

ورزش، فراغت و مدرنیته: اشاراتی کوتاه به چگونگی تأثیرات آن‌ها بر یکدیگر

برای تشریح تأثیرات فراغت، ورزش و مدرنیته بر یکدیگر باید به دو جهت‌گیری اصلی در مورد نظریه‌های فراغت اشاره کرد. نخست، تجاری شدن فرهنگ، ورزش، جامعه و فراغت است که در نیمه دوم قرن نوزدهم در غرب تشدید شد. باید خاطرنشان کرد که افراد قبل از این زمان هم هزینه‌هایی را صرف فراغت و ورزش می‌کردند، اما میزان این هزینه‌ها و فعالیت‌های تجاری مرتبط با آن به شکل تصاعدی افزایش یافته و دلیل آن ظهور سرمایه‌داری مدرن و از بین رفتن تمرکز بر تولید و عرضه داخلی بوده است. افزایش عمومی سطح رفاه در میان طبقات متوسط و گروه‌های بالایی طبقه کارگر منجر به شکل‌گیری تقاضای مصرفی در زمینه‌های ورزش، گردشگری، سرگرمی، فرهنگ عمومی و سایر فعالیت‌های فراغتی شدند. این تقاضای مصرف‌کنندگان از سوی شرکت‌های تجاری شناسایی می‌شدند. این شرکت‌ها از طریق القائات بازاریابی، مد کردن امور و سایر شیوه‌های تشویقی و متقاعدسازی، این تقاضاهای مصرفی را تقویت و تشدید می‌کردند. سرگرمی‌های فراغتی به دادوستدهای تجاری تبدیل شدند و مردم ورزش کردن (امری رایگان) را با تماشای ورزش (امری پول‌دانی) معاوضه کردند.

دومین جهت‌گیری نظریه‌های فراغت مربوط به بهینه‌سازی و عقلانی شدن کار و جامعه است که از نمونه‌های آن می‌توان به تئوری‌های جدید مدیریتی فورد و تیلور در قرن بیستم اشاره کرد (Bramham, 2006) که به دنبال کاهش تولید دستی و راه‌اندازی خطوط تولید ماشینی بودند. این عقلانی شدن و بهینه‌سازی امور در زمینه فراغت و ورزش از اواخر قرن نوزدهم به بعد گسترش یافت. گرایش‌ها و اشکال فراغتی ساختاریافته و رسمی جایگزین عادات و سرگرمی‌های فراغتی غیررسمی (Informal leisure habits) شدند که در برخی مواقع تحت کنترل سازمان‌های مختلف انجام می‌شدند. این همان دوره‌ای است که در آن شاهد ظهور گروه‌های حاکمیتی ملی (National Governing Bodies)، لیگ‌های ورزشی سازمان‌یافته، باشگاه‌های دوچرخه‌سواری و پیاده‌روی، جوامع و گروه‌های آماتوری و تفننی (Hobbyist societies) هستیم که به دنبال پشتیبانی و ایجاد فضاهای فراغتی غیررسمی متنوع هستند (Borsay, 2005). (2005) با شروع ساعات کاری ثابت و ایجاد شهرک‌های صنعتی در غرب، اوقات فراغت محدوده مشخصی پیدا کرده و به عصرها و اواخر هفته محدود شدند.



با نگاهی به تاریخ اجتماعی عصر مدرن در غرب از اواخر قرن نوزدهم تا نیمه دوم قرن بیستم، می‌توانیم نقش مهم و حیاتی فراغت را در ایجاد و شکل‌دهی به مدرنیته ملاحظه کنیم. پیشرفت‌های فناورانه در زمینه سرگرمی و تفریحات که ناشی از نیازهای مصرف‌کنندگانی بود که به دنبال اخبار ورزشی و نوازندگان محبوبشان بودند، از سوی شرکت‌های تجاری که به دنبال افزایش سود بودند، عرضه می‌شد؛ عامل افزایش خرید و فروش رادیو، پخش موسیقی‌های محبوب و همچنین پخش گزارش رویدادهای ورزشی از طریق ایستگاه‌های رادیویی بود (Briggs & Burke, 2009). ورزش‌های مدرن به بازیکنان و هواداران اهمیت کارگروهی منظم، آماده‌سازی و تمرین، پیروی از قوانین و انضباط را آموزش می‌دادند. در مدارس، گسترش درس تربیت‌بدنی یک استراتژی حساب‌شده برای تبدیل مردان جوان به سربازان، خدمتکاران امپراتوری‌ها، نیروهای لازم برای دادوستدهای تجاری، رهبران شجاع یا کارکنان خوشحال بود (Dunning & Sheard, 1979). فعالیتهای فراغتی قابل‌اجرا در فضای باز نظیر پیاده‌روی و کوهنوردی سروسامان داده شدند و فضاهای حیات‌وحش در سراسر اروپا و آمریکا تحت کنترل و نظارت درآمدند، مسیرها و راه‌ها نشانه‌گذاری شدند و آن‌ها از فضاهایی ناشناخته تبدیل به جلوه‌های بصری ایمن و مدرن شدند. رسم جمع‌آوری انواع و اقسام تمبرها، سکه‌ها و یادگاری‌های ورزشی، افراد را تشویق می‌کرد تا نظمی منطقی را بر زندگی نابسامان و درهم‌ریخته‌شان اعمال کنند. هم‌زمان با شکل‌گیری این رسم، شرکت‌ها سود هنگفتی از فروش اقلام و مصنوعات کمیاب و استثنایی به دست می‌آوردند. آژانس‌های مسافرتی سیستم‌های رزرو هتل‌ها و برنامه‌ریزی‌های سفر را بهینه‌سازی کردند؛ جداول زمانی حرکت قطارها و برنامه‌ریزی حمل‌ونقل بر اساس یک روند و منطقی مشخص تنظیم شدند؛ و دستورالعمل‌های طراحی استاندارد برای هتل‌ها و یکسان‌سازی ویژگی‌های ظاهری اقامتگاه‌های ساحلی مدون شدند. به‌صورت کلی، این اقدامات منجر به شکل‌گیری یک الگوی طراحی استاندارد برای سایر صنایع فراغتی و برنامه‌ریزان شهری شدند. در سال‌های اولیه دوران معاصر، پیش از صرفه‌جویی‌های اقتصادی ناشی از جنگ جهانی دوم، شهرهای جدید و املاک مسکونی با در نظر گرفتن فعالیتهای فراغتی مدرن طراحی شده بودند که امکان دسترسی را به اماکن ورزشی، فضاهای سبز و پارک‌ها، رستوران‌های عمومی و میخانه‌ها فراهم می‌کردند. بنابراین می‌توانیم ببینیم که فراغت مدرن در حقیقت به توسعه مدرنیته در غرب کمک کرده است. در واقع، فراغت به عرصه‌ای تبدیل شد که تجاری شدن و بهینه‌سازی جامعه را به‌خوبی نشان می‌داد، این گرایش‌ها را تقویت می‌کرد و اندک‌اندک اهمیت مدرن بودن را به افراد القا می‌نمود. صنایع حوزه‌های فراغتی و سیاست‌گذاران فراغت در دولت‌ها و مقامات محلی، ارزش فراغت مدرن و اهمیت آن را برای سایر صنایع و بخش‌های جامعه ترویج می‌کردند.

بنابراین، فراغت مدرن هم نتیجه مدرنیته در دوران انقلاب صنعتی در غرب و هم علت استمرار و گسترش مدرنیته در تمامی بخش‌های جامعه غربی (و فراتر از جامعه غربی) در قرن گذشته بوده است.

منابع

اسپارکلن، کارل (۱۳۹۹)، جامعه‌شناسی فراغت، ترجمه رسول نوروزی سید حسینی، چاپ اول، تهران: انتشارات حتمی.

Bramham, P. (2006) 'Hard and Disappearing Work: Making Sense of the Leisure Project', *Leisure Studies*, 25, pp. 379–90.

Borsay, P. (2005) *A History of Leisure*, Basingstoke, Palgrave Macmillan.

Briggs, A. and Burke, P. (2009) *A Social History of The Media*, Cambridge, Polity.

Dunning, E. and Sheard, K. (1979) *Barbarians, Gentlemen and Players*, Oxford, Martin Robertson