

بررسی الگوی مصرف تلفن همراه در اوقات فراغت جوانان و والدین

تهرانی

* اعظم شهبندی

** زهرا کرمی

چکیده

مطالعه حاضر با هدف بررسی الگوی مصرف تلفن همراه در اوقات فراغت جوانان و والدین با استفاده از روش پیمایشی با حجم نمونه ۳۸۴ نفر از جوانان ۱۶-۲۴ سال به همراه یکی از والدین و ساکن در شهر تهران انجام شده است. نتایج نشان می‌دهد که الگوی مصرف تلفن همراه در بین جوانان و والدین شهر تهران بالاتر از حد متوسط و نیز اوقات فراغت جوانان در طول شبانه‌روز بیش از والدین است. همچنین جوانان و والدین مهم‌ترین کارکرد تلفن همراه را در زمان فراغت، تعاملات اجتماعی بیان کرده‌اند؛ جوانان بیش از والدین از اینترنت، بازی و سرگرمی تلفن همراه در زمان اوقات فراغت استفاده می‌کنند. جوانان با خانواده از طریق مکالمه و با دوستان از طریق پیام کوتاه ارتباط دارند و بین میزان پرداختن به بازی، سرگرمی و اینترنت در بین جوانان و والدین تفاوت معناداری وجود دارد.

کلیدواژه‌ها: اوقات فراغت جوانان، اوقات فراغت والدین، تلفن همراه، جوانان تهرانی، والدین تهرانی

* کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه پیام نور تهران واحد رباط کریم، رایانامه: azam.shahbandi@yahoo.com

** کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه پیام نور تهران واحد رباط کریم، رایانامه:

zahrakarami1982@yahoo.com

مقدمه

برقراری ارتباط، از ابتدایی‌ترین و ضروری‌ترین خواسته‌های انسان است و به همین منظور، جوامع مختلف از دیرباز راه‌حل‌ها، شیوه‌ها و ابزارهای مختلفی را برای این امر مهم ابداع و به خدمت گرفته‌اند. این روند ابداع از الفبای مورس آغاز شده و به اختراع رسانه‌ها و ابزارهای دیجیتالی انجامیده است (موسوی و موسوی، ۱۳۹۲: ۳۲). تلفن همراه به مثابه نمادی از ارتباط همه جا حاضر، یکی از پدیده‌های نوظهور عصر الکترونیک و دنیای دیجیتال است که در دهه اخیر جای خود را در بین افراد خانواده به ویژه جوانان در سطح جهان و نیز ایران باز کرده است (باقیانی مقدم و شهبازی، ۱۳۹۰: ۲). مک لوهان معتقد است، رسانه‌ها شیوه فعالیت و روابط انسان‌ها را شکل می‌دهند و درجات آن را تعیین می‌کنند (سبحانی‌نژاد و دیگران، ۱۳۸۷: ۱۹).

استفاده از تلفن همراه در جهان به طور چشمگیری در حال افزایش است (نوامی^۱، ۲۰۱۰)، تقریباً در همه جا نوجوانان و بزرگسالان تلفن همراه دارند و این روند رو به رشد است. جوانان نسبت به سایر دوره‌های سنی رتبه نخست سازگاری با تلفن همراه و امکانات آن را به خود اختصاص داده‌اند (اکسمن و راثوتیانن، ۲۰۰۴). تلفن همراه را می‌توان به منزله فناوری تنظیم زمان و مکان دانست که دارای ظرفیت تغییر الگوهای اجتماعی است (افخمی و سلسله، ۱۳۹۲: ۶۸). تلفن همراه ابزاری برای سازگار کردن ارتباطات اجتماعی با تحرکات و جابه‌جایی انسان‌هاست که افراد را هنگام برقراری ارتباط از قلمرو فضا و مکان رها می‌سازد. به عبارت دیگر در قلمرو رسانه‌های نوین همچون ماهواره، اینترنت، تلفن همراه و...، جغرافیا، جهانی و برون مرزی است (خوشحویی و همکاران، ۱۳۹۲: ۴۹).

به وسیله تلفن همراه، فرد همواره به شکل بر خط، قادر به پاسخگویی است. لورنت^۲ معتقد است که تلفن همراه در درون خانه که فضای عمومی است، خلوت و تنهایی جدیدی به وجود آورده است که در آن کمتر کسی راه دارد (همان: ۴۵). رشد

1. Noami

2. Laurent

بررسی الگوی مصرف تلفن همراه در اوقات فراغت جوانان و والدین تهرانی ❖ ۱۲۳

سریع فناوری‌های تلفن همراه و عمومیت یافتن آن در میان اقشار جامعه، فارغ از تفاوت‌های اقتصادی، فرهنگی و ارزشی و اتصال آن به شبکه اینترنت، منجر به تبدیل شدن تلفن همراه به وسیله‌ای مفید شده است که اشخاص مختلف با اهداف گوناگون از آن استفاده می‌کنند. (مهدی‌زاده و خیلا، ۱۳۹۲: ۱۰۰)

امروزه استفاده از تلفن همراه در بین تمامی گروه‌های اجتماعی متداول شده است. شکل‌گیری نوعی نظام ارتباطی جدید مبتنی بر زبان همگانی - دیجیتالی، بنیاد مادی جامعه را چنان دگرگون کرده است که هیچ‌گونه انزواگرایی و کناره‌گیری را بر نمی‌تابد و حتی دورافتاده‌ترین و سنتی‌ترین جوامع نیز از بستن مرزهای خود به روی جریان‌ها و شبکه‌های جهانی ناتوان هستند (جعفرزاده، ۱۳۹۰: ۱۴). پس الگوی مصرف تلفن همراه می‌تواند بر ابعاد مختلف زندگی اجتماعی اثرات متفاوتی داشته باشد. این وسیله ارتباطی بر ارتباطات افراد، روابط خانوادگی، گذران اوقات فراغت، روابط شغلی و... تأثیر دارد (خیلا، ۱۳۸۹: ۴). از نظر اکسمن و رائوتیانن^۱ (۲۰۰۴)، ارتباطات مبتنی بر تلفن همراه به وسیله‌ای مهم برای تعریف حوزه شخصی افراد تبدیل شده است (به نقل از افخمی و سلسله، ۱۳۹۲: ۷۲). به طوری که پلانن^۲ (۲۰۰۱) و استینسون^۳ (۲۰۰۶) در مطالعات خود دریافتند که نگرش به تلفن همراه به عنوان وسیله حفظ امنیت، نگرشی بسیار قوی و رایج است. (موسوی، ۱۳۹۰: ۸۸)

در واقع، فراغت به عنوان پدیده‌ای فرهنگی - اجتماعی هم از ساخت اقتصادی - اجتماعی جامعه تأثیر می‌گیرد و هم بر آن تأثیر می‌گذارد و از طرفی موضوع مشترک میان تمامی اقشار جامعه است (شهیندی، ۱۳۹۳: ۲). فعالیت‌های اوقات فراغت از چنان اهمیتی برخوردار است که از آن به‌مثابه آیین فرهنگی جامعه یاد می‌کنند. در نتیجه چگونگی گذران اوقات فراغت افراد یک جامعه به میزان زیادی معرف ویژگی‌های فرهنگی آن جامعه است. پی‌یر^۴ اظهار می‌دارد: موجودیت و اصالت فرهنگ بر هر

-
1. Oksmann & Turtianen
 2. Plant
 3. Steenson
 4. Pierre

۱۲۴ ❖ فصلنامه فرهنگ مردم ایران

جامعه‌ای بر مبنای اوقات فراغت افرادی که در آن جامعه زندگی می‌کنند قرار دارد (شهبندی، ۱۳۹۳). در واقع، گذران اوقات فراغت یکی دیگر از حوزه‌های زندگی اجتماعی است که از تأثیرات فناوری‌های نوین ارتباطات و اطلاعات در امان نمانده است. واقعیت این است که امروزه تلفن همراه نقش قابل توجهی در ارائه برخی خدمات مربوط به سرگرمی و تفریحات و پرکردن ساعات فراغت مردم، بویژه جوانان ایفا می‌کند (باقیانی مقدم و شهبازی، ۱۳۹۰). با توجه به مطالعات مختلف در زمینه تلفن همراه هنوز پژوهش‌های جامع و داده‌های متقنی در خصوص آثار و پیامدهای تلفن همراه وجود ندارد و کمتر پژوهشی به مقایسه الگوی مصرف تلفن همراه در اوقات فراغت جوانان و والدین با توجه به شکاف نسلی پرداخته است و این مسئله قضاوت در باب الگوی مصرف تلفن همراه را دشوار می‌سازد (خوشنام، ۱۳۹۱: ۲۰). از این رو، مقاله حاضر، بررسی الگوی مصرف تلفن همراه در گذران اوقات فراغت جوانان و والدین را بررسی کرده است تا به سؤالاتی نظیر اینکه الگوی گذران اوقات فراغت جوانان و والدین تهرانی و الگوی مصرف تلفن همراه جوانان و والدین تهرانی در زمان فراغت چگونه است؟ آیا مهم‌ترین دلیل احساس نیاز به تلفن همراه، در بین والدین و جوانان متفاوت است؟ پاسخ دهد.

هدف اصلی مقاله بررسی الگوی مصرف تلفن همراه در اوقات فراغت جوانان و والدین شهر تهران است. در این پژوهش سعی بر آن است که چگونگی الگوی مصرف تلفن همراه از سوی جوانان و والدین مشخص شود. همچنین تعیین میزان اوقات فراغت جوانان و والدین شهر تهران و نقش تفاوت‌های والدین و جوانان از لحاظ سن و تحصیلات بر اختلاف والدین و فرزندان در استفاده از تلفن همراه از اهداف دیگر پژوهش است.

فرضیه‌های پژوهش

۱. به نظر می‌رسد بین الگوی مصرف تلفن همراه در اوقات فراغت جوانان و والدین آنها تفاوت معناداری وجود دارد.

بررسی الگوی مصرف تلفن همراه در اوقات فراغت جوانان و والدین تهرانی ❖ ۱۲۵

۲. به نظر می‌رسد بین میزان استفاده از اینترنت تلفن همراه در اوقات فراغت جوانان و والدین آنها تفاوت معناداری وجود دارد.

۳. به نظر می‌رسد بین میزان استفاده از بازی و سرگرمی تلفن همراه در اوقات فراغت جوانان و والدین آنها تفاوت معناداری وجود دارد.

پیشینه پژوهش

بردلی و هولی^۱ (۲۰۱۰) در پژوهش بررسی کاربردهای تلفن همراه نشان داده‌اند که ۵۶ درصد دانش‌آموزان تلفن همراه را ابزاری مهم برای یادگیری می‌دانند.

لنهارت^۲ (۲۰۱۰) در پژوهشی با عنوان تلفن همراه و جوانان آمریکایی نشان داده است که جوانان حتی در هنگام خواب نسبت به تلفن همراه خویش احساس خوشایندی دارند. آنها معتقدند که تلفن همراه باعث منظم بودن برنامه‌هایشان می‌شود. ۹۰ درصد والدینی که جوان زیر ۱۸ سال دارند، بیشتر از پدر و مادران بدون جوان زیر ۱۸ سال (۷۸ درصد) از تلفن همراه استفاده می‌کنند.

بی‌فان‌چی (۲۰۰۷) در پژوهشی با عنوان پیامدهای استفاده از تلفن همراه در انتقال زندگی خانوادگی به مدرسه، نشان داده است که تلفن همراه برای دانش‌آموزان در بدست آوردن مهارت‌های اجتماعی و هماهنگی با خانواده‌ها مفید بوده و باعث افزایش مشارکت دانش‌آموزان با خانواده‌های خود شده است. (به نقل از خیلا، ۱۳۸۹)

حسن‌زاده و همکاران (۱۳۹۰) در بررسی میزان و نوع کاربرد تلفن همراه از سوی دانش‌آموزان مدارس متوسطه استان مازندران نشان داده‌اند که دانش‌آموزان، تلفن همراه را ابزاری ضروری می‌دانند و دانش‌آموزان از تلفن همراه در زمان فراغت برای ایجاد تعاملات اجتماعی نظیر جست‌وجوی اطلاعات، تبادل فایل‌های موسیقی، تصاویر و فیلم، ارتباط با دیگران در حین انجام پروژه، ارسال پیام و... استفاده می‌کنند.

1. Bradley & Holley

2. Lenhart

در پژوهشی با عنوان «بررسی الگوی مصرف تلفن همراه در روابط اجتماعی و اوقات فراغت در بین دانشجویان» که از سوی خیلا (۱۳۸۹) انجام گرفته است، نتایج حاکی از آن است که بین نوع مصرف و کاربری تلفن همراه و میزان اوقات فراغت دانشجویان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و بیشترین میزان استفاده از تلفن همراه در اوقات فراغت، مرتبط با گوش دادن به موسیقی است.

اوقات فراغت

انجمن بین‌المللی جامعه‌شناسی در تعریف اوقات فراغت آورده است که فراغت، مجموعه‌ای از فعالیت‌هاست که فرد برای رضایت خاطر، برای استراحت و تفریح یا به منظور توسعه آگاهی‌ها و فراگیری غیرانتفاعی یا مشارکت اجتماعی داوطلبانه بعد از رهایی از الزامات شخصی، خانوادگی و اجتماعی به آن می‌پردازد (ساروخانی، ۱۳۷۰). تورکیدسن^۱ (۱۹۹۷) فراغت را مجموعه‌ای از مشغولیت‌ها می‌داند که افراد آن را پس از انجام وظایف کاری، خانوادگی و اجتماعی به اختیار خود برای استراحت، تفریح، افزودن به دانش و یا مهارت‌های خود به کار می‌برند و متضمن رضایت و خشنودی است. گیدنز^۲ (۱۹۶۴) فراغت را حوزه‌ای از زندگی می‌داند که با کار، سفر برای کار یا خواب اشغال نشده است. ویلیامز^۳ (۱۹۶۱) معتقد است، خط تمایز واقعی بین آنچه فراغت می‌نامیم، این است که در فراغت، هر چقدر هم فعال باشیم، انتخاب‌های خود را می‌کنیم و تصمیمات خود را می‌گیریم؛ برای مدتی احساس می‌کنیم که زندگی ما، مال خودمان است. دومازدیه^۴، جامعه‌شناس اوقات فراغت می‌نویسد که گذران اوقات فراغت در برگرفته مجموعه‌ای از اشتغالاتی است که فرد با کمال میل بدان بپردازد، خواه به منظور استراحت، خواه برای ایجاد تنوع، خواه با هدف گسترش اطلاعات و آموزش بدون توجه به اهداف مادی و خواه برای مشارکت اجتماعی ارادی و بسط توان آزاد و

-
1. Torkildsen
 2. Giddens
 3. Williams
 4. Dumazedier

۱۲۷ ❖ بررسی الگوی مصرف تلفن همراه در اوقات فراغت جوانان و والدین تهرانی

خلاقش، پس از آنکه از الزامات خانوادگی و اجتماعی فارغ شد (شهیندی، ۱۳۹۳). کاپلان تصریح می‌کند که رضایت از پرداختن به فعالیت‌های تفریحی تنها زمانی ایجاد می‌شود که فرد از قدرت انتخاب برخوردار باشد. بر مبنای دیدگاه بوردیو^۱، گذران اوقات فراغت می‌تواند بیانگر سبک زندگی و ذائقه‌های خاص باشد که به متمایز شدن افراد از یکدیگر منجر شود. در واقع، یکی از کارکردهای اوقات فراغت، تمایز بخشی است. (کوزر، ۱۳۸۴: ۷۲۷)

تلفن همراه

تلفن همراه به عنوان نسل جدید تلفن وسیله‌ای است که ارتباط را با کمترین هزینه و بیشترین امکانات، در کمترین زمان و در هر شرایطی ایجاد و برای افراد مختلف مهیا می‌کند (خیلا، ۱۳۸۹: ۹). در سال ۱۸۷۷ نخستین خط تجاری تلفن میان بوستون و ماساچوست راه‌اندازی شد. در سال ۱۹۰۱ نخستین پیام با تلگراف بی‌سیم از انگلیس به کانادا از فراز اقیانوس اطلس مخابره گردید. به این ترتیب، ظهور تلفن همراه به منزله صنعت ارتباطی عمومی در دهه ۱۹۸۰ اتفاق افتاد (همان: ۱۱-۱۰). نخستین سیستم‌های ارتباطات تلفن همراه در سال ۱۳۷۳ هجری شمسی، همزمان با سایر کشورها، وارد ایران شد (افخمی و سلسله، ۱۳۹۲: ۶۸). برخی از مشخصات تلفن همراه عبارت‌اند از: سرعت انتقال پیام، ارسال و دریافت پیام، تعاملات درون‌گروهی، ایجاد حریم خصوصی، کارکرد فکاهی و تفنن، ایجاد ارتباط انسانی، تبلیغات، ایجاد شبکه‌های اجتماعی مجازی، عکاسی، فیلمبرداری، ارسال عکس و فیلم، دریافت امواج رادیو، تلویزیون و ماهواره، اتصال به شبکه اینترنت و ... (کیا، ۱۳۸۹). بدین ترتیب عمومی‌ترین استفاده‌ای که از تلفن همراه می‌شود، برقراری ارتباط با افراد در مکان‌ها و زمان‌های دلخواه است. (مهدی‌زاده و خیلا، ۱۳۹۲: ۱۰۴)

کارکرد تلفن همراه

دیدگاه‌های مختلفی درباره نقش و کارکرد تلفن همراه در حال شکل‌گیری است؛ کارکردهایی نظیر هویت فردی، خودابرازی، امتداد خود، مدگرایی و هماهنگی خرد که در استفاده از تلفن همراه به هم گره خورده‌اند، می‌توان به عنوان کارکردهای تلفن همراه برشمرد (جوادی یگانه و همکاران، ۱۳۹۱: ۳۱). چنانچه عاملی (۱۳۸۴) تلفن همراه را فردی‌ترین ابزار زندگی امروز می‌داند که امکان خوداظهاری هویتی را فراهم می‌سازد. ابزاری که قابلیت انعطافی ارتباطات همچون ارتباط دوسویه یا چندسویه دائمی، قابل برنامه‌ریزی بودن ارتباطات، انتخابی بودن پذیرش ارتباطات، ورود به جهان مجازی استفاده چند منظوره و... را فراهم کرده است.

فورتانی (۲۰۰۲) نیز تلفن همراه را وسیله‌ای برای انتقال معنایی درباره خودمان به صورت نمادین می‌داند. اوکسامان و راثوتیانن (۲۰۰۲) معتقدند که در زندگی روزانه خانواده‌ها، تلفن همراه، خطی امن بین فرزند و والدین را تشکیل می‌دهد.

مبانی نظری

نظریه شکاف نسل‌ها

دیدگاه شکاف نسلی، به وجود تفاوت‌های دانشی، گرایشی و رفتاری بین دو نسل، متأثر از عوامل و متغیرهای متعدد اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، فنی و رسانه‌ای و تجربیات متفاوت اجتماعی، فرهنگی و تاریخی آنها اشاره دارد (ساعی و همکاران، ۱۳۹۳: ۶۷). بوردیو، در باب شکاف نسلی معتقد است که شکاف افقی بوده و در قسمت‌های مختلف اجتماع باعث مقابله نسل جدید و قدیم می‌شود. او نسل‌ها را ساختار اجتماع می‌بیند که در نتیجه نزاع یاد شده ایجاد می‌شوند. همچنین بوردیو بر توزیع امکانات و منابع و موقعیت نابرابر نسل‌های مختلف از نظر برخورداری یا محرومیت از امکانات و فرصت‌های موجود اقتصادی، اجتماعی و سیاسی، فرهنگی در عرصه‌های مختلف در ریشه‌یابی شکاف نسلی تأکید دارد. رهیافت مد نظر وی تضاد

بررسی الگوی مصرف تلفن همراه در اوقات فراغت جوانان و والدین تهرانی ❖ ۱۲۹

ساختاری، منشأ اصلی منازعات نسلی، توزیع نامتوازن منابع قدرت و ثروت و سرمایه‌های در اختیار نسل‌ها در عرصه‌های مختلف اجتماعی است که محور اصلی را تضاد منافع مادی گروه‌های مختلف نسلی که در جامعه همزیستی مکانی و زمانی دارند، می‌داند که موجب مسائل نسل‌ها و شکاف‌های ایدئولوژیک و فرهنگی بین آنها می‌شود (مقدم‌فر، ۱۳۸۸: ۱۶).

نظریه وابستگی

در خصوص وابستگی‌ای که بین مخاطب و رسانه اتفاق می‌افتد، روکیچ^۱ و دی فلور^۲ نظریه‌ای را در سال ۱۹۷۶ مطرح کردند با نام نظریه وابستگی^۳ که مخاطبان، روابط بین رسانه‌ها، جامعه و مخاطبان را مورد توجه قرار می‌دهد و با اشاره به نیازهای مخاطب از جمله داشتن اطلاعات از رویدادهای پیرامون از یک سو و نیز ندانستن و گریز از واقعیات از سوی دیگر، او را عنصری منفعل و وابسته به رسانه‌ها فرض می‌کند. مک‌کوئیل^۴ و سون ویندال^۵ مهم‌ترین و اصلی‌ترین ایده نظریه وابستگی مخاطبان را وابسته بودن مخاطبان به منابع اطلاعاتی رسانه‌های جمعی برای دانستن و جهت‌گیری نسبت به رویدادهای اجتماعی ذکر می‌کنند. در فرآیندی که برای وابستگی به مخاطب اتفاق می‌افتد، سه عامل اصلی جامعه، رسانه و مخاطب وجود دارند که این سه عامل باعث افزایش یا کاهش میزان وابستگی مخاطبان به رسانه‌ها می‌شود: ۱. هرگاه در جامعه میزان تغییر، تضاد و بی‌نظمی افزایش یابد، مردم برای رفع ابهام و کسب اطمینان، به اطلاعات رسانه‌ها وابستگی بیشتری پیدا می‌کنند. ۲. هر چقدر تعداد و محوریت کارکردهای اطلاعات رسانه‌ای بیشتر و گسترده‌تر باشد، میزان وابستگی مخاطبان

-
1. Rokeach
 2. Defleur
 3. dependency theory
 4. Mac Quail
 5. Sun Vyndal

۱۳۰ فصلنامه فرهنگ مردم ایران

افزایش می‌یابد. ۳. هر چقدر دامنه و میزان نیاز مخاطبان به اطلاعات رسانه‌ای بیشتر باشد، میزان وابستگی‌شان به رسانه‌ها بیشتر است. (مهدی‌زاده، ۱۳۹۲)

نظریه استفاده و خشنودی

یکی از مطرح‌ترین نظریه‌های مرتبط با رفتار مخاطب، نظریه استفاده و خشنودی است. فرض اصلی نظریه استفاده و خشنودی این است که مخاطبان، کم و بیش به صورت فعال به دنبال محتوایی هستند که بیشترین خشنودی را فراهم می‌کنند و درجه خشنودی به نیازها و علایق افراد بستگی دارد (باقیانی مقدم و شهبازی، ۱۳۸۹: ۴). به عبارت دیگر، افراد برای رضایت و پرکردن اوقات فراغت نیز رفتار رسانه‌ای خاصی دارند. مخاطب انتخاب‌گر می‌تواند در پی نیازهای خود دست به گزینش بزند و برای برطرف کردن نیازهای خود به سمت رسانه مورد علاقه خود برود. پرسش اساسی این نظریه این است که چرا مردم از رسانه‌ها استفاده می‌کنند و آن را به چه منظوری به کار می‌برند؟

روش پژوهش

روش مورد استفاده در مطالعه حاضر، روش پیمایشی است. جامعه آماری، ۳۸۴ از جوانان ۱۶-۲۴ سال به همراه یکی از والدین و ساکن شهر تهران هستند. به منظور تعیین و برآورد حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شده است؛ بدین صورت که با فرض حداکثر پراکندگی متغیر مورد مطالعه، سطح اطمینان ۹۵ درصد و فاصله اطمینان ۵ درصد حجم نمونه ۳۸۴ به دست آمده است. روش نمونه‌گیری این پژوهش، روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای^۱ است؛ به این ترتیب که:

۱. در مرحله نخست تعدادی از بلوک‌های شهر تهران انتخاب شدند.
۲. در مرحله دوم با استفاده از متغیر اصلی طرح، تعداد و شماره بلوک خانوارهای نمونه در هر یک از بلوک‌ها مشخص گردیدند.

1. multi phase cluster sampling

بررسی الگوی مصرف تلفن همراه در اوقات فراغت جوانان و والدین تهرانی ❖ ۱۳۱

۳. در مرحله سوم در هر یک از خانوارهای انتخاب‌شده، پرسشگر با پاسخگویی که دارای سن ۲۴-۱۶ سال داشت و نیز با یکی از والدین (مادر یا پدر) آنها مصاحبه کرده است. در این پژوهش، برای گردآوری داده‌ها، از پرسش‌نامه محقق‌ساخته استفاده شده که از طریق نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۰ تجزیه و تحلیل داده‌ها صورت گرفته است.

تعریف مفاهیم

دومازیه پژوهش‌های مفصلی درباره اوقات فراغت انجام داده است؛ اما آنچه در نظریه او اهمیت ویژه‌ای دارد، طبقه‌بندی‌ای است که از انواع مختلف فراغت ارائه داده است:

- فراغت‌های جسمانی: نظیر ورزش‌های مختلف، قدم‌زنی، پرسه‌زنی، استراحت، دراز کشیدن، مسافرت و تعطیلات.

- فراغت‌های هنری: مانند بازدید از مناظر طبیعی، موزه‌ها و بناهای یادبود، رفتن به سینما، تئاتر و کنسرت، نقاشی و نواختن موسیقی.

- فراغت‌های عملی: انجام دادن کارهای دستی (سفال‌گری، باغبانی، سوزن‌دوزی و...).

- فراغت‌های فکری: بیشتر این نوع فراغت در مطالعه نمایان می‌شود و می‌تواند شامل مطالعه روزنامه، مجله یا کتاب باشد. استفاده از اینترنت، تلفن همراه و گوش دادن به رادیو و تلویزیون نیز در این طبقه قرار دارد.

- فراغت‌های اجتماعی: این نوع فراغت در پوشش انواع تفریح‌ها، دید و بازدیدها، گروه‌های دوستانه، دوره‌های مختلف خانوادگی و... ظاهر می‌شود.

اوقات فراغت بر اساس نظریه دومازیه به دو دسته رسانه‌ای و غیر رسانه‌ای تقسیم شده است که بر اساس عنوان پژوهش، فراغت فکری مورد سنجش قرار گرفته است. در این پژوهش، برای سنجش اوقات فراغت از گویه‌هایی چون مدت زمان اوقات فراغت جوانان و والدین در طول شبانه‌روز و مدت زمان اختصاص به تلفن همراه مورد توجه قرار گرفته است.

الگوی مصرف: در این پژوهش برای سنجش الگوی مصرف تلفن همراه، مهم‌ترین احساس نیاز، نحوه استفاده از تلفن همراه، نحوه ارتباط با خانواده و دوستان از طریق تلفن همراه، موارد استفاده از اینترنت تلفن همراه، دلایل استفاده از تلفن همراه و... مورد سنجش قرار گرفته است.

یافته‌های توصیفی

در این مطالعه، ۵۱ درصد از جوانان مورد مطالعه دختر و ۴۹ درصد پسر هستند. همچنین ۴۹/۵ درصد والدین پاسخگو را پدران و ۵۰/۵ درصد را مادران جوانان مورد مطالعه تشکیل می‌دهند. میانگین سنی والدین ۶۷/۹ و میانگین سنی جوانان در این پژوهش، ۱۸/۹۶ است. اکثریت والدین در گروه سنی ۵۰-۴۱ سال و جوانان در گروه سنی ۱۸-۱۶ سال قرار دارند. بیشترین سهم والدین از لحاظ تحصیلات، والدینی با تحصیلات دیپلم هستند، در حالی که اکثریت جوانان مورد مطالعه (۴۱/۶ درصد)، مشغول به تحصیل‌اند و تحصیلات آنان زیردیپلم است. پایگاه اجتماعی اقتصادی افراد مورد مطالعه پایین‌تر از حد متوسط است.

میزان فراغت جوانان در شبانه‌روز ۴ ساعت و ۱۶ دقیقه و میزان اوقات فراغت والدین، ۳ ساعت و ۴۹ دقیقه است. میانگین پرکردن اوقات فراغت از سوی رسانه از سوی جوانان برابر با ۱۱۲ دقیقه و از سوی والدین برابر با ۵۸ دقیقه است. به عبارت دیگر، تلفن همراه در اوقات فراغت جوانان دارای اهمیت به‌سزایی است.

اطلاعات درباره توزیع نسبی پاسخگویان بر حسب الگوی مصرف تلفن همراه در زمان اوقات فراغت نشان می‌دهد که الگوی مصرف تلفن همراه در بین والدین و جوانان بالاتر از حد متوسط است، در حالی که جوانان بیش از والدین از تلفن همراه استفاده می‌کنند.

همچنین نتایج نشان داده است که ارتباط جوانان با خانواده بیشتر از طریق مکالمه و با دوستان از طریق پیام کوتاه است، در حالی که والدین بیشتر از طریق مکالمه با دوستان و خانواده خود در ارتباط هستند.

بررسی الگوی مصرف تلفن همراه در اوقات فراغت جوانان و والدین تهرانی ❖ ۱۳۳

اکثریت جوانان (۹۷ درصد) و ۸۳/۸ درصد والدین به تنهایی از تلفن همراه خود استفاده می‌کنند. یکی از مهم‌ترین دلایل استفاده از پیام کوتاه در بین والدین و جوانان مورد مطالعه، هزینه کمتر است. در پیامک‌های دریافتی جوک و سرگرمی که در مقوله کارکرد فراغتی تلفن همراه می‌گنجد، نسبت به سایر مقولات از درصد بالاتری برخوردار است.

در این پژوهش مشخص شده است که بیش از نیمی از والدین و جوانان حتی برای ارتباط با دیگران از اینترنت تلفن همراه خود استفاده می‌کنند. پس مهم‌ترین کارکرد و نقشی که والدین و جوانان برای تلفن همراه خویش قائل‌اند، برقراری ارتباط با دیگران است. مهم‌ترین مزیت تلفن همراه نیز استفاده از اینترنت در زمان و مکان‌های مختلف عنوان شده است. ۸۵ درصد جوانان و ۴۵ درصد والدین از اینترنت تلفن همراه استفاده می‌کنند.

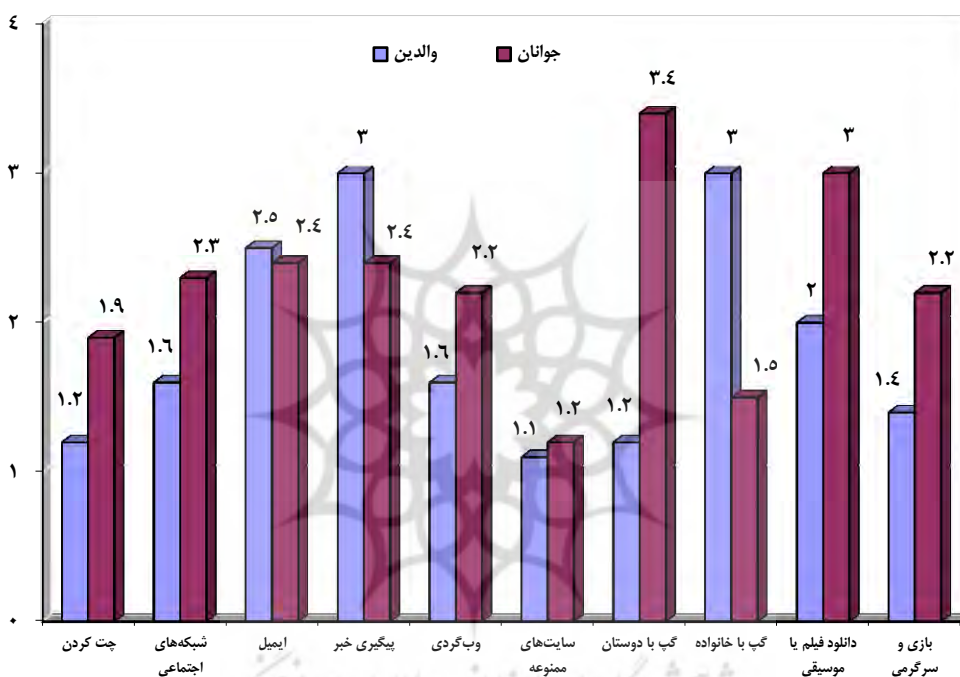
توزیع نسبی پاسخگویان بر حسب نوع استفاده از اینترنت تلفن همراه در نمودار شماره یک نشان داده است که بالاترین میانگین در بین والدین مربوط به پیگیری خبر از سایت‌های مختلف و گپ با خانواده و در بین جوانان مرتبط با گپ با دوستان است. همچنین پژوهش نشان داده است که جوانان بیش از والدین از شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک، وایبر، واتساپ و تلگرام...، وب‌گردی، بازی و سرگرمی، بارگذاری فیلم و موسیقی، گپ با دوستان، چت کردن به وسیله تلفن همراه استفاده می‌کنند.

میانگین متغیر مدت زمان استفاده از اینترنت تلفن همراه از سوی جوانان برابر با ۲ ساعت و ۱۶ دقیقه و از سوی والدین برابر با ۱۶ دقیقه است.

از آنجا که الگوی مصرف تلفن همراه در بین جوانان با والدین آنها در زمان فراغت با هم متفاوت است، می‌توان این نتیجه را به شکاف نسلی بین جوانان و والدین آنها نسبت داد. برای بررسی این موضوع تحصیلات والدین در ارتباط با شکاف نسلی اوقات فراغت مورد سنجش قرار گرفته است. نتایج جدول شماره یک، حاکی از آن است ۸۳/۳ درصد والدینی که دارای تحصیلات دانشگاهی هستند، شکاف نسلی کمتری با جوانان دارند. در حالی که ۴۰/۹ درصد از والدین با تحصیلات زیر دیپلم (ابتدایی و راهنمایی) دارای شکاف نسلی کم با فرزندان خود هستند. همین‌طور توجه به ردیف‌های دوم و سوم

جدول نیز نشان می‌دهد والدین با تحصیلات دانشگاهی، شکاف نسلی زیاد ندارند. در حالی که این شکاف نسلی برای والدین با تحصیلات دیپلم بیشتر است.

نمودار ۱: توزیع نسبی پاسخگویان بر حسب میانگین نوع استفاده از اینترنت تلفن همراه



جدول ۱: توزیع نسبی پاسخگویان بر حسب شکاف نسلی در فراغت

تحصیلات والدین			شکاف نسلی در فراغت
دانشگاهی	دیپلم	زیر دیپلم	
۸۳/۳	۴۶/۵	۴۰/۹	کم
۱۶/۶	۴۱/۸	۵۲/۲	متوسط
۰/۰	۱۱/۶	۶/۸	زیاد
۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	جمع

۱۳۵ ❖ بررسی الگوی مصرف تلفن همراه در اوقات فراغت جوانان و والدین تهرانی

یافته‌های استنباطی

فرضیه اول مطالعه حاضر بیانگر این است که بین الگوی مصرف تلفن همراه در اوقات فراغت جوانان و والدین آنها تفاوت معناداری وجود دارد. اختلاف میانگین متغیر الگوی مصرف تلفن همراه جوانان و والدین برابر با ۲ ساعت و ۳۸ دقیقه است. آزمون آماری t زوج شده (جفتی) برای این دو متغیر با توجه به مقدار آماره ($t = 9/032$) و سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ نشان می‌دهد که بین الگوی مصرف تلفن همراه بین جوانان و والدین آنها با هم متفاوت است که نشان‌دهنده تأیید فرضیه پژوهش است.

جدول ۲: بررسی تفاوت معناداری الگوی مصرف تلفن همراه جوانان و والدین آنها در اوقات فراغت

الگوی مصرف تلفن همراه در اوقات فراغت جوانان و والدین	اختلاف میانگین‌ها	آماره آزمون	درجه آزادی	سطح معناداری
	۱۵۸ دقیقه	۹/۷۸	۱۹۸	۰/۰۰۰

فرضیه دوم به بررسی تفاوت میزان استفاده از اینترنت تلفن همراه در اوقات فراغت جوانان و والدین آنها پرداخته است. نتایج حاکی از آن است که میانگین متغیر مدت زمان استفاده از اینترنت از سوی جوانان برابر با ۲ ساعت و ۱۶ دقیقه و میانگین متغیر مدت زمان استفاده از اینترنت از سوی والدین برابر با ۱۶ دقیقه می‌باشد. آزمون آماری t زوج شده (جفتی) برای این دو متغیر با توجه به مقدار آماره ($t = 9/032$) و سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ نشان می‌دهد میزان استفاده از اینترنت تلفن همراه بین جوانان و والدین آنها دارای تفاوت معناداری است که نشان‌دهنده تأیید فرضیه پژوهش است.

جدول ۳: بررسی تفاوت معناداری میزان استفاده از اینترنت تلفن همراه در بین جوانان و والدین آنها در اوقات فراغت

میزان استفاده از اینترنت تلفن همراه در بین جوانان و والدین	اختلاف میانگین‌ها	آماره آزمون t	درجه آزادی	سطح معناداری
	۷۱ دقیقه	۹/۰۳۲	۲۰۱	۰/۰۰۰

در فرضیه سوم بیان شده است که بین میزان استفاده از بازی و سرگرمی تلفن همراه در اوقات فراغت جوانان و والدین آنها تفاوت معناداری وجود دارد.

جدول ۴: بررسی تفاوت معناداری میزان پرداختن به بازی‌ها و سرگرمی‌های تلفن همراه در اوقات فراغت

سطح معناداری <i>sig</i>	درجه آزادی <i>df</i>	آماره آزمون <i>t</i>	اختلاف میانگین‌ها	میانگین‌ها
۰/۰۰۰	۲۰۱	۹/۵۲۰	۵۲ دقیقه	میزان پرداختن به بازی و سرگرمی تلفن همراه در بین جوانان و والدین

ضریب همبستگی و مقایسه زوجی میزان پرداختن به بازی‌ها و سرگرمی‌های تلفن همراه در بین جوانان و والدین آنها حاکی از آن است که بین این متغیر در بین جوانان و والدین آنها، در سطح کمتر از ۰/۰۱ درصد رابطه معناداری وجود دارد. میانگین متغیر میزان پرداختن به بازی‌ها و سرگرمی‌های تلفن همراه از سوی جوانان برابر ۶۱ دقیقه و میانگین متغیر میزان پرداختن به بازی‌ها و سرگرمی‌ها از سوی والدین برابر با ۹ دقیقه است. آزمون آماری *t* زوج شده (جفتی) برای این دو متغیر با توجه به مقدار آماره $t = 9/520$ ، درجه آزادی $df = 201$ و سطح معناداری دو دامنه $sig = 0/000$ نشان می‌دهد که بین میانگین این دو متغیر تفاوت معناداری در سطح کمتر از ۰/۰۵ وجود دارد.

جمع‌بندی

در مطالعه حاضر سعی بر آن بوده است تا به بررسی مقایسه‌ای الگوی مصرف تلفن همراه در اوقات فراغت جوانان و والدین شهر تهران پرداخته شود. براساس یافته‌ها، الگوی مصرف تلفن همراه در بین جوانان و والدین در اوقات فراغت بالاتر از حد متوسط است و جوانان بیش از والدین در زمان فراغت از تلفن همراه استفاده می‌کنند.

بررسی الگوی مصرف تلفن همراه در اوقات فراغت جوانان و والدین تهرانی ❖ ۱۳۷

میزان اوقات فراغت جوانان در شبانه‌روز بیش از والدین آنهاست و در بین رسانه‌ها، بیشترین اولویت در پرکردن اوقات فراغت جوانان و والدین مرتبط با تلویزیون (رسانه ملی) است و بعد از آن، تلفن همراه در بین جوانان و دید و بازدید در بین والدین اهمیت ویژه‌ای در پرکردن اوقات فراغت دارد. مهم‌ترین کارکرد و نقشی که جوانان و والدین برای تلفن همراه قائل‌اند، ارتباط با دیگران (تعاملات اجتماعی) است که این نتیجه با نتایج حسن‌زاده و همکاران (۱۳۹۰) همخوانی دارد. درحالی که بازی‌های رایانه‌ای در بین جوانان و بازی با تلفن همراه در بین والدین نقش به‌سزایی در اوقات فراغت دارد، می‌توان بیان کرد که با اختلاف ۵۲ دقیقه، جوانان بیش از والدین از بازی و سرگرمی تلفن همراه در اوقات فراغت استفاده می‌کنند. همچنین نتایج نشان داده است که جوانان با اختلاف چشمگیری، بیش از والدین از اینترنت تلفن همراه و با اختلاف کمتر از چت کردن با دوستان، شبکه‌های اجتماعی و بارگذاری موسیقی و فیلم از طریق اینترنت تلفن همراه بهره می‌برند. یافته‌های استنباطی نیز وجود تفاوت معنادار میان جوانان و والدین در استفاده از اینترنت و بازی و سرگرمی تلفن همراه را تأیید کرده‌اند.

نتایج نشان داده است که میان تحصیلات والدین و شکاف نسلی در فراغت رابطه وجود دارد؛ یعنی میزان شکاف نسلی در فراغت بین والدین با تحصیلات دانشگاهی و جوانانشان کمتر است. این والدین، نسبت به ارزش‌های جوانان انعطاف بیشتری وجود دارد.

تفاوتی که میان ارزش‌ها و نگرش‌های والدین و جوانان در این زمینه وجود دارد، بیشتر فاصله نسلی است تا شکاف نسلی. به نظر می‌رسد یکی از مهم‌ترین دلایل نبود پیدایش این شکاف، ایجاد تغییر در والدین، همسو و هم‌راستا با جوانان است؛ چرا که والدین نیز در معرض رسانه‌های جهانی هستند. اما این بدان معنا نیست که امکان گسترش این فاصله و شکل‌گیری شکاف نسلی وجود ندارد. فقدان برنامه‌ریزی‌های مفید برای گذراندن اوقات فراغت جوانان و روی آوردن بیش از پیش آنها به فناوری‌های ارتباطی نظیر اینترنت، تلفن همراه و ماهواره، می‌تواند این امکان را تقویت کند.

۱۳۸ ❖ فصلنامه فرهنگ مردم ایران

نتایج حاکی از آن است که تلفن همراه نقش به‌سزایی در پرکردن اوقات فراغت افراد، بویژه جوانان دارد و تلفن همراه، نظیر هر فناوری دیگری آمیزه‌ای از نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهاست. از این رو، ضرورت دارد با بسترسازی فرهنگی لازم از سوی نهادهای فرهنگی کشور از جمله آموزش و پرورش، صدا و سیما و... امکان کاهش تهدیدهای تلفن همراه و افزایش فرصت‌های آن را پدید آورد. همچنین پیشنهاد می‌شود که مراکز خدمات ارتباطی در هنگام فروش سیم‌کارت، با توزیع بسته‌های آموزشی موجب گسترش فرهنگ صحیح استفاده از این فناوری در جامعه شود.

منابع

- افخمی، حسینعلی و سلسله، محسن (۱۳۹۲). «بررسی مصرف اعتیادآور تلفن همراه، فصلنامه جامعه‌شناسی مسائل اجتماعی ایران». پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، پورتال جامع علوم انسانی.
- باقیانی مقدم، محمدحسین و شهبازی، حسن (۱۳۹۰). «الگوی استفاده از تلفن همراه در بین دانشجویان دختر و پسر ساکن در خوابگاه‌های دانشگاه علوم پزشکی یزد». پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، پورتال جامع علوم انسانی.
- جعفرزاده، الهام (۱۳۹۰). رابطه اعتیاد تلفن همراه با سلامت روان در دانشجویان دانشگاه بیرجند، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه بیرجند، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی.
- جوادی یگانه، محمدرضا؛ کوثری، مسعود و خیرخواه، طاهره (۱۳۹۱). «تلفن همراه و کارکردهای آن برای کاربران ایرانی». فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی، دوره اول، ش ۲.
- حسن‌زاده، رمضان؛ لطفی، علی؛ حسینی، شمس‌الله و ابراهیمی، احمد (۱۳۹۰). «بررسی میزان و نوع کاربرد تلفن همراه توسط دانش‌آموزان مدارس متوسطه استان مازندران». فصلنامه فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات در علوم تربیتی، س ۲، ش ۲.

بررسی الگوی مصرف تلفن همراه در اوقات فراغت جوانان و والدین تهرانی ❖ ۱۳۹

خوشخویی، منصور؛ یوسف‌زاده، محمدرضا و آذریون، پریسا (۱۳۹۲). «بررسی رابطه میزان استفاده از رسانه‌های ارتباطی و گرایش دانشجویان دختر دانشگاه بوعلی سینا به حجاب». فصلنامه دین و ارتباطات، س ۲۰، شماره ۱.

خوشنام، مژگان (۱۳۹۱). بررسی رابطه بین استفاده از تلفن همراه و روابط اجتماعی دانشجویان دانشگاه‌های شهر یزد، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه الزهراء، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی.

خیلا، زهرا (۱۳۸۹). بررسی الگوی مصرف تلفن همراه (در روابط اجتماعی و اوقات فراغت) در بین دانشجویان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه الزهراء، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی.

ساروخانی، باقر (۱۳۷۰). درآمدی بر دایرةالمعارف علوم اجتماعی. تهران: نشر کیهان.

ساعی، منصور، حیدری، حسین و ساعی، احمد (۱۳۹۳). «تلویزیون‌های ماهواره‌ای و همگرایی ارزشی بین نسلی». فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، س ۲۱، ش ۴. سبحانی‌نژاد، مهدی؛ پورطهماسبی، سیاوش و تاجور، آذر (۱۳۸۷). «چالش‌ها و کارکردهای فرهنگی و اجتماعی تلفن همراه و راهکارهای اصلاح آن». ماهنامه مهندسی فرهنگی، س ۳، ش ۳۰ و ۳۱.

شهبندی، اعظم (۱۳۹۳). «بررسی مقایسه‌ای الگوی گذران اوقات فراغت جوانان و والدین آنها». فصلنامه سبک زندگی، سال ۳، ش ۷.

عاملی، سعیدرضا (۱۳۸۴). «فردگرایی جدید و تلفن همراه: تکنولوژی فردگرایی و هویت». نشریه جهانی رسانه، ش ۱.

کیا، علی‌اصغر (۱۳۸۹). «تلفن همراه، یک رسانه». کتاب ماه علوم اجتماعی، ش ۳۰. کوزر، لوئیس (۱۳۸۴). نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: نشر علمی.

مقدم‌فر، گلنار (۱۳۸۸). «بوردیو و شکاف نسلی». نشریه رسالت، ش ۸۸. موسوی، کمال‌الدین (۱۳۹۰). بررسی نگرش به تلفن همراه در بانوان ساکن تهران،

مطالعات اجتماعی روان‌شناختی مطالعات زنان، س ۹، ش ۳.

موسوی، کمال‌الدین و موسوی، علی (۱۳۹۲). «تحلیل رابطه میان الگوی استفاده از تلفن همراه و اعتماد متقابل زناشویی». *مجله جامعه‌شناسی ایران*، دوره ۱۴، ش ۳. مهدی‌زاده، سید محمد (۱۳۹۲). *نظریه رسانه، اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی*، چ ۳، تهران: همشهری.

مهدی‌زاده، شراره و خیلا، زهرا (۱۳۹۲). «تلفن همراه، روابط اجتماعی». *فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، س ۹، ش ۳۲.

Baradley, C & holley, D. (2010). **How Students in Higer Education Use their Mobile Phonesfor learning**. Retrieved from <http:// repository. Alt .ac .uk>

Hulme, M. and Peters S. (2001). **Me, My phone and I: The Role of The Mobile Phone**, at <http://www.cs.colorado.edu/~palen/chi workshop/papers/HulmePeters.pdf> (accessed 21 November 2004).

Fortunati, L. (2002). **Italy: Stereotypes, True and False**, in J.E. Katz and M. Aakhus (eds) *Perpetual Contact*. Cambridge: Cambridge University Press.

Katz, J.E. and M. Aakhus (eds). (2002). "Mobile Culture of Children and Teenagers in Finland", in J.E. Katz and M. Aakhus (eds) **Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance**, pp. 170° 92. Cambridge: Cambridge University Press.

Lenhart, A, Purcell, K , Smith, A & Kathryn Zickuhr (2010). *Socail Media and Young Adults* , RewResearch Center, Internet, science & Tech.

Naomi, s (2010). *Cross Cultural Patterns in Mobile Phone Use Public Space and Rechability in Sweden, the US, and Japan*, **Revised Version to Appear, New Media & Society**.

Lenhart, A(2010), *Cell Phones and American Adults* , **PewResearch Center, Internet, science & Tech**.

بررسی الگوی مصرف تلفن همراه در اوقات فراغت جوانان و والدین تهرانی ❖ ۱۴۱

Oksman, V. and P. Rautiainen (2002) Perhaps It Is a Body Part How the Mobile Phone Became an Organic Part of the Everyday Lives of Finnish Children and Teenagers , in J. Katz (ed.) **Machines that Become Us: the Social Context of Communication Technology**, pp. 293° 308. New Brunswick, NJ: Transaction Publishers.

