

بررسی و شناخت رابطه شبکه‌های اجتماعی مجازی و نحوه اوقات فراغت (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه کاشان)

عبدالطیف کاروانی

دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه شیراز

abdollatifkarevani@yahoo.com (مسئول مکاتبات)

سمیرا آتش افروز

کارشناس ارشد جامعه‌شناسی فرهنگی، دانشگاه کاشان

samiraatashafrooz@yahoo.com

چکیده

مقدمه و هدف پژوهش: وقات فراغت به عنوان یک پدیده و حتی گاهی اوقات در بعضی جوامع به عنوان یک مسئله‌ی فرهنگی، اجتماعی، و حتی سیاسی موضوع مشترک بین تمامی قشرهای جامعه است. اوقات فراغت به دلیل اهمیت و ویژگی‌هایی که دارد توجه عده‌ای را به خود جلب کرده است. اوقات فراغت تحت تاثیر مسائل و موضوعات مختلفی می‌باشد که یکی از آنها شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌باشد و پژوهش حاضر هم با همین هدف یعنی، بررسی و شناخت رابطه میان شبکه‌های اجتماعی مجازی با نحوه گذران اوقات فراغت انجام شده است.

روش پژوهش: روش پژوهش تحقیق حاضر، پیمایشی بوده است و در بین دانشجویان دانشگاه کاشان انجام شده است. حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران ۴۱۵ نفر انتخاب و اطلاعات و داده‌ها با استفاده از شیوه نمونه‌گیری طبقه‌ای جمع‌آوری شده‌اند.

یافته‌ها: یافته‌های تحقیق حاضر نشان می‌دهد که متغیرهای عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی، تعداد دوستان در شبکه‌های اجتماعی مجازی و نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی (چت، لایک و کامنت و تفریح و سرگرمی) با نحوه گذران اوقات فراغت رابطه معنا داری دارند. همچنین از میان متغیرهای پیشینه‌ای، متغیرهای جنس و وضعیت اقتصادی رابطه معناداری با نحوه گذران اوقات فراغت دارند.

نتیجه‌گیری: در مجموع با توجه به یافته‌های تحقیق حاضر می‌توان گفت که شبکه‌های اجتماعی مجازی نقش برجسته‌ای بر نحوه گذران اوقات فراغت جوانان و به خصوص دانشجویان دارند.

واژگان کلیدی: شبکه‌های اجتماعی مجازی، اوقات فراغت، جهانی شدن

مقدمه و طرح مساله

یونان باستان به عنوان اوقات فراغت مطرح بود، نمی-توان با مفهوم اوقات فراغت امروزی قابل مقایسه دانست، زیرا شرایط اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی کاملاً دگرگون شده است. افزون بر آن خود مفهوم اوقات فراغت در طول تاریخ پیوسته در حال تغییر بوده است. اوقات فراغت در دوران باستان ویژه طبقه مرفه بود. در قرون وسطی، تحت تأثیر کامل فرهنگ مسیحیت قرار داشت. از این رو، اوقات فراغت ارزش بیشتری پیدا کرده بودند. در عصر جدید و در پایان قرون وسطی و آغاز صنعتی شدن جوامع غربی رابطه بین کار و اوقات فراغت به طور اساسی دچار تغییر و تحول شد. چنان که اوقات فراغت به عنوان زمان تلف شده و کار به عنوان ارزش مطرح می شود (جلالی فراهانی، ۱۳۹۱: ۲۱). در کشور ما اوقات فراغت از زمان قاجار مورد توجه قرار گرفت (سازمان ملی جوانان، ۱۳۸۴: ۴).

اوقات فراغت را می توان مهم ترین و دلپذیرترین اوقات انسان دانست. اوقات، مستعد است که برای مومنان لحظه های نیایش یا معبود، برای عالمان دقایق تفکر و تعمق و برای هنرمندان زمان ساختن و خلاقیت می باشد و برای عده ای دیگر موجبات تفریح و تفرج و مایه انبساط خاطر گردد. در عین حال برای عده ای دیگر نیز این اوقات به جای فراغت حلال آورترین لحظه ها به حساب آید (شریفیان و اخوی راد، ۱۳۷۶: ۶). اوقات فراغت به عنوان یک پدیده و حتی گاهی اوقات در بعضی جوامع به عنوان یک مسئله ی فرهنگی، اجتماعی، اختصاصی و حتی سیاسی موضوع مشترک بین تمامی قشرهای جامعه است. اوقات فراغت به دلیل اهمیت و ویژگی هایی که دارد توجه عده ای را به خود جلب کرده است. مسئولان تعلیم و تربیت و مسائل فرهنگی جامعه از یک سو و روان شناسان و جامعه شناسان از سوی دیگر و هر یک از منظری و بعدی به مسئله اوقات فراغت توجه می کنند

اوقات فراغت یکی از پدیده هایی است که توجه بسیاری از صاحب نظران به ویژه جامعه شناسان و متخصصان علوم اجتماعی را به خود جلب کرده است و متخصصان و کارشناسان علوم اجتماعی نگاهی ویژه به این موضوع دارند. جامعه شناسان، فراغت را واقعیتی کاملاً تازه تصور می کنند که در نتیجه انقلاب صنعتی و توسعه اجتماعی و اقتصادی جهان امروز پدید آمده است و تحت تأثیر این تغییرات صورت گرفته جهانی می باشد. امروزه فعالیت های اوقات فراغت از چنان اهمیتی برخوردار شده است که کارشناسان از آن به مثابه آیین فرهنگ یاد می کنند. در این معنا چگونگی گذران اوقات فراغت افراد یک جامعه به میزان زیادی معرف خصوصیات فرهنگی آن جامعه است. در واقع یکی از عرصه های انتخاب آزادانه فردی و عرصه ی قابل مشاهده زندگی که حوزه ی مهمی در مطالعات سبک زندگی محسوب می شود، حوزه ی فراغت است. حوزه ی فراغت اصلی ترین حوزه ی تحلیل های سبک زندگی است (ربانی و شیرینی، ۱۳۸۸: ۲۱۰). از آنجا که اوقات فراغت و نحوه گذران آن یکی از شاخص های اساسی سبک زندگی به شمار می رود. به بیان دیگر، شیوه ی زندگی افراد معمولاً خود را در گذران اوقات فراغت نشان می دهد. در دنیای جدید این مارکس وبر بود که با طرح گروه های منزلتی، راه را برای مطالعات سبک زندگی و اهمیت دادن به آن باز کرد (خواجه نوری و مقدس، ۱۳۸۷: ۱۲). برای درک بهتر اصطلاح اوقات فراغت، نگاهی به تاریخچه این پدیده مفید است زیرا آنچه امروز تحت عنوان اوقات فراغت بیان می شود در طول تاریخ دستخوش تغییر و تحولات زیادی شده است. از این رو، نباید برداشت امروزی از اوقات فراغت را به گذشته نسبت دهیم، باید کوشش کنیم تا مفهوم اوقات فراغت را در هر دوره زمانی بهتر درک کنیم. برای نمونه، آنچه در

ها این اجازه و امکان را می دهد که از روی میل و اختیار هر کاری که دلشان می خواهد انجام دهند و عده ای دیگر ممکن است به اوقات فراغت به عنوان یک فعالیت نگاه کند، نظیر شرکت در فعالیت های ورزشی و... (انصاری مهابادی، ۱۳۸۲: ۴۰). در فرهنگ لاروس اوقات فراغت اینگونه تعریف شده است: سرگرمی ها، تفریحات و فعالیت هایی که افراد به هنگام آسودگی از کار عادی با شوق و رغبت به آن می پردازند. از این نقطه اوقات فراغت با اوقات آزادی و بیکار تفاوت دارد. اگر فراغت از جهتی زیر سلطه هدف های تجاری، انتفاعی یا عقیدتی باشد و تنها بخشی از خصلت خود را حفظ کرده باشد به آن نیمه فراغت می گویند (دانشور، ۱۲۷۵). اگر زمان فراغت بی برنامه و به بطالت سپری شود به آن خلا فراغتی می گویند و اگر بخشی از زمان فراغت با یک برنامه همراه باشد به آن زمان فعال فراغت می گوید (محمودی اشکوری، ۱۳۶۹). زیمل نخستین جامعه شناسی است که به نحوه گذراندن اوقات فراغت و مصرف گرایی توجه کرده است. وی در مقاله مشهور خود به نام مد بر این موضوع تأکید دارد که مد، تنها مسئله انتخاب فردی نیست بلکه این انتخاب ها، تقسیمات طبقاتی و تحرک اجتماعی را سامان می دهد. او مد را در چارچوب عصر مدرن قابل طرح می داند و معتقد است که این دوره، انواع گسترده ای از انتخاب برای مصرف کننده را عرضه می کند که به افراد امکان می دهد تا خود را از دیگران متمایز سازند. در حقیقت از نظر زیمل مردم به این علت با آهنگی پرشتاب به مدهای جدید و متفاوت جذب می شوند که می خواهند به هویت شخصی متمایز خود شکل بدهند.

از سوی دیگر، امروزه شبکه های اجتماعی مجازی به منزله رسانه همیشه و همه جا حاضر، با توجه به توانمندی های بالقوه و بالفعل گسترده شان به سرعت در جامعه ما و به ویژه بین نسل جوان در حال

و آن را مورد تحقیق قرار می دهند (رفعتی نیا، ۱۳۹۰: ۳). همانطور که گفته شد اوقات فراغت و نحوه گذران آن از مباحث تازه ای است که پس از انقلاب صنعتی و رشد صنایع و فناوری، توجه جامعه شناسان را برانگیخته و به موضوعی مهم در حوزه ی جامعه شناسی بدل شده است. مفهوم زمان فراغت در برابر درگیری ها و کار روزمره که اغلب عامل خستگی است به کار می رود و تعریف و تبیین آن به گشایش شاخه های جدیدی از علوم اجتماعی با عنوان «جامعه شناسی اوقات فراغت» و «انسان شناسی اوقات فراغت» انجامیده است (فکوهی و انصاری مهابادی، ۱۳۸۲: ۶۲). اوقات فراغت را می توان مهم ترین فرصت ها و ساعات در زندگی انسان ها دانست از آنجایی که انسان در اوقات فراغت می تواند همان چیزی را که می پسندد انجام دهد، شخصیت اصلی خود را باز می یابد و آن را ابراز می کند. از این رو، قابلیت هایش غالباً در عرصه های اوقات فراغت جلوه گر می شود (مهدوی نژاد، ۱۳۸۸: ۷).

در تعریف اوقات فراغت می توان گفت، اوقات فراغت عرصه ی خاصی از تجربه انسانی است که امتیاز آن برای افراد، داشتن حق انتخاب، خلاقیت، رضامندی و لذتی است که فرد، لذت و شادی بیشتر را به دنبال دارد (ذکایی، ۱۳۸۶: ۲۰). اوقات فراغت همچون شمشیردولبه ای است که می تواند هم باعث اعتلا و بهینه شدن کار و فرهنگ گردد و هم می تواند موجبات انواع کج روی، انحراف و حتی ارتکاب به جرم را فراهم آورد (خواجه نوری، ۱۳۷۹: ۹۰). اوقات فراغت برای افراد مختلف معانی متفاوتی دارد و دریافت افراد از این مفهوم متنوع و گوناگون است. این امر بر پیچیده بودن این مفهوم دلالت دارد. برای مثال عده ای فراغت را زمانی می دانند که پس از انجام کار یا انجام وظایف و مسئولیت های روزمره بر ایشان باقی مانده است. عده ای دیگر اوقات فراغت را زمانی می دانند که به آن-

کاربران می‌توانند پروفایل‌های دیگران را ببینند و از طریق برنامه‌های مختلف، مانند ایمیل و چت با یکدیگر ارتباط برقرار کنند (پمپک و همکاران، ۲۰۰۹:۲۲۸).

الیسون و بوید^۱ معتقدند شبکه‌های اجتماعی، مبتنی بر وب هستند که با اتصال مردم یا گروه‌ها به یکدیگر سبب به اشتراک گذاری اطلاعات از طریق اینترنت می‌شوند؛ و همچنین معتقدند که شبکه‌های اجتماعی مجازی خدمات مبتنی بر وبی هستند که اجازه می‌دهند افراد بتوانند: ۱. در چارچوب یک سیستم مشخص پروفایل‌های عمومی و نیمه خصوصی بسازند، ۲. با سایر کاربرانی که در آن سیستم حضور دارند به تبادل نظر و اطلاعات بپردازند و ۳. لیست پیوندهای خود و دیگرانی که در آن سیستم هستند را مشاهده کنند (الیسون و بوید، ۲۰۰۷:۲۱۱).

پس می‌توان گفت که شبکه‌های اجتماعی مجازی، نسل جدید از وب سایت‌های اینترنتی هستند. در این وب سایت‌ها، کاربران اینترنتی حول محور مشترکی به صورت مجازی با هم جمع می‌شوند و جماعت‌های آن‌لاین را تشکیل می‌دهند و امکاناتی از قبیل به اشتراک گذاری، خبرخوان‌های اینترنتی، بازی‌های آن‌لاین، قابلیت آپلود کردن ویدئوها و فایل‌های رایانه‌ای و برقراری ارتباط تصویری و نوشتاری به کاربران ارائه می‌دهند. در چند سال اخیر شبکه‌های اجتماعی مجازی با محبوبیت کم نظیر جهانی روبرو شده‌اند، به طوری که میلیون‌ها نفر از سراسر دنیا در این شبکه‌ها عضویت دارند و روابط انسانی، نوع همکاری، وابستگی حرفه‌ای و بسیاری امور اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی را در بستر این شبکه‌ها ایجاد یا دنبال می‌کنند. بنابراین به لحاظ گستره کاربری می‌توان گفت که در فضای شبکه‌های اجتماعی مجازی چندی پیش از یک فضای اطلاعاتی جهانی وجود دارد. برخی معتقدند که یک بافت اجتماعی جدید در حال

گسترش‌اند. شبکه‌های اجتماعی به مجموعه‌ای از افراد اطلاق می‌شود که به صورت گروهی با یکدیگر ارتباط داشته‌اند و مواردی نظیر اطلاعات، نیازمندی‌ها، فعالیت‌ها و افکار خود را به اشتراک بگذارند. به عبارت دیگر شبکه‌های اجتماعی پایگاه‌هایی هستند که با استفاده از یک موتور جست‌وجوگر و افزودن امکاناتی مانند چت، پیام‌رسانی الکترونیکی، انتقال تصویر و صدا... امکان ارتباط بیشتر کاربران را در قالب شبکه‌ای از روابط فردی و گروهی فراهم می‌آورند (محسنی، ۲۰۰۲:۲). شبکه‌های اجتماعی وب، نسل جدیدی از امکانات وب هستند که امروزه در کانون توجه کاربران اینترنت قرار گرفته‌اند. این‌گونه شبکه‌ها در واقع نوعی رسانه اجتماعی هستند که شیوه جدیدی از برقراری ارتباط و اشتراک اطلاعات را در اینترنت امکان پذیر کرده‌اند. صدها میلیون نفر از کاربران اینترنت عضو صدها شبکه اجتماعی مختلف هستند و بخشی از فعالیت بر خط روزانه‌شان را در این سایت‌ها می‌گذرد (برات دستجردی و صیادی، ۱۳۹۱:۳۳۳). شبکه‌ی اجتماعی، سایت یا مجموعه سایت‌هایی هستند که در آن کاربران می‌توانند خواسته‌ها، دل‌بستگی‌ها، اندیشه‌ها و کارهایشان را با دیگران در میان بگذارند. در این سال‌ها شبکه‌های اجتماعی با سرعتی بی‌سابقه گسترش یافته‌اند. شبکه‌های اجتماعی همچون فیس بوک، توییتر، یوتیوب، فلیکر و... بستری تازه برای پدید آمدن شبکه‌های مجازی میان افراد هستند در اندک زمانی گسترش چشمگیر یافته‌اند. برای نمونه، فیس بوک کمابیش ۳۰۰ میلیون کاربر فعال دارد (ضیایی پرور، ۱۳۸۸:۱۲).

در واقع، شبکه‌های اجتماعی برای افزایش و تقویت تعاملات اجتماعی در فضای مجازی طراحی شده‌اند. به طور کلی، از راه اطلاعاتی که روی پروفایل افراد قرار می‌گیرد. مانند تصویر کاربر، اطلاعات شخصی و علایق برقراری ارتباط آسان می‌شود.

بوده که همه فعالیت های روزمره را تحت تأثیر قرار می دهد (بشیر، افراسیابی، ۱۳۹۱: ۳۵).

دلایل و نیازهای متنوع کاربران روز به روز بر رشد و دامنه گسترش رسانه های اجتماعی می افزاید. کاربران گوناگون در سطوح مختلف سنی، تحصیلی، فرهنگی و با جنسیت، نژاد و زبان های متفاوت بر حسب علائق، اهداف، دلایل و نیازهای خود طیف وسیعی از محتوا را تولید و یا باز نشر می کنند. در نتیجه استفاده و وابستگی به رسانه های اجتماعی رشدی روز افزون داشته و در زندگی فرد جایگاه مشخصی پیدا خواهد کرد. پس از مدتی جزئی از سبک زندگی فردی و جمعی افراد یک جامعه خواهد شد. از آنجا که یکی از ابعاد اصلی سبک زندگی اوقات فراغت هست و این بعد از سبک زندگی از این تأثیرات هم مستثنی نیست. با توجه به مطالب فوق مسأله اصلی این پژوهش بررسی چگونگی و نحوه ارتباط و پیوند بین شبکه های اجتماعی مجازی و نحوه گذران اوقات فراغت (دانشجویان) می باشد. بر این مبنا، این تحقیق در صدد پاسخگویی به این مسئله است که میزان استفاده و نوع برنامه های مورد استفاده دانشجویان از شبکه های مجازی چه اثراتی بر نحوه گذران اوقات فراغت آنان دارد.

مبانی تجربی تحقیق

با توجه به جدید بودن شبکه های اجتماعی مجازی و توجه کمتر جامعه علمی به این موضوعات، تحقیقات زیادی در مورد رابطه شبکه های اجتماعی مجازی و نحوه گذراندن اوقات فراغت انجام نشده است. پس به صورت کلی به تحقیقاتی که تا حدود زیادی به این موضوع نزدیک هستند، اشاره خواهیم کرد.

فتحی و همکاران (۱۳۹۳) در تحقیقی با عنوان بررسی رابطه مصرف شبکه های اجتماعی مجازی با

ساخته شدن است و نیاز دارد که ما فناوری را به منظور کاربردی کردن خدمات تحت وب به رسمیت بشناسیم (اندرسون، ۲۰۰۶: ۲). جهانی شدن و فناوری های رسانه ای مانند اینترنت، ماهواره، تلویزیون، ویدئو، سینما و رادیو فرم های جدید مصرف را به وجود آورده اند و باعث به وجود آمدن سبک های زندگی جدید به خصوص در بین دانشجویان شده اند. ارتباطات مجازی می توانند زمینه شکل گیری عادت واره های جدیدی را فراهم سازند که خود به کنش و انتخاب های متفاوتی منتهی می شود. ظهور عادت واره های جدید، عادت واره های قبلی را به چالش می کشاند و در نتیجه در آن ها جابه جایی های صورت می گیرد. بدین ترتیب اگرچه اساس فرایند بازآفرینی باقی می ماند، با این حال شیوه های متنوعی، مبنای تعریف میدان و امکان عمل فرد را فراهم می سازد (ذکایی، ۱۳۸۶: ۲۸۱). شبکه های اجتماعی اینترنتی با ارضای همزمان نیازهای عقلی، منطقی و عاطفی دانشجویان، گروه های سنی مذکور را به سمت خود جلب کرده و مؤسسان جوامع مجازی از این فرصت برای انتقال مفاهیم فرهنگی، سیاسی و اجتماعی مدنظر را در قالب نرم و پنهان، نهایت استفاده را می برند (نجفی سولاری، ۱۳۸۹: ۳۶).

در دنیای امروز با گسترش فرهنگ عضویت در شبکه های اجتماعی مجازی به ویژه در میان دانشجویان، زندگی به سبک شبکه های اجتماعی مجازی به سرعت در حال گسترش است. این وضعیت در اثر افزایش روز افزون کاربران اینترنت و شبکه های اجتماعی به وجود آمده است. به نظر می رسد که امروزه رشد کاربران اینترنت و شبکه های اجتماعی مجازی، پیدایش سبک جدیدی از زندگی به نام سبک زندگی جوامع مجازی را در بین دانشجویان در پی داشته است. این شیوه زندگی که در آمیخته با شبکه های اجتماعی مجازی است، سبک جدیدی از زندگی

ارکان (۱۳۸۲) در تحقیقی با عنوان بررسی نحوه گذراندن اوقات فراغت دانش آموزان به این نتیجه رسیده است که که دانش آموزان از نحوه گذراندن اوقات فراغت خود چندان راضی نیستند، مراکز و امکانات اوقات فراغت را نا کافی و مریبان را کارآمد و مجرب می‌دانند. در عین حال اذعان داشتند که استفاده مفیدی از این نوع مراکز نبردند؛ زیرا آشنایی کافی با این مراکز نداشتند و تبلیغات راکم و غیر مثر می‌دانستند. همکاری مسئولین را کم و بودجه را ناکافی می‌دانند. از جمله فعالیت‌های مورد علاقه آن‌ها، فعالیت‌های ورزشی، تماشای تلویزیون، کار با کامپیوتر، یادگیری و آموزش شغل‌های مناسب، شرکت در اردوهای مختلف، تفریح و مسافرت با خانواده، سینما رفتن، مطالعه شرکت در کلاس‌های آموزش و فعالیت‌های هنری است.

حاج عبدالباقی (۱۳۸۵) در تحقیق خود "گذراندن اوقات فراغت دانش آموزان متوسط شهر تهران" را بررسی کرده است. برای انجام این تحقیق از کل دانش آموزان این دوره متوسط ۳۸۵ نفر حجم نمونه تعیین شده و از روش پیمایشی و به کمک ابزار پرسشنامه اطلاعات جمع آوری شده و به کمک آمار استنباطی و با استفاده از آزمون مجذور فی نتایج را مورد تجزیه و تحلیل قرار داده است. نتایج نشان می‌دهد از بین فعالیت‌های فراغتی مورد سوال، بودن با دوستان، گذران اوقات فراغت با خانواده، انتخاب دوست غیرهمجنس و گوش دادن به موسیقی اولویت اول تا چهارم را نشان داده است.

ابراهیمی و دیگران (۱۳۹۰) در مطالعه‌ای با عنوان «اوقات فراغت و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن در افراد ۴ تا ۱۵ ساله شهرستان جویبار» بیان می‌دارد که فعالیت‌های فراغتی «بودن در کنار خانواده» از مهم‌ترین الگوهای فراغت جامعه مورد نظر هستند.

سبک زندگی جوانان (مورد مطالعه جوانان شهر خلخال) به این نتیجه رسیدند، که بین شبکه‌های اجتماعی مجازی با سبک زندگی در کلیات رابطه چندان وجود ندارد ولی با ورود به جزئیات این رابطه را می‌توان مشاهده کرد. رابطه معناداری بین متغیرهای تعاملات فرهنگی و تبادل اطلاعات بدون سانسور با سبک زندگی است. بین دو گروه جنسیت زنان و مردان، مجردین و متأهلین، استفاده کنندگان و غیر استفاده کنندگان، تعاملات سیاسی، تعاملات داخلی و خارج کشور، تعامل با شخصیت‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی با سبک زندگی رابطه وجود دارد.

مسعود کوثری (۱۳۸۶) با پژوهشی اکتشافی پیرامون جهان فرهنگی کاربران ایرانی در شبکه اجتماعی اورکات علائق فرهنگی کاربران را مورد بررسی قرار داده است. براساس نتایج این تحقیق، حوزه‌های موسیقی، فیلم، ادبیات غیر بومی و نیز اجتماع‌های هنری- ادبی، سرگرمی- تفریحی و جنسی مورد توجه اعضا بوده و دوستیابی و یافتن شریک زندگی مهمترین علت پیوستن کاربران ایرانی به این شبکه است. از این رو محقق بر اتخاذ یک سیاست هویتی مناسب و همه شمول در کشور تأکید می‌کند.

شهابی و بیات (۱۳۹۱) در تحقیقی با موضوع شبکه‌های اجتماعی مجازی و کاربران جوان به این نتیجه‌گیری رسیدند که از دیدگاه کاربران جوان، محیط شبکه‌های اجتماعی مجازی مانند فیس بوک که کاربران جوان ایرانی زیادی در آن فعالیت دارند، فضایی سیاسی تلقی نمی‌شود بلکه اکثر آنها برای تسهیل روابط خود، احیای ارتباطات قدیمی و ایجاد و حفظ ارتباطات دوستانه به آن روی می‌آورند. درحالی که برخی محدودیت‌های خانوادگی، جغرافیایی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی را با حضور در شبکه جبران می‌کنند که از مهم‌ترین تجربه جهان وطنی و آشنایی با دنیای مدرن است.

شبکه‌های اجتماعی مجازی دارند را مطالعه کرده‌اند. نتایج نشان داده است که اظهار اطلاعات توسط افراد در فضای مجازی و در حالت حضوری متفاوت است، و هر دوی متغیرهای شخصیت و فرهنگ مهم و تأثیرگذار هستند. نتایج همچنین نشان داد که دانشجویان معمولاً از فیس بوک برای حفظ روابط شخصی فعلی‌شان استفاده می‌کنند و از امکانات و تنظیمات پرایوسی برای کنترل خود اظهاری و اطلاعات منتشر شده‌شان در شبکه‌ی اجتماعی مجازی به دقت و با انتخاب خود استفاده می‌کنند.

جوینسون^۴ (۲۰۰۸) در مطالعه‌ای به دنبال این هدف که چه چیزی در شبکه‌های اجتماعی وجود دارد که شخص را تحریک به ماندن در شبکه می‌کند، اقدام به مصاحبه با کاربران شبکه‌ها نموده و خصوصیات شخصی، باورها، ارزیابی رفتار، نیازها و عوامل انگیزشی افراد را شناسایی کرده است. این مطالعه تعیین نمود که حفظ تماس دلیل اصلی استفاده‌ی افراد از شبکه‌های اجتماعی است.

الیسون و بوید^۵ (۲۰۰۷) نیز بیان می‌کنند که جنسیت بر مشارکت کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی تأثیر می‌گذارد. پسران جوان نسبت به دختران جوان تمایل بیشتری به فعالیت در شبکه‌ها دارند. اما دختران با سنین بالاتر نسبت به پسران با سنین بالاتر، فعالیت بیشتری در شبکه‌های اجتماعی مجازی دارند. همچنین پسران با سن بالاتر دو برابر بیشتر از دختران همسال خود برای تعامل با جنس مخالف در شبکه‌ها حضور می‌یابند و کمتر علاقه‌مند به ملاقات افراد جدید هستند و دختران بیشتر از پسران همسال خود علاقه مند به استفاده از این شبکه‌ها برای ارتباط با دوستان خود هستند.

لنهارت و مدن^۶ (۲۰۰۷) در تحقیق پیرامون علل گرایش کاربران به شبکه‌های اجتماعی مجازی در ایالات متحده آمریکا نتیجه گرفتند ۵۵ درصد نوجوانان

الهام پور و پاک سرشت (۱۳۹۰) الگوی گذران اوقات فراغت دانشجویان شهید چمران را مورد بررسی قرار داده‌اند. در این مطالعه شناسایی الگوی گذران اوقات فراغت دانشجویان و نحوه گذران این اوقات با توجه به عواملی همچون جنسیت، وضعیت اقتصادی اجتماعی، گروه آموزشی، عملکرد تحصیلی، سکونت در خوابگاه و محل تولد را مورد بررسی قرار گرفته است.

تیپا (۱۳۸۸) در تحقیقی با عنوان "بررسی پایگاه اجتماعی- اقتصادی و چگونگی گذران اوقات فراغت در بین دانشجویان جوان ۱۸-۲۹ سال، مشخص کرد که بین پایگاه اجتماعی- اقتصادی و انواع فراغت با توجه به سطح معناداری رابطه وجود دارد.

جنیفر ماری المجلد^۲ (۲۰۰۸) در پژوهشی که با عنوان دختران مای اسپیس؛ رسانه‌ای جدید برای تمرین ادبیات جنسیتی و شکل‌گیری هویتی که در بین دانش آموزان دختر منطقه میدوسترن ایالت متحده آمریکا انجام دادند به این نتیجه رسیدند که بین عضویت و حضور در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی با نوع پیام‌ها و عکس‌هایی که توسط اعضا منتشر می‌شود، ارتباط وجود دارد.

چن و مارکوس^۳ (۲۰۱۲) در مقاله‌ای با عنوان "خود اظهاری دانشجویان در فیس بوک: سنجش متغیرهای شخصیتی و خود کنترلی" به مطالعه این موضوع پرداخته‌اند که چگونه می‌توان نظریات موجود در خصوص خود اظهاری را به فضای مجازی و آنلاین در حیطه آموزش عالی و مؤسسات آموزشی تعمیم داده و استفاده دانش محور و دیگر استفاده‌های دانشجویان از یکی از شناخته شده‌ترین شبکه‌های اجتماعی مجازی، فیس بوک را مورد بررسی قرار دهد. بنابراین در مطالعه‌ی خود چگونگی استفاده ۴۶۳ نفر از دانشجویان از فیس بوک را بررسی کرده‌اند و نقشی که شخصیت و فرهنگ در ارائه و اظهار اطلاعات در

چارچوب نظری تحقیق

همانگونه که بورديو معتقد است سبک زندگی نتیجه قابل رویتی از ابزار عادت هست. از نظر او همه چیزهایی که انسان را احاطه کرده است مثل مسکن، اسباب و اثاثیه، کتاب‌ها، سیگارها، عطرها، لباس‌ها و غیره بخشی از سبک زندگی او را تشکیل می‌دهند. او سبک زندگی را فعالیت‌های نظام مندی می‌داند که از ذوق و سلیقه فرد ناشی می‌شوند و بیشتر جنبه عینی و خارجی دارند و در عین حال به صورت نمادین به فرد هویت می‌بخشند و میان اقشار مختلف اجتماعی تمایز ایجاد می‌کنند. همچنین معتقد است سبک زندگی تجسم یافته ترجیحات افراد است که به صورت عمل در آمده و قاب مشاهده هستند. پس با توجه به نظریات بورديو در مورد سبک زندگی به صورت خلاصه می‌توان گفت که سبک زندگی شامل ترجیحات فرد از جمله مواردی مثل نوع ترجیح مسکن، اسباب اثاثیه، عطرها، لباس‌ها و مواردی از این دسته می‌باشد. بورديو در تعریف سبک زندگی متمایل به این موضوع هست که هر آنچه خود شخص ترجیح می‌دهد به عنوان سبک زندگی فرد شناخته می‌شود (بورديو، ۱۹۸۴: ۲۴۹).

همچنین همان‌گونه که ولمن معتقد است، زندگی در شبکه‌های اجتماعی کامپیوتری ایجاد می‌کند که افراد به طور فعال شبکه‌های تکه تکه شده و پیوندهای تنگ‌بافت را نگه دارد. زندگی در شبکه‌های اجتماعی کامپیوتری احتمال می‌رود نسبت تعامل را از تعامل‌های مبتنی بر ویژگی‌های انتسابی بدو تولد نظیر سن، جنس، نژاد و قومیت به سمت تعاملات مبنی بر ویژگی‌های اکتسابی در طول زندگی نظیر سبک‌های زندگی، هنجارهای مشترک و علایق داوطلبانه سوق می‌دهد (ولمن، ۲۰۰۱) همچنین با استفاده از نظریاتی که آنتونی گیدنز، کاستلز، رابرتسون در مورد جهانی شدن و تأثیرات جهانی شدن بر سبک زندگی دارند و شبکه‌های اجتماعی مجازی هم بعدی از این جهانی شدن

پروفایل‌های شبکه‌ای دارند و صفحات جوانان در این شبکه‌ها شامل خودگشودگی قابل مشاهده، ساده، صمیمانه و تعامل‌هایی است که رفتار آنان را به تصویر می‌کشد. یافته‌های آنان تأیید می‌کند که ۹۱ درصد کاربران سایت‌های شبکه اجتماعی، از این سایت‌ها برای حفظ روابط با دوستان کنونی استفاده می‌کنند که با آن‌ها رفت و آمد مکرر دارند و ۸۲ درصد به دنبال حفظ روابط با کسانی هستند که با آنها رفت و آمد ندارند ضمن اینکه ۷۱ درصد آنان از این سایت‌ها برای ایجاد و پیگیری طرح‌های اجتماعی بهره می‌گیرند.

اسماک شافعی، نایان و عثمان^۷ (۲۰۱۲) در پژوهشی که با عنوان ساخته شدن هویت از طریق پروفایل‌های فیس بوک که در بین دانشجویان مالزی انجام دادند به این نتیجه رسیدند که ناامنی، همتا ادراکی و خود ارتقایی اغلب هویت آن‌لاین دانشجویان را تحت تأثیر قرار می‌دهد. همچنین دریافت که هویت آن‌لاین به وسیله ارزش‌های اجتماع به همراه همتا ادراکی، ارتباط اجتماعی و محبوبیت بازسازی و بازاندیشی می‌شود. همچنین دریافتند که دانشجویان پسر در به کاربردن پروفایل‌های واقعی‌شان از دانشجویان دختر راحت‌تر می‌باشند.

زاهو و همکارانش (۲۰۰۸) پژوهشی با عنوان ساخته شدن هویت در فیس بوک انجام دادند که این پژوهش براساس حساب‌های فیس بوک ۶۳ نفر انجام شده است. یافته‌های پژوهش فوق نشان می‌دهد که ساخته شدن هویت در محیط‌های مستعار بی نام از ساخته شدن هویت در محیط‌های آن‌لاین بی نام متفاوت می‌باشد. همچنین دریافتند که حساب‌های کاربران در فیس بوک به طور مسلط بر نحوه ساخته شدن هویت تأثیر دارد.

استنباط کرد میزان، مدت استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی افراد تأثیر می گذارد. همچنین نظریه استفاده و رضامندی که در مورد میزان رضایت مخاطبان از نوع برنامه های رسانه های جمعی می باشد و معتقد می باشد که مخاطبان بیشتر برنامه هایی را دنبال می کنند که از آن برنامه رضایت حداقلی داشته باشند (مهدی زاده، ۱۳۸۹: ۷۲). که در تحقیق حاضر نوع استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی براساس همین نظریه یعنی نظریه استفاده و رضامندی می باشد. پس چارچوب نظری تحقیق حاضر یک نظریه تلفیقی است؛ بنابراین متغیرهای موجود نه از یک نظریه بلکه از چند نظریه و دیدگاه اخذ گردیده اند. همچنین اینکه هیچ کدام از نظریه های مورد بحث کامل نیستند و هر کدام بر علل و عوامل خاصی تأکید می کنند.

فرضیه های تحقیق

بین سن و نحوه گذران اوقات فراغت رابطه وجود دارد.

بین جنسیت و نحوه گذران اوقات فراغت رابطه وجود دارد.

بین وضعیت اقتصادی و نحوه گذران اوقات فراغت رابطه وجود دارد.

بین عضویت در شبکه های اجتماعی مجازی و نحوه گذران اوقات فراغت رابطه وجود دارد.

بین تعداد دوستان در شبکه های اجتماعی مجازی و نحوه گذران اوقات فراغت رابطه وجود دارد.

بین نوع استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی و نحوه گذران اوقات فراغت رابطه وجود دارد.

بین میزان احساس آزادی در شبکه های اجتماعی مجازی و نحوه گذران اوقات فراغت رابطه وجود دارد.

روش تحقیق

این مطالعه از نوع مطالعه پیمایشی^۸ بوده و برای جمع آوری داده های تحقیق از تکنیک پرسشنامه

حوزه ارتباطات می باشد می توان گفت که شبکه های اجتماعی مجازی می تواند تاثیرات زیادی بر سبک زندگی و به خصوص بر اوقات فراغت کاربران ایجاد کند (گیدنز، ۱۳۸۷: ۹۲). پس با استفاده از تعریف بورديو از سبک زندگی و تعریف ولمن از زندگی در شبکه های اجتماعی کامپیوتری می توان گفت که شبکه های اجتماعی مجازی می توانند تغییرات زیادی در سبک زندگی و به خصوص در نحوه گذراندن اوقات فراغت نوجوانان و جوانان ایجاد کند. و باعث به وجود آمدن سبک های جدیدی از زندگی می شوند یا نوعی سبک زندگی مجازی ایجاد می کنند که با سبک زندگی واقعی در تضاد و تناقض می باشد.

احساس آزادی در شبکه های اجتماعی موضوع دیگری می باشد که در این تحقیق به آن پرداخته شده است. در عصر حاضر و با توجه به دگرگونی های که در حوزه ارتباطات ایجاد شده است بررسی موضوع احساس آزادی در شبکه های اجتماعی مجازی بحث مهمی می باشد براساس نظریه حوزه عمومی هابرماس مورد بررسی قرار گرفته است. هابرماس معتقد هست حوزه عمومی قلمروی از زندگی می باشد که هر فرد فارغ از همه چیز آنچه را که دوست دارد بیان می کند، و به دنبال بررسی این موضوع بوده ایم که آیا میزان احساس آزادی در شبکه های اجتماعی مجازی با سبک زندگی کاربران رابطه دارد یا نه (عبداللهی، ۱۳۷۵، ۱۳۷).

نظریه کاشت بر کنش متقابل میان رسانه و مخاطبانی که از آن رسانه استفاده می کنند و نیز چگونگی تأثیر گذاری رسانه ها بر مخاطبان تأکید دارد. فرض اساسی این نظریه این است که بین میزان مواجهه و استفاده از رسانه و واقعیت پنداری در محتوا و برنامه های آن رسانه ارتباط مستقیم وجود دارد (عباسی قادری و خلیلی کاشانی، ۱۳۸۹: ۸۱) بنابراین براساس نظریه کاشت یا پرورش جرج گرنبر می توان

یافته‌های تحقیق

یافته‌های توصیفی

یافته‌های توصیفی تحقیق حاضر نشان می‌دهد که اکثریت پاسخگویان یعنی ۶۱ درصد در گروه سنی ۱۸ تا ۲۱ سال قرار داشتند. از نظر جنسیت هم حدود ۵۱ درصد پسر و ۴۹ درصد دختر بوده‌اند. بیشترین درصد از پاسخگویان را مردان تشکیل داده‌اند و این تفاوت ناشی از بیشتر بودن تعداد دانشجوی پسر در دانشگاه کاشان می‌باشد. از نظر وضعیت اقتصادی هم می‌توان گفت که وضعیت اقتصادی متوسطی داشتند. متغیر مستقل اصلی تحقیق حاضر شبکه‌های اجتماعی مجازی بود. یافته‌های توصیفی در این زمینه نشان می‌دهد که ۵۵ درصد عضو فیس بوک، ۱۷ درصد عضو گوگل پلاس و ۵۰ درصد عضو وایبر بوده‌اند در مورد تعداد دوستان در شبکه‌های اجتماعی مجازی و نحوه دوستیابی هم می‌توان گفت که اکثریت یعنی حدود ۲۳ درصد کمتر از ۵۰ نفر دوست در شبکه‌های اجتماعی مجازی داشتند و اکثریت دوستانشان در شبکه‌های اجتماعی مجازی، آشنایان قبلی و فامیل تشکیل می‌دهند. از لحاظ میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌توان گفت که پاسخگویان از وایبر نسبت به سایر شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده بیشتری می‌کنند. در مورد احساس آزادی در شبکه‌های اجتماعی مجازی هم می‌توان گفت که ۲۲ درصد احساس آزادی کم، ۴۵ درصد متوسط و ۱ درصد احساس آزادی زیادی در شبکه‌های اجتماعی مجازی داشتند. در مورد نوع استفاده هم می‌توان گفت اکثریت کسانی که عضو شبکه‌های اجتماعی مجازی بودند در شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده‌های مانند اشتراک گذاری مطلب، کسب خبر و اطلاعات روز، لایک و کامنت، تفریح و سرگرمی و چت می‌کردند و کمتر علاقه‌ای به بازی‌های آنلاین و دوستیابی در این شبکه‌های اجتماعی مجازی داشتند.

استفاده شده است. از بین روش‌های تعریف شده از طرف صاحب نظران علوم اجتماعی، روش تحقیق حاضر را باید از نوع پیمایشی دانست (قاسمی، ۱۳۸۰: ۱۵۹). بورگ و دال^۹ (به نقل از سرمد، حجازی و بازرگان، ۱۳۷۸: ۸۳) تحقیقات پیمایشی را به سه دسته تقسیم کرده‌اند: الف) روش مقطعی، ب) روش طولی و ج) روش دلفی. در روش مقطعی گردآوری داده‌ها دربارۀ یک یا چند صفت در یک زمان (یک روز، یک هفته، یک ماه و...) و از طریق نمونه‌گیری از جامعه انجام می‌شود. بر اساس تعریف ارائه شده، روش تحقیق حاضر را باید روش پیمایش مقطعی دانست. داده‌های مورد نیاز تحقیق در یک مقطع زمانی مشخص جمع‌آوری شده و بر اساس اهداف از پیش تعیین شده انتظار می‌رود که مجدداً تکرار شود. جامعه آماری پژوهش حاضر را کلیه دانشجویانی که در دانشگاه کاشان در مقطع کارشناسی در نیم سال اول سال تحصیلی ۱۳۹۳-۱۳۹۴ مشغول به تحصیل می‌باشند، تشکیل می‌دهند، و حجم نمونه براساس فرمول کوکران ۳۵۸ نفر تعیین شد. برای اطمینان بیشتر پرسشنامه‌ها بین ۴۱۵ نفر از دانشجویان دانشگاه کاشان به روش نمونه‌گیری طبقه‌ای توزیع شد. داده‌های پژوهش با استفاده از نرم افزار SPSS نسخه ۲۱ پردازش، توصیف و تحلیل شده‌اند. و به منظور سنجش پایایی پرسشنامه برای تعیین قدرت تبیین‌کنندگی گویه‌ها از الفای کرونباخ استفاده شده است و همه شاخص‌ها از الفای بالای برخوردار هستند.

جدول شماره (۱): نتایج روایی شاخص‌های متغیرها

(n=415)

ردیف	شاخص	تعداد گویه	ضریب روایی (الفای)
۱	نحوه گذراندن اوقات فراغت	۸	۰/۵۷۷
۲	میزان احساس آزادی در شبکه‌های اجتماعی مجازی	۱۰	۰/۵۶۷

آزمون فرضیات

فرضیه ۱: بین سن و نحوه گذران اوقات فراغت رابطه وجود دارد.

جدول شماره ۳ رابطه بین سن و شبکه های اجتماعی مجازی را نشان می دهد و همانگونه که ملاحظه می کنید رابطه معناداری بین شبکه های اجتماعی مجازی و سن پاسخگویان وجود ندارد. علاوه بر میزان رابطه، جهت رابطه، آزمون معناداری، تعداد موارد (پاسخگویان) نیز ارائه شده است که به صورت کلی نشان از عدم رابطه بین شبکه های اجتماعی مجازی و سن پاسخگویان دارد.

فرضیه ۲: بین جنسیت و نحوه گذران اوقات فراغت رابطه وجود دارد.

متغیر وابسته تحقیق حاضر اوقات فراغت و نحوه گذران آن بوده است. که با ۸ گویه بر اساس طیف سه گزینه ای بلی، خیر و تا حدودی مورد سنجش قرار گرفت. اما در کد گذاری مجدد متغیرهای وابسته به سه طبقه سنتی، نیمه سنتی و مدرن طبقه بندی کرده ایم. جدول (۲) نحوه گذران اوقات فراغت را نشان می دهد. یافته های توصیفی در این زمینه نشان می دهد که ۵/۵ درصد از پاسخگویان به گویه نحوه گذران اوقات فراغت در حد سنتی، ۶۱/۷ درصد در حد نیمه سنتی و ۳۲/۵ درصد در حد مدرن پاسخ داده اند.

جدول شماره (۲) توزیع فراوانی و درصدی گویه نحوه گذران اوقات فراغت

طبقات	فراوانی	درصد
سنتی	۲۳	۵/۵
نیمه سنتی	۲۵۶	۶۱/۷
مدرن	۱۳۵	۳۲/۵
بدون پاسخ	۱	۰/۳
جمع	۴۱۵	۱۰۰

جدول شماره (۳) رابطه بین سن و نحوه گذران اوقات فراغت پاسخگویان

متغیر وابسته	سن پاسخگویان
میزان همبستگی	-۰/۰۱۰
نحوه گذران اوقات آزمون پیرسون	سطح معناداری ۰/۴۲۲
فراغت	تعداد پاسخ ۴۱۴

جدول شماره (۴) رابطه بین جنسیت و نحوه گذران اوقات فراغت پاسخگویان

متغیر وابسته	جنسیت	تعداد پاسخ	میانگین	سطح معنی داری Sig
نحوه گذران اوقات فراغت	مرد	۲۱۱	۱۶/۶۲	۰/۰۰۱
	زن	۲۰۳	۱۷/۵۲	۰/۰۰۱

جدول شماره (۵) رابطه بین وضعیت اقتصادی و نحوه گذران اوقات فراغت پاسخگویان

متغیر وابسته	وضعیت اقتصادی
میزان همبستگی	۰/۱۶۲
نحوه گذران اوقات فراغت آزمون پیرسون	سطح معناداری ۰/۰۰۰
	تعداد پاسخ ۴۱۴

اقتصادی و نحوه گذران اوقات فراغت رابطه معناداری وجود دارد و جهت همبستگی نیز مثبت می‌باشد، یعنی با افزایش وضعیت اقتصادی نحوه گذران اوقات فراغت افزایش می‌یابد.

فرضیه ۴: بین عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی و نحوه گذران اوقات فراغت رابطه وجود دارد. جدول شماره ۶ رابطه بین عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی با نحوه گذران اوقات فراغت را نشان می‌دهد. مقایسه میانگین‌های عضویت یا عدم عضویت در شبکه اجتماعی فیس بوک نشان می‌دهد که بین عضویت یا عدم عضویت در شبکه اجتماعی فیس بوک با نحوه گذران اوقات فراغت رابطه معناداری وجود دارد و همچنین مقایسه میانگین‌ها نشان می‌دهد افرادی که عضو شبکه اجتماعی فیس بوک هستند، اوقات فراغت مدرن تری نسبت به افرادی که عضو شبکه اجتماعی فیس بوک نیستند دارند. همچنین، مقایسه میانگین‌های عضویت یا عدم عضویت در شبکه اجتماعی گوگل پلاس نشان می‌دهد که عضویت یا

میانگین نوع نحوه گذران اوقات فراغت پاسخگویان زن و مرد در جدول فوق منعکس گردیده است. مقایسه میانگین‌ها نشان می‌دهد که بین جنسیت و نحوه گذراندن اوقات فراغت رابطه معناداری وجود دارد و همچنین مقایسه میانگین‌ها بین مردان و زنان نشان می‌دهد که زنان نحوه گذراندن اوقات فراغت مدرن تری نسبت به مردان دارند. پس براساس این فرضیه می‌توان گفت که شبکه‌های اجتماعی مجازی تأثیرات بیشتری بر نحوه گذراندن اوقات فراغت زنان دارند و زن‌های که زمان بیشتری در شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌گذرانند، تمایل بیشتری به سبک زندگی مدرن دارند.

فرضیه ۳: بین وضعیت اقتصادی و نحوه گذران اوقات فراغت رابطه وجود دارد.

جدول شماره ۵ رابطه بین وضعیت اقتصادی و نحوه گذران اوقات فراغت پاسخگویان را نشان می‌دهد و نتایج تحقیق حاکی از این است که بین وضعیت

جدول شماره (۶) رابطه بین عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی و نحوه گذران اوقات فراغت پاسخگویان

متغیر مستقل	نحوه گذراندن اوقات فراغت	تعداد پاسخ	میانگین	سطح معنی داری Sig
عضویت در فیس بوک	خیر	۲۲۹	۱۷/۴۵	۰/۰۰۱
	بلی	۱۸۴	۱۶/۵۵	۰/۰۰۱
عضویت در گوگل پلاس	خیر	۲۳۸	۱۷/۲۷	۰/۰۰۲
	بلی	۷۳	۱۶/۱۶	۰/۰۰۲
عضویت در وایبر	خیر	۲۰۲	۱۷/۴۸	۰/۰۰۳
	بلی	۲۰۹	۱۶/۶۸	۰/۰۰۳

جدول (۷) رابطه بین تعداد دوستان در شبکه‌های اجتماعی مجازی و نحوه گذران اوقات فراغت پاسخگویان

متغیر وابسته	تعداد دوستان در شبکه‌های اجتماعی مجازی
میزان همبستگی	-۰/۱۶۱
نحوه گذراندن اوقات فراغت	آزمون پیرسون
سطح معناداری	۰/۰۰۳
تعداد پاسخ	۲۸۶

جدول (۸) رابطه بین میزان استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی و نحوه گذران اوقات فراغت پاسخگویان

متغیر وابسته		نحوه گذران اوقات فراغت	
	میزان همبستگی	۰/۱۱۲	
میزان استفاده از فیس بوک	آزمون پیرسون	سطح معناداری	۰/۰۶
	تعداد پاسخ	۱۸۲	
	میزان همبستگی	۰/۱۹۷	
میزان استفاده از گوگل پلاس	آزمون پیرسون	سطح معناداری	۰/۰۴۴
	تعداد پاسخ	۷۶	
	میزان همبستگی	-۰/۰۶۷	
میزان استفاده از وایبر	آزمون پیرسون	سطح معناداری	۰/۱۶۷
	تعداد پاسخ	۲۱۰	

گذراندن اوقات فراغت تغییر می یابد. پس براساس این فرضیه می توان گفت که تعداد دوستان در فضای مجازی تأثیرات زیادی بر نحوه گذراندن اوقات فراغت کاربران دارد و تا حدود زیادی می توان گفت که تعداد دوستان بیشتر در فضای مجازی باعث گرایش کاربران شبکه های اجتماعی مجازی به سبک زندگی مدرن تر و اوقات فراغت مدرن تر می شود.

فرضیه ۶: بین میزان استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی و نحوه گذران اوقات فراغت رابطه وجود دارد. جدول شماره (۸) رابطه بین میزان استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی و نحوه گذران اوقات فراغت را نشان می دهد. بین میزان استفاده از شبکه اجتماعی مجازی فیس بوک و وایبر با نحوه گذران اوقات فراغت رابطه وجود ندارد ولی بین میزان استفاده از شبکه اجتماعی مجازی گوگل پلاس با نحوه گذران رابطه وجود دارد و جهت این رابطه هم مثبت می باشد.

فرضیه ۷: بین نوع استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی و نحوه گذران اوقات فراغت رابطه وجود دارد. جدول شماره ۹ رابطه بین نحوه گذران اوقات فراغت با نوع استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی را نشان می دهد و همانگونه که در این جدول ملاحظه می فرمایید نحوه گذراندن اوقات فراغت با چت، لایک

عدم عضویت در شبکه اجتماعی گوگل پلاس و نحوه گذران اوقات فراغت رابطه معناداری وجود دارد و مقایسه میانگین ها نشان می دهد افرادی که عضو شبکه اجتماعی گوگل پلاس هستند اوقات فراغت مدرن تری نسبت به افرادی که عضو شبکه اجتماعی گوگل پلاس نیستند دارند. مقایسه میانگین های عضویت یا عدم عضویت در شبکه اجتماعی وایبر نیز نشان می دهد که عضویت یا عدم عضویت در شبکه اجتماعی وایبر با نحوه گذران اوقات فراغت رابطه معناداری وجود دارد و مقایسه میانگین ها نشان می دهد افرادی که عضو شبکه اجتماعی وایبر هستند نحوه گذراندن اوقات فراغت متفاوت تری نسبت به کسانی که عضو شبکه اجتماعی وایبر نیستند دارند.

فرضیه ۵: بین تعداد دوستان در شبکه های اجتماعی مجازی و نحوه گذران اوقات فراغت رابطه وجود دارد. جدول شماره ۷ رابطه بین تعداد دوستان در شبکه های اجتماعی مجازی و نحوه گذران اوقات فراغت را نشان می دهد. براساس یافته های جدول فوق، بین تعداد دوستان در شبکه های اجتماعی مجازی با نحوه گذراندن اوقات فراغت رابطه معناداری وجود دارد و جهت این رابطه منفی می باشد، یعنی با افزایش تعداد دوستان در شبکه های اجتماعی مجازی، نحوه

عنوان نوعی سرگرمی و تفریح محض در نظر می‌گیرند، تاثیرات بیشتری بر نحوه گذراندن اوقات فراغت شان ایجاد می‌شود، چرا که بیشتر زمان اوقات فراغت شان را در شبکه‌های اجتماعی مجازی سپری می‌کنند.

فرضیه ۸: بین میزان احساس آزادی در شبکه‌های اجتماعی مجازی و نحوه گذران اوقات فراغت رابطه وجود دارد.

جدول شماره ۱۰ رابطه بین میزان احساس آزادی در شبکه‌های اجتماعی مجازی و نحوه گذران اوقات فراغت را نشان می‌دهد. میزان احساس آزادی در شبکه‌های اجتماعی مجازی در پنج گویه از کاملاً موافق

و کامنت و تفریح و سرگرمی رابطه معناداری دارد و با بقیه گویه‌ها رابطه معناداری ندارد. با توجه به دسته بندی صورت گرفته از نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌توان گفت که کاربرانی که بیشتر در شبکه‌های اجتماعی مجازی مشغول چت می‌باشند و بیشتر پست‌های کاربران را لایک و بر صفحات و پست‌های کاربران کامنت می‌نویسند، تاثیرات و تغییرات بیشتری بر نحوه اوقات فراغت ایجاد می‌شود، و گرایش بیشتری به اوقات فراغت مدرن دارند و یکی از این اوقات فراغت مدرن خود شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌باشند. همچنین براساس این فرضیه می‌توان گفت کاربرانی که شبکه‌های اجتماعی مجازی را به

جدول (۹) رابطه بین نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و نحوه گذران اوقات فراغت پاسخگویان

متغیر مستقل	نحوه گذراندن اوقات فراغت
دوست یابی	میزان همبستگی ۰/۰۱۰
	سطح معناداری ۰/۴۳۶
	تعداد پاسخ ۲۸۶
چت	میزان همبستگی -۰/۱۰۱
	سطح معناداری ۰/۰۴۴
	تعداد پاسخ ۲۸۶
به اشتراک گذاشتن مطلب	میزان همبستگی ۰/۰۶۴
	سطح معناداری ۰/۱۴۱
	تعداد پاسخ ۲۸۶
لایک و کامنت	میزان همبستگی ۰/۰۴۶
	سطح معناداری ۰/۲۱۹
	تعداد پاسخ ۲۸۶
بازی‌های آنلاین	میزان همبستگی ۰/۰۲۴
	سطح معناداری ۰/۳۴۱
	تعداد پاسخ ۲۸۶
تفریح و سرگرمی	میزان همبستگی ۰/۱۰۱
	سطح معناداری ۰/۰۴۴
	تعداد پاسخ ۲۸۶
کسب خبر و اطلاعات روز	میزان همبستگی ۰/۰۳۰
	سطح معناداری ۰/۳۰۸
	تعداد پاسخ ۲۸۶

از متغیرهای مستقل وجود دارد؛ نخست روش همزمان^۱، دوم روش گام به گام^{۱۱}، سوم روش پس روند^۲، چهارم روش پیش رونده^{۱۳} (علی بابایی، ۱۳۸۳: ۱۵۹). در این پژوهش از روش همزمان استفاده شده است.

همانطور که در جدول شماره (۹) مشاهده می کنید؛ R^2 معادل ۰/۲۱۰ بدست آمد؛ یعنی ۲۱ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل تبیین شده است. و شاخص SE متوسط مجموع مجذورات انحراف نمرات پیش بینی شده از نمرات یا ارزش های اولیه می باشد. این شاخص مقدار تغییرپذیری نقاط را در اطراف خط رگرسیون فراهم می سازد. پس با توجه به تحلیل رگرسیون چند متغیره در مورد نحوه گذراندن اوقات فراغت می توان گفت که ۲۱ درصد از تغییرات صورت گرفته در اوقات فراغت پاسخگویان تحقیق حاضر براساس شبکه های اجتماعی مجازی بوده است و شبکه های اجتماعی مجازی می توانند ۲۱ درصد از نحوه گذراندن اوقات فراغت آنها را پیش بینی کنند. جدول شماره (۱۰) تأثیر هر یک از متغیرهای مستقل را در تبیین متغیر وابسته نشان می دهد؛ متغیر نوع استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی با بتای

تا کاملاً مخالف در پژوهش حاضر مورد بررسی قرار گرفت، اما از طریق کد گذاری مجدد به سه طبقه زیاد، متوسط و کم طبقه بندی شد. نتایج به دست آمده نشان می دهد که بین میزان احساس آزادی در شبکه های اجتماعی مجازی با نحوه گذراندن اوقات فراغت رابطه وجود ندارد.

تحلیل رگرسیون چند متغیره

تحلیل رگرسیون چند متغیری روش تحلیل نیرومندی است که در انواع مسایل می توان از آن استفاده کرد و در تحقیقات جامعه شناسی، روانشناختی، اقتصادی و... کاربرد دارد. از آن در متغیرهای پیوسته و متغیرهای طبقه ای استفاده می شود و آن را می توان با دو متغیر مستقل، سه متغیر مستقل و یا بیشتر استفاده کرد علاوه بر این، تحلیل رگرسیون چندمتغیره زمانی مورد استفاده قرار می گیرد که بیش از یک متغیر مستقل وجود داشته باشد. تحلیل رگرسیون دو کارکرد دارد: ۱. کارکرد پیش بینی ۲. کارکرد تبیین. کارکرد پیش بینی از طریق معادله رگرسیون و کارکرد تبیین از طریق ضریب تعیین انجام می شود. در رگرسیون چهار روش برای تعیین سهم نسبی هر یک

جدول (۱۰): رابطه بین میزان احساس آزادی در شبکه های اجتماعی مجازی و نحوه گذران اوقات فراغت پاسخگویان

متغیر وابسته	میزان احساس آزادی در شبکه های اجتماعی مجازی
میزان همبستگی	-۰/۰۶۷
نحوه گذراندن اوقات فراغت	سطح معناداری
آزمون پیرسون	۰/۱۲۹
تعداد پاسخ	۲۸۶

جدول شماره (۱۱): خلاصه مدل رگرسیون چندگانه به روش همزمان

مدل	R	R ^۲	F	SE	Sig
متغیرهای مستقل	۰/۴۵۹	۰/۲۱۰	۲۱/۸۸	۹/۴۲	۰/۵۳

جدول شماره (۱۲): نتیجه نهایی تحلیلی چند متغیره

متغیر مستقل	ضریب B	Beta	SE	T	Sig
نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی	۱/۳۷	۰/۵۱	۰/۷۲	۱/۸۹	۰/۰۷
میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی	-۰/۷۶	-۰/۳۸	۰/۵۵	-۱/۳۷	۰/۱۸
سابقه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی	-۰/۲۱	۰/۰۹	۰/۵۲	۰/۴۱	۰/۶۸
میزان احساس آزادی در شبکه‌های اجتماعی مجازی	-۰/۲۴	-۰/۱۶	۰/۳۷	-۰/۱۶	۰/۵۱
تعداد دوستان در شبکه‌های اجتماعی مجازی	-۰/۵۴	-۰/۰۶	۱/۸۵	-۰/۲۴	۰/۸۱
عدد ثابت	۸۳/۳۱	-	۱۷/۵۹	۴/۷۳	۰/۰۰

حداقل یک بار به صفحه شخصی خود در شبکه اجتماعی که عضو هستند سر می‌زنند. شبکه‌های اجتماعی در ابعاد مختلف زندگی افراد (فردی و اجتماعی) تأثیر می‌گذارند و باعث تغییرات زیادی در زندگی و نحوه زندگی افراد ایجاد می‌کنند و این شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌توانند تغییرات زیادی بر سبک زندگی ایجاد کنند و تا حدود زیادی نوعی جدید از سبک زندگی یا همان سبک زندگی مجازی را به وجود آورند. یکی از ابعاد سبک زندگی که می‌توان گفت تا حدود زیادی تحت تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌باشد، اوقات فراغت می‌باشد. کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی بخش زیادی از اوقات فراغت خود را در شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌گذرانند و اوقات فراغت شان را با توجه به شبکه‌های اجتماعی مجازی برنامه ریزی می‌کنند. با توجه به اهمیت این موضوع و شناخت رابطه شبکه‌های اجتماعی مجازی و اوقات فراغت، تحقیق حاضر به همین مسئله یعنی تأثیرات شبکه‌های اجتماعی مجازی بر اوقات فراغت کاربران انجام شده است.

یافته‌های توصیفی تحقیق حاضر نشان می‌دهد که اکثریت پاسخگویان یعنی ۶۱ درصد در گروه سنی ۱۸ تا ۲۱ سال قرار داشتند. از نظر جنسیت هم حدود ۵۱ درصد پسر و ۴۹ درصد دختر بوده اند. از نظر وضعیت اقتصادی هم می‌توان گفت که وضعیت اقتصادی

(۰/۵۱) بیشترین تأثیر را بر سبک زندگی (شاخص کل) دارد و متغیر میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با بتای (-۰/۳۸) بعد از آن قرار دارد. همانگونه که در این جدول ملاحظه می‌فرمایید فقط متغیر نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با نحوه گذراندن اوقات فراغت پاسخگویان رابطه معناداری دارد یعنی اینکه نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی تا حدود زیادی تعیین می‌کند که افراد چه نوع اوقات فراغتی را ترجیح دهند؛ یعنی اینکه به اوقات فراغت سستی گرایش پیدا کنند یا اوقات فراغت مدرن و...

بحث و نتیجه گیری

شبکه‌های اجتماعی مجازی در سال‌های اخیر جایگاه قابل توجهی در بین کاربران پیدا کرده‌اند و به لحاظ عمومیت یافتن در میان کاربران و با گستره وسیع جغرافیایی در درون مرزهای ملی، تبدیل شدن به یک ارتباط خصوصی و شخصی و فارغ بودن از هر نوع کنترل از سوی مراجع قدرت، به وسیله‌ای بی‌بدیل در عرصه ارتباطات تبدیل شده‌اند و نه تنها، زمینه تأثیر گذاری خارج از کنترل دولت‌ها و نمادهای قدرت را در جوامع به وجود آورده‌اند، بلکه امکانات زیادی را در جهت تغییر و پیش بینی مسیر توسعه‌ی جوامع نیز فراهم نموده‌اند. شبکه‌های اجتماعی با این‌که عمر خیلی زیادی ندارند اما در زندگی روزمره افراد نقش بسیار پر رنگی داشته‌اند و بسیاری از کاربران روزانه

های اجتماعی مجازی (چت، لایک و کامنت و تفریح و سرگرمی) با نحوه گذران اوقات فراغت رابطه معنا داری دارند.

عضویت در شبکه های اجتماعی مجازی با نحوه گذراندن اوقات فراغت رابطه معناداری دارد. برای بررسی بهتر این موضوع از چند شبکه اجتماعی مجازی مثل فیس بوک، گوگل پلاس و وایبر استفاده نموده ایم. مقایسه میانگین های عضویت یا عدم عضویت در شبکه اجتماعی فیس بوک نشان می دهد که بین عضویت یا عدم عضویت در شبکه اجتماعی فیس بوک با نحوه گذران اوقات فراغت رابطه معناداری وجود دارد و همچنین مقایسه میانگین ها نشان می دهد افرادی که عضو شبکه اجتماعی فیس بوک هستند، اوقات فراغت مدرن تری نسبت به افرادی که عضو شبکه اجتماعی فیس بوک نیستند دارند. همچنین مقایسه میانگین های عضویت یا عدم عضویت در شبکه اجتماعی گوگل پلاس نشان می دهد که عضویت یا عدم عضویت در شبکه اجتماعی گوگل پلاس و نحوه گذران اوقات فراغت رابطه معناداری وجود دارد و مقایسه میانگین ها نشان می دهد افرادی که عضو شبکه اجتماعی گوگل پلاس هستند اوقات فراغت مدرن تری نسبت به افرادی که عضو شبکه اجتماعی گوگل پلاس نیستند دارند. مقایسه میانگین های عضویت یا عدم عضویت در شبکه اجتماعی وایبر نیز نشان می دهد که عضویت یا عدم عضویت در شبکه اجتماعی وایبر با نحوه گذران اوقات فراغت رابطه معناداری وجود دارد و مقایسه میانگین ها نشان می دهد افرادی که عضو شبکه اجتماعی وایبر هستند نحوه گذراندن اوقات فراغت متفاوت تری نسبت به کسانی که عضو شبکه اجتماعی وایبر نیستند دارند. یافته های تحقیق با یافته های پژوهش عدلی پور و همکاران (۲۰۱۳)، عدلی پور، قاسمی و کیان پور (۱۳۹۲)، فتحی و همکاران (۱۳۹۲) بشیر و افراسیابی (۱۳۹۱) که نتیجه

متوسطی داشتند. همچنین یافته ها نشان می دهد که ۵۵ درصد عضو فیس بوک، ۱۷ درصد عضو گوگل پلاس و ۵۰ درصد عضو وایبر بوده اند در مورد تعداد دوستان در شبکه های اجتماعی مجازی و نحوه دوستیابی هم می توان گفت حدود ۲۳ درصد کمتر از ۵۰ نفر دوست در شبکه های اجتماعی مجازی داشتند و اکثریت دوستانشان در شبکه های اجتماعی مجازی، آشنایان قبلی و فامیل تشکیل می دهند. پاسخگویان از وایبر نسبت به سایر شبکه های اجتماعی مجازی استفاده بیشتری می کنند. کاربران شبکه های اجتماعی مجازی در استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی، احساس آزادی متوسطی داشتند. در مورد نوع استفاده هم می توان گفت اکثریت کسانی که عضو شبکه های اجتماعی مجازی بودند در شبکه های اجتماعی مجازی استفاده های مانند اشتراک گذاری مطلب، کسب خبر و اطلاعات روز، لایک و کامنت، تفریح و سرگرمی و چت می کردند و کمتر علاقه ای به بازی های آنلاین و دوستیابی در این شبکه های اجتماعی مجازی داشتند. متغیر وابسته تحقیق حاضر اوقات فراغت و نحوه گذران آن بوده است. یافته های توصیفی در این زمینه نشان می دهد که ۵/۵ درصد از پاسخگویان به گویه نحوه گذران اوقات فراغت در حد سستی، ۶۱/۷ درصد در حد نیمه سستی و ۳۲/۵ درصد در حد مدرن پاسخ داده اند.

متغیرهای پیشینه ای تحقیق حاضر عبارتت بودند از سن، جنس، و وضعیت اقتصادی از میان این متغیرها، متغیرهای جنس و وضعیت اقتصادی با نحوه گذراندن اوقات فراغت رابطه معناداری دارند. یافته های تحقیق با یافته های تحقیقات فتحی و همکاران (۱۳۹۲) و شاهنوشی و تاجی (۱۳۹۱) رابطه مطابقت دارد.

یافته های پژوهش نشان می دهند که متغیرهای عضویت در شبکه های اجتماعی مجازی، تعداد دوستان در شبکه های اجتماعی مجازی و نوع استفاده از شبکه-

علاوه بر این از رگرسیون چند متغیره هم استفاده نموده ایم که یافته‌های رگرسیون چندمتغیره نشان می‌دهد که ۲۱ درصد از تغییرات صورت گرفته در اوقات فراغت پاسخگویان تحقیق حاضر براساس شبکه‌های اجتماعی مجازی بوده است و شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌توانند ۲۱ درصد از نحوه گذراندن اوقات فراغت آنها را پیش بینی کنند. همچنین در تحلیل رگرسیون چند متغیره از بین متغیرهای مستقل تحقیق حاضر فقط متغیر نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با نحوه گذراندن اوقات فراغت پاسخگویان رابطه معناداری دارد یعنی اینکه نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی تا حدود زیادی تعیین می‌کند که افراد چه نوع اوقات فراغتی را ترجیح دهند؛ یعنی اینکه به اوقات فراغت سنتی گرایش پیدا کنند یا اوقات فراغت مدرن یا نیمه سنتی.

پیشنهادات

۱. قبل از هر چیز پیشنهاد می‌شود که در این زمینه پژوهش‌های بیشتری انجام شود تا با سازوکار نحوه تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی و ابعاد آن بیشتر آشنا شویم.
۲. توجه بیشتر به شبکه‌های اجتماعی مجازی به عنوان بعدی از جهانی شدن ارتباطات.
۳. حضور مستمر و فعال تر جامعه ایرانی در فضای اینترنتی و شبکه‌های اجتماعی مجازی
۴. با توجه به اینکه بیشتر استفاده کنندگان از فضای مجازی نوجوانان و جوانان هستند به فرهنگ سازی برای کاهش پیامدهای آن ضروری است. لذا اطلاع رسانی، آموزش نحوه استفاده صحیح از این فناوری می‌تواند مؤثر واقع گردد.
۵. برگزاری کلاس‌های آموزشی در مدارس جهت آگاهی دادن به نوجوانان و جوانان در مورد مزایا و معایب فناوری‌های جدید و نحوه ی استفاده صحیح از آن‌ها.

گیری کردند بین عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی، میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و سابقه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با سبک زندگی رابطه معناداری وجود دارد مطابقت دارد. از جمله متغیرهای دیگر تحقیق حاضر عبارت بودند از تعداد دوستان در شبکه‌های اجتماعی مجازی، میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و احساس آزادی در شبکه‌های اجتماعی مجازی. از بین متغیرهای فوق فقط بین میزان احساس آزادی در شبکه‌های اجتماعی مجازی و نحوه گذراندن اوقات فراغت رابطه معناداری وجود ندارد. بین تعداد دوستان در شبکه‌های اجتماعی مجازی با نحوه گذراندن اوقات فراغت رابطه معناداری وجود دارد و جهت این رابطه منفی می‌باشد، یعنی با افزایش تعداد دوستان در شبکه‌های اجتماعی مجازی، نحوه گذراندن اوقات فراغت تغییر پیدا می‌کند و اوقات فراغت شان مدرن تر می‌شود. بین میزان استفاده از شبکه اجتماعی مجازی فیس بوک و وایبر با نحوه گذران اوقات فراغت رابطه وجود ندارد ولی بین میزان استفاده از شبکه اجتماعی مجازی گوگل پلاس با نحوه گذران رابطه وجود دارد و جهت این رابطه هم مثبت می‌باشد. نحوه گذراندن اوقات فراغت با چت، لایک و کامنت و تفریح و سرگرمی رابطه معناداری دارد و با بقیه گویه‌ها رابطه معناداری ندارد. با توجه به دسته بندی صورت گرفته از نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌توان گفت که کاربرانی که بیشتر در شبکه‌های اجتماعی مجازی مشغول چت می‌باشند و بیشتر پست‌های کاربران را لایک و بر صفحات و پست‌های کاربران کامنت می‌نویسند، تاثیرات و تغییرات بیشتری بر نحوه اوقات فراغت ایجاد می‌شود، و گرایشی بیشتری به اوقات فراغت مدرن دارند.

۶. تشویق به شرکت در فعالیتهای اجتماعی و تقویت این گونه رفتارها توسط والدین.
۷. گذاراندن اوقات بیشتری بافرزندان در فضای بیرون از خانه به طوری که فرزندان از نظر عاطفی، احساس خلأ نکنند و جهت جبران این کمبود به فضای مجازی پناه نبرند

منابع و مأخذ

- ابراهیمی، قربانعلی، رزاقی، نادر و مسلمی پطروودی، رقیه (۱۳۹۰)، اوقات فراغت و وامل اجتماعی مؤثر به آن در افراد ۴ تا ۱۵ ساله شهرستان جویبار، جامعه شناسی کاربردی، شماره ۴۶.
- ارکان، فخرالملوک (۱۳۸۳)، بررسی نحوه گذران اوقات فراغت دانش آموزان، طرح تحقیقاتی سازمان آموزش و پرورش استان یزد.
- اکبری تبار، علی اکبر (۱۳۹۰)، مطالعه شبکه‌های اجتماعی مجازی، مطالعه موردی شبکه‌های دوره ویو ۲۴، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس.
- الهام پور، حسین و پاک سرشت، محمد جعفر (۱۳۸۲)، بررسی الگوی گذران اوقات فراغت دانشجویان دانشگاه شهید چمران، مجله علوم تربیتی و روان شناسی دانشگاه شهید چمران اهواز، شماره ۳-۴.
- انصاری مها آبادی، فرشته (۱۳۸۲)، "پیش به سوی جامعه شناسی اوقات فراغت"، کتاب ماه علوم اجتماعی
- برات دستجردی، نگین و صیادی، سمیه (۱۳۹۱)، بررسی رابطه بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر اعتیاد به اینترنت و افسردگی در دانشجویان دانشگاه‌های پیام نور شهر اصفهان، مجله تحقیقات علوم رفتاری.
- بشیر، حسن و افراسیابی، محمدصادق (۱۳۹۱)، شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان: مطالعه موردی بزرگترین جامعه مجازی ایرانیان، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، دوره پنجم، شماره ۱.
- تیپا، مجتبی (۱۳۸۸)، بررسی پایگاه اجتماعی - اقتصادی و چگونگی گذران اوقات فراغت در بین دانشجویان ۱۸-۲۹ سال دانشکده علوم اجتماعی علامه طباطبایی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبایی تهران.
- حاجی عبدالباقی، زهرا (۱۳۸۵)، گذراندن اوقات فراغت دانش آموزان متوسطه شهر تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد

- رشته علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن.
- خواجه نوری، بیژن و مقدس، علی اصغر (۱۳۸۷)، " بررسی عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر میزان گذران اوقات فراغت، مورد مطالعه: دانش آموزان دبیرستانی شهرستان آباءه"، پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی، نیمه دوم ۱۳۸۷.
- دانشور، محمد صادق (۱۳۷۵)، گذران اوقات فراغت، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
- ذکایی، محمدسعید (۱۳۸۶)، جامعه شناسی جوانان ایران، تهران، نشر آگه، چاپ دوم.
- ذکایی، محمدسعید (۱۳۸۶). «تحول الگوی اوقات فراغت در جوامع غربی و ایران». مجله رشد آموزش علوم اجتماعی. ۳۵، صص ۳۰-۳۵.
- ربانی، رسول و شیرینی، حامد (۱۳۸۸)، " اوقات فراغت و هویت اجتماعی"، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، دوره دوم، شماره ۸.
- سازمان ملی جوانان (۱۳۸۴)، گزارش اوقات فراغت جوانان طی سالهای
- ۸۰-۸۲، معاونت مطالعات و برنامه ریزی.
- سرمد، زهره، حجازی، الهه و بازرگان، عباس (۱۳۷۶)، روش‌های تحقیق در علوم رفتاری، تهران، نشر آگه.
- شهابی، محمود و بیات، قدسی (۱۳۹۱)، اهداف و انگیزه‌های عضویت کاربران در شبکه‌های اجتماعی، فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، سال سیزدهم، شماره ۲۰.
- شریفیان، مسعود و اخوی راد، سیدابوالفضل (۱۳۷۶)، چگونگی پرداختن به فعالیت‌های اوقات فراغت در بین جوانان و نوجوانان، تهران، دبیرخانه شورای عالی جوانان.
- صدیق بنای، هلن (۱۳۸۷)، آشنایی با شبکه‌های اجتماعی، تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ای.
- ضیایی پرور، حمید (۱۳۸۸)، «جنگ نرم سایبری در فضای شبکه‌های اجتماعی»، فصلنامه رسانه، سال بیستم، شماره ۲.
- علی بابایی، یحیی (۱۳۸۳)، رگرسیون چند متغیره در نرم افزار spss، تهران، انتشارات جهاد دانشگاهی، چاپ اول.
- فتحی، سروش، وثوقی، منصور و سلمانی، گودرز (۱۳۹۳)، بررسی رابطه شبکه-

مهدوی نژاد، محمد جواد (۱۳۸۱)، " معماری اوقات فراغت در نظام توسعه فرهنگی شهر تهران"، مجموعه مقالات همایش اوقات فراغت در شهر تهران، تهران، مؤسسه نشر شهر.

نجفی سولاری، حسن (۱۳۸۹)، مدل حمایت از شبکه های اجتماعی تدوین می شود، روزنامه ایران، ۳۶، ۴۵۷۲.

Anderson, C. (2006). The long Tail: How Endless Choice is Creating Unlimited Demand, Random House Business Books: London, Uk.

AsmaakShafie, Nayan, Osman (2012) Constructing Identity through Facebook Profiles. Procedia - Social and Behavioral Sciences 65.

Bourdieu, p. (1984). Distinction; A social critique of the judgment of taste kutledge.

Ellison, N. B. and D.M. Boyd (2007). "Social Network Sites: Definition, History and Scholarship", Journal of Computer – Mediated Communication, 13 (1), article (11).

Joinson, A.n. (2008). Looking at, looking up or keeping up with people, Motives and uses of face book. In proceedings of the 26th annual SIGCHI conference on human factors in computing systems (pp.1027-1036). New York: Acm.

Lenhart, A. and M. Madden (2007). "Teens, Privacy and Online Social Networks. Pew Internet and American Life Project", Washing ton, Dc.

Mohseni, m. sociology of information society theran: Iran: bidar publication: 2002.

Pempek, T and etal (2009), college students social networking experiences on facebook, Journal of Applied Developmental Psychology 30:227.

Zhao, Grasmuck, Martin (2008) Identity construction on Facebook. Computers in Human Behavior 24.

های اجتماعی مجازی با سبک زندگی جوانان (مورد مطالعه جوانان شهر خلخال)، فصلنامه مطالعات جامعه شناسی جوانان، سال چهارم، شماره سیزدهم.

فکوهی، ناصر و انصاری مها آبادی، فرشته (۱۳۸۲)، "اوقات فراغت و شکل گیری شخصیت فرهنگی: نمونه موردی دو دبیرستان دخترانه شهر تهران"، مجله انسان شناسی، دوره دوم، شماره ۴.

قاسمی، وحید (۱۳۸۰)، گونه شناسی و تبیین فرهنگ سیاسی دانشجویان شاغل به تحصیل در ایران سال تحصیلی ۸۰-۱۳۷۹، رساله دکتری در رشته جامعه شناسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه اصفهان.

کوثری، مسعود (۱۳۸۶)، جهان فرهنگی کاربران ایرانی در شبکه دوست یابی "اورکات"، تهران، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

محمودی اشکوری، حسین (۱۳۶۹)، " بررسی وسایل ارتباط جمعی و گذراندن اوقات فراغت"، دانشگاه تهران، دانشکده علوم اجتماعی پایان کارنامه ارشد.

یادداشت‌ها

- ¹ *Ellison and Boyd*
- ² *Jennifer marie majd*
- ³ *Chen and Marcus*
- ⁴ *Joinson*
- ⁵ *Ellison and Boyd*
- ⁶ *Lenhart and Madden*
- ⁷ *Asmak shafie, Nayan and Osman*
- ⁸ *Survey research*
- ⁹ *Borg and Dall*
- ¹⁰ *Enter*
- ¹¹ *Stepwise*
- ¹² *Backward*
- ¹³ *Forward*