

تأثیر فناوری‌های جدید بر اوقات فراغت و سرمایه اجتماعی جوانان

امیر رستگارخالد^۱، نرگس مصلحی جنابیان^۲، آمنه صلاحی^۳،
نسرین تاج^۴

چکیده

سؤال اصلی پژوهش پیش‌رو این است که آیا تغییرات صورت گرفته در سبک‌های نوین فراغتی (مبتنی بر فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی جدید) با سرمایه اجتماعی جوانان رابطه‌ای دارد یا خیر؟ در این مطالعه روی انواع سبک‌های فراغتی و به ویژه سبک فراغتی شواوچینگ سیه متمرکز شده و با توجه به فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی جدید به سبک فراغتی مورد نظر رسیده و رابطه آن‌را با سرمایه اجتماعی جوانان مطالعه کردیم. این تحقیق به روش پیمایش انجام شده است.

پژوهش پیش‌رو در مورد ۳۸۴ نفر از جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله ساکن در منطقه پنج شهر تهران انجام شد. یافته‌های تحقیق نشان داد که استفاده جوانان از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی جدید در تکمیل و گذران اوقات فراغت، موجب می‌شود که سرمایه اجتماعی جوانان در دو بعد از ابعاد عینی (عضویت و مشارکت افراد در گروه‌ها، سازمان‌ها، معاشرت و ارتباطات افراد) و یک بعد ذهنی آن یعنی اعتماد تعمیم‌یافته (اعتماد مردم به یکدیگر در فضاهای مجازی و اعتماد به فضای مجازی) ارتقاء یابد. از سوی دیگر داده‌ها نشان دادند که اگر افراد از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی جدید برای فعالیتی اجتماعی در گذران اوقات فراغت‌شان بهره گیرند؛ این امر موجب می‌شود تا میزان سرمایه اجتماعی آنها درباره زمانی که از این ابزارها به منظور فعالیت‌های غیراجتماعی مانند فعالیت‌های تفریحی یا یادگیری استفاده می‌کنند، افزایش یابد.

واژه‌های کلیدی

فناوری اطلاعات و ارتباطات، اوقات فراغت، فراغت مجازی، سرمایه اجتماعی، جوانان.

amir-rastegarkhaled@yahoo.com
nargesmoslehi.j@gmail.com
sa29744@gmail.com
n-taj@itrc.ac.ir

تاریخ دریافت: ۹۳/۱۲/۲۴ تاریخ پذیرش: ۹۵/۰۲/۲۵

۱. استادیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه شاهد (نویسنده مسئول).
۲. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.
۳. کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه شاهد.
۴. کارشناسی ارشد مرکز تحقیقات مخابرات ایران.

واکاوی مسئله

یکی از وظایف اصلی جامعه‌شناسی، تحقیق دربارهٔ انسان‌ها و روابط میان آنهاست؛ گسترهٔ این رابطه با عنوان سرمایهٔ اجتماعی شناخته می‌شود. فوکویاما^۱ سرمایهٔ اجتماعی را شامل بازتاب نهادها، روابط و هنجارهایی می‌داند که در ارتباط با دیگران به کار می‌آید (فوکویاما، ۱۳۷۹) و تعاملات کلیهٔ اعضای جامعه را با یکدیگر تسهیل می‌کند. سرمایهٔ اجتماعی محصول جامعهٔ بشری بوده و در تمامی جوامع، از قبایل کوچک افریقایی تا کشورهای بزرگ وجود دارد و تفاوت آن تنها در عرضه و شکل آن نهفته است (اخترمحقی، ۱۳۸۵). امروزه این امر مسلم است که رسیدن به توسعه، جامعهٔ مدنی، معیارهای جهان‌شمول و زمینهٔ مناسب برای زیستن اجتماعی، تنها با وجود سرمایهٔ اجتماعی شکل می‌گیرد (اخترمحقی، ۱۳۸۵). مطالعات متعددی تأثیر سرمایهٔ اجتماعی را در ایجاد وحدت، نظم و انسجام جامعه نشان داده‌اند. مثلاً بانک جهانی، سرمایهٔ اجتماعی را پدیده‌ای می‌داند که حاصل تأثیر نهادهای اجتماعی، روابط انسانی و هنجارها بر کمیت و کیفیت تعاملات اجتماعی است؛ تجارب این سازمان نشان داده که این پدیده، تأثیر قابل ملاحظه‌ای بر اقتصاد و توسعهٔ کشورهای مختلف دارد (به نقل از اخترمحقی، ۱۳۸۵). از این‌رو، پاتنام و کلمن سرمایهٔ اجتماعی را به منزلهٔ دارایی‌های جوامع در نظر می‌گیرند (آترلی،^۱ ۲۰۱۰).

تحقیقات، عوامل مختلفی را بر سرمایهٔ اجتماعی، مؤثر نشان داده‌اند. مثلاً، کار از جمله عواملی است که بسته به نوع و میزان ساعات آن، تأثیرات متفاوتی روی سرمایهٔ اجتماعی دارد؛ به همین شکل، اوقات فراغت، چون فرصت‌های آگاهانه و آزادانه‌ای در اختیار انسان قرار می‌دهد، می‌تواند بر سرمایهٔ اجتماعی تأثیرگذار باشد؛ چراکه ارتباطات صمیمی و خصوصی هر فرد با دیگران، بیشتر بر زمانی شکل می‌گیرد که وی فارغ از هر گونه رابطهٔ اجباری (کاری و ...) با دیگران قرار دارد.

به این دلیل که فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی در زمرهٔ متأخرترین پیشرفت‌های امروز جهان است و از سوی دیگر به نظر می‌رسد که بیش از هر فناوری دیگری، اوقات فراغت را تحت تأثیر قرار داده است، می‌توان به مطالعهٔ رابطهٔ این فناوری‌ها با اوقات فراغت در عصر جدید پرداخت و اشکال آن‌را با سایر شیوه‌های گذران اوقات فراغت در طول تاریخ شکل‌گیری آن، که اغلب به دوره‌های پس از رشد صنعت نسبت داده می‌شود، مقایسه کرد؛ سهم وسایل ارتباط جمعی در پر کردن زمان فراغت در جامعهٔ امروز بسیار با اهمیت است.

1. Fukuyama

امروزه پیشرفت فناوری، تغییرات گسترده‌ای را در زمینه اوقات فراغت و نحوه گذران ایجاد کرده است؛ تا جایی که پس از دوره صنعتی، اندازه آن تا حدود دو برابر افزایش یافته است (امیرتاش، ۱۳۸۳). از جمله این نوآوری‌ها، ایجاد و اشاعه فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی است؛ این فناوری‌ها راه‌های سنتی ارتباطات را تغییر داده و شکل‌های آن را دگرگون ساخته‌اند؛ تا جایی که امروزه میان این فناوری‌ها و شکل‌گیری زندگی اجتماعی انسانی، پیوندی استوار برقرار است (گریببرگ، ۲۰۰۵). در حقیقت، رشد و گسترش روزافزون فناوری‌های دیجیتالی باعث شده تا رابطه جدیدی میان رسانه‌های نوین و دیگر جنبه‌های زندگی روزمره انسان در جوامع به وجود آید (کوثری، ۱۳۸۳: ۱۴۸). فناوری‌های ارتباطاتی، اقصی نقاط عالم را در شبکه‌های جهانی به یکدیگر پیوند می‌دهد و مجموعه گسترده‌ای از اجتماعات مجازی را به ویژه برای جوانان به وجود می‌آورد (دوران، ۱۳۸۱: ۶)، چراکه جوانان بیش از سایرین به تغییرات اجتماعی جدید تعلق دارند و بنابراین بیش‌تر از دیگران از ابزارهای اطلاعاتی و ارتباطاتی نوین استفاده می‌کنند؛ از سوی دیگر این ابزارها اغلب با توجه به شرایط و ویژگی‌های جوانان هر جامعه طراحی شده و ساخته می‌شوند. برخی مطالعات انجام شده در ایران نیز نشان داده است که جوانان، بزرگ‌ترین گروه استفاده‌کننده از ابزارهای نوین ارتباطاتی را تشکیل می‌دهند.

در این مقاله درصدد پاسخ به این سؤال هستیم که ابزارها و وسایل ارتباطاتی جدید، چگونه فعالیت‌های فراغتی مردم و به ویژه جوانان را تغییر داده‌اند؟ به عبارت دیگر، کارهایی که جوانان در زمان فراغت خود انجام می‌دهند، تا چه اندازه ارتباطات آنها را با دیگران تحت تأثیر قرار داده است؟ سرانجام اینکه این اشکال جدید از گذران فراغت جوانان، چه تأثیری بر سرمایه اجتماعی آنان گذاشته و در کدام بُعد از ابعاد سرمایه اجتماعی، این رابطه را تقویت یا تضعیف کرده است؟

فناوری‌های نوین ارتباطی و اوقات فراغت

رشد فناوری اطلاعات و ارتباطات و ظهور عصر مجازی به منزله پدیده‌ای قدرت‌مند، تغییرات گسترده‌ای را در جنبه‌های مختلف زندگی انسان به وجود آورده و فرصت‌های نامحدودی برای بشر فراهم ساخته است. در دو قرن اخیر، رسانه‌ها بازنمایی‌کننده ابهامات و جنبه‌های پیچیده‌ای از زندگی انسان‌ها بوده‌اند. فیس‌بوک، مای‌اسپیس و ... فضاهای برخطی را ایجاد کرده‌اند که در آن، افراد با ارائه تصاویری از سیما و عقایدشان، خود را بازنمایی می‌کنند (وب، ۲۰۰۹). از این‌رو، یکی از

خصوصیات کیفی اوقات فراغت در دنیای معاصر، کاهش سهم «اوقات فراغت فعال» و افزایش نقش «اوقات فراغت غیرفعال» بوده است. فراغت فعال نوعی از گذران اوقات فراغت است که معمولاً با تحرک جسمانی، فعالیت ذهنی و خلاقیت، همراه است؛ مانند فعالیت‌های ورزشی، گردشگری، هنرآفرینی و مشارکت در خدمات اجتماعی. در حالی که فراغت غیرفعال، نوعی گذران فراغت است که معمولاً جنبه‌ای ایستا و انفعالی دارد؛ مانند تماشا کردن، مطالعه آزاد، سرگرمی و ... که خصلت مصرف‌کنندگی در آنها غالب است. در شرایط شهرنشینی امروز و رواج همه‌گیر رسانه‌های جمعی خانگی مثل تلویزیون، ویدئو، ماهواره و رایانه، بخش مهمی از گذران اوقات فراغت به صورت غیرفعال و یک‌سویه درآمده که با آثار مختلف روانی و اجتماعی همراه است؛ به ویژه با رواج فزاینده اینترنت، نوع جدیدی از گذران فراغت در فضاهای مجازی^۲ به صورت سفر مجازی، ارتباطات مجازی، خرید و فروش‌های مجازی، دوستی‌های مجازی و مشارکت مجازی رو به گسترش است که آشکال جدیدی در عرصه گذران فراغت و سامان‌دهی آن ایجاد کرده است؛ عرصه‌ای که از آن با عنوان «فراغت مجازی» نام برده می‌شود (مهدی‌زاده، ۱۳۸۳).

در سال‌های اخیر، صنعت سرگرمی و صنعت آموزش رایانه‌ای با یکدیگر ادغام شده و شاخه صنعتی جدیدی را با عنوان «صنعت آموزش سرگرمی» ایجاد کرده‌اند که نمونه بارز آن، بازی‌های رایانه‌ای است (پاسکوال، ۱۳۸۴). این تغییرات می‌توانند اوقات فراغت را در حد زیادی تحت تأثیر خود قرار دهند؛ بنابراین امروزه، اوقات فراغت نقشی غیرقابل مقایسه با گذشته دارد. از سوی دیگر در جوامع کنونی، چگونگی گذران اوقات فراغت برای بخش مهمی از شیوه زندگی و مصرف، نقش پراهمیتی در تعریف هویت، فردیت و آگاهی افراد پیدا کرده است. از این رو، در جهان معاصر، اوقات فراغت، اهمیتی بیش از هر زمان دیگر یافته است.

فناوری ارتباطات و سرمایه اجتماعی

جامعه‌شناسان کلاسیک مانند دورکیم، وبر، مید، زیمل و حتی هومنز از ابعاد مختلفی به موضوع ارتباط میان افراد و آثار حاصل از آن پرداخته‌اند، اما برخی از صاحب‌نظران معاصر مانند جیمز کلن، پیر بوردیو، رابرت پوتنام و فرانسیس فوکویاما در طراحی چارچوب نظری و روش‌شناختی سرمایه اجتماعی حاصل از این ارتباطات سهم به‌سزایی داشته‌اند (عبداللهی و موسوی، ۱۳۸۶). پاتنام و کلن سرمایه اجتماعی را به منزله دارایی‌های جوامع در نظر می‌گیرند؛

به طوری که مشارکت بیشتر در جامعه، منجر به شبکه محکم‌تری از تعاملات اجتماعی و اعتماد بیشتر به یکدیگر می‌شود (اترلی، ۲۰۱۰). این اعتماد امروزه در جوامع مدرن شکل جدیدی به خود گرفته است، که بیشتر جنبه بین‌گروهی توأم با اعتماد تعمیم‌یافته و عام دارد و از آن با عنوان «سرمایه اجتماعی جدید» (عبداللهی و موسوی، ۱۳۸۶) یا شبکه‌ای نام می‌برند. اصطلاح سرمایه اجتماعی شبکه‌ای را نخستین بار باری ولمن مطرح کرد. این اصطلاح به منابع ابزاری و حمایتی موجود در شبکه، که با سرمایه‌گذاری افراد در روابط اجتماعی و دستیابی به پیوندهای اجتماعی مختلف قابل حصول است، اشاره دارد. اشکال جدید شبکه‌ها، گروه‌های مجازی‌ای هستند که از طریق حضور در فضاهای مجازی، قابل دستیابی‌اند. در این وضعیت، فرد و نه گروه (خانوار)، واحد اولیه هم‌بندی و اتصال است. از این رو، افزایش چنین شبکه‌هایی، فردگرایی را تسهیل می‌کنند؛ هر شخص، صفحه کلیدی میان پیوندها و شبکه‌ها است که به شکل جداگانه‌ای، شبکه‌های خود را برای دستیابی به اطلاعات، همکاری‌ها، سفارشات، معاشرت و احساس تعلق فعال می‌سازد (ولمن، ۲۰۰۱).

از این رو، تاکنون دیدگاه‌های مختلفی به بحث و نظر درباره نقش و تأثیر فناوری‌های نوین بر روابط اجتماعی پرداخته‌اند. این دیدگاه‌ها در کل به سه گروه قابل تفکیک هستند: گروه اول که دیدگاه‌شان در حال تبدیل شدن به یک ایدئولوژی برتر است، از دنیای تازه‌ای سخن می‌گویند که در تعارض با دنیای قدیمی است. از جمله صاحب‌نظران این گروه می‌توان به شری ترکل، رینگولد، والتر و دانیل بل اشاره کرد. آنها معتقدند که دنیای مجازی یا دنیای شبکه‌ها، به تدریج جایگزین دنیای واقعی قدیمی خواهند شد (برتون، ۱۳۸۲). از نظر آنها اینترنت به ترویج تغییرات مثبت کمک می‌کند؛ اینترنت با فراهم آوردن فضای ملاقات برای افراد دارای علایق مشترک و غلبه بر محدودیت‌های مکان و زمان، موجب تجدید حیات اجتماعی می‌شود؛ اینترنت همچنین گفت‌وگوی آزاد و دموکراتیک را رواج می‌دهد، چشم‌اندازهای چندجانبه ارائه می‌دهد و اقدام جمعی را امکان‌پذیر می‌سازد. از این دیدگاه اینترنت نه تنها فرصت‌های تماس با دوستان و خویشاوندان را با هزینه پایینی فراهم می‌کند؛ بلکه در نتیجه آگاهی اعضای شبکه از نیازهای یکدیگر، بر تعداد ارتباطات رودرو و تلفنی آنها می‌افزاید (ولمن، هاس و دیگران، ۲۰۰۱). این گروه همچنین معتقدند که اینترنت به تسهیل روابط اجتماعی موجود و نیز ایجاد الگوهای مشارکت مدنی و اجتماعی کمک می‌کند (میگنون و هنلی، ۲۰۰۹)، بنابراین از دیدگاه این گروه، اینترنت همه عرصه‌های زندگی را در بر می‌گیرد (ویلیامز و جون، ۲۰۰۸).

گروه دوم اعتقاد دارند که استفاده از اینترنت موجب افول سرمایه اجتماعی می‌شود (میگنون و هنلی، ۲۰۰۹). از صاحب‌نظران این گروه می‌توان به هابرماس، گیدنز، فوکویاما و پوتنام اشاره کرد. از نظر آنان استفاده از اینترنت مانع توجه افراد به اجتماع واقعی می‌شود، زیرا تعاملات شبکه‌ای آنها از میزان ارتباطات مستقیم‌شان پیشی می‌گیرد. پیوندهای اینترنتی از دیدگاه این گروه، به ندرت به ترویج دوستی‌های عمیق، ارائه منابع غیرملموس (مانند حمایت عاطفی) و ارائه کمک‌های مادی واقعی منتهی می‌شود؛ کار با اینترنت نه تنها زمان پرداختن به سایر فعالیت‌ها را کاهش می‌دهد، بلکه توجه افراد را از محیط اطراف خود باز می‌دارد و چون هم‌زمان، تعاملات عمیق‌تر خارج از شبکه را کاهش می‌دهد، افق دید و چشم‌اندازهای فکری افراد را محدود می‌کند و این وضعیت بر احتمال افسردگی و احساس تنهایی کاربران می‌افزاید. از نظر این گروه از نظریه‌پردازان، همه کاربران اینترنتی، ماهیت اجتماعی ندارند؛ بلکه بیشتر فعالیت‌ها در اینترنت با هدف جست‌وجوی اطلاعات یا پرداختن به تفریحات انفرادی صورت می‌گیرد. رایانه‌ای کردن و استفاده از اینترنت همچنین می‌تواند مرز میان منزل و محل کار را بر هم بزند. افراد، کار را به منزل می‌آورند و به جای ارتباط با خانواده، دوستان و سایر فعالیت‌ها مشغول انجام یک کار خاص می‌شوند؛ بنابراین سرگرمی‌های مجازی، این قابلیت را دارند که مردم را به دور از خانواده و دوستان سوق دهند (برتون، ۱۳۸۲).

سرانجام گروه سوم، شبکه‌های اجتماعی مجازی را برای جوامع برخط، برخوردار از ویژگی‌های «باز» و «نامتمرکز» بودن می‌دانند. کاستلز ویژگی‌های این شبکه‌ها را انعطاف‌پذیری به معنای توانایی بازسازی، مطابق با تغییرات محیطی و با توجه به اهداف در عین تغییر اجزاء و یافتن اتصال‌های جدید، مقیاس‌پذیری و قابلیت انبساط یا انقباض اندازه شبکه می‌داند که احتمال اختلال در شبکه را کاهش می‌دهد و نشان از توانایی شبکه‌هاست (کاستلز، ۲۰۰۹). این گروه بر این باورند که «قضاوت در مورد نقش اینترنت» در کاهش یا افزایش سرمایه اجتماعی در چارچوب زندگی شخص معنا پیدا می‌کند. اینترنت در چرخه زندگی روزمره ادغام می‌شود و به تدریج، زندگی در شبکه، همانند فعالیت‌های خارج از شبکه تلقی می‌شود. اگر چه تماس‌های چهره به چهره و تلفنی، تداوم پیدا خواهد کرد، ولی این تماس‌ها در نتیجه نقش اینترنت در پیوند میان افراد حاضر در موقعیت‌های جغرافیایی مختلف و سازمان‌های هم‌پیمان تکمیل می‌شود. از این رو، این احتمال وجود دارد که نقش اینترنت در حفظ پیوندهای موجود، مؤثرتر از نقش آن در ایجاد پیوندهای جدید باشد، در این صورت اینترنت تکمیل‌کننده سرمایه اجتماعی خواهد بود (ولمن، هاس و دیگران، ۲۰۰۱). از صاحب‌نظران این گروه می‌توان ولمن، لین و کاستلز را نام برد.

❖ چارچوب نظری

امروزه فناوری‌های ارتباطی، بخش‌های عمده‌ای از زندگی انسان‌ها و به ویژه زمان فراغت آنها را تحت تأثیر قرار داده‌اند. لرنر با طرح موضوع احساس مشترک بیان می‌کند که فن‌آوری‌های ارتباطی جدید، احساس سهیم و شریک بودن با دیگران را به افراد القاء می‌کنند؛ به این معنا که آنها با پیوستن به گروه‌های مجازی، با انسان‌های بیشتری آشنا شده و در نتیجه در غم و شادی دیگران شریک می‌شوند؛ این امر باعث می‌شود تا افراد از یکدیگر تأثیر پذیرفته و مسائل و مشکلات خود را با هم مطرح کنند. این فناوری‌ها همچنین با ایجاد امکان ابراز نظرها و گفت‌وگوی آنها با افراد دیگر، موجب گسترش ارتباطات افراد با یکدیگر و تقویت انسجام گروهی می‌شود. با الهام از آرای گافمن می‌توان استدلال کرد که اینترنت، چارچوب‌های تعاملی جدیدی را در برقراری ارتباطات بین فردی مهیا ساخته است که علی‌رغم محدودیت‌های ذاتی خود، فرصت‌های جدیدی را برای نمایش شخصیت در اختیار کاربران قرار می‌دهد. گافمن در کتاب خود موسوم به استیگما به توصیف تکنیک‌ها و امکاناتی می‌پردازد که افراد از آن برای ارائه تصویری مطلوب و قابل پذیرش از خویش استفاده می‌کنند که در آن ریسک «شرمندگی» کمتر است؛ توصیف انتخابی و گاه مبالغه‌آمیز و نادرست از برخی ویژگی‌های رفتاری و شخصیتی خود و نشان دادن هم‌دردی و هم‌سوئی برای جلب پشتیبانی و حمایت عاطفی مخاطب، از جمله زمینه‌های نشان‌دهنده آمادگی‌های «پشت صحنه‌ای» افراد برای نمایش «روی صحنه‌ای» خود است. از طرفی پیشرفت روزافزون فناوری در این گونه ارتباطات (صدا، تصویر و ...) می‌تواند این روابط را به تعاملات حقیقی نزدیک‌تر ساخته و جنبه انسانی‌تری بدان بخشد (احمدی و دیگران، ۱۳۸۸). از دیدگاه ریچارد برت (۱۹۹۲) ارتباطات نزدیک، اغلب دست‌وپاگیر بوده و اطلاعات لازم برای تداوم زندگی را برای افراد فراهم نمی‌کند (حقیقتیان، ۱۳۸۵). والتر نیز بیان می‌دارد که گاهی اوقات، ارتباطات رایانه‌ای می‌تواند حتی بیشتر از ارتباطات رودررو، صمیمانه و اجتماعی باشد. افراد در ارتباطات مجازی با تلفیق نشانه‌های کلامی و غیرکلامی، می‌کوشند تا محیط صمیمانه‌تری را در فضای مجازی ایجاد نمایند (والتر، ۱۹۹۲). ذکایی (۱۳۸۳) نیز در تحقیق خود در ایران پیرامون جوانان و فراغت مجازی، چنین نتیجه‌گیری می‌کند که گفت‌وگوهای اینترنتی به مثابه عرصه جدید برای گذران فراغت جوانان، به منظور ظرفیتی برای تقویت سرمایه اجتماعی افراد و برقراری ارتباط و تنظیم روابط با خود و اجتماع بلافصل خویش بکار گرفته می‌شود.

با این حال اکنون نمی‌توانیم به‌طور کامل ادعا کنیم که فضای ارتباطی مجازی باعث می‌شود تا ارتباطات افراد گسترش یابند؛ در این زمینه ولمن اقدام به تقسیم‌بندی محیط‌های مجازی می‌کند؛ وی بیان می‌دارد که ما می‌توانیم به دو طریق از اینترنت استفاده کنیم: ۱. استفاده‌های اجتماعی مانند چت، ایمیل و ... ؛ ۲. استفاده‌های غیراجتماعی مانند وب‌گردی، دانلود موسیقی و وی معتقد است زمانی که افراد از محیط‌های مجازی، به شکل اجتماعی استفاده می‌کنند بیشتر با خویشاوندان و دوستان‌شان در ارتباط‌اند و این امر، زمینه‌ساز حفظ و گسترش سرمایه اجتماعی خواهد بود، اما زمانی که آنها از محیط‌های مجازی، استفاده‌های غیراجتماعی می‌کنند، این موضوع ممکن است موجب انزوا و فردگرایی شده و فرد را از معاشرت و ارتباط با خانواده و دوستان دور کند. در نتیجه، ارتباطات مجازی که امروزه بخش عمده‌ای از وقت فراغت انسان‌ها را تشکیل می‌دهد، از این طریق، می‌تواند باعث کاهش و افول سرمایه اجتماعی افراد شود.

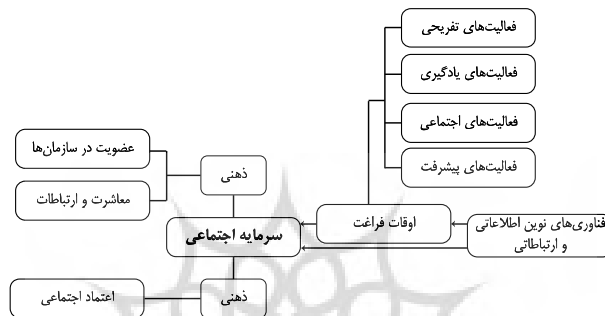
از سوی دیگر، ابزارهای نوین ارتباطی می‌توانند روی سایر جنبه‌های سرمایه اجتماعی نیز تأثیر بگذارند. گیدنز معتقد است که اعتماد (به منظور یکی از مؤلفه‌های اصلی سرمایه اجتماعی) موجود در جوامع سنتی، اهمیت خود را در جوامع مدرن صنعتی از دست داده است (گیدنز، ۱۳۸۰). در همین زمینه نویسندگانی چون هانیفان، لوری، جاکوب و پوتنام همگی، کم و بیش بر این باورند که رابطه‌های اجتماعی در جوامع صنعتی، بسیار ناپایدار شده‌اند. این امر سبب شده تا افراد به تدریج از یکدیگر دور شده و میزان اعتماد متقابل آنان به یکدیگر به شدت کاسته شود. کاهش اعتماد در فضاهای اینترنتی، بدین علت است که افراد همواره با مجموعه‌ای در حال تغییری از اعضای شبکه‌های گوناگون در ارتباط هستند. با کاهش تدریجی ارزش‌های جمعی در کنش‌گران، زمینه ایجاد ارزش‌های فردی شکل می‌گیرد و افراد با استقلال رأی بیشتری از هم جدا می‌شوند. استقلال رأی کنشگر به معنای چشم‌پوشی او از اعتماد و پشتیبانی است. ولمن (۱۹۹۹) بیان می‌دارد که اینترنت، میزان اعتماد اجتماعی افراد را کاهش می‌دهد. همچنین افرادی که پیوسته از اینترنت استفاده می‌کنند، معمولاً تمایل دارند از شبکه‌های اجتماعی بزرگ‌تر و تماس بیشتر با اعضای شبکه‌ها برخوردار باشند که در آن، اغلب پیوندهای ضعیف‌تری وجود دارد و در نتیجه، تعاملات برخی از اعضای شبکه با یکدیگر ناخوشایند خواهد بود. تجربه کردن این‌گونه ارتباطات ناخوشایند، میزان اعتماد اجتماعی را کاهش می‌دهد.

از این‌رو، ابزارهای نوین فناوری‌های ارتباطی می‌توانند دارای آثار مثبت و منفی مختلفی بر

افراد و اوقات فراغت آنها بوده و بدین طریق، سرمایه اجتماعی انسان‌ها را تحت تأثیر قرار دهند. در این تحقیق، فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی، متغیر مستقل و سرمایه اجتماعی و اوقات فراغت، متغیرهای وابسته هستند. برای سنجش ارتباط میان این متغیرها، از نظریه‌های والتر، گیدنز و ولمن استفاده می‌شود تا هم‌زمان به آثار مثبت و منفی فناوری‌های نوین در سرمایه اجتماعی جوانان پرداخته شود. بر مبنای چارچوب نظری، فرضیه‌های زیر در این تحقیق مورد آزمون قرار می‌گیرد.

نسال هفتم، شماره ۱، بهار، ۱۳۹۵

مدل نظری



تصویر ۱. مدل نظری تحقیق

فرضیه‌های تحقیق

۱. بین میزان استفاده جوانان از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی در گذران اوقات فراغت‌شان با میزان سرمایه اجتماعی جوانان رابطه مثبت وجود دارد؛
۲. میزان سرمایه اجتماعی جوانانی که هنگام فراغت، از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی به منظور فعالیت‌های اجتماعی استفاده می‌کنند، بیشتر از جوانانی است که از آن برای کارهای غیراجتماعی استفاده می‌کنند؛
۳. بین مؤلفه‌های فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی در گذران اوقات فراغت با میزان سرمایه اجتماعی جوانان رابطه مثبت وجود دارد؛
۴. بین میزان استفاده جوانان از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی در گذران فراغت‌شان با میزان مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی رابطه وجود دارد.

روش تحقیق

برای انجام این پژوهش از روش تحقیق پیمایشی استفاده شده است. جامعه آماری شامل کلیه جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله ساکن در منطقه پنج شهر تهران است. این منطقه از بزرگ‌ترین مناطق ۲۲ گانه شهر تهران است. بر اساس داده‌های مرکز آمار ایران، شمار جوانان (اعم از مذکر و مونث) در گروه سنی ۱۵ تا ۲۹ ساله ساکن در منطقه ۵ برابر با ۲۱۹۳۶۴ نفر هستند. حجم نمونه این پژوهش بر اساس فرمول کوکران با ۹۵ درصد اطمینان، ۳۸۴ نفر به دست آمده است. شیوه نمونه‌گیری به صورت دو مرحله‌ای است. در مرحله اول از شیوه نمونه‌گیری طبقه‌ای متناسب استفاده شد؛ به این ترتیب که از میان بلوک‌های این منطقه متناسب با جمعیت هر بلوک، ۱۲ بلوک (شامل سه منطقه کم جمعیت، سه منطقه متوسط و سه منطقه پرجمعیت) گزینش شدند. در مرحله دوم از روش نمونه‌گیری تصادفی استفاده شده است؛ به این ترتیب که از هر بلوک، تعداد جمعیت مورد نظر به گونه تصادفی انتخاب شدند.

تعاریف نظری و عملیاتی متغیرهای تحقیق

ابزارهای فناوری اطلاعات و ارتباطات، عبارت از ابزارهایی اعم از نرم‌افزاری و سخت‌افزاری است که اطلاعات را ایجاد، ذخیره، مبادله، جابه‌جا (انتقال) و پردازش می‌کنند (حسین پور بوری‌آبادی، ۱۳۸۵). این ابزارها ابعاد و انواع مختلفی دارند ولی می‌توان آنها را مشتمل بر ۴ بُعد ۱. ابزارهای ذخیره اطلاعات (رم، سی‌دی، دی‌وی‌دی، فلش، هارد و ...)، ۲. ابزارهای انتقال یک‌طرفه اطلاعات (ایمیل، جی‌میل، انواع رسانه‌های خبری، انواع سایت‌های جستجوی اطلاعات و ... و بلاگ)، ۳. مبادله اطلاعات (انواع نرم‌افزارهای مبادله اطلاعات شامل فیس‌بوک، توئیتر، تلگرام، اینستاگرام و ...) و ۴. ابزارهای پردازش اطلاعات (انواع نرم‌افزارهای پردازش اطلاعات مانند نرم‌افزارهای طراحی و پردازش (نظیر پرینت، اکسل^۲ و فتوشاب^۳ و ...) در نظر گرفت.

اوقات فراغت، مشتمل بر حالت روحی و روانی (فارغ‌بال بودن) است و نتیجه ساده عوامل خارجی نیست؛ نتیجه وقت آزاد و تعطیل هم نیست، بلکه در درجه نخست، حاصل نوعی طرز تفکر است (تورکیلدن، ۱۳۸۲). در این تحقیق از سبک فراغتی شلوچینگ سیه برای سنجش اوقات فراغت

1. Paint
2. Excel
3. Photoshop

استفاده شده است. شاوچینگ فعالیت‌های فراغتی جدید را با تأثیر از فناوری‌های نوین، به پنج دسته تقسیم می‌کند: ۱. فعالیت‌های اجتماعی: مانند چت کردن، شرکت در گروه‌های مجازی؛ ۲. فعالیت‌های مربوط به یادگیری: مانند جست‌وجوی اطلاعات در اینترنت؛ ۳. فعالیت‌های تفریحی: مانند گوش دادن به موسیقی؛ ۴. فعالیت‌های ابزاری - فعال: مانند انواع فعالیت‌های ورزشی و ۵. فعالیت‌های مربوط به رشد و شرکت در سخنرانی‌ها (فیضی، ۱۳۸۶).

سرمایه اجتماعی^۱ در این مقاله در دو بعد عینی و ذهنی سنجیده می‌شود. در بعد عینی سرمایه اجتماعی به دو مقوله معاشرت و ارتباطات و مشارکت و عضویت در گروه‌ها و در بُعد ذهنی، به مقوله اعتماد پرداخته‌ایم. منظور از برقراری ارتباطات و معاشرت، ایجاد ارتباط بین افراد، گروه‌ها و سازمان‌ها است. این ارتباطات یا از طریق روابط بین شخصی امکان‌پذیر بوده یا از طریق شبکه‌های چندرسانه‌ای محقق می‌شود. برای سنجش این بعد، از شاخص‌هایی چون افزایش تعداد مخاطبان، میزان دامنه ارتباطات اجتماعی، واقعی شدن دوستی‌های مجازی، رابطه با افراد کم ارتباط، آشنایی با افراد و فرهنگ‌های مختلف و ... استفاده شده است. عضویت و مشارکت در گروه‌ها و سازمان‌ها نیز به معنای مشارکت و درگیری ذهنی و عاطفی اشخاص در موقعیت‌های گروهی است که آنان را برمی‌انگیزاند تا برای دستیابی به اهداف گروهی، یکدیگر را یاری نمایند و در مسئولیت کار، شریک شوند. در این پژوهش با استفاده از پرسش‌نامه‌های مطرح و اجرا شده در این زمینه، با گویه‌هایی چون حضور در انجمن‌های علمی، اسلامی، دانشجویی، هنری و ...، عضویت در سازمان‌های دولتی و غیردولتی، بسیج محله و دانشگاه و ... و همچنین عضویت در گروه‌ها و سازمان‌های مجازی به اندازه‌گیری این بعد پرداخته‌ایم. بعد ذهنی سرمایه اجتماعی یعنی اعتماد نیز بر اساس دیدگاه گیدنز مورد سنجش واقع شده است. گیدنز اعتماد را شامل اعتماد تعمیم‌یافته می‌داند. در اینجا اعتماد تعمیم‌یافته (عام) در دو بعد اعتماد مردم به یکدیگر در فضای مجازی^۲ (شامل ابعاد اعتماد به قول و قرارهای اینترنتی، اعتماد به دوستی‌های اینترنتی، اعتماد به اطلاع‌رسانی‌های اینترنتی، اعتماد به تجارت اینترنتی و اعتماد به امانت دادن مطالب علمی در اینترنت) و اعتماد به فضای مجازی (شامل ابعاد مقایسه اعتماد به فضاهای مجازی و اعتماد به سایر رسانه‌ها مانند رادیو، تلویزیون، روزنامه‌ها و ...؛ و همچنین صحت اطلاعات سیاسی،

۱. سرمایه اجتماعی، مفهومی پیچیده و چندبعدی است و دارای ابعاد گوناگون است. ما در این تحقیق به اعتبار نظرهای استفاده شده، تنها به دو بعد آن توجه کرده‌ایم.

2. Cybernetic spaces

اقتصادی، فرهنگی، ورزشی، شغلی و اجتماعی در فضای مجازی و سرانجام اعتماد به منابع خبری موجود در فضای مجازی) سنجیده شده است.

اعتبار و پایایی

برای اعتبار بخشیدن به پرسش‌نامه‌ها از اعتبار صوری بهره جستیم. برای اعتبار گویه‌های سرمایه اجتماعی، بیشتر از گویه‌های به کار رفته در تحقیقات مهم پیشین (ناهاییت و کوشال، ۱۹۹۸؛ محمدجواد زاهدی، ۱۳۸۸؛ فرهمند و زنجانی، ۱۳۹۲) استفاده شده که نشان‌دهنده اعتبار آنهاست. برای تعیین اعتبار گویه‌های سبک‌های فراغتی و فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی نیز تعداد زیادی گویه از مبانی نظری مربوط انتخاب کرده‌ایم و آنها را در اختیار چند تن از اساتیدی که در این حوزه، شناخت دقیقی داشته‌اند، قرار دادیم که تأیید شدند. سرانجام برای ارزیابی گویه‌ها از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد و در نهایت گویه‌های دقیق‌تر انتخاب شدند. مقدار آلفای به دست آمده برای پرسش‌نامه این پژوهش ۷۲ درصد به دست آمد. جدول ۱ اندازه این آزمون را برای هر یک مؤلفه‌های دو متغیر اصلی نشان می‌دهند:

جدول ۱. محاسبه آلفای کرونباخ سبک‌های فراغتی

مؤلفه‌ها	مقدار آلفای کرونباخ
فعالیت‌های اجتماعی	۰/۶۱۴
فعالیت‌های یادگیری	۰/۵۱۸
فعالیت‌های تفریحی	۰/۵۶۴
فعالیت‌های رشد و پیشرفت	۰/۶۸۰
میزان معاشرت و ارتباطات	۰/۸۱۱
عضویت در سازمان‌ها	۰/۸۰۵
بعد عینی سرمایه اجتماعی	۰/۷۷۹
بعد ذهنی سرمایه اجتماعی	۰/۸۲۹
کل (سرمایه اجتماعی)	۰/۷۷۲

یافته‌های پژوهش

الف) یافته‌های توصیفی

جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله ساکن در منطقه ۵ شهر تهران بود. حدود ۴۸ از پاسخ‌گویان پسر و بقیه دختر بوده‌اند. ۵۶ درصد از آنان کم‌تر از ۲۸ سال داشته و

بقیه بین ۱۸ تا ۳۹ ساله بودند. همچنین حدود ۴۲ درصد از پاسخ‌گویان مجرد و حدود ۴۸ درصد متأهل بودند. حدود ۷۷ درصد از پاسخ‌گویان، شاغل و حدود ۱۹ درصد بیکار بودند. ۵۷ درصد از پاسخ‌گویان تحصیلاتی تا سطح فوق دیپلم داشته و ۴۲ درصد دارای تحصیلات لیسانس و فوق لیسانس بوده‌اند.

همچنین بر اساس نتایج جدول ۲، میزان استفاده پاسخ‌گویان از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی به منظور گذران اوقات فراغت‌شان در حد نسبتاً متوسط (۶۳/۵ درصد) است. این ویژگی در توزیع هر یک از فعالیت‌های فراغتی نیز مشهود است (جدول ۳)؛ با این تفاوت که در مقام مقایسه، بیشترین میزان استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی، در زمینه فعالیت‌های اجتماعی (۶۸/۸ درصد)، تفریحی (۴۹/۲ درصد) و یادگیری (۵۷/۳ درصد) مشاهده می‌شود و کمترین میزان استفاده نیز متعلق به کاربرد فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی در فعالیت‌های مربوط به رشد و پیشرفت (۳۷/۰ درصد) است.

جدول ۲. توزیع پاسخ‌گویان برحسب استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی در اوقات فراغت

متغیر	کم	متوسط	زیاد	میانگین	انحراف معیار	واریانس
استفاده برای سبک‌های فراغتی	۰/۲۴	۶۳/۵	۱۲/۵	۱۰۰/۸۹۸۴	۱۴/۰۹۸۰۴	۱۹۸/۷۵۵

جدول ۳. توزیع پاسخ‌گویان برحسب نوع استفاده از مؤلفه‌های فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی در اوقات فراغت

آمار مؤلفه	کم	متوسط	زیاد	میانگین	انحراف معیار	واریانس
استفاده برای فعالیت تفریحی	۱۶/۴	۴۹/۲	۳۴/۴	۲۳/۲۵۵۲	۵/۳۹۶۷۹	۲۹/۱۲۵
استفاده برای فعالیت یادگیری	۱۰/۴	۵۷/۳	۳۲/۳	۲۶/۱۵۱۰	۴/۹۷۶۵۱	۲۴/۷۶۶
استفاده برای فعالیت اجتماعی	۷/۶	۵۶/۸	۳۵/۷	۳۶/۸۹۸۴	۶/۶۹۴۱۸	۴۴/۸۱۲
استفاده در فعالیت‌های مربوط به رشد و پیشرفت	۴۷/۴	۳۷/۰	۱۵/۶	۱۴/۵۹۳۷	۳/۲۲۹۵۲	۱۰/۴۳۰

نتایج منعکس در جدول ۴ نیز نشان می‌دهد که میزان سرمایه اجتماعی پاسخ‌گویان در این مطالعه در حد متوسطی است (۷۱/۶ درصد) و به جز مؤلفه عضویت در سازمان‌ها که در آن میزان سرمایه اجتماعی پاسخ‌گویان در حد کمی است (۳۹/۶ درصد)، توزیع سرمایه اجتماعی در ابعاد معاشرت و ارتباطات (۳۵/۷ درصد) و اعتماد اجتماعی (۶۱/۵ درصد) در حد نسبتاً متوسطی است.

جدول ۴. توزیع پاسخ‌گویان برحسب میزان سرمایه اجتماعی

متغیر	کم	متوسط	زیاد	میانگین	انحراف معیار	واریانس
سرمایه اجتماعی	۲۳/۴	۷۱/۶	۴/۹	۵۶/۱۸۲۳	۱۴/۰۰۶۸۳	۱۹۶/۱۹۱

جدول ۵: توزیع پاسخ‌گویان برحسب میزان ابعاد سرمایه اجتماعی

آماره مؤلفه		کم	متوسط	زیاد	میانگین	انحراف معیار	واریانس
عینی	عضویت در سازمان‌ها	۳۹/۶	۳۷/۹	۱۴/۱	۳/۴۵۳۸	۲/۸۴۱۴۶	۸/۰۷۴
	معاشرت و ارتباطات	۲۵/۰	۳۷/۵	۳۲/۳	۱۰/۱۲۶۰	۴/۳۴۷۳۴	۱۸/۰۳۹
ذهنی	میزان اعتماد اجتماعی	۳۳/۶	۶۱/۵	۴/۹	۵۲/۷۷۳۴	۱۳/۶۶۷۵۶	۱۸۶/۸۰۲

ب) یافته‌های تحلیلی

فرضیه اول عنوان می‌کند که بین میزان استفاده جوانان از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی در گذران اوقات فراغت‌شان با میزان سرمایه اجتماعی آنان رابطه مثبتی وجود دارد. برای سنجش این فرضیه از آزمون پیرسون استفاده شد. اندازه این آزمون ۱۷۹ درصد و سطح معناداری ۰/۰۰۰ به دست آمد که گویای تأیید این فرضیه است. فرضیه دوم، میزان سرمایه اجتماعی جوانانی که هنگام فراغت، از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی به منظور فعالیت‌های اجتماعی استفاده می‌کنند را بیشتر از جوانانی می‌داند که به منظور فعالیت‌های غیراجتماعی از آن استفاده می‌کنند.

جدول ۶. ضریب همبستگی بین استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی و سرمایه اجتماعی

آزمون پیرسون	فعالیت‌های اجتماعی	فعالیت‌های غیراجتماعی
ضریب همبستگی	۰/۱۹۷***	۰/۱۷۹***
سطح معنی داری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
تعداد	۳۸۴	۳۸۴

نتایج حاصل از آزمون پیرسون نشان می‌دهد که ضریب همبستگی بین دو متغیر استفاده غیراجتماعی از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی در اوقات فراغت و سرمایه اجتماعی برابر با ۰/۱۷۹ و سطح معنی داری ۰/۰۰۰ است. بنابراین نتیجه می‌گیریم که رابطه مثبت و معناداری بین دو متغیر مذکور وجود دارد؛ به این معنا که هر چه جوانان از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی به منظور فعالیت اجتماعی، بیشتر استفاده کنند، میزان سرمایه اجتماعی آنها نیز افزایش پیدا خواهد کرد. همچنین ضریب همبستگی پیرسون، رابطه بین دو متغیر استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی و

ارتباطاتی در اوقات فراغت به منظور فعالیت اجتماعی را با میزان سرمایه اجتماعی ۱۹۷ درصد (با سطح معناداری ۰/۰۰۰) نشان می‌دهد. مقایسه میان سطح رابطه هر یک از انواع فعالیت‌های اجتماعی و غیراجتماعی با متغیر وابسته یعنی سرمایه اجتماعی، نشان می‌دهد که فعالیت‌های اجتماعی بیش از امور غیراجتماعی، سرمایه اجتماعی را تغییر می‌دهند؛ به عبارت دیگر آن دسته از جوانانی که از فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطاتی، استفاده‌های اجتماعی می‌کنند، بیش از پاسخگويانی که این ابزارها را در فعالیت‌های غیراجتماعی به کار می‌برند، سرمایه اجتماعی کسب می‌کنند. فرضیه سوم، ادعا می‌کند که بین مؤلفه‌های فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی در گذران اوقات فراغت با میزان سرمایه اجتماعی رابطه مثبت وجود دارد. برای سنجش رابطه هر یک از مؤلفه‌های اوقات فراغت با سرمایه اجتماعی از آزمون پیرسون استفاده شد. داده‌ها حاکی از ارتباط معنادار هر یک از مؤلفه‌ها با متغیر وابسته بودند، بنابراین این فرضیه تأیید می‌شود.

جدول ۷. نتایج حاصل از آزمون پیرسون

سطح معناداری	اندازه آزمون	سرمایه اجتماعی مؤلفه‌های اوقات فراغت نوین
۰/۰۰۸	۰/۱۳۶**	استفاده برای فعالیت تفریحی
۰/۰۰۰	۰/۲۰۰**	استفاده برای فعالیت یادگیری
۰/۰۰۰	۰/۲۱۷**	استفاده برای فعالیت اجتماعی
۰/۰۰۰	۰/۱۷۳**	استفاده در فعالیت‌های مربوط به رشد و پیشرفت

سرانجام، فرضیه چهارم مدعی است که بین میزان استفاده جوانان از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی در گذران فراغت‌شان با میزان مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی رابطه وجود دارد. نتایج آزمون پیرسون نشان می‌دهد که میان استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی با دو مؤلفه معاشرت و ارتباطات (بعد عینی) و اعتماد اجتماعی (بعد ذهنی) رابطه وجود دارد؛ این رابطه در بُعد اول، مثبت و در بُعد دوم منفی شد و در مورد بعد عضویت در سازمان‌ها معنادار نشد.

جدول ۸. ضریب همبستگی بین استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی در اوقات فراغت با ابعاد سرمایه اجتماعی

آزمون پیرسون	معاشرت و ارتباطات	اعتماد اجتماعی	عضویت در سازمان‌ها
ضریب همبستگی	۰/۴۰۴**	۰/۲۰۶**	۰/۱۱۶
سطح معنی داری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
تعداد	۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴

نتیجه‌گیری

امروزه فناوری‌های نوین ارتباطی، روابط میان انسان‌ها را تا حد زیادی دگرگون ساخته‌اند. این پژوهش، تأثیر این فناوری‌ها را بر اوقات فراغت جوانان و ارتباطات آنها با یکدیگر و بنابراین بر سرمایه اجتماعی آنان مطالعه کرده است؛ یافته‌ها نشان دادند که فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی می‌تواند بر نحوه گذران اوقات فراغت جوانان مؤثر باشد؛ نتیجه‌ای که در اندک مطالعات انجام شده نیز تأیید شده است. برای نمونه پاک‌سرشت و نوری‌نیا (۱۳۸۶) در تحقیق خود دریافتند که جوانانی که از اینترنت استفاده می‌کنند، زمان بیشتری را به فعالیت‌های فراغتی اختصاص می‌دهند. از سوی دیگر داده‌های پژوهش ما نشان دادند که رابطه‌ای معنادار و مستقیم میان استفاده از ابزارهای نوین ارتباطاتی در زمان فراغت جوانان با سرمایه اجتماعی آنان وجود دارد؛ به این معنا که هر چه میزان استفاده پاسخ‌گویان از این ابزارها بیشتر باشد، آنان از سرمایه اجتماعی بالاتری برخوردار خواهند بود. با این حال داده‌ها حاکی از آن بودند که بسته به نوع استفاده یا کاربری جوانان از فناوری‌های ارتباطی سرمایه اجتماعی دارای سطوح متغیری است. این کاربری‌ها در قالب چهار دسته تقسیم‌بندی شده‌اند: فعالیت‌های تفریحی، یادگیری، پیشرفت و فعالیت‌های اجتماعی.

یافته‌ها حاکی از فراوانی بیشتر فعالیت‌های اجتماعی و سطح کمتر استفاده از فناوری‌های ارتباطاتی در فعالیت‌های مربوط به رشد و پیشرفت است. به این معنا که جوانان از ابزارهای ارتباطی نوین در دسترس‌شان به ویژه در هنگام فراغت خود، اغلب در برقراری ارتباط با دیگران بهره می‌گیرند؛ در حالی که این امکانات کمتر در راه پیشرفت و رشد شخصی به کار رفته است. فعالیت‌های اجتماعی، به کارهایی اشاره دارد که مستلزم برقراری رابطه با دیگران است. داده‌های حاصل از آزمون پیرسون نیز نشان داد که فعالیت‌های اجتماعی، از بیشترین میزان ارتباط با سرمایه اجتماعی برخوردار است؛ به این معنا که فعالیت‌های اجتماعی بیشتر از فعالیت‌های غیراجتماعی میزان سرمایه اجتماعی جوانان را افزایش می‌دهند؛ به عبارت دیگر می‌توان ادعا کرد که میزان سرمایه اجتماعی جوانانی که هنگام فراغت، از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی به منظور فعالیت‌های اجتماعی استفاده می‌کنند، بیشتر از سرمایه اجتماعی کسانی است که به منظور فعالیت‌های غیراجتماعی از این فناوری‌ها بهره می‌گیرند؛ بنابراین کاربرد ابزارهای نوین ارتباطی از سوی جوانان با هدف دستیابی به سرمایه اجتماعی بالاتر، اغلب با بهره‌گیری از این ابزارها در فعالیت‌های اجتماعی امکان‌پذیر خواهد بود و فعالیت‌های غیراجتماعی، نقش کمتری در این باره ایفا می‌کنند. به‌طور کلی می‌توانیم چنین ادعا کنیم که نوع استفاده افراد از ابزارهای

نوبین ارتباطی و اطلاعاتی، عامل مهمی برای افزایش یا کاهش سرمایه اجتماعی‌شان است. در حقیقت، فعالیت‌های اجتماعی به این علت که موجب افزایش ارتباط میان افراد می‌شود، عاملی برای افزایش سرمایه اجتماعی است. داده‌های حاصل از تحقیق حسین‌زاده و همکاران (۱۳۹۱) نیز نشان می‌دهد که استفاده اجتماعی از اینترنت، باعث ازدیاد سرمایه اجتماعی کاربران می‌شود. ذکایی (۱۳۸۳) در تحقیق خود پیرامون جوانان و فراغت مجازی، چنین نتیجه‌گیری می‌کند که گفت‌وگوهای اینترنتی به مثابه عرصه جدیدی برای گذران فراغت جوانان، به منظور ظرفیتی برای تقویت سرمایه اجتماعی افراد و برقراری ارتباط و تنظیم روابط با خود و اجتماع بلافصل خویش بکار گرفته می‌شود. محسنی و همکاران (۱۳۸۵) نیز در پژوهش خود درباره اثر اینترنت بر انزوای اجتماعی در میان کاربران کافی‌نت‌های شهر تهران، به این نتیجه دست یافتند که استفاده اجتماعی از اینترنت، با کاهش انزوای اجتماعی همراه بوده و برعکس، استفاده غیراجتماعی می‌تواند انزوای اجتماعی را افزایش دهد.

در مقابل، فعالیت‌های غیراجتماعی، تمامی کارهایی است که احتیاجی به ایجاد ارتباط با اشخاص دیگر ندارند؛ مانند انواع بازی‌های رایانه‌ای، وب‌گردی، سرچ اطلاعات در اینترنت و در این فعالیت‌ها اشخاص می‌توانند ساعت‌ها بدون اینکه مزاحم شخص دیگری شوند، زمان صرف کنند. همین امر سبب می‌شود تا آنها به صورت ناخودآگاه از جمع دوستان و خانواده فاصله بگیرند و به فعالیت‌های فردی تمایل بیشتری نشان دهند. بنابراین می‌توان انتظار داشت در صورتی که افراد از ابزارهای نوبین ارتباطی به منظور فعالیت‌های غیراجتماعی بهره بگیرند، سرمایه اجتماعی‌شان کاهش یابد. داده‌های تحقیق ذکایی (۱۳۸۳) هم حاکی از آن است که کاربرد اینترنت در زمینه سرگرمی‌های مجازی، علاقه جوانان به مشارکت (به منظور مؤلفه‌ای از سرمایه اجتماعی) را تحت‌الشعاع قرار می‌دهد و ممکن است بر مهارت‌های اجتماعی آنان در تدارک فراغت‌های گروهی و تفریحات و بازی‌های غیرمجازی تأثیر منفی بگذارد. پورشهریاری (۱۳۸۵) نیز در تحقیق خود به این نتیجه دست یافت که نوع استفاده از اینترنت و زمان اختصاص داده شده به آن، همبستگی شدیدی با میزان افزایش یا کاهش ارتباطات خانوادگی و انزوای اجتماعی افراد دارد. از سوی دیگر، نتایج تحقیق ما روشن ساخت که در میان فعالیت‌های غیراجتماعی، امور تفریحی، کم‌ترین میزان ارتباط با سرمایه اجتماعی را دارد؛ در حالی که فعالیت‌های غیراجتماعی دیگر، مربوط به فعالیت‌های یادگیری یا رشد و پیشرفت هستند. بنابراین می‌توان ادعا کرد که در میان امور غیراجتماعی، فعالیت‌های تفریحی کمتر از سایر فعالیت‌ها به خودسازی (پیشرفت و رشد) شخص توجه دارند.

داده‌های این پژوهش همچنین ارتباط معناداری را میان اوقات فراغت مبتنی بر فناوری‌های جدید با مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی نشان داده‌اند. سرمایه اجتماعی در این پژوهش دارای دو مؤلفه ذهنی و عینی در نظر گرفته شده است؛ سرمایه اجتماعی عینی به معنای پیوندهای عینی‌ای است که در فضای اجتماعی، کنشگران را به یکدیگر مربوط می‌سازد، در حالی که سرمایه اجتماعی ذهنی، می‌تواند مستقیماً ناشی از ارتباط با دیگران نباشد. بعد عینی سرمایه اجتماعی در این تحقیق شامل معاشرت و ارتباط با دیگران و عضویت در سازمان‌ها بود. با این حال بر پایه داده‌های این پژوهش، تنها مؤلفه معاشرت و ارتباطات دارای رابطه‌ای معنادار با استفاده از ابزارهای نوین ارتباطی بود؛ به این معنا که بکارگیری فناوری‌های نوین ارتباطی از سوی جوانان، سرمایه اجتماعی عینی آنها را بیشتر از منظر ارتباط با دیگران تحت تأثیر قرار داده و به عضویت در سازمان‌ها که کمتر مستلزم ایجاد رابطه است، منجر نمی‌شود. این یافته به نوعی مؤید بخشی از سئوالات اصلی در این پژوهش است که به دنبال آن بود تا دریابد آیا ارتباطات میان جوانان با توجه به تغییرات عمده‌ای که در ابزارهای ارتباطی رخ داده، تحوّل یافته است یا خیر؟

بعد ذهنی سرمایه اجتماعی نیز شامل اعتماد اجتماعی بود؛ به این معنا که آیا دگرگونی‌های یاد شده در ابزارهای ارتباطی بر میزان اعتماد اجتماعی جوانان به یکدیگر مؤثر بوده است یا خیر؟ داده‌های این تحقیق نشان داد که میان متغیرهای مذکور، ارتباطی معنادار و منفی وجود دارد؛ یعنی ارتباطات در قالب ابزارهای نوین ارتباطی، سطح اعتماد عام میان جوانان را کاهش داده است. به عبارت دیگر، ارتباط در فضای مجازی، اعتماد میان انسان‌ها را به یکدیگر کم‌تر کرده است. نتیجه‌ای که با یافته‌های ساموئل و براین (۲۰۰۲) هم‌راستا است. آنها نشان داده‌اند که اینترنت تنها می‌تواند شبکه ضعیفی از اعتماد و تعهد را ایجاد کند. مخفی‌سازی هویت در اینترنت، به این دلیل که مخاطب نمی‌داند با چه کسی روبه‌رو است، نمی‌تواند اعتماد لازم را به وجود آورد. از دیدگاه ولمن (۱۹۹۹) پیامد منفی اینترنت، کاهش میزان اعتماد اجتماعی افراد است. لیندستروم (۲۰۱۱) نیز در تحقیق خود نشان داد که همبستگی مثبتی بین عدم فعالیت‌های فیزیکی در اوقات فراغت و سطح پایین اعتماد در سرمایه اجتماعی وجود دارد. یافته‌های تحقیق عدلی‌پور و همکاران (۱۳۹۳) هم حاکی از آن است که بین میزان و نوع استفاده از فیس‌بوک با اعتماد سیاسی رابطه معناداری وجود دارد؛ به این معنا که استفاده از فیس‌بوک برای کسب اخبار و اطلاعات به تقویت اعتماد سیاسی بین شهروندان منجر می‌شود.

❖ فصل هفتم، شماره سوم، بهار ۱۳۹۵

در این پژوهش، نظریه‌های والتر، گیدنز و ولمن نظریات اصلی تحقیق ما را تشکیل می‌دهند؛ به اعتقاد والتر فناوری‌های نوین در گسترش سرمایه اجتماعی جوانان مؤثر است. گیدنز بر این اعتقاد بود که این فناوری‌ها سطح اعتماد عام یا تعمیم‌یافته را در میان مردم کاهش می‌دهند و ولتر به نحوه استفاده کاربران از این فناوری‌ها نظر دارد. اگر چه به نظر می‌رسد ولمن دیدگاه جامع‌تری در مقایسه با سایر محققان داشته باشد، اما نتایج این پژوهش، به داده‌هایی فراتر از این مسائل اشاره دارد و بر این اعتقاد است که علاوه بر نوع استفاده از فناوری‌های نوین، نفس کاربرد این فناوری‌ها می‌تواند توأمآ آثار مثبت و منفی روی کاربران داشته باشند؛ به این معنا که اگر چه استفاده از ابزارهای نوین ارتباطی، سطح ارتباطات جوانان مطالعه شده در این تحقیق را با یکدیگر افزایش داده، اما هم‌زمان منجر به کاهش میزان اعتماد آنان به یکدیگر و به دیگران نیز شده است؛ از این رو، باید گفت این فناوری‌ها به مثابه تیغی دو لبه عمل می‌کنند که بسته به نوع یا میزان کاربرد آن، می‌توانند آثار متفاوتی داشته باشند.



منابع و مآخذ

- احمدی، پروین و خادمی، عزت و فتاحی بیات، صدیقه (۱۳۸۸). *بررسی آثار فناوری ارتباطی جدید (اینترنت، بازی‌های رایانه‌ای و ماهواره) بر تربیت اجتماعی با تاکید بر سازگاری دانش‌آموزان سال دوم دبیرستان‌های تهران، اندیشه‌های نوین تربیتی*، دوره ۵، شماره ۳، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه الزهرا.
- امیرتاش علی محمد (۱۳۸۳). «فوق برنامه و اوقات فراغت با تأکید بر فعالیت‌های ورزشی»، *المپیک*، سال دوازدهم، شماره ۲، برتون، ف (۱۳۸۲). *آئین اینترنت؛ تهدیدی برای پیوند اجتماعی*، ترجمه ع. سرحدی و ن. جمشیدی، تهران، امیرکبیر.
- پاسکوال، پاتریساجی (۱۳۸۴). *دولت الکترونیکی*، ترجمه مسعود شفیعی، تهران، پیام‌سان.
- پاک‌سرشت، سلیمان و نوری‌نیا، حسین (۱۳۸۶). «بررسی پیامدهای کاربرد غیرفراغتی اینترنت بر رفتارهای فراغتی جوانان تهرانی»، فصلنامه *انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، شماره ۱۰.
- پورشهریاری، مهسما (۱۳۸۶). «مقایسه افسردگی، انزوای اجتماعی و ارتباط خانوادگی دانش‌آموزان دختر کاربر و غیرکاربر اینترنتی دبیرستان‌های تهران»، *مجله مطالعات روان‌شناختی*، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناختی دانشگاه الزهرا، دوره سوم، شماره ۲.
- تورک‌یلدسن، جورج (۱۳۸۲). *اوقات فراغت*، ترجمه عباس اردکانیان، انتشارات نوربخش.
- دوران، بهزاد (۱۳۸۱). *تأثیر فضای سایبرنتیک بر هویت اجتماعی*، رساله دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه تربیت مدرس.
- دومازیده، ژوفر (۱۳۵۲). «مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی فراغت، علی اسدی»، فصلنامه *فرهنگ و زندگی*، شماره ۱۲.
- ذکائی، محمدسعید (۱۳۸۳). «جوانان و فراغت مجازی»، فصلنامه *مطالعات جوانان*، شماره ۶.
- زاهدی اصل، محمدجواد (۱۳۸۸). «رابطه سرمایه اجتماعی با رفاه اجتماعی»، فصلنامه *رفاه اجتماعی*، دوره ۸، شماره ۳۲.
- عبداللهی، محمد و موسوی، میرطاهر (۱۳۸۶). «سرمایه اجتماعی در ایران، وضعیت موجود؛ دورنمای آینده و امکان‌شناسی گذار»، فصلنامه *رفاه اجتماعی*، شماره ۲۵.
- جعفری‌نیا، غلامرضا (۱۳۸۹). «رابطه استفاده از رسانه‌های جمعی با سرمایه اجتماعی سرپرستان خانوار در شهر خورموج»، فصلنامه *رفاه اجتماعی*، سال دهم، شماره ۳۸.
- حسین‌زاده، علی‌حسین، مومبینی، محمدعلی و فروتن‌کیا، شهرروز (۱۳۹۱). «بررسی سرمایه اجتماعی کاربران اینترنتی در فضای سایبر و غیرسایبر (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز)»، فصلنامه *برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی*، شماره ۱۳.
- حقیقتیان، منصور (۱۳۸۵). «سرمایه اجتماعی، تعاریف و ابهامات»، فصلنامه *دانشگاه آزاد اسلامی*؛ واحد شوشتر، سال اول، پیش شماره اول.
- عدلی‌پور، صمد، قاسمی، وحید، قصابی، رضوان و طاهری، نقی (۱۳۹۳). «تأثیر استفاده از شبکه اجتماعی فیس‌بوک بر اعتماد و مشارکت سیاسی جوانان»، فصلنامه *مطالعات فرهنگ و ارتباطات*، دوره ۱۵، شماره ۶۰.

- ❖ فصل هفتم، شماره سی و سوم، بهار ۱۳۹۵
- فقهی فرهمند، ناصر؛ زنجانی، سعید(۱۳۹۰). «بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و سلامت اجتماعی با امنیت خانواده»، فصلنامه **مطالعات جامعه‌شناسی**، شماره ۱۰.
- فوکویاما، فرانسیس(۱۳۷۹). **پایان نظم، سرمایه اجتماعی و حفظ آن**، ترجمه غلام‌عباس توسلی، تهران: جامعه ایران.
- فیضی، ایرج(۱۳۸۶). **سیک فراغتی و استفاده از اینترنت**، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- کوثری، مسعود(۱۳۸۳). «سواد رسانه‌ای و زندگی در عرصه عمومی»، **نامه پژوهش فرهنگی**، سال هشتم، شماره ۹.
- گیدنز، آنتونی(۱۳۸۰). **جامعه‌شناسی**، حسن چاوشیان، تهران، نشر نی.
- محسنی، منوچهر(۱۳۸۵). «بررسی اثرات اینترنت بر انزوای اجتماعی کاربران اینترنت»، **مجله جامعه‌شناسی ایران**، دوره هفتم، شماره ۴.
- مهدی‌زاده، جواد(۱۳۸۳). «در جست‌وجوی کیمیای فراغت»، **نشریه هنر و معماری**.
- اخترمحقق، مهدی(۱۳۸۵). **سرمایه اجتماعی**، تهران: اخترمحقق.
- مصطفوی، سیدمحمدحسن(۱۳۸۷). «عوامل تأثیرگذار بر سطح سرمایه اجتماعی و راهکارهای ارتقای آن»، فصلنامه **مهندسی فرهنگی**، شماره‌های ۲۳ و ۲۴.

- Atherly, K. (2010). "Localism and social capital in rural western Australia" **geographical research**. 44 (4), 348-360.
- Castells, M. (2009). *Communication power*, Oxford University Press.
- Gripenberg, P. (2005). **ICT and the shaping of society: exploring human ICT relationships in everyday life**, edita prima Ltd.
- Legh-jones, H & Moore, S. (2012). "Network social capital, social participation and physical inactivity in an urban adult".
- Lindstrom, M. (2011). "Social capital, desire to increase physical activity and leisure time physical activity", **public health journal** 125 (7), 442-447.
- Mignone, J & Henley, H. (2009). "Impact of information and communication technology on social capital in aboriginal communities in canada", **journal of information technology and organization**, Vol 4.
- Nahapit, J. & Ghoshal, S. (1998). "Social capital, Intellectual capital and organizational Advantage". **Academy of Management Review**, 23(2), pp. 242-261.
- Rheingold, H. (1993). **The virtual community in trend divid, reading digital culture** oxford: Blackwell.
- Turkle, Sh. (1995). **Life on screen; Identity in the age of the internet**, Newyork: Simon and Schuster.
- Walther, J. (1992). "Interpersonal effects in computer-mediated interaction", **western journal of communication**, No 57.
- Webb, J. (2009). **Understanding representation**, London, Sage publication Ltd.
- Wellman, B & ets. (2001). "Network capital in a multi-level world: getting support from personal community" No 32, pp 1-32.
- Williams, K & Joan, D. (2008). "Social network and social capital: rethinking theory in community informatics", **the journal community informatics**, Vol 4, No 3.