

تفاوت‌های جنسیتی در ادغام اجتماعی فناوری‌های جدید با اوقات فراغت نوجوانان: ترجیح یا تحمیل؟^۱

سهیلا صادقی فسائی^{۲*}، ایمان عرفان‌منش^۳

چکیده

براساس رویکرد «فناوری اجتماعی»، در شرایط کنونی فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی با فعالیت‌های فراغتی نوجوانان ادغام شده و پیوند یافته‌اند. این فعالیت‌های فراغتی در چارچوب وسیع‌تری از اقتضات بیرونی کنش و همچنین شرایطی قرار دارند که انتخاب کنشگر در آن رقم می‌خورد. این مقاله تلاش می‌کند ضمن ارائه سنخ‌بندی از انواع فعالیت‌های فراغتی بیرون‌محور و فناوری‌محور، ترجیح واقعی نوجوانان را در انتخاب آن‌ها با توجه به تفاوت‌های جنسیتی واکاوی کند. بر این اساس، با ۱۲۰ نوجوان دختر و پسر در سال تحصیلی ۱۳۹۵-۱۳۹۶ مصاحبه‌هایی نیمه‌ساختارمند در شهر تهران با توجه به نمونه‌گیری تپسیک و هدفمند انجام شد. نتایج نشان می‌دهند که ترجیح اصلی نوجوانان فعالیت‌های فراغتی بیرون‌محور است، اما شرایط اجتماعی و چارچوب فشارها و الزامات اجتماعی و فرهنگی در عمل فعالیت‌های فراغتی فناوری‌محور را برای آنان شکل می‌دهد؛ تا جایی که فناوری‌های جدید در برخی موارد به‌منزله یک دوست تجلی می‌یابند. پسران بیش از دختران بازی‌های رایانه‌ای (و کنسولی) را به‌منزله فعالیت فراغتی انتخاب می‌کنند و بیشتر تحت تأثیر احساسات ناشی از آن‌ها قرار می‌گیرند. این در حالی است که دختران با محدودیت‌های بیشتری برای فراغت بیرون‌محور مواجه‌اند. به‌رحال، فعالیت‌های فراغتی فناوری‌محور به منبع هویتی و مصرفی برای اکثر نوجوانان تبدیل شده است.

کلیدواژگان

اوقات فراغت نوجوانان، ترجیح و تحمیل، فناوری‌های جدید، کنش، هویت.

۱. این مقاله مستخرج از رساله دکتری و حمایت‌شده توسط INSF بوده است.

۲. دانشیار جامعه‌شناسی دانشگاه تهران

۳. دکتری تخصصی جامعه‌شناسی فرهنگی از دانشگاه تهران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۷/۶، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۱۰/۴

ssadeghi@ut.ac.ir

iman.erfanmanesh@gmail.com

مقدمه: فناوری‌های جدید، زندگی روزمره و اوقات فراغت نوجوانان

در آمیختن مسائل نهاد خانواده با تغییرات فرهنگی جدید در زندگی روزمره و بافت اجتماعی زمینه تدقیق و تحلیل مسائل جدید را فراهم آورده است. در میان تغییرات فرهنگی جدید در نهاد خانواده ایرانی، می‌توان به مسئله «خانگی‌شدن فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی جدید» اشاره کرد. با توجه به اقتضای پذیرا تر و گشوده‌تر بودن نسل‌های جدیدتر در مواجهه با تغییرات اجتماعی و فرهنگی، به نظر می‌رسد که نوجوانان متولد اواخر دهه ۱۳۷۰ و به‌ویژه نوجوانان دهه ۱۳۸۰ در ایران نوعی از زندگی روزانه با فناوری‌ها را تجربه می‌کنند که بالتبع جنبه‌های دیگری از زندگی خانوادگی‌شان، از جمله اوقات فراغت، را تحت تأثیر قرار می‌دهد. فناوری دیگر صرفاً یک شیء یا ابزار مصنوع و بشرساخته نیست، بلکه علاوه بر کارکردها یا پیامدهای آشکار و پنهان اجتماعی و فرهنگی، ابزاری دارای هویت است.

هوشمندشدن وسایل موجود در محیط خانه، به‌ویژه تلفن همراه هوشمند، رایانه، لپ‌تاپ، تبلت، کنسول‌های بازی و همچنین فناوری‌های اینترنت‌محور، فضای مجازی را به‌موازات فضای واقعی امری تجربه‌پذیر و مهم کرده است. راهیابی فناوری‌های جدید به خانه بر مجموعه‌ای از «نیازهای اجتماعی» جدیدی دلالت دارد. در پاره‌ای از موارد نیز، جابه‌جایی در اولویت نیازها شکل گرفته است. گرایش به این فناوری‌ها اهداف متفاوتی از سرگرمی تا فنی و علمی را دربر می‌گیرد. از این رو، وسایل جدید جزء جدایی‌ناپذیر زندگی محسوب می‌شوند؛ تا جایی که فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی جدید نه تنها به یکی از منابع فراغتی تبدیل شده‌اند، بلکه منبعی برای جامعه‌پذیری نیز به‌شمار می‌روند.

جاشوا میروویتز^۱ بر این باور است که رسانه‌های الکترونیکی جدید باعث شکل‌گیری اجتماعات جدید می‌شوند. به‌عبارت دیگر، فضای خانه و سایر فضاهای اجتماعی را به‌صورت محیط‌های اجتماعی جدیدی که دارای الگوهای جدید کنش، احساس و باور اجتماعی است، تغییر می‌دهند [۱۵]. در این میان، اوقات فراغت نوجوانان دختر و پسر یکی از عرصه‌های تغییر خواهد بود. اساساً، تکنیک‌دوستی^۲ یا تکنیک‌ستیزی^۳ با متغیرهایی نظیر سن، جنس و پایگاه اجتماعی مرتبط‌اند. در بحث از تفاوت جنسیتی و اینترنت، دو جهت‌گیری عمده نظری وجود دارد [۵]:

- براساس دیدگاه اول، فضای شبکه‌ای فاقد سلسله‌مراتب است و در نتیجه همه کاربران در استفاده از آن امکان و قدرتی برابر دارند؛

- در دیدگاه دوم، فضای مجازی بازتابی از دنیای واقعی تلقی می‌شود که در آن قدرت زنان کمتر از مردان است. پس انگیزه‌ها و نحوه به‌کارگیری فناوری‌ها میان دختران و پسران نیز متفاوت خواهد بود.

1. J. Meyrowitz
2. technophilic
3. technophobic

از نظر ویلیام داتن^۱، یکی از پیامدهای فناوری‌های ارتباطاتی و اطلاعاتی «شکاف دیجیتالی» است که می‌تواند ابعاد زیرساختی، محتوایی، جنسی یا سایر مؤلفه‌های اجتماعی را شامل شود [۶]. در گزارش عملکرد ارائه‌شده از سوی وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات در جهت تهیه بخش ارتباطات و فناوری اطلاعات برنامه ششم توسعه، وجود مسئله شکاف دیجیتالی در ایران پذیرفته شده و به ضرورت کاهش آن در برنامه ششم تأکید شده است [۳۰]. پیوند فناوری‌های جدید با اوقات فراغت صرفاً ناظر به بُعد سرگرمی نیست، بلکه مدخلی برای ایجاد برخی تغییرات در زندگی شخصی و خانوادگی نوجوان نیز تلقی می‌شود. با توجه به اینکه اکنون استفاده از فناوری‌های جدید راحت‌تر شده، مسئله مهارت فنی افراد به معنای متخصص حرفه‌ای چندان حائز اهمیت نیست، بلکه توانایی اجتماعی، آموزشی و فرهنگی محیط نقش مهمی دارد [۹]. فناوری‌های ارتباطی شبکه‌ای میان اعضای خود برقرار می‌کنند و دیگرانی را که به هر علت نتوانسته‌اند به آن ملحق شوند طرد و دفع می‌کنند [۲۷]. اطلاع ناکافی برخی از والدین از فناوری‌های ارتباطی جدید سبب بروز مشکل در فرایند نظارت بر فرزندان [۱۲] و نوعی شکاف مهارتی نیز می‌شود [۲۱]. فناوری‌های نوین، به‌منزله نیروی آزادکننده نوجوانان، ابزاری برای پشت سر نهادن نفوذ محدودکننده والدین بر آن‌ها و وسیله‌ای برای خلق اشکالی جدید و مستقل از ارتباط تلقی می‌شود. از این منظر، فناوری سبب آفرینش نسلی می‌شود که گشوده‌تر، خلاق‌تر و نوآورتر از نسل والدینشان‌اند [۱۹].

از نسل جدید با عناوینی همچون «نسل دیجیتال» نیز یاد می‌شود؛ نسلی که به دلیل آشنایی و استفاده زیاد از فناوری‌های دیجیتال، تجربه جدیدی از هویت‌یابی و ارتباط با خویش و اجتماع پیرامون دارند [۱۸]. آن‌ها در برخی از جنبه‌های زندگی جدید به عاملان اجتماعی کردن والدین خود نیز تبدیل می‌شوند [۲۵]. به‌همین دلیل، مرز تفاوت‌های جنسیتی میان دختران و پسران در بسیاری از جنبه‌ها کم‌مایه می‌شود و در برخی موارد رنگ می‌بازد. بخشی از این تفاوت ناشی از اقتضات اجتماعی (به‌منزله تغییرات کلان اجتماعی- فرهنگی) و بخشی دیگر برآمده از انتخاب نوجوانان (تمایلات کنشی خودانگیخته) است. در مواردی نیز، مرز میان دلایل رجحان نوعی از فراغت بر سایر فراغت‌ها، مخلوق مکانیزمی از شرایط کنش به همراه انتخاب فردی- اجتماعی و تحمیلات بیرونی است که در این میان فهم تفاوت‌های جنسیتی نیازمند انکشاف و تحلیل جامعه‌شناسانه خواهد بود.

طرح مسئله: فراتر از مناقشه‌های نظری دو دیدگاه

درباره اوقات فراغت و فناوری‌های جدید مناقشه دو دیدگاه در تحلیل تفاوت‌های جنسیتی حائز اهمیت است که مسئله مرکزی پژوهش نویسندگان را سامان می‌دهد:

1. W. H. Dutton

الف) دیدگاه نخست فناوری‌های جدید را تحمیل‌شده بر انتخاب‌های کنشی افراد می‌داند. از نظر مارتین هایدگر^۱، ماهیت فناوری نوین به انضباط در آوردن انسان و طبیعت است، زیرا فناوری اختصاصات و فرهنگ خود را بر محیط اجتماعی و طبیعی تحکم می‌بخشد [۲۰]. همچنین، نظریه‌پردازانی مانند مارشال مک‌لوهان^۲، ژان کلوتیه^۳، دیوید رایزمن^۴ و هارولد اینیس^۵ رویکردی دارند که طبق آن، فناوری متغیر مستقلاً است که شرایط زندگی افراد و جامعه را دگرگون می‌کند [۳]. به‌طرز صریح‌تر و شفاف‌تر، فیلیپ برتون^۶ از «آیین اینترنت» به‌منزله پدیدآورنده نوعی اجتماع و انسان جدید در عصر اطلاعات سخن می‌گوید که بیانگر تغییر موضعی هستی‌شناسانه است که اینترنت به‌طور بالقوه می‌تواند نگرش‌ها به انسان و جامعه را دگرگون کند. در این میان، جوانان مخاطب و حاملان اصلی چنین ایده‌ای تلقی می‌شوند [۱]. نتیجه این دیدگاه تحمیل فناوری بر اوقات فراغت میان هر دو جنس خواهد بود.

ب) دیدگاه دوم بر شرایط و اقتضائات اجتماعی و فرهنگی کنش یا موقعیت و بستر کنش تأکید می‌کند. ریموند ویلیامز رهیافت جبرگرایانه را، که مدعی قدرت مستقل فناوری‌ها برای خلق جوامع جدید با شرایط انسانی جدید است، نقد می‌کند. او به‌جای تأکید بر فناوری به‌عنوان علت تحولات، بر علل ابداع و اختراع فنی تأکید می‌کند. به‌عبارت دیگر، توسعه ابزارها و اشکال ارتباطی جدید معلول فشارها یا الزامات اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی بوده‌اند [۲۶]. کنشگران نیز براساس ترجیحات کنشی به فناوری‌های جدید متمایل می‌شوند. نتیجه این دیدگاه، تفاوت‌های اجتماعی و فرهنگی میان دو جنس در موضوع اوقات فراغت خواهد بود.

جدول ۱. خلاصه دو دیدگاه درباره ارتباط اوقات فراغت و فناوری‌های جدید در تحلیل تفاوت‌های جنسیتی

دیدگاه	موضوع	اشاعه‌دهنده	فرایند	نتیجه برای تفاوت‌های جنسیتی
اول	تحمیل شدن فناوری‌های جدید بر انتخاب‌های کنشی	فیلیپ برتون	فناوری‌های جدید (به‌ویژه اینترنت) به‌عنوان متغیر مستقل و ایجادکننده هستی‌شناسی نوین	تحمیل فناوری بر اوقات فراغت میان هر دو جنس
دوم	لحاظ کردن شرایط و اقتضائات اجتماعی- فرهنگی کنش یا موقعیت و بستر کنش	ریموند ویلیامز	توسعه ابزارها و اشکال ارتباطی جدید به‌عنوان معلول فشارها یا الزامات اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی و توجه به ترجیحات کنشی	تفاوت‌های اجتماعی و فرهنگی میان دو جنس در موضوع اوقات فراغت

1. M. Heidegger
2. M. McLuhan
3. J. Cloutier
4. D. Riesman
5. H. Innis
6. Ph. Breton

به موازات مناقشه دو دیدگاه یادشده، باید این مسئله روشن شود که آیا ادغام فناوری‌های جدید با اوقات فراغت شیوه‌های خودمختاری و استقلال عمل را تقویت و پشتیبانی کرده است یا خیر؟ اگر بپذیریم که فناوری‌های جدید منادی آزادی‌اند و سرمایه اجتماعی نوجوانان را برای اوقات فراغت افزایش می‌دهند، پس تمایل به تشکیل اجتماعات و هنجارهای جدید پیرامون فناوری‌های جدید نیز دور از انتظار نخواهد بود. اما آیا در این زمینه تفاوتی میان دو جنس وجود دارد یا خیر؟

سؤالات اصلی

عمده‌ترین تفاوت‌ها میان دختران و پسران نوجوان در مسئله ادغام اجتماعی فناوری با اوقات فراغت کدام‌اند؟ آیا این تفاوت‌ها ناشی از تحمیل شرایط بوده یا براساس انتخاب کنشی آن‌ها به وجود آمده‌اند؟

ضرورت پژوهش

اوقات فراغت دختران و پسران ایرانی با توجه به تغییرات فناورانه جدید در جامعه و خانواده تغییراتی کرده است. فهم جامعه‌شناسانه این تغییرات مستلزم پژوهش‌هایی اکتشافی‌اند تا ضمن تفسیر چگونگی تغییرات، بتوان سنخ‌شناسی جدیدی از اوقات فراغت را براساس واقعیت موجود ارائه داد. پیش‌بینی می‌شود چنین تغییراتی برای دختران و پسران هم ابعاد مشترک و هم خصیصه‌های متمایزی دارد. همچنین، به نظر می‌رسد در تحلیل تفاوت‌های اوقات فراغت بین آنان، تفکیک دو جنبه تحمیلی بودن شرایط و ترجیحی بودن انتخاب‌ها درک سودمندی را فراهم می‌آورد.

پیشینه موضوعی پژوهش

منادی (۱۳۸۶) [۱۳] در مقاله‌ای با عنوان «اوقات فراغت و چالش‌های جهانی شدن» تحولات جهانی را به‌منزله بستر تغییرات در اوقات فراغت نوجوانان معرفی کرده است. داده‌های این پژوهش براساس ۴۴ مصاحبه شکل گرفته است. فناوری‌های جدید از جمله وسایل اینترنت‌محور یکی از مشغولیت‌های مهم نوجوانان را تشکیل می‌دهد که از تفاوت در سرمایه فرهنگی آن‌ها ناشی می‌شود. شکاف فناوری میان والدین و نوجوانان در زمینه اوقات فراغت تأثیر داشته است، اما تغییر کلی فعالیت‌های فراغتی دختران و پسران تقریباً یکسان است. بیات و شهابی (۱۳۹۱) [۴] در مقاله‌ای با عنوان «شبکه‌های اجتماعی مجازی و کاربران جوان: از تداوم زندگی واقعی تا تجربه جهان وطنی» با استفاده از روش مصاحبه گروهی متمرکز با حدود ۶۰ نفر و با بهره‌گیری از نظریه رضایت‌مندی و خشنودی در استفاده از اینترنت،

انگیزه‌های اجتماعی و فردی جوانان ۱۸ تا ۳۰ ساله را بررسی کرده‌اند. یکی از دلایل استفاده کاربران جوان از فضای مجازی (فعالیت در گروه‌های اجتماعی)، نیازهای انسجام‌بخش شخصی و اجتماعی معرفی شده که بر این اساس، کسب آزادی و استقلال نسبت به کنترل والدین در مرکز توجه بوده است. همچنین، توانمند کردن عاملیت فردی از دلایل مهم اجتماعی برای استفاده از فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی معرفی شده است.

قاسمی و همکاران (۱۳۹۲) [۸] در پژوهشی با عنوان «تأثیر تفاوت‌های جنسیتی در استفاده از کالاهای فرهنگی و نحوه گذراندن اوقات فراغت» با استفاده از پیمایش دریافتند که پسران بیش از دختران به انجام دادن بازی‌های رایانه‌ای و فراغت بیرون از خانه تمایل دارند، اما گرایش هر دو جنس به اوقات فراغت مبتنی بر فناوری تقریباً تفاوت معناداری ندارد.

رستگارخالد و همکاران (۱۳۹۵) [۷] در مقاله‌ای با عنوان «تأثیر فناوری‌های جدید بر اوقات فراغت و سرمایه اجتماعی جوانان» با استفاده از روش پیمایش استدلال کردند که فناوری‌های جدید در دو بُعد عینی و ذهنی به افزایش سرمایه اجتماعی جوانان به‌عنوان مکمل اوقات فراغت کمک کرده‌اند. در این پژوهش، اوقات فراغت مبتنی بر فناوری‌ها به‌منزله یک انتخاب برای هر دو جنس معرفی شده است.

باکینگهام (۲۰۰۸) [۱۹] در کتابی با عنوان *جوان، هویت و رسانه‌های دیجیتالی* به تحلیل ابعاد گوناگون رابطه نوجوانان و جوانان با فضای مجازی پرداخته است. از نظر او، قدرت فردی در حال شکل‌گیری ناشی از رسانه‌های دیجیتالی در مناسبات اجتماعی نوجوانان در محیط خانواده و عرصه عمومی تأثیرگذار بوده است. در این میان، اقتدار والدین در مواجهه با قدرت نوجوانان قرار گرفته و ساختار روابط قدرت در خانواده نیز تغییر کرده است. این تغییرات برای دختران آشکارتر بوده است. در مجموع، افزایش آزادی و قدرت انتخاب یکی از دستاوردهای رسانه‌های دیجیتالی برای نوجوانان است.

همان‌طور که ملاحظه می‌شود عمده پژوهش‌ها اوقات فراغت مبتنی بر فناوری‌ها را امری عمومی و به‌مثابه یک انتخاب برای دو جنس در نظر گرفته‌اند که به افزایش توانمندی، سرمایه و کسب هویت مصرفی منتج می‌شود. مقاله حاضر تلاش می‌کند ضمن ارائه سنخ‌بندی منظم‌تری از فعالیت‌های فراغتی، موقعیت و شرایط اجتماعی کنش را نیز تحلیل کند.

مرور نظری: اتصال مفهومی اوقات فراغت، فناوری، هویت و مصرف

نظریه مصرف رسانه‌ای واکنشی به رویکردهای رفتارگرایی، ساختارگرایی، مارکسیسم و پدرسالاری بود. طبق این نظریه، رسانه‌ها مواد لازم برای ایجاد هویت، لذت و قدرت را می‌سازند و در اختیار افراد قرار می‌دهند [۱۴]. از نظر میشل دوسرتو^۱، عمل مصرف همان عمل تحقق

1. M. Decerteau

نفس است که طی آن افراد آگاهی بازاندیشانه بیشتری از خود به‌عنوان سوژه‌هایی با قدرت اراده، با هویت و مایل به حرکت در جهت خاصی به‌دست می‌آورند [۲]. جان گیبینز^۱ و بو ریمر^۲ معتقدند از جمله نقش‌های رسانه‌ها ساختن هویت افراد، لذت‌بخشیدن به زندگی و ساخت دادن به زندگی روزمره است [۱۰]. پژوهشگران رویکرد استفاده و رضامندی ابعاد و شاخص‌های فعال‌بودن مخاطب را تعمدی‌بودن، انتخابی‌بودن، درگیرشدن و سودمندی ذکر کرده‌اند [۱۶]. ساندا سانگوان در مطالعه خود بر فضای مجازی، دسته‌بندی پنج‌گانه‌ای از نیازهای کاربران ارائه داده است [۲۴]:

الف) نیازهای شناختی: کسب اطلاعات و دانش؛
ب) نیازهای عاطفی: تجارب عاطفی و سرگرمی؛
ج) نیازهای انسجام‌بخش شخصی: ارزشمندی، ایمنی، اعتمادبه‌نفس؛
د) نیازهای انسجام‌بخش اجتماعی: حس تعلق به یک گروه و عضو یک گروه تلقی شدن؛
ه) نیازهای رفع تنش: نیاز به فرار از مشکلات و امور تکراری.
در مجموع، مهم‌ترین نیازها و انگیزه‌های افراد در استفاده از رسانه‌های نوین را می‌توان در چهار مقوله عمده جای داد [۱۴]:

۱. آگاهی و نظارت: کسب اخبار و اطلاعات از دنیای پیرامون و نظارت بر محیط اجتماعی خویش؛
۲. روابط شخصی: همراه و همنشین شدن با رسانه‌ها به‌منظور برقراری ارتباط؛
۳. هویت شخصی: به‌منظور کسب خودآگاهی، یافتن الگوهای رفتاری و تقویت ارزش‌های شخصی؛
۴. سرگرمی: برای سرگرم‌شدن، گریز از مشکلات زندگی روزمره و تخلیه عاطفی.
همچنین، راجر سیلورستون سه بعد از تجربه رسانه‌ای شده را ترسیم می‌کند [۲۳]:
۱. بازی: به‌طور عادی و معمول افراد با رسانه‌ها به‌عنوان منبع لذت بازی می‌کنند. بازی با رسانه‌ها به بازی‌های رایانه‌ای منحصر نیست، بلکه بازی نوعی مشارکت در موقعیت خیال‌پردازانه است که طی آن کنشگر می‌تواند در فعالیتی معنادار، بااهمیت و فراتر از قواعد کنترل و نظارت مشغول باشد؛

۲. اجرا: اجراها اموری واقعی‌اند که زندگی و هویت افراد به آن‌ها وابسته است. اینترنت این فرصت را برای کنشگران به‌عنوان اجراکنندگان، تولیدکنندگان و مخاطبان فراهم می‌کند. اساساً فناوری قلمرویی را برای افراد ایجاد می‌کند که می‌توانند در آن اجرا کنند؛
۳. مصرف: مصرف به‌معنای استفاده پویا و خلاق زمان است. برای اکثر افراد زمان کوتاه و بالارزش است، اما موفق می‌شوند زمان متعلق به خود را بسازند.

1. J. Gibbins
2. B. Reimer

رویکرد تحلیلی: فرادوگانه فناوری اجتماعی

پس از مناقشه‌های نظری متعدد در نیمه دوم قرن بیستم پیرامون ماهیت ساختاری یا سوژگی فناوری در اجتماعات انسانی، یکی از رویکردهای کلی برای رهایی از آن دوگانه نظری شکل گرفت. از نظر جریس هنسون^۱ و اوما نارولا^۲، مفهوم «فناوری اجتماعی» به معنای ادغام جنبه اجتماعی فناوری در شیوه زندگی افراد و نظام اجتماعی است. فناوری اجتماعی به گونه‌ای عمل می‌کند که در کنش‌های متقابل افراد به تغییرات اجتناب‌ناپذیر منجر می‌شود. فناوری اجتماعی به موضوعاتی از جمله تأثیر فناوری بر کیفیت زندگی، روابط و فعالیت‌های خانوادگی، جنسیت، آگاهی، اوقات فراغت و تغییرات در منافع، مشارکت و کنترل اشاره دارد [۱۷]. ژان لادریه^۳ معتقد است ورود فناوری به زندگی اجتماعی به ساختارزدایی یا ساختاریابی مجدد می‌انجامد. با ظهور فناوری، چشم‌اندازی از دگرگون‌سازی تدریجی در شرایط کنش شکل می‌گیرد [۱۱]. این رویکرد برای مطالعه اوقات فراغت از این جهت حائز اهمیت است که بر موقعیت و شرایط انتخاب کنش براساس اقتضات و الزامات محیط اجتماعی تأکید دارد.

از نظر راجر سیلورستون، استفاده از فناوری‌های خانگی، از جمله رایانه، به‌عنوان بیان تفاوت و تمایز سن و جنس، ضمن تقویت جایگاه افراد، با دیگر امور مربوط به خانه ادغام و ترکیب می‌شود [۲۳]. به‌رغم خصوصی‌شدن مصرف رسانه‌ها، تماس‌های اجتماعی کودکان و نوجوانان با خانواده‌ها و نزدیکان خود همچنان برقرار است. به‌عبارت دیگر، نوجوانان رسانه‌های جدید را در شبکه‌های همسالان خود جای می‌دهند و توأمان، هم از ارتباطات چهره‌به‌چهره و هم از ارتباطات مجازی استفاده می‌کنند. بدین ترتیب، رسانه‌های جدید به جای آنکه جایگزین ملاقات‌ها و تعاملات رودرروی آن‌ها باشند، مکمل آن‌ها شده‌اند [۲۲].

روش‌شناسی پژوهش

این مقاله از تکنیک مصاحبه‌های نیمه‌ساختارمند استفاده کرده است. سؤالات مصاحبه مبتنی بر کشف نوع اوقات فراغت مورد علاقه، دلایل و انگیزه‌های انتخاب آن و همچنین شناسایی موانع و محدودیت‌های مربوط بوده است.

براساس مستندات مندرج در اطلس کلان‌شهر تهران [۲۸]، در سال ۱۳۸۵، که به‌طور جامع به پایش و رصد ویژگی‌های گوناگون شهری در مناطق پایتخت پرداخته بود، این اطلاعات از سوی پژوهشگر با آمارنامه شهر تهران [۲۹] در سال ۱۳۹۳ تطبیق داده شد و پس از جمع‌بندی با آمارهای جدید در مجموع، با در نظر گرفتن سطح کیفیت اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی مناطق

1. J. Hanson
2. U. Narula
3. J. Ladriere

شهری، از میان مناطق شهر تهران سه منطقه ۳، ۶ و ۱۱ انتخاب شد. پس، تنوع سرمایه‌های فرهنگی و اقتصادی لحاظ شده است.

منطق نمونه‌گیری هدفمند، تیپیک، مبتنی بر ملاک نظری و تدریجی بوده است و معیار اشباع برای بسندگی در جمع‌آوری داده‌ها لحاظ شده است. بر این اساس، با ۱۲۰ دانش‌آموز نوجوان (۱۳ تا ۱۷ ساله) به تفکیک جنسی برابر مصاحبه انجام شد.

در تحلیل داده‌ها از شیوه مرسوم برای نظم‌دهی به داده‌ها، یعنی کدگذاری، استفاده شده است. این فرایند، که به معنای تبدیل داده‌های خام آشکار یا پنهان به اطلاعات در قالب مقوله‌هاست، مبتنی بر اصل مقایسه در جهت انکشاف شباهت‌ها (یا هم‌گرایی‌ها) و تفاوت‌ها (یا واگرایی) است. در ادامه، الگویابی مضامین براساس پیگیری خلاقانه فرایند مقایسه، چینش و تلاقی مجدد داده‌ها انجام گرفته است.

یافته‌ها و تفسیر داده‌ها

این بخش در دو محور اصلی یعنی «بازی‌های رایانه‌ای، کنسولی و گیم‌نت» و «وقایع فراغت موجود و ترجیحات واقعی» ارائه می‌شود.

بازی‌های رایانه‌ای، کنسولی و گیم‌نت

طیف‌بندی طرفداران و مخالفان

بازی‌های مبتنی بر فناوری‌های جدید یکی از عرصه‌های مهمی است که تجلی مفهوم قدرت کاذب در آن پیگیر می‌شود. سه دسته از نوجوانان تقسیم‌بندی می‌شوند که عبارت‌اند از: «طرفداران سرسخت»، «طرفداران معتدل» و «مخالفان».

گروه اول، با اتخاذ نگرشی «احساسی-عقلانی» بازی را جزء جدایی‌ناپذیر از زندگی یک نوجوان می‌دانند و دورشدن از آن را همراه با تبعات روانی برای خود ذکر می‌کنند. گروه خوردن هویت مصرفی آن‌ها با بازی یکی از دلایل انگیزشی برای آن‌هاست. گروه دوم، با نگرشی «عقلانی-احساسی» به بازی می‌نگرند و آن را نیازی موقتی می‌دانند. گروه سوم، با نگرشی «عقلانی» بازی را فعالیتی عبث و برهم‌زننده واقعیت و مجاز تلقی می‌کنند و هنگامی که از تجربه خود از بازی می‌گویند، بعضاً احساس ندامت می‌کنند و آن را موجب اتلاف وقت، لذت‌های آنی و بی‌ارزش و سرشار از احساسات کاذب می‌دانند. دختران عمدتاً در طیف دوم و سوم قرار دارند و پسران در همه طیف‌ها جای می‌گیرند.

دختران برای تمایزگذاری خود با پسران، بسیاری از بازی‌ها را پسرانه تلقی می‌کنند؛ به‌گونه‌ای که از تجربه خود با مفاهیمی همچون حس پسرانه بودن یاد کرده‌اند. به‌عبارت دیگر،

برخلاف تصور نسبت احساسی به دختران و عقلانی به پسران، بازی‌های رایانه‌ای و کنسولی کلیشه‌مذکور را در هم شکسته و آن را بازتعریف کرده است. پسران بیشتر از روی احساس و برای کسب هیجان، نشاط یا تخلیه‌خشم بازی می‌کنند و ایده‌های تخیلی بیشتری از آن کسب می‌کنند. در مقابل، دختران موضع استقلال شخصیتی را با تکیه بر ضرورت اتخاذ نگرش عقلانی بیشتر حفظ می‌کنند.

«کلش» که خیلی مثلاً به ذره احساس پسر بودن بهم دست می‌داد [با حالت خنده]... فضاش واقعاً پسرانه بود. فضا به فضای خیلی جنگی داشت؛ یعنی همش درگیر این بودم که مثلاً این قلعه رو من خردش کنم، این جوری کنم، احساس انتقام به آدم می‌داد.

پدیده خودداری از بازی کردن یکی از موضوعات تأمل‌برانگیز است. عواملی همچون کنترل حس پرخاشگری به والدین، ترس از والدین، حفظ اخلاقیات، مصون ماندن از تبعات ایدئولوژیک، محدودیت‌های والدین و نگرانی از تبعات مخرب بازی به امتناع از بازی منجر می‌شود. بنابراین، طیفی از خودکنترلی تا موانع بیرونی را شامل می‌شود. در اینجا تقابلی میان گروه مخالفان بازی با گروه بی‌علاقه به بازی وجود دارد. همان‌طور که ذکر شد، گروه اول کناره‌گیری خودخواسته و عامدانه از بازی دارند. گروه بی‌علاقه بازی را برای هم سن و سال خود ضروری و طبیعی می‌دانند، اما خود را به دلایل شخصی معاف کرده‌اند. در برخی مواقع، بازی نکردن در میان پسران با برچسب دختر بودن همراه می‌شود. یکی از نوجوانان پسر در پی بی‌علاقگی به بازی، از برچسب «آدم فضایی» برای خود استفاده می‌کرد. اساساً، مهم‌ترین مسئله منضم با بازی‌های رایانه‌ای، کنسولی یا «گیم‌نت» اوقات فراغت است.

بازی، نه [انجام نمی‌دم]، این عادی، من غیرعادی... یعنی خیلی بهم گفتن چرا؛ یعنی واقعاً بازی نمی‌کنی؟ ... آدم فضایی [با حالت خنده]... این رو بهم گفتن.

جدول ۲. وضعیت ذهنی- کنشی در طیف‌بندی طرفداران و مخالفان

طیف‌ها	طرفداران سرسخت، طرفداران معتدل و مخالفان
استراتژی‌های ذهنی و کنشی	احساسی- عقلانی، عقلانی- احساسی و عقلانی
برساخت‌های جنسیتی	پسرانه تلقی شدن بازی‌های جدید فناورانه
تغییر کلیشه‌های جنسیتی	هیجانی و احساسی تر شدن پسران نسبت به دختران
پدیده فاصله‌گذاری با عرف	امتناع از بازی با فناوری‌های جدید (به دلایلی از خودکنترلی تا موانع بیرونی)
نتیجه فاصله‌گیری	برچسب‌زدن به فرد

اهداف و زمینه‌ها: سه گانه قدرت، هویت و الگوبرداری

فارغ از مفاهیمی مانند انگیزه و نیاز به رشد در تمایل کنشگران به بازی، که مستلزم مباحث روان‌شناسانه است، بازی می‌تواند حامل «قدرت پیامدی» باشد؛ یعنی بازی نه به هدف کسب «قدرت»، اما پدیدآورنده «حس قدرت» به‌عنوان پیامد بازی تلقی شود. حس قدرت شاکله‌ای

موقتی‌تر، لذت‌بخش‌تر، ارضاکنده‌تر، تجربه‌پذیرتر و تکرارپذیرتر است. برخی از نوجوانان حس قدرت را طبیعی دانسته‌اند، زیرا معتقدند انسان اساساً میل به برتری‌طلبی دارد. به عبارت دیگر، بازی به منزله منبع سهل‌الوصول حس قدرت است. این حس در هر دو جنس وجود دارد، اما در پسران بیشتر است.

حس رقابت، خیلی لذت‌بخش بوده، خودم رو برتر می‌دونم؛ مثلاً طرف مثلاً همین دوست‌هام... انسان دوست داره برتری رو، اون هم برتریه دیگه.

هدف از بازی کردن ممکن است طیفی از سرگرمی و تفنن صرف تا درگیرشدن با تمام اشتیاق را شامل شود. دستاورد بازی نیز از اتلاف وقت تا کسب تجربه، محاسبه‌پذیری، مدیریت و برنامه‌ریزی متغیر است. بازی بستری را فراهم می‌کند تا کنشگر نوجوان بتواند فارغ از محدودیت‌های ساختاری خانواده یا جامعه، اخلاق و رفتار بدون حصر و مرزی را تجربه کند و به آزادی غیرواقعی دست یابد. این موضوع درباره بازی‌های اکشن مصداق بیشتری دارد. حس قدرت زمانی اوج می‌گیرد که به نوجوانان تجربه مجازی دست و پنجه نرم کردن با چالش‌های مجازی را می‌دهد.

بازی کردن نوعی شیوه تمایزگذاری با سایر دوستان تلقی می‌شود. گیمر^۱ بودن هویتی ارزنده برای پسران است. اینکه او را به‌عنوان یک قهرمان و برنده بازشناسی کنند حس برتری را ایجاد می‌کند. یکی از بسترهای انگیزاننده برای بازی یا رفتن به «گیم‌نت» وجود یک مشوق هم‌سن به‌مثابه رقیب است. بسیاری از نوجوانان (پسران و دختران) تجربه رقابت را یکی از ناب‌ترین لحظات به هنگام بازی از جمله بازی‌های آنلاین تلقی کرده‌اند. هزینه این رقابت ممکن است کدورت میان دوستان و اختلافات جزئی باشد. پسران بر سر نتیجه بازی شرط‌بندی می‌کنند و هر آنچه را که نتیجه بازی باشد می‌پذیرند. پس، شق جدیدی از قدرت، یعنی «قدرت ریسک‌پذیری»، قدرتی هویت‌بخش و تمایزآفرین است. این نوع از قدرت قرابتی تنگاتنگ با حس موفقیت و پیروزی دارد. بازی کردن روحیه جسارت و امیدواری را فراهم می‌کند.

گیم‌نت که می‌گم، بیشتر واسه حس رفاقتی بود... یه حسیه که تونستم موفق بشم تو یه بازه‌ای، تا دفعه بعدی که بازی کنی، فعلاً من رو به‌عنوان یه برنده می‌شناسن... خیلی حال می‌کنم دیگه.

الگوگرفتن از بازی‌ها می‌تواند مرز فضای مجازی را به فضای واقعی بکشاند و آن را متجسم و متبلور کند. الگوبرداری طیفی از الگوهای عینی تا ذهنی را شامل می‌شود؛ مثلاً، یکی از نوجوانان پسر چیدمان اتاق خود را از بازی «کلش آو کلنز» الگوبرداری کرده است. الگوبرداری رفتاری در بازی‌های ورزشی بیشتر است؛ مثلاً برای فوتبال، بسکتبال یا فنون رزمی کاربرد

1. gamer

داشته است. به لحاظ ذهنی و فکری نیز یادگیری همکاری، نظم و تحمل پذیری از دستاوردهای بازی بوده است. این پیامدهای مطلوب استقلال و آزادی شکل دادن به شخصیت، تفکر و کنش‌های فرد را در پی دارد. البته باید توجه کرد که اکثر نوجوانان به تمایز دنیای بازی و دنیای واقعی آگاه‌اند و معتقدند این والدین هستند که تصور صحیحی از آن‌ها ندارند. به هر حال، الگوبرداری نزد پسران بیش از دختران است.

از «کلش آو کلنز» الگوی اتاقم رو گرفتم... کامپیوترم رو گذاشتم یه گوشه، دورتادورش چیز گذاشتم، مثلاً کتاب و چیزمیز... بعد، این عین «هیدن تسلا» دورتادور اتاقم چیزه، عوده، عود گذاشتم.

جدول ۳. چندسویگی مفهومی قدرت، هویت و الگوبرداری

پیامد ثانوی فراغت با فناوری‌ها	«قدرت پیامدی» و «حس قدرت»
ماهیت ساختاری حس قدرت	موقتی، لذت‌بخش، ارضاکنده، تجربه‌پذیر و تکرارپذیر
تفاوت جنسیتی در مکانیزم قدرت	گرایش بیشتر پسران به دختران
هزینه/ فایده	طیفی از اتلاف وقت تا کسب تجربه، محاسبه‌پذیری، مدیریت و برنامه‌ریزی
رهاورد هویتی	«گیم» بودن به‌عنوان هویتی ارزنده برای پسران و «قدرت ریسک‌پذیری» برای هر دو جنس
تفاوت جنسیتی در الگوبرداری	پسران بیش از دختران

اوقات فراغت موجود و ترجیحات واقعی

سنخ‌یابی فراغت‌ها: انواع و زمینه‌های شکل‌گیری

سه گرایش عمده میان نوجوان نسبت به اوقات فراغت وجود دارد: ۱. اوقات فراغت بیرون‌محور؛ ۲. اوقات فراغت فناوری‌محور؛ ۳. اوقات فراغت با محوریت هر دو. فعالیت‌های بیرونی همراه با دوستان شامل ورزش (فوتبال، بسکتبال، والیبال و پینگ‌پونگ)، سینما و تئاتر، رفتن به رستوران با دوستان، کمپ‌زدن در طبیعت و گردهمایی‌های دوستانه است. تعدادی نیز فعالیت‌های بیرونی همراه با خانواده را مطرح کرده‌اند. بنابراین، فراغت بیرون‌محور بر دو دسته دوست‌محور و خانواده‌محور است. شمار زیادی از نوجوانان اوقات فراغت بیرون‌محور را ترجیح خود دانسته‌اند. این موضوع درباره دختران چشمگیرتر است. البته اکثر نوجوانان بر تمایز شرایط واقعی و شرایط ایده‌آل برای داشتن اوقات فراغت تأکید کرده‌اند؛ مثلاً محدودیت‌ها و ممانعت‌های والدین یا مسئله دوست خوب شرایط ایده‌آل را تغییر می‌دهد و نوجوان را ناگزیر به گزینش یکی به نفع دیگری می‌کند. مسئله دوست‌یابی عاملی مهم در اظهارات دختران و پسران نوجوان معرفی شده است.

تجربه آسیب‌دیدن از دوست بد، نداشتن دوست خوب، در دسترس نبودن همیشگی دوست، نوع شخصیت و رفتار دوست و اعتماد به دوست از موضوعات جدی برای نوجوانان بوده است. بالتبع، آن‌ها به‌ناچار به تلفن همراه یا بازی‌های رایانه‌ای و کنسولی متمایل می‌شوند. یکی از پسران نوجوان با استفاده از اصطلاح «بیچه کوجه» قصد داشت تا خود را از برخی خصوصیات اخلاقی منفی مندرج در آن مفهوم مبرا کند. پس، لزوماً دلیلی متقن برای اثبات برتری یا امتیاز فراغت بیرون‌محور در دست نیست.

من با بچه‌ها نمی‌تونم برم بیرون. من خودم از دوستانم خیلی ضربه دیدم. خیلی ضربه دیدم [با حالت تأکید]؛ یعنی ضربه‌ای دیدم که به هر کسی می‌گفتم، می‌گفت آره بابا، حق داری... «پس» [بازی کنسولی فوتبال] رو انتخاب می‌کنم.

یکی از قطب‌بندی‌های مندرج در مطالب نوجوانان مسئله همیشگی بودن یا نبودن اوقات فراغت با فناوری یا با دوستان است. برخی از آن‌ها فراغت فناوری‌محور را همیشگی و فراغت بیرون‌محور با دوستان را مقطعی دانسته‌اند و از این‌رو دومی را انتخاب می‌کنند. برعکس این استدلال نیز وجود دارد؛ یعنی بودن با دوستان همیشگی است، اما لذت استفاده از فناوری‌ها اندک است.

از سهم علاقه به فناوری‌ها به‌منزله ابزار سرگرمی نمی‌توان غفلت کرد. امکان قرار گرفتن به‌جای شخصیت‌ها، لذت‌بردن بیشتر یا جذابیت بیشتر از دلایل انتخاب فراغت فناوری‌محور است. زمینه‌هایی همچون منقضی شدن دوره بازی‌های دسته‌جمعی، وابستگی به فناوری یا کشش فناوری‌ها نیز تأثیری تعیین‌کننده دارند. دلایلی افراطی همچون نزدیک‌تر بودن سرگرمی‌های فناوری‌محور به واقعیت قابل شناسایی است. وابستگی و علاقه شدید نوجوانان به فراغت فناوری‌محور ایده «فناوری به‌منزله دوست» را پیش می‌کشد.

در مقابل، دلایلی برای رجحان اوقات فراغت بیرون‌محور وجود دارد. هیجان بیشتر، لذت ماندگارتر، تحرک فیزیکی، حضور در اجتماع، امکان بروز احساسات به‌طور واقعی، مشارکت با دوستان، کسب انگیزه‌های بیشتر و قرار داشتن در فضایی آکنده از صمیمیت از آن دلایل است. زمینه‌هایی همچون بی‌حوصله شدن از فناوری‌ها، تصنعی بودن و لذت آنی آن‌ها، بی‌تحرکی، استرس ناشی از بازی‌های رایانه‌ای، بی‌علاقگی به ماندن در خانه، ترجیح روابط واقعی به مجازی و مصون ماندن از انزوا را نیز باید در کنار دلایل مذکور در نظر گرفت. همچنین، دور ماندن از مشاخره با والدین یا خواهر و برادر نیز از عوامل انگیزاننده برای فراغت بیرون‌محور است.

گروه سوم، که هر دو فراغت را انتخاب می‌کنند، تمایل به میانه‌روی در هر دو یا وابسته بودن به شرایط روحی در لحظه انتخاب فراغت را برخی از ملاک‌ها معرفی کرده‌اند. اظهارات درخور تأملی نیز وجود دارد؛ مثلاً، یکی از نوجوانان انتخاب فراغت فناوری‌محور را مناسب برای زمان نیاز به تنهایی معرفی کرده است. به‌عبارت دیگر، فناوری می‌تواند محتوای تنهایی نوجوان را به‌خود اختصاص دهد. همچنین، یکی از نوجوانان معیار قدرت را برای انتخاب نوع فراغت خود

مطرح کرده است؛ یعنی در هریک از فراغت‌ها که امکان پیروزی و حس قدرت دسترس‌پذیرتر باشد، انتخاب او را شکل می‌دهد. از این ایده مفهوم «قدرت‌طلبی از فراغت» استخراج‌پذیر است. مشابه این استدلال در یکی دیگر از اظهارات وجود دارد؛ ترس از غلبه یکی از دوستان بر نوجوان در بازی‌های بیرون‌محور می‌تواند او را از حضور باز دارد.

اگه بخوام تنها باشم، با پلی‌استیشن بیشتر، ولی اگه با دوستانم باشم، دوست دارم برم پارک فوتبالی، پینگ‌پونگی...

راحت‌تره فضای مجازی... همین که چشم تو چشم کسی نیستی، یه جور اون قدرت ترس و ابهته خیلی کمتره.

گروه سوم مشتمل بر دو دسته از نوجوانان است: دسته اول، نگرشی تکمیلی به فراغت فناوری‌محور و بیرون‌محور دارند و دسته دوم به شکل نوینی از فراغت فناوری-دوست-محور اشاره کرده‌اند. فراغت اخیر در دو جا پدیدار می‌شود: ۱. گیم‌نت‌ها؛ ۲. در خانه به هنگام بازی‌های کنسولی با حضور دوستان. فراغت فناوری-دوست-محور بر رقابت و هیجان حضور در جمع دوستان مبتنی است، اما با واسطه فناوری امکان‌پذیر می‌شود.

جدول ۴. سنخ‌یابی فراغت‌ها و ملاحظات ترجیحی و تحمیلی بودن در آن

اوقات فراغت بیرون‌محور، اوقات فراغت فناوری‌محور و اوقات فراغت با محوریت هر دو	گرایش‌های عمده
دوست‌محور و خانواده‌محور	عمده‌ترین فراغت‌های بیرون‌محور
ترجیح اوقات فراغت بیرون‌محور برای هر دو جنس به‌ویژه دختران	تفاوت جنسیتی اولیه
محدودیت‌ها و ممانعت‌های والدین یا مسئله دوست خوب (دوست‌یابی)	چالش‌های فراغت‌های بیرون‌محور (تفاوت‌های جنسیتی ثانویه)
محدودیت بیشتر برای دختران	
انتساب ویژگی همیشگی بودن به فراغت فناوری‌محور یا فراغت بیرون‌محور؟	پارادوکس دیدگاه‌ها
اعتقاد بیشتر دختران به ایده اول و پسران به ایده دوم	
اعتقاد به ایده‌هایی همچون فناوری به‌منزله دوست و قدرت‌طلبی از فراغت	نمونه‌های افراطی
باور به ایده فراغت فناوری-دوست-محور	دیدگاه بدیل در هر دو جنس

مسئله محدودیت ساختاری مضاعف دختران

دختران تمایل بیشتری به فراغت بیرون‌محور دارند. البته ممکن است این «تمایل» غیر از وضع موجود باشد. پسران وابستگی بیشتری به فراغت‌های فناوری‌محور دارند. برخی از دختران بازی‌های رایانه‌ای و کنسولی را پسرانه تلقی می‌کنند. شاید برساخت پسرانه‌بودن فناوری‌های

سرگرمی محور به تمایل دختران نسبت به فراغت‌های بیرونی دخیل و مرتبط باشد. این در حالی است که اصولاً آزادی پسران برای حضور بیرون از خانه بیشتر از دختران فراهم است. بنابراین، نوعی محدودیت ساختاری مضاعف برای اوقات فراغت دختران به وجود می‌آید؛ آن‌ها از یک طرف فراغت فناوری محور را پسرانه می‌دانند و کمتر به آن متمایل‌اند و از طرف دیگر، علاقه بیشتری به فراغت بیرونی نشان می‌دهند، در حالی که بستر آن همواره برایشان فراهم نیست. از این رو، چالش برای اوقات فراغت دختران بیشتر حس می‌شود، اما مسئله تمایل به بیرون آمدن از خانه برای آن‌ها به قوت خود باقی است. چنین به نظر می‌رسد که ریشه این تمایل به محرومیت یا محدودیت آن‌ها از فراغت آزادانه بیرون محور مربوط است. نتیجه آن محرومیت یا محدودیت، به شکل‌گیری نیازی نهفته اما برجسته‌تر منجر شده است.

جدول ۵. مکانیزم محدودیت ساختاری مضاعف برای دختران

تمایل واقعی دختران	انتخاب فراغت بیرون محور به دور از ملاحظات وضع موجود در جامعه
استراتژی ذهنی دختران	پسرانه تلقی کردن فراغت‌های فناوری محور
چالش (واقعیت موجود)	آزادی بیشتر پسران برای حضور بیرون از خانه نسبت به دختران
نتیجه	ناگزیر شدن در انتخاب فراغت‌های فناوری محور

نتیجه و بحث

در بازگشت به مسئله مرکزی پژوهش و در پرتو اهداف و رویکرد تحلیلی اتخاذشده، به نظر می‌رسد تمرکز بر چند موضوع لازم است:

– **فهم واقعیت موجود فراتر از دیدگاه‌های دوگانه:** گرایش اوقات فراغت نوجوانان به فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی هم متأثر از تغییرات کلان در بافت اجتماعی و هم به دنبال چارچوبی از شرایط و موقعیتی که کنش در آن انتخاب می‌شود بوده است. اساساً کنش در چارچوبی وسیع‌تر از تغییرات، نیازها یا فشارهای اجتماعی شکل می‌گیرد که پهنه‌ای از محدودیت‌های والدین و انگیزه‌های گروه همسالان تا اقتضائات جامعه را شامل می‌شود. براساس رویکرد «فناوری اجتماعی»، عرصه‌ها و شئون مختلف از زندگی اجتماعی با فناوری عجین شده است. اوقات فراغت یکی از این عرصه‌هاست. این واقعیت بر روند شرایط کنش منطبق است و الزاماً بر ترجیح کنشگران منطبق نیست. تفسیر یافته‌ها در این مقاله نشان می‌دهند که در بیشتر مواقع پسران و دختران همچنان اوقات فراغت بیرون محور (دوستانه یا خانوادگی) را ترجیح می‌دهند، اما به دلیل موقعیت و زمینه اجتماعی فراغت‌های فناوری محور بر مجموعه گزینه‌های انتخاب کنش تحمیل می‌شود.

– **شکل‌گیری سلوک جدید برای هویت نوجوانان:** گسترش و رواج فناوری‌های جدید میان نوجوانان باعث می‌شود آن‌ها به دنبال ماندگاری باشند؛ به این معنا که فناوری به یک پدیده

هویتی برای آن‌ها تبدیل می‌شود. این وسایل برای آن‌ها عمدتاً جنبه سرگرمی- آموزشی دارد و در مواردی نیز تقویت سواد و مهارت فناورانه در اولویت قرار می‌گیرد. در اختیار داشتن فناوری نوعی مصرف جمعی برای گروه همسالان محسوب می‌شود که در برخی از مواقع به بیشتر شدن هم‌گرایی درون‌گروهی نیز کمک می‌کند. پیوند اوقات فراغت با فناوری‌های جدید به شکل‌گیری سلوک جدیدی میان نوجوانان انجامیده؛ تا جایی که یکی از آیین‌های گذار برای اکثر نوجوانان، هم‌نشینی و مجالست با فناوری‌های جدید خانه‌محور است؛ مثلاً این واقعیت در تحلیل فعالیت فراغتی پسران در گیم‌نت‌ها آشکار می‌شود.

- تقویت کنشگری فراتر از فعالیت‌های فراغتی: فناوری می‌تواند بخشی از کنش‌های مورد علاقه فرد را، که در زندگی واقعی مجالی برای بروز نداشته‌اند، آشکار کند؛ مانند توانایی‌های نهفته یا زیرینی که با تحریک فناوری‌ها فعال می‌شوند. این مکانیزم برای نوجوان لذت‌بخش، هویت‌ساز و توأم با حس قدرت است. پسران بیشتر در معرض پیامد اخیرند. نوجوانان عمدتاً در پی استفاده‌ای هستند که بخشی از آن شامل یادگیری، لذت، سرگرمی، تفنن، وقت‌گذرانی یا حتی رفع خستگی در زمان استراحت است. امتیازاتی مانند تقویت اجتماعی شدن از طریق برخی بازی‌ها یک امتیاز به حساب می‌آید؛ اگرچه تلاقی شخصیت مصرفی و لذت‌گرایی نوجوان با ساختار محدودکننده فناوری ممکن است از نشاط و پویایی کنش بکاهد و به انزوا از محیط خانه منجر شود.

- چالش‌های اجتماعی بر سر راه اوقات فراغت: معضل اوقات فراغت نوجوانان ایرانی در تفسیر نتایج، به‌ویژه برای دختران، حائز اهمیت است. فراغت‌های بیرون‌محور که در گذشته نیز بیشتر رواج داشتند، نیازمند شرایط و اقتضائاتی برای شکل‌گیری‌اند، اما فراغت‌های فناوری‌محور عمدتاً مهیا و در معرض آنان است. به‌علاوه، نگرانی‌های اخلاقی والدین نسبت به تصور از «بیرون‌خانه» واقعیت اجتماعی مذکور را برجسته‌تر می‌کند. برخی از نوجوانان نیز به مسئله‌برانگیز بودن محیط بیرون خانه معترف‌اند. یکی از زمینه‌های اعتیادآور بودن بالقوه فناوری‌های سرگرمی‌محور نیز همیشه در دسترس بودن آن‌هاست. در مجموع، طبق یافته‌ها، دلیلی برای برتری فراغت بیرونی نسبت به فناوری‌های سرگرمی‌محور از دیدگاه نوجوانان وجود ندارد.

- تفاوت‌های جنسیتی در اوقات فراغت پس از تغییرات فناورانه جدید: در شرایط کنونی، برخی از تفاوت‌های جنسیتی درباره اوقات فراغت به‌دلیل اقتضای جامعه اطلاعاتی ایرانی رنگ باخته‌اند، اما در مواردی نیز این تفاوت‌ها باید هم‌زمان با دوگانۀ مفهومی «ترجیح/تحمیل» تحلیل شوند تا درک واقع‌بینانه‌تری از مسئله شکل بگیرد. نتایج و تفسیر یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهند:

۱. این برساخت که بازی‌های جدید فناورانه عمدتاً پسرانه تلقی می‌شوند، مانع مستحکمی برای دختران نیست؛ اما به‌رحال پسران به‌منظور کسب هویت، ادغام در جمع همسالان و اقتضائات

روانی و فردی بازی‌های فناورانه را جدی‌تر دنبال می‌کنند. به‌همین دلیل و برخلاف کلیشه‌های موجود، پسران احساسی و هیجانی‌تر از دختران در مواجهه با این بازی‌ها عمل می‌کنند.

۲. علاوه بر کسب لذت و وقت‌گذرانی، دستاوردهای پسران از فراغت‌های فناوری‌محور به‌سمت تجربه شقوقی خاص و محدود از قدرت نیز نزدیک می‌شود. البته هر دو جنس قدرت ریسک‌پذیری را دریافت می‌کنند، اما سهم پسران در الگوگیری از بازی‌ها بیشتر است.

۳. هر دو جنس اوقات فراغت بیرون‌محور را به‌منزله یک ترجیح معرفی می‌کنند، اما در عمل، شرایط و اقتضات اجتماعی و فشارهای بیرونی این امکان را بیشتر برای پسران محقق می‌کند. محدودیت‌ها و ممانعت‌های والدین برای دختران بیشتر است.

۴. به‌دنبال موارد ذکرشده، نوعی محدودیت مضاعف برای اوقات فراغت دختران شکل می‌گیرد. بنابراین، در مسئله ادغام فناوری‌های جدید با اوقات فراغت نوجوانان می‌توان اذعان داشت که هر دو جنس با «ترجیح» و «تحمیل» مواجه‌اند؛ با این توضیح که مکانیزم شرایط و بستر انتخاب برای آنان به‌طور متفاوتی شکل می‌گیرد. در این مکانیزم، پسران به وضعیت کنشی «ترجیح-تحمیل» و دختران به وضعیت کنشی «تحمیل-ترجیح» نزدیک‌ترند.

منابع

- [۱] برتون، فیلیپ (۱۳۸۲). *آیین اینترنت*، ترجمه علی اصغر سرحدی و همکار، تهران: امیرکبیر.
- [۲] بنت، اندی (۱۳۸۶). *فرهنگ و زندگی روزمره*، ترجمه لیلا جوافشانی و حسن چاوشیان، تهران: اختران.
- [۳] بهرامی کمیل، نظام (۱۳۹۱). *نظریه رسانه‌ها: جامعه‌شناسی ارتباطات*، تهران: کویر.
- [۴] بیات، قدسی؛ شهابی، محمود (۱۳۹۱). «شبکه‌های اجتماعی مجازی و کاربران جوان؛ از تداوم زندگی واقعی تا تجربه جهان‌وطنی»، *مجلس و راهبرد*، ش ۶۹، ص ۱۵۱-۱۸۲.
- [۵] جوما، ماگدالن این. (۱۳۸۴). «فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات و موضوع جنسیت»، در: یونسکو، *جامعه اطلاعاتی در آینده پژوهش*، ترجمه محمود اسماعیل‌نیا، تهران: کمیسیون ملی یونسکو، ص ۱۳-۳۶.
- [۶] دامن، ویلیام (۱۳۸۴). *دگرگونی‌های اجتماعی در یک جامعه اطلاعاتی*، ترجمه محمد توکل و ابراهیم کاظمی‌پور، تهران: کمیسیون ملی یونسکو.
- [۷] رستگارخالد، امیر و همکاران (۱۳۹۵). «تأثیر فناوری‌های جدید بر اوقات فراغت و سرمایه اجتماعی جوانان»، *مطالعات فرهنگ ارتباطات*، ش ۳۳، ص ۱۲۶-۱۴۶.
- [۸] قاسمی، وحید و همکاران (۱۳۹۲). «تأثیر تفاوت‌های جنسیتی در استفاده از کالاهای فرهنگی و نحوه گذراندن اوقات فراغت»، *مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان*، ش اول، ص ۹۳-۱۲۴.
- [۹] کاستلز، مانوئل؛ اینس، مارتین (۱۳۸۴). *گفت‌وگوهای با مانوئل کاستلز*، ترجمه حسن چاوشیان و لیلا جوافشانی، تهران: نی.
- [۱۰] گیبینز، جان؛ ریمر، بو (۱۳۸۱). *سیاست پست‌مدرنیته*، ترجمه منصور انصاری، تهران: گام نو.

- [۱۱] لادریر، ژان (۱۳۸۰). *رویارویی علم و تکنولوژی با فرهنگ‌ها*. ترجمه پروانه سپرده، تهران: مؤسسه پژوهشی فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- [۱۲] معمار، ثریا؛ قربانی، فاطمه (۱۳۹۲). «تجارب زیسته والدین دانش‌آموزان دختر متوسطه در خصوص آسیب‌های فرهنگی اینترنت»، *پژوهش‌های ارتباطی*، ش ۳، ص ۱۲۹-۱۵۴.
- [۱۳] منادی، مرتضی (۱۳۸۶). «اوقات فراغت و چالش‌های جهانی شدن: مقایسه دو نسل»، *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، ش ۸، ص ۱۳۱-۱۶۶.
- [۱۴] مهدی‌زاده، سید محمد (۱۳۹۳). *نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی*، تهران: همشهری.
- [۱۵] میروویتز، جاشوا (۱۳۸۷). *رسانه‌ها و رفتار: حلقه مفقوده در نظریه‌های ارتباطات*، ترجمه گودرز میرانی، تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- [۱۶] نیکو، مینو و همکاران (۱۳۸۱). *شناخت مخاطب تلویزیون: با رویکرد استفاده و رضامندی*، تهران: سروش.
- [۱۷] هنسون، جریس؛ نارولا، اوما (۱۳۸۱). *تکنولوژی‌های جدید ارتباطی در کشورهای در حال توسعه*، ترجمه داوود حیدری، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- [18] Allison, Sh. (2013). "Youth & the (Potential) Power of Social Media", *Youth Studies Australia*, 32(3), pp69-73.
- [19] Buckingham, D. & et al. (2008). *Youth, Identity & Digital Media*, Cambridge: MIT.
- [20] Flores, F. (1998). "Information Technology & the Institution of Identity Reflections", *Understanding Computer & Cognition*, 11(9), pp351-372.
- [21] Lahtinen, H. J. (2012). "Young people's ICT Role at Home: A Descriptive Study of Young Finnish People's ICT Views in the Home Context", *QualQuant*, 46, pp581-597.
- [22] Livingstone, S. (2002). *Young People & New Media*, London: Sage.
- [23] Silverstone, R. (1999). *Why Study the Media?*, London: Sage.
- [24] Sangwan, S. (2005). "Virtual Community Success: A Uses & Gratifications Perspective", *The 38th Hawaii International Conference on System Sciences*, US: Shidler College of Business.
- [25] Watne, T. & et al. (2011). "Children as Agents of Secondary Socialisation for Their Parents", *Young Consumers*, 12(4), pp285-294.
- [26] Williams, R. (1983). *Towards 2000*, London: Chatto & Windus.
- [27] Wyatt, S. & et al. (2000). *Technology & In/equality: Questioning the Information Society*, London & New York: Routledge.
- [28] <http://atlas.tehran.ir>.
- [29] <http://tmicto.tehran.ir/Portals/0/Document/Amarname/AmarShahr93/index.html>.
- [30] https://www.ict.gov.ir/ICTContent/media/image/2015/07/23143_orig.pdf.