

از منظر اسلامی نیز این امر با شرایطی مطلوب خواهد بود. در ادامه به برخی از این شرایط اشاره می‌شود:

- تمرکز بر مطلوبیت ظاهری سرگرمی، موجب بی‌توجهی به مضمون معنوی آن نشود؛ همان‌طور که قبلاً نیز توضیح داده شد باید از سرگرمی‌ها برای بیان حقایق استفاده کرد؛

۱. اجْتَهَدُوا فِي أَنْ يَكُونَ زَمَانُكُمْ أَوْجَعَ سَاعَاتٍ لِمُنَاجَاةِ اللَّهِ وَ سَاعَةً لِأَمْرِ الْمَعَاشِ وَ سَاعَةً لِمُعَاشَرَةِ الْإِخْوَانِ وَ النَّقَاتِ الَّذِينَ يَعْرِفُونَكُمْ عِيُوبَكُمْ وَ يَخْلِصُونَ لَكُمْ فِي الْبَاطِنِ وَ سَاعَةً تَخْلُونَ فِيهَا لِلدُّنْيَا فِي غَيْرِ مُحَرَّمٍ وَ بِهِذِهِ السَّاعَةُ تَقْدَرُونَ عَلَى الثَّلَاثِ سَاعَاتٍ.

۲. لَا تَجْعَلِ الدُّنْيَا أَكْبَرَ هَمًّا وَ لَا مَبْلَغَ عِلْمًا.

۳. يَا أَبَاذَرٍّ لَيْكُنْ لَكَ فِي كُلِّ شَيْءٍ نِيَّةٌ حَتَّى فِي النُّومِ وَ الْأَكْلِ.

سیاسی قبیله‌اش بوده است و گاه پیام‌آور خویشتن؛ اما نظام قبیله‌ای به حدی استوار بوده است که کارکرد نخستین حاکمیت داشته است (سیدی، ۱۳۹۵، ص ۱۵۸-۱۵۹)؛ به عبارت دیگر شعر در دوره جاهلی بر کنترل افکار عمومی قبیله نقش داشته است.

استفاده از شعر برای کنترل افکار عمومی پس از اسلام نیز ادامه یافت؛ چنان‌که برخی محققان گفته‌اند تاریخ اسلام نمونه‌های متعددی به یاد دارد که چگونه ابزار شعر، موجب حرکت و شور و برانگیختن حس انتقام‌جویی و غرور، می‌شده است؛ در همین راستا شاعران مکتبی و مدافع اهل بیت (علیهم‌السلام) نیز پیوسته از عقیده و ایمان خود، مشعلی افروخته و از هنر و ادب خود، سلاحی ساخته‌اند تا از حق دفاع کنند و با باطل بستیزند که نمونه آن اشعار کمیت اسدی، ابوالاسود دونلی و عبدی کوفی است (محدثی، ۱۳۸۸، ص ۱۶، ۸۷، ۹۴ و ۱۰۴).

در خصوص شعر باید گفت خواندن شعر در برخی موارد، فعالیتی است که در اوقات فراغت رخ می‌دهد و فعلی اختیاری محسوب می‌شود که هدف از آن رسیدن به تفریح، تنوع و تفنن، ایجاد آرامش و تجدید قوا، رها شدن از مشکلات، تقویت حس همکاری و تعاون و امثال آن است. هرچند چنین مقاصدی همیشه در صدر اسلام وجود نداشته؛ اما گاه این مقاصد، در آن زمان برای شعر خواندن نیز متصور بوده است؛ مثلاً خواندن شعری در خصوص مدح پیامبر ﷺ یا اهل بیت (علیهم‌السلام) که بر کنترل افکار عمومی نیز تأثیرگذار بوده، می‌توانسته به انگیزه تفریح و تفنن یا تقویت روحیه همکاری در بین یک جمع بوده باشد؛ بنابراین طبق آنچه در چارچوب مفهومی گفته شد در برخی موارد شعر در آن زمان به منزله یک سرگرمی سنتی محسوب می‌شده است. این سرگرمی در دنیای امروز نیز طرفدارانی دارد و هنوز مورد توجه مخاطبان خود است.

ابراز عقاید سیاسی

از کارکردهای سیاسی سرگرمی در عصر امروز، استفاده از آنها برای ابراز ناراحتی، عقاید و نظرات سیاسی است. با توجه به تعریفی که از سرگرمی در چارچوب مفهومی ارائه شد و دیدگاه‌های صاحب‌نظران موسیقی، تفریح و سرگرمی محسوب می‌شود. برخی از این صاحب‌نظران معتقدند که موسیقی، زبان یا وسیله‌ای برای

بنابراین اگر سرگرمی مخاطب خود را به‌طور هم‌زمان به اهداف مادی و معنوی، رهنمون کند، می‌تواند توسعه اقتصادی را نیز، به شکل مطلوب محقق کند؛ به عنوان مثال بهره‌گیری از قابلیت‌های اقتصادی گردشگری اسلامی، از جمله مواردی است که می‌تواند به‌طور هم‌زمان اهداف مطلوب مادی و معنوی را تحقق بخشد. در قرآن ترک کردن گردشگری نکوهش و به گردشگری امر شده است (رک به: آل عمران، ۱۳۷؛ فاطر، ۴۴؛ عنکبوت، ۲۰؛ توبه، ۱۲۲؛ انعام، ۱۱؛ یوسف، ۱۰۹؛ نحل، ۳۶؛ حج، ۴۶؛ نمل، ۶۹؛ غافر، ۸۲؛ محمد، ۱۰ و ۲۱).

مطیع‌سازی و کنترل افکار عمومی

رسانه‌ها به کمک خصایصی چون سرگرم‌کنندگی نقش مهمی در مطیع‌سازی و کنترل افکار عمومی دارند. پاره‌ای از منتقدان مانند آدورنو و هورکهایمر به نقش این کارکرد در ایجاد سلطه سیاسی، اقتصادی و فرهنگی اشاره کرده‌اند و می‌گویند: [...] حاصل کار همان حلقه مغزشویی و نیازهای از پیش ایجاد شده است که در متن آن وحدت سیستم هر روز قوی‌تر و مستحکم‌تر می‌شود و البته از این واقعیت نیز هیچ‌ذکری به میان نمی‌آید که پایه و اساس قدرت و سلطه تکنولوژی بر جامعه، قدرت همان کسانی است که تسلط اقتصادی‌شان بر جامعه از همه بیشتر است. هر نوع توجیه و تبیین تکنولوژیکی در حکم توجیه نفس سلطه است (آدورنو و هورکهایمر، ۱۳۸۰، ص ۳۶).

هرچند این نظر فوق و امثال آن (برای نمونه رک به معتمدنژاد، ۱۳۷۱، ص ۱۸) در خصوص نقش رسانه‌ها در این زمینه است؛ ولی چون مهم‌ترین کارکرد رسانه‌ها ایجاد سرگرمی برای مخاطبان است، این نظرات، با این بحث مرتبط هستند.

در خصوص دیدگاه اسلامی در این زمینه باید گفت مطیع‌سازی و کنترل افکار عمومی به وسیله سرگرمی، در صدر اسلام هم وجود داشته است؛ با این تفاوت که سرعت عمل در این مسئله در مقایسه با زمان حاضر که رسانه‌ها و سرگرمی‌های مدرن به وجود آمده‌اند کمتر بوده است. این ابزارها در تسریع این روند نقش مهمی دارند. از جمله مواردی که در گذشته موجب کنترل افکار عمومی بوده، استفاده از شعر است. برخی در توضیح کارکرد سیاسی شعر در زمان پیش از اسلام گفته‌اند در دوره جاهلی شاعر گاه پیام‌آور

رعایت حدود و ظواهر اسلامی، می‌توانند از سرگرمی‌ها برای ابراز عقیده سیاسی و مکتبی خود استفاده کنند.

نتیجه‌گیری

در این تحقیق به این نتایج رسیدیم که:

- در جامعه‌شناسی برای سرگرمی کارکردهای متنوعی مطرح شده است؛ از جمله این کارکردها جامعه‌پذیری، تقویت حس همکاری و تعاون، انتقال ارزش‌ها، ایجاد توسعه اقتصادی، مطیع‌سازی و کنترل افکار عمومی و نیز ابراز عقاید سیاسی است؛
- برای اینکه این کارکردها از دیدگاه اسلامی مطلوب باشند برخی ملاحظات لازم است از جمله اینکه: سرگرمی حلال باشد، موجب غفلت از امور و وظایف دیگر انسان نشود، در تولید آنها تنها به سود مادی توجه نشود، ایجاد نیاز کاذب نکند، موجب حذف خرده‌فرهنگ‌ها و تهاجم به فرهنگ اسلامی نشود، در تولید آنها افزون بر توجه به سلاطین عموم مردم، ارزش‌های دینی و حقیقی نیز ملاحظه شود، بدون خلاقیت و منفعلانه نباشد، موجب سلطه (اقتصادی، فرهنگی، سیاسی) طاغوتیان نشود؛
- از دیدگاه اسلامی کارکرد جامعه‌پذیری سرگرمی باید به انتقال نگرش‌ها، ارزش‌ها و رفتارهای مبتنی بر آموزه‌های فرهنگ اسلامی به فرد منجر شود. این کارکرد در دنیای امروز معمولاً به صورت مطلوب محقق نمی‌شود؛ بلکه سرگرمی‌ها عموماً موجب حذف خرده‌فرهنگ‌ها و تهاجم به فرهنگ اسلامی می‌شوند؛
- کارکرد تقویت حس همکاری و تعاون در سرگرمی زمانی به صورت مطلوب محقق می‌شود که موجب غفلت از امور و وظایف دیگر انسان از جمله وظایف اجتماعی او نشود و فرد را به انزوا و افسردگی نکشانند، امری که غالباً در دنیای امروز مشاهده نمی‌شود؛
- سرگرمی مطلوب، کارکرد انتقال ارزش‌های دینی و انسانی را داراست؛ درحالی‌که در دنیای امروز غالباً سرگرمی موجب ترویج ارزش‌های مادی مانند گرایش به مد و مصرف‌گرایی و امثال آن می‌شود؛

- از دیدگاه اسلامی کارکرد ایجاد توسعه اقتصادی توسط سرگرمی زمانی مطلوب است که سرگرمی در خدمت اهداف مادی و معنوی، توأمان باشد و بر همین مبنا توجه بیش از اندازه به

ابراز ناراحتی، نارضایتی، خشم، آشفتگی، پریشانی و نیازها و مطالبات برای نسل جوان است. جوانان بر اثر این تنوع به انرژی و نیرویی دست می‌یابند که امکان همانندسازی با فرهنگ‌ها و کنار گذاردن فرهنگ‌ها یا همانندسازی مجدد با آنها را برای آنان فراهم می‌آورد و آنان از این رهگذر، خود را از زیر فشار هرگونه تعهدی می‌رهانند (باروبر، ۱۳۸۲، ص ۱۵۱).

در خصوص دیدگاه اسلامی در این زمینه باید گفت هرچند برخی از سرگرمی‌های امروزی چنین کاربردی دارند؛ اما غالب این سرگرمی‌ها مانند موسیقی، از آنجا که غفلت‌زا هستند و موجب سازگاری با وضع وجود می‌شوند به غیر سیاسی کردن جوامع و عدم علاقه به زندگی سیاسی، قانع کردن به عادلانه بودن نظم سیاسی موجود کمک می‌کنند؛ بنابراین تحقق چنین کارکردی محدود در برخی از مصادیق سرگرمی است؛ همچنین به نظر می‌رسد در صدر اسلام نیز چنین کارکردی در خواندن شعر وجود داشته است. مصادیق چنین استفاده‌ای از شعر فراوان است؛ به‌عنوان نمونه در دسته‌ای از اشعار که به معارضات معروف هستند، کارکرد ابراز عقاید سیاسی و خاصیت سرگرم‌کنندگی شعر مشهود است. شاعر در این‌گونه اشعار رودررو و مقابل شاعر دیگر برمی‌خیزد و با کتاب یا قصیده‌وی به معارضه می‌پردازد و یا اینکه یک شاعر از شاعر دیگر تقلید کرده و عقاید و نظرات او را ادامه می‌دهد (نجفی‌ایوکی و سیفی، ۱۳۹۴، ص ۸۴). این ابراز عقاید گاه دارای جنبه‌های سیاسی بوده است؛ مانند مدح پیامبر که دارای شأن ولایت و رهبری جامعه اسلامی نیز، بوده است (برای آشنایی بیشتر با سبک شعری معارضات و برخی مصادیق آن رک به: نجفی‌ایوکی و سیفی، ۱۳۹۴، ص ۸۴-۸۷).

به غیر از شعرسرای و شعرخوانی، می‌توان گفت مؤمنان با انتخاب عموم سرگرمی‌های حلال و نیز رعایت حدود و شعائر شرعی در هنگام پرداختن به سرگرمی‌ها، تعلق خود را از دیگر آیین‌ها و رسم‌ها نفی می‌کنند و خود را منتسب به حکومت اسلامی معرفی می‌کنند؛ بنابراین همان‌طور که مکاتب دیگر با ظواهری خاص و ایجاد سرگرمی‌های مشترک نوعی پیوند گروهی میان اعضای خود ایجاد می‌کنند، در اسلام نیز، مؤمنان با انتخاب سرگرمی‌های مشترک؛ یعنی همان سرگرمی‌های حلال و نیز با

شکل ظاهری، سودآوری، نیازهای مادی در سرگرمی‌ها و نیز تحکیم نظام سرمایه‌داری توسط سرگرمی‌ها نادرست هستند؛

- سرگرمی مطلوب کارکرد مطیع‌سازی و کنترل افکار عمومی را داراست و موجب سوق دادن مردم به نظام اسلامی می‌شود؛ البته در دنیای امروز سرگرمی‌ها غالباً موجب تحکیم نظام سرمایه‌داری هستند؛

- کارکرد ابراز عقاید سیاسی توسط سرگرمی زمانی مطلوب است که با رعایت حدود اسلامی و در سرگرمی‌های حلال رخ دهد. سرگرمی مطلوب باعث حساسیت‌زدایی سیاسی و عدم علاقه به زندگی سیاسی منجر نمی‌شود.

پیشنهادهات

در پایان پیشنهاد می‌شود:

- پژوهش‌هایی به‌طور خاص پیرامون مفاهیم شرعی چون لعب، لهو و لغو و کارکردهای آنها صورت پذیرد و در آن رابطه این کارکردها با کارکردهای سرگرمی امروزی بررسی شود؛ چراکه یکی از چالش‌های یافتن دیدگاه اسلامی در خصوص کارکردهای جامعه‌شناختی سرگرمی، ابهام در این مفاهیم و کارکردهای آنها است؛

- پژوهش‌هایی در مورد روابط متقابل کارکردهای سرگرمی و نهادهای اجتماعی و یا یک نهاد خاص مثلاً آموزش و پرورش و یا صداوسیما صورت پذیرد؛ چراکه تفصیل این مباحث خود می‌تواند موضوع یک پژوهش باشد؛

پژوهش‌های جداگانه و به‌طور خاص در مورد کارکردهای جامعه‌شناختی سرگرمی‌های امروزی چون سرگرمی‌های منفعل، سرگرمی رسانه‌ای، موسیقی، فیلم، سریال، بازی‌های رایانه‌ای و امثال آن صورت پذیرد. بررسی جزئی و لو فقط در یک بازی رایانه‌ای خاص موجب می‌شود تحقیق از کلی‌گویی و نقض‌پذیری مصون بماند.

منابع

- * قرآن کریم.
۱. ابن بابویه، محمد بن علی (۱۴۱۳)، من لایحضره الفقیه، قم: جامعه مدرسین حوزه علمیه قم.
 ۲. ابن شعبه حرانی، حسن بن علی (۱۴۰۴)، تحف العقول، قم: جامعه مدرسین حوزه علمیه قم.
 ۳. اختر شهر، علی (۱۳۸۶)، مؤلفه‌های جامعه‌پذیری سیاسی در حکومت دینی، تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
 ۴. آدورنو، تئودور و ماکس هورکهایمر (۱۳۸۰)، «صنعت فرهنگ‌سازی روشنگری به مثابه فریب توده‌ای»، ترجمه مراد فرهادپور، ارغنون، شماره ۱۸، ص ۳۵-۸۴.
 ۵. باروبر، جیزس مارتین (۱۳۸۲)، رسانه‌های گروهی به مثابه جایگاه مقدس‌سازی دوباره فرهنگ‌های معاصر، در کتاب بازاندیشی درباره رسانه، دین و فرهنگ، هور، استوارت ام و نات لاندبای، ترجمه مسعود آریایی نیا، چاپ اول، تهران: سروش.
 ۶. بیرو، آلن (۱۳۷۰)، فرهنگ علوم اجتماعی، ترجمه باقر ساروخانی، چاپ دوم، تهران: انتشارات کیهان.
 ۷. پاینده، ابوالقاسم (۱۳۸۲)، نهج الفصاحه، تهران: دنیای دانش.
 ۸. توسلی، غلام‌عباس (۱۳۷۶)، نظریه‌های جامعه‌شناسی، چاپ ششم، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها.
 ۹. حمیری، عبدالله بن جعفر (۱۴۱۳)، قرب الاسناد، قم: موسسه آل البيت (علیهم‌السلام).
 ۱۰. دومازدیه، ژوفر (۱۳۵۲)، «زمان فراغت از دیدگاه تاریخی و جامعه‌شناسانه»، ترجمه م. آدینه، فرهنگ و زندگی، شماره ۱۲، ص ۱۲-۲۳.
 ۱۱. رفعت‌جاه، مریم (۱۳۹۰)، «فراغت و ارزش‌های فرهنگی»، تحقیقات فرهنگی، شماره ۱۳، ص ۱۵۱-۱۹۰.
 ۱۲. ساروخانی، باقر (۱۳۷۰)، دایره‌المعارف علوم اجتماعی، تهران: موسسه کیهان.
 ۱۳. سیدی، سیدحسین (۱۳۹۵)، اصول و مبانی ادبیات اسلامی مطالعه موردی شعر، قم: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.
 ۱۴. شرف‌الدین، حسین (۱۳۸۹)، «دین و سرگرمی رسانه‌ای»، دین و رسانه، شماره ۱، ص ۴۰-۷۸.
 ۱۵. شرف‌الدین، حسین (۱۳۹۰)، «الگوی مطلوب سرگرمی در یک رسانه دینی (با تأکید بر رسانه ملی)»، معرفت فرهنگی اجتماعی، شماره ۸، ص ۷۳-۱۰۲.
 ۱۶. شریفی، احمدحسین (۱۳۹۱)، همیشه بهار: اخلاق و سبک زندگی اسلامی، قم: دفتر نشر معارف.
 ۱۷. طبرسی، حسن بن فضل (۱۴۱۲)، مکارم الأخلاق، چاپ چهارم، قم: الشریف الرضی.
 ۱۸. فروم، اریک (۱۳۶۱)، داشتن یا بودن، ترجمه اکبر تبریزی، تهران: مروارید.
 ۱۹. فیومی، احمد بن محمد مقری (۱۴۱۴)، المصباح المنیر فی غریب الشرح الکبیر للرافعی، قم: منشورات دار الرضی.
 ۲۰. قرائتی، محسن (۱۳۸۳)، تفسیر نور، تهران: مرکز فرهنگی درس‌هایی از قرآن.
 ۲۱. مجلسی، محمدباقر (۱۴۰۳)، بحارالانوار، بیروت: دار احیاء التراث العربی.
 ۲۲. محدثی، جواد (۱۳۸۸)، ادب آل الله؛ مباحثی پیرامون شعر شیعی ادبیات آیینی، چاپ دوم، قم: زائر.
 ۲۳. المصطفوی، حسن (۱۴۰۲)، التحقیق فی کلمات القرآن الکریم، تهران: مرکز نشر آثار العلامه المصطفوی.
 ۲۴. معتمدنژاد، کاظم (۱۳۷۱)، وسایل ارتباط جمعی، تهران: دانشگاه علامه طباطبایی.
 ۲۵. معتمدنژاد، کاظم (۱۳۸۵)، «اندیشه‌های انتقادی در زمینه ارتباطات جمعی و فرهنگ توده»، رسانه، شماره ۶۷، ص ۱۲۹-۱۵۴.
 ۲۶. مک لوهان، هربرت مارشال (۱۳۷۷)، برای درک رسانه‌ها، ترجمه سعید آذری، تهران: مرکز تحقیقات مطالعات و سنجش برنامه‌ای صداوسیما.
 ۲۷. مهدوی کنی، محمد سعید (۱۳۸۷)، دین و سبک زندگی، تهران: دانشگاه امام صادق.

34. Darity, William, editor in chief, International Encyclopedia of the Social Sciences, 2nd edition, Macmillan Reference USA, Farmington Hills, 2008.
35. Smelser, Neil & Baltes, Paul, International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences, Elsevier Science, 2001.
36. Surdam, David George, Century of the Leisured Masses Century of the Leisured Masses Entertainment and the Transformation of Twentieth-Century America, Oxford University Press, New York, 2015.
۲۸. مهرداد، هرمز (۱۳۷۶)، جامعه‌پذیری سیاسی، چاپ اول، تهران: پازنگ.
۲۹. میرخندان، سیدحمید (۱۳۹۲)، مطالعات دینی فیلم، تهران: بنیاد سینمایی فارابی.
۳۰. میرزایی، خلیل (۱۳۹۳)، فرهنگ توصیفی علوم اجتماعی، تهران: فوژان.
۳۱. نجفی‌ایوکی، علی و محسن سیفی (۱۳۹۴)، شعر و شاعری، چاپ اول، تهران: کانون اندیشه جوان.
۳۲. نوری، میرزا حسین (۱۴۰۸)، مستدرک الوسائل، قم: موسسه آل‌البتین (ع).
 33. Bruce, Steve & Yearley, Steve, The SAGE Dictionary of Sociology, SAGE Publications, London, 2006.