مرکز پژوهش‌های شورای اسلامی
کلانشهر تبریز

نقشه اجتماعی فراغت در تبریز

الگوها، گروه‌های اجتماعی، محلات، نابرابری‌ها و دلالت‌های سیاست شهری

شماره: ۱۸۳-۶/م/پ | تاریخ: ۱۴۰۵/۶/۳۰

گزارش ۵۵-۲-۲۴۴

RCTABRIZ.IR
RCTABRIZ_IR
RCTABRIZ
RCTABRIZ
RCTABRIZ
RCTABRIZ
RCTABRIZ

متن (PDF) از طریق سایت مرکز به نشانی rctabriz.ir قابل دریافت است.

آدرس: پاسداران، ورودی فرشتهٔ جنوبی، ساختمان شورا، ضلع شرقی طبقه اول



عنوان اصلی: نقشه اجتماعی فراغت در تبریز

عنوان فرعی: الگوها، گروه‌های اجتماعی، محلات، نابرابری‌ها و دلالت‌های سیاست شهری

نویسنده: روح‌الله رشیدی (پژوهشگر مسائل شهری)

تنظیم: معاونت پژوهشی مرکز

نوع و شماره گزارش: دیدگاه (۵۵-۲-۲۴۴)

شماره: ۱۸۳-۶/م/پ | تاریخ: ۱۴۰۵/۶/۳۰

متن (PDF) از طریق سایت مرکز قابل دریافت است

دریافت نظر و پیشنهاد: rctabrizc@gmail.com | ۰۴۱-۴۱۵۱۰۴۱۲

آدرس: بزرگراه پاسداران، ورودی فرشتهٔ جنوبی، ساختمان شورا، ضلع شرقی طبقه اول

مرکز پژوهش‌های شورای اسلامی
کلانشهر تبریز

نقشه اجتماعی فراغت در تبریز

الگوها، گروه‌های اجتماعی، محلات، نابرابری‌ها و دلالت‌های سیاست شهری

شماره: ۱۸۳-۶/م/پ
تاریخ: ۱۴۰۵/۶/۳۰

حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به مرکز پژوهش‌های شورای شهر تبریز است.
متن (PDF) از طریق سایت مرکز به نشانی rctabriz.ir قابل دریافت است.
آدرس: بزرگراه پاسداران، ورودی فرشتهٔ جنوبی، ساختمان شورا، ضلع شرقی طبقه اول

۱- خلاصه مدیریتی

این گزارش فراغت را نه مجموعه‌ای از فعالیت‌های پراکنده، بلکه یک «فضای اجتماعی» می‌بیند که در آن شیوه‌های معاشرت، حضور در شهر، مصرف فرهنگی، ورزش، مذهب، رسانه، طبیعت، باغ و روستا و سفر در کنار یکدیگر قرار می‌گیرند. پرسش اصلی فقط این نیست که شهروندان چه می‌کنند؛ بلکه این است که چه کسانی به چه سبدی از امکان‌های فراغتی دسترسی دارند و این سبد چگونه میان گروه‌ها و محلات متفاوت است.

تصویر کلی شهر نشان می‌دهد فراغت تبریز به‌شدت «معاشرتی» است. مهمانی با مشارکت حدود ۸۷ درصدی، رستوران با ۸۴ درصد، پاساژ و مراکز خرید با حدود۸۱٫۷ درصد، طبیعت‌گردی با۷۸٫۶ درصد و پارک با۷۴٫۸ درصد در شمار فراگیرترین فعالیت‌ها قرار دارند. در مقابل، مراجعه به نهادهای رسمی فرهنگی محدودتر است؛ سینماروی در سؤال مستقل۳۰٫۲ درصد و تئاتر حدود ۱۸٫۵ درصد است.

این شکاف را نباید به معنای کمبود مصرف فرهنگی دانست. چراکه مثلاً مصرف فیلم و سریال در خانه و پلتفرم‌ها بسیار فراگیرتر از سینماست. بنابراین یکی از تحولات مهم فراغت، انتقال بخشی از مصرف فرهنگی از نهاد رسمی به خانه، موبایل و پلتفرم است.

در تبیین تفاوت‌ها، درآمد تنها یکی از عوامل است. سن و مرحلهٔ زندگی، تحصیلات، وضعیت شغلی، جنسیت، خاستگاه، شبکهٔ اجتماعی و دسترسی فضایی در بسیاری از حوزه‌ها نقش پررنگ‌تری دارند. از همین رو مفهوم «سرمایهٔ فراغتی» برای این وضعیت قابل استفاده است: ترکیبی از زمان، پول، سرمایهٔ فرهنگی، شبکهٔ روابط، امکان جابه‌جایی و دسترسی به فضاها.

در سطح محلات نیز دوگانه‌های سادهٔ‌سنتی/مدرن یا برخوردار/محروم کفایت نمی‌کند. برخی خوشه‌ها فراغت شهری –فرهنگی متنوع دارند؛ برخی بیشتر خانوادگی و عمومی‌اند؛ برخی به باغ، روستا و شبکه‌های خاستگاهی متکی‌اند؛ و برخی ترکیبی از این جهان‌ها را در کنار هم دارند. بنابراین نابرابری اصلی را باید در «دامنهٔ انتخاب‌های ممکن» و «سبد فرصت‌های فراغتی» جست‌وجو کرد.

۲- چارچوب مطالعه و شیوه خواندن داده‌ها

این گزارش، مستخرج از داده‌های پیمایش **«سنجش مصرف فرهنگی شهروندان تبریز به تفکیک خوشه‌های محلات»** است که توسط مرکز پژوهش‌های شورای اسلامی کلانشهر تبریز انجام شده است. پیمایش مبنا ۱٫۲۹۰ نفر از شهروندان ۱۵ سال و بیشتر تبریز را پوشش داده است. نمونه‌گیری در ۳۳ خوشه محله‌ای و متناسب با جمعیت انجام شده است. از این رو همهٔ خوشه‌ها در تحلیل حفظ می‌شوند و کوچک‌تر بودن حجم نمونه یک خوشه مبنای حذف یا کم‌اهمیت دانستن آن نیست.

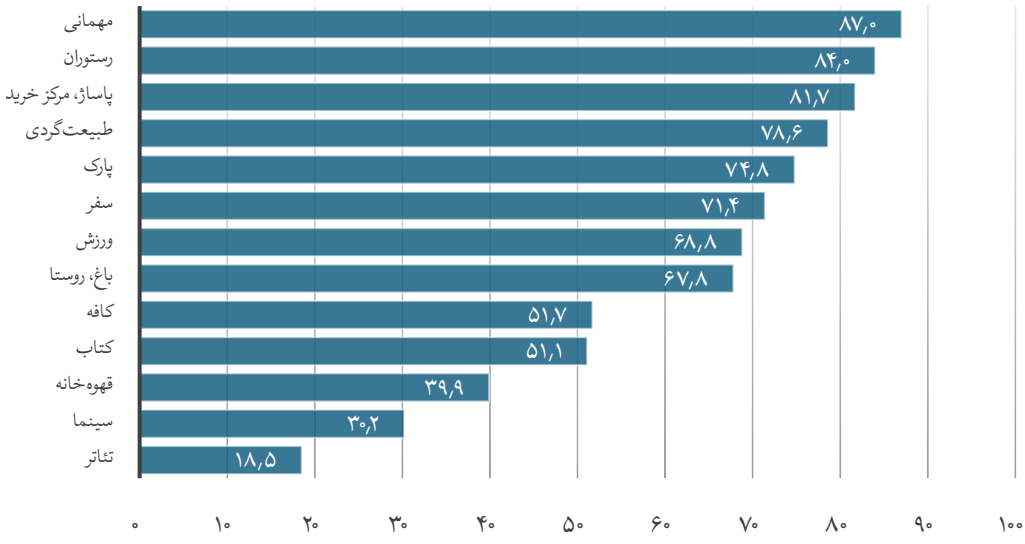
برای جلوگیری از خطای تفسیر، سه سطح از هم تفکیک می‌شوند: مشارکت، شدت و تنوع. «مشارکت» می‌گوید فرد اساساً فعالیتی را انجام می‌دهد یا نه؛ «شدت» بسامد انجام آن را نشان می‌دهد؛ و «تنوع» به تعداد قلمروهای متفاوتی اشاره دارد که فرد یا محله در آنها حضور دارد. ممکن است محله‌ای کافه‌روی پایین اما مهمانی، پارک، باغ‌روی و فعالیت مذهبی بالا داشته باشد؛ چنین محله‌ای را نمی‌توان کم‌فراغت نامید.[1]

[1] برخی شاخص‌ها در پرسشنامه مقیاس‌های متفاوت دارند؛ از این رو در این گزارش، مقایسه شدت فقط برای فعالیت‌های دارای مقیاس بسامد مشابه انجام شده است. در باغ/روستا، سفر، ورزش و کتاب، شاخص مشارکت با تعریف متناسب همان سؤال استفاده شده است. همچنین شاخص مذهبی محله‌ای در نسخه حاضر یک پروکسی است و برای ساخت شاخص جامع مذهبی باید چند گویه استاندارد و ترکیب شوند.

مقایسهٔ محلات نیز عمدتاً بر مبنای فاصلهٔ هر خوشه از میانگین همان فعالیت در کل شهر انجام می‌شود. این روش به جای تحمیل یک آستانهٔ واحد بر فعالیت‌هایی با ماهیت متفاوت، جایگاه نسبی هر خوشه را در همان قلمرو نشان می‌دهد.

جدول شماره یک – تصویر کلی فعالیت‌های فراغتی شهر

فعالیت	هر روز	هفتگی	ماهانه	سالانه	اصلاً
کافه	۲٫۶	۱۲٫۴	۱۷٫۵	۱۹٫۲	۴۸٫۳
سفره‌خانه و قهوه‌خانه	۲٫۱	۵٫۹	۱۲٫۷	۱۹٫۲	۶۰٫۱
رستوران	۱٫۷	۱۷٫۱	۳۶٫۳	۲۸٫۸	۱۶٫۰
پارک	۶٫۸	۱۹٫۵	۲۳٫۲	۲۵٫۳	۲۵٫۲
طبیعت‌گردی	۰٫۶	۱۸٫۱	۲۵٫۴	۳۴٫۴	۲۱٫۴
گردش در پاساژها و مراکز خرید	۴٫۴	۲۲٫۰	۳۰٫۶	۲۴٫۷	۱۸٫۳
خیابان‌گردی با ماشین	۱۷٫۵	۱۹٫۲	۱۱٫۸	۱۲٫۶	۳۸٫۹
شهربازی	۰٫۳	۴٫۵	۱۴٫۷	۲۶٫۵	۵۴٫۰
مهمانی	۰٫۶	۳۱٫۶	۳۶٫۰	۱۸٫۷	۱۳٫۰
گیم‌نت و کلوپ	۱٫۹	۵٫۵	۶٫۳	۱۰٫۵	۷۵٫۷
سینما	۰٫۱	۱٫۵	۱۰٫۱	۲۴٫۱	۶۴٫۱
تئاتر	۰٫۱	۰٫۵	۳٫۹	۱۴٫۰	۸۱٫۵
کنسرت	۰٫۲	۰٫۸	۴٫۸	۳۲٫۱	۶۲٫۱
پارتی مختلط	۰٫۲	۲٫۷	۵٫۹	۱۵٫۱	۷۶٫۰
پارتی صرفاً دخترانه یا پسرانه	۰٫۶	۳٫۱	۹٫۱	۲۰٫۴	۶۶٫۷
روضه، عزاداری و مجالس جشن/مولودی مذهبی	۰٫۵	۶٫۸	۱۱٫۵	۳۳٫۳	۴۸٫۱
کتابخوانی	۵۱	(به دلیل تفاوت مقیاس سنجش، مستقلاً نوشته شده است.)			



نمودار شماره یک – فراگیری برخی اشکال فراغت در تبریز

جدول شماره دو - ده قلمرو اصلی فراغت

ردیف	قلمرو	فعالیت‌های نماینده	معنای اجتماعی
۱	معاشرتی	مهمانی، کافه، قهوه‌خانه	روابط، دوستی، خویشاوندی و باهم‌بودن
۲	فضای عمومی شهری	پارک، خیابان و حضور شهری	استفاده از شهر به‌مثابه فضای فراغت
۳	شهری - تجاری	پاساژ، رستوران، شهربازی	پیوند مصرف، گردش و تفریح
۴	فرهنگی - نهادی	سینما، تئاتر، کنسرت، موزه	مراجعه به زیرساخت رسمی فرهنگ
۵	فرهنگی - فردی	کتاب، موسیقی، هنر	سرمایه فرهنگی و انتخاب فردی
۶	رسانه‌ای - خانگی	فیلم، سریال، تلویزیون، پلتفرم	فراغت در خانه و رسانه
۷	ورزشی - فعال	ورزش و فعالیت بدنی	سبک زندگی فعال
۸	مذهبی - جمعی	مراسم، مسجد، هیئت و مناسک	تعلق، آیین و شبکه اجتماعی
۹	خاستگاهی - برون‌شهری	باغ، روستا، طبیعت	تعلق مکانی، ملک، خویشاوندی و طبیعت
۱۰	تحرک فراغتی	سفر	تجربه مکان دیگر و خروج از روزمرگی

۳- سیمای عمومی فراغت در تبریز

۳-۱- فراغت به‌مثابه باهم‌بودن

مهمانی در صدر فعالیت‌های فراغتی قرار دارد و پس از آن نیز چند فعالیت فراگیر – رستوران، پاساژ، پارک، طبیعت و کافه – معمولاً با همراهی خانواده یا دوستان انجام می‌شوند. بنابراین ساختار فراغت تبریز را باید اساساً **«اجتماعی و معاشرتی»** دانست. حتی اشکال جدیدی مانند کافه را نمی‌توان به مصرف یک کالا فروکاست؛ بخش مهم کارکرد آنها ایجاد فضای گفت‌وگو، ملاقات و معاشرت انتخابی است.

۳-۲- غلبه فراغت روزمره بر نهاد رسمی

شهروندان بیش از آنکه برای فراغت به نهادهای رسمی فرهنگی مراجعه کنند، از زندگی روزمره، شبکه اجتماعی و فضاهای عمومی و تجاری استفاده می‌کنند. این تفاوت در فاصله میان پارک، پاساژ، رستوران و مهمانی با سینما و تئاتر آشکار است. اما این به معنای غیرفرهنگی بودن سبد فراغت نیست؛ مصرف فیلم در خانه و پلتفرم و کتابخوا نشان می‌دهد بخشی از مصرف فرهنگی از ساختمان‌های رسمی جدا شده است.

۳-۳- فراغت چندمکانی

شهر تنها جغرافیای فراغت نیست. باغ، روستا، طبیعت و سفر بخش بزرگی از سبد شهروندان را تشکیل می‌دهند. بنابراین زندگی فراغتی بسیاری از شهروندان میان خانه، محله، مرکز شهر، پیرامون شهر، باغ و روستا توزیع شده است. این «چندمکانی بودن» برای فهم تبریز اهمیت دارد، زیرا بخشی از نیاز به طبیعت، خلوت، جمع خانوادگی و فضای خصوصی در خارج از محدوده شهر پاسخ داده می‌شود.

۴- فعالیت‌های شاخص و معنای اجتماعی آنها

٤-١- کافه؛ مکان سوم و معاشرت انتخابی

۵۱٫۷ درصد شهروندان دست‌کم گاهی کافه می‌روند و حدود ۳۲٫۵ درصد ماهانه یا بیشتر. الگوی کافه بیش از درآمد با سن، مرحله زندگی، تحصیلات، وضعیت شغلی و جنسیت مرتبط است. جوانان، مجردها، دانش‌آموزان/دانشجویان و تحصیل‌کردگان حضور بیشتری دارند و زنان نیز بیش از مردان کافه می‌روند. بنابراین کافه را می‌توان بخشی از گسترش «فضای اجتماعی انتخابی» در شهر دانست؛ فضایی میان خانه و کار/تحصیل که امکان دوستی، گفت‌وگو و استقلال نسبی از فضای خانوادگی را فراهم می‌کند.

٤-٢- قهوه‌خانه و سفره‌خانه؛ یک جهان اجتماعی متفاوت

قهوه‌خانه/سفره‌خانه با مشارکت حدود ۳۹٫۹ درصد، صرفاً نسخه سنتی کافه نیست. ترکیب اجتماعی، جنسیتی و نسلی آن متفاوت است. از این رو روایت جایگزینی «قهوه‌خانه سنتی» با «کافه مدرن» ساده‌ساز است؛ این دو می‌توانند هم‌زمان به گروه‌ها و موقعیت‌های اجتماعی متفاوت خدمت کنند.

٤-٣- مهمانی؛ بازتولید شبکه اجتماعی

مهمانی با مشارکت ۸۷ درصدی یکی از ستون‌های اصلی فراغت است. این فعالیت فقط سرگرمی نیست؛ شبکه خویشاوندی و دوستی را بازتولید می‌کند، حمایت اجتماعی را حفظ می‌کند و امکان باهم‌بودن را خارج از بازار فراهم می‌سازد. فراگیری آن نشان می‌دهد خانواده و شبکه نزدیک هنوز بخش مهمی از زیرساخت فراغت شهروندان‌اند.

٤-٤- باغ و روستا؛ دو پدیده متفاوت

حدود ۶۷٫۸ درصد پاسخگویان به باغ یا روستای خود رفت‌وآمد دارند. روستا معمولاً با خاستگاه، خویشاوندی، خاطره، ملک و تداوم تعلق مرتبط است؛ اما باغ ممکن است در پیرامون تبریز یا جای دیگر خریداری شده باشد و نقش طبیعت خصوصی، فضای جمع خانوادگی و گریز از آپارتمان را ایفا کند. از این رو روستا را می‌توان «مخزن تعلق» و باغ را تا حدی «خصوصی‌سازی طبیعت و فراغت» تلقی کرد.

٤-٥- سفر؛ فراغت وابسته‌تر به منابع اقتصادی

۷۱٫۴ درصد پاسخگویان در سال گذشته برای تفریح، زیارت یا دیدن اقوام سفر داشته‌اند. سفر برخلاف کافه و سینما با درآمد رابطه روشن‌تری دارد. این فعالیت یکی از جاهایی است که محدودیت اقتصادی مستقیماً دامنه تجربه فراغتی را کاهش می‌دهد.

٤-٦- سینما و فراغت رسانه‌ای

در سؤال مستقل، ۳۰٫۲ درصد گفته‌اند سینما می‌روند؛ در مقابل، مصرف فیلم و سریال در خانه و پلتفرم بسیار فراگیرتر است. این شکاف نشان می‌دهد کاهش مراجعه به سینما را نمی‌توان با کاهش علاقه به فیلم یکی دانست. مصرف تصویری از «نهاد فرهنگی» به «فضای خانگی و پلتفرمی» منتقل شده است.

٤-٧- ورزش و کتاب؛ دو منبع سرمایه فراغتی

۶۸٫۸ درصد پاسخگویان ورزش می‌کنند و ۵۱٫۱ درصد کتاب می‌خوانند. هر دو فعالیت با تحصیلات و مرحله زندگی پیوند دارند؛ به‌ویژه دانش‌آموزان و دانشجویان در سطوح بالاتری قرار می‌گیرند. این دو شاخص برای تشخیص بعد فرهنگی – فعال سبد فراغت اهمیت دارند.

۵- تفاوت گروه‌های اجتماعی؛ چه کسانی چه نوع فراغتی دارند؟

مسئله اصلی این بخش آن است که همه گروه‌های اجتماعی به یک شکل فراغت نمی‌گذرانند. تفاوت فقط در «زیاد یا کم بودن فراغت» نیست؛ مهم‌تر از آن، نوع و ترکیب سبد فراغت است. داده‌ها نشان می‌دهند سن و مرحله زندگی، تحصیلات، جنسیت، شغل، درآمد و خاستگاه هرکدام بر بخش متفاوتی از این سبد اثر می‌گذارند.

جدول شماره سه – الگوی مشاهده‌شده برای اوقات فراغت

عامل اجتماعی	الگوی اصلی مشاهده‌شده	نتیجه
سن	جوانان بیشتر به فراغت شهری، انتخابی و فرهنگی گرایش دارند.	تفاوت نسلی بیشتر در نوع فراغت است.
مرحله زندگی/تأهل	مجردها بیشتر به فضاهای دوستانه و انتخابی؛ متأهلان بیشتر به فراغت خانوادگی گرایش دارند.	ازدواج لزوماً فراغت را کم نمی‌کند؛ شکل آن را تغییر می‌دهد.
تحصیلات	با افزایش تحصیلات، سبد فرهنگی و تحرک فراغتی گسترده‌تر می‌شود.	تحصیلات از مهم‌ترین عوامل تنوع سبد فراغت است.
جنسیت	زنان و مردان الزاماً از نظر مقدار فراغت متفاوت نیستند؛ از فضاهای متفاوت استفاده می‌کنند.	با یک جغرافیای جنسیتی فراغت مواجهیم.
شغل	دانشجویان سبد شهری و فرهنگی متمایزی دارند.	وقت، شبکه دوستان و سرمایه فرهنگی در کنار درآمد مهم‌اند.
درآمد	اثر درآمد، انتخابی است، نه عمومی.	پول برخی فراغت‌ها را ممکن می‌کند، اما سبک فراغت را تعیین نمی‌کند.
خاستگاه	بیشترین اثر در فراغت مرتبط با باغ، روستا و پیوندهای مبدأ دیده می‌شود.	مفهوم «تداوم پیوند با خاستگاه» گویاتر است.

پیام اصلی جدول این است که تفاوت گروه‌های اجتماعی در تبریز را نباید به صورت «چه کسی بیشتر تفریح می‌کند؟» خواند. داده‌ها بیشتر نشان می‌دهند گروه‌های مختلف، فراغت متفاوتی دارند. جوانی، تحصیلات و دانشجوبودن بیشتر با تنوع، فرهنگ و معاشرت انتخابی همراه است؛ ازدواج فراغت را به سمت خانواده سوق می‌دهد؛ درآمد بیش از همه امکان فعالیت‌های هزینه‌بر و تحرک فضایی را افزایش می‌دهد؛ و خاستگاه، دسترسی به جهان باغ و روستا را شکل می‌دهد.

۵-۱- سن و نسل

سن یکی از روشن‌ترین شکاف‌های اجتماعی فراغت است. در سینما، مشارکت از ۴۴٫۲ درصد در گروه ۱۹ تا ۲۵ سال به ۱۱٫۵ درصد در ۵۱ سال و بالاتر می‌رسد. در سفر نیز گروه ۱۹ تا ۲۵ سال ۷۹٫۹ درصد و گروه ۵۱ سال و بالاتر ۶۵٫۸ درصد مشارکت دارند. این تفاوت را نباید فقط به «فراغت بیشتر جوانان» تعبیر کرد. مسئله اصلی آن است که جوانان بیشتر به فضاهای شهری، معاشرت انتخابی، تجربه فرهنگی و تحرک گرایش دارند.

۵-۲- مرحله زندگی و تأهل

داده‌ها نشان می‌دهند ازدواج لزوماً به معنای کم‌شدن فراغت نیست. آنچه تغییر می‌کند، شکل و همراهان فراغت است. مجردها در کافه و سینما بیشتر دیده می‌شوند و فراغت آنان بیشتر می‌تواند دوستانه و انتخابی باشد؛ در مقابل، بخشی از فراغت متأهلان

خانوادگی‌تر و در برخی حوزه‌ها مذهبی‌تر است. در سفر، تفاوت مجرد و متأهل چندان چشمگیر نیست. مناسب‌تر است از «گذار فراغتی در چرخه زندگی» سخن بگوییم.

۵-۳- تحصیلات؛ سازنده مهم تنوع فراغتی

تحصیلات یکی از قوی‌ترین متغیرها در توضیح تفاوت سبک‌های فراغتی است. سهم سینماروها از ۳٫۷ درصد در بی‌سوادان به ۴۴٫۸ درصد در دانشگاهیان می‌رسد. در سفر نیز مشارکت از ۴۸٫۱ درصد به ۷۸٫۸ درصد افزایش می‌یابد و کتاب‌خوانی نیز با تحصیلات رابطه روشنی دارد. تحصیلات فقط درآمد آینده را تغییر نمی‌دهد؛ آشنایی با گزینه‌ها، ذائقه، مهارت استفاده از محصولات فرهنگی و شبکه‌های اجتماعی را نیز گسترش می‌دهد.

۵-٤- جنسیت؛ جغرافیای متفاوت فراغت

در سؤال مستقل سینما، ۴۴ درصد زنان و ۲۱ درصد مردان سینمارو هستند. در کافه نیز زنان بیش از مردان مراجعه دارند؛ در حالی که قهوه‌خانه و سفره‌خانه الگوی اجتماعی متفاوت و مردانه‌تری دارد. در مقابل، سفر تفاوت جنسیتی معناداری نشان نمی‌دهد و در اصل ورزش‌کردن نیز شکاف محدودتر است. بنابراین مسئله، «جغرافیای جنسیتی فراغت» است: کدام فضاها برای هر گروه امن، مشروع، عادی و قابل استفاده‌اند.

۵-۵- شغل؛ دانشجویان به‌عنوان یک تیپ متمایز

دانش‌آموزان و دانشجویان در چند شاخص شهری و فرهنگی وضعیت متمایزی دارند. حدود ۵۳ درصد آنان سینما می‌روند، سفر در این گروه حدود۷۸٫۵ درصد است و سهم کسانی که اصلاً کافه نمی‌روند فقط حدود۲۰٫۳ درصد است. دانشجو نمونه خوبی است برای اینکه چرا درآمد به تنهایی سبک فراغت را توضیح نمی‌دهد: شبکه دوستان، انعطاف زمانی، تحرک شهری و سرمایه فرهنگی می‌توانند سبد متنوع‌تری ایجاد کنند.

۵-٦- درآمد؛ توان دسترسی، نه تعیین‌کننده کامل سبک

اثر درآمد در همه حوزه‌ها یکسان نیست. در سفر، مشارکت از۶۴٫۷ درصد در گروه کمتر از ۹ میلیون تومان به۷۹٫۴ درصد در گروه بالاتر از ۱۹ میلیون تومان می‌رسد. در باغ/روستا نیز سهم فاقد دسترسی با افزایش درآمد کاهش می‌یابد. اما در کافه، سینما و کتاب رابطه معناداری با درآمد گزارش نشده است. بنابراین «پول امکان بعضی فراغت‌ها را می‌خرد، اما سبک فراغت را به‌تنهایی نمی‌سازد.»

۵-۷- خاستگاه؛ تداوم پیوند با مبدأ

محل تولد برای همه فعالیت‌ها عامل تعیین‌کننده نیست. در سفر، تفاوت محل تولد معنادار نیست؛ اما در باغ و روستا تفاوت‌ها محسوس‌اند. خاستگاه زمانی اهمیت پیدا می‌کند که فراغت با ملک، زادگاه، خویشاوندی و حافظه مکانی پیوند داشته باشد. از این رو مفهوم «تداوم پیوند با خاستگاه» از دسته‌بندی ساده بومی/غیربومی گویاتر است.

۵-۸- جمع‌بندی: هر عامل چه چیزی را بیشتر توضیح می‌دهد؟

جدول شماره چهار – تفکیک عوامل بر اساس نقش غالب

عامل	نقش غالب در تبیین
سن، تحصیلات و مرحله زندگی	بیشتر «سبک و ترکیب فراغت» را شکل می‌دهند.
درآمد	بیشتر «توان دسترسی» به برخی فراغت‌های هزینه‌بر و تحرک فضایی را افزایش می‌دهد.

عامل	نقش غالب در تبیین
خاستگاه	بیشتر «منابع و مکان‌های فراغت» مرتبط با باغ، روستا و شبکه مبدأ را توضیح می‌دهد.
جنسیت	بیشتر «فضاهای قابل استفاده، عادی و مشروع برای حضور» را شکل می‌دهد.
شغل	از مسیر ترکیب زمان، درآمد، شبکه و مرحله زندگی بر سبد فراغت اثر می‌گذارد.

این تفکیک برای ادامه گزارش اهمیت دارد، زیرا نشان می‌دهد «سرمایه فراغتی» یک منبع واحد نیست. افراد ممکن است در یک نوع سرمایه قوی و در نوع دیگر ضعیف باشند. همین ترکیب متفاوت منابع است که سبدهای فراغتی متفاوت را تولید می‌کند.

۶- ماتریس محلات: از رتبه‌بندی به شناسنامه فراغتی

در تحلیل محلات، هدف رتبه‌بندی «بهترین و بدترین محله» نیست. هر خوشه باید با یک شناسنامه چندبعدی خوانده شود: کدام فعالیت‌ها بالاتر از متوسط شهرند؟ کدام پایین‌ترند؟ فراغت غالب در خانه و خانواده است یا در شهر؟ سهم باغ و روستا چقدر است؟ و سبد فعالیت‌ها تا چه حد متنوع است؟

جدول شماره پنج – شناسنامه فراغتی محلات

ردیف	خوشه محله‌ای	کافه	پارک	مهمانی	باغ/روستا	ورزش	کتاب	مذهبی*
۱	دانشوران–نمایشگاه–نصر–مرزداران–خاوران	۷۳٫۹	۶۹٫۶	۸۸٫۶	۸۲٫۶	۷۸٫۳	۵۸٫۷	۵۰٫۰
۲	باغمیشه	۶۰٫۹	۶۹٫۶	۸۷٫۰	۷۱٫۱	۷۳٫۹	۶۷٫۴	۴۶٫۳
۳	بارنج	۷۵٫۹	۷۹٫۳	۷۹٫۳	۸۰٫۰	۶۳٫۳	۴۰٫۰	۴۸٫۳
۴	الهیه–فرشته–رشدیه	۸۰٫۶	۸۳٫۳	۸۶٫۵	۵۶٫۴	۸۴٫۲	۵۳٫۸	۵۹٫۵
۵	ولیعصر–نگین‌پارک	۷۱٫۴	۷۰٫۰	۹۸٫۰	۶۶٫۰	۸۶٫۰	۶۷٫۳	۴۴٫۰
۶	ولی‌امر–باغمیشه قدیم–بهشتی	۵۱٫۵	۸۱٫۸	۹۰٫۶	۵۴٫۵	۷۸٫۸	۳۹٫۴	۵۰٫۰
۷	عباسی و پیرامون	۴۳٫۷	۶۳٫۸	۸۳٫۳	۷۶٫۶	۵۶٫۳	۴۵٫۸	۵۹٫۶
۸	سیلاب‌قوشخانه–ملازینال–ایدلو	۴۵٫۲	۷۴٫۲	۸۶٫۷	۸۰٫۶	۵۹٫۴	۱۵٫۶	۱۰۰٫۰
۹	ارم	۳۸٫۲	۸۰٫۰	۹۳٫۹	۶۸٫۶	۴۷٫۲	۳۳٫۳	۶۲٫۹
۱۰	انبار سردار–شربت‌زاده–یکه‌دکان	۵۱٫۵	۸۷٫۵	۸۷٫۵	۹۰٫۹	۵۷٫۶	۳۹٫۴	۶۸٫۷
۱۱	حکم‌آباد–عموزین‌الدین–جمشیدآباد	۲۰٫۶	۸۵٫۳	۹۰٫۶	۳۸٫۲	۸۵٫۳	۶۴٫۷	۵۰٫۰
۱۲	دامپزشکی–شهرک امام	۴۳٫۳	۸۰٫۰	۸۶٫۷	۷۳٫۳	۷۰٫۰	۵۰٫۰	۱۰۰٫۰
۱۳	قراملک	۵۴٫۸	۸۳٫۹	۸۲٫۸	۵۴٫۸	۶۳٫۳	۳۲٫۳	۲۷٫۶
۱۴	اندیشه–رواسان–آخماقیه	۳۷٫۱	۷۴٫۳	۹۴٫۳	۶۰٫۰	۵۵٫۹	۳۱٫۴	۵۰٫۰
۱۵	زنگوله‌باغ–اسلام‌آباد–دیزل‌آباد	۴۱٫۴	۸۶٫۲	۸۶٫۲	۵۵٫۲	۶۵٫۵	۳۰٫۰	۵۳٫۸
۱۶	رسالت–جلالیه–بهاران	۵۴٫۲	۸۳٫۳	۷۸٫۳	۷۸٫۳	۶۴٫۰	۵۰٫۰	۴۵٫۵
۱۷	خطیب–چمران–شام‌غازان	۲۷٫۳	۵۹٫۴	۸۷٫۹	۶۹٫۷	۶۰٫۶	۳۶٫۴	۳۶٫۴
۱۸	ویجویه–چوستدوزان–قره‌آغاج	۳۹٫۶	۷۰٫۸	۷۸٫۳	۳۹٫۱	۸۱٫۳	۵۰٫۰	۴۶٫۸
۱۹	دوه‌چی–امیرخیز–شتربان–بازار	۵۰٫۰	۶۰٫۰	۸۲٫۵	۷۴٫۴	۶۲٫۵	۴۲٫۵	۵۲٫۵
۲۰	حلیمه‌سازان–خیابان–باغشمال–چرنداب	۴۰٫۳	۵۳٫۲	۸۱٫۰	۵۸٫۶	۷۱٫۴	۶۱٫۹	۲۸٫۸
۲۱	قطران–وزیرآباد–منظریه–طالقانی	۳۷٫۱	۶۶٫۷	۸۳٫۳	۷۸٫۸	۶۰٫۵	۶۰٫۵	۴۰٫۰

ردیف	خوشه محله‌ای	کافه	پارک	مهمانی	باغ/روستا	ورزش	کتاب	مذهبی*
۲۲	امامیه–مارالان	۳۵٫۴	۷۳٫۵	۸۷٫۸	۹۱٫۷	۸۰٫۰	۶۶٫۰	۵۹٫۲
۲۳	حاشیه مارالان–امامیه–طالقانی	۴۷٫۱	۸۸٫۲	۹۷٫۰	۵۲٫۹	۶۹٫۷	۴۴٫۱	۱۰۰٫۰
۲۴	قورخانه–ملاحسین‌باغی	۴۵٫۵	۸۷٫۹	۹۷٫۰	۳۶٫۴	۶۶٫۷	۳۶٫۴	۵۳٫۱
۲۵	سهند–رجایی‌شهر–زعفرانیه–میرداماد	۵۲٫۳	۵۹٫۱	۸۸٫۴	۹۱٫۱	۶۴٫۴	۴۷٫۷	۱۰۰٫۰
۲۶	شاهگلی	۷۰٫۰	۸۹٫۵	۸۸٫۹	۸۲٫۹	۶۱٫۹	۵۰٫۰	۵۴٫۵
۲۷	شمس‌آباد	۵۱٫۶	۷۹٫۳	۸۲٫۸	۷۷٫۴	۵۶٫۳	۵۹٫۴	۷۲٫۴
۲۸	پرواز–گلشهر–فردوس	۶۵٫۹	۷۹٫۵	۸۹٫۷	۶۵٫۹	۸۰٫۵	۸۰٫۵	۵۵٫۰
۲۹	کرکج	۷۵٫۰	۹۶٫۴	۷۵٫۰	۶۶٫۷	۶۷٫۷	۵۱٫۶	۷۲٫۴
۳۰	یاغچیان–ولیعصر جنوبی	۵۶٫۹	۷۱٫۲	۸۷٫۸	۸۶٫۵	۷۰٫۴	۶۳٫۰	۵۲٫۱
۳۱	گلپارک–آبرسان–گلگشت	۵۷٫۹	۶۵٫۸	۸۶٫۵	۵۵٫۳	۷۴٫۴	۷۴٫۴	۹۷٫۳
۳۲	آناخاتون–الوار–اوغلی	۵۰٫۰	۸۴٫۲	۸۶٫۵	۶۰٫۵	۶۰٫۵	۵۲٫۶	۶۲٫۹
۳۳	باغ معروف	۶۹٫۰	۹۳٫۱	۸۸٫۹	۶۰٫۰	۷۳٫۳	۳۶٫۷	۵۰٫۰

** ستون مذهبی در این نسخه یک شاخص موقت بر پایه مشارکت در روضه، عزاداری و مجالس جشن/مولودی مذهبی است و نباید معادل «دینداری محله» تلقی شود. در نسخه‌های بعدی می‌توان شاخص ترکیبی چندگویه‌ای ساخت.*

۷- چند الگوی فضایی برجسته

۷-۱- شهری - فعال - فرهنگی

ولیعصر–نگین‌پارک و پرواز–گلشهر–فردوس نمونه‌هایی‌اند که در چند قلمرو شهری، فرهنگی و ورزشی هم‌زمان بالا هستند. در این تیپ، مسئله فقط مصرف بیشتر نیست؛ شهروندان میان گزینه‌های بیشتری امکان انتخاب دارند.

۷-۲- پیوندی - خاستگاهی

امامیه–مارالان نمونه روشنی است: کافه‌روی پایین‌تر از متوسط شهر است، اما باغ/روستا، ورزش و کتاب بالا هستند. بنابراین پایین بودن کافه‌روی به هیچ وجه به معنای فقر فراغتی نیست؛ بخش مهمی از فراغت از شبکه اجتماعی و فضای برون‌شهری تأمین می‌شود.

۷-۳- خانوادگی - عمومی

ارم کافه و کتاب پایین‌تری دارد، اما پارک و مهمانی بالا و مشارکت مذهبی نیز بالاتر از متوسط است. این الگو را بهتر است «فراغت خانوادگی – عمومی» دانست، نه «کم‌فراغت».

۷-٤- گردش شهری

شاهگلی و کرکج در پارک و برخی اشکال حضور بیرون از خانه برجسته‌اند، اما لزوماً در همهٔ شاخص‌های فرهنگی نهادی بالا نیستند. این نشان می‌دهد حتی «فراغت شهری» نیز یک تیپ واحد ندارد.

۸- تبیین جامعه‌شناختی

۸-۱- سرمایه و تمایز

داده‌های فراغت تبریز نشان می‌دهد که انتخاب‌های فراغتی به ترکیب سرمایه‌ها وابسته‌اند. اما سرمایهٔ اقتصادی به تنهایی کافی نیست. تحصیلات و سرمایهٔ فرهنگی برای کتاب و سینما، سرمایهٔ اجتماعی برای مهمانی و خاستگاه، و پول برای سفر و برخی دسترسی‌های پرهزینه‌تر اهمیت متفاوتی دارند. این رویکرد با نظریات پیر بوردیو، مطابقت دارد.

۸-۲- مکان سوم: چرا کافه فقط محل نوشیدن نیست؟

مفهوم «مکان سوم» از « ری اولدنبرگ» کمک می‌کند کافه و برخی فضاهای عمومی را به‌عنوان قلمرو میان خانه و کار/تحصیل ببینیم؛ جایی برای معاشرت انتخابی، دوستی، گفت‌وگو و حضور مستقل و نه لزوماً و منحصراً جایی برای نوشیدن قهوه یا تجارت. این نقش برای جوانان و زنان اهمیت ویژه‌ای دارد.

۸-۳- سرمایهٔ اجتماعی: خانواده هنوز زیرساخت فراغت است

فراگیری مهمانی و پیوند باغ/روستا نشان می‌دهد شبکهٔ خویشاوندی و خانوادگی همچنان بخش بزرگی از امکانات فراغتی را تأمین می‌کند. این سرمایه اجتماعی می‌تواند بخشی از کمبود زیرساخت رسمی را جبران کند، اما دسترسی به آن نیز میان افراد برابر نیست.

۸-٤- دلبستگی به مکان و خاستگاه

روستا برای بخشی از شهروندان نه مقصد گردشگری، بلکه بخشی از هویت و تاریخ خانوادگی است. رفت‌وآمد به آن، رابطهٔ شهرنشینی را با ملک، خاطره، خویشاوند و زادگاه حفظ می‌کند.

۸-۵- نظریهٔ جبران

طبیعت، باغ، روستا، سفر، کافه و حتی فراغت خانگی را می‌توان پاسخ‌هایی متفاوت به فشارهای زندگی روزمرهٔ شهری دانست: تراکم، آپارتمان، کار، ترافیک، کنترل و کمبود خلوت. افراد در فراغت در پی تجربهٔ چیزی هستند که در روزمرگی کمتر در دسترس است. در جامعه‌شناسی فراغت، «استنلی پارکر» این نظریه را توضیح می‌دهد.

۸-٦- لایه‌گذاری سبک‌های زندگی

مهم‌ترین نکته این است که «فراغت جدید» جای «فراغت قدیم» را به طور کامل نگرفته است. یک فرد می‌تواند کافه، کتاب، باغ، مهمانی، مناسک مذهبی و پلتفرم دیجیتال را هم‌زمان در سبد خود داشته باشد. بنابراین «سنتی/مدرن» چارچوبی ناکافی است؛ تغییر فراغت بیشتر انباشتی و ترکیبی است.

۹- سرمایهٔ فراغتی و نابرابری در حق انتخاب

مفهوم مرکزی این گزارش «سرمایهٔ فراغتی» است: مجموعهٔ منابعی که امکان انتخاب میان جهان‌های مختلف فراغت را فراهم می‌کنند. این سرمایه از وقت، پول، تحصیلات و ذائقهٔ فرهنگی، شبکهٔ دوستان و خانواده، تحرک، دسترسی فضایی و مالکیت یا دسترسی به باغ/روستا ساخته می‌شود.

جدول شماره شش- ابعاد سرمایهٔ فراغتی

مؤلفه	معنا	نمونه اثر
زمان	داشتن وقت قابل استفاده	دانشجو، بازنشسته، شاغل پرمشغله
اقتصادی	توان پرداخت هزینه	سفر، رستوران، برخی ورزش‌ها و تفریحات
فرهنگی	دانش، ذائقه و آشنایی	کتاب، سینما، هنر و تنوع انتخاب
اجتماعی	دوستان، خانواده، خویشاوندان	مهمانی، باغ، روستا، مناسک
فضایی	دسترسی به مکان‌ها	پارک، باشگاه، کافه، فرهنگسرا
تحرک	توان جابه‌جایی در شهر و بیرون شهر	سفر، طبیعت، استفاده از امکانات شهری
خاستگاهی/مالکیتی	باغ، ملک، روستا و شبکه مبدأ	فراغت برون‌شهری و پیوندی

بر این اساس، نابرابری فراغتی سه شکل دارد: نابرابری در مقدار وقت آزاد؛ نابرابری در دسترسی به فضاها و خدمات؛ و نابرابری در تنوع سبد انتخاب. سومین شکل از همه کمتر دیده شده، اما برای سیاست شهری بسیار مهم است. کسی که فقط دو گزینه واقعی دارد، حتی اگر وقت آزاد زیادی داشته باشد، از نظر «دامنه انتخاب» در موقعیت متفاوتی از فردی است که میان چندین قلمرو امکان انتخاب دارد.

۱۰- دلالت‌های سیاست شهری

جدول شماره هفت- پیشنهادات سیاستی

ردیف	محور	پیشنهاد سیاستی
۱	فرصت‌محوری به‌جای برنامه‌محوری	شهرداری از سنجش موفقیت با تعداد جشن، مسابقه و برنامه به سمت کیفیت و تنوع فرصت‌های روزمره حرکت کند.
۲	حق معاشرت	پارک، میدان، پیاده‌راه و فضاهای عمومی برای نشستن، گفت‌وگو و ماندن طراحی شوند؛ نه فقط عبور.
۳	مکان سوم غیرتجاری	بخشی از نیاز جوانان و زنان به معاشرت نباید فقط از طریق کافه و مراکز خرید قابل تأمین باشد.
۴	نسخهٔ متفاوت برای محلات	هر خوشه بر اساس سبد موجود، گزینه‌های غایب و موانع دسترسی تحلیل شود؛ نه با یک نسخه ثابت فرهنگی.
۵	از سرانه به دسترسی	داشتن فرهنگسرا یا پارک کافی نیست؛ فاصله، هزینه، امنیت، حمل‌ونقل و قابلیت استفاده واقعی سنجیده شود.
۶	سیاست جوانان	فضاهای انعطاف‌پذیر، کم‌هزینه و انتخابی برای حضور همسالان تقویت شود.
۷	سیاست زنان	تمرکز فقط بر فضای ویژه زنان کافی نیست؛ کیفیت حضور زنان در فضای عمومی عادی شهر باید ارتقا یابد.
۸	سالمندان	فضاهای نزدیک، نشستن، سایه، سرویس، پیاده‌روی امن و امکان معاشرت محلی در اولویت باشد.
۹	شهر و پیرامون	طبیعت اطراف، باغات و دسترسی آخرهفته بخشی از نظام فراغت شهر محسوب شوند و در برنامه‌ریزی دیده شوند.
۱۰	بازتعریف سیاست فرهنگی	پایین بودن مراجعه به سینما یا تئاتر با پایین بودن مصرف فرهنگی یکی گرفته نشود؛ دلایل عدم مراجعه به نهادها مستقلاً سنجیده شود.

۱۱- پیشنهاد یک شاخص جدید برای مدیریت شهری

در کنار سرانه‌های متعارف فضای سبز، فرهنگی و ورزشی، پیشنهاد می‌شود **«شاخص سبد فرصت‌های فراغتی محله»** ساخته شود. این شاخص به جای شمارش صرف مترمربع، پاسخ می‌دهد که یک شهروند در فاصله و هزینه قابل قبول چند نوع انتخاب واقعی دارد.

جدول شماره هشت، شاخص‌های جدید

بعد پیشنهادی	نمونه مؤلفه
فضای عمومی	پارک، نشستن، پیاده‌روی، میدان و فضای جمعی
ورزش	امکان ورزش روزمره و باشگاه
فرهنگ	کتابخانه، سینما/سالن و فعالیت فرهنگی
معاشرت	فضای عمومی یا تجاری مناسب دیدار
کودک و نوجوان	بازی، فعالیت گروهی و فضای همسالان
طبیعت	دسترسی به سبز و طبیعت شهری/پیرامونی
دسترسی	پیاده، حمل‌ونقل عمومی، هزینه و زمان
امنیت و فراگیری	قابلیت استفاده زنان، سالمندان، کودکان و گروه‌های مختلف

۱۲- نتیجه‌گیری

فراغت در تبریز را نمی‌توان به یک فعالیت، یک طبقه یا یک دوگانه سنتی/مدرن فروکاست. شهروندان از ترکیب خانه، خانواده، شهر، بازار، فرهنگ، ورزش، مذهب، رسانه، طبیعت، باغ، روستا و سفر برای ساختن زندگی فراغتی خود استفاده می‌کنند. تفاوت گروه‌ها و محلات در نسبت و ترکیب این عناصر است.

از نظر جامعه‌شناختی، فراغت هم‌زمان میدان بازتولید روابط اجتماعی، ساخت هویت، تجربه آزادی، حفظ تعلق به خاستگاه و تمایز سبک زندگی است. از نظر سیاست شهری نیز مسئله اصلی صرفاً افزایش برنامه یا حتی افزایش یک سرانه منفرد نیست؛ مسئله افزایش دامنه انتخاب‌های قابل دسترس برای گروه‌های مختلف است.

جمع‌بندی مرکزی گزارش چنین است: «نابرابری فراغتی در تبریز فقط نابرابری در مقدار فراغت نیست؛ نابرابری در امکان انتخاب میان جهان‌های مختلف فراغت است.»

پیوست تحلیلی تکمیلی: تعمیق گزارش جامع

این بخش برای آن افزوده شده است که نسخه سوم صرفاً مجموعه‌ای از خلاصه‌ها نباشد. در ادامه، رابطه میان فعالیت‌ها، گروه‌های اجتماعی و جغرافیای محلات با جزئیات بیشتری باز می‌شود و مفاهیم نظری مستقیماً به شواهد پیمایش متصل می‌شوند.

۱- مشارکت و شدت: دو تصویر متفاوت از فراغت

فراگیری یک فعالیت لزوماً به معنای پرتکرار بودن آن نیست. کنسرت نمونه روشن است: بخش قابل توجهی از شهروندان ممکن است در طول سال تجربه کنسرت داشته باشند، اما مراجعه ماهانه بسیار محدود است. در مقابل، مهمانی هم فراگیر است و هم پرتکرار. کافه در میانه قرار می‌گیرد: حدود نیمی دست‌کم گاهی می‌روند، اما حدود یک‌سوم ماهانه یا بیشتر. بنابراین برای سیاستگذاری، تعداد کاربران بالقوه و کاربران منظم باید از هم جدا شوند.

فعالیت	مشارکت دست‌کم گاهی	ماهانه یا بیشتر	هفتگی یا بیشتر	نوع الگو
مهمانی	۸۷٫۰%	۶۸٫۲%	۳۲٫۲%	فراگیر و پرتکرار
رستوران	۸۴٫۰%	۵۵٫۱%	۱۸٫۸%	فراگیر با شدت متوسط
پارک	۷۴٫۸%	۴۹٫۵%	۲۶٫۳%	فراگیر و نسبتاً پرتکرار
طبیعت‌گردی	۷۸٫۶%	۴۴٫۱%	۱۸٫۷%	فراگیر اما کمتر روزمره
کافه	۵۱٫۷%	۳۲٫۵%	۱۵٫۰%	میانه و گروه‌محور
قهوه‌خانه	۳۹٫۹%	۲۰٫۷%	۸٫۰%	محدودتر
سینما	۳۵٫۹%*	۱۱٫۷%	۱٫۶%	بیشتر سالانه/مناسبتی
کنسرت	۳۷٫۹%	۵٫۸%	۱٫۰%	عمدتاً سالانه
تئاتر	۱۸٫۵%	۴٫۵%	۰٫۶%	کم‌فراگیر و کم‌تکرار

** در سؤال مستقل فصل سینما، ۳۶٫۲ درصد پاسخ داده‌اند که سینما می‌روند. برای تحلیل محله‌ای، همان سؤال مستقل مبنا قرار گرفته است.*

۲- زمان فراغت؛ مقدار وقت با کیفیت انتخاب یکی نیست

در پرسش مربوط به وقت فراغت هفتگی، ۶٫۸ درصد هیچ وقتی برای تفریح گزارش نکرده‌اند؛ ۲۱٫۲ درصد یک تا سه ساعت، ۳۷٫۵ درصد چهار تا هشت ساعت، ۱۶٫۲ درصد ۹ تا ۱۲ ساعت، ۵٫۹ درصد ۱۳ تا ۱۶ ساعت و ۱۲٫۵ درصد بیش از ۱۷ ساعت. بنابراین بخش بزرگی از جمعیت در محدوده چهار تا هشت ساعت قرار می‌گیرد. با این حال مقدار زمان به تنهایی کیفیت فراغت را نشان نمی‌دهد. دو نفر با هشت ساعت وقت آزاد ممکن است از نظر پول، شبکه اجتماعی، تحرک، امنیت و دسترسی فضایی موقعیت کاملاً متفاوتی داشته باشند.

مقدار فراغت هفتگی	درصد
هیچ	۶٫۸
۱ تا ۳ ساعت	۲۱٫۲
۴ تا ۸ ساعت	۳۷٫۵
۹ تا ۱۲ ساعت	۱۶٫۲
۱۳ تا ۱۶ ساعت	۵٫۹

مقدار فراغت هفتگی	درصد
بیش از ۱۷ ساعت	۱۲٫۵

۳- سن و مرحله زندگی: از «کم و زیاد» به «تغییر شکل فراغت»

سن باید همراه با مرحله زندگی خوانده شود. جوانی معمولاً با تحصیل، مجردبودن، شبکه همسالان، تحرک بیشتر و تمایل به تجربه‌های تازه هم‌زمان است. در نتیجه افزایش کافه، سینما و کتاب در جوانان را نمی‌توان به سن زیستی تقلیل داد. در سوی دیگر، ازدواج و افزایش مسئولیت خانوادگی می‌تواند شکل معاشرت را تغییر دهد: از دوستان و فضاهای انتخابی به مهمانی خانوادگی، پارک، سفر خانوادگی یا مناسک جمعی.

شاخص	۱۸–۱۵	۲۵–۱۹	۳۵–۲۶	۵۰–۳۶	+۵۱	خوانش
سینماروی	۴۱٫۵	۴۴٫۲	۳۹٫۶	۲۵٫۹	۱۱٫۵	افت شدید با افزایش سن
سفر سال گذشته	۷۰٫۲	۷۹٫۹	۷۵٫۳	۶۸٫۲	۶۵٫۸	اوج در جوانان، اما در همه سنین قابل توجه
ورزش	۸۵٫۱	۷۵٫۴	۶۸٫۱	۶۵٫۹	۶۴٫۱	افت ملایم‌تر از سینما

نتیجه مهم این است که سالمندی را نباید با «بی‌نیازی به فراغت» یکی دانست. کاهش سینما یا کافه ممکن است به دسترسی، حمل‌ونقل، همراهی، راحتی، زمان‌بندی و تناسب فضا مربوط باشد. برای این گروه، کیفیت پارک محلی، امکان نشستن، سایه، سرویس بهداشتی و دسترسی پیاده می‌تواند مهم‌تر از برنامه‌های بزرگ مناسبتی باشد.

۴- جنسیت: جغرافیای جنسیتی فراغت

تفاوت زنان و مردان در داده‌ها یک‌جهت نیست. زنان در سینما سهم بالاتری دارند و در کافه نیز مراجعه بیشتری گزارش شده است؛ در برخی فعالیت‌های مذهبی نیز مشارکت زنان بالاتر است. در مقابل، قهوه‌خانه الگوی مردانه‌تری دارد. سفر تفاوت معنادار جنسیتی ندارد و در اصل ورزش‌کردن نیز شکاف محدود است. این مجموعه شواهد نشان می‌دهد مسئله اصلی نه «مقدار فراغت زنان»، بلکه نوع فضاهایی است که حضور در آنها برای زنان امن، پذیرفته، عادی و قابل دسترس است.

فعالیت/شاخص	مردان	زنان	نتیجه
سینماروی	۲۱٪	۴۴٪	حضور زنان به‌مراتب بیشتر
ورزش	۷۰٫۳٪	۶۶٫۶٪	فاصله محدود و نامعنادار
مشارکت در مراسم مذهبی منتخب	عدم مشارکت ۵۲٫۵ %	عدم مشارکت ۴۱٫۵ %	مشارکت زنان بیشتر

از منظر «حق به شهر»، سیاست جنسیتی مطلوب فقط ساخت فضای اختصاصی نیست. پرسش مهم‌تر این است که آیا فضای عمومی عادی شهر، پارک، پیاده‌راه، کتابخانه، کافه، سینما و مجموعه ورزشی برای زنان نیز امکان حضور و ماندن باکیفیت فراهم می‌کند یا خیر.

۵- تحصیلات و سرمایه فرهنگی

تحصیلات منظم‌ترین متغیر در گسترش دامنه انتخاب فرهنگی است. افزایش سینما، کتاب و سفر با تحصیلات نشان می‌دهد سرمایه فرهنگی هم ذائقه را تغییر می‌دهد و هم آشنایی با گزینه‌ها، شبکه‌ها و مهارت استفاده از آنها را افزایش می‌دهد. این همان نقطه‌ای است که خوانش بوردیویی از فراغت بیشترین قدرت توضیحی را پیدا می‌کند.

تحصیلات	سینماروی	سفر سال گذشته	خوانش
بی‌سواد	۳٫۷%	۴۸٫۱%	دامنه محدودتر
ابتدایی	۱۰٫۵%	۵۹٫۱%	افزایش تدریجی
متوسطه	۲۱٫۹%	۶۷٫۳%	افزایش
دیپلم	۲۱٫۶%	۶۸٫۴%	تقریباً مشابه متوسطه در سینما
دانشگاهی	۴۴٫۸%	۷۸٫۸%	جهش روشن در سینما و سفر

در کتاب‌خوانی نیز الگوی مشابهی دیده می‌شود: دانشگاهیان به‌مراتب بیشتر کتاب می‌خوانند و دانشجویان یکی از بالاترین گروه‌ها هستند. بنابراین اگر هدف سیاست فرهنگی افزایش مشارکت است، صرفاً افزایش عرضه کافی نیست؛ باید موانع فرهنگی، تجربه قبلی، آشنایی و احساس تعلق به نهاد فرهنگی نیز دیده شود.

۶- درآمد: پول کدام فراغت‌ها را می‌خرد؟

یکی از یافته‌های مهم پیمایش این است که درآمد در همه فعالیت‌ها نقش یکسان ندارد. در سفر رابطه روشن است و در دسترسی به باغ/روستا نیز تفاوت مشاهده می‌شود. ورزش نیز با درآمد ارتباط دارد. اما کافه، سینما و کتاب با درآمد رابطه معناداری نشان نداده‌اند. بنابراین الگوی فراغت را نمی‌توان نسخه‌ای ساده از طبقه درآمدی دانست.

حوزه	کمتر از ۹ میلیون	۱۰ تا ۱۸ میلیون	بیش از ۱۹ میلیون	تفسیر
سفر	۶۴٫۷٪	۷۳٫۵٪	۷۹٫۴٪	اثر اقتصادی روشن
فاقد باغ/روستا	۳۷٫۱٪	۳۰٫۸٪	۲۱٫۷٪	دسترسی/مالکیت با درآمد بهتر می‌شود
ورزش	۵۹٫۷٪	۷۵٫۷٪	۷۵٫۸٪	شکاف محسوس میان گروه پایین و دو گروه دیگر

در نتیجه، جمله «پول امکان بعضی فراغت‌ها را می‌خرد، اما سبک فراغت را به تنهایی نمی‌سازد» خلاصه مناسبی از داده‌هاست. برای توضیح کافه یا کتاب باید به نسل، تحصیلات، شبکه و مرحله زندگی نیز توجه کرد.

۷- خاستگاه، باغ و روستا: از بومی/غیربومی فراتر

داده‌های باغ و روستا نشان می‌دهد همه غیربومی‌ها یکسان نیستند. متولدین دیگر شهرهای ترک بیش از متولدین تبریز رفت‌وآمد ماهانه دارند و سهم فاقد باغ/روستا در آنان کمتر است؛ در مقابل، در میان متولدین شهرهای غیرترک سهم فاقد باغ/روستا به ۵۰ درصد می‌رسد. بنابراین مفهوم «تداوم پیوند با خاستگاه» از دوگانه بومی/غیربومی دقیق‌تر است.

محل تولد	هفتگی	ماهانه	سالانه	باغ/روستا نداریم
تبریز	۲۲٫۳	۲۴٫۹	۱۸٫۳	۳۴٫۶
دیگر شهرهای ترک	۲۴٫۱	۳۲٫۱	۲۱٫۳	۲۲٫۵
دیگر شهرهای غیرترک	۱۳٫۲	۲۱٫۱	۱۵٫۸	۵۰

این یافته با نظریه دلبستگی به مکان و زندگی چندمکانی سازگار است. شهرنشینی الزاماً قطع رابطه با مبدأ نیست. فرد می‌تواند کار، تحصیل و خدمات را در تبریز دریافت کند و در عین حال بخشی از معاشرت، ملک، خاطره و فراغت خود را در روستا یا شهر مبدأ حفظ کند.

۸- سینما و فیلم: مسئله «تقاضا» یا «نهاد»؟

در فصل سینما، فقط ۳۰٫۲ درصد پاسخگویان خود را سینمارو معرفی کرده‌اند. در میان همین گروه، ۵۱٫۴ درصد با خانواده، ۴۳٫۴ درصد با دوستان و آشنایان و ۵٫۱ درصد تنها می‌روند. بنابراین سینما نیز تجربه‌ای عمدتاً جمعی است. از سوی دیگر، مصرف فیلم و سریال در خانه و پلتفرم بسیار گسترده‌تر است. این فاصله نشان می‌دهد مسئله لزوماً نبود علاقه به فیلم نیست؛ ممکن است نهاد سینما نتواند با تجربه خانگی رقابت کند یا برای بخشی از شهروندان از نظر قیمت، فاصله، برنامه و دسترسی جذاب نباشد.

همراه سینماروی	درصد
خانواده	۵۱٫۴
دوستان و آشنایان	۴۳٫۴
تنها	۵٫۱

این نتیجه برای ارزیابی زیرساخت فرهنگی مهم است. اگر صرفاً تعداد بلیت یا مراجعه را معیار تقاضای فرهنگی بگیریم، مصرفی را که در خانه و پلتفرم انجام می‌شود نمی‌بینیم. سیاست فرهنگی باید میان «مصرف محتوا» و «مراجعه به نهاد» تمایز قائل شود.

۹- رسانه‌ای‌شدن فراغت و تغییر مکان مصرف

فراغت رسانه‌ای نمونه دیگری از لایه‌گذاری است. تلویزیون، ماهواره، شبکه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های نمایش خانگی در کنار کتاب و سینما قرار گرفته‌اند، نه لزوماً به جای همه آنها. در منابع خبری نیز شبکه‌های اجتماعی خارجی/بین‌المللی مانند اینستاگرام، واتس‌اپ و تلگرام سهم بالایی دارند. این وضعیت نشان می‌دهد بخشی از تجربه فراغت و فرهنگ از مکان فیزیکی جدا شده و به «زمان‌های خرد» روزانه و صفحه نمایش منتقل شده است.

از منظر جامعه‌شناختی، فراغت دیجیتال می‌تواند فردی‌تر باشد، اما الزاماً منزوی نیست؛ پیام‌رسان، شبکه اجتماعی و فیلم/سریال موضوع گفت‌وگو، عضویت در گروه و ساخت هویت نیز هستند. بنابراین دوگانه «فراغت جمعی/دیجیتال» نیز همیشه دقیق نیست.

۱۰- تحلیل تکمیلی محلات با سینما و سفر

نسخه دوم ماتریس هفت‌بعدی محلات را ارائه کرد. برای تکمیل تصویر، دو شاخص «سینماروی» و «سفر سال گذشته» نیز در جدول زیر افزوده می‌شوند. این دو شاخص به‌ترتیب نماینده بخشی از فرهنگ نهادی و تحرک فراغتی‌اند و کمک می‌کنند تفاوت میان سبد شهری و سبد برون‌شهری روشن‌تر شود.

ردیف	خوشه	سینما	سفر
۱	دانشوران–مرزداران–خاوران	۳۷	۷۸٫۳
۲	باغمیشه	۳۷٫۸	۶۳
۳	بارنج	۲۳٫۳	۸۶٫۷
۴	الهیه–فرشته–رشدیه	۵۰	۷۱٫۸
۵	ولیعصر–نگین‌پارک	۵۰	۷۸
۶	ولی‌امر–باغمیشه قدیم	۵۰	۷۵٫۸
۷	عباسی و پیرامون	۳۱٫۳	۶۲٫۵

ردیف	خوشه	سینما	سفر
۸	سیلاب–ملازینال–ایدلو	۱۵٫۶	۵۶٫۳
۹	ارم	۸٫۳	۶۱٫۱
۱۰	انبار سردار–یکه‌دکان	۲۴٫۲	۷۸٫۸
۱۱	حکم‌آباد–عموزین‌الدین	۲۰٫۶	۶۴٫۷
۱۲	دامپزشکی–شهرک امام	۲۰	۶۰
۱۳	قراملک	۱۰	۷۷٫۴
۱۴	اندیشه–رواسان–آخماقیه	۲۳٫۵	۷۱٫۴
۱۵	زنگوله‌باغ–اسلام‌آباد	۲۴٫۱	۵۵٫۲
۱۶	رسالت–جلالیه–بهاران	۳۷٫۵	۷۶
۱۷	خطیب–چمران–شام‌غازان	۲۴٫۲	۵۷٫۶
۱۸	ویجویه–قره‌آغاج	۱۶٫۷	۶۸٫۸
۱۹	دوه‌چی–امیرخیز–بازار	۳۰	۵۵
۲۰	حلیمه‌سازان–باغشمال	۲۸٫۶	۷۱٫۴
۲۱	قطران–وزیرآباد–طالقانی	۲۶٫۳	۶۳٫۲
۲۲	امامیه–مارالان	۲۶	۷۴
۲۳	حاشیه مارالان–اسلامشهر	۲۳٫۵	۸۵٫۳
۲۴	قورخانه–ملاحسین‌باغی	۲۵	۸۷٫۹
۲۵	سهند–زعفرانیه–میرداماد	۲۸٫۹	۷۵٫۶
۲۶	شاهگلی	۱۴٫۳	۷۶٫۲
۲۷	شمس‌آباد	۱۸٫۸	۷۱٫۹
۲۸	پرواز–گلشهر–فردوس	۵۸٫۵	۷۰٫۷
۲۹	کرکج	۴۵٫۲	۸۷٫۱
۳۰	یاغچیان–ولیعصر جنوبی	۴۴٫۴	۷۵٫۹
۳۱	گلپارک–آبرسان–گلگشت	۵۳٫۸	۶۹٫۲
۳۲	آناخاتون–الوار–اوغلی	۱۸٫۴	۷۳٫۷
۳۳	باغ معروف	۲۶٫۷	۸۰

۱۱- چند مقایسه محله‌ای که تیپ‌ها را روشن می‌کند

ولیعصر–نگین‌پارک

کافه ۷۱٫۴، سینما ۵۰، ورزش ۸۶، کتاب ۶۷٫۳، مهمانی ۹۸ و سفر ۷۸ درصد است. اینجا بالا بودن یک شاخص منفرد مهم نیست؛ هم‌زمانی چند قلمرو نشان‌دهنده دامنه انتخاب وسیع‌تر است.

امامیه–مارالان

کافه فقط ۳۵٫۴ درصد است، اما باغ/روستا ۹۱٫۷، ورزش ۸۰، کتاب ۶۶ و سفر ۷۴ درصد. این مورد بهترین شاهد برای رد معادله «کافه پایین = فراغت پایین» است.

قورخانه–ملاحسین باغی

پارک ۸۷٫۹، مهمانی ۹۷ و سفر ۸۷٫۹ درصد، اما باغ/روستا ۳۶٫۴ و سینما ۲۵ درصد است. بنابراین تحرک گردشگرانه می‌تواند بالا باشد، حتی وقتی تحرک خاستگاهی پایین است.

حکم‌آباد–عموزین‌الدین

کافه ۲۰٫۶ و باغ/روستا ۳۸٫۲ درصد، اما پارک و ورزش هر دو ۸۵٫۳، مهمانی ۹۰٫۶ و کتاب ۶۴٫۷ درصد. این خوشه نشان می‌دهد جبران فضایی و فعالیتی چگونه عمل می‌کند.

پرواز–گلشهر–فردوس

کتاب و ورزش هر دو ۸۰٫۵، سینما ۵۸٫۵، کافه ۶۵٫۹ و پارک ۷۹٫۵ درصد است. این پروفایل از متنوع‌ترین ترکیب‌های شهری. فرهنگی مشاهده‌شده است.

ارم

کافه ۳۸٫۲، سینما ۸٫۳، کتاب ۳۳٫۳ و ورزش ۴۷٫۲ پایین‌ترند، اما مهمانی ۹۳٫۹ و پارک ۸۰ درصد است. این الگو را بهتر است خانوادگی .عمومی دانست، نه کم‌فراغت.

۱۲- از «اثر محله» تا «ترکیب اجتماعی محله»

تفاوت خوشه‌ها را نباید مستقیماً معلول خود محله دانست. محله‌ای با جوانان و دانشگاهیان بیشتر طبیعتاً ممکن است کافه و سینمای بیشتری نشان دهد، حتی اگر زیرساخت آن تفاوت زیادی نداشته باشد. برعکس، دسترسی واقعی به پارک، حمل‌ونقل، مرکز شهر و فضاهای فرهنگی نیز می‌تواند رفتار را تغییر دهد. داده‌های فعلی توصیفی‌اند و اثر ترکیب اجتماعی را از اثر محیط جدا نمی‌کنند.

بنابراین در این گزارش از تعبیر «الگوی فراغتی خوشه» استفاده می‌شود. برای اثبات «اثر محله» در مرحله بعد باید داده‌های فردی با متغیرهای فضایی و مدل‌های چندمتغیره ترکیب شوند.

۱۳- سرمایه فراغتی؛ مدل توضیحی یکپارچه

مدل پیشنهادی گزارش را می‌توان به صورت یک زنجیره توضیحی خواند: موقعیت اجتماعی فرد شامل نسل، مرحله زندگی، جنسیت، تحصیلات، شغل، درآمد و خاستگاه، منابع فراغتی او را شکل می‌دهد. این منابع شامل وقت، پول، سرمایه فرهنگی، شبکه اجتماعی، تحرک، دسترسی فضایی و مالکیت/دسترسی‌اند. منابع، سبد انتخاب را می‌سازند و سبد انتخاب در نهایت به سبک فراغت، تجربه شهر، هویت و کیفیت زندگی تبدیل می‌شود.

سطح	مولفه‌ها
موقعیت اجتماعی	نسل + مرحله زندگی + جنسیت + تحصیلات + شغل + درآمد + خاستگاه
منابع فراغتی	وقت + پول + سرمایه فرهنگی + شبکه اجتماعی + تحرک + دسترسی فضایی + مالکیت/دسترسی
سبد انتخاب	خانه + مهمانی + شهر + کافه + فرهنگ + ورزش + مذهب + طبیعت + باغ/روستا + سفر + رسانه
پیامد	سبک فراغت + هویت و تعلق + تجربه شهر + کیفیت زندگی

۱۴- سه نابرابری و یک مفهوم سیاستی

نابرابری زمانی می‌پرسد چه کسی وقت آزاد دارد. نابرابری دسترسی می‌پرسد چه کسی می‌تواند به فضا و خدمت برسد. نابرابری تنوع می‌پرسد چه کسی چند گزینه واقعی برای انتخاب دارد. مفهوم سوم برای مدیریت شهری اهمیت ویژه دارد، زیرا ممکن است سرانه یک خدمت مناسب باشد اما گزینه‌های واقعی شهروند محدود بماند.

نوع نابرابری	پرسش سیاستی	نمونه شاخص
زمانی	آیا گروه‌ها وقت قابل استفاده دارند؟	ساعات فراغت هفتگی
دسترسی	آیا گزینه از نظر فاصله، هزینه، امنیت و حمل‌ونقل قابل استفاده است؟	زمان دسترسی، هزینه، کیفیت فضا
تنوع	چند نوع گزینه واقعی در دسترس و مورد استفاده است؟	سبد فرصت‌های فراغتی

پیشنهاد محوری این است که در کنار سرانه‌های فضای سبز، فرهنگی و ورزشی، «سبد فرصت‌های فراغتی محله» نیز سنجیده شود. این شاخص نباید فقط رفتار مردم را جمع بزند؛ باید عرضه، فاصله، هزینه، امنیت، حمل‌ونقل و قابلیت استفاده گروه‌های مختلف را نیز دربرگیرد.

۱۵- سیاست فراغت برای گروه‌های مختلف

گروه	نیاز برجسته	جهت سیاستی
نوجوانان و جوانان	فضای انتخابی، همسالان، استقلال نسبی	مکان‌های سوم کم‌هزینه، ورزش، فضاهای انعطاف‌پذیر و امکان ماندن
زنان	امنیت، مشروعیت حضور و دسترسی	بهبود فضای عمومی عادی شهر؛ نه محدودکردن سیاست به فضای اختصاصی
خانواده‌ها	باهم‌بودن، کودک، پارک و سفر کوتاه	پارک محلی، فضای بازی، نشستن، دسترسی و امکانات خانوادگی
سالمندان	نزدیکی، راحتی، همراهی و معاشرت	پیاده‌روی امن، نیمکت، سایه، سرویس، حمل‌ونقل و فضای محلی
گروه‌های کم‌درآمد	کاهش وابستگی فراغت به خرید	فضای عمومی باکیفیت، ورزش کم‌هزینه، دسترسی فرهنگی و حمل‌ونقل
افراد با پیوند خاستگاهی	دسترسی به طبیعت/روستا و شبکه مبدأ	مدیریت دسترسی آخرهفته و حفاظت پیرامون بدون جایگزین دانستن آن برای فضای عمومی

۱۶- چه تصمیم‌هایی نباید از این گزارش گرفت؟

- نباید محلات را بر اساس یک فعالیت مانند کافه یا سینما به برخوردار و محروم تقسیم کرد.
- نباید پایین بودن مراجعه به سینما را معادل پایین بودن علاقه به فیلم یا فرهنگ دانست.
- نباید باغ و روستا را یک متغیر ساده فراغتی دانست؛ دسترسی، مالکیت و خاستگاه در آن دخیل‌اند.
- نباید تفاوت محلات را بدون کنترل سن، تحصیلات، درآمد و سایر ترکیب‌های جمعیتی «اثر محله» نامید.
- نباید از تعداد شاخص‌های بالاتر از متوسط، رتبه کیفیت زندگی یا ارزش فرهنگی محلات ساخت.
- نباید سیاست فراغت را به افزایش تعداد برنامه‌های شهرداری تقلیل داد.
- نباید همه محلات را به سمت یک سبک فراغت واحد سوق داد؛ هدف، افزایش امکان انتخاب است.

۱۷- نتیجه نهایی تکمیلی

اگر بخواهیم همه یافته‌ها را در یک گزاره جمع کنیم، فراغت در تبریز «چندمنبعی، چندمکانی و لایه‌لایه» است. خانواده و شبکه اجتماعی، بازار و شهر، نهاد فرهنگی، رسانه، مذهب، ورزش، طبیعت و خاستگاه هم‌زمان در ساخت آن نقش دارند. هیچ یک به تنهایی جای دیگری را نگرفته است.

در نتیجه، سیاست عدالت‌محور فراغت نباید از مردم بپرسد چرا مانند یک الگوی مطلوب از پیش‌تعیین‌شده تفریح نمی‌کنند. باید بپرسد چه گزینه‌هایی واقعاً در اختیارشان است، چه موانعی دارند، و آیا می‌توانند میان چند جهان متفاوت فراغت انتخاب کنند. این تغییر، فراغت را از حاشیه سیاست فرهنگی به قلب بحث کیفیت زندگی و حق به شهر منتقل می‌کند.

گزاره نهایی گزارش: «شهر خوب از منظر فراغت، شهری نیست که بیشترین برنامه را برگزار می‌کند؛ شهری است که بیشترین دامنه انتخابِ ایمن، در دسترس، متنوع و قابل پرداخت را برای گروه‌های مختلف فراهم می‌کند.»

این گزارش فراغت را نه مجموعه‌ای از فعالیت‌های پراکنده، بلکه یک «فضای اجتماعی» می‌بیند که در آن شیوه‌های معاشرت، حضور در شهر، مصرف فرهنگی، ورزش، مذهب، رسانه، طبیعت، باغ و روستا و سفر در کنار یکدیگر قرار می‌گیرند. پرسش اصلی فقط این نیست که شهروندان چه می‌کنند؛ بلکه این است که چه کسانی به چه سبدی از امکان‌های فراغتی دسترسی دارند و این سبد چگونه میان گروه‌ها و محلات متفاوت است.

تصویر کلی شهر نشان می‌دهد فراغت تبریز به‌شدت «معاشرتی» است. مهمانی با مشارکت حدود ۸۷ درصدی، رستوران با ۸۴ درصد، پاساژ و مراکز خرید با حدود ۸۱٫۷ درصد، طبیعت‌گردی با ۷۸٫۶ درصد و پارک با ۷۴٫۸ درصد در شمار فراگیرترین فعالیت‌ها قرار دارند. در مقابل، مراجعه به نهادهای رسمی فرهنگی محدودتر است؛ سینماروی در سؤال مستقل ۳۰٫۲ درصد و تئاتر حدود ۱۸٫۵ درصد است.

این شکاف را نباید به معنای کمبود مصرف فرهنگی دانست. چراکه مثلاً مصرف فیلم و سریال در خانه و پلتفرم‌ها بسیار فراگیرتر از سینماست. بنابراین یکی از تحولات مهم فراغت، انتقال بخشی از مصرف فرهنگی از نهاد رسمی به خانه، موبایل و پلتفرم است.

در تبیین تفاوت‌ها، درآمد تنها یکی از عوامل است. سن و مرحلهٔ زندگی، تحصیلات، وضعیت شغلی، جنسیت، خاستگاه، شبکهٔ اجتماعی و دسترسی فضایی در بسیاری از حوزه‌ها نقش پررنگ‌تری دارند. از همین رو مفهوم «سرمایهٔ فراغتی» برای این وضعیت قابل استفاده است: ترکیبی از زمان، پول، سرمایهٔ فرهنگی، شبکهٔ روابط، امکان جابه‌جایی و دسترسی به فضاها.

در سطح محلات نیز دوگانه‌های سادهٔ سنتی/مدرن یا برخوردار/محروم کفایت نمی‌کند. برخی خوشه‌ها فراغت شهری –فرهنگی متنوع دارند؛ برخی بیشتر خانوادگی و عمومی‌اند؛ برخی به باغ، روستا و شبکه‌های خاستگاهی متکی‌اند؛ و برخی ترکیبی از این جهان‌ها را در کنار هم دارند. بنابراین نابرابری اصلی را باید در «دامنهٔ انتخاب‌های ممکن» و «سبد فرصت‌های فراغتی» جست‌وجو کرد.

مرکز پژوهش‌های شورای اسلامی کلانشهر تبریز

نظر رسمی	اظهارنظر رسمی مرکز در موارد ارجاعی از طرف شورای اسلامی شهر یا شهرداری تبریز
دیدگاه	دیدگاه مرکز در موارد جاری شهری و نقد عملکرد و فعالیت‌های شهرداری و سایر دستگاه‌های اجرایی
گزارش تخصصی	گزارش تخصصی مستخرج از کمیته‌ها، گروه‌های کانونی یا نشست‌ها
انتقال دانش	ارسال مطالب گزیده شده یا چکیدهٔ مطالب و گزارش‌های سایر مراکز پژوهشی یا نشست‌های خارج از مرکز
یادداشت	اظهارنظر کارشناسی توسط افراد خبره که لزوماً مورد تأیید مرکز نیست
انعکاس	تبیین پیشنهاد، انتظار یا مطالبه کارشناسی یا مردمی
خلاصه مدیریت	خلاصه مدیریتی طرح‌های مطالعاتی انجام شده در مرکز
افکارسنجی	گزارش مستخرج از افکارسنجی عمومی یا موردی
داده‌کاوی	گزارش تولید شده با استفاده از ظرفیت‌های هوش مصنوعی
تجربه مدیریت	گزارش تجربیات حوزه مدیریت شهری سایر شهرهای داخل و خارج کشور یا گزارش تجربه‌نگاری مدیریت شهری
پرسمان	بیان مسئله یا طرح سؤالاتی در خصوص مسائل جاری شهر از مدیریت شهری و درخواست پاسخگویی
شناخت شهر	گزارش شناخت وضع موجود در قالب متن نقشه یا اینفوگرافی
اسناد مرکز	آیین‌نامه‌ها، فرم‌ها، دفترچه‌های راهنما و سایر مستندات مربوط به شیوه فعالیت مرکز

با توجه به هزینه‌های زیست‌محیطیِ استفاده از کاغذ، متن کلیه اسناد، گزارش‌ها وطرح‌های پژوهشی تهیه شده در مرکز به نشانی rctabriz.ir قابل دسترسی است.