

جایگاه فضای مجازی اینترنت و فضای باز شهری در الگوی فراغتی نوجوانان امروزی (مطالعه‌ی موردی: نوجوانان محله‌ی رجایی شهر کرج)

میترا حبیبی^۱، فائزه بهنامی فرد^۲

چکیده

فضاهای باز شهری و محله‌ای، با ایفای نقشی حیاتی در رشد اجتماعی نوجوانان، باید بخش عمده‌ای از زمان و محیط زندگی روزمره‌ی آنان را بویژه برای رفع نیاز به تعامل با همسالانشان، به خود اختصاص دهند. در سال‌های اخیر، با تأثیر توسعه‌ی تکنولوژی بر الگوی فراغتی نوجوانان، این پتانسیل وجود دارد که آن‌ها بدون جابجایی فیزیکی یا حضور در فضاهای شهری، بتوانند فضایی مجازی برای رفع این نیاز حیاتی خود داشته باشند. بنابراین در پژوهش حاضر با روش پیمایشی، به بررسی جایگاه فضای مجازی اینترنت و فضاهای شهری و مقایسه‌ی دوام و کیفیت حضور نوجوانان محله‌ی رجایی شهر در هر یک از این فضاها پرداخته می‌شود که طی آن، ۲۵۰ نوجوان به روش طبقه‌بندی متناسب انتخاب شده‌اند. یافته‌ها نشان می‌دهد که روزانه ۸۸٪ از نوجوانان در اینترنت، و ۴۷٪ از آنان در فضاهای شهری حضور می‌یابند که بین متغیرهای زمینه‌ای، پایگاه اجتماعی-اقتصادی، امنیت اجتماعی و هویت اجتماعی آنان با میزان حضورشان در این فضاها رابطه‌ی معناداری وجود دارد. اما بین میزان حضورشان در فضای مجازی با متغیرهای جنسیت، امنیت جانی و امنیت مالی رابطه‌ی معناداری به دست نیامد. در مجموع ۵۹٪ از نوجوانان، در ساعات عصر که بهترین بخش از اوقات فراغتشان برای حضور در فضاهای شهری تلقی می‌گردد، مشغول فعالیت در اینترنت هستند و طبق یافته‌های استنباطی،

habibi@art.ac.ir

f_behnami@yahoo.com

تاریخ پذیرش: ۹۵/۵/۵

۱- استادیار گروه شهرسازی دانشگاه هنر تهران

۲- کارشناس ارشد طراحی شهری دانشگاه هنر تهران

تاریخ وصول: ۹۵/۲/۷

هرچه میزان حضور نوجوانان در فضای مجازی بیشتر باشد، از میزان گرایششان به حضور در فضاهای شهری کاسته می‌شود.

واژگان کلیدی: اوقات فراغت، فضای مجازی، اینترنت، فضای باز شهری، نوجوانان، مصرف فضایی، هویت اجتماعی

مقدمه و بیان مسأله

امروزه با تحولات روزافزون ساختار سیاسی- اجتماعی جوامع، از جمله حاکم شدن منطق رسانه که بسیاری از تجربه‌های انسانی را تغییر داده، فراغت نیز به عنوان بخش مهمی از سبک زندگی، از بسیاری جهات تحت تأثیر این تغییرات قرار گرفته است. زیرا صنعت فرهنگ با تولید نیازهای فرهنگی و شکل‌دادن به سلیقه و علائق مردم، اوقات فراغتی را تولید کرده و رواج می‌دهد که با ارزش‌های زیربنایی سرمایه‌داری و منافع آن سازگار باشد (رفعت جاه، ۱۳۹۰). در واقع امروزه فعالیت‌های فراغت و سرگرمی نیز، به عرصه‌ی خصوصی انتقال یافته و تا حد زیادی می‌توانند در خانه و از طریق تلویزیون و اینترنت تأمین شوند (الین^۱، ۱۹۹۶: ۱۴۹).

یکی از مهم‌ترین گروه‌های متأثر از این تحولات سیاسی- اجتماعی، نوجوانان هستند. این گروه از جامعه که در سنین ۱۰ یا ۱۲، تا ۱۹ سالگی (کرتیس^۲، ۲۰۱۵)، و در یکی از مهم‌ترین مراحل رشد شخصیت فردی، تغییرات فیزیکی، بیولوژیکی، روحی و فکری قرار دارند (نیومن و نیومن^۳، ۲۰۱۱)، در مقایسه با سایر گروه‌ها حساس‌تر، آسیب‌پذیرتر و دچار فشار روانی عمیق‌تری هستند و مشارکت آنها در فعالیت‌های فراغتی از اهمیت زیادی برخوردار است زیرا این مفهوم با تأمین بستر اصلی رفتار و رشد نوجوانان (بردلی و اینگلس^۴، ۲۰۱۲)، برای رشد هویت و مشارکت اجتماعی، و کاهش رفتارهای ضد اجتماعی آنها بسیار اهمیت دارد. از یک‌سو آنها را از رفتارهای غیراجتماعی، احساس

- 1- Ellin
- 2- Curtis
- 3- Newman & Newman
- 4- Bradley & Inglis

خستگی و افسردگی دور کرده (دوزنلی^۱ و همکاران، ۲۰۱۰)، و از سوی دیگر نزدیک‌ترین پیوند را با زندگی معنوی و فرهنگی آن‌ها دارد زیرا آن‌ها در سنی قرار دارند که علاقه‌مندی بسیاری به تکیه بر روابط دوستی در اوقات فراغت داشته و همیشه به دنبال انطباق، ارتباط و گذران وقت با دوستانشان هستند تا بتوانند بیشتر درباره‌ی خود و نقش و ارزششان در جامعه بیاموزند. در واقع در ساعات فراغت روزانه‌ی خود، نیاز به فرصتی برای تعاملات اجتماعی با همسالان و به دور از سایر گروه‌های سنی دارند (فون‌بریدو^۲، ۲۰۰۶).

در مجموع، با توجه به تحولات الگوی فراغتی نوجوانان امروزی تحت تأثیر اینترنت و همچنین اهمیت ویژه‌ی فضای شهری در رشد شخصیت و هویت آن‌ها، نوشتار حاضر می‌کوشد تا از رهگذر بررسی الگوی گذران اوقات فراغت نوجوانان ۱۲ تا ۱۹ ساله و برجسته‌سازی جایگاه فضای مجازی اینترنت و فضاهای باز شهری در این الگو، به مقایسه و بررسی دوام و کیفیت حضور نوجوانان در هریک از این فضاها، ارتباط احتمالی این دو مقوله با یکدیگر و برخی عوامل جامعه‌شناسی مؤثر بر آن بپردازد.

پیشینه‌ی تحقیق

اولین بار در سال ۱۹۷۷ در پژوهش «بزرگ شدن در شهرها» به مطالعه‌ی گروهی از نوجوانان در شهرهای مختلف پرداخته شد تا اهمیت تعامل روزانه با فضاهای شهری به عنوان منابع حیاتی برای رشد از مرحله‌ی نوجوانی به بزرگسالی مشخص شود. سپس از اواسط دهه‌ی ۹۰، محققان گرایش بیشتری به تحقیق در این زمینه و مطالعه عوامل مؤثر بر انزوای نوجوانان از فضای عمومی، پیدا کردند (تراولو^۳، ۲۰۰۳: ۳). در دهه‌ی اخیر نیز محققان خارجی متعددی نیازها و تجربه‌ی روزانه‌ی نوجوانان در شهر و فضاهای آن را بررسی نموده‌اند (مانند: دوزنلی و همکاران، ۲۰۱۰؛ تراولو، ۲۰۰۳؛ فون‌بریدو، ۲۰۰۶؛ کوهن^۴ و همکاران، ۲۰۰۶).

- 1- Duzenli
- 2- von Bredow
- 3- Travlou
- 4- Cohen

در زمینه‌ی بررسی میزان استفاده‌ی نوجوانان و جوانان از اینترنت نیز تاکنون پژوهش‌های متعددی در داخل و خارج از کشور صورت گرفته است (مانند: محمدپور، ۱۳۹۳؛ گروس^۱، ۲۰۰۴؛ سکادس ویا^۲ و همکاران، ۲۰۱۴؛ وینک^۳ و همکاران، ۲۰۱۵؛ لنهارت^۴، ۲۰۱۵). از بین پژوهش‌های داخلی صورت گرفته در دهه‌ی اخیر می‌توان به بررسی پاک‌سرشت (۱۳۸۵) اشاره کرد که در پژوهش خود به بررسی تعامل بین تجربه‌های آنلاین و غیرآنلاین در سبک‌های مختلف فراغتی و عوامل دخیل در آن پرداخته است. طبق یافته‌های این پژوهش، فراغت آنلاین در همه‌ی سبک‌های فراغتی، تداوم تجربه‌های فراغت غیرآنلاین است. علاوه بر این، پاک‌سرشت و نوری‌نیا (۱۳۸۶) در پژوهشی دیگر در پاسخ به اینکه استفاده از اینترنت چه تأثیری بر میزان اختصاص یافته و الگوی انجام فعالیت‌های فراغتی نوجوانان و جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله برجای گذاشته است، به این نتیجه دست یافتند که کاربرد اینترنت بر رفتارهای فرهنگی و فراغتی (سرگرم‌کننده) و فعالیت‌های فراغتی اجتماعی (روابط دوستانه)، تأثیری ترغیب‌کننده دارد. رئیسی (۱۳۸۶) نیز در بررسی نحوه‌ی گذران اوقات فراغت دختران جوان کشورمان ارائه‌ی راهکارهایی برای بهبود کیفیت آن، دریافت که ساعات فراغت آن‌ها بسیار زیاد بوده و بخش غالب آن صرف ماندن در خانه و استفاده از تلویزیون، اینترنت و بازی‌های کامپیوتری می‌شود. طبق یافته‌های زبردست و کلاتری (۱۳۹۲) نیز، بیشترین ابزارهای گذران اوقات فراغت نوجوانان اصفهانی، ماهواره، رایانه (اینترنت و بازی‌های رایانه‌ای) و تلفن همراه است. رضایی و محمدی (۱۳۹۳) نیز به بررسی و تحلیل روایی تجربه‌ی فراغت نسل جوان با تاکید بر رسانه‌های نوین پرداخته و دریافتند که تجربه‌ی رسانه‌ای فراغت، سبب تضعیف ارتباطات واقعی و انتقال ارتباطات به درون شبکه‌های سایبری می‌شود.

در مطالعات خارجی مرتبط نیز، طبق یافته‌های نای و اربینگ^۵ (۲۰۰۲) هرچه میزان

-
- 1- Gross
 - 2- Secades-Villa
 - 3- Vink
 - 4- Lenhart
 - 5- Nie & Erbring

استفاده از اینترنت افزایش می‌یابد، مدت زمان اختصاص یافته به فعالیت‌هایی همچون خرید از مغازه‌ها و تعامل با ترافیک و سفرهای درون‌شهری به این منظور، کاهش یافته و در واقع مدت زمان سپری شده‌ی افراد با انسان‌ها (روابط انسانی) کاهش می‌یابد. یافته‌های بررسی بایرن^۱ و همکارانش (۲۰۰۶) نیز نشان می‌دهد که نوجوانان خردسال‌تر، بیشتر از بزرگسالان در ساعات فراغت خود به فعالیت‌ها و بازی‌های خارج از خانه می‌پردازند، در صورتی که نوجوانان بزرگسال‌تر، عمدتاً مشغول گوش دادن به موزیک، چت و صحبت کردن با دوستان، گردش و تماشای تلویزیون هستند. در پژوهشی دیگر، بردلی و اینگلس (۲۰۱۲) یافته‌اند که پسران بیشتر از دختران به فعالیت فیزیکی و خارج از خانه و بازی‌های کامپیوتری پرداخته، اما دختران بیشتر از پسران به صحبت با دوستان در فضای مجازی و همینطور خرید می‌پردازند. اوپیچ و جورانوویچ^۲ (۲۰۱۴) نیز در پژوهش خود به این نتیجه دست یافته‌اند که بخش غالب اوقات فراغت کودکان و نوجوانان، صرف اینترنت و حضور در فضای مجازی شده و به ندرت صرف فعالیت‌های فرهنگی می‌شود.

هر چند در تحقیقات مذکور به جایگاه استفاده از اینترنت نسبت به سایر فعالیت‌ها در الگوی فراغتی نوجوانان پرداخته شده است، اما آنچه مورد کم‌توجهی قرار گرفته، رابطه‌ی استفاده از این رسانه و حضور در فضای مجازی آن، با تعامل و حضور نوجوانان در شهر و فضاهای باز شهری است که در این نوشتار به آن پرداخته خواهد شد.

اهمیت حضور نوجوانان در فضای شهری

در ادبیات شهرسازی به فضایی مادی با ابعاد اجتماعی و روانشناختی که شکل شهر هندسه آن را تشکیل می‌دهد، فضای شهری می‌گویند (مدنی‌پور، ۱۳۸۷: ۱۳۰). در واقع می‌توان آن‌ها را مهم‌ترین بخش‌های شهر و دربردارنده‌ی نمادهایی دانست که عامل تداوم باورها و ارزش‌های جمعی و مدنی مردم و حاوی میراث فرهنگی تاریخی جامعه هستند. فضاهایی که به عنوان بخشی از ارگانیزم زنده‌ی شهر، مرتبط با شرایط اجتماعی،

1- Byrne

2- Opić & Đuranović

اقتصادی و فنی، در حال تغییر بوده و محیطی اجتماعی، شامل مجموعه‌ای از روابط میان مردم همچون مبادله‌ی انرژی و اطلاعات، ملاقات با هم و گردهمایی هستند که اشکال مختلف انسجام اجتماعی را در فضا متبلور می‌سازند. بنابراین این فضاها عنصر اساسی ساخت شهرند که با قلب و کانون راهبردهای اجتماعی مرتبط می‌شوند (پارسی، ۱۳۸۱). به طور کلی، آنچه که در مورد انواع فضای باز شهری در ادبیات شهرسازی رایج است عموماً شامل میدان، خیابان و پارک می‌شود. برخی افراد، مسیرها، سواحل، کناره‌ها، پله‌ها را نیز بر این فهرست می‌افزایند.

تا قبل از سال‌های اخیر مطالعات کمی در زمینه‌ی نوجوانان و محیط‌های بیرونی صورت گرفته بود. این مسأله حاکی از نادیده گرفته شدن تجربه‌ها و ویژگی‌های فردی سنین نوجوانی، با وجود اهمیت مکان‌های مطلوب در کاهش فشارهای روزانه، ایجاد حس رفاه، صلح و آسایش در این دوره است (دوزنلی و همکاران، ۲۰۱۰). این گروه سنی، درک و شناخت قوی از مکان‌های فیزیکی و واحدهای اجتماعی محیط اطرافشان داشته و گروه مهمی از استفاده‌کنندگان فضاهای باز محلات مسکونی در مقیاس محلی می‌باشند (فان‌فلیت^۱، ۱۹۸۱). بنابراین فضاهای باز محله‌ای و مراکز محلات می‌توانند بخش عمده‌ای از زمان و محیط زندگی روزمره‌ی آنان را به خود اختصاص داده و در تأمین نیازهای اجتماعی و فردی‌شان نقش مهمی داشته باشند (مظفر و همکاران، ۱۳۸۶). از سوی دیگر، فعالیت فیزیکی این گروه در فضاهای شهری، در مقایسه با بزرگسالان بیشتر تابع محیط همسایگی و تجربیات آنان در استفاده از محیط متفاوت از بزرگسالان است (فان‌فلیت، ۱۹۸۱). تحقیقات صورت گرفته نیز نمایانگر تأثیر هر سه بعد (ساختاری، کالبدی و اجتماعی) محله بر رفتارهای فردی آنان بوده و حکایت از نقش مؤثر محیط اجتماعی در خلاقیت نوجوانان، و انتقال آنان به مرحله‌ی بزرگسالی دارند (نیومن و نیومن، ۲۰۱۱). علاوه بر این، نوجوانان برای رشد به عنوان فردی با اعتماد به نفس و با هویت جمعی نیازمند فضاهای عمومی و نیمه‌عمومی هستند تا بتوانند تنوعی از نقش‌های

اجتماعی را در آن مشاهده و تجربه کنند (چاولا و مالون^۱، ۲۰۰۳: ۱۳۸). آن‌ها فعالیت‌های مختلفی در محله انجام داده و اغلب به فرصت‌های تفریحی در فاصله‌ی قابل قبول پیاده‌روی یا دوچرخه‌سواری، محدود شده و دسترسی دارند (کوهن و همکاران، ۲۰۰۶). استفاده‌ی این گروه سنی از فضای باز عمومی، به دلایل مختلفی همچون ملاقات دوستان، سرگرمی و گذران وقت، رایگان بودن، ایجاد دوستی‌های پایدار، پیدا کردن دوستان و ارتباطات اجتماعی جدید و مکانی برای فرار از خانه صورت می‌گیرد (هتزاپولوس و کلانسی^۲، ۲۰۰۷: ۷). آن‌ها در مقایسه با کودکان، اوقات بیشتری را بیرون از خانه و در فضاهای محله با همسالان خود هستند و اصولاً میل تعلق به محله در این سنین ایجاد می‌شود (بردلی و اینگلس، ۲۰۱۲). یکی از گسترده‌ترین ارزش‌های مهم این حس تعلق و حضور و فعالیت در فضای شهری، کمک آن به بچه‌ها برای دستیابی به هویت شخصی است (چاترجهی^۳، ۲۰۰۵).

در مجموع دیدگاه‌های مختلف، نمایانگر درک و شناخت قوی نوجوانان از مکان‌های فیزیکی و واحدهای اجتماعی محیط اطرافشان بوده و حکایت از نقش حیاتی فضاهای شهری و محلی در رشد اجتماعی، فیزیکی و روانی آنان دارند. بنابراین این فضاها باید بخش عمده‌ای از زمان و محیط زندگی روزمره‌ی نوجوانان را برای تأمین اجتماعی و فردی آنان به خود اختصاص دهند.

رسانه‌های نوین در فضای مجازی و کاربرد فراغتی آن برای نوجوانان

امروزه جامعه‌ی بشری به مرحله‌ی جدیدی وارد شده که از آن با عنوان جامعه‌ی اطلاعاتی یاد شده و فروپاشی مرزهای زمانی و مکانی در آن، امکان ارتباط فراقلمرویی را مهیا نموده که منجر به شکل‌گیری فضای مجازی به موازات دگرگونی در عرصه‌ی واقعی شده است. واژه‌ی فضای مجازی نخستین بار در سال ۱۹۸۴ توسط گیسون^۴ به کار گرفته شد و به فضایی اطلاق می‌شود که بر خلاف فضاهای سنتی عمومی در جهان

-
- 1- Chawla & Malone
 - 2- Hatzopoulos & Clancey
 - 3- Chatterjee
 - 4- Gibson

فیزیکی و فراتر از بعد زمان و مکان، به مردم توانایی پیدا کردن راه‌های جدید برای تعامل اقتصادی، سیاسی، و اجتماعی را می‌دهد. به بیان دیگر، در گستره‌ی جهانی فضای مجازی علاوه بر گردش اطلاعات، این فرصت در اختیار سوژه‌ها قرار دارد تا بدون حضور فیزیکی با یکدیگر ارتباط برقرار نمایند (نجف‌قلی و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۹).

مهمترین ابزارهای مورد استفاده در این فضا اینترنت، بازی‌های رایانه‌ای، ماهواره و تلفن همراه هستند. در بین این رسانه‌های نوین، اینترنت که ابتدا یک سرویس اضطراری برای ارتباطات نظامی بود و با عنوان پروژه‌ی آرپانت در وزارت دفاع آمریکا ایجاد شد، مانند رادیو در دهه‌ی ۱۹۲۰ و تلویزیون در سال‌های ۱۹۵۰، امروزه به سرعت به بخشی جدایی‌ناپذیر از زندگی تبدیل شده، در خانه‌ها، مدارس، کتابخانه‌ها، تجارت‌ها و کافی‌شاپ‌ها برای کار و بازی وجود دارد و تا حد زیادی زندگی مردم را تغییر داده است (برمر^۱، ۲۰۰۵). این رسانه با فراهم نمودن اطلاعات برای عموم مانند صنعت چاپ، امکان‌پذیر کردن تبادل اطلاعات مانند تلفن، ایجاد امکان یادگیری و خودآموزی مانند کتاب و نشریات، و ایجاد امکان سرگرمی مانند سینما و تلویزیون، کلیه این کارها را به‌طور همزمان نیز انجام می‌دهد. اما ویژگی عمده‌ی آن، داشتن بازخورد و قابلیت تعامل است که سبب شخصی‌کردن ارتباطات می‌شود (نوابخش و همکاران، ۱۳۹۲). در سال‌های اخیر نیز، در حالی که هنوز تصور نمی‌شد روزی جنبه‌ی اجتماعی اینترنت به صورت کاربرد اصلی آن درآید، شبکه‌های اجتماعی اینترنتی پای به عرصه‌ی وجود گذاشته و در کانون توجه کاربران اینترنت، بویژه نسل جوان قرار گرفته‌اند. این شبکه‌ها که بر مبنای تشکیلات آنلاین فعالیت می‌کنند، به افراد اجازه می‌دهند در یک سیستم مشخص و با داشتن پروفایل شخصی، به معرفی خود، اشتراک اطلاعات، و برقراری ارتباط با دیگران بپردازند؛ از این طریق ارتباطشان را با دیگران حفظ کرده و ارتباطات اجتماعی جدیدی را نیز شکل دهند (بوید^۲، ۲۰۱۴: ۲۰). در واقع در این فضاها که از

1- Bremer
2- Boyd

منظر ترکل^۱ (۱۹۹۵)، قوانین تعاملات و ارتباطات اجتماعی کسب شدنی نیست بلکه توسط کاربران ساخته می‌شود، فرد درون شرایط جدیدی از ارتباطات میان‌فردی در ارتباطات جمعی قرار می‌گیرد که با حذف مؤلفه‌های زمان و مکان، در فرد احساس متفاوتی نسبت به ارتباط با دیگران ایجاد می‌شود.

در مجموع در این عصر دیجیتال که به سرعت در حال تبدیل به جامعه‌ی دیجیتالی موبایلی است، مرز بین فراغت با سایر فعالیت‌های غیر مرتبط با کار، به طرز شدیدی در حال محو شدن است و با رشد صعودی فن‌آوری اطلاعات در دهه‌ی گذشته، نوجوانان در حال حاضر زمان بیشتری را در فضای مجازی سپری می‌کنند، به طوری که به سختی می‌توان باور کرد آنها بتوانند به یک روز زندگی بدون این رسانه‌ها بیندیشند (دیامندوروس^۲ و همکاران، ۲۰۰۷). تحقیقات حاکی از آن است که نوجوانان ۱۲ تا ۱۷ ساله بیشترین استفاده از اینترنت دارند و از فعال‌ترین کاربران شبکه‌های اجتماعی هستند. برای مثال در آمریکا، ۷۳٪ از نوجوانان از سایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند و در سال ۲۰۰۹، متوسط زمان استفاده‌ی آن‌ها در ماه حدوداً ۲۴ ساعت و ۵۴ دقیقه محاسبه شده است (شرکت نیلسون^۳، ۲۰۰۹: ۷). در اروپا، حدود ۱۳٪ از نوجوانان، بیش از ۲۰ ساعت در هفته از اینترنت استفاده می‌کنند (سکادس‌ویا و همکاران، ۲۰۱۴). در ایران نیز تعداد کل کاربران اینترنت، در اواسط سال ۲۰۱۶ میلادی، ۵۶ میلیون و ۸۷ هزار نفر (معادل ۶۸/۵٪ از جمعیت کشور) برآورد شده (آمار جهانی اینترنت^۴، ۲۰۱۶)، و تعداد زیادی از نسل جوان جامعه، مجذوب جذابیت‌های منحصر به فرد آن شده‌اند زیرا بودن در فضای مجازی اینترنت به کاربران فرصت‌های بی‌شماری می‌دهد و هرچقدر این فرصت‌ها و خشنودی‌ها افزایش یابد، کاربران بیشتر به سمت این پدیده‌ی نوین سوق خواهند یافت. از سویی این ابزار، به نوجوانان این توانایی را می‌دهد که بدون نیاز به تحرک و جابجایی فیزیکی، فضایی جذاب و مهیج داشته باشند؛ فضایی که به

1- Turkle

2- Diamanduros

3- Nielsen Company

4- Internet World Stats

علت عوامل متعدد اجتماعی - فرهنگی، می‌تواند به یکی از مهمترین فضاهای عمومی نوجوانان به منظور گردآمدن و برقراری تعاملات اجتماعی با همسالانشان تبدیل شود (بوید، ۲۰۱۴: ۵).

در کنار این پیشرفت تکنولوژی و جذابیت‌های فضای مجازی، مسائلی همچون نوسازی‌های شهری، از هم‌پاشیدگی بافت‌های قدیمی در محلات شهری، و تغییرات جمعیتی آن‌ها نیز، از اهمیت محله و اجتماع محلی به عنوان کانونی برای تجمع، سرگرمی و اجتماعی شدن فراغتی کاسته و در غیاب زمینه و فرصت‌های محلی، برای جوانان با برخورداری بیشتر، باشگاه‌های خصوصی و یا فراغت‌های خانگی جایگزین شده‌اند. در حالی که برای جوانان کمتر برخوردار، اولویت نخست همچنان وابستگی مفرط به سرگرمی‌های رسانه‌ای، خانه‌محور و یا با همراهی والدین است. در این میان، اینترنت، تلفن‌های همراه و بازی‌های کامپیوتری با خصوصی و فردی کردن فراغت، فرصت‌های جدید و متفاوتی را برای برقراری روابط اجتماعی مهیا کرده‌اند که مصرف انفعالی فراغت را جایگزین مصرف فعالانه‌ی آن کرده است. مصرف منفعلانه یعنی انجام شدن آن به تنهایی، محدود شدن آن به منزل و عدم تأثیر یا تأثیر ناچیز آن در تقویت مهارت‌های مشارکتی. رسانه‌محوری فراغت می‌تواند مخاطب را پذیرنده‌ی منفعل پیام‌های ارتباطی یا سرگرم‌کننده سازد و فرصت تجربه‌ی مستقل هیجان‌ات، رفتارها و تعاملات فراغتی را از او بگیرد (ذکایی، ۱۳۹۱: ۳۱-۲۶).

جمع‌بندی دیدگاه‌های مطرح شده نمایانگر تأثیر وسیع پیشرفت تکنولوژی و توسعه‌ی ارتباطات از طریق رسانه‌های نوین همچون اینترنت، بر تمامی ابعاد زندگی نوجوانان امروزی، بویژه فراغت آنان است. در واقع استفاده‌ی نوجوانان از اینترنت در اوقات فراغت و به عنوان ابزار سرگرمی، می‌تواند منجر به منفعل، فردی و خصوصی شدن تجربه‌ی فراغتی آنها گردد. نکته‌ی اصلی که در این راستا دارای اهمیت است، امکان تأثیرگذاری این مسأله بر میزان و نحوه‌ی تعامل نوجوانان با عرصه‌ی عمومی شهر و فضاهای شهری است که مسأله‌ی اصلی پژوهش حاضر است.

چارچوب نظری

در تدوین چارچوب نظری و به طور کلی شکل‌گیری مسأله‌ی اساسی تحقیق مبنی بر اهمیت حضور افراد بویژه نوجوانان امروزی در فضاهای شهری، از نظریات زیمل^۱، گل^۲ و بنیامین^۳ الهام گرفته شده است. زیمل از جمله افرادی است که بر اهمیت کنش متقابل میان افراد یک جامعه تأکید فراوان داشته و از دیدگاه او جامعه‌پذیری «شکل‌نمایش جامعه‌ی زیستی» است که عبارت است از معاشرت با دیگران. نخست برای خود معاشرت و دوم برای دلدپذیر بودن کنش متقابل با دیگران، که وجود این کنش بین افراد در گروه‌های بزرگ، آنها را به سمت تشکیل یک «جامعه» سوق می‌دهد تا به این ترتیب «جامعه» صورتی واقعی به خود گیرد. در این جامعه‌شناسی صوری زیمل، متغیر فاصله اهمیت فراوانی داشته و عامل مؤثری در شکل‌گیری روابط اجتماعی تلقی می‌گردد. وی معتقد است، روابط مبتنی بر قرابت شدیدترند تا روابط مبتنی بر بعد یا فاصله‌ی دور (ریتزر، ۱۳۷۳: ۱۵۶). یان گل نیز از دیگر افرادی است که بر کنش‌های هرروز و اهمیت حضور مردم برای فعالیت‌های اجتماعی در فضای شهری تأکید دارد و زوال زندگی شهری و روزمرگی را در گرو فقدان حضور مردم در فضاهای شهری، و فقدان فعالیت‌ها و ارتباطات اجتماعی با شدت پایین (همچون دیدن و دیده شدن یا پرسه‌زنی) می‌داند (گل، ۱۳۸۷). در همین راستا، بنیامین نیز با تأکید بر مفهوم «پرسه‌زنی»، اینگونه حضور در فضای شهری را لازم و الگویی ایده‌آل تلقی کرده و به معنی درآمیختن با فضاهای شهر و تمام رویدادهای آن می‌داند. پرسه‌زن در دیدگاه بنیامین، نقطه‌ی مقابل روزمرگی است؛ یک قهرمان مدرن که در جستجوی راه‌های اجتناب از یکنواختی و ملال زندگی بوده و فضای شهری کلانشهر مطلوب‌ترین فضا برای اوست (تاجبخش، ۱۳۸۴). محمود توسلی (۱۳۸۶: ۷) نیز در این باره می‌نویسد: «نباید گمان کرد که فضای شهری عنصری است قدیمی و شهر امروز بدان نیاز ندارد. چنین نیست مگر زمانی فرا برسد که آدمی از آنچه امروز هست تنهاتر شود... اسفبارتر این است که در سیطره‌ی جامعه‌ی

- 1- Simmel
- 2- Gehl
- 3- Benjamin

الکترونیک همه وقت در آپارتمانی محبوس بماند و... این جز مرگ زندگی شهری نیست». در همین رابطه، می‌توان به دیدگاه‌های برخی از نظریه‌پردازان حوزه‌ی رسانه و فضای مجازی نیز اشاره داشت. میلر^۱ از جمله افرادی است که اعتقاد دارد ارتباطات الکترونیکی دامنه‌ی جدیدی از چارچوب‌های تعامل را با آداب و رسوم مخصوص وضع می‌کند که اگرچه آشکارا از تعامل‌های دنیای واقعی و با حضور فیزیکی فقیرترند، اما فرصت‌ها و چالش‌های جدیدی را در راه ارائه و نمایاندن خود در دنیای کنونی فراهم می‌کنند (ذکایی و خطیبی، ۱۳۸۵). همچنین می‌توان به تأثیر دیدگاه‌های پاستر^۲ (۱۹۹۵) مبنی بر نقش اینترنت در تغییر شکل و طبیعت فضای عمومی، در تدوین چارچوب نظری پژوهش اشاره داشت. او ادعا می‌کند اینترنت بیش از آنکه به عنوان یک ابزار دیده شود، به عنوان محیطی اجتماعی جا افتاده است، بنابراین روابط اجتماعی در دوران معاصر به صورت اساسی در حال تغییر است که عمده‌ی این تغییرات به تعاملی شدن وسایل ارتباطی بر می‌گردد. به اعتقاد او، مکان‌های عمومی (همچون کلیسا، کافه، گاراژ، پارک و غیره) روز به روز برای تعامل ضعیف‌تر می‌شوند و رسانه‌های جدید که افراد را از هم سترون می‌نمایند، جای آن‌ها را می‌گیرند. اما برخلاف این نگرانی‌ها، نکته‌ی مهم اینجاست که به هر حال این اجتماعات به هر شکلی که هستند، درون فضای مجازی وجود دارند و از بین نرفته‌اند. او همچنین معتقد است کاربران این فضاها تنها در جستجوی یک «حس مکان» جدید هستند؛ مکانی برای ملاقات و ارتباط. این مسأله اهمیت و نقش حیاتی فضاها‌ی شهری و محلی را در شکل‌دهی به رفتارهای فردی نوجوانان و انتقال آنان به مرحله‌ی بزرگسالی در معرض خطر قرار می‌دهد. زیرا اصولاً حس مکان و میل تعلق به محله در سنین نوجوانی ایجاد می‌شود و یکی از گسترده‌ترین ارزش‌های آن، تقویت این گروه سنی در راستای دستیابی به هویت شخصی است. بنابراین حضور آنان از گروه‌های اجتماعی مختلف و برای دستیابی به اهداف متفاوت (اعم از رفع نیازهای ضروری، اختیاری و یا اجتماعی) در عرصه‌ی عمومی شهر و تعامل با یکدیگر در قالب دسته‌ها و گروه‌های دوستانه‌ی متفاوت، لازمه‌ی رشد آن‌ها به عنوان فردی با اعتماد به نفس و

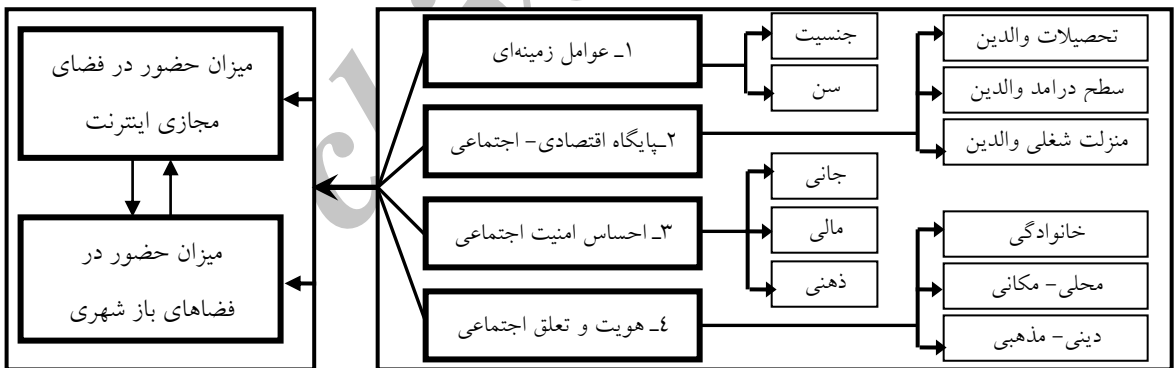
1- Miller

2- Poster

با هویت جمعی است. آن‌ها باید تنوعی از نقش‌های اجتماعی را مشاهده و تعامل و رویارویی با آنان را در فضاهایی کاملاً عینی تجربه نمایند اما امروزه با افزایش زمان سپری شده‌ی نوجوانان در فضاهای مجازی، ارتباطات اجتماعی آنان شکل دیگری به خود گرفته، در واقع درون شرایط جدیدی از ارتباطات میان‌فردی در ارتباطات جمعی قرار گرفته‌اند که با حذف مؤلفه‌های زمان و مکان، جنبه‌ی عینی فضا برایشان از بین رفته و این مسأله، در کنار جستجوی آنان برای درک حس مکانی جدید، امکان دارد به مرور زمان از حضور و گرایش آن‌ها به حضور در فضاهای شهری و محلی، و همچنین از دل‌بستگی و تعلقشان به ریشه‌های مکانی خود بکاهد.

در ارتباط با عوامل جامعه‌شناسی مؤثر بر نحوه‌ی توزیع زمانی و مصرف فضایی نوجوانان در ساعات فراغت نیز می‌توان از نظریات گیدنز الهام گرفت. او با توجه خاص به اهمیت هویت در شرایط امروزی، اعتقاد دارد جریان مدرنیته با دگرگون کردن شرایط و چارچوب‌های سنتی هویت‌ساز و تضعیف و یا انحلال منابع سنتی هویت، فرآیند هویت‌سازی را در جهان کنونی متمایز از قبل کرده است. گیدنز معتقد است در مدرنیته‌ی متأخر، هویت به امری بازاندیشانه و روزمره تبدیل شده و در انتخاب‌هایی خود را نشان می‌دهد که سبک‌های زندگی را می‌سازند. از نظر او در هر نوع جامعه‌ی مابعد سنتی که با تنظیم مجدد زمان و فضا، امور محلی را در ردیف امور جهانی قرار داده باشد، «خود» الزاماً دگرگونی ژرفی را از سر می‌گذراند. در سطح «خود»، یکی از مؤلفه‌های اساسی فعالیت روزمره همان انتخاب‌هایی است که به طور عادی به عمل می‌آوریم. انتخاب‌هایی که به گمان گیدنز تصادفی نیستند بلکه بر اساس هویت اجتماعی افراد شکل می‌گیرند (عدلی‌پور و همکاران، ۱۳۹۳). هویت اجتماعی‌ای که در دنیای امروز، خود به بخش‌های متفاوتی مانند دین، ملیت، محلّیت، خانواده و ... تقسیم شده که بازتاب‌دهنده‌ی روایت فرد از «خود» چندوجهی و تمایز یافته‌ی او در سپهرهای مختلف اجتماعی است. از سوی دیگر، با توجه به ماهیت تعاملی و ارتباطی فضاهای مورد بررسی (مجازی و شهری)، توجه به دیدگاه گیدنز درباره‌ی اهمیت احساس امنیت اجتماعی ضروری به نظر می‌رسد. او اعتقاد دارد نیاز به داشتن احساس امنیت یا پرهیز

از اضطراب در روابط اجتماعی، نه یک پدیده‌ی شناختی، بلکه یک پدیده‌ی عاطفی است که در ناخودآگاه انسان ریشه دارد (گیدنز، ۱۳۷۷: ۱۱۰). بر این اساس می‌توان ادعا کرد که مفهوم امنیت اجتماعی نیز نقش مهمی در گزینش فضای تعاملی افراد در هر جامعه دارد. از سوی دیگر، با توجه به قرارگیری مفاهیم گذران اوقات فراغت و تفریح افراد، در چارچوب تعریف «سبک زندگی»، می‌توان برای تحلیل بهتر تفاوت‌های افراد در گزینش نحوه‌ی گذران اوقات فراغت خود، از نظریات مطرح شده در حوزه‌ی سبک زندگی، بویژه نظریات وبر استفاده نمود. وبر با درنظر گرفتن عاملیت افراد در گزینش و تغییر سبک زندگی، به تأثیر فراوان شانس‌های زندگی نظیر سن، جنس و قومیت، بر انتخاب‌های افراد و سبک زندگی‌شان اشاره دارد. علاوه بر این، سلايق و الگوهای رفتاری با برخی از طبقات و یا درجات تحصیلی خاص یا هر دوی آنها در رابطه هستند. درواقع، سطح تحصیلی، شغلی و اقتصادی باعث به وجود آمدن یک سلیقه و علاقه‌ی خاص (در مورد نحوه‌ی گذران اوقات فراغت) می‌شود (دارایی‌عمارتی و منوچهرآبادی، ۱۳۹۴). بر این اساس، و با توجه به گروه سنی مورد مطالعه، مدل مفهومی پژوهش به صورت زیر ترسیم می‌شود:



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

با توجه به مدل تحقیق، رابطه بین متغیرهای ۱، ۲، ۳ و ۴ با حضور نوجوانان در فضای مجازی و فضای شهری مورد آزمون قرار گرفت.

محدوده‌ی مطالعاتی

به منظور عینیت‌بخشی به مفهوم فضای شهری بررسی شده در پژوهش، محله‌ی

رجایی شهر کرج به عنوان محدوده‌ی مطالعاتی پژوهش در نظر گرفته شده است. لزوم توجه به محدودیت استقلال و دسترسی گروه سنی نوجوان به امکانات و فضاهای شهری در سطح محله (فانفیلد، ۱۹۸۱؛ کوهن و همکاران، ۲۰۰۶)، و همچنین ضرورت برابری و مشابهت موقعیت فیزیکی و جغرافیایی نمونه‌ها به لحاظ دسترسی به فضاهای باز شهری، اهمیت انتخاب یک محله‌ی خاص به عنوان محدوده‌ی مطالعاتی را به خوبی مشخص می‌نماید. از دلایل انتخاب محله‌ی رجایی‌شهر نیز می‌توان به (۱) امکان دسترسی تمامی ساکنان محله به اینترنت پرسرعت (با توجه به وضعیت اقتصادی آنان و زیرساخت‌های موجود در محله)، (۲) جمعیت قابل توجه گروه سنی نوجوانان در این محله (با توجه به مهاجرت خانوارهای جوان به محدوده به علت روند افزایشی تخریب خانه‌های ویلایی و ساخت آپارتمان‌ها)، (۳) تعدد و تنوع فضاهای شهری و محلی موجود در محدوده برای استفاده‌ی گروه سنی نوجوان (اعم از پارک‌های محلی و فرامحلی، مرکز تجاری-تفریحی محله با عملکرد فرامنطقه‌ای (خیابان آزادی)، و ...)، اشاره داشت.

روش تحقیق

پژوهش حاضر از نوع کاربردی و دارای رویکرد کمی است. گردآوری اطلاعات در بخش مبانی نظری به روش کتابخانه‌ای انجام شده و سایر اطلاعات به روش میدانی، با توزیع پرسشنامه محقق‌ساخته میان نوجوانان و همچنین گفتگو با آنان به دست آمده است. جامعه‌ی آماری شامل نوجوانان محله‌ی رجایی‌شهر بوده (۷۱۳۸ نفر) و با محاسبه‌ی تعداد نمونه‌ها با فرمول کوکران (۲۵۰ نفر)، نمونه‌گیری به صورت طبقه‌بندی متناسب (با سن و جنسیت)، و انتخاب تصادفی افراد در طبقات صورت گرفته است. اعتبار پرسشنامه از نوع اعتبار صوری، و بر پایه قضاوت استادان مجرب و کارشناسان خبره بوده و با اعمال دیدگاه‌های اصلاحی آنان، برداشت یکسانی از سؤالات به دست آمد. پایایی پرسشنامه نیز با محاسبه‌ی ضریب آلفای کرونباخ (۰/۸۰) تأیید شد. تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیات نیز با آزمون‌های آماری t مستقل و همبستگی پیرسون در SPSS_{v20}، صورت گرفته است.

جدول ۱: میزان آلفای کرونباخ برای سنجش پایایی متغیرهای تحقیق

آلفای کرونباخ	مقیاس	شاخص (مفهوم/مؤلفه)	تعداد گویه	متغیر
۰/۸۹	فاصله‌ای	میزان حضور در روزهای تعطیل	۲	میزان حضور در فضای مجازی اینترنت
		میزان حضور در روزهای غیر تعطیل		
۰/۷۷	فاصله‌ای	میزان حضور در روزهای تعطیل	۲	میزان حضور در فضای شهری
		میزان حضور در روزهای غیر تعطیل		
۰/۷۳	فاصله‌ای	جانی	۶	احساس امنیت اجتماعی
		مالی		
		ذهنی		
۰/۷۶	فاصله‌ای	خانوادگی	۶	حس هویت و تعلق اجتماعی
		محلی - مکانی		
		دینی - مذهبی		

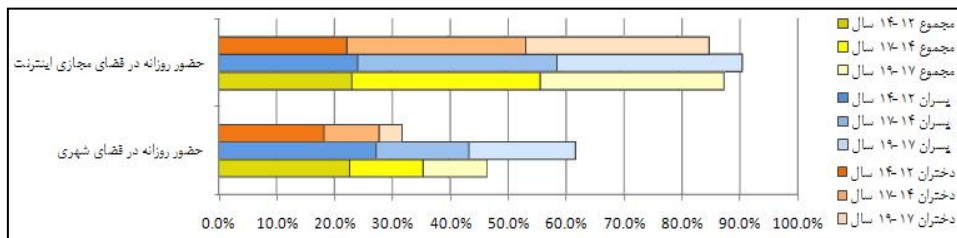
علاوه بر موارد اشاره شده، به منظور شناخت بیشتر جایگاه هریک از این فضاها در اوقات فراغت نوجوانان، با الگوبرداری از مطالعات قبلی (بایرن و همکاران، ۲۰۰۶؛ بردلی و کائو، ۲۰۱۱؛ بوید، ۲۰۱۴؛ پاک‌سرشت، ۱۳۸۵؛ دوزنلی و همکاران، ۲۰۱۰؛ گل، ۱۳۸۷؛ نای و اربینگ، ۲۰۰۲؛ نیلسون، ۲۰۰۹)، تعدادی سوال بسته (با مقیاس اسمی) در ارتباط با مواردی همچون فعالیت‌های غالب، و اولویت‌های زمانی نوجوانان برای حضور در این فضاها، از آن‌ها پرسیده شد. در انتهای پرسشنامه نیز، چند سؤال باز، پیرامون جذابیت‌های اینترنت برای نوجوانان و همچنین مشکلات و کاستی‌های فضاهای شهری از منظر آنان پرسیده شد تا زمینه‌ی گفتگوی عمیق‌تری را نیز با پرسش‌شوندگان فراهم آورد.

یافته‌های پژوهش

نتایج یافته‌های توصیفی

با توجه به طبقه‌بندی متناسب با گروه سنی و جنسی جامعه‌ی آماری برای نمونه‌گیری، دختران و پسران هریک ۵۰٪، و از نظر سنی نیز، گروه ۱۲ تا ۱۴ و ۱۷ تا ۱۹ سال، هریک

۳۲٪ و گروه ۱۴-۱۷ سال، ۳۶٪ از نمونه‌ها را تشکیل داده‌اند. در مجموع ۸۸٪ از نوجوانان محله (۹۰٪ از پسران و ۸۷٪ از دختران)، روزانه در ساعات فراغت خود از اینترنت استفاده می‌کنند و ۴۷٪ از آن‌ها (۶۲٪ از پسران و ۳۲٪ از دختران) روزانه به اشکال مختلف در فضای شهری حضور می‌یابند (شکل ۲).



شکل ۲: مقایسه‌ی جایگاه فضاهای مجازی و شهری در الگوی گذران اوقات فراغت روزانه نوجوانان

نتایج جدول ۲ نیز نشان می‌دهد ۷۰٪ از نوجوانانی که روزانه در فضای شهری حضور دارند، بین ۱ تا ۲ ساعت در آن می‌مانند اما در ارتباط با فضای مجازی، ۳۸٪ از نوجوانان، روزانه بیش از ۶ ساعت و ۷۱٪ از آنان بیش از ۴ ساعت در آن حضور دارند.

جدول ۲: دوام حضور نوجوانان در فضای مجازی و شهری

میزان حضور در فضای شهری	گروه	عدم حضور		کمتر از ۱ ساعت		۱ تا ۲ ساعت		۲ تا ۳ ساعت		بیش از ۳ ساعت	
		نفر	درصد	نفر	درصد	نفر	درصد	نفر	درصد		
فضای شهری	پسران	۴۸	۱۹/۲٪	۱۰	۴٪	۴۸	۱۹/۲٪	۱۷	۶/۸٪	۲	۰/۸٪
	دختران	۸۵	۳۴٪	۶	۲/۴٪	۳۴	۱۳/۶٪	۰	۰٪	۰	۰٪
فضای مجازی	پسران	۱۲	۴/۸٪	۷	۲/۸٪	۲۲	۸/۸٪	۴۰	۱۶٪	۴۴	۱۷/۶٪
	دختران	۱۸	۷/۲٪	۱۱	۴/۴٪	۲۶	۱۰/۴٪	۳۲	۱۲/۸٪	۳۸	۱۵/۲٪

اولویت‌های زمانی آنان نیز برای حضور در فضاهای شهری شامل عصر (۹۴٪)، صبح زود (۶۲٪)، ظهر (۶۰/۴٪)، و شب (۴۸٪) بوده و برای استفاده از اینترنت، شامل بعد از ظهر (۸۴٪)، شب (۷۴٪)، عصر (۵۹٪)، و ظهر (۴۷٪) است. در مجموع آنها بهترین زمان برای گذران اوقات فراغت خود در فضای شهری را ساعات عصر می‌دانند اما در عین حال ۵۹٪ از آن‌ها (۳۸٪ از پسران و ۶۶٪ از دختران)، در این ساعات به فعالیت و حضور در فضای مجازی اینترنت می‌پردازند.

نتایج یافته‌های تحلیلی

در این قسمت به بررسی و آزمون فرضیات مطرح شده پرداخته می‌شود. جدول ۳: بررسی رابطه بین متغیرهای زمینه‌ای با میزان حضور روزانه‌ی نوجوانان در فضای مجازی و شهری (فرضیه ۱)

میزان حضور در فضای مجازی		میزان حضور در فضای شهری		نوع آزمون	متغیر مستقل
ضریب	سطح معناداری	ضریب	سطح معناداری		
۰/۰۵۹	۱/۹۷۶	۰/۰۰۹	۵/۰۷۴	T مستقل	جنسیت
۰/۰۰۰	۰/۵۲۱	۰/۰۰۱	-۰/۵۳۴	همبستگی پیرسون	سن (پایه تحصیلی)

نتایج جدول ۳ نشان می‌دهد که در مورد متغیر جنسیت، با توجه به فرض نابرابری واریانس‌ها (به علت سطح معناداری ۰/۰۰۰ در آزمون لون)، مقدار t به دست آمده در مورد حضور نوجوانان در فضاهای شهری (۵/۰۷۴) در سطح ۰/۰۰۹ معنادار بوده، بنابراین میانگین میزان حضور آن‌ها در فضاهای شهری بر حسب جنسیت متفاوت است، به طوری که میزان حضور دختران کمتر از پسران است. اما درباره‌ی حضور آن‌ها در فضای مجازی، مقدار t به دست آمده معنادار نیست (به دلیل سطح معناداری بالاتر از ۰/۰۵). بنابراین فرضیه اول رد می‌شود. در مورد سن نیز، ضریب پیرسون نمایانگر رابطه مستقیم و قوی این متغیر با حضور نوجوانان در فضای مجازی (با ضریب ۰/۵۲۱)، و رابطه‌ی قوی و معکوس آن با حضور در فضای شهری است (-۰/۵۳۴).

جدول ۴: بررسی رابطه بین ابعاد پایگاه اجتماعی - اقتصادی با میزان حضور نوجوانان در فضای مجازی و شهری (فرضیه ۲)

میزان حضور در فضای مجازی		میزان حضور در فضای شهری		متغیر مستقل
ضریب همبستگی	سطح معناداری	ضریب همبستگی	سطح معناداری	
۰/۰۰۰	-۰/۰۶۸	۰/۰۰۰	-۰/۴۳۲	سطح تحصیلات والدین
۰/۰۰۰	۰/۳۱۴	۰/۰۰۱	۰/۱۱۷	سطح درآمد والدین
۰/۰۰۰	۰/۰۱۷	۰/۰۰۰	۰/۰۵۶	منزلت شغلی والدین
۰/۰۰۹	۰/۲۸۶	۰/۰۰۰	۰/۲۲۹	پایگاه اجتماعی - اقتصادی

نتایج جدول ۴ نشان می‌دهد که بین ابعاد پایگاه اجتماعی-اقتصادی نوجوانان با حضورشان در فضای مجازی (با ضریب ۰/۲۸۶) و فضای شهری (۰/۲۲۹) رابطه‌ی معناداری وجود دارد. بین سطح تحصیلات والدین با هر دو نوع مصرف فضایی رابطه‌ی معکوس وجود دارد اما رابطه‌ی بین سطح درآمد و منزلت شغلی والدین با حضور نوجوانان در فضای مجازی و شهری مستقیم بوده و شدت این همبستگی در رابطه‌ی بین سطح درآمد والدین با حضور نوجوانان در فضای مجازی (با ضریب ۰/۳۱۴) از سایرین بیشتر است. بنابراین فرضیه‌ی دوم مورد تأیید قرار می‌گیرد.

جدول ۵: بررسی رابطه بین احساس امنیت اجتماعی و مولفه‌های آن با میزان حضور نوجوانان در

فضای مجازی و شهری (فرضیه ۳)

میزان حضور در فضای مجازی		میزان حضور در فضای شهری		متغیر مستقل
ضریب همبستگی	سطح معناداری	ضریب همبستگی	سطح معناداری	
۰/۳۶۶	-۰/۰۴۴	۰/۰۰۳	۰/۲۰۱	احساس امنیت جانی
۰/۰۶۲	-۰/۱۱۱	۰/۰۱۸	۰/۱۴۲	احساس امنیت مالی
۰/۰۰۰	-۰/۱۸۰	۰/۰۰۰	۰/۳۱۵	احساس امنیت ذهنی
۰/۰۰۱	-۰/۲۰۹	۰/۰۰۰	۰/۴۰۷	احساس امنیت اجتماعی

طبق نتایج جدول ۵، بین ابعاد و مؤلفه‌های احساس امنیت اجتماعی با میزان حضور نوجوانان در فضای شهری رابطه‌ی معنادار مستقیمی وجود دارد. از نظر شدت همبستگی نیز به ترتیب احساس امنیت اجتماعی (با ضریب $0/407$)، امنیت ذهنی ($0/315$)، امنیت جانی ($0/201$)، و امنیت مالی ($0/142$) بر میزان حضور نوجوانان در فضای شهری تأثیر گذارند. در ارتباط با فضای مجازی، بین این متغیر با احساس امنیت جانی و مالی (بعلت سطح معناداری بالاتر از $0/05$) رابطه‌ی معناداری به دست نیامد، بنابراین فرضیه‌ی سوم تحقیق رد می‌شود بین احساس امنیت اجتماعی (با ضریب $-0/209$)، و امنیت ذهنی ($-0/180$) نوجوانان با میزان حضورشان در فضای مجازی رابطه‌ی معنادار معکوسی به دست آمده است.

جدول ۶: بررسی رابطه بین هویت و تعلق اجتماعی و مؤلفه‌های آن با میزان حضور نوجوانان در

فضای مجازی و شهری (فرضیه ۴)

میزان حضور در فضای مجازی		میزان حضور در فضای شهری		متغیر مستقل
سطح معناداری	ضریب همبستگی	سطح معناداری	ضریب همبستگی	
$0/233$	$-0/222$	$0/000$	$0/319$	هویت خانوادگی
$0/011$	$-0/414$	$0/000$	$0/481$	هویت محلی
$0/000$	$-0/207$	$0/007$	$0/032$	هویت دینی-مذهبی
$0/000$	$-0/381$	$0/000$	$0/593$	حس هویت و تعلق اجتماعی

نتایج جدول ۶ حاکی از تأیید فرضیه‌ی چهارم پژوهش و وجود رابطه‌ی معناداری بین حس هویت و تعلق اجتماعی نوجوانان با میزان حضورشان در فضای شهری (با شدت $0/593$)، و فضای مجازی (با شدت $-0/381$)، است. این رابطه‌ی معنادار در ارتباط با فضای شهری از نوع مستقیم بوده و شدت همبستگی‌ها از زیاد به کم عبارت است از: حس هویت و تعلق اجتماعی (با ضریب $0/593$)، هویت محلی-مکانی ($0/481$)، هویت خانوادگی ($0/319$)، و هویت دینی-مذهبی ($0/032$). در مورد فضای مجازی، این رابطه معکوس بوده و شدت روابط از زیاد به کم تعلق دارد به: هویت محلی-مکانی ($-0/414$)،

حس هویت و تعلق اجتماعی (۰/۳۸۱-)، هویت خانوادگی (۰/۲۲۲-)، و هویت دینی- مذهبی (۰/۲۰۷-).

جدول ۷: بررسی رابطه بین میزان حضور نوجوانان در فضای مجازی اینترنت با حضور آنان در فضاهای باز شهری (فرضیه ۵)

میزان حضور در فضای شهری				متغیر
دختران		پسران		
سطح معناداری	ضریب همبستگی	سطح معناداری	ضریب همبستگی	
۰/۰۰۴	-۰/۵۷۰	۰/۰۱۶	-۰/۴۸۸	میزان حضور در فضای مجازی

نتایج جدول ۷ نشان می‌دهد که بین حضور نوجوانان در فضای مجازی با حضور آنان در فضاهای شهری رابطه‌ی معناداری وجود دارد. ضریب همبستگی پیرسون هم در مورد دختران و هم پسران رابطه‌ای معکوس و منفی را بین این دو متغیر نشان می‌دهد اما شدت این رابطه‌ی معکوس در مورد پسران (با ضریب -۰/۴۹-) نسبت به دختران (با ضریب -۰/۵۷-) کمتر قلمداد می‌شود. با توجه به اینکه سطح معناداری آزمون (فارغ از جنسیت پاسخ‌گویان) کمتر از ۰/۰۵ است، بنابراین رابطه به دست آمده معنادار است و با ۹۵٪ اطمینان می‌توان ادعا کرد هرچه میزان حضور نوجوانان در فضای مجازی اینترنت بیشتر باشد، میزان حضور و گرایش آن‌ها به حضور در فضای شهری کمتر است، بنابراین فرضیه‌ی اصلی پژوهش مورد تأیید قرار می‌گیرد.

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

در دنیایی که ما در آن به سر می‌بریم، هرروز شاهد دگرگونی‌های سریع و گسترده در ابعاد اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و ... هستیم. تا یک دهه‌ی گذشته، فرهنگ‌ها و خرده‌فرهنگ‌های نسل جوان حول مصرف، بویژه در عرصه‌های مربوط به پوشش، لباس و موسیقی متمرکز بود، اما در حال حاضر فناوری‌های ارتباطی تعاملی و مجازی، بویژه اینترنت و تلفن همراه، الزام‌های جدی را برای خرده‌فرهنگ‌های نوجوانان پدید آورده‌اند.

در واقع امروزه توسعه‌ی تکنولوژی و ایجاد انواع سرگرمی‌ها و شبکه‌های اجتماعی مجازی، منجر به افزایش ساعات فراغت شده تا حدی که عصر جدید را «عصر اوقات فراغت» نامیده‌اند (وحیدا و همکاران، ۱۳۸۳) و تحولی در الگوی گذران اوقات فراغت نوجوانان ایجاد کرده که زمان کلی حضور آنان در فضاهای باز شهری را بسیار محدودتر نموده است. تا حدی که بدون اینکه آن‌ها خود متوجه این مسأله باشند، با سوق دادن آنان به سمت تجربه‌های فردی و خصوصی در اوقات فراغت، امکان دارد به مرور آن‌ها را از تجربه‌ی فضاها و روابط عینی محروم کند.

نتایج این پژوهش که در آن تلاش به عمل آمد تا از رهگذر بررسی الگوی گذران اوقات فراغت نوجوانان ۱۲ تا ۱۹ ساله و برجسته‌سازی جایگاه فضای مجازی اینترنت و فضاهای باز شهری در این الگو، به مقایسه و بررسی دوام و کیفیت حضور نوجوانان در هریک از این فضاها، ارتباط احتمالی این دو مقوله با یکدیگر، و برخی عوامل جامعه‌شناسی مؤثر بر آن پرداخته شود، نیز حاکی از مستثنا نبودن الگوی گذران اوقات فراغت نوجوانان محله‌ی رجایی‌شهر از قاعده‌ی مذکور است. طبق نتایج، ۸۸٪ از این نوجوانان در ساعات فراغت خود از اینترنت استفاده می‌کنند که به لحاظ جنسیتی، بین دختران و پسران تفاوت معناداری در این زمینه وجود ندارد. این یافته همسو با نتایج پژوهش‌های گروس (۲۰۰۴)، وینک و همکارانش (۲۰۱۵) و لنهارت (۲۰۱۵)، و مغایر با یافته‌های ژنگ^۱ و همکارانش (۲۰۰۹)، لی^۲ (۲۰۱۰)، و جیهان^۳ (۲۰۱۳) بوده و در این راستا می‌توان مدعی شد که افزایش دسترسی به امکانات فضای مجازی در سال‌های اخیر، به کاهش تفاوت‌ها و فواصل موجود بین دختران و پسران جامعه منجر شده است؛ به طوری که امروز دختران هم‌پای پسران از این تکنولوژی‌ها استفاده کرده و پای در مسیر جهانی شدن گذاشته‌اند. حقیقتی که بهبهانی (۱۳۸۸) از آن با عنوان «ورود خزنده و انفجاری دختران به دنیای مجازی» یاد نموده است. از سوی دیگر، نتایج پژوهش مبنی بر

1- Zheng
2- Lee
3- Ceyhan

وجود رابطه‌ی معناداری بین سن و ابعاد پایگاه اجتماعی-اقتصادی با میزان حضور نوجوانان در اینترنت بوده و نشان می‌دهد استفاده از این رسانه در نوجوانان خردسال‌تر، به میزان کمتر و کنترل‌شده‌تری نسبت به نوجوانان بزرگ‌تر صورت می‌گیرد. به نظر می‌رسد این مسأله از طرفی تحت تأثیر افزایش دسترسی و استقلال دریافتی نوجوانان ۱۷-۱۹ ساله از سمت خانواده و همچنین افزایش تمایل آن‌ها به ارتباط با دوستان خود (از جنس موافق یا مخالف) بود و از طرف دیگر در گرو کاربرد بیشتر امکانات و جذابیت‌های فضای مجازی برای آن‌ها قرار دارد. در ترکیب این مسأله با پایگاه اجتماعی اقتصادی فرد و همراستا با یافته‌های محمدپور (۱۳۹۳) و افشارکهن و همکاران (۱۳۸۹) می‌توان در قالب نظریه‌ی کمیابی اینگلههارت^۱ ادعا کرد، نوجوانان بزرگسال‌تری که از طبقات مرفه جامعه محسوب می‌شوند، با وجو این موارد ذکر شده، به دلیل شرایط فرهنگی و اقتصادی خانواده‌ی خود امکان بیشتری برای برقراری ارتباط با جنس مخالف در محیط عینی و واقعی دارند، بنابراین از اینترنت کمتر برای یافتن دوست غیرهمجنس و ارضای نیازهای عاطفی خود استفاده می‌کنند، در حالی که برای نوجوانان طبقات متوسط و پایین اجتماعی، شرایط کاملاً برعکس است.

سایر نتایج پژوهش نشان می‌دهد که در مجموع ۴۷٪ از نوجوانان روزانه در فضای شهری حضور می‌یابند که بین این فعالیت با سن آن‌ها رابطه‌ی معکوس و با پایگاه اجتماعی اقتصادی‌شان رابطه‌ی مستقیمی وجود داشته و به لحاظ جنسیتی نیز بین دختران و پسران تفاوت معناداری دیده می‌شود؛ به طوری که میانگین میزان حضور پسران نسبت به دختران بیشتر بوده و تنها ۳۲٪ از دختران به صورت روزانه در فضای شهری معاشرت دارند که بخش غالب آنان را دختران ۱۲ تا ۱۴ سال تشکیل داده و فعالیت آن‌ها عمدتاً به حضور در حیاط آپارتمان/مجتمع مسکونی و یا کوچه محدود می‌گردد. این مسأله با توجه به اعتقادات خانوادگی، هنجارها و عرف کشورمان در رابطه با شرایط حضور دختران نسل جوان در شهر به خوبی توجیه می‌گردد. علاوه بر این، یافته‌های اصلی

1- Inglehart

پژوهش نشان می‌دهد که فارغ از جنسیت نوجوانان، هرچه میزان حضور آن‌ها در فضای مجازی بیشتر باشد، از میزان حضور و گرایش آن‌ها به حضور در فضاهای شهری کاسته می‌شود. شدت این مسأله در رابطه با دختران بیشتر از پسران به دست آمده است. در همین راستا گیدنز (۱۳۸۷؛ ۶۸۳) معتقد است «هرقدر مردم زمان بیشتری را صرف ارتباط‌های رایانه‌ای می‌کنند و کارهای خود را بیشتر از طریق فضاهای مجازی به انجام می‌رسانند، شاید وقت کمتری را به تعامل با یکدیگر در دنیای فیزیکی اختصاص دهند». از سوی دیگر طبق آمار بخش توصیفی ۵۹٪ از نوجوانان، در ساعات عصر که طبق نظر خودشان نیز بهترین بخش از اوقات فراغت روزانه‌ی آنان برای حضور در شهر و فضاهای شهری تلقی می‌گردد، مشغول فعالیت در فضای مجازی اینترنت هستند، که بخش غالب آنان را دختران تشکیل می‌دهند. بنابراین با توجه به این مسأله و همینطور جذابیت اصلی فضای مجازی برای نوجوانان که همانند پژوهش‌های شهابی و بیات (۱۳۹۱)، و همچنین وارگ‌هیس و همکارانش (۲۰۱۳)، «برقراری و تقویت و توسعه ارتباطات اجتماعی» و «تعامل و گفتگو با دوستان و همسالان» عنوان شده است، می‌توان ادعا کرد که پیشرفت تکنولوژی‌های ارتباطی و امکانات فضای مجازی تأثیر نسبتاً کمتری بر الگوی ارتباطی پسران با دوستان و همسالان خود داشته و اختصاص بخشی از فراغت روزانه به حضور در فضاهای عینی (عمومی/شهری) بمنظور تجربه‌ی تعاملات انسانی چهره به چهره، در بین پسران بیشتر از دختران دیده می‌شود. شاید بتوان این مسأله را متأثر از دیدگاه‌های مسلط و هنجارهای اجتماعی - فرهنگی موجود در ارتباط با حضور فردی/گروهی دختران جوان در فضاهای خارج از خانه دانست و همچنین با نگاه به آرای گافمن استدلال کرد که فضای مجازی اینترنت، با چارچوب‌های تعاملی جدیدی که در برقراری ارتباطات بین فردی مهیا ساخته، با وجود محدودیت‌های ذاتی خود، فرصت‌های جدیدی را برای نمایش شخصیت در اختیار دختران قرار می‌دهد که فارغ از هرگونه فشار یا کنترل بیرونی می‌توانند خود واقعی یا خود دلخواهشان را که کمتر یا اصلاً فرصت بروز پیدا نکرده، در آن بنمایانند. مسأله‌ای که ترکل (۱۹۹۵) از آن با عنوان

گمنامی و حذف نشانه‌های فیزیکی کاربر یاد می‌کند و با احتساب آن به عنوان یکی از ویژگی‌های خاص فضای مجازی، اعتقاد دارد به کاربران و از جمله دختران این اجازه را می‌دهد که به آسانی نقش‌های متعدد، دلخواه و متفاوتی را در زمان‌ها و با تنظیمات مختلف مورد دلخواه و مورد پسند خود بازی کنند. این یافته‌ی پژوهش را با وجود تفاوت‌های فرهنگی، می‌توان تاحدودی در راستای نتایج یافته‌های نای و ابرینگ (۲۰۰۲) و بولن و هری^۱ (۲۰۰۰) دانست.

بررسی‌ها همچنین حکایت از رابطه‌ی مستقیم احساس امنیت اجتماعی، بویژه امنیت ذهنی نوجوان با میزان حضور او در فضای شهری و رابطه‌ی معکوس آن با حضورش در فضای مجازی دارد که این مسأله با یافته‌های عزیزی و حیدرخانی (۱۳۹۲) همسوست. از سوی دیگر، بین حس هویت و تعلق اجتماعی نوجوان نیز با حضورش در فضاهای شهری رابطه‌ی مستقیم و در فضای مجازی اینترنت رابطه‌ی معکوسی وجود دارد که این مسأله نیز با یافته‌های عدلی‌پور و همکارانش (۱۳۹۳) همراستا است. از طرفی بیشترین شدت این همبستگی در هر دو مورد، مربوط به هویت محلی-مکانی نوجوانان می‌باشد. این مسأله حاکی از اهمیت ویژه‌ی هویت اجتماعی نوجوان در مقیاس فضاها و مکان‌های محلی، و تأثیر آن بر مصرف فضایی او دارد. همانطور که در مطالعات نظری نیز بدان اشاره شد، نوجوانان از یک‌سو در سنی قرار دارند که اصولاً حس مکان و میل تعلق به محله در این سنین برایشان ایجاد می‌شود و یکی از گسترده‌ترین ارزش‌های آن، تقویت این گروه سنی در راستای دستیابی به هویت شخصی است، و از سوی دیگر طبق نتایج پژوهش، درک این هویت مکانی و کسب آن تأثیر ویژه‌ای بر مصرف فضایی آن‌ها در اوقات فراغتشان دارد. بر این اساس و در راستای گفته‌های پاستر، مبنی بر اینکه کاربران فضای مجازی تنها در جستجوی یک «حس مکان» جدید برای ملاقات و ارتباطات هستند، می‌توان ادعا کرد که یکی از اصلی‌ترین عواملی که منجر به گرایش نوجوانان مورد مطالعه به گذران بخش زیادی از اوقات فراغت خود در فضای مجازی اینترنت و

1- Bullen & Harre

ترجیح آن نسبت به حضور در فضاهای باز شهری شده است، عدم شکل‌گیری و درک هویت محلی و مکانی منسوب به فضاهای در دسترسشان در محله‌ی مسکونی خود است. این مسأله را نیز شاید بتوان تا حدودی تحت تأثیر مشکلات کالبدی موجود در فضاهای بررسی شده دانست، مشکلاتی که نوجوانان در گفتگوهای انجام شده به برخی از آن‌ها اشاره نموده‌اند: عدم وجود برنامه‌های هیجان‌انگیز و جذاب برای نوجوانان، عدم توجه مسئولان به نیازهای نوجوانان و مشارکت‌جویی و نظرخواهی از آنان، سخت‌گیری و نظارت گشت ارشاد بر فعالیت‌های دختران و پسران، وجود محدودیت‌ها و مرزهای جنسیتی در ارتباطات و فعالیت‌ها و مواردی همچون: عدم امکان دسترسی به اینترنت رایگان در فضای شهری، کمبود پاتوق‌ها و فضاهای مخصوص گرد هم آمدن نوجوانان و همچنین کمبود تعداد پارک‌ها و فضاهای متناسب با نیازهای نوجوانان.

علاوه بر اهمیت حس هویت محلی و تعلق مکانی این گروه سنی، ضرورت توجه به خواسته‌های آنان و مناسب‌سازی فضاهای شهری برای تشویق آن‌ها به حضور و گذران وقت در آن، زمانی بیشتر اهمیت می‌یابد که پتانسیل‌ها و جذابیت‌های فضای مجازی اینترنت را دست کم نگیریم زیرا با توجه به استفاده نوجوانان از اینترنت به عنوان بخشی از اجتماع محلی‌شان، تداخل طبقه با جنسیت و جغرافیا می‌تواند با کم‌رنگ‌سازی وابستگی به زمان و مکان و مرزبندی‌های رایج جنسیتی و اجتماعی موجود در فضای شهری، فضای آزادی را برای آنان پدید آورد (ذکایی، ۱۳۹۱: ۲۷۷) که فرصتی بی نظیر برای تداوم همراهی و همنوایی با حلقه‌ی دوستان تلقی شود زیرا فرد با حضور در فضای مجازی و عضویت در شبکه‌های اجتماعی آن می‌تواند در قالب تعامل شبکه‌ای از طریق ابزارهای متنوع صوتی، تصویری، گرافیکی و متنی، از یک سو به بروز احساسات، عواطف علائق و ایده‌های شخصی خود پرداخته و از سوی دیگر به زوایای بیشتری از وجود دوستان خود پی برده و جنبه‌های درونی و خصوصی‌تر ایشان را که بعضاً فرصت شناخت آن‌ها را نداشته درک نماید. از این‌رو روابط مجازی می‌تواند برای بسیاری از نوجوانان حکم تداوم، تکمیل و تحکیم رفتارها و روابط واقعی را داشته باشد. این مسأله می‌تواند نقش حیاتی فضاهای شهری و محلی را در شکل‌دهی به رفتارهای فردی

نوجوانان و انتقال آنان به مرحله‌ی بزرگسالی در معرض خطر قرار دهد، و با حذف مؤلفه‌های زمان و مکان و جنبه‌ی عینی فضا برای آن‌ها، در کنار جستجوی آنان برای درک حس مکانی جدید، به مرور زمان از حضور و گرایش آن‌ها به حضور در فضاهای شهری و محلی و همچنین از دل‌بستگی و تعلق‌شان به ریشه‌های مکانی خود بکاهد. بنابراین به نظر می‌رسد در شرایط حاضر و با وجود جذابیت‌های فضای مجازی، همچنان بتوان با ایجاد برخی تغییرات در فضای شهری (متناسب با نیازهای نوجوانان) و افزایش جذابیت‌های آن برای این گروه سنی، آن‌ها را به حضور و گذران وقت بیشتر در فضای شهری تشویق کرد. این تغییرات می‌تواند در قالب رفع مشکلات مطرح شده توسط نوجوانان (پیرامون عدم جذابیت فضاهای شهری) و در چارچوب ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی و عرف کشور صورت گیرد.

Archive of SID

منابع

- افشارکهن، جواد؛ حسینی، سید سعید؛ نادری‌فر، مهرداد. (۱۳۸۹). تأثیر پایگاه اجتماعی - اقتصادی خانواده‌ها بر نحوه‌ی استفاده دانش‌آموزان از اینترنت، **وسایل ارتباط جمعی (رسانه)**، سال ۲۱، شماره ۱، شماره‌ی پیاپی ۸۱، صص ۶۳-۴۹.
- بهبهانی، سروناز. (۱۳۸۸). ورود خزنده و انفجاری دختران به دنیای مجازی، **گزارش**، سال ۱۸، شماره‌ی ۲۱۳، صص ۸-۹.
- پارسی، حمیدرضا. (۱۳۸۱). شناخت محتوای فضای شهری، **هنرهای زیبا**، شماره‌ی ۱۱، صص ۴۹-۴۱.
- پاک‌سرشت، سلیمان و نوری‌نیا، حسین. (۱۳۸۶). بررسی پیامدهای کاربرد فراغتی اینترنت بر رفتارهای فراغتی جوانان ایرانی، **مطالعات فرهنگی و ارتباطات**، سال سوم، شماره‌ی ۱۰، صص ۷۹-۵۱.
- پاک‌سرشت، سلیمان. (۱۳۸۵). مصرف اینترنت در سبک‌های فراغتی جوانان تهرانی، **مطالعات فرهنگی و ارتباطات**، سال دوم، شماره‌ی ۵، صص ۱۵۸-۱۳۷.
- تاجبخش، گلناز. (۱۳۸۴). مدرنیته و کلانشهر در اندیشه‌ی آلمانی (ارائه‌ی چارچوبی برای نظریه‌ی انتقادی طراحی شهری)، پایان‌نامه‌ی دکتری شهرسازی، دانشگاه تهران.
- توسلی، محمود. (۱۳۸۶). **طراحی فضای شهری**، تهران: شهیدی.
- دارایی‌عمارتی، عابدین و منوچهرآبادی، افشین. (۱۳۹۴). بررسی تأثیر پایگاه اجتماعی - اقتصادی خانواده بر سبک زندگی (مطالعه‌ی موردی جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله شهرستان کرمانشاه)، دومین کنفرانس ملی توسعه‌ی پایدار در علوم تربیتی و روانشناسی، **مطالعات اجتماعی و فرهنگی**، تهران: مؤسسه‌ی آموزش عالی مهر اروند.
- ذکایی، محمد سعید. (۱۳۹۱). **سبک‌های فراغتی جوانان**، تهران: تپسا.
- ذکایی، محمدسعید و خطیبی، فاخره. (۱۳۸۵). اینترنت و تغییرات هویتی، **مطالعات فرهنگی و ارتباطات**، سال دوم، شماره‌ی ۷، صص ۱۶۵-۱۳۹.
- رضایی، احمد و محمدی، نریمان. (۱۳۹۳). رسانه‌ی مدرن و درک معنایی از تجربه‌ی فراغت، **مطالعات فرهنگ - ارتباطات**، سال پانزدهم، شماره‌ی ۲۷، صص ۱۸۴-۱۶۳.

- رفعت‌جاء، مریم. (۱۳۹۰). فراغت و ارزش‌های فرهنگی، تحقیقات فرهنگی، دوره چهارم، شماره ۱، ص ۱۹۰-۱۵۱.
- ریتزر، جورج. (۱۳۷۳). نظریه‌های جامعه‌شناسی، ترجمه‌ی احمدرضا غروی‌زاد، تهران: ماجد.
- رئیسی، فاطمه. (۱۳۸۶). نحوه‌ی گذران اوقات فراغت و ارائه‌ی راهکارهایی جهت بهبود کیفیت آن، مطالعات فرهنگی - دفاعی زنان، سال سوم، شماره‌ی ۴، ص ۱۲۷-۱۰۷.
- زبردست، ایراندخت و کلانتری، محسن. (۱۳۹۲). تأثیر فناوری‌های نوین در تغییر الگوهای گذران اوقات فراغت نوجوانان و جوانان شهر اصفهان، از مجموعه مقالات کنگره ملی اوقات فراغت و سبک زندگی، شیراز: پژوهشکده علوم اجتماعی دانشگاه شیراز.
- شهابی، محمود و بیات، قدسی. (۱۳۹۱). اهداف و انگیزه‌های عضویت کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی، مطالعات فرهنگ - ارتباطات، سال سیزدهم، شماره‌ی ۲۰، ص ۸۶-۶۱.
- عدلی‌پور، صمد، سلیمانی حمید و مفاخری، اقبال. (۱۳۹۳). رابطه‌ی مصرف رسانه‌ای با هویت اجتماعی و سبک زندگی نوین در بین جوانان شهر تبریز، پژوهش‌های ارتباطی، سال ۲۱، شماره‌ی ۳ (پیاپی ۷۹)، ص ۱۴۶-۱۲۱.
- عزیزی، جلیل و حیدرخانی، هاییل. (۱۳۹۲). بررسی رابطه‌ی اینترنت و احساس امنیت اجتماعی در میان جوانان (نمونه مورد بررسی: جوانان شهر کرمانشاه)، فصلنامه‌ی دانش انتظامی لرستان، سال اول، شماره‌ی ۲، ص ۱۵۶-۱۳۲.
- گل، یان. (۱۳۸۷). زندگی در فضای میان ساختمان‌ها، ترجمه‌ی شیما شصتی، تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۷۷). پیامدهای مدرنیت، ترجمه‌ی محسن ثلاثی، تهران: نشر مرکز.
- _____ (۱۳۸۷). تجدد و تشخیص، ترجمه‌ی ناصر موفقیان، تهران: نی.
- محمدپور، داریوش. (۱۳۹۳). بررسی رابطه‌ی بین میزان و نوع استفاده از اینترنت در میان کاربران ۱۵ تا ۲۹ ساله‌ی کافی‌نت‌های شهر تبریز، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد، استاد راهنما: حسی بنی‌فاطمه، دانشکده‌ی علوم اجتماعی، دانشگاه تبریز.
- مدنی‌پور، علی. (۱۳۸۷). طراحی فضای شهری، تهران: شرکت پردازش و برنامه‌ریزی شهر

تهران.

- مظفر، فرهنگ و همکاران. (۱۳۸۶). نقش فضاهای باز محله در رشد و خلاقیت کودکان، *باغ نظر*، سال چهارم، ص ۷۲-۵۹.
- نجف‌قلی، اعظم و همکاران. (۱۳۹۰). *دنیای مجازی: امکانات، قوانین روش‌ها و ابزارهای ارزیابی*، تهران: نشر کتابدار.
- نوابخش، فرزاد و همکاران. (۱۳۹۲). اینترنت و هویت اجتماعی، *مطالعات توسعه‌ی اجتماعی ایران*، سال پنجم، شماره‌ی ۲، ص ۵۴-۳۷.
- وحید، فریدون؛ ربانی، رسول؛ ضیایی، مژگان. (۱۳۸۳). رابطه‌ی پایگاه اجتماعی- اقتصادی و مصرف کالاهای فرهنگی، *فصلنامه‌ی فرهنگ اصفهان*، شماره‌ی ۲۷ و ۲۸، ص ۳۷-۲۵.
- Boyd, D. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens*. London: Yale Press.
- Bradley, G. L., & Inglis, B. C. (2012). Adolescent leisure dimensions, psychosocial adjustment, and gender effects, *Journal of Adolescence*, 35, 1167- 1176.
- Bremer, J. (2005). The Internet and Children: Advantages and Disadvantages. *Child & Adolescent Psychiatric Clinics of North America*, 14(3): 405- 428.
- Bullen, P. & Harre, N. (2000). *The Internet: Its Effects on Safety and Behaviour Implications for Adolescents*. New Zealand: University of Auckland.
- Byrne, T., Nixon, E., Mayock, P., & Whyte, J. (2006). Free-time and Leisure Needs of Young People Living in Disadvantaged Communities. *Combat Poverty Agency Working Paper 06/02*.
- Ceyhan, A. A. (2013). Investigation of Adolescents' Internet Use Motives. *The Online Journal of Counseling and Education*, 2(3): 1-15.
- Chatterjee, S. (2005). Children's Friendship with Place: A Conceptual Inquiry. *Children, Youth and Environments*, 15(1): 1-26.
- Chawla, L., & Malone, K. (2003). Neighbourhood quality in children's eyes. In P. Christensen & M. O'Brien (Eds.), *Children in the City: Home, Neighborhood and Community*. NY: Routledge.
- Cohen, D. A., Ashwood, J. S., Scott, M. M., Overton, A., Evenson, K. R., Staten, L. K., et al. (2006). Public Parks and Physical Activity among Adolescent Girls. *Pediatrics*, 118: 1381-1389.
- Curtis, A.C. (2015). Defining Adolescence. *Journal of Adolescent and Family Health*, 7(2): 1-39.
- Diamanduros, T., Jenkins, S.J., & Downs, E. (2007). Analysis of

- technology ownership and selective use among undergraduates. *College Student Journal*, 41(4): 970-976.
- Duzenli, T., Bayramoglu, E., & Özbilen, A. (2010). Needs and Preferences of Adolescents in Open Urban Spaces. *Scientific Research and Essays*, 5(2): 201-216.
 - Ellin, N. (1996). *Postmodern Urbanism*. Oxford: Blackwells.
 - Gross, E. F. (2004). Adolescent Internet use: What we expect, what teens report. *Applied Developmental Psychology*, 25(6): 633-649.
 - Hatzopoulos, P., & Clancey, G. (2007). *Meeting Places, Where People & Places Meet: Approaches to Public Space Management*. Sydney, NSW: Youth Action & Policy Association NSW.
 - Internet World Stats (2016). Internet Usage and Population Statistics. Available at <http://www.internetworldstats.com/stats5.html> (Accessed 27/08/2016)
 - Lee, Y. J. (2010). *Motives Relating to Internet Usage Among Korean Adolescents*. Kansas City, MO: University of Missouri-Kansas City, M.A Thesis.
 - Lenhart, A. (2015). *Teens, Social Media & Technology Overview 2015: SmartPhones Facilitate Shifts in Communication Landscape for Teens*. Washington, D.C: Pew Internet Research Center.
 - Newman, B. M., & Newman, P. R. (2011). Adolescence, Theories of. In: B. B. Brown & M. J. Prinstein (Eds.), *Encyclopedia of Adolescence* (Vol. 1, pp: 20-29). London: Academic Press.
 - Nie, N. H. & Erbring, L. (2002). Internet and Society: Preliminary Report. *IT & Society*, 1, 275-283.
 - Nielsen Company. (2009). *How Teens Use Media: A Nielsen Report on the Myths and Realities of Teen Media Trends*. Available at <http://www.nmprevention.org> (Accessed 19/11/2014)
 - Opić, S. & Đuranović, M. (2014). Leisure Time of Young Due to Some Socio-demographic Characteristics. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 159, 546 – 551
 - Poster, M. (1997). Cyber Democracy: The Internet and the Public Sphere. In: D. Holmes (Ed.), *Virtual Politics: Identity and Community in Cyberspace* (pp. 212-228). London: Sage.
 - Secades-Villa, R. et al. (2014). Duration of Internet use and adverse psychosocial effects among European adolescents. *ADICCIONES*, 26(3): 247-253
 - Travlou, P. (2003). *Teenagers and Public Space; Literature Review*. PENspace, Edinburgh College of Art and Heriot Watt University, Edinburgh.
 - Turkle, S. (1995). *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*.

NY: Simon and Schuster.

- van Vliet, W. (1981). Neighborhood Evaluations by City and Suburban Children. *Journal of the American Planning Association*, 47(4): 458-466.
- Varghese, T., Nivedhitha, D., & Krishnatray, P. (2013). Teenagers' Usage of Social Networking Media in a South Indian State. *Scientific & Engineering Research*, 4(12): 622-636.
- Vink, J. M., van Beijsterveldt, T. C. E. M., Huppertz, C., Bartels, M., & Boomsma, D. I. (2015). Heritability of compulsive Internet use in adolescents. *Addiction Biology*, doi:10.1111/adb.12218.
- von Bredow, K. W. (2006). Gathering Spaces: Designing Places for Adolescents. Virginia; Virginia Polytechnic Institute and State University, Department of Landscape Architecture.
- Zheng, R., Burrow-Sanchez, J., & Drew, C. (2009). Adolescent Online Social Communication and Behavior: Relationship Formation on the Internet. Hershey, PA: IGI Global Inc.

Archive of SID