

۲۰۲۳۹

بسم الله الرحمن الرحيم

مدیریت و برنامه ریزی

اوقات فراغت

تألیف و ترجمه:

دکتر عباس اردکانیان

عباس حسنی

۱۳۹۸

سرشناسه : اردکانیان، عباس، ۱۳۳۳ -
عنوان و نام پدیدآور : مدیریت و برنامه‌ریزی اوقات فراغت، تألیف و ترجمه، عباس اردکانیان، عباس حسنی.
مشخصات نشر : تهران، انتشارات مهکامه، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری : ۲۰۸ ص.
شابک : 978-600-8731-64-1
وضعیت فهرست‌نویسی : فیا
یادداشت : اوقات فراغت-- برنامه‌ریزی
موضوع : Leisure -- Planning :
موضوع : اوقات فراغت-- مدیریت
موضوع : Leisure -- Management :
شماره افزوده : حسنی، عباس، ۱۳۴۸ -
رده‌بندی کنگره : GV۱۸۱/لف۴م ۱۳۹۷
رده‌بندی دیویی : ۳۰۶/۴۸۱۲ :
مارک شابک ملی : ۵۵۸۷۷۴۴

نام کتاب: مدیریت و برنامه‌ریزی اوقات فراغت
تألیف و ترجمه: سید اردکانیان - عباس حسنی
ناشر: مهکامه
ناظر چاپ: بهزاد ربیعی فامانی
لیتوگرافی: نقش
نوبت چاپ: اول / ۱۳۹۸
تیراژ: ۵۰۰ نسخه
قیمت: ۲۳۵۰۰۰ ریال
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۷۳۱-۶۴-۱

مراکز پخش: ۱- تهران، خیابان انقلاب، خیابان فخر رازی، نرسیده به سیاه‌نشین، کوچه انوری، پلاک ۸، طبقه دوم،
نشر و پخش مهکامه
تلفن: ۶۶۴۹۷۰۵۰ - ۶۶۴۸۸۲۰۳
۲- تهران، میدان انقلاب، بین خیابان ۱۲ فروردین و اردیبهشت، کتاب فروش ماه
تلفن: ۶۶۴۶۷۳۲۳ - ۶۶۴۶۰۹۳۲

en_mahkam@yahoo.com
www.mahkam.com

پست الکترونیکی:

نمایندگی‌های شهرستان:

- ۱- اهواز: خیابان حافظ، بین سیروس و نادری، کتاب‌فروشی رشد، تلفن: ۳- ۲۲۱۷۰۰۰ (۰۱۳)
- ۲- مشهد: خیابان سعدی، پاساژ مهتاب، کتاب‌فروشی درخشش، تلفن: ۳۲۲۵۱۹۲۳ (۰۵۱)
- ۳- اصفهان: خیابان چهارباغ عباسی، مجتمع چهارباغ، زیرزمین، پلاک ۲۶، تلفن: ۳۲۲۳۸۸۵۶ (۰۳۱)
- ۴- یزد: خیابان فرخی، جنب مجتمع ستاره، کتاب‌فروشی فدک، تلفن: ۳۶۲۷۴۷۵ (۰۳۵)
- ۵- شیراز: خیابان ملاصدرا، نبش خلیلی، کتاب‌فروشی خوارزمی، تلفن: ۳۶۴۷۳۷۷۱ (۰۷۱)
- ۶- تبریز: فلکه دانشگاه، ابتدای خیابان دانشگاه، کتاب‌فروشی علامه، تلفن: ۲۳۳۴۱۶۶۹ (۰۴۱)

آدرس کانال انتشارات مهکامه: telegram.me/mahkamepublisher

فهرست مطالب

۷	مقدمه
۱۳	فصل اول: ضرورت و اهمیت برنامه‌ریزی اوقات فراغت در جامعه امروز
۱۳	مقدمه
۱۸	بسط و گسترش فلسفه‌ای برای برنامه‌ریزی اوقات فراغت
۲۳	انتظارات مردم از اوقات فراغت
۲۵	مزیت‌های تجربه اوقات فراغت
۲۷	مزیت‌های استفاده از جنگل لیک‌کانسی
۳۱	مزیت‌های فردی تجربه اوقات فراغت
۳۷	مزیت‌های برنامه‌ریزی اوقات فراغت
۳۹	تجربه اوقات فراغت به مثابه یک خدمت
۴۹	برنامه‌های مبتنی بر مشتری باعث ارتقاء کیفیت می‌شود
۵۰	خلاصه
۵۲	پرسش و تمرین
۵۳	منابع
۵۹	فصل دوم: مفاهیم برنامه‌ریزی اوقات فراغت
۵۹	مقدمه
۶۰	تعریف مفاهیم برنامه‌ریزی اوقات فراغت
۶۴	تعاریف مفاهیم مرتبط
۶۵	اوقات فراغت چیست؟

۷۳	شرایط تجربه اوقات فراغت
۷۵	عناصر ایجاد تجربه اوقات فراغت
۷۶	تفریح چیست؟
۷۸	بازی چیست؟
۷۹	ورزش
۸۰	سازمان‌های تجاری و غیرتجاری اوقات فراغت
۸۱	سازمان‌های بخش دولتی
۸۱	سازمان‌های داوطلب
۸۲	سر و سرگرمی
۹۱	خانواده
۹۳	پرسش‌ها
۹۳	منابع
۹۷	فصل سوم: مدل‌ها، مدل‌ها و برنامه‌ریزی اوقات فراغت
۹۷	مقدمه
۹۹	مدل‌ها، نظریه‌ها و برنامه‌ریزی اوقات فراغت
۱۰۰	نظریه سیلان
۱۰۲	نظریه اوقات فراغت سیال / اوقات فراغت پست-مدرن
۱۰۴	الگوی اوقات فراغت نولینگر
۱۰۵	نظریه‌های هستی‌شناختی اوقات فراغت
۱۰۷	نظریه اوقات فراغت ضد ساختار و مقدس
۱۰۹	پیوستار برنامه
۱۰۹	پیوستار برنامه مستقیم و غیرمستقیم
۱۱۱	مدل پیوستار خدمات
۱۱۲	پیوستار اوقات فراغت جدی
۱۱۴	پیوستار فعالیت‌های اصلی - متعادل
۱۱۵	پیوستار اوقات فراغت به شدت ساختارمند و اوقات فراغت غیررسمی
۱۱۷	رویکردهای برنامه‌ریزی
۱۱۷	رویکرد سنتی

۱۱۸	رویکرد خواسته‌های بیان‌شده / شناسایی نیازها / تجویزی
۱۱۹	رویکرد روش‌های فعلی / بهترین روش‌ها
۱۱۹	رویکرد کافی شاپ
۱۲۰	رویکرد سود - محور
۱۲۱	رویکرد خدمات انسانی
۱۲۲	تعامل نمادین
۱۲۳	نمونه
۱۲۴	روش‌ها
۱۲۵	منابع
۱۳۱	فصل چهارم حوزه‌های نامه
۱۳۱	مقدمه
۱۳۲	حوزه برنامه چیست؟
۱۳۴	طبقه‌بندی حوزه برنامه
۱۳۵	هنرها
۱۳۶	نمایش
۱۳۸	هنرهای بصری
۱۳۹	کاردستی
۱۴۰	هنرهای جدید
۱۴۱	فعالیت‌های ادبی
۱۴۱	فعالیت‌های رشد فردی و آموزشی
۱۴۳	ورزش‌ها و مسابقات
۱۴۵	ورزش‌های آبی
۱۴۷	تفریح / آموزش در فضای باز
۱۴۸	سلامت / تناسب
۱۵۰	تفنی‌ها
۱۵۱	فعالیت‌های تفریحی
۱۵۲	تفریح اجتماعی
۱۵۳	خدمات داوطلبانه

۱۵۴	 سفر و گردشگری
۱۵۵	 برنامه‌ها در مکان‌ها و فضاها
۱۶۰	 خلاصه
۱۶۱	 پرسش‌ها
۱۶۲	 منابع

۱۷۱	 فصل پنجم: مدیریت و برنامه‌ریزی اوقات فراغت
۱۷۲	 مقدمه
۱۷۳	 ظهور برنامه‌ریزی تفریح و اوقات فراغت
۱۷۴	 پیامدهای انقلاب صنعتی
۱۷۸	 کارکردهای اجتماعی رفاه اوقات فراغت
۱۹۰	 مؤلفه‌های مثبت اوقات فراغت
۱۹۳	 عوامل اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، و محیطی تأثیرگذار بر برنامه‌ریزی اوقات فراغت
۱۹۶	 نیاز به مدیر متخصص
۱۹۸	 هویت تخصصی
۱۹۸	 تأثیرگذاری تخصص حرفه‌ای
۱۹۹	 مدیریت و برنامه‌ریزی اوقات فراغت براساس نیازها
۲۰۳	 برنامه‌ریزی و مدیریت اوقات فراغت در ایران
۲۰۵	 خلاصه
۲۰۶	 پرسش‌ها
۲۰۷	 منابع

مقدمه

اوقات فراغت، بسته به درک و دریافت هر فردی، دارای معانی متعددی است. به عنوان مثال، اوقات فراغت از نگاه افراد مختلف می‌تواند شامل تماشای تلویزیون، دیدن یک منظره پر، از ارتفاع، کوتاه کردن چمن، بردن کودکان به باغ وحش، بازی شطرنج، انلود کردن موسیقی، نوشتن کتاب، گشت‌زدن در شهر، یا هر چیز دیگری باشد که خود فرد برسی می‌کنند. نظریه‌پردازان حتی بر سر نامگذاری این نوع فعالیت‌ها نیز چندان اتفاق نظر ندارند. آیا باید این فعالیت‌ها را تفریح نامید، اوقات فراغت نامید، یا وقت آزاد و وقت سرگرس و خلاقیت و خودخواهی و بهره‌مندی از لذایذ دنیوی؟ درک و دریافت خود فرد آنقدر در تعریف تفریح و اوقات فراغت حائز اهمیت است که پژوهشگران هنوز هم در این باره، آراء و نظایر آن را منوط به جامعه، فرد و فرهنگ می‌دانند. با این حال، همان‌گونه که در این کتاب نشان خواهیم داد، برنامه‌ریزی و خدمات اوقات فراغت به بخش مهمی از فعالیت‌های دولتها و نیز عنصری حیاتی در موسسات غیرانتفاعی، تجاری، درمانی و انواع دیگر مؤسسات بدل شده‌اند. امروزه اوقات فراغت به نیرویی مهم در اقتصاد ملی و منافع ملی کشورها تبدیل شده است و در حوزه‌های گوناگونی نظیر ورزش و تفریحات فیزیکی، تفریحات خارج از شهر، اوقات فراغت در خانه، فعالیت‌های بازی کودکان، گردشگری، سفر و برنامه‌های مربوط به سلامت میلیون‌ها شغل ایجاد کرده است. ارزش اوقات فراغت فراتر از صرف ایجاد اختلاط و آمیزش بین مردم است؛ گذران اوقات فراغت باعث برآورده ساختن نیازهای فیزیکی، هیجانی، اجتماعی، معنوی،

فلسفی و دیگر نیازهای مربوط به سلامت انسان‌ها نیز می‌شود. در یک معنای کلی می‌توان گفت زندگی مبتنی بر اوقات فراغت یک ملت بازتابی است از ویژگی‌ها و ارزش‌های هیجانی آن ملت. همین ورزش‌ها و بازی‌ها، رسانه‌های سرگرم‌کننده و وابستگی‌های گروهی که مردم به هنگام اوقات فراغت از آن برخوردار می‌شوند باعث شکل‌گیری شخصیت و سلامت خانواده‌ها، جوامع، و به طور کلی کشور می‌شود.

راس من (۱۹۹۵) می‌نویسد: «برنامه عبارت است از یک موقعیت طراحی شده برای به وجود آمدن یک تجربه اوقات فراغت.» به عبارت دیگر، می‌توان گفت برنامه‌ریزی اوقات فراغت عبارت است از طراحی موقعیت‌های فراغتی از طریق فراهم آوردن مسایلی که می‌تواند این احتمال را به حداکثر برساند که افرادی که وارد آن فضاهای می‌شوند از تجربه اوقات فراغت برخوردار گردند. فارل و لوندگرن^۱ (۱۹۹۳) نیز در تأیید این نظریه می‌نویسند: «برنامه‌ریزی اوقات فراغت یک فرآیند است.» بنابراین می‌توانیم برنامه‌ریزی را یک فرآیند تلقی کنیم که افراد را به برخورداری از تجربه‌های اوقات فراغت قادر می‌سازد. برنامه‌ریزی اوقات فراغت غالباً باعث ایجاد مراودات اجتماعی می‌شود. فضاها و فیزیکی برای تسهیل اوقات فراغت به وجود می‌آورد و برای افراد موقعیتی فراهم می‌کند که از محیط‌های طبیعی بهره‌مند شوند.

برنامه‌های اوقات فراغت هم می‌توانند برشور، پویا، روحیه بخش باشند و هم می‌توانند به شکلی غیرفعال، آرامش بخش، و ساکت جلوه‌گر شوند. برنامه‌های اوقات فراغت اشکال و صورت‌های فراوانی به خود می‌گیرند که همه آنها در جهت ارائه تجربه‌های با کیفیت اوقات فراغت به مشتریان می‌باشد. آن‌گونه که راس من (۱۹۹۲) می‌نویسد: «برنامه‌ها همان لحظه‌های جادویی شرکت در فعالیت‌های لذت بخش هستند که زمانی به وقوع می‌پیوندند که منابع ضروری و در دسترس، از طریق برنامه‌ریزی، فراهم می‌آیند.» آن‌گونه که فارل و لوندگرن (۱۹۹۳) می‌گویند:

«برنامه‌ریزی خوب به وجود نمی‌آید، بلکه به وجود آورده می‌شود.» بولارو و اجیتون (۱۹۸۶) نیز نظریه‌ای همسو با همین عقیده دارند. آنها می‌گویند ارائه خدمات اوقات فراغت، فرآیندی است که به افراد کمک می‌کند تجربه‌های اوقات فراغتی کسب کنند که خود آنها را سودمند می‌دانند. به گفته این دانشمندان، «ایجاد یک تجربه اوقات فراغت یعنی برنامه‌ریزی برای این که مشتریان در یک عرصه اجتماعی، فیزیکی (مصنوعی)، یا طبیعی قرار بگیرند. این کار ممکن است مستلزم برنامه‌ریزی و سازمان‌دهی، ادغام مواد و لوازم، منظم کردن استفاده از امکانات، اعمال مدیریت، یا دیگر فعالیت‌هایی باشد که منجر به ایجاد موقعیت‌هایی برای اوقات فراغت می‌شود». هدف از نگارش این کتاب عبارت است از ارائه تصویری جامع و درکی عمیق از نقش برنامه‌ریزی تفریح و اوقات فراغت در جامعه مدرن؛ زیرا چنین درکی از برنامه‌ریزی و مدیریت تفریح و اوقات فراغت از نیازهای ضروری جامعه مدرن به شمار می‌رود.

این کتاب دارای پنج فصل می‌باشد.

فصل اول کتاب با زبانی ساده و روشن احساس و ادراکی را که لازمه درک و فهم اوقات فراغت در جامعه مدرن امروز است، برای خوانندگان کتاب انتقال می‌دهد. این فصل در ابتدا اهمیت و ضرورت اوقات فراغت را در رشد فردی و اجتماعی و همچنین در جامعه مورد بررسی قرار می‌دهد. در بخش دیگری از این فصل فلسفه‌ای برای برنامه‌ریزی اوقات فراغت بسط و گسترش داده شده است؛ نظایات مردم از فراغت موضوع با اهمیت دیگری است که در این فصل به آن پرداخته شده است؛ در این فصل همچنین مزیت‌های تجربه‌های فراغتی برای فرد و جامعه مطرح، و برنامه‌ریزی اوقات فراغت به زبانی ساده و با مثال‌های متعدد بیان شده است. سرانجام در پایان فصل پرسش‌هایی برای دانشجویان طرح شده است.

فصل دوم این کتاب به تعاریف و مفاهیم برنامه‌ریزی اوقات فراغت می‌پردازد. هدف نهایی برنامه‌ریزی اوقات فراغت که ترتیب دادن یک تجربه اوقات فراغتی برای

افرادی است که در برنامه‌ها شرکت می‌کنند، به بحث و گفتگو گذاشته شده است. در مرحله بعدی، به مفاهیم اوقات فراغت، تفریح و بازی می‌پردازیم و اوقات فراغت را از جنبه‌ها و زوایای متعددی تعریف می‌کنیم. در بخش دیگری از فصل مباحثی مانند سازمان‌های تجاری و غیر تجاری اوقات فراغت، سازمان‌های بخش دولتی و سازمان‌های بخش داوطلب مورد بررسی قرار گرفته است. و سرانجام، بخش پایانی فصل نیز به سفر و گردشگری و انواع رویدادها اختصاص داده شده است. در پایان فصل نیز مانند فصل نخست پرسش‌هایی برای دانشجویان مطرح شده است.

و ان فصل سوم کتاب مدل‌ها، نظریه‌ها و برنامه‌ریزی اوقات فراغت می‌باشد. این فصل جاری به بخش اصلی است: در بخش نخست، اطلاعاتی درباره انواع نظریه‌های مربوط به ارائه برنامه‌ها و خدمات تفریح و اوقات فراغت عرضه می‌شود. تئوری‌هایی که در این فصل آمده عبارتند از تئوری سیلان، اوقات فراغت سیال/ اوقات فراغت پست مدرن، "نوی اوقات فراغت نولینگر"، نظریه‌های هستی‌شناختی اوقات فراغت، و نظریه اوقات فراغت و ساختار و مقدس. در بخش بعدی این فصل به انواع پیوستارهای برنامه می‌پردازیم. پیوستار یک طیف دنباله‌دار است که دو قطب از موقعیت‌های مختلف را نشان می‌دهد. در این بخش، پیوستارهای زیر مورد توجه قرار می‌گیرند: پیوستار برنامه مستقیم و برنامه غیرمستقیم، مدل پیوستار خدمات، پیوستار اوقات فراغت جدی، پیوستار فعال، جدی/ ملایم/ متعادل و پیوستار اوقات فراغت ساختارمند و فراغت غیررسمی. در پایان فصل نیز به مباحثی درباره رویکردهای گوناگون نسبت به برنامه‌ریزی می‌پردازیم. این رویکرد ساختارمند از رویکرد سنتی، رویکرد خواسته‌های بیان شده/ شناسایی نیازها/ تبیین، رویکرد روش‌های فعلی/ بهترین روش‌ها، رویکرد کافی‌شاپ، رویکرد سود-محور، رویکرد خدمات انسانی و تعامل نمادین، نظریه جامعه‌شناختی تعامل نمادین، فی‌نفسه یک نظریه اوقات فراغتی نیست، اما می‌توان از آن به شکلی مؤثر در برنامه‌ریزی تفریح و

اوقات فراغت بهره گرفت. در پایان این فصل نیز همانند دو فصل گذشته پرسش‌هایی برای دانشجویان مطرح شده است.

فصل چهارم کتاب به حوزه‌های برنامه‌ریزی می‌پردازد. در این فصل انواع حوزه‌های برنامه و بحث درباره آنها را مرور خواهیم کرد. طرح این موضوع به برنامه‌ریزان تفریح و اوقات فراغت کمک می‌کند از موقعیت‌های متعددی که در زمینه ایجاد تجربه‌های تفریح و اوقات فراغت برای شرکت‌کنندگان وجود دارد، آگاهی یابند. علاوه بر این، در این فصل تأثیرات گسترده‌ای را که برنامه‌ها و خدمات تفریح و اوقات فراغت بر شرکت‌کنندگان دارند به نمایش می‌گذاریم.

فصل پنجم که فصل پایانی این کتاب می‌باشد، به طور موجز بر تاریخچه برنامه‌ریزی تفریح و اوقات فراغت با تأکید بر تفریح و اوقات فراغت در ایران می‌پردازد. سپس کاربردهای اجتماعی و فردی اوقات فراغت مورد بررسی قرار خواهد گرفت و در مرحله بعد، یافته‌های صنعت اوقات فراغت بیان خواهد شد. در این فصل همچنین عوامل اجتماعی، اقتصادی، و محیطی تأثیرگذار بر برنامه‌ریزی اوقات فراغت شرح و بسط داده خواهد شد. نیاز به مدیریت حرفه‌ای و تخصصی در حوزه برنامه‌ریزی اوقات فراغت به دست دیگری است که در این فصل مطرح و در پایان فصل از مدیریت و برنامه‌ریزی اوقات فراغت بر اساس نیازها صحبت شده است.

منابع اصلی این کتاب عبارتند از:

- 1- *Leisure programming*; Christopher R. Edginton, Susan D. Hudson, Rodeney B. Dieser, Susan R. Edginton; Mc Graw Hill; Fourth Edition; 2004.
- 2- *Leisure and Recreation Management*; George Torkildsen; Routledge; Fifth Edition; 2005.