

بررسی چگونگی رابطه بین مدت گذران فراغت مجازی و تغییر در

روابط نسلی

دکتر فروزنده جعفرزاده پور^۱

تاریخ وصول: ۹۸/۱۰/۶

تاریخ پذیرش: ۹۹/۸/۱۴

چکیده:

فراغت مجازی یکی از الگوهای جدید فراغتی در جامعه امروز است که بر مناسبات میان نسلی تأثیر قابل توجهی دارد. شبکه‌های اجتماعی مجازی با امکان دسترسی سریع و آسان بعد زمان و مکان را در هم نوردیده و شرایط خاصی را برای گذران اوقات فراغت فراهم آورده‌اند. هدف اصلی مقاله حاضر بررسی رابطه بین مدت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی به عنوان فراغت مجازی و مخاطبان در این شبکه‌ها و تأثیر آن بر تعاملات بین نسلی با بهره‌گیری از نظرات مید و زیمبل است. روش مطالعه، پیمایش و با جامعه آماری ۱۲۰۰ نفر در سطح کشور است. این مطالعه نشان می‌دهد بین دوره نسلی و فراغت در شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه وجود دارد و همچنین بین مدت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و تعامل بین نسل‌ها رابطه معکوس وجود داشته و با افزایش مدت استفاده از این شبکه‌ها تعامل بین نسل‌ها در خانواده کاهش می‌یابد. گروه‌های مختلف نسلی در شبکه‌های مجازی با مخاطبان مختلفی تعامل می‌کنند. بین تعامل نسلی و مخاطبان در شبکه‌های مجازی رابطه وجود نداشته و تعامل با خانواده و اقوام به تقویت تعامل نسلی نمی‌انجامد. افزایش عضویت در شبکه‌های اجتماعی موجب شده که الگوی غالب گذران فراغت به سمت فعال در فضای مجازی تمایل پیدا کرده و این وضعیت تأثیرات قابل توجهی بر تعاملات بین نسلی و نیز تغییر در سبک زندگی دارد. همچنین گذران فراغت جمعی مجازی حتی اگر با خانواده باشد به تقویت روابط نسلی منجر نمی‌گردد.

مفاهیم کلیدی: روابط نسلی، مدت فراغت مجازی، اوقات فراغت، سبک زندگی، مخاطبان

^۱ استادیار گروه جوانان و مناسبات نسلی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی، تهران،
fjafarzadehpour77@gmail.com ایران

مقدمه و بیان مسأله

تعاملات بین نسل‌ها و تغییرات آن از مناظر متفاوت مورد توجه محققین قرار گرفته است. بعضی به وضعیت تفاهم کامل و پیوند نسلی معتقد هستند و برخی وجود اختلاف را در بین نسل‌ها محرز می‌دانند. درباره‌ی اختلاف میان دو نسل مفاهیمی چون «فاصله‌ی نسلی»، «شکاف نسلی» و «گسست نسلی» به کار می‌رود (Azadarmaki & Ghafari, 2004). در حالی که برخی تغییر در تعاملات بین نسلی را مربوط به ساختارهای کلان جامعه و پیامدهای ایجاد تغییر در این ساختارها می‌دانند ولی هستند گروه دیگری که علت آن را در سطوح خرد اجتماع و کوچک‌ترین واحد اجتماعی جستجو کرده و در بررسی‌های خود سطوح تعاملات نسلی و وضعیت تغییر در این تعاملات متأثر از تغییرات اجتماعی در سطح خرد و تغییر در ساختار خانواده دانسته‌اند. زمانیان بر این باور است که «ساختار روابط بین والدین و فرزندان، در خانواده‌ی هسته‌ای مدرن، دستخوش دگرگونی بنیادین شده است. در خانواده‌ی معاصر به دلایلی چون فردگرایی، کاهش اقتدار والدین و افزایش سریع و وسیع دسترسی به ارتباطات جمعی، کودکان و نوجوانان فاصله‌ی بیشتری با والدین پیدا کرده‌اند. موج مدرنیزاسیون که آموزش همگانی، گسترش رسانه‌های جمعی و بسیاری موارد دیگر را با خود به همراه آورده بود موجب افزایش آگاهی‌های عمومی نسل جدید شد و حوزه‌ی ارتباطات انسانی و اجتماعی آنها را وسیع‌تر کرد» (Zamanian, 2008). پیامد و طبیعی‌ترین نتیجه‌ی این فرایند، ظهور نسلی است که اجتماعی‌شدن شتابان را تجربه نموده (Arjmandi & others, 2014: 30)؛ و در این مسیر تنها منبع ارزش‌گذار او دیگر خانواده و سنت حاکم بر خانواده نبود.

تجربه‌ی زیسته‌ی متفاوت این نسل با نسل‌های پیشین به دلیل تحولات اجتماعی فرهنگی و ارتباطی تغییراتی را در تعامل بین نسل‌ها ایجاد نمود. زیست‌جهان متفاوت نسل نو یا به تعبیر مانهایم تجربیات دیگرگون آنان که به سبب تحولات صنعتی و سپس اجتماعی - فرهنگی به وجود آمد، بین جهان‌بینی نسل جدید و نسل قدیم شکاف انداخت و از این مهم‌تر، امکان ظهور و بروز این شکاف را در زبان و رفتار گروه جدید، فراهم ساخت» (Arjmandi & others, 2014: 30)؛ همچنین تحولات گسترده در سبک زندگی موجب تغییراتی در شیوه و میزان تعاملات بین کنشگران در سپهر اجتماع شده است. «انتخاب نوع خاصی از سبک زندگی منجر به شکل دادن حوزه‌ی فردی و عمومی افراد می‌شود و سبک زندگی و نحوه‌ی گذران اوقات فراغت آنها را (به مثابه یکی از شاخص‌های سبک زندگی) مشخص می‌نماید. به بیان دیگر، «افراد با مصرف فراغت‌های مختلف، از نوع پوشش

متفاوت تا ترجیحات غذایی در حوزه‌ی فردی تا عضویت در گروه‌های مختلف اجتماعی، کسب موفقیت، گردش، موسیقی، مصرف رسانه‌ای و ... سعی می‌کنند میان خود و دیگران تمایزگذاری کنند» (Eman & Ruhani, 2013: 30). در نتیجه این تغییرات و سایر عوامل تأثیرگذار، الگو و شیوه‌های گذران اوقات فراغت به‌عنوان یکی از شاخص‌های سبک زندگی، در معرض تحولات وسیع و عمیقی قرار گرفت و به سمت فردی شدن فراغت تمایل پیدا کرد.

یکی از شاخص‌های سبک زندگی، نحوه و چگونگی گذران اوقات فراغت می‌باشد. آنچه فراغت و چگونگی گذران آن را حائز اهمیت می‌کند و تأثیرات آن را تقویت می‌نماید، پرداختن داوطلبانه و خارج از الزام کاری است که رضایت درونی فرد را به همراه داشته و بر نظام ارزش‌ها و نگرش‌های فرد تأثیرگذار خواهد بود. به باور رفعت‌جاه، «یکی از عرصه‌هایی که زندگی روزمره را بازنمایی می‌کند و قدرت مقاومت را در زندگی انسانها به نمایش می‌گذارد، فراغت است. فراغت عرصه‌ای است که اختیار و آزادی انسانها در آن بیشتر قابل اعمال است. از این رو است که گفته‌اند فراغت می‌تواند فرهنگ ایجاد کند و هویت افراد را آشکار سازد. فعالیت‌های اوقات فراغت دوران بچگی و نوجوانی عموماً برای رفتارهای اوقات فراغت در دوران بزرگسالی بسیار مهم تلقی گردیده‌است» (Rafatjah, 2005:65). ویژگی انتخاب آزادانه و غیر رسمی فراغت بستری مناسبی برای انتقال ارزش‌های بین نسلی بوده و از این منظر گذران فراغت به‌عنوان ابزاری جهت تقویت تعامل بین نسل‌ها حائز اهمیت است.

در عصر جدید و با پیشرفت تمدن و زندگی شهری، کوتاه شدن تدریجی زمان کار روزانه، پیدایش مراکز و وسایل گوناگون جدید، اوقات فراغت و چگونگی گذران آن مورد توجه خاص قرار گرفت؛ به گونه‌ای که عده‌ای معتقدند که اصولاً اوقات فراغت محصول جوامع صنعتی جدید است؛ چرا که شرایط واقعی استفاده از اوقات فراغت، در چنین جوامعی مهیا شده است. این اوقات فراغت است که در شرایط غیر کاری فرصت پرداختن به اموری مانند اخلاقیات و ارزش‌های اجتماعی را در این گونه جوامع فراهم می‌سازد. نکته‌ی قابل تأمل در مقایسه‌ی جوامع سنتی و مدرن این است که در جوامع سنتی اوقات فراغت کارکردی جمعی و هم افزا برای جامعه و اعضای آن داشته است و از این کانال و بستر اجتماعی تعاملات جمعی، انتقال ارزش‌ها و الگوهای رفتاری در بین نسل‌ها انجام گرفته و نهادینه می‌شده است. امروزه با تغییر الگوی گذران اوقات فراغت از جمعی به

فردی، کارکرد پیش گفته دچار تغییر و چالش شده است و گاهاً این کارکرد از بین رفته یا ناکارا گردیده است.

مطالعات نشان می‌دهد یکی از مهم‌ترین الگوهای گذران فراغت در جهان (و ایران) گذران فراغت منفعل فردی و بالاخص تماشای تلویزیون است (Nazart, 2007; Statistical Center of Iran, 2014)، گرچه بررسی دقیق‌تر حکایت از تفاوت به مدت گذران فراغت در این شیوه بر اساس دوره‌ی نسلی و جنسیت مشاهده می‌شود. تحولات شگرف در ارتباطات نوین در سال‌های اخیر، بسترهای مصرف فراغتی را با تحولاتی مواجه کرده است و الگوهای جدیدی برای گذران اوقات فراغت مطرح شده‌اند. گذران فراغت در فضای مجازی یکی از این الگوهاست که امروزه در جامعه توسط افراد در دوره‌های مختلف نسلی مورد استفاده قرار می‌گیرد. با توجه به اهمیت گذران اوقات فراغت به‌عنوان بستری جهت تفاهم نسلی، مسئله‌ی اصلی تحقیق حاضر شناسایی الگوهای گذران فراغت مجازی در بین نسل‌های مختلف حاضر در عرصه‌ی اجتماع و رابطه‌ی آن با چگونگی روابط بین نسل‌هاست. به منظور بررسی موضوع تحقیق مطالعه با استفاده از روش پیمایش در ۶ استان کشور با سطوح مختلف توسعه‌یافتگی انجام شده و اهداف ذیل را مورد مذاقه قرار داده است:

- شناسایی وضعیت گذران فراغت مجازی به تفکیک دوره‌ی نسلی
- بررسی رابطه‌ی بین گذران فراغت مجازی و تعامل بین نسلی

پیشینه پژوهش

الف) تحقیقات داخلی

در زمینه‌ی اوقات فراغت در ایران تحقیقات و مطالعات بسیاری انجام شده بیش از ۷۰ پایان‌نامه در این حوزه وجود دارد که گروه‌های مختلف سنی و جنسیتی را با اهداف مختلف مورد مطالعه قرار داده‌اند (Ashori, 2017; Bahram, 1988; Sanaei, 2001; Nazarian, 2008; etc). برخی از مطالعات فقط در سطح رضایت‌سنجی بوده (Enayat & Ghafari, 2015) بعضی به نوع فعالیت‌ها در دوران فراغت پرداخته‌اند (Amini, 1999) و گروهی زمان مصرف در اوقات فراغت را مورد مطالعه قرار داده‌اند (Rahimabadi, 1977). از بررسی تحقیقات انجام شده که بیشتر در زمینه‌ی چگونگی گذران اوقات فراغت دانشجویان صورت گرفته، چنین بر می‌آید که در زمان تحصیل حدود ۴ ساعت و بیشتر زمان فراغت وجود دارد. برخی مطالعات این زمان را در تابستان تا ۸

ساعت نیز گزارش کرده‌اند (8: *National Youth Organization, 2002*). نکته‌ی حائز اهمیت که از بررسی پیشینه حاصل می‌گردد این است در اکثر این مطالعات فرد و رویکردهای فردی مود مذاقه قرار گرفته است؛ و کمتر به تعاملات و روابط بین فردی و رابطه‌ی فراغت با آن پرداخته شده است.

یکی از روش‌های گذران اوقات فراغت، استفاده از رسانه‌هاست. محققین از دو رویکرد به ارتباط بین رسانه‌ها به‌عنوان بستر فراغتی و روابط بین نسلی نگریسته‌اند. نخست چگونگی بازنمایی تعاملات بین نسلی در رسانه و دیگر تأثیر و رابطه استفاده از رسانه در تعاملات بین نسلی. در گروه اول که تعداد آنان محدود بوده، مطالعات ذکایی و فتحی‌نیا (2013) *Zokaei & Fathinia*؛ معینی‌فر و محمدخانی (*Moeyini & Mohammadkani, 2011*) قرار دارند و گروه دوم شامل مجموعه گسترده‌تری است مطالعات انجام شده توسط ارجمندی و دیگران (2012) *Arjmandi & others*؛ احمدی و احیایی (2013) *Ahmadi & Ahyaei*؛ ساروخانی و دیگران (*Sarughani & others, 2013*)؛ بابایی و دیگران (2013) *Babaei & others*؛ عنایت و حسینی (*Enayat & Hossaini, 2013*)؛ خواجه‌نوری و مقدس (2013) *Khajenoori & Moghadas*؛ صبوری جهانشاهی و توکلی‌نیا (2012) *Sabori Jahanshahi & Tavakolinia*؛ پورحلیبی و عابدینی (2012) *Pourhalabi & Abedini*؛ سرایی و دیگران (*Sariei & others, 2012*)؛ منتظر قائم و شاقاسمی (*Montazarghaem & Shaghasemi, 2008*)؛ یوسفی (2009) *Yousefi*؛ می‌باشد.

ویژگی‌های جامعه‌شناختی شامل وضعیت اقتصادی، موقعیت و طبقه‌ی اجتماعی، دوره‌ی زندگی و نیز جنسیت، را محققان هم بر چگونگی گذران اوقات فراغت و هم بر نحوه و الگوی تعاملات بین نسل‌ها مؤثر دانسته‌اند. برخی (*Jafari & others, 2014; Enayat & Hossaini, 2013; Pahlevan & Barzighar, 2011; Fakuhi & Ansari, 2012; Mahabadi, 2014; Saraei, 2012*) در مطالعات خویش نشان دادند که سرمایه‌ی اقتصادی بر تعاملات بین نسل‌ها و یا بر چگونگی گذران اوقات فراغت تأثیرگذار است.

منادی در مطالعه‌ای با عنوان «اوقات فراغت و چالش‌های جهانی‌شدن مقایسه‌ی دو نسل»، با استفاده از روش مصاحبه‌ی عمیق با ۲۴ نفر از جوانان و والدین آنها به این نتیجه دست یافت که جوانان اوقات فراغت خود را متفاوت از والدینشان می‌گذرانند، آنان در گذران اوقات فراغت متأثر از جهانی‌شدن هستند، در حالی که والدین آنها این‌گونه نیستند (131: *Monadi, 2008*). شکوری در مطالعه‌ی خود دریافت است که جوانان در گذران

اوقات فراغت خود از الگوی خاصی پیروی می‌کنند و همچنین بین نحوه‌ی گذران اوقات فراغت و ساخت اجتماعی رابطه وجود دارد. به گونه‌ای که علائق و ذائقه‌های افراد مورد مطالعه از جایگاه آنان در ساخت اجتماعی تأثیر می‌پذیرند و به وسیله‌ی عوامل ساختاری مشروط می‌شوند (Shakoori & Rafatjah, 2008: 131). مطالعات حکایت از آن دارند که استفاده از رسانه‌ها و بالاخص تماشای تلویزیون از مهم‌ترین سبک‌های گذران اوقات فراغت است. بابایی و دیگران در مطالعه‌ی خویش به این مهم پرداخته و آورده‌اند: «تأثیر رسانه‌ها را می‌توان در فرایند هویت‌سازی، لذت‌بخشی و ساختمان شدن زندگی روزمره دید. رسانه‌ها از جمله تلویزیون می‌توانند برداشت‌ها و تصاویری از زندگی و سبک خاصی از آن را ترسیم و ترویج کنند و همچنین می‌توانند بر ارزش و نگرش‌هایی که منجر به شکل‌گیری یک نوع خاص از رفتار یا سبک زندگی مصرفی می‌شوند، تأثیر بگذارند» (Babaei & others, 2013: 296).

استفاده از شبکه‌ی مجازی جهانی و اینترنت به‌عنوان شیوه‌ی گذران اوقات فراغت، از عوامل مؤثر بر ایجاد شکاف نسلی است. منتظر قائم و شاقاسمی اینترنت را به‌عنوان یکی از عواملی که در این ارتباط ایفای نقش می‌کنند بر شمرده‌اند. در توضیح اهمیت آن آورده‌اند: «اینترنت رسانه‌ای با امکاناتی متفاوت از تمامی رسانه‌های پیش از خود و واجد تمام امکانات آنهاست. بنابر این طبیعی است کسانی که از این رسانه استفاده می‌کنند ظرف مدت کوتاهی به لحاظ آگاهی از دیگران فاصله بگیرند. این شکاف آگاهی می‌تواند به بزرگ‌تر شدن شکاف نسلی میان نسل سوم و نسل‌های پیش از آن منجر شود. بوربور با انجام تحقیقی بر روی کاربران ایرانی اینترنت، نشان داده است که اینترنت در ایران شکاف نسلی را عریض‌تر کرده است (Boorboor, as cited in Montazarghaem & Shaghasemi, 2008: 129). این محققین بر این باورند که اینترنت یکی از راه‌های گذران اوقات فراغت بوده و تأثیر قابل توجهی بر افراد دارد. منتظر قائم و شاقاسمی آورده‌اند: «تجربه‌ی چند ساله‌ی اینترنت در ایران نشان داده که این رسانه‌ی جدید قابلیت‌های فراوانی برای پرکردن اوقات فراغت جوانان ایرانی نسل Y دارد. هر چند برخی متفکران به نوع تفریحات مجازی خرده می‌گیرند اما نباید فراموش کرد که در کشوری که اعتیاد، یکی از معضلات اصلی جوانان آن است، دل دادن به امور غیر واقعی فضای مجازی به مراتب کم‌خطرتر از تن دادن به واقعیت دنیای مجازی حاصل از مصرف مواد مخدر است» (Ibid, 2008: 135-6). فرخ‌نیا و لطفی در مطالعه‌ی خویش با عنوان «بررسی تأثیر فضای مجازی اینترنت بر مدگرایی» به بررسی این مهم در بین تعداد ۳۸۱ نفر از دانشجویان دانشگاه

همدان که به روش نمونه‌گیری طبقه‌ای مورد مصاحبه قرار گرفته پرداخته و نشان دادند که «ورود عناصر فرهنگ جدید به واسطه‌ی جذابیت فضای مجازی اینترنت و تجربه‌ی حضور مستمر قشر جوان در آن محیط با نیازها و انگیزه‌های مختلف (علمی، آموزشی، سرگرمی و خبری) منجر به بازتولید سلیقه‌های مجازی شده‌است ... نتایج یافته حاکمی از آن است که بین فضای مجازی و تمایل به مدگرایی رابطه‌ی معناداری وجود دارد به طوری‌که دانشجویان به‌طور متوسط ۶۴ درصد گرایش به مد دارند. بنابراین یکی از کارکردهای اینترنت، تولید و بازتولید معنا و اشاعه نماد و الگوهای رفتاری در بین جوانان ایرانی محسوب می‌شود» (Farokhnia & Lotfi, 2011:92).

ب) تحقیقات خارجی

«سورین و تانکارد (۲۰۰۳) معتقدند نوع استفاده از اینترنت در میان جوانان و بزرگسالان متفاوت است. شاید اینکه برخی نسل امروز را نسل اینترنت می‌دانند هم چندان بیراه نباشد. پیمایشی که به وسیله‌ی مؤسسه‌ی گالوپ انجام شد نشان می‌دهد که جوانان به دلایلی متفاوت از بزرگسالان از اینترنت استفاده می‌کنند. کاربران مسن‌تر بیشتر تمایل دارند از اینترنت برای مصارف خبری استفاده کنند در حالی که کاربران جوان‌تر معمولاً از اینترنت برای اهداف گسترده‌تری مثل وقت‌گذرانی، تفریح و اجتماعی شدن استفاده می‌کنند» (Shagasemi, 2006: 15).

Linda Nazareth در کتاب خویش با عنوان «اقتصاد اوقات فراغت»، به تفاوت ذائقه‌ی نسل‌های مختلف در گذران اوقات فراغت تأکید دارد. وی بر این باور است که تقاضاهای نسل «پست بومر^۱»، با نسل «بومرها^۲» در گذران فراغت کاملاً متفاوت است. این ویژگی بالخصوص در مورد سایر نسل‌ها به‌عنوان نمونه نسل ایکس^۳ و نسل وای^۴ که دوره‌ی زندگی متفاوتی را تجربه کرده‌اند؛ صادق است. تفاوت مورد توجه وی در ارتباط با حوزه‌ی علائق، از کار تا خانواده و تا فعالیت‌های فراغتی و عادات و حتی فعالیت‌های عام‌المنفعه می‌باشد (Nazart, 2007:4). وی فصلی از کتاب خویش را به‌عنوان «نسل‌ها: نقش‌های تعریف شده» اختصاص داده و آورده است: «ذکر این نکته مهم است که زمان گذران اوقات

¹ Post Boom

² Boomer

³ Generation X

⁴ Generation Y

فراغت بشدت تحت تأثیر نسل قرار دارد هم به لحاظ آنچه ما بدست می‌آوریم و هم به لحاظ آنچه چقدر ما مطالبه داریم».

(Smith & Brady (2002) در تحقیق با عنوان شکاف نسلی: وساطت تکنولوژی در مدیریت شبکه‌های اجتماعی شخصی، به بررسی میزان و چگونگی استفاده جوانان و والدین از وسایل ارتباط جمعی، شامل تلفن همراه، پیام کوتاه، پست الکترونیکی، و تلفن ثابت پرداخته است. یافته‌های این مطالعه حکایت از آن دارد که جوان‌ترها به‌طور کاملاً متفاوتی از والدین خود و (نیز سایرین از جمله) سالمندان از این وسایل استفاده می‌کنند. جوان‌ترها بیشتر اوقات خود را با خانواده و دوستان می‌گذارند، اما زمانی که نمی‌توانند با آنها باشند از انواع مختلف وسایل یاد شده برای پرکردن اوقات فراغت خود استفاده می‌کنند. مطالعات بررسی شده داخلی و خارجی نشان می‌دهند که چگونگی گذران اوقات فراغت بر پیوستگی و یا شکاف نسلی تأثیرگذار است. همچنین رسانه‌ها تأثیر قابل توجهی بر روابط نسلی دارند؛ و چگونگی و مدت زمان گذران اوقات فراغت به شدت با دوره‌ی زندگی و نسل در ارتباط است.

چارچوب نظری پژوهش

نظریه‌پردازان از منظرهای مختلف، ابعاد موضوع مناسبات نسلی را مورد رصد و تبیین قرار داده‌اند. تغییرات اجتماعی، دوره‌ی زندگی، تغییر در حوزه‌ی ارزش‌ها که منجر به تغییرات رفتاری می‌گردد، از عمده‌ی این حوزه‌هاست. اوقات فراغت نیز به‌عنوان بستری برای ایجاد تغییر یا تحکیم تعاملات مطرح است. Margaret Mead، علت ایجاد فاصله‌ی نسلی را تغییرات اجتماعی وسیع و عمیقی می‌داند که در دنیا اتفاق افتاده و دنیا را وارد مرحله‌ی جدیدی از تحول و دگرگونی کرده است. مید در بحث شکاف نسلی سه نوع جامعه را از هم تفکیک می‌کند: ۱- جامعه‌ای که در آن فرهنگ قبلی تعیین‌کننده‌ی ماهیت فرهنگ بعدی است و نسل قبل الگوی تمام نمای زندگی و فرهنگ نسل بعدی است وی این نوع جامعه را فرهنگ پسا تمثیلی می‌نامد. در این جوامع، دگرگونی آنقدر کند است که هر فرزندی که متولد می‌شود، آینده‌ی خود را به‌طور کامل در وضعیت حال والدین خود و والدین بزرگ خود می‌بیند و می‌داند که زندگی و وضعی مشابه آنها در انتظار اوست. ۲- در جوامعی که دچار تغییر و تحول می‌شوند، شرایط اجتماعی به‌طوری دگرگون می‌شود که دیگر نسل گذشته الگوی مناسبی برای زندگی نسل بعدی نمی‌تواند باشد و هر دو نسل می‌پذیرند که وضع زندگی آنان نمی‌تواند مشابه هم باشد؛ به‌عبارت دیگر، هر یک

از دو نسل والدین و فرزندان به ناچار در دو دنیای متفاوت زندگی می‌کنند. در چنین وضعی، انتقال فرهنگی از نسل قبل به نسل بعد بسیار ناقص صورت می‌پذیرد و فرهنگ قبل نمی‌تواند عیناً ادامه یابد و پاسخگوی نیازهای نسل بعد باشد. در این حالت، نسل جدید برای یادگیری سبک زندگی و وضع مناسب حال و آینده‌ی خود، به اعضای دیگر هم نسل خود رو می‌آورد و آن را الگوی زندگی خود قرار می‌دهد. مارگارت مید این نوع جوامع را «فرهنگ هم تمثیلی» می‌نامد. ۳- وضعیتی است که در جامعه دگرگونی‌های بسیار شدید روی می‌دهد، بطوری که نسل گذشته در وضع جدید نه تنها نمی‌تواند الگوی نسل جدید باشد، بلکه باید برای تداوم حیات خود ارزش‌ها و هنجارهای قدیمی خود را بر مبنای نسل بعد اصلاح کند، دست به اجتماعی‌شدن مجدد بزند و بسیاری از چیزها را از فرزندان خود بیاموزد. نسل جدید نیز، وضع آینده‌ی خود را نمی‌تواند در جایی و کسی بیابد و آن را الگوی خود قرار دهد. این نسل خود باید وارد دنیای مبهمی شود که وضع آینده‌ی آن روشن نیست و نهادهای موجود نمی‌توانند پاسخگوی نیازهای وضعیت متغیر باشند، بنابر این، نسل جدید هم حال و هم گذشته را محکوم و رها می‌کند و به دنبال ساختن دنیای جدید خویش است. مارگارت مید این وضعیت را فرهنگ «پیشا تمثیلی» می‌نامد (Tajek, 2007).

«به نظر مانهایم، ارزش‌های جدید فرآورده حتمی دو جریان تغییر اجتماعی کلان‌اند: الف) جریان ظهور نسل‌های جدید و ب) جریان توسعه و تحول اجتماعی که مسائل پیش بینی نشده و جدید را در مقابل جریان‌های فکری حاکم قرار می‌دهد و در واقع پارادایم جدیدی برای تحلیل می‌طلبد. از نظر مانهایم ارزش‌ها و تفکرات متغیر وابسته و در عین حال مستقل به شمار می‌آیند. آنها از یک سو وابسته به اوضاع اجتماعی و تاریخی دوره‌های متفاوت‌اند و از سوی دیگر، به منزله‌ی متغیری مستقل، امکان‌نوسازی و ارزش‌گذاری مجدد به رویه‌های فکری و عمل موجود و تولید جدیدترین سبک زندگی را به صورت تدریجی و ترکیبی فراهم می‌کنند. به این ترتیب، راه‌های تغییرات اجتماعی را هموار می‌کنند. مانهایم معتقد است که تغییر ارزش‌های قدیم و جدید در هر دوره موجب تعارض جدی نسلی می‌شود، به طوری که نظام آموزشی جدیدی نیاز است تا نسل‌های گذشته را با تغییرات فرهنگی هم‌نوا کند. بنابر این، دیدگاه مانهایم تحلیلی تاریخی و ذهنی از پدیده‌ی شکاف نسلی به دست می‌دهد که با تأکید آن بر تجارب ویژه آگاهی و ذهنیت نسلی به منزله‌ی اسباب اصلی تضاد پایدار در افکار و ارزش‌ها در سطح نسل‌هاست» «رهیافت عمده‌ی مانهایم در فهم تحول اجتماعی و تغییرات ارزشی را باید در مطالعه‌ی او درباره‌ی

مسئله‌ی نسل‌ها، یافت. از نظر مانهایم، نسل محمل انتقال و تداوم جهت‌گیری‌های فکری و فرهنگی جدیدی است که در بستر اجتماعی - تاریخی ویژه‌ای که هر نسل معین در آن رشد کرده، ریشه دارد. این جهت‌گیری‌ها به صورت اهداف، نیت و راه‌حل‌های نو برای مشکلات حیاتی جامعه به صورت تکامل و ظهور یک «سبک نسلی» ظاهر می‌شود (Tavakol & Ghazinejad, 2006:101).

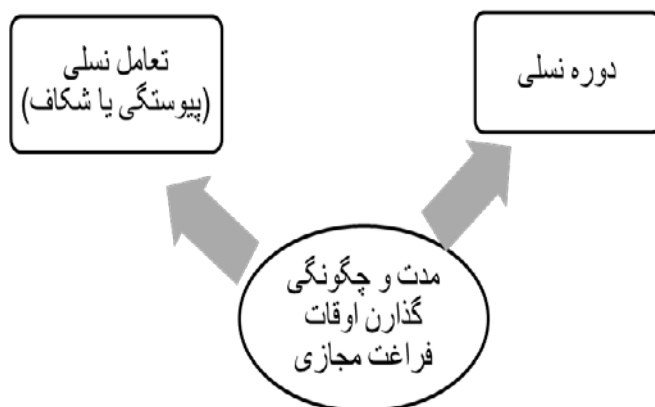
به عقیده‌ی گیدنز، ویژگی مدرنیته، پویایی، تأثیر جهان‌گستر و تغییر دائمی رسوم سنتی است. مدرنیته سبب می‌شود که افراد هر چه بیشتر از قید انتخاب‌هایی که معمولاً سنت در اختیار آنها قرار می‌دهد رها شوند. بدین ترتیب فرد در مقابل طیف متنوعی از انتخاب‌های ممکن قرار می‌گیرد (Fazeli, 2001: 65). از نظر گیدنز اختلاف بین نسل‌ها در واقع نوعی به حساب آوردن زمان در جامعه‌ی مدرن است. هر نسلی در واقع تیره‌ای از آدمیان است که زندگی فردی را در مقطعی از زندگی‌های گروهی جای می‌دهد (Arjmandi & others, 2014: 43). بنابر این تفاوت و حتی اختلاف در بین نسل‌ها می‌تواند بر مبنای تفاوت دوران‌های حیات آنان در عرصه‌ی اجتماع یا به باور میدر بر اساس تغییرات رخ داده در جامعه و نیازهای مرتبط با آن باشد.

Max Weber مفهومی به نام «نوسازی فرهنگی»^۱ را مطرح کرده است. در واقع نوسازی فرهنگی حرکت از فرهنگ سنتی به سوی فرهنگ جدید است. به نظر وبر، همان‌گونه که فرهنگ پروتستانسیسم توانست روحیه‌ی نوگرایی را در غرب به وجود آورد و منشأ توسعه‌ی غرب شود، تغییر در ارزش‌های فرهنگی جوامع عقب‌مانده و ایجاد ارزش‌های نو می‌تواند این جوامع را در جاده‌ی توسعه قرار دهد. در الگوی نوسازی فرهنگی وسایل ارتباط‌جمعی نقش تعیین‌کننده دارد. این وسایل به تدریج، تأثیر قابل توجهی بر فرهنگ بومی گذاشته و ارزش‌های نو در افکار و رفتار مردم را سبب می‌شود (Lahsaeizadeh, 2003 as cited in Norouzi, 2009: 35).

زیمل که اولین جامعه‌شناس سبک زندگی شهری مدرن است، سبک زندگی را شیوه‌های خاص مصرف کردن با هدف دنبال کردن نمادهای منزلت می‌داند که در دنیای امروز، افراد از طریق آن می‌توانند فشارهای زندگی را تحمل کنند. همچنین او اولین جامعه‌شناسی است که در خصوص جهان فراغت و مصرف‌گرایی طرح نظر کرده است. به عقیده‌ی زیمل زمانی که عضویت در یک یا چند حلقه‌ی اجتماعی جای خود را به یک جایگاه اجتماعی در شبکه‌ای از حلقه‌های گوناگون اجتماعی دهد، شخصیت فرد دگرگون

^۱ cultural modernization

می‌شود. در این حالت شخصیت فرد از طریق اشتراک در حلقه‌های گوناگون، به شدت انشعاب پیدا می‌کند. برای مثال در جوامع پیشین، وابستگی مکانی یا خویشاوندی تعیین‌کننده تعلق مذهبی بود و یک فرد نمی‌توانست با افرادی هم‌زیستی کند که در اصول و عقاید مذهبی با او اشتراک نداشتند. زیرا اشتراک مذهبی با اشتراک محلی یا خویشاوندی منطبق بود. برعکس در جهان نوین این‌گونه تعلق‌ها جدا از همدیگرند و افراد بیشتر است. وابستگی چندگانه به حلقه‌های اجتماعی به خودآگاهی بیشتر می‌انجامد. همین که فرد از چیرگی حلقه کوچکی که شخصیتش را در چهارچوب محدوده‌هایش اسیر می‌سازد رهایی می‌یابد، از یک نوع ادراک رهایی آگاه می‌شود. انشعاب تعلق گروهی یک نوع احساس منحصر به فرد بودن و آزادی را بیدار می‌سازد. وجود حلقه‌های اجتماعی، پیش شرط فردگرایی است، به این لحاظ نه تنها انسان‌ها نسبت به یکدیگر ناهمانند می‌شوند، بلکه فرصت آن را می‌یابند که در زمینه‌های اجتماعی گوناگون بدون زحمت حرکت کنند (Tajek, 2007). با توجه به نظریات مطروحه، رخداد تغییرات در گذران فراغت بر تجربه این تغییرات در دوره‌های مختلف نسلی و نیز بر روابط بین نسل‌ها تأثیرگذار است.



نمودار ۱: مدل مفهومی تحقیق

Diagram 1: Conceptual Model

روش‌شناسی پژوهش

در این مطالعه از روش پیمایش استفاده شده است. با توجه به این فرض که تغییرات گذران اوقات فراغت بیشتر در مناطق شهری اتفاق افتاده و بسترهای نوین فراغتی بالاخص بسترهای فعال فراغتی در مناطق شهر استقرار دارند، این مطالعه محدود به مناطق شهری بوده و مناطق روستایی را در بر نمی‌گیرد. جامعه‌ی آماری این تحقیق را کلیه‌ی شهروندان ۱۵ سال و بیشتر تشکیل می‌دهند که در استان‌های با سطوح مختلف توسعه‌ی زندگی می‌کنند. کل نمونه‌ی آماری برای سه گروه استان‌های توسعه‌یافته (تهران و اصفهان)، استان‌های در حال توسعه (کرمان و زنجان) و استان‌های محروم (کهگیلویه و بویر احمد و سیستان و بلوچستان) ۱۲۰۰ نفر بود که با توجه به فرمول کوکران تعداد نمونه در هر گروه از استان‌ها ۴۰۰ نفر (بالاترین تعداد نمونه‌ی کوکران) است. جامعه‌ی نمونه‌ی تحقیق نیز شهروندان ۶ مرکز استان و ۶ مرکز شهرستان در استان‌های مورد مطالعه هستند که تعداد ۲۰۰ نفر در هر استان مورد مصاحبه قرار گرفت. برای انتخاب مرکز شهرستان پرجمعیت‌ترین مرکز شهرستان ملاک قرار گرفت. در این مطالعه از ابزار پرسشنامه‌ی محقق ساخته استفاده شد که بر اساس متغیرهای احصا شده طراحی و تدوین گردیده است. در مطالعه‌ی حاضر مقدار آلفای کرونباخ برای متغیرها به شرح زیر است که نشان‌دهنده‌ی روایی مناسب پرسشنامه می‌باشد.

جدول ۱: مقادیر آلفای کرونباخ

Table 1: Cronbach's Alpha Values

| ردیف | متغیر | مقدار آلفا |
|------|-----------------------|-------------|
| Row | Variable | Alpha Value |
| 1 | فراغت جمعی فعال مجازی | .803 |
| 2 | همسویی با خانواده | .743 |
| 3 | تعامل با خانواده | .743 |

تعریف عملیاتی متغیرها

فراغت جمعی فعال مجازی

فعالیت و تعامل در فضای مجازی؛ متغیرهای مدت استفاده (حضور و فعالیت)، مخاطبان و انواع شبکه‌ها مورد بررسی قرار گرفته‌اند. انواع شبکه‌های اجتماعی از پر مصرف‌ترین شامل تلگرام و اینستاگرام تا شبکه‌های کم اقبال‌تر اعلام شده توسط

پاسخگویان بررسی شده‌اند، در این مقاله فقط استفاده از دو شبکه‌ی تلگرام و اینستاگرام گزارش می‌شوند. مدت زمان استفاده از این شبکه‌ها در روز با استفاده از طیف لیکرت (بندرت، یک بار در روز، سه چهار ساعت یکبار، چند بار در ساعت، مرتب) سنجش شده و نهایتاً نیز مخاطبانی که با آنان در ارتباط هستند شامل اقوام و خویشان، دوستان و همکاران، افراد ناشناس و همه‌ی موارد بررسی شده‌اند. بدین ترتیب دو متغیر مذکور میزان زمان مصرف (پرمصرف/ کم مصرف) فراغت مجازی، و نیز مخاطبان این شیوه از گذران فراغت مورد سنجش قرار می‌دهد.

رابطه نسلی

روابط نسلی به دو الگوی همسویی (نسلی) با خانواده و تعامل (نسلی) با خانواده دسته‌بندی شده است. در سنجش همسویی با خانواده تلاش شده که حوزه‌ی ارزش‌ها مورد مذاقه قرار گیرد بنابر این تعارض ارزش‌های مورد نظر فرد و خانواده شامل ارزش‌های سنتی و نگرش نسبت به ازدواج با استفاده از طیف لیکرت مورد بررسی قرار گرفته است. متغیر تعامل با خانواده به حوزه‌ی رفتاری تأکید دارند موضوعاتی نظیر تبادل تجربیات و صحبت کردن با یکدیگر، مشورت با خانواده، احصا زمینه‌های مشترک تعامل بین نسلی، از گویه‌هایی بوده‌اند که در این زمینه با یاری از طیف لیکرت مورد استفاده قرار گرفته است. بدین ترتیب دو الگوی همسویی با خانواده و تعامل با خانواده شاخص وضعیت روابط نسلی را در این مطالعه نشان می‌دهند.

یافته‌های پژوهش

نمونه‌ی آماری این تحقیق ۱۲۰۰ نفر در سه گروه از استان‌های توسعه‌یافته، در حال توسعه و محروم بوده است گر چه تعداد ۵ پرسشنامه به دلیل ناقص بودن از تحلیل خارج شد. جدول زیر شمایی از ویژگی‌های نمونه‌ی آماری را نشان می‌دهد.

جدول ۲: ویژگی‌های نمونه‌ی آماری

Table 2: Statistical Sample Features

| درصد | تعداد | گویه‌ها | | درصد | تعداد | گویه‌ها | |
|------------|--------|---------------------|-------|------------|----------------|--------------------|--------------|
| Percentage | Number | Items | | Percentage | Number | Items | |
| 42 | 504 | زن | جنسیت | 41.6 | 497 | جوانان ۲۹- ۱۵ | دوره نسلی |
| 58 | 696 | مرد | | 48.5 | 580 | میانسالان ۳۰-۵۵ | |
| 1.3 | 16 | بیسواد | 4.7 | 56 | سالمدان +۵۶ | | |
| 2.8 | 34 | ابتدایی | 94.8 | 1133 | مجموع | | |
| 6.4 | 76 | راهنمایی | 5.2 | 62 | بدون پاسخ | | |
| 36.7 | 439 | دبیرستان و دیپلم | 100.0 | 1195 | جمع کل | | |
| 37.9 | 453 | کارشناسی | 57.3 | 685 | متأهل | وضعیت تأهل | |
| 12.6 | 150 | ارشد و بالا تر | 39.9 | 477 | مجرد | | |
| .8 | 9 | حوزوی | .9 | 11 | مطلقه | | |
| 98.5 | 1177 | مجموع | .7 | 8 | اظهار نشده | | |
| 1.5 | 18 | بدون پاسخ | 98.8 | 1181 | مجموع | | |
| 100.0 | 1195 | جمع کل | 1.2 | 14 | بدون پاسخ | | |
| | | | 100.0 | 1195 | جمع کل | | |

دوره نسلی و مدت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی

دو شبکه‌ی اجتماعی مجازی تلگرام و اینستاگرام از پر استفاده‌ترین شبکه‌های مجازی در بین شبکه‌های مجازی اعلام شده توسط پاسخگویان هستند. بررسی رابطه‌ی بین دوره‌ی نسلی و مدت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی به‌عنوان یکی از شاخص‌های گذران فراغت مجازی نشان می‌دهد که بین دو متغیر رابطه‌ی معناداری وجود دارد. با کاهش سن در بین پاسخگویان، مدت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی به‌عنوان فراغت مجازی فعال جمعی مجازی افزایش می‌یابد و بالعکس. در حالی که نزدیک به یک چهارم از جوانان حداقل یک بار در روز از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند و کمی

بیش از ۱۰ درصد نیز در این گروه نسلی (جوانان) گزارش نموده‌اند که مرتباً در روز از شبکه‌های اجتماعی مجازی را بررسی می‌کنند. رابطه‌ی بین دو متغیر دوره‌ی نسلی و مدت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در آزمون‌های مختلف آماری معنادار است. در واقع می‌توان اظهار داشت که فراغت جمعی فعال در فضای مجازی یکی از الگوهای گذران فراغت پرترفدار در بین جوانان و تا حدی میانسالان است و جوانان و میانسالان ساعات قابل توجهی از روز را در استفاده از این شبکه‌ها می‌گذرانند، ولی این الگو در بین سالمندان کمتر با اقبال مواجه شده است. بدین ترتیب می‌توان تفاوت مدت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی را در بین نسل‌ها مشاهده نمود.^۱

جدول ۳: رابطه‌ی بین دوره‌ی نسلی و مدت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی

Table 3: Relationship between generational period and duration of use of virtual social networks

| بیشترین | کمترین | خطای معیار | انحراف معیار | میانگین | تعداد | گروه نسلی |
|-----------------|------------------|---------------------------|---------------------------|----------------|---------------|---------------------------|
| <i>The Most</i> | <i>The Least</i> | <i>The Standard Error</i> | <i>Standard Deviation</i> | <i>Average</i> | <i>Number</i> | <i>Generational Group</i> |
| 5 | 1 | .05219 | 1.15989 | 1.7024 | 494 | جوانان |
| 5 | 1 | .03741 | .90707 | 1.5068 | 588 | میانسالان |
| 2 | 1 | .03681 | .24964 | 1.0652 | 46 | سالمندان |
| 5 | 1 | .03036 | 1.01966 | 1.5745 | 1128 | مجموع |

جدول ۴: واریانس یک‌طرفه رابطه بین دوره‌ی نسلی و مدت استفاده از فضای مجازی

Table 4: One-Way ANOVA of the Relationship between Generational Period and Duration of Use of Cyberspace

| معناداری | F | میانگین مربعات | درجه آزادی | مجموع مربعات | |
|------------|----------|---------------------------|------------|-----------------------|------------|
| <i>Sig</i> | <i>F</i> | <i>Average of Squares</i> | <i>df</i> | <i>Sum of Squares</i> | |
| .000 | 11.118 | 11.355 | 2 | 22.710 | بین گروهی |
| | | 1.021 | 1125 | 1149.034 | درون گروهی |
| | | | 1127 | 1171.745 | مجموع |

^۱ شایان ذکر است نزدیک به نیمی از سالمندان (۴۷/۸ درصد)، کمی بیش از یک پنجم از میانسالان (۲۰/۲ درصد) و کمی بیش از ده درصد جوان پاسخگو از شبکه‌های اجتماعی استفاده نمی‌کنند.

بررسی رابطه‌ی بین دوره‌ی نسلی و مدت زمان گذران فراغت فعال جمعی در فضای مجازی نشان می‌دهد که متغیرهای مورد بررسی با یکدیگر دارای رابطه هستند. بررسی دقیق‌تر حکایت از آن دارد که جوانان در درجه‌ی نخست و میانسالان پس از آنها بیشتر از سالمندان از شبکه‌های اجتماعی مجازی به‌عنوان بستری برای گذران فراغت فعال جمعی بهره می‌برند. در واقع با افزایش سن و سالمندی استفاده از فضای مجازی کاهش یافته و بالعکس یعنی جوانان مدت بیشتری از فضای مجازی به‌عنوان بستر فراغتی استفاده می‌کنند. افزایش سن موجب مدت زمان استفاده‌ی کمتر و کاهش سن مدت زمان استفاده بیشتر را نشان می‌دهد.

دوره نسلی و مخاطبان در شبکه‌های اجتماعی مجازی

استفاده‌کنندگان از شبکه‌های اجتماعی مجازی با افراد مختلفی مثل اعضای خانواده، دوستان و همکاران، افراد ناشناس (یا مجموعه‌ای از همه‌ی این افراد) در این شبکه‌ها تعامل می‌کنند. بررسی رابطه‌ی بین دوره‌ی نسلی و مخاطبانی که در شبکه‌های اجتماعی مجازی با آنها تعامل می‌کنند، حکایت از آن دارد که اعضای خانواده بیشترین مخاطبان اعلام شده را در شبکه‌های اجتماعی مجازی تشکیل می‌دهند. بررسی مخاطبان در شبکه‌های اجتماعی و دوره‌ی نسلی نشان می‌دهد که اعضای خانواده بیشترین مخاطبان گزارش شده در بین جوانان بوده‌اند و تقریباً یک سوم از مخاطبان جوانان اعضای خانواده‌انان در شبکه‌های مجازی هستند. در بین سالمندان نیز، اعضای خانواده به‌عنوان بیشترین مخاطبان با ۳۰ درصد گزارش شده‌اند ولی در بین میانسالان اعضای خانواده با کمی بیش از یک چهارم مخاطبان آنان در فضای مجازی اعلام شده‌اند. دوستان و همکاران گروه بعدی هستند که در فضای شبکه‌های اجتماعی مجازی توسط گروه‌های مختلف نسلی با آنان تعامل می‌شود. یافته‌های این مطالعه حکایت از آن دارد که تعامل با این گروه از مخاطبان توسط میانسالان در فضای مجازی بیشتر از سایر گروه‌های نسلی گزارش شده است (۱۵/۴ درصد). پس از آنان بیش از ده درصد از جوانان تعامل با دوستان و همکاران را در شبکه‌های مجازی گزارش کرده‌اند. افراد ناشناس دیگر مخاطبانی هستند که در شبکه‌های اجتماعی مجازی با آنان به تعامل پرداخته شده و مخاطب این تعامل هستند. از آنجا که درصد قابل توجهی از پاسخگویان، مخاطبان خود را در شبکه‌های مجازی گزارش

نموده‌اند، آزمون‌های آماری نشان‌دهنده‌ی فقدان رابطه‌ی معنادار بین دوره‌ی نسلی و مخاطبان در شبکه‌های اجتماعی مجازی است^۱.

تعامل نسلی و مدت گذران فراغت در شبکه‌های اجتماعی مجازی

تمدن و فرهنگ جامعه از طریق تعامل و رابطه‌ی بین نسلی انتقال می‌یابد. به نظر می‌رسد استفاده از شبکه‌های اجتماعی و گذران فراغت مجازی بر این فرایند تأثیر گذاشته باشد. این بررسی نشان می‌دهد که بین مدت استفاده از شبکه‌های اجتماعی و همسویی با خانواده رابطه‌ای وجود ندارد ولی مدت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی به‌عنوان یک فراغت فعال جمعی اما مجازی، با تعامل با خانواده دارای رابطه‌ی منفی و ضعیف است و بر آن تأثیر می‌گذارد. کسانی که دارای تعامل بسیار زیاد با خانواده هستند یا بندرت از این شبکه‌ها استفاده می‌کنند و یا مدت استفاده‌ی آنان از این شبکه‌ها کم است و بالعکس. بر اساس آزمون‌های مختلف آماری که در جدول گزارش شده است بین این دو متغیر رابطه‌ی معنادار وجود دارد. یافته‌ها نشان می‌دهد که رابطه‌ی معکوسی بین دو متغیر مشاهده شده و افزایش یکی موجب کاهش دیگری می‌گردد.

جدول ۵: رابطه بین تعامل نسلی و مدت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی

Table 5: Relationship between Generational Interaction and Duration of Use of Virtual Social Networks

| بیشترین | کمترین | خطای معیار | انحراف معیار | میانگین | تعداد | مدت گذران فراغت مجازی |
|-----------------|------------------|---------------------------|---------------------------|----------------|---------------|-----------------------------------|
| <i>The Most</i> | <i>The Least</i> | <i>The Standard Error</i> | <i>Standard Deviation</i> | <i>Average</i> | <i>Number</i> | <i>Virtual Leisure Time Spent</i> |
| 5 | 1 | .07493 | 1.06227 | 3.7065 | 201 | عدم استفاده |
| 5 | 1 | .05370 | 1.09267 | 3.6425 | 414 | بندرت |
| 5 | 1 | .07418 | 1.20068 | 3.5687 | 262 | یکبار در روز |
| 5 | 1 | .08640 | 1.09286 | 3.5250 | 160 | ۳ یا ۴ بار در روز |
| 5 | 1 | .14293 | 1.23784 | 3.1467 | 75 | چندین بار در ساعت |
| 5 | 1 | .16699 | 1.30426 | 3.3607 | 61 | مرتبا |
| 5 | 1 | .03328 | 1.13985 | 3.5746 | 1173 | مجموع |

^۱ درصد قابل توجهی از جوانان (۳۹/۸ درصد)، میانسالان (نزدیک به ۴۳ درصد) و سالمندان (بیش از ۴۵ درصد) مخاطبان خود را در شبکه‌های اجتماعی مجازی اظهار ننموده‌اند. در مورد سالمندان ذکر این نکته ضروری است که همین درصد یا درصد نزدیک به این عدد اصلاً از شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده نمی‌کنند.

جدول ۶: واریانس یک طرفه رابطه‌ی بین تعامل نسلی و مدت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی

Table 6: One-Way ANOVA of the Relationship between Generational Interaction and Duration of Use of Virtual Social Networks

| معناداری | F | میانگین مربعات | درجه‌ی آزادی | مجموع مربعات | |
|----------|-------|--------------------|--------------|----------------|------------|
| Sig | F | Average of Squares | df | Sum of Squares | |
| .004 | 3.474 | 4.467 | 5 | 22.334 | بین گروهی |
| | | 1.286 | 1167 | 1500.389 | درون گروهی |
| | | | 1172 | 1522.723 | مجموع |

رابطه نسلی و مخاطبان در شبکه‌های اجتماعی مجازی

نه تنها مدت استفاده از فراغت فعال جمعی مجازی، بلکه مخاطبان در این شبکه‌ها بر روی روابط بین نسلی تأثیرگذار هستند.

این مطالعه نشان می‌دهد که برخی از پاسخگویان (بیش از یک چهارم ۲۶/۳ درصد) یا از شبکه‌های اجتماعی استفاده نمی‌کنند یا در مورد مخاطبان در این شبکه‌ها اطلاعی نداده‌اند.

نکته‌ی حائز اهمیت این است در این الگوی فراغت جمعی فعال مجازی بیشترین مخاطبان را خانواده و خویشان تشکیل می‌دهند. و بعد از آنها افراد ناشناس با ۲۳ درصد بیشترین فراوانی را داشته‌اند. نزدیک به ۲۰ درصد یا یک پنجم از پاسخگویان مخاطبان مختلفی در شبکه‌های اجتماعی مجازی دارند.

جدول ۷: رابطه‌ی بین نسلی و مخاطبان در شبکه‌های اجتماعی مجازی
Table 7: Generational Relations and Audiences in Virtual Social Networks

| مخاطبان | تعداد | میانگین | انحراف معیار | خطای معیار | کمترین | بیشترین |
|---------------------------------|---------------|----------------|---------------------------|---------------------------|------------------|-----------------|
| <i>Audiences</i> | <i>Number</i> | <i>Average</i> | <i>Standard Deviation</i> | <i>The Standard Error</i> | <i>The Least</i> | <i>The Most</i> |
| اظهار نشده | 486 | 3.5988 | 1.14222 | .05181 | 1 | 5 |
| اعضای خانواده | 345 | 3.6174 | 1.13544 | .06113 | 1 | 5 |
| دوستان / همکاران | 157 | 3.4586 | 1.14068 | .09104 | 1 | 5 |
| افراد ناشناس | 132 | 3.6212 | 1.10191 | .09591 | 1 | 5 |
| همه‌ی موارد | 44 | 3.3182 | 1.23463 | .18613 | 1 | 5 |
| دوستان / همکاران و خانواده | 3 | 2.3333 | 1.52753 | .88192 | 1 | 4 |
| دوستان / همکاران و افراد ناشناس | 6 | 3.6667 | .81650 | .33333 | 2 | 4 |
| مجموع | 1173 | 3.5746 | 1.13985 | .03328 | 1 | 5 |

جدول ۸: واریانس یک‌طرفه رابطه‌ی بین تعامل نسلی و مخاطبان در شبکه‌های اجتماعی مجازی
Table 8: One Way ANOVA of Intergenerational Relations and Audiences in Virtual Social Networks

| معناداری | F | میانگین مربعات | درجه‌ی آزادی | مجموع مربعات | |
|------------|----------|---------------------------|--------------|-----------------------|------------|
| <i>Sig</i> | <i>F</i> | <i>Average of Squares</i> | <i>df</i> | <i>Sum of Squares</i> | |
| .212 | 1.399 | 1.814 | 6 | 10.881 | بین گروهی |
| | | 1.297 | 1166 | 1511.842 | درون گروهی |
| | | | 1172 | 1522.723 | مجموع |

این مطالعه نشان می‌دهد بین مخاطبان شبکه‌های اجتماعی مجازی و همسویی با خانواده و تعامل با خانواده هیچ رابطه‌ای وجود ندارد. در واقع می‌توان اظهار داشت که تعامل در فضای مجازی حتی با افراد خانواده و اقوام به تقویت مناسبات نسلی به‌طور کلی و همسویی با خانواده و تعامل با خانواده به‌طور خاص در این مطالعه تأثیری ندارد.

نتیجه‌گیری

توجه به وضعیت مناسبات نسلی در نزدیک به نیم قرن در جهان و بیش از دو دهه‌ی اخیر در ایران به دلیل شتاب تغییرات اجتماعی و ارتباطی، افزایش یافته است. محققین بر این باورند تغییرات زیادی در سطوح مختلف ارزشی و حتی رفتاری در گروه‌های مختلف

نسلی رخ داد است. مید معتقد است که تحولات بین نسلی پیامد تغییرات اجتماعی سریع و ایجاد دگرگونی‌های بسیار شدید می‌باشد. وضعیت مذکور به دلیل عدم کاربرد الگوی رفتاری نسل پیشین برای جامعه‌ی جدید بوده و لازم است که نسل پیشین در این الگو بازنگری انجام دهد. بدین ترتیب در وضعیتی که در جامعه دگرگونی‌های بسیار شدیدی روی می‌دهد طوری که نسل قبل ناچار می‌شود برای تداوم حیات خود، ارزش‌ها و هنجارهای قدیمی خود را بر اساس فرهنگ نسل بعد اصلاح کند و دست به اجتماعی شدن مجدد بزند. نسل جدید نیز الگوی مشخصی ندارد و باید وارد دنیایی مبهم و نامعلوم شود.

به باور رفعت‌جاه گذران فراغت عرصه‌ای است که اختیار و آزادی انسان‌ها در آن بیشتر قابل اعمال است. از این رو است که گفته‌اند فراغت می‌تواند فرهنگ ایجاد کند و هویت افراد را آشکار سازد (Rafatjah, 2005: 65). ویژگی انتخاب آزادانه و غیر رسمی فراغت بستر مناسبی برای انتقال ارزش‌های بین نسلی بوده و از این منظر گذران فراغت به‌عنوان ابزاری جهت تقویت تعامل بین نسل‌ها حائز اهمیت است. در دنیای نوشونده و متحول امروز بسترهای جدیدی برای گذران فراغت ایجاد شده‌است. محققین بر این باورند که استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر روابط نسلی تأثیرگذار است (Montazarghaem & Shaghasemi, 2008; Monadi, 2008). الگوی گذران اوقات فراغت به مثابه یکی از شاخص‌های سبک زندگی در حال تحول یکی از این عوامل تأثیرگذار بر روابط بین نسل‌ها بوده و بنظر می‌رسد که چگونگی این الگو در بین افراد جامعه با روابط بین نسل‌ها در رابطه باشد. مطالعات پیشین در گذران اوقات فراغت نشان می‌دهند که پرمصرف‌ترین الگوی فراغتی، گذران فراغت منفعل فردی و بالاخص تماشای تلویزیون بوده است. این مطالعه به بررسی رابطه‌ی بین مدت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و مخاطبان در این شبکه‌ها به‌عنوان یک الگوی فراغت فعال جمعی و مناسبات بین نسل‌ها پرداخت. مطالعه نشان می‌دهد گذران فراغت مجازی، به‌عنوان الگوی جدید فراغتی آن هم از نوع فعال و جمعی در بین گروه‌های مختلف نسلی مشاهده می‌شود. گر چه میزان استفاده از این الگو در بین نسل‌های مختلف متفاوت است. جوانان به دلایل مختلف از جمله تمایل به نوگرایی نسبت به سایر نسل‌های فعال در سپهر اجتماع، از این بستر فراغتی بیشتر استفاده می‌کنند؛ و نیز نسبت به سایر گروه‌های نسلی پرمصرف‌تر هستند، تعداد دفعات مراجعه به این شبکه‌ها در بین جوانان زیاد است. سالمندان با توجه به عوامل و زمینه‌های متنوع، از کاربران پرمصرف شبکه‌های اجتماعی محسوب نمی‌شوند؛ و در این بین میانسالان با فاصله از جوانان، از این شبکه‌ها استفاده می‌کنند و کمتر از ده درصد آنان را می‌توان در زمره‌ی

کاربران پرمصرف لحاظ نمود. این یافته در راستا و تأییدکننده‌ی بررسی‌های پیشین (Surin & Tankard, 2002; Nazart, 2007) است.

این بررسی نشان می‌دهد که بین مدت استفاده از شبکه‌های اجتماعی و همسویی با خانواده رابطه‌ای وجود ندارد ولی میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی به‌عنوان یک فراغت فعال جمعی اما مجازی با تعامل با خانواده دارای رابطه‌ی معکوس و ضعیف است و بر آن تأثیر می‌گذارد. بدین ترتیب مدت استفاده بیشتر از شبکه‌های اجتماعی مجازی موجب کاهش تعامل بین نسل‌ها در خانواده می‌شود. همچنین کاربران با مخاطبان مختلفی در فضای مجازی به تعامل می‌پردازند که یکی از این گروه مخاطبان خانواده و اقوام هستند. تعامل در فضای مجازی حتی با افراد خانواده و اقوام بر تقویت تعامل نسلی تأثیری ندارد. بررسی مدت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و رابطه‌ی آن با مناسبات نسلی نشان می‌دهد کسانی که کمتر استفاده می‌کنند دارای تعامل بیشتری با خانواده هستند. و بر معتقد است که وسایل ارتباط جمعی نقش تعیین‌کننده‌ای در تغییر فرهنگ دارند. این وسایل به تدریج، تأثیر قابل توجهی بر فرهنگ بومی گذاشته و ارزش‌های نو در افکار و رفتار مردم را سبب می‌شود. بنظر می‌رسد رسانه‌های نوین با توجه به قابلیت‌ها و کارکردهای تعاملی تأثیرات بیشتری را نسبت به وسایل ارتباط جمعی بر فرهنگ جوامع خواهند گذارد. فراغت مجازی آن هم به‌عنوان فراغت فعال و جمعی که در فضای مجازی اتفاق می‌افتد در حال گسترش در بین و نسل‌های مختلف جامعه‌ی ایران بوده و محتمل است که این الگوی تعاملی در تغییر روابط بین نسل‌ها تأثیر گذاشته و به تدریج سهم فراغت منفعل و فردی رایج فراغتی که همانا مشاهده تلویزیون بوده، در سبد الگوی فراغتی ایرانیان را کاهش دهد. با توجه به رابطه‌ی معکوس این الگوی فراغتی با تعامل نسلی از یک سو، و تأثیر گسترده‌ی آن به دلیل قابلیت تعاملی فراغت مجازی، به نظر می‌رسد در سال‌های آتی تغییرات جدی در روابط بین نسل‌ها و افزایش فردگرایی در جامعه رخ دهد.

Reference:

Ahmadi, A.; Ahyaei, P. (2013). Study of generation gap and related factors case study of Sarab high school students, *Cultural sociology*, 4, winter. (Persian).

Arjmandi, H.; Hasanpour, M.; Arjmand Seyahpoosh, E.; Arjman Seyahpoosh, B. (2013). "Generational Gap and its effecting socio- cultural factors among students of Islamic Azad Universty Andimeshk Breanch", *Journal of Sociological Studies of Youth*, 4(11), Autumn. (Persian).

Ashori, T. (2017). Qualitative study of perception of intergenerational leisure in Hamedan, M. A. dissertation, Faculty of economic and Social Sciences, Buali sina University. (Persian).

Azadarmaki, T.; Ghafari, G. R. (2004). *Generational Sociology in Iran*, Research Institute of Humanities and Social Sciences in ACECR, Tehran. (Persian).

Babaei, F.; Kurdi, N.; Hashem Zehi, N. (2013). *The Impact of Family Series on TV on the Lifestyle and Leisure*, book of articles in national congress on Leisure and lifestyles, ministry of sport and Youths. (Persian).

Bahram, A. (1988). Investigating how students spend their leisure time with an emphasis on sports activities, M.A. desertation, Faculty of Humanities, Tarbiyt Modares University. (Persian).

Bourdieu, P. (1984). *distinction*, translated by Karl Smith, London, Oxford University.

Danesh, P.; Zakeri Nasabadi, Z; Abdulahi, A. S. (2014). "Sociological analysis of the generation gap in Iran", *Cultural Sociology Quarterly*, 5 (3) Autumn. (Persian).

Ebrahimi, G. A.; Razeghi, N.; Moslemi Petroodi, R. (2011). "Leisure time and social factors effecting it a case study of 15-64 people in Joybar city", *Applied Sociology quarterly*, 22 (44) Winter. (Persian).

Eman, M. T.; Rouhani, A. (2013). "Islamic identity and competing identities (global, national and ethnic identity) Case study of Shiraz University students", *cultural studies quarterly*, 6 (1) Spring. (Persian).

Enayat, H., Ghafari, D. (2015). "Evaluation of Women's Satisfaction from Quality Services Providing Leisure Services in public spaces case Study of Required of Kermanshah historical City Public Services", *women and Family studies*, 8 (29) Autumn. (Persian).

Enayat, H., Hossaini, M. (2013). *Gender Studies on Leisure patterns among Youths in Shiraz city and its relation to different capitals*, book of articles in national congress on Leisure and lifestyles, ministry of sport and Youths. (Persian).

Ester Cerin, E. Lesli (2008). *How Socio- Economic Status Contributes to Participate On in Leisure- Time*, *Journal of Social Science And Medicine*.

Fakuhi, N., Ansari Mahabadi, F. (2003). "Leisure and the formation of cultural personality A case study of two girls' high schools in Tehran", *Letters of Anthropology*, (1) 4, Autumn & Winter. (Persian).

Farokhnia, R., Lotfi, A. (2011). *Survey the effect of internet and cyber space on Fashionism*, *Quarterly of Cultural Studies and Communication*, 7 (22), Spring. (Persian).

Fazeli, M. (2002). *Consumption and lifestyle*, Sobh Sadegh Publication, Qum. (Persian).

Giddens, A. (2007). *Sociology*, Tr. H. Chavoshian, Neai Publication. (Persian).

Jafari, R; Azizi, M; Nobakht Haghigi, M. B. (2014). "Investigating the factors affecting theater culture and determining its position in the leisure time of different group in Tehran", *Social-Cultural Strategy Quarterly*, 3(11) Summer. (Persian).

Khajenoori, B; Moghadas, A. (2008). "Study of social and cultural factors affecting the amount of leisure time spent; Case study: High school students in Aabadah city, *Social and Humanities Studies*", special edition on Social researches, No 2. (Persian).

Mead, M. (1986). *Maturity in Samoa*, Tr. M. Milani, Vaeis Publication, Tehran. (Persian).

Moeinifar, H. S., Mohammad Khani, N. (2011). "Representing the consumption pattern of an American family: The Simpsons in

their spare time”, *Cultural Studies Quarterly*, 4 (1) Spring. (Persian).

Monadi, M. (2008). Leisure and its Globalization Challenge's compare two generation, *Cultural Studies and Communication Quarterly*. (Persian).

Montazrghaem, M., Shaghasemi, E. (2008). “Internet and Social Changes in Iran: Meta-annalistically Glance with emphasis to Youths”, *Iran Sociological Magazine*, 9 (3, 4), Autumn. (Persian).

National Youth Organization (2002). Survey of Youth Leisure Time Condition, a National Report, National Youth Organization. (Persian).

National Youth Organization (2005). World Wide situation of Youth Leisure, Bureau of research and planning, National Youth Organization. (Persian).

Nazareth, L. (2007). the leisure economy, How Changing Demographics, Economics, and Generational Attitudes Will Reshape Our Lives and Our Industries, John Wiley & Sons Cand , Ltd Canada.

Nazarian, N. (2008). Comparative study of leisure time among Youths and adults a case study of Shiraz City, M. A. dissertation, Shiraz University. (Persian).

Pahlevan, M; Barzigar, S. F. (2011). “Investigating the tendency to spend leisure time among high school girls in Amol city”, *Quarterly of Sociological Studies of Youth* 2(5) Autumn. (Persian).

Pourhalabi, R; Abedini, S. (2012). “Investigating the sociological factors affecting the phenomenon of intergenerational cohesion among (new generation) and comparisons with parents (old generation)”, *Quarterly of Sociological Studies of Youth* 2(5) Autumn. (Persian).

Rafatjah, M. (2005). Gender and Leisure in Areas of urban life, *Anthropology Quarterly*, 4. (Persian).

Saburi Jahanshahi, H., Tavakolinia, N. (2012). “Investigating the impact of national media on creating a generation gap”, *Media Studies*, 7 (19), Winter. (Persian).

Sanei, M. H. (2001). Survey of leisure time of adolescent students in Sanandaj city (central and marginal areas), M.A. dissertation, Olum Behzisti University. (Persian).

Saraei, H., Savadian, P. (2011). "Leisure over the generations, a case study of high school girls in Garmsar and their mothers", Quarterly of Iran Social Development, 4 (1), Winter. (Persian).

Saraei, M. H., Rustaei, M., Eshnoei, A. (2012). "Factors affecting leisure time in urban areas of Iran: A case study of District 8 of Mashhad", Regional Planning Quarterly, 2 (7), Autumn. (Persian).

Sarukhani, B., Mirzaei Malakan, M., Tavakoli, Z. (2013). "Sociological study of the impact of leisure time on the development of national youth identity", Cultural Sociology quarterly, 4 (3), Autumn. (Persian).

Shaghasem, A. (2006). "An overview of the impact of cyberspace on communication theories", World Media Magazine, 1 (3), Autumn. (Persian).

Shakuri, A., Rafatjah, M. (2008). "Internet and social identity", World Media Magazine, 3(1), Spring & Summer. (Persian).

Smith, H. (2002). The Generation Gap: managing technology-Mediated Personal Social networks, Chimera, Institute for sociotechnical Innovation and research, No. 2, Sept

Statistic Center of Iran (2014). Statistical Yearbook, National Statistics Portal of Iran. (Persian).

Surien, V., TanKard, J. (2003) Communication Theories, Tr. A. Dehghan, Tehran University Publication. (Persian).

Tajek, M. R. (2007). Generation gap in today's Iran, Strategic Research Center of the Expediency Council, Tehran. (Persian).

Yusefi, N. (2009). Study of the TV role in Intergenerational relationships with emphasis to cultural values, Islamic Republic of Iran Broad Casting Research Center. (Persian).

Zamanian, A. (2008). Fundamental changes in the family institution in recent decades in Iran, Deputy of Research, Islamic Azad University, Tehran. (Persian).

Zokaei, M. S.; Fathinia, M. (2013). "Method of representing intergenerational relations in popular Iranian serials", Cultural Sociology quarterly, 4 (4), Winter. (Persian).

Investigating the Relationship between Virtual Leisure Time and Generational Change

Forouzandeh Jafarzadeh Pour (Ph.D)¹

DOI: 10.22055/QJSD.2020.16739

Abstract:

Virtual leisure is one of the new type of leisure in today society that has significant impact on intergenerational relationships. Virtual social networks with quick and easy access, overlap in time and space and provide special conditions for leisure. The main purpose of the article is to study the relationship between duration of use of virtual social network as virtual leisure and audience of these networks and its effect on intergenerational relationships; with consideration of Zimel and Mead theories. Survey method were applied with 1200 people as sample at national level. Results indicates there is a relationship between generational period and leisure in virtual social networks, there is also a reverse relationship duration of use of the virtual social networks and interaction between generations. With increase the time duration uses of these leisure, reduction occurs in intergenerational communication in the family. Different generational groups communicate in virtual social networks. There is no relationship between intergenerational communication and audience in the virtual social networks, and communication with family and relatives, did not result strengthening generational interaction. Increased membership in social networks has caused change the leisure pattern towards an active in cyberspace; such condition has the considerable effect on intergenerational relationships and changes in lifestyle. Also, spending virtual collective leisure time, even if with the family, does not lead to the strengthening of generational relationships.

Key Concepts: Intergenerational Relationships, Duration of Virtual Leisure, Leisure, Lifestyle, Audience

¹ Assistant Professor & HOD Youths and Intergenerational Relationships, Institute for Humanities and Social Sciences, in ACECR, Tehran, Iran, fjafarzadehpour77@gmail.com

