

اهمیت شناخت و سنجش فرهنگ عمومی در شکوفایی و توسعه جامعه ایجاب می‌نماید تا علاوه بر استقرار نظام آماری منسجم و پویا در این بخش، تولید و انتشار آمار و اطلاعات مورد نیاز برنامه‌ریزان در دستور کار قرار گیرد. لذا به منظور ترسیم تصویری جامع از وضعیت فرهنگی کشور، "طرح آمارگیری از فرهنگ رفتاری خانوار" در سال ۱۳۹۶ به اجرا در آمد و نتایج آن منتشر شده است.

به همین منظور گفت و گویی با جناب آقای دکتر کیانی، معاون طرح‌های آماری و آمارهای ثبتی مرکز آمار ایران ترتیب دادیم که امید است برای خبرنگاران، پژوهشگران و تمامی کاربران مفید واقع شود.

#### **– آماری از سوی مرکز آمار ایران در خصوص مباحث فرهنگی منتشر شد. در این خصوص توضیح می‌دهید.**

مرکز آمار ایران به دلیل کمبود آمار و اطلاعات در حوزه مسائل فرهنگی و اجتماعی تصمیم به طراحی و اجرای طرحی آماری با موضوعات مختلف مرتبط با فرهنگ نمود. طرح آمارگیری از فرهنگ رفتاری خانوار، طرح جدید مرکز آمار ایران در این خصوص است که در سال ۱۳۹۶ در سطح کشور و در نقاط شهری و روستایی اجرا شد. در این طرح پرسش‌هایی در زمینه وضعیت مطالعه کتاب و روزنامه، تماشای تلویزیون و گوش کردن به رادیو و موسیقی، عضویت در شبکه‌های اجتماعی، وضعیت رفتن مردم به سینما و تئاتر و کنسرت، وضعیت، نحوه و میزان انجام ورزش از افراد ۱۵ ساله و بیشتر مطرح شده است. در کنار موضوعات فرهنگی، برخی رفتارهای افراد جامعه نمایانگر فرهنگ حاکم بر جامعه است. به همین منظور سولاتی نیز در مورد تغذیه، خرید پوشاک و نظرات در مورد ازدواج و معضلات آن مطرح شد که نتایج حاصل از اجرای طرح، اطلاعات خوبی برای دست‌اندرکاران مسائل فرهنگی-اجتماعی جامعه فراهم نموده است.

#### **– گفته می‌شود سرانه مطالعه در ایران نسبت به بقیه کشورها پایین‌تر است. آیا آماری از سرانه مطالعه داریم؟**

سرانه مطالعه شامل مطالعه کتاب، مطالعه روزنامه و سایر نشریات می‌باشد. در این طرح در زمینه کتاب، مطالعه کتاب غیردرسی، هم چاپی و هم الکترونیکی پرسیده شده است. نتایج حاصل از اجرای این طرح نشان داد که ۵۸/۲ درصد از افراد باسواد ۱۵ ساله و بیشتر در سال قبل از آمارگیری در سال ۱۳۹۶، مطالعه کتاب غیردرسی (چاپی یا الکترونیکی) داشته‌اند.

سرانه مطالعه کتاب غیردرسی افراد ۱۵ ساله و بیشتر در ماه به طور متوسط ۷ ساعت و ۴۱ دقیقه بوده است که از این میزان، سرانه مطالعه قرآن و ادعیه ۳ ساعت و ۷ دقیقه و سرانه سایر کتب غیر درسی ۴ ساعت و ۳۴ دقیقه بوده است.

در زمینه روزنامه، نیز از آن جایی که مطالعه سایت خبرگزاری‌ها و روزنامه‌ها نسبت به قبل بسیار بیشتر شده است، هم مطالعه روزنامه چاپی و هم مطالعه روزنامه در سایت خبرگزاری‌ها پرسش شده است.

حدود ۳۰ درصد از افراد باسواد ۱۵ ساله و بیشتر در ماه قبل از آمارگیری در سال ۱۳۹۶، روزنامه (چاپی یا الکترونیکی) مطالعه کرده‌اند. از افرادی که روزنامه مطالعه کرده‌اند، ۶۹ درصد روزنامه چاپی و ۵۸ درصد روزنامه الکترونیکی بوده است.

هر فرد ۱۵ ساله و بیشتر در ماه به طور متوسط ۱ ساعت و ۲۶ دقیقه مطالعه روزنامه داشته است.

#### **– رسانه‌ها یکی از عوامل تأثیرگذار و جهت‌دهنده به رفتارهای اجتماع تلقی می‌شوند. به نظر شما اقبال مردم به رسانه‌ها چگونه بوده است؟**

بنده به عنوان معاون طرح‌های آماری و آمارهای ثبتی مرکز آمار که یک مرکز تخصصی است، خود را ملزم به صحبت با آمار و اطلاعات دقیق می‌دانم.

آنچه که معمولاً گفته می‌شود آن است که رسانه شامل رسانه‌های مکتوب (روزنامه) و رسانه‌های دیداری و شنیداری (تلویزیون، رادیو و در سال‌های اخیر شبکه‌های اجتماعی) است.

در مورد روزنامه در سوال قبلی نکاتی عرض شد. در مورد تلویزیون و رادیو، آنچه که از طرح فرهنگ رفتاری خانوار حاصل شد نشان می دهد درصد مخاطبین ۱۵ ساله و بیش تر صدای جمهوری اسلامی ایران، حدود ۱۸ درصد بوده است. سرانه زمان گوش کردن به برنامه های صدای جمهوری اسلامی ایران افراد ۱۵ ساله و بیش تر در روز، ۱۸ دقیقه و درصد مخاطبین ۱۵ ساله و بیش تر سیمای جمهوری اسلامی ایران حدود ۹۱/۴ درصد بوده است. البته درصد مخاطبین در روزهای تعطیل و غیر تعطیل با هم تفاوت دارد. درصد مخاطبین برنامه های سیمای جمهوری اسلامی ایران در روزهای غیر تعطیل بیشتر از روزهای تعطیل است.

سرانه زمان تماشای برنامه های سیمای جمهوری اسلامی ایران افراد ۱۵ ساله و بیش تر در روز، ۴ ساعت و ۵۲ دقیقه بوده است. سریال، فیلم سینمایی و اخبار بالاترین درصد تماشای برنامه های سیمای جمهوری اسلامی ایران را داشته اند.

**– همانطور که جناب عالی فرمودید شبکه های اجتماعی یکی از رسانه های جمعی محسوب می شوند. آمار مختلفی از حضور مردم در این شبکه ها ارائه می شود. در ابتدای مصاحبه یکی از موضوعات پرسش شده در طرح فرهنگ رفتاری را بحث شبکه های اجتماعی بیان نمودید، نتایج در این خصوص را لطفا بفرمایید.**

بحث شبکه های اجتماعی، موضوع جدیدی است که در حوزه رسانه مطرح و به سرعت رو به گسترش است. در سال ۱۳۹۶، ۵۳ درصد از افراد ۱۵ ساله و بیش تر عضو شبکه های اجتماعی بودند. که این درصد، ۲۳ درصد بیش تر از درصد کسانی است که روزنامه خوانده اند. بنابراین این شبکه ها می توانند در جامعه بیش از آنچه تصور می شود تأثیرگذار باشند. هر فرد ۱۵ ساله و بیش تر به طور متوسط ۱ ساعت و ۴ دقیقه در روز در شبکه های اجتماعی حضور داشته است.

**– آیا مشخص است کدام شبکه های اجتماعی بیشترین کاربر را داشته اند؟**

در سال ۱۳۹۶ از بین شبکه های اجتماعی، تلگرام با ۹۴/۵ درصد و پس از آن اینستاگرام با ۴۳/۱ درصد بیشترین عضویت را داشته اند.

**– وضعیت جامعه در حوزه سینما و تأثیر چگونه برآورد شده است؟**

نتایج این طرح حاکی از آن است که در سال ۱۳۹۶، تنها حدود ۱۹ درصد از افراد ۱۵ ساله و بیش تر به سینما رفتند. این درصد برای تخاتر ۵/۱ درصد بوده است.

از افرادی که به سینما رفته اند، ۲۹/۹ درصد یک بار، ۲۸/۳ درصد دو بار و ۴۱/۸ درصد، بیش تر از دو بار بوده است. ۵۹/۴ درصد افراد با خانواده به سینما رفته اند، ۳۷/۲ درصد با دوستان و ۳/۴ درصد یا به تنهایی یا با سایر افراد به سینما رفته اند و ژانرهای (موضوع) اجتماعی و کمدی بیشترین مخاطب را در سینما داشته است.

**– در این طرح آماری وضعیت موسیقی و کنسرت چگونه بوده است؟**

حدود ۶۸ درصد از افراد ۱۵ ساله و بیش تر در سال ۱۳۹۶ موسیقی گوش می کردند. تلفن همراه بیشترین وسیله برای گوش کردن به موسیقی بوده است.

موسیقی پاپ بیشترین طرفدار را بین افراد ۱۵ ساله و بیش تر داشته است. پس از آن موسیقی سنتی قرار داشته است.

سرانه زمان گوش کردن به موسیقی افراد ۱۵ ساله و بیش تر، ۲ ساعت و ۲۹ دقیقه در هفته بوده است.

در سال ۱۳۹۶، تنها ۴/۵ درصد از افراد ۱۵ ساله و بیش تر به کنسرت رفتند.

**– یکی از موضوعاتی که جزو طرح فرهنگ رفتاری خانوار پرسش شده است، بحث ورزش بود. سوالی که ابتدا لازم است بپرسم این که**

**مگر ورزش جزو فرهنگ طبقه بندی می شود که در این طرح پرسیدید؟**

سوال خوبی مطرح کردید. در مورد ورزش اختلاف نظر وجود دارد. برخی از کشورها ورزش را جزو فرهنگ دانسته و برخی مخالف این دیدگاه هستند. اما سازمان یونسکو به عنوان سازمانی بین المللی در چارچوبی که برای طبقه بندی آمارهای فرهنگی ارائه

کرده است، ورزش را جزو فرهنگ دانسته است. در ضمن عنوان این طرح فرهنگ رفتاری خانوار است. یعنی در این طرح غیر از میحث فرهنگ به طور خاص، به رفتار و فرهنگ رفتاری در زمینه های مختلف از جمله ورزش و تغذیه نیز پرداخته شده است.

#### **– نتایج آماری ورزش از این طرح چگونه بوده است؟**

در سال ۱۳۹۶، ۵۱ درصد از افراد ۱۵ ساله و بیشتر ورزش کرده و ۴۹ درصد ورزش نکرده اند. ۶۰ درصد از افراد ورزش کرده، به صورت انفرادی و ۴۰ درصد باقی مانده به صورت گروهی ورزش کرده اند. سالن های ورزشی خصوصی با ۲۵/۸ درصد بیشترین مکانی بوده است که افراد در آنجا ورزش کرده اند. ۲۰/۶ درصد افراد در محل سکونت و ۱۴/۲ درصد در پارک ها، ۱۳/۳ درصد در سالن های ورزشی عمومی و ۲۶/۱ درصد در سایر فضاهای عمومی ورزش کرده اند.

۱۹/۴ درصد افراد ۱۵ ساله و بیشتر در دو روز، ۱۷/۶ درصد هفت روز، ۱۴/۱ درصد یک روز و ۴۸/۹ درصد بین سه تا شش روز در هفته ورزش کرده اند.

بیشترین رشته های ورزشی که توسط افراد ۱۵ ساله و بیشتر انجام شده، عبارت بودند از: نرمش و پیاده روی، فوتبال، آمادگی جسمانی، والیبال، پرورش اندام و شنا و پس از اینها سایر رشته های ورزشی قرار داشتند. هر فرد ۱۵ ساله و بیشتر به طور متوسط ۲۷ دقیقه در روز ورزش کرده است. هر خانوار کشور به طور متوسط ۴۳۲۲۲۰ ریال در هر ماه هزینه ورزش پرداخته است.

#### **– چه نتایجی از این طرح آماری در مورد فرهنگ تغذیه مردم به دست آمده است؟**

اجازه دهید وضعیت مصرف برخی از اقلام خوراکی افراد ۱۵ ساله و بیشتر در سال ۱۳۹۶ را خدمت شما عرض کنم: ۷۸/۹ درصد افراد ۱۵ ساله و بیشتر در هفته شیر مصرف می کرده اند. این درصد برای نوشابه ۵۴/۸ درصد بوده است. ۹۸/۴ درصد افراد ۱۵ ساله و بیشتر در سال ۱۳۹۶ در هفته میوه مصرف کرده اند. حدود ۲۴ درصد از افراد ۱۵ ساله و بیشتر در سال ۱۳۹۶ در ماه ماهی مصرف نکرده اند. در حالی که ۴۸ درصد از فست فود و ۴۱ درصد غذای بیرون از منزل مصرف کرده بودند.

سرانه مصرف برخی از اقلام خوراکی افراد ۱۵ ساله و بیشتر در سال ۱۳۹۶ به شرح زیر بوده است:

سرانه مصرف شیر ۳/۷ لیوان در هفته بوده است.

سرانه مصرف نوشابه ۱/۷ لیوان در هفته بوده است.

سرانه مصرف میوه ۱۳/۸ واحد در هفته بوده است. (واحد برای میوه های مختلف متفاوت بود و مطابق دستورالعمل انجام شده است. به عنوان مثال ۱ عدد سیب کوچک یک واحد و هندوانه یک قاچ (۴۰۰ گرم) یک واحد منظور شده است.

سرانه مصرف ماهی ۲/۱ وعده در ماه بوده است.

سرانه مصرف فست فود ۱/۴ دفعه در ماه بوده است.

سرانه مصرف غذای بیرون از منزل ۱/۲۵ وعده در ماه بوده است.

#### **– از دیگر مباحثی که عنوان شد در این طرح بررسی شده است، چگونگی انتخاب و خرید پوشاک است. چه نتایجی درباره این قابل**

#### **ارایه است؟**

پوشاک از جنبه های مختلف قابل بررسی و تحلیل است. آنچه از این طرح قابل بیان است یکی روش انتخاب پوشاک و دیگری نوع پوشاک خریداری شده از منظر داخلی یا خارجی بودن است.

در مورد جنبه اول یعنی روش انتخاب پوشاک، تماشای ویتترین ها فروشگاه های پوشاک با ۸۱/۵ درصد بیشترین روشی بوده است که افراد ۱۵ ساله و بیشتر اظهار نموده اند که پوشاک خود را با توجه به آن انتخاب کرده اند. ۱/۳ درصد بر اساس تبلیغات محیطی، ۷ درصد بر اساس پیشنهاد دوستان و نزدیکان، ۶/۲ درصد مطابق مد در جامعه، ۰/۲ درصد بر اساس مشاهده برنامه های

سیمای جمهوری اسلامی ایران، ۷/۰ درصد با توجه به شبکه های اجتماعی، ۱/۰ درصد بر اساس برنامه های ماهواره‌ای و ۳/۳ درصد به سایر روش‌ها پوشاک خود را انتخاب کرده اند.

پرسیده بودیم در خرید پوشاک برای خود، چه نوع تولیداتی در اولویت خرید شما هستند؟ نتایج بدست آمده حاکی از آن است که برای ۴/۳۴ درصد از افراد ۱۵ ساله و بیش تر تولید داخل اولویت است و برای ۶/۷ درصد پوشاک خارجی در اولویت بوده است. برای ۵۸ درصد افراد نیز اولویت خاصی بین پوشاک داخلی و خارجی وجود نداشته است.

#### **از دید پاسخگویان طرح آماری فرهنگ رفتاری، مهمترین معضل ازدواج جوانان چه بوده است؟**

نتایج طرح آمارگیری از فرهنگ رفتاری خانوار بیانگر آنست که افراد ۱۵ ساله و بیش تر، مهمترین معضل ازدواج جوانان را، نداشتن شغل دائم با ۵/۶۴ درصد و پس از آن بیکاری فرد با ۹/۶۳ درصد و سپس مشکل تهیه مسکن با ۶/۵۰ درصد دانسته‌اند. پس از آن سایر مشکلات مانند وضع نامناسب مالی، پیدا نشدن فرد مناسب، مشکل تهیه جهیزیه، مسئولیت ناپذیری جوانان، بالا بودن میزان مهریه، دخالت و ممانعت والدین، ادامه تحصیل و سایر عوامل قرار داشته اند.

#### **در پایان اگر نکته ای دارید بفرمایید.**

در تولید آمارهای رسمی در ارتباط با موضوع بسیار با اهمیت فرهنگ افراد و خانوارها و رفتارهای فرهنگی مردم عزیز کشورمان، متأسفانه خلاهای جدی وجود داشته است و عمدتاً استناد به نتایج پژوهش‌های موردی با دامنه پوشش محدود موضوعی و منطقه جغرافیایی بوده است که البته واضح است این نوع آمارها در هیچ کشوری آمار رسمی و قابل استناد تلقی نمی‌شود. مرکز آمار ایران به عنوان مرجع آمارهای رسمی کشور در جهت رفع این خلا اقدام کرده است و این آمارگیری را انجام داده است و بر ادامه آمارگیری در سالیان آتی نیز مصمم است و به شرط تامین اعتبار لازم در اولویت کاری خود می‌داند. لازم به ذکر است نتایج این طرح در سطح ملی و در سطح برخی از استانهای منتخب کشور به طور علمی و دقیق قابل استناد است. لذا در نشریه آمارگیری که از وبگاه مرکز آمار ایران قابل دریافت است برش استانهای منتخب برخی از نتایج نیز وجود دارد و امیدواریم در دوره‌ی آتی اجرای این آمارگیری با تامین بودجه مورد نیاز بتوانیم نتایج را در سطح تمام استانهای کشور ارایه کنیم.

