بررسی

فعالیت و مصرف کالاهای فرهنگی

«مطالعه جوانان»

کارفرما: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

تابستان ۱۴۰۰

بسم الله الرحمن الرحیم

رئیس شورای سیاستگذاری

سید عباس صالحی

شورای سیاستگذاری

حسن ملکی (مدیر محترم شبکه چهار صدا و سیما)، عبدالهادی فقهی‌زاده (معاون محترم قرآن و عترت)، حسین میرزایی (معاون محترم فرهنگی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری)، حیدریان (معاون محترم وزیر و رئیس سازمان سینمایی)، امیرحسین دوایی (معاون محترم فناوری وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات)، سید مهدی خاموشی (رئیس محترم سازمان تبلیغات اسلامی)، جمشید جعفرپور (رئیس محترم کمسیون فرهنگی مجلس شورای اسلامی)

مدیر طرح

محمد سلگی

مدیر علمی

سعید معیدفر

مدیر اجرایی

علیرضا کرمانی

ناظر علمی

عباس وریج کاظمی

اعضای شورای علمی

محمد سعید ذکایی، محمد فاضلی، فاطمه جواهری، علی اصغر سیدآبادی، فاطمه فلاح مین‌باشی، داریوش مطلبی و هامون شریفی

تدوین طرح فنی نمونه‌گیری

محمد باقر حقیقی انارکی

جمع آوری و ورود اطلاعات

علی خراسانی‌زاده

مدیریت امور پژوهش، انتشار و توزیع

مصطفی اسدزاده، خاطره بخشنده ، سعیده زادقناد و فهیمه ابراهیمی

گروه اجرایی گردآوری اطلاعات

ناظران: شیما خدادادی، فاطمه جعفری، هنگامه فلاحتی، محمدرضا باقرپور، پیروز قادری، سعید نوریان، شیرین داروغه، اکبر امیدی، احترام امین پور، مصطفی فیروزی، حسین‌علی اسماعیل‌زاده، سمیه مقدسی، زهرا مرادی، مونا عسگری، مهین زرنگ، مریم قاضی، ایرانه حیدری، زهرا خان‌محمدی، علی مشهدی، بهروز مرامی جدیدی، کبری بدرحصاری، مسیح علی‌پور، فرهاد پرموز، سید جواد اوحدی، محمد ضیغمیان، مسعود رضایی‌بیاره، ابوالفضل نجف‌زاده، کاظم فلاحی، حسین نورانی، ناصر دولتشاه، عرفان قادری، نسرین درویش، محمد میردادی و مریم عاقلی بافقی

آذربایجان شرقی

مدیر اجرایی: سعید غریب

پرسشگران: اکبر شیرزاد، سمیرا عبدی، کوثر کریمی، شهلا تاری زاده، نگار فرخی، اکرم خدابخش، داود خدابخش و زینب جعفری

آذربایجان غربی

مدیر اجرایی: زهرا محبوبی

پرسشگران: ثریا اسماعیلی آذر، سامان اسمعیلی آذر، فاطمه خضری، الناز ملک‌زاده، الناز نصیری، کمال کریمی، هلاله محمدنژاد و سیما پامیر

استان اردبیل

مدیر اجرایی: داوود عبداللهی

پرسشگران: میرمصطفی سیدرنجبر، بابک کسب کار، عاطفه خدادادی، لطیف شایسته، رباب جوانمرد، کلثوم محمدی، الهام احمدزاده، فاطمه آزادی، اباسلط تابش، آمنه محمدی

استان اصفهان

مدیر اجرایی: عارف وکیلی

پرسشگران : فرزانه رستمی، محمد رستمی، سجاد جمال پور، محمد جمال پور، عطیه اصلان بیگی، حکیمه رحمانی، منصوره رحمانی، محبوبه جدیدی، عارف وکیلی، مهدی زیدی، فاطمه جدیدی، عاطفه رحمانی

استان ایلام

مدیر اجرایی: خلیل کمربیگی

پرسشگران: فاطمه کریمی، زینب خوشرو، زهرا کریمی، فرشته تشویقی، صفورا تشویقی، مینا جعفری طلب، محمد کیانی، سیدده صدیقه حسینی، سیده شهین حسینی، نسرین جعفری طلب، فرهاد باقریان، سید مجتبی حسینی، سید امین رحمتی

استان البرز

مدیر اجرایی: بهزاد مقصودی

پرسشگران : علی سلمانی، زهرا طاووسی، سجاد الوندی، سید احمد حضیر یزدی، محمد کنعانی، حیدر عبدالهی پور، یاسین ایامی، کیمیا مجیدی، ورنا ابراهیمی، ادریس رستمی، زینب قاسمی، جواد قنبری زاده، عمران ساسانی، سینا، مهرناز محمدی، رویا خیر، مجتبی یاری، مجید بیات، امید قادری

استان بوشهر

مدیر اجرایی: راضیه کللی

پرسشگران: سید علی مرتضوی، حبیب شیخ، فاطمه جعفری، علیرضا روشن پور، مجتبی کمالی، نرجس شیبندی، زهرا تاج الدینی

استان تهران

مدیر اجرایی: علی خراسانی‌زاده

مریم جعفری، عالی یوسفی، محمد شجاعی، طیبه پایداری، فرح افشاری، صادقی، فهیمه حصاری، سکینه آتشکار، مریم امینی اعلاء، محمودخانی، الهام خانی، رقیه گل حسنی، علیرضا غفارزاده و لیلا سهرابی

استان چهارمحال و بختیاری

مدیر اجرایی: بیژن خلیلی مقدم

پرسشگران: کریم بیاتی، بهاره تحقیقی، امیرحسین کوهی، حسین میرزایی، مریم باقری، الناز عظیمی فر، حدیث صفری، آرمان میرابوالقاسمی، ویدا عزیزی، مریم شریفی، سکینه شیخ، کمال خلیل دوست، بهروز خلیلی مقدم

استان خراسان رضوی

مدیر اجرایی: علیرضا ابوالفتحی

پرسشگران: میترا کوثری، خدیجه هژیری، لیلا میرزایی، زرین تاج طیرانی، محمدعلی نوری، ریحانه حبیبی دانا، سمیرا ایمانی، سعید حیاتی، علی کوشک، حسین جعفرزاده، افسانه سادات احمدی، احسان گلزاری مقدم، اعظم میرزایی، اکرم میرزایی، عفت داوری، محمد آقابیگی، ابوالفتحی

استان خراسان شمالی

مدیر اجرایی: نسرین وکیلی

پرسشگران: الهام حشمتی، جواد وکیلی، مصطفی مرادی، سمیه وحیدی زاده، گلناز محمدی، اسماعیل پورمعین

استان خراسان جنوبی

مدیر اجرایی: وصال روشن‌روان

پرسشگران: ناصر محمودی، سمیه حسن زاده، وحید رحمانی، محمد امین کریم زاده، حجت مظاهری فر، محمد معصومی مفرد، مصطفی فروزان نژاد، ملیحه یزدان شناس، نرجس گل زاده

استان خوزستان

مدیر اجرایی: پویا طوافی

پرسشگران: خدیجه افشارزاده، صبریه عبیداوی، مجید جمال پور، حبیب الله زرگانی، فاطمه طرفی، معصومه طرفی، جمعه عبیداوی، حمیده خرسانی، حمزه خرسانی، محمد علی رضایی پور، مهدی فربیات، سعید ممبینی، سلیمه حمیدی، سیدجواد فاضلی

استان زنجان

مدیر اجرایی: محمدرضا یارقلی

پرسشگران : علی دستواره، مریم اوجاقلو، معصومه عباسی، پریسا اوجاقلو، اکرم نوری، سارا شکوری، میثم خدابنده لو، مهدی کرمی

استان سمنان

مدیر اجرایی: نیره پیراهری

پرسشگران : مریم میرآخورلی، دنیا باهو، ملیحه ابراهیمی، فاطمه نواب صفوی، فاطمه ایزد پور، نبوی، مرجان همتیان، اسماء خبازی، معصومه حضیری، سوسن پارسا، مرضیه خراسانی، ام‌البنین رستمی، سمیرا رهبر، لیلا شاه حسینی، الهام رهبری، مهدیه بیتائیان، زهرا کاشفی، جمشید حیدریان، زهرا پور، رضوانی

استان سیستان و بلوچستان

مدیر اجرایی: غلام‌حیدر رحمانی

پرسشگران : مهدی کوهکن، پرویز ریگی، ناصر ریگی، قدیر راهداری، علیرضا راهداری، ملک ملک‌زاده، محموداسماعیل‌زهی، حامداسماعیل زهی

استان فارس

مدیر اجرایی: سیدرحمت‌اله ستوده

پرسشگران : فاطمه بانشی، محمدرضا صالحی، مهناز قوقی، آیدا گودرزی، فاطمه گودرزی، مریم اشرف، حمیده فروهر، مریم ساعتی، محسن رضایی فر، مریم احمدی‌منش، مسعود سلطان پور، آزیتا حیدری، مسعود زینعلی، ساره فرد، فاطمه فرد، صدیقه اشرف، عبدالرزاق قجرپور، اشکان محمدی، محمدهاشم کاظمی

استان قم

مدیر اجرایی: حسن امید

پرسشگران: رضا جارچی، سمانه خلج، محمد جعفری، زهرا زند، ناهید جعفری، سحر رحیمی موحد، مریم افشار

استان قزوین

مدیر اجرایی: طاهره عظیمیان

پرسشگران : علیرضا ایمانی، مریم قنبری، زینب رسول پور، رقیه قنبری، فاطمه اصفهانی، زهرا عظیمیان، محمد بابایی نژاد، معصومه چگینی، میلاد شریف زاده، حسین بختیاری، سعید شریف زاده، حسین شفیعی، اعظم حسینی، فرشته مولایی، داوود وارسته نسب

استان کردستان

مدیر اجرایی: حسین محمدزاده

پرسشگران : ندا احمدی، فرید شاه‌محمدی، شادی شافعی، مهنازخانی، حبیب عبدی، خالدخانی، محمدجوانمردی، سامان رحیم زاده، بهنام محمدی

استان کرمان

مدیر اجرایی: زهرا قاسم‌زاده

پرسشگران : محمدحسین محمدی، امیرحسین فردوسی، راضیه کریمی، شجاع شهابی، مائده قهرمان، نرجس پردلی، فاطمه اسدی، زهرا خواجوئی، مهلادل زنده، راحله اثنی عشری، ابوالفضل رحمتی، مهرناز عسگرزاده، علی صفی نژاد، محمدصادق آقایی

استان کرمانشاه

مدیر اجرایی: فرانک کرمیان

پرسشگران : زینب کرمی، سیده فرشته سامره، زهراکرمی، آذرکرمی، زهره رستمیان مطلق، بیتاکرمی، صدیقه فرهادی، فرانک فرهادی، صبا سامره

استان کهگیلویه و بویراحمد

مدیر اجرایی: مریم گشتاسب

پرسشگران: علیرضا بهشتی نیا، محبوبه حیدرپور، علی گندمی

استان گیلان

مدیر اجرایی: لیلا شعبانی

پرسشگران : آوا عظیمیان مقدم، منوچهر زینعلی، فاطمه حسینی، سمیه قنبرپور، معصومه گلستانی نژاد، مریم معارفی

استان گلستان

مدیر اجرایی: حسین جعفری

پرسشگران : بهنام امیری نیا، فاطمه صفری، رضا معقولی، میثم محمدپور، رضا محمدی، مائده جوادی راد، محمد خسروی، سعید خسروی

استان لرستان

مدیر اجرایی: علیرضا طهماسبیان

پرسشگران : محمد علیپور، امیر زاهدی، برزو جعفری، مهدی رجبی، مهدی طاهری

استان مازندران

مدیر اجرایی: علی مسگری

پرسشگران : فرشته حاجیان، زهرا تقوی، فیروزه نجفی، رضوان عظیمی، زهرا میرزایی، میلاد اسماعیلی، مجتبی اعتمادی راد، محدثه عباس کاکویی، ایرج اکراقنبری

استان مرکزی

مدیر اجرایی: سید احمد میرحسینی

پرسشگران : زهرا اراده‌ی، الهه دلبرنسب، مرضیه چاپاری، محمد احمدلو، علی احمدی، میترا کریمی

استان هرمزگان

مدیر اجرایی: سحر رفیعی

پرسشگران: محمد امین معصومی، سعید شب خیز، هانیه معصومی، محمدرضا نوروزی، معصومه زبیری، سیده زهراحسینی، فاطمه شرف

استان همدان

مدیر اجرایی: یاسر زارع

پرسشگران: ایمان رادیان، کیوان ملکی، وحید موفی کیا، مرتضی عبدالحسینی، حسین جعفری، رضا مختاری پور

استان یزد

مدیر اجرایی: دکتر منوچهر علی‌نژاد

پرسشگران: فاطمه رضایی، مهیا سلیمی، معصومه اخترنسب، مسلم دهقان، لیلا آقاخانی، آزاده رستگار، اعظم قانعی، رقیه جعفری، فاطمه نوبرانی

فهرست مطالب

پیشگفتار ۲۰
یافته ها در یک نگاه ۲۳
فصل اول: اوقات فراغت ۵۰
فصل دوم: کتاب و کتاب‌خوانی ۵۲
فصل سوم: مطالعه نشریات (روزنامه و مجله) ۶۶
فصل چهارم: گوش دادن به رادیو ۷۶
فصل پنجم: تماشای تلویزیون ۸۳
فصل ششم: تلویزیون های خارجی (ماهواره) ۸۷
فصل هفتم: دستگاه‌های صوتی و تصویری ۹۱
فصل هشتم: شنیدن موسیقی ۱۰۴
فصل نهم: رایانه، اینترنت، تلفن همراه و تبلت ۱۰۹
فصل دهم: رفتن به سینما و تئاتر ۱۲۲
فصل یازدهم: فعالیت‌های مذهبی ۱۲۶
فصل دوازدهم: فعالیت‌های تفریحی و اجتماعی ۱۴۰
فصل سیزدهم: فعالیت‌های هنری و دستی ۱۵۲
فصل چهاردهم: فعالیت‌های ورزشی ۱۷۰
فصل پانزدهم: بازی ها ۱۷۹
فصل شانزدهم: سفر به مناطق کشور ۱۸۶

فهرست جداول

جدول ۱- ۱. زمان فراغت جوانان و سایر گروه های سنی در روزهای معمول هفته ۵۰
نمودار ۱- ۱. زمان فراغت جوانان و سایر گروه های سنی در روزهای معمول هفته ۵۰
جدول ۱- ۲. زمان فراغت جوانان و سایر گروه های سنی در روزهای تعطیل و آخر هفته ۵۱
نمودار ۱- ۲. زمان فراغت جوانان و سایر گروه های سنی در روزهای تعطیل و آخر هفته ۵۱
جدول ۲- ۱. وضعیت کتابخوانی ۵۲
جدول ۲- ۲. وضعیت مطالعه کتابهای الکترونیک ۵۳
جدول ۲- ۳. مقایسه مطالعه کتاب کاغذی و الکترونیکی ۵٤
جدول ۲- ٤. مطالعهٔ کتابهای درسی و غیر درسی ۵۵
جدول ۲- ۵. میزان مطالعه کتابهای غیر درسی در طول هفته ۵٦
جدول ۲- ٦. کتابهای خریداری شده در طول سال ۵۷
جدول ۲- ۷. امانت گرفتن کتاب از بیرون منزل ۵۸
جدول ۲- ۸. محل امانت گرفتن کتاب ۵۹
جدول ۲- ۹. دفعات امانت گرفتن کتاب ٦۰
جدول ۲- ۱۰. تعداد کتابهای امانت گرفته شده در طول سال ٦۱
جدول ۲- ۱۱. تعداد کتابهای غیردرسی در خانه ٦۲
جدول ۲- ۱۲. انواع کتابهای مورد مطالعه ٦۳
جدول ۲- ۱۳. نوع کتابهایی که در دست مطالعه دارند ٦٤
جدول ۳- ۱. مطالعه روزنامه و مجله ٦٦
جدول ۳- ۲. مطالعه الکترونیکی روزنامه یا مجله ٦۷
جدول ۳- ۳. مقایسه مطالعه کاغذی و الکترونیکی روزنامه ها و مجلات ٦۸
جدول ۳- ٤. میزان مطالعه روزنامه ها و مجلات در طول هفته ٦۹
جدول ۳- ۵. محل مطالعه روزنامه و مجله ۷۰
جدول ۳- ٦. دفعات مطالعه روزنامه و مجله ۷۱
جدول ۳- ۷. روزنامه مورد مطالعه ۷۲
جدول ۳- ۸. صفحه روزنامه مورد مطالعه ۷٤
جدول ٤- ۱. گوش دادن به رادیو ۷٦
جدول ٤- ۲. متوسط ساعات گوش دادن به رادیو در شبانه روز ۷۷

جدول ٤- ٣. محل گوش دادن به رادیو ٧٨
جدول ٤- ٤. رادیوهای ایرانی مورد علاقه ٧٩
جدول ٤- ٥. گوش دادن به رادیوهای خارجی ٨٠
جدول ٤- ٦. متوسط ساعات گوش دادن به رادیو خارجی در شبانه روز ٨١
جدول ٤- ٧. رادیوهای خارجی مورد علاقه ٨١
جدول ٤- ٨. گوش دادن به رادیوهای اینترنتی خارجی ٨٢
جدول ٥- ١. تماشای تلویزیون ٨٣
جدول ٥- ٢. متوسط ساعات تماشای تلویزیون در شبانه روز ٨٤
جدول ٥- ٣. همراهان در تماشای تلویزیون ٨٥
جدول ٥- ٤. شبکه های تلویزیونی ایرانی مورد علاقه ٨٥
جدول ٦- ١. تماشای ماهواره ٨٧
جدول ٦- ٢. متوسط ساعات تماشای ماهواره در شبانه روز ٨٨
جدول ٦- ٣. شبکه های ماهواره ای مورد علاقه ٨٩
جدول ٦- ٤. تماشای اینترنتی تلویزیون های خارجی ٩٠
جدول ٧- ٥. دستگاه های صوتی تصویری مورد علاقه ٩١
جدول ٧- ٦. استفاده از دستگاه های صوتی تصویری ٩٢
جدول ٧- ٧. استفاده از دستگاه های صوتی تصویری جهت تماشای فیلمهای ایرانی یا خارجی ٩٤
جدول ٧- ٨. متوسط ساعات استفاده از دستگاه‌های صوتی و تصویری در شبانه روز ٩٥
جدول ٧- ٩. برنامه های شنیداری مورد استفاده به وسیله دستگاه های صوتی تصویری ٩٦
جدول ٧- ١٠. برنامه های دیداری مورد استفاده به وسیله دستگاه های صوتی تصویری ٩٧
جدول ٧- ١١. تماشای سریال های خانگی ایرانی ٩٨
جدول ٧- ١٢. سریال های مورد علاقه ٩٩
جدول ٧- ١٣. تماشای سریال های خارجی ١٠٠
جدول ٧- ١٤. سریالهای خارجی مورد علاقه ١٠١
جدول ٧- ١٥. شیوه تهیه فیلم و سریال ١٠٢
جدول ٨- ١. شنیدن موسیقی ١٠٤
جدول ٨- ٢. متوسط ساعات گوش دادن موسیقی در شبانه روز ١٠٥
جدول ٨- ٣. سبک موسیقی مورد علاقه ١٠٦
جدول ٨- ٤. محل موسیقی شنیدن ١٠٧
جدول ٨- ٥. شیوه تهیه موسیقی ١٠٨

جدول ۹- ۱. استفاده از کامپیوتر/ لپ تاپ ۱۰۹
جدول ۹- ۲. استفاده از کامپیوتر در ساعات غیرکاری در شبانه روز ۱۱۰
جدول ۹- ۳. انواع استفاده از کامپیوتر ۱۱۱
جدول ۹- ٤. استفاده از اینترنت ۱۱۲
جدول ۹- ۵. متوسط ساعات استفاده از اینترنت در شبانه روز ۱۱۳
جدول ۹- ٦. نوع استفاده از اینترنت ۱۱٤
جدول ۹- ۷. استفاده از تلفن همراه ۱۱٦
جدول ۹- ۸. نوع تلفن همراه پاسخگویان ۱۱۷
جدول ۹- ۹. تعداد ساعات استفاده از تلفن همراه در شبانه روز ۱۱۸
جدول ۹- ۱۰. نوع استفاده از موبایل ۱۱۹
جدول ۹- ۱۱. استفاده از تبلت ۱۲۰
جدول ۹- ۱۲. نوع استفاده از تبلت ۱۲۱
جدول ۱۰- ۱. دفعات رفتن به سینما در طول سال ۱۲۲
جدول ۱۰- ۲. فیلمهای مورد علاقه ۱۲۳
جدول ۱۰- ۳. دفعات رفتن به تئاتر در طول سال ۱۲٤
جدول ۱۰- ٤. رفتن به سینما و تئاتر به صورت انفرادی یا با همراهی دیگران ۱۲۵
جدول ۱۱- ۱. شرکت در مجالس جشن و سرور مذهبی/ مولودی ۱۲٦
جدول ۱۱- ۲. شرکت در روضه و عزاداری ۱۲۷
جدول ۱۱- ۳. شرکت در سخنرانی دینی ۱۲۸
جدول ۱۱- ٤. شرکت در جلسات دعا ۱۲۸
جدول ۱۱- ۵. شرکت در جلسات قرآن ۱۲۹
جدول ۱۱- ٦. شرکت در نماز جماعت در مسجد یا حسینیه ۱۳۱
جدول ۱۱- ۷. شرکت در نماز جماعت در محل کار و تحصیل ۱۳۱
جدول ۱۱- ۸. شرکت در زیارت اهل قبور ۱۳۲
جدول ۱۱- ۹. شرکت در زیارتگاه و امامزاده ۱۳۳
جدول ۱۱- ۱۰. خواندن قرآن در منزل ۱۳۳
جدول ۱۱- ۱۱. برگزاری مراسم سفره نذری یا پخش غذای نذری در منزل ۱۳٤
جدول ۱۱- ۱۲. برگزاری مراسم و مجالس مذهبی در منزل ۱۳۵
جدول ۱۱- ۱۳. انواع مراسم و مجالس مذهبی که در منزل برگزار می شود ۱۳٦
جدول ۱۱- ۱٤. دفعات برگزاری مراسم مذهبی ۱۳۸

جدول ۱۲- ۱. برگزاری جشن تولد برای اعضای خانواده در سال گذشته ۱٤۰
جدول ۱۲- ۲. شرکت افرادی غیر از اعضای خانواده در مراسم جشن تولد ۱٤۱
جدول ۱۲- ۳. عضویت یا فعالیت در تشکل ها ۱٤۳
جدول ۱۲- ٤. وضعیت رفتن به قهوه خانه ۱٤٤
جدول ۱۲- ٦. وضعیت رفتن به کافی شاپ ۱٤٤
جدول ۱۲- ۵. وضعیت رفتن به پارک و مراکز تفریحی ۱٤۵
جدول ۱۲- ۷. وضعیت گردش یا قدم زدن در بازار و خیابان ۱٤۵
جدول ۱۲- ۸. وضعیت کوهنوردی و طبیعت‌گردی ۱٤٦
جدول ۱۲- ۹. وضعیت رفتن به مراکز بزرگ خرید ۱٤۷
جدول ۱۲- ۱۰. وضعیت خیابان گردی با اتومبیل ۱٤۷
جدول ۱۲- ۱۱. وضعیت رفتن به شهربازی ۱٤۸
جدول ۱۲- ۱۲. وضعیت رفت و آمد با اقوام و خویشان ۱٤۸
جدول ۱۲- ۱۳. وضعیت رفت و آمد با همسایگان ۱٤۹
جدول ۱۲- ۱٤. وضعیت رفت و آمد با دوستان ۱۵۰
جدول ۱۲- ۱۵. وضعیت رفت و آمد با همکاران ۱۵۰
جدول ۱۳- ۱. انجام فعالیت‌های هنری و دستی به عنوان سرگرمی و تفنن ۱۵۲
جدول ۱۳- ۲. وضعیت شرکت در کنسرت موسیقی ۱۵۳
جدول ۱۳- ۳. وضعیت شرکت در مراسم بزرگداشت شخصیت‌های فرهنگی و علمی ۱۵٤
جدول ۱۳- ٤. وضعیت شرکت در جشن‌های ملی و مذهبی ۱۵٤
جدول ۱۳- ۵. وضعیت شرکت در گالری‌های آثار هنری ۱۵۵
جدول ۱۳- ٦. وضعیت شرکت در سمینارها و همایش‌های علمی و تخصصی ۱۵٦
جدول ۱۳- ۷. وضعیت شرکت در موزه‌ها یا مراکز تاریخی و باستانی ۱۵٦
جدول ۱۳- ۸. وضعیت شرکت در جشنواره‌های فیلم و فعالیت‌های هنری ۱۵۷
جدول ۱۳- ۹. وضعیت شرکت در مراسم و جشن‌های کمک به نیازمندان و امور خیریه ۱۵۸
جدول ۱۳- ۱۰. وضعیت شرکت در مراسم و جشن‌های تجلیل از افراد خدوم ۱۵۸
جدول ۱۳- ۱۱. وضعیت شرکت در نمایشگاه‌های کتاب و مطبوعات ۱۵۹
جدول ۱۳- ۱۲. وضعیت شرکت در نمایشگاه‌های صنایع دستی ۱٦۰
جدول ۱۳- ۱۳. وضعیت شرکت در سایر نمایشگاه‌ها ۱٦۰
جدول ۱۳- ۱٤. میزان زمان صرف شده در طول هفته برای نقاشی، گرافیک و کاریکاتور ۱٦۱
جدول ۱۳- ۱۵. میزان زمان صرف شده در طول هفته برای خطاطی ۱٦۱

جدول ۱۳– ۱٦. میزان زمان صرف شده در طول هفته برای معرق، منبت و خاتم کاری ۱٦۲
جدول ۱۳– ۱۷. میزان زمان صرف شده در طول هفته برای گل دوزی، منجوق دوزی و ملیله دوزی ... ۱٦۲
جدول ۱۳– ۱۸. میزان زمان صرف شده در طول هفته برای خیاطی، بافتنی و قلاب دوزی..... ۱٦۳
جدول ۱۳– ۱۹. میزان زمان صرف شده در طول هفته برای عکاسی ۱٦۳
جدول ۱۳– ۲۰. میزان زمان صرف شده در طول هفته برای فیلم برداری..... ۱٦۳
جدول ۱۳– ۲۱. میزان زمان صرف شده در طول هفته برای فرش، گلیم و جاجیم بافی..... ۱٦٤
جدول ۱۳– ۲۲. میزان زمان صرف شده در طول هفته برای مجسمه سازی ۱٦٤
جدول ۱۳– ۲۳. میزان زمان صرف شده در طول هفته برای تئاتر..... ۱٦٤
جدول ۱۳– ۲٤. میزان زمان صرف شده در طول هفته برای آواز و نواختن ساز..... ۱٦٥
جدول ۱۳– ۲٥. میزان زمان صرف شده در طول هفته برای سفال گری ۱٦٥
جدول ۱۳– ۲٦. میزان زمان صرف شده در طول هفته برای سفره آرایی..... ۱٦٥
جدول ۱۳– ۲۷. میزان زمان صرف شده در طول هفته برای شیرینی پزی ۱٦۷
جدول ۱۳– ۲۸. میزان زمان صرف شده در طول هفته برای پرورش گل و گیاه..... ۱٦۷
جدول ۱۳– ۲۹. میزان زمان صرف شده در طول هفته برای حصیربافی..... ۱٦۷
جدول ۱۳– ۳۰. میزان زمان صرف شده در طول هفته برای پشم یا نخ ریسی ۱٦۸
جدول ۱۳– ۳۱. میزان زمان صرف شده در طول هفته برای سایر فعالیت های هنری و دستی ۱٦۸
جدول ۱۳– ۳۲. میانگین ساعات صرف شده برای هریک از فعالیت های هنری ۱٦۹
جدول ۱٤– ۱. میزان انجام ورزش..... ۱۷۰
جدول ۱٤– ۲. تعداد ساعات ورزش کردن در طول هفته ۱۷۱
جدول ۱٤– ۳. عضویت در کلوپ یا تیم ورزشی ۱۷۲
جدول ۱٤– ٤. حضور در اماکن، سالنها و میدان‌های ورزشی برای تماشای ورزش..... ۱۷۳
جدول ۱٤– ٥. تماشای ورزش از تلویزیون ۱۷٤
جدول ۱٤– ٦. تعداد ساعات حضور در اماکن ورزشی در هفته ۱۷٥
جدول ۱٤– ۷. انواع ورزش هایی که انجام می شود..... ۱۷٦
جدول ۱٤– ۸. محل های انجام ورزش ۱۷۸
جدول ۱٥– ۱. بازی کردن ۱۷۹
جدول ۱٥– ۲. انواع بازی ها..... ۱۸۰
جدول ۱٥– ۳. به کلوپ و مراکزی خارج از منزل برای بازی ۱۸۱
جدول ۱٥– ٤. ساعات بازی با کنسول در هفته..... ۱۸۲
جدول ۱٥– ٥. ساعات بازی با کامپیوتر، تبلت و تلفن همراه در هفته..... ۱۸۲

جدول ۱۵- ٦. ساعات بازی شطرنج در هفته ۱۸۲
جدول ۱۵- ۷. ساعات بازی با کارت‌های بازی بزرگسالان (پاسور) در هفته ۱۸۳
جدول ۱۵- ۸. ساعات بازی با انواع کارت‌ها و اسباب بازی کودکان در هفته ۱۸۳
جدول ۱۵- ۹. ساعات بازی با لگو و پازل در هفته ۱۸٤
جدول ۱۵- ۱۰. ساعات بازی با تخته نرد در هفته ۱۸٤
جدول ۱۵- ۱۱. ساعات بازی با فوتبال دستی در هفته ۱۸٤
جدول ۱۵- ۱۲. میانگین ساعات صرف شده برای هریک از بازی ها ۱۸۵
جدول ۱٦- ۱. سفر در سال گذشته جهت تفریح، زیارت یا دیدن اقوام و آشنایان ۱۸٦
جدول ۱٦- ۲. دفعات سفر در سال گذشته ۱۸۷
جدول ۱٦- ۳. مقصود از سفر ۱۸۸
جدول ۱٦- ٤. مقصد سفر ۱۸۹

فهرست نمودارها

نمودار ۲- ۱. وضعیت کتابخوانی ۵۲
نمودار ۲- ۲. وضعیت مطالعه کتابهای الکترونیک ۵۳
نمودار ۲- ۳. مقایسه مطالعه کتاب کاغذی و الکترونیکی ۵٤
نمودار ۲- ٤. مطالعهٔ کتابهای درسی و غیر درسی ۵۵
نمودار ۲- ۵. میزان مطالعه کتابهای غیر درسی در طول هفته ۵٦
نمودار ۲- ٦. کتابهای خریداری شده در طول سال ۵۷
نمودار ۲- ۷. امانت گرفتن کتاب از بیرون منزل ۵۸
نمودار ۲- ۸. محل امانت گرفتن کتاب ۵۹
نمودار ۲- ۹. تعداد کتابهای امانت گرفته شده در طول سال ٦۱
نمودار ۲- ۱۰. تعداد کتابهای غیردرسی در خانه ٦۲
نمودار ۳- ۱. مطالعه روزنامه و مجله ٦٦
نمودار ۳- ۲. مطالعه الکترونیکی روزنامه یا مجله ٦۷
نمودار ۳- ۳. مقایسه مطالعه کاغذی و الکترونیکی روزنامه ها و مجلات ٦۸
نمودار ۳- ٤. میزان مطالعه روزنامه ها و مجلات در طول هفته ٦۹
نمودار ۳- ۵. محل مطالعه روزنامه و مجله ۷۰
نمودار ٤- ۱. گوش دادن به رادیو ۷٦
نمودار ٤- ۲. متوسط ساعات گوش دادن به رادیو در شبانه روز ۷۷
نمودار ٤- ۳. محل گوش دادن به رادیو ۷۸
نمودار ٤- ٤. گوش دادن به رادیوهای خارجی ۸۰
نمودار ٤- ۵. گوش دادن به رادیوهای اینترنتی خارجی ۸۲
نمودار ۵- ۱. تماشای تلویزیون ۸۳
نمودار ۵- ۲. متوسط ساعات تماشای تلویزیون در شبانه روز ۸٤
نمودار ٦- ۱. تماشای ماهواره ۸۷
نمودار ٦- ۲. متوسط ساعات تماشای ماهواره در شبانه روز ۸۸
نمودار ٦- ۳. تماشای اینترنتی تلویزیون های خارجی ۹۰
نمودار ۷- ۱. استفاده از دستگاه های صوتی تصویری جهت تماشای فیلمهای ایرانی یا خارجی ۹٤
نمودار ۷- ۲. متوسط ساعات استفاده از دستگاه‌های صوتی و تصویری در شبانه روز ۹۵

نمودار ۷- ۳. تماشای سریال های خانگی ایرانی ۹۸
نمودار ۷- ٤. تماشای سریال های خارجی ۱۰۰
نمودار ۸- ۱. شنیدن موسیقی ۱۰٤
نمودار ۸- ۲. متوسط ساعات گوش دادن موسیقی در شبانه روز ۱۰۵
نمودار ۹- ۳. استفاده از کامپیوتر/ لپ تاپ ۱۰۹
نمودار ۹- . استفاده از کامپیوتر در ساعات غیرکاری در شبانه روز ۱۱۰
نمودار ۹- ٤. استفاده از اینترنت ۱۱۲
نمودار ۹- ۵. متوسط ساعات استفاده از اینترنت در شبانه روز ۱۱۳
نمودار ۹- ٦. استفاده از تلفن همراه ۱۱٦
نمودار ۹- ۷. نوع تلفن همراه پاسخگویان ۱۱۷
نمودار ۹- ۸. تعداد ساعات استفاده از تلفن همراه در شبانه روز ۱۱۸
نمودار ۹- ۹. استفاده از تبلت ۱۲۰
نمودار ۱۰- ۱. دفعات رفتن به سینما در طول سال ۱۲۲
نمودار ۱۰- ۲. رفتن به سینما و تئاتر به صورت انفرادی یا با همراهی دیگران ۱۲۵
نمودار ۱۱- ۱. برگزاری مراسم سفره نذری یا پخش غذای نذری در منزل ۱۳۵
نمودار ۱۱- . برگزاری مراسم و مجالس مذهبی در منزل ۱۳٦
نمودار ۱۲- ۱. برگزاری جشن تولد برای اعضای خانواده در سال گذشته ۱٤۰
نمودار ۱۲- ۲. شرکت افرادی غیر از اعضای خانواده در مراسم جشن تولد ۱٤۱
نمودار ۱۳- ۱. انجام فعالیت‌های هنری و دستی به عنوان سرگرمی و تفنن ۱۵۲
نمودار ۱٤- ۱. میزان انجام ورزش ۱۷۰
نمودار ۱٤- ۲. تعداد ساعات ورزش کردن در طول هفته ۱۷۱
نمودار ۱٤- ۳. عضویت در کلوپ یا تیم ورزشی ۱۷۲
نمودار ۱٤- ٤. حضور در اماکن، سالنها و میدان‌های ورزشی برای تماشای ورزش ۱۷۳
نمودار ۱٤- ۵. تماشای ورزش از تلویزیون ۱۷٤
نمودار ۱٤- ٦. تعداد ساعات حضور در اماکن ورزشی در هفته ۱۷۵
نمودار ۱۵- ۱. بازی کردن ۱۷۹
نمودار ۱۵- ۲. به کلوپ و مراکزی خارج از منزل برای بازی ۱۸۱
نمودار ۱٦- ۱. سفر در سال گذشته جهت تفریح، زیارت یا دیدن اقوام و آشنایان ۱۸٦
نمودار ۱٦- ۲. دفعات سفر در سال گذشته ۱۸۷
نمودار ۱٦- ۳. مقصود از سفر ۱۸۸

پیشگفتار

فرهنگ در بستر حیات بشری و در پیوندی تنگاتنگ با وجود و زیستِ درونی و روحی انسان‌ها شکل می‌گیرد و پیوسته نیز دگرگون می‌شود. فرهنگ را از دیدگاه‌های مختلف می‌توان دید؛ گاه به عنوان حوزه نمادین حیات بشری موضوع تحلیل منطقی قرار می‌گیرد و پیوند میان عقاید، ارزش‌های گوناگون، قواعد حاکم بر ساخت، تحول و تغییر و رابطهٔ آنها با حیات اجتماعی و تعامل افراد، نهادها و تأثیر دوسویهٔ فرهنگ و حیات اجتماعی بررسی می‌شود. رابطهٔ فرهنگ و فرد، بحث در چگونگی تأثیر فرهنگ در شکل دادن به شخصیت و از سوی دیگر، تأثیرپذیری فرهنگ از خلاقیت و استعدادها و نیازهای افراد، ارتباط و رسانه‌ها و انتقال فرهنگ، ابعاد دیگری از مباحث مربوط به فرهنگ است.

اگر فرهنگ را در کلیتِ زیسته و متحول آن در تعامل با همهٔ اجزایی که بر آن اثر می‌گذارند و از آن تأثیر می‌پذیرند در نظر بگیریم، برای مفهومی نمودن آن می‌توان از مفهوم حیات فرهنگی در برابر حیات سیاسی، اجتماعی و اقتصادی سود جست.

برخلاف مفهوم فرهنگ که بر صورت‌های شکل‌گرفته و تثبیت‌شده (تولید شده) اطلاق می‌گردد (هنر، اخلاق و ...)، حیات فرهنگی ضمن در نظر گرفتن این صورت‌ها، به جریان تولید فرهنگ و پیوند آن با حیات معنوی آحاد بشر اشاره دارد.

امروزه انتقال فرهنگ از طریق رسانه‌ها، تأثیر رسانه‌ها بر رشد و توسعهٔ صورت‌های مشخصی از فرهنگ، نابسندگی آنها در انتقال بعضی از شکل‌های فرهنگی، محدودیت‌های ناخواسته و تأثیرپذیری خلاقیت فرهنگی در عصر توسعهٔ صنعت فرهنگی، از عوامل دست اندر کار آن وجوه دیگری از حیات فرهنگی جوامع است. حیات فرهنگی، فعالیت فرهنگی افراد و مشارکت آنها، نهادها، سازمان‌ها، تشکل‌ها، انگاره‌ها، روندها و تسهیلات فرهنگی را هم شامل می‌شود.

با توجه به این نکات، پیرامون فرهنگ اجتماعات مختلف، مفهوم حیات فرهنگی در توصیف ابعاد گوناگون مرتبط با فرهنگ، رسایی بیشتری دارد تا مفهوم فرهنگ، از این رو در توصیف وضعیت فرهنگ در یک شهر، روستا و یک جامعه، مفهومی است رسا که گسترهٔ وسیعی از شکل‌های نمادین، انگاره‌ها، فعالیت‌ها و روندهای مرتبط با آن را دربر می‌گیرد.

فعالیت فرهنگی یکی از مفاهیم کلیدی مرتبط با حیات فرهنگی است. این مفهوم در برابر مفهوم فعالیت سیاسی، فعالیت اقتصادی و تا حدی فعالیت اجتماعی قرار دارد. فعالیت فرهنگی پیرامون تولید، به کارگیری، انتقال، استفاده و مصرف معانی و نمادها و شکل دادن، تغییر و ارتقای حیات روحی و معنوی افراد شکل می‌گیرد.

اگر آن را از نگاهی سلبی تعریف کنیم، می‌توان آن را فعالیتی غیراقتصادی و سیاسی دانست؛ چنان که در درک

معمول هم چنین تلقی‌ای وجود دارد و به طور ضمنی فعالیت اجتماعی اختیاری را هم شامل می‌شود. مفهوم زمان فراغت هم که با فعالیت فرهنگی همبسته است، به زمانی اشاره دارد که فرد درگیر فعالیت اقتصادی و رسمی در نظام تقسیم کار نیست. این فعالیت در شکل‌های ناب و نوآورانهٔ آن به آفرینش فرهنگی می‌انجامد؛ کاری که هنرمندان، شاعران، فیلسوفان، اندیشمندان و پدیدآورندگان فرم‌های مکتوب، شنیداری و دیداری انجام می‌دهند. اما در شکل‌های معمول و مرسوم آن، فعالیتی را شامل می‌شود که هنرمند در آن با مصرف و استفاده از آنچه پدید آمده است، با امر فرهنگی آشنا می‌شود و با استفاده از آن به رشد و شکوفایی وجود خود یاری می‌رساند. آنچه به عنوان فرهیختگی از آن یاد می‌شود، می‌تواند دستاورد فعالیت فرهنگی از این نوع باشد و آنچه در اینجا بررسی می‌شود، همین بعد از فعالیت فرهنگی است (یعنی بعد مصرفی آن است تا تولیدی و ایجادی آن). این شکل از فعالیت، پیوند تنگاتنگی با زمان فراغت و امکانات فرهنگی دارد؛ از این رو می‌توان آن را به شکل «بررسی اوقات فراغت و نحوهٔ گذراندن آن» هم دید.

مصرف کالاهای فرهنگی، بعدی است از حیات فرهنگی که عمدتاً با توسعهٔ صنعت فرهنگ مرتبط است و در خصوص جوامع جدید بیشتر کاربرد دارد تا جوامع سنتی و بر استفاده از رسانه‌ها و وسایل فرهنگی (وسایلی که با آن فعالیتی فرهنگی انجام می‌شود) متمرکز می‌شود. مصرف کالاهای فرهنگی، در واقع بهره‌مندی از رسانه‌ها و برنامه‌های صوتی و تصویری و نوشتاری مانند رادیو، تلویزیون، مطبوعات، کتاب، موسیقی، سینما و تئاتر و خدمات ارائه‌شده توسط همین ابزارها و رسانه‌های اجتماعی است.

در فعالیت فرهنگی از هر نوع آن، یکی از عوامل عمده، زمان فراغت است. به بیان دیگر، تنها با فرض وجود زمان فراغت، فعالیت فرهنگی امکان‌پذیر است. فعالیتی که اعضای جامعه فارغ از اجبارهای محیط کار و الزامات زندگی، از طریق آن استعدادهای خود را توسعه بخشیده و در واقع شخصیت خود را گسترش می‌دهند. فعالیت‌هایی که هدف اقتصادی ندارند و بیشتر در راستای پیوند با دیگران (رابطهٔ اجتماعی)، تحقق امری اخلاقی، هنری، عام‌المنفعه و یا دینی به صورت اختیاری انجام می‌شود. اوقات فراغت در برابر زمانی قرار می‌گیرد که انسان در الزامات اجتماعی نظام تقسیم کار درگیر است.

پرسش‌های پژوهش

۱. جوانان ایرانی چه فعالیت‌های فرهنگی را انجام می‌دهند و به چه میزان؟

۲. جوانان ایرانی چه کالاهای فرهنگی را مصرف می‌کنند و به چه میزان؟

۳. جوانان ایرانی در روزهای عادی و تعطیل، چه میزان اوقات فراغت دارند و عموماً آن‌را چگونه می‌گذرانند؟

۴. فعالیتهای فرهنگی و مصرف فرهنگی جوانان با سایر گروه های سنی چه تفاوت هایی دارد؟

روش شناسی

این پژوهش در پی بررسی رفتارهای فرهنگی جوانان ایرانی و شناسایی نیازهای فرهنگی و به عبارت دقیق‌تر میزان مصرف کالاهای فرهنگی آنهاست. از نظر هدف، کاربردی بوده و از نظر زمانی، از نوع مقطعی می‌باشد. از نظر گستره، از نوع پهنانگر می‌باشد. در این پژوهش در دو سطح توصیفی و تحلیلی و با بهره‌گیری از پارادایم مطرح در چهارچوب نظری، یافته‌های به‌دست‌آمده ارائه شده است.

داده‌های پژوهش اصلی به شیوهٔ پیمایش گردآوری شده است. به‌عبارت دیگر، اطلاعات مربوط به شهروندان ایرانی از طریق پرسشنامهٔ ساختاریافته به‌صورت مصاحبهٔ رودرو، جمع‌آوری شده است. اما روش تحقیق جاری، تحلیل ثانویه بر داده های پیمایش اصلی است. تحلیل ثانویه عبارتست از تحلیل بر روی یافته‌های یک تحقیق، از نقطه‌نظری که متفاوت با اهداف اصلی آن تحقیق باشد اما قابلیت تعمیم‌پذیری و اعتبار حفظ شده باشد.

پرسشنامهٔ مورد استفاده در این پژوهش، از این بخش‌های اصلی تشکیل شده است: مشخصات پاسخگو، میزان اوقات فراغت، مصرف کالاهای فرهنگی، هزینه‌های اختصاص یافته در بهره‌مندی از امکانات فرهنگی و کالاهای فرهنگی و رفتارها و فعالیت‌های فرهنگی.

جمعیت آماری پژوهش اولیه، شامل تمامی افراد ۱۵ سال به بالای ساکن شهر و روستاهای کشور می‌شود. در این تحقیق که به صورت تحلیل ثانویه انجام شده و نتایج آن ارائه می‌شود، جوانان -گروه سنی ۱۸ تا ۳۵ سال- در شهرها و روستاهای کشور مورد بررسی قرار گرفته‌اند. همچنین نمونه‌گیری دو مرحله‌ای استفاده شده است. واحد نمونهٔ مرحلهٔ اول یک یا چند بلوک شهری یا یک آبادی است و واحد نمونهٔ مرحلهٔ دوم، واحد آماری یا افراد واجد شرایط می‌باشد. واحدهای نمونه مرحلهٔ نخست در هر یک از سطوح جغرافیایی مورد نظر به روش احتمال متناسب با بزرگی واحد (p.p.s) به روش نظام‌مند و سیستماتیک خطی انتخاب شده‌اند. تعداد نمونه نیز متناسب با جمعیت است. مثلاً در شهرهای مرکز استان که جمعیت بیشتری دارند باید به نسبت شهرهای مرکز استان با جمعیت کمتر، نمونه بیشتری اختصاص یابد. تعداد نمونه در این بررسی ۱۵۶۰۶ نفر در ۳۱ استان کشور هستند. گروه سنی جوان -طبق تعریف وزارت ورزش و جوانان- شامل سنین ۱۸ تا ۳۵ سال می‌شود و در این تحقیق شامل نمونهٔ ۶۳۳۸ نفری می‌باشد.

جمع‌آوری داده‌ها به مدت یک ماه در نیمهٔ دوم فروردین و نیمهٔ نخست اردیبهشت ۱۳۹۸ با مراجعه به درِ منزل واحدهای نمونه انجام شده است. برای توصیف داده‌ها از درصد و میانگین و برای تحلیل داده‌ها از جدول‌های تقاطعی در متغیرهای اسمی و مقایسهٔ میانگین در متغیرهای فاصله‌ای استفاده شد. درخصوص جداول مربوط به پرسش‌های چندپاسخی (که هم فراوانی و هم درصد آورده شده است) اشاره می‌شود که درصدها نسبت پاسخگویان محاسبه شده است. به بیان دیگر، اگر امکان درج سه پاسخ وجود داشته است تعداد پاسخگویان نیز در این پرسش‌ها به سه برابر افزایش خواهد یافت.

یافته ها در یک نگاه

در این پژوهش رفتارهای فرهنگی شهروندان ایرانی و شناسایی نیازهای فرهنگی و به عبارت دقیق‌تر میزان مصرف کالاهای فرهنگی و فعالیت های فرهنگی آنان بررسی گردید. در موضوع اوقات فراغت مشخص شد ۱۱,۹ درصد از جوانان تا یک ساعت در شبانه روز، وقت آزاد و فراغت دارند. این میزان در ۱۹,۷ درصد از آنان تا دو ساعت، در ۱۷,۷ درصد از آنان تا سه ساعت، در ۱۵,۳ درصد از آنان تا چهار ساعت، در ۱۲,۲ درصد از آنان تا پنج ساعت، در ۱۱,۲ درصد از آنان تا هفت ساعت، در ۱۲,۰ درصد از آنان بیش از هفت ساعت می باشد.میانگین فراغت جوانان در طول روز، به طور معناداری کمتر از سایر گروه های سنی می باشد.

در روزهای تعطیل و آخر هفته، ۷,۵ درصد از جوانان تا یک ساعت وقت آزاد و فراغت دارند.این میزان در ۸,۲ درصد از آنان تا دو ساعت، در ۹,۲ درصد از آنان تا سه ساعت، در ۱۰,۷ درصد از آنان تا چهار ساعت، در ۱۳,۰ درصد از آنان تا پنج ساعت، در ۱۰,۱ درصد از آنان تا شش ساعت، در ۶,۴ درصد از آنان تا هفت ساعت، در ۹,۵ درصد از آنان تا هشت ساعت، در ۱۲,۹ درصد از آنان تا ده ساعت، در ۱۲,۴ درصد از آنان بیش از ده ساعت می باشد.میانگین فراغت جوانان در روزهای تعطیل و آخر هفته، تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.

در موضوع کتاب و کتابخوانی، از مطالعهٔ انواع کتاب، میزان مطالعهٔ کتاب، امانت کتاب، خرید کتاب و داشتن آن در منزل پرسش شد.۵۵,۶ درصد از جوانان کتاب میخوانند. این میزان در سایر گروه های سنی، ۴۰,۵ درصد است. تفاوت میان دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی از نظر آماری، معنادار است. ۴۹,۲ درصد از جوانان کتاب الکترونیکی میخوانند. این میزان در سایر گروه های سنی، ۳۶,۱ درصد است. تفاوت میان دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی از نظر آماری، معنادار است. ۵۱,۱ درصد از جوانان کتابهای الکترونیکی را بیش از کتابهای کاغذی مطالعه می کنند. این میزان در سایر گروه های سنی، ۴۰,۷ درصد است. تفاوت میان دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی از نظر آماری، معنادار است.

۷۱,۰ درصد از جوانان کتابهای غیر درسی میخوانند. این میزان در سایر گروه های سنی، ۷۷,۹ درصد است. تفاوت میان دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی از نظر آماری، معنادار است. درمورد میزان مطالعه کتابهای غیر درسی ۲۸,۰ درصد از جوانان تا یکساعت در هفته، کتاب غیر درسی می خوانند. این میزان در ۲۴,۴ درصد از آنان تا دوساعت، در ۲۳,۷ درصد از آنان تا چهار ساعت، در ۲۳,۹ درصد از آنان بیش از چهار ساعت می باشد.میانگین مطالعه غیر درسی جوانان در طول هفته، تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.

درمورد میزان کتابهای خریداری شده در طول سال، ۳۳,۰ درصد از جوانان تا دو جلد در سال، کتاب کاغذی و الکترونیکی می خرند. این میزان در ۳۵,۱ درصد از آنان تا پنج جلد، در ۳۱,۹ درصد از آنان بیش از پنج جلد می باشد.میانگین تعداد جلد کتابهایی که جوانان در طول سال خریداری می کنند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد. در موضوع امانت گرفتن کتاب از بیرون منزل، ۵۵,۸ درصد از جوانان از بیرون منزل هم کتاب به امانت می گیرند. این میزان در سایر گروه های سنی، ۴۹,۱ درصد است. تفاوت میان دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی از نظر آماری، معنادار است.

درمورد محلی که کتابها به امانت گرفته می شود، ۴۷,۶ درصد از جوانان، بیشتر از کتابخانه عمومی کتاب امانت می گیرند. ۲۰,۰ درصد از آنان از کتابخانه محل تحصیل و ۳۲,۴ درصد از آنان از دوستان و آشنایان کتاب به امانت می گیرند. این مقادیر در سایر گروه های سنی به ترتیب ۴۸,۸ درصد، ۱۶,۹ درصد و ۳۴,۳ درصد است.جوانان بیشتر تمایل دارند از کتابخانه محل تحصیل کتاب به امانت بگیرند.تفاوت میان دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی از نظر آماری معنادار نیست.

در زمینه دفعات به امانت گرفتن کتاب، ۶,۰ درصد از جوانان هر هفته کتاب امانت می گیرند. این میزان در ۲۳,۱ درصد از آنان هر ماه، در ۳۷,۴ درصد از آنان هر دو سه ماه، در ۱۷,۶ درصد از آنان شش ماه یکبار، در ۱۱,۰ درصد از آنان سالی یکبار، در ۴,۸ درصد از آنان چند سال یکبار می باشد.دو گروه مورد مقایسه، رفتار مشابهی از این نظر دارند.

در موضوع تعداد کتابهایی که سالانه به امانت گرفته می شود، ۶۳,۵ درصد از جوانان تا پنج جلد کتاب در طول سال امانت می گیرند. این میزان در ۳۶,۵ درصد از آنان بیش از پنج جلد می باشد.میانگین تعداد جلد کتابهایی که جوانان در طول سال امانت می گیرند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.

در موضوع تعداد کتابهای غیر درسی که در خانه وجود دارد، ۸,۴ درصد از جوانان تا دو جلد در خانه شان کتاب غیر درسی دارند. این میزان در ۱۶,۱ درصد از آنان تا پنج جلد، ۱۶,۹ درصد از آنان تا ده جلد، ۲۱,۷ درصد از آنان تا سی جلد، ۳۷,۰ درصد از آنان بیش از سی جلد می باشد.میانگین تعداد جلد کتابهای غیر درسی که جوانان در منزلشان دارند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.

نوع کتابهایی که مورد مطالعه قرار می گیرد از دیگر محورهای مورد گفتگو با پاسخگویان بود. ۶,۴ درصد از جوانان کتاب های کودکان و نوجوانان مطالعه می کنند. ۱۷,۵ درصد از ایشان، کتاب های ادبیات و شعر، ۴۵,۶ درصد از ایشان، کتاب های رمان و داستان، ۱۷,۹ درصد از ایشان، کتاب های تاریخی، ۱۶,۴ درصد از ایشان، کتاب های معارف دینی، ۲,۴ درصد از ایشان، کتاب های مرجع، ۸,۴ درصد از ایشان، کتاب های هنر و حرفه،

۲۷,۵ درصد از ایشان، کتاب های تخصصی، ۲۶,۶ درصد از ایشان، کتاب های روانشناسی و تربیتی، ۱۲,۹ درصد از ایشان، کتاب های اجتماعی و سیاسی، ۶,۵ درصد از ایشان، کتاب های زندگی نامه، ۲,۰ درصد از ایشان، کتاب های علوم غریبه، ۹,۹ درصد از ایشان، کتاب های بهداشت و سلامت مطالعه می کنند. بیشترین میزان مطالعه کتب در جوانان ۴۵,۶ درصد و مربوط به کتب رمان و داستان می باشد که مشابه با وضعیت آن در سایر گروه های سنی است.سایر گروه های سنی نیز بیشتر کتابهای رمان و داستان می خوانند.

در پرسش بعد مطرح شد دو موضوع کتابهایی را که در دست مطالعه دارند بیان کنند. ۵,۱ درصد از جوانان کتاب های کودکان و نوجوانان مطالعه می کنند. ۱۳,۴ درصد از ایشان، کتاب های ادبیات و شعر، ۴۰,۹ درصد از ایشان، کتاب های رمان و داستان، ۱۴,۳ درصد از ایشان، کتاب های تاریخی، ۱۲,۶ درصد از ایشان، کتاب های معارف دینی، ۱,۹ درصد از ایشان، کتاب های مرجع، ۶,۳ درصد از ایشان، کتاب های هنر و حرفه، ۲۴,۳ درصد از ایشان، کتاب های تخصصی، ۲۱,۰ درصد از ایشان، کتاب های روانشناسی و تربیتی، ۹,۶ درصد از ایشان، کتاب های اجتماعی و سیاسی، ۴,۹ درصد از ایشان، کتاب های زندگی نامه، ۱,۱ درصد از ایشان، کتاب های علوم غریبه، ۷,۷ درصد از ایشان، کتاب های بهداشت و سلامت مطالعه می کنند. بیشترین میزان کتابهایی که در دست مطالعه است در جوانان ۴۰,۹ درصد و مربوط به کتب رمان و داستان می باشد که مشابه با وضعیت آن در سایر گروه های سنی است.سایر گروه های سنی نیز بیشتر کتابهای رمان و داستان در دست مطالعه دارند.

در فصل سوم از پاسخگویان دربارهٔ نوع مجله و روزنامه، میزان مطالعهٔ روزنامه و مجله، مکان خواندن و خریداری آن پرسش شد.۳۰,۷ درصد از جوانان روزنامه یا مجله می خوانند. این میزان در سایر گروه های سنی، ۲۶,۸ درصد است. تفاوت میان دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی از نظر آماری، معنادار است. ۴۹,۰ درصد از جوانان به صورت الکترونیکی روزنامه یا مجله می خوانند. این میزان در سایر گروه های سنی، ۳۸,۳ درصد است. تفاوت میان دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی از نظر آماری، معنادار است.

۵۳,۲ درصد از جوانان روزنامه ها و مجلات الکترونیکی را بیش از روزنامه ها و مجلات کاغذی مطالعه می کنند. این میزان در سایر گروه های سنی، ۳۹,۴ درصد است. تفاوت میان دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی از نظر آماری، معنادار است. ۵۸,۲ درصد از جوانان تا یک ساعت در هفته، روزنامه و مجله می خوانند. این میزان در ۴۱,۸ درصد از آنان بیش از یک ساعت می باشد.میانگین مطالعه روزنامه و مجله در جوانان در طول هفته، به طور معناداری کمتر از سایر گروه های سنی می باشد. ۸۳,۶ درصد از جوانان در خانه، روزنامه و مجله می خوانند. این میزان در سایر گروه های سنی۷۹,۹ درصد است. تفاوت میان دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی از نظر آماری، معنادار است.

۱۹,۴ درصد از جوانان هر روز روزنامه یا مجله می خوانند. زمان مطالعه روزنامه یا مجله در ۲۱,۲ درصد از آنان هفته ای دو سه بار، در ۲۱,۰ درصد از آنان هفته ای یکبار، در ۱۷,۷ درصد از آنان ماهی دو سه بار، در ۱۲,۷ درصد از آنان ماهی یکبار، در ۳,۳ درصد از آنان دو سه ماه یکبار، در ۲,۵ درصد از آنان شش ماه یکبار، در ۲,۲ درصد از آنان سالی یکبار می باشد.جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند.

از پاسخگویان درمورد نام روزنامه مورد مطالعه پرسیده شد. ۱۴,۶ درصد از جوانان روزنامه همشهری مطالعه می کنند. ۱۷,۸ درصد از ایشان ورزشی، ۱۲,۹ درصد از ایشان روزنامه محلی، ۷,۴ درصد از ایشان خراسان، ۹,۲ درصد از ایشان جام جم، ۸,۱ درصد از ایشان خانواده، ۷,۲ درصد از ایشان خانواده سبز، ۶,۵ درصد از ایشان سیاسی، ۵,۲ درصد از ایشان کیهان، ۳,۷ درصد از ایشان اطلاعات، ۵,۲ درصد از ایشان خبری، ۵,۳ درصد از ایشان حوادث، ۴,۸ درصد از ایشان جدول، ۵,۳ درصد از ایشان اجتماعی، ۳,۰ درصد از ایشان ایران، ۳,۷ درصد از ایشان اقتصادی، ۳,۳ درصد از ایشان فرهنگی، ۲,۸ درصد از ایشان علمی، ۲,۸ درصد از ایشان روزهای زندگی، ۱,۸ درصد از ایشان آشپزی، ۱,۸ درصد از ایشان ورزشی ، خبرورزشی، ۱,۵ درصد از ایشان خانوادگی، ۲,۱ درصد از ایشان جوان، ۲,۰ درصد از ایشان موفقیت، ۰,۷ درصد از ایشان رشد، ۱,۰ درصد از ایشان مجله های تبلیغاتی، ۰,۴ درصد از ایشان جمهوری اسلامی، ۰,۸ درصد از ایشان تخصصی، ۱,۱ درصد از ایشان سلامت می خوانند. بیشترین میزان روزنامه و مجلاتی که خوانده می شود در جوانان ۱۷,۸ درصد و مربوط به ورزشی می باشد که متفاوت از وضعیت آن در سایر گروه های سنی است.سایر گروه های سنی بیشتر روزنامه ها و مجلات همشهری می خوانند.

پرسیده شد به کدامیک از صفحات روزنامه بیشتر علاقه دارند. ۳۰,۵ درصد از جوانان صفحه اول روزنامه را مطالعه می کنند. ۲۶,۱ درصد از ایشان سیاسی، ۴۰,۰ درصد از ایشان حوادث، ۳۳,۲ درصد از ایشان اجتماعی، ۲۳,۵ درصد از ایشان فرهنگی، ۲۰,۵ درصد از ایشان اقتصادی، ۱۰,۶ درصد از ایشان آگهی، ۲۷,۸ درصد از ایشان ورزشی می خوانند. بیشترین صفحه روزنامه مورد علاقه جوانان، حوادث بوده که به میزان ۴۰,۰درصد انتخاب شده است و مشابه با صفحه روزنامه مورد علاقه سایر گروه های سنی می باشد.سایر گروه های سنی نیز بیشتر صفحه حوادث می خوانند.

در زمینه گوش دادن به رادیو، ۲۲,۷ درصد از جوانان به رادیوهای ایران گوش میدهند. این میزان در سایر گروه های سنی، ۳۴,۶ درصد است. تفاوت میان جوانان و سایر گروه های سنی در گوش دادن به رادیوهای ایران، از نظر آماری معنادار است. ۶۵,۷ درصد از جوانان تا یک ساعت در شبانه روز، رادیو گوش میدهند. میزان گوش دادن به رادیو در طول شبانه روز، در ۳۴,۳ درصد از آنان بیش از یک ساعت است. میانگین ساعات گوش دادن به رادیوهای ایران در جوانان در طول شبانه روز، به طور معناداری کمتر از سایر گروه های سنی می باشد. ۵۱,۰

درصد از جوانان در خانه، رادیو گوش میدهند. این میزان در سایر گروه های سنی۵۹,۱ درصد است. تفاوت میان جوانان و سایر گروه های سنی از نظر آماری، معنادار است.

پرسیده شد کدامیک از رادیو ها را بیشتر گوش میدهند. ۳۷,۲ درصد از جوانانی که رادیو گوش میکنند رادیوی استانی گوش می کنند. ۳۳,۴ درصد از ایشان رادیو جوان، ۱۹,۳ درصد از ایشان رادیو پیام، ۲۳,۲ درصد از ایشان رادیو آوا، ۸,۳ درصد از ایشان رادیو ایران، ۱۰,۴ درصد از ایشان رادیو ورزش، ۴,۶ درصد از ایشان رادیو معارف، ۳,۰ درصد از ایشان رادیو قرآن، ۳,۰ درصد از ایشان رادیو فرهنگ، ۱,۲ درصد از ایشان رادیو تهران، ۱,۶ درصد از ایشان رادیو سلامت، ۰,۲ درصد از ایشان رادیو اقتصاد، ۱,۴ درصد از ایشان رادیو صبا گوش میکنند. بیشترین کانال رادیویی مورد علاقه جوانان، رادیو استانی است که به میزان ۳۷,۲ درصد انتخاب شده است و مشابه با کانال رادیویی مورد علاقه سایر گروه های سنی می باشد.سایر گروه های سنی نیز بیشتر رادیوی استانی گوش میکنند.

۱,۹ درصد از جوانان به رادیوهای خارجی گوش میدهند. این میزان در سایر گروه های سنی، ۲,۱ درصد است. تفاوت میان جوانان و سایر گروه های سنی در گوش دادن به رادیوهای خارجی، از نظر آماری معنادار نیست. میانگین ساعات گوش دادن به رادیوهای خارجی در جوانان در طول شبانه روز، تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.

در مورد رادیوهای خارجی مورد علاقه، ۶۴,۳ درصد از جوانانی که رادیوی خارجی گوش میکنند، رادیوی BBC گوش می کنند. ۵۴,۸ درصد از ایشان رادیو فردا، ۶,۰ درصد از ایشان رادیو VOA گوش می کنند. بیشترین کانال رادیوی خارجی مورد علاقه جوانان، BBC است که به میزان ۶۴,۳درصد انتخاب شده است و مشابه با کانال رادیوی خارجی مورد علاقه سایر گروه های سنی می باشد.سایر گروه های سنی نیز بیشتر BBC گوش میکنند. ۱,۳ درصد از جوانان به رادیوهای اینترنتی خارجی گوش میدهند. این میزان در سایر گروه های سنی، ۰,۸ درصد است. تفاوت میان جوانان و سایر گروه های سنی در گوش دادن به رادیوهای اینترنتی خارجی، از نظر آماری معنادار است.

در فصل پنجم به مخاطبان تلویزیون و برنامه های تلویزیونی پرداخته شد. ۹۱,۱ درصد از جوانان تلویزیون ایران را تماشا می کنند. این میزان در سایر گروه های سنی، ۹۳,۹ درصد است. تفاوت میان جوانان و سایر گروه های سنی از نظر تماشای تلویزیون ایران، از نظر آماری معنادار است. ۲۰,۰ درصد از جوانان تا یک ساعت در شبانه روز، تلویزیون ایران را تماشا می کنند. این میزان در ۲۹,۱ درصد از آنان تا دو ساعت، در ۲۰,۴ درصد از آنان تا سه ساعت، در ۲۱,۵ درصد از آنان تا پنج ساعت، در ۹,۰ درصد از آنان بیش از پنج ساعت می باشد.میانگین ساعات تماشای تلویزیون ایران در جوانان در طول شبانه روز، به طور معناداری کمتر از سایر گروه های سنی می

باشد. ۸۶,۱ درصد از جوانان برنامه های تلویزیون را با اعضای خانواده تماشا می کنند. این میزان در سایر گروه های سنی۸۶,۴ درصد است. تفاوت میان جوانان و سایر گروه های سنی از نظر آماری، معنادار نیست.

در مورد شبکه های تلویزیونی مورد علاقه، ۴۷,۱ درصد از جوانان شبکه سه تماشا می کنند. ۲۸,۶ درصد از ایشان آی فیلم، ۱۳,۰ درصد از ایشان شبکه خبر، ۱۰,۷ درصد از ایشان شبکه یک، ۹,۳ درصد از ایشان استانی، ۲۳,۷ درصد از ایشان نسیم، ۱۵,۶ درصد از ایشان ورزش، ۷,۵ درصد از ایشان شبکه دو، ۸,۷ درصد از ایشان نمایش، ۷,۱ درصد از ایشان تماشا، ۴,۱ درصد از ایشان مستند، ۳,۵ درصد از ایشان پویا و نهال، ۰,۸ درصد از ایشان قرآن، ۰,۹ درصد از ایشان سلامت، ۱,۳ درصد از ایشان آموزش، ۰,۵ درصد از ایشان افق، ۰,۴ درصد از ایشان شبکه چهار می بینند. بیشترین شبکه تلویزیونی مورد علاقه جوانان، شبکه سه است که به میزان ۴۷,۱درصد انتخاب شده است و مشابه با کانال تلویزیونی مورد علاقه سایر گروه های سنی می باشد.سایر گروه های سنی نیز بیشتر شبکه سه تماشا میکنند.

در فصل ششم در خصوص شبکه های ماهواره ای پرسیده شد «آیا شبکه های ماهواره ای را تماشا می کنید؟». ۲۷,۲ درصد از جوانان شبکه های ماهواره ای را تماشا می کنند. این میزان در سایر گروه های سنی، ۱۸,۹ درصد است. تفاوت میان جوانان و سایر گروه های سنی از نظر تماشای شبکه های ماهواره ای، از نظر آماری معنادار است. ۳۰,۸ درصد از جوانان تا یک ساعت در شبانه روز، ماهواره را تماشا می کنند. این میزان در ۳۲,۳ درصد از آنان تا دو ساعت، در ۳۶,۹ درصد از آنان بیش از دو ساعت می باشد.میانگین ساعات تماشای ماهواره در جوانان در طول شبانه روز، به طور معناداری بیشتر از سایر گروه های سنی می باشد.

در خصوص شبکه های ماهواره ای مورد علاقه مخاطبان ماهواره، ۴۸,۴ درصد از جوانان جم تماشا می کنند. ۲۹,۳ درصد از ایشان من و تو، ۱۵,۲ درصد از ایشان بی بی سی، ۱۴,۹ درصد از ایشان پی ام سی، ۴,۹ درصد از ایشان ترکیه، ۳,۷ درصد از ایشان کردی، ۵,۱ درصد از ایشان ایرانی، ۲,۰ درصد از ایشان خبری، ۴,۸ درصد از ایشان فیلم، ۲,۹ درصد از ایشان وی او ای، ۴,۰ درصد از ایشان موسیقی، ۱,۸ درصد از ایشان عربی، ۱,۸ درصد از ایشان مستند ها، ۱,۸ درصد از ایشان ورزشی، ۱,۲ درصد از ایشان استانی، ۱,۲ درصد از ایشان کارتون، ۱,۱ درصد از ایشان فارسی استار، ۲,۴ درصد از ایشان تی وی فارسی می بینند. بیشترین شبکه ماهواره ای مورد علاقه جوانان، جم است که به میزان ۴۸,۴درصد انتخاب شده است و مشابه با کانال ماهواره ای مورد علاقه سایر گروه های سنی می باشد.سایر گروه های سنی نیز بیشتر جم تماشا میکنند.

۳,۷ درصد از جوانان ازطریق اینترنت، تلویزیون های خارجی را تماشا می کنند. این میزان در سایر گروه های سنی، ۱,۶ درصد است. لذا جوانان به میزان ۲,۱ درصد، بیشتر از سایر گروه های سنی تلویزیون های خارجی را

از طریق اینترنت تماشا می کنند.تفاوت میان جوانان و سایر گروه های سنی از نظر تماشای تلویزیون های خارجی از طریق اینترنت، از نظر آماری معنادار است.

در فصل هفتم در موضوع دستگاه های صوتی و تصویری در ابتدا پرسیده شد به کدامیک از دستگاه های صوتی تصویری که نام برده می شود بیشتر علاقه دارند. ۴۲,۶ درصد از جوانان سینمای خانگی را انتخاب کرده اند. ۳۵,۴ درصد از ایشان سی دی یا دی وی دی، ۱۲,۹ درصد از ایشان ام پی تری، ۷,۳ درصد از ایشان ام پی فور، ۵۹,۹ درصد از ایشان کامپیوتر، ۸,۱ درصد از ایشان ستاپ باکس، ۱۰,۲ درصد از ایشان بلندگو های بلوتوثی را انتخاب کرده اند. بیشترین دستگاه صوتی تصویری مورد علاقه جوانان، کامپیوتر بوده که به میزان ۵۹,۹درصد انتخاب شده است و متفاوت از دستگاه صوتی تصویری مورد علاقه سایر گروه های سنی می باشد.سایر گروه های سنی بیشتر سینمای خانگی را انتخاب کرده اند.

در ادامه پرسیده شد از کدامیک از دستگاه های صوتی تصویری استفاده می کنند. ۳۸,۳ درصد از جوانان از سینمای خانگی استفاده می کنند. ۲۷,۳ درصد از ایشان از CD یا DVD، ۹,۲ درصد از ایشان از MP3، ۴,۲ درصد از ایشان از MP4، ۵۶,۹ درصد از ایشان از کامپیوتر، ۶,۴ درصد از ایشان از ستاپ باکس، ۷,۱ درصد از ایشان از بلندگو های بلوتوثی استفاده می کنند. بیشترین دستگاه صوتی تصویری مورد استفاده جوانان، کامپیوتر بوده که به میزان ۵۶,۹درصد انتخاب شده است و متفاوت از دستگاه صوتی تصویری مورد استفاده سایر گروه های سنی می باشد.سایر گروه های سنی بیشتر از سینمای خانگی استفاده می کنند.

در مقایسه استقبال از فیلم های ایرانی و خارجی، مشخص شد ۰,۴۵۵۲۸۹۱۴ درصد از جوانان، با دستگاه های صوتی تصویری بیشتر فیلم های ایرانی تماشا می کنند. ۱۰,۸ درصد از آنان فیلم های خارجی و ۳۴,۱ درصد از آنان هر دو نوع فیلم ها را تماشا می کنند. این مقادیر در سایر گروه های سنی به ترتیب ۵۵,۸ درصد، ۶,۸ درصد و ۲۵,۶ درصد است.با مقایسه دو گروه می توان دریافت که جوانان بیشتر تمایل دارند با دستگاه های صوتی تصویری، فیلم های هر دو ببینند.تفاوت میان دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی از نظر آماری معنادار است.

میزان استفاده از دستگاه های صوتی و تصویری، موضوع پرسش بعدی بود. ۳۱,۶ درصد از جوانان تا یک ساعت در شبانه روز، از دستگاه های صوتی و تصویری استفاده می کنند. این میزان در ۳۲,۳ درصد از آنان تا دو ساعت، در ۳۶,۰ درصد از آنان بیش از دو ساعت می باشد.میانگین ساعات استفاده جوانان از دستگاه های صوتی و تصویری در طول شبانه روز، تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.

پرسیده شد از دستگاه های صوتی تصویری بیشتر کدامیک از برنامه هایی که نام برده می شود گوش می کنند. ۸۶,۷ درصد از جوانان با دستگاه های صوتی و تصویری، موسیقی گوش می کنند. ۱۳,۵ درصد از ایشان از این دستگاه ها جهت برنامه های جوک و سرگرمی، ۵,۶ درصد از ایشان برای قصه و داستان، ۶,۳ درصد از ایشان برای قرآن، ۸,۷ درصد از ایشان برای دعا، نوحه، مداحی و عزاداری، ۱۹,۲ درصد از ایشان برای آموزش، ۲,۹ درصد از ایشان برای سخنرانی استفاده می کنند. بیشترین نوع برنامه های شنیداری مورد استفاده جوانان، موسیقی بوده که به میزان ۸۶,۷درصد انتخاب شده است و مشابه با نوع استفاده از این دستگاه ها در سایر گروه های سنی می باشد.سایر گروه های سنی نیز بیشتر برای موسیقی از این دستگاه ها استفاده می کنند.

پرسیده شد از دستگاه های صوتی تصویری بیشتر کدامیک از برنامه هایی را که نام برده می شود تماشا می کنند. ۸۵,۴ درصد از جوانان با دستگاه های صوتی و تصویری، فیلم های سینمایی و سریالی تماشا می کنند. ۳۲,۵ درصد از ایشان، از این دستگاه ها جهت تماشای موسیقی و شو، ۶,۰ درصد از ایشان، برای برنامه های مذهبی، ۶,۳ درصد از ایشان، برای کارتون، ۱۰,۳ درصد از ایشان، برای مستند، درصد از ایشان، برای برنامه های آموزشی استفاده می کنند. بیشترین نوع برنامه های دیداری مورد استفاده جوانان، فیلم های سینمایی و سریالی بوده که به میزان ۸۵,۴درصد انتخاب شده است و مشابه با نوع استفاده از این دستگاه ها در سایر گروه های سنی می باشد.سایر گروه های سنی نیز بیشتر فیلم های سینمایی و سریالی با این دستگاه ها تماشا می کنند.

در مورد میزان تماشای سریال های شبکه خانگی، مشخص شد ۵۰,۰ درصد از جوانان سریال های ایرانی را که فروخته می شود تماشا می کنند. این میزان در سایر گروه های سنی، ۳۶,۲ درصد است. تفاوت میان جوانان و سایر گروه های سنی از نظر تماشای سریال های خانگی عرضه شده در بازار، از نظر آماری معنادار است.

درخصوص سریال های مورد علاقه که در فروشگاه ها توزیع می شود، ۶۰,۶ درصد از جوانان به سریال شهرزاد اظهار علاقه کرده اند. ۲۴,۶ درصد از ایشان به سریال قهوه تلخ، ۲۷,۴ درصد از ایشان به سریال ممنوعه، ۱۶,۸ درصد از ایشان به سریال عاشقانه، ۴,۸ درصد از ایشان به سریال نهنگ آبی، ۳,۴ درصد از ایشان به سریال ساخت ایران، ۴,۷ درصد از ایشان به سریال رقص روی شیشه، ۱,۷ درصد از ایشان به سریال هیولا، ۰,۴ درصد از ایشان به سریال روزهای خوش زندگی، ۱,۱ درصد از ایشان به سریال شاهگوش، ۱,۶ درصد از ایشان به سریال قلب یخی علاقه دارند. بیشترین سریال مورد علاقه جوانان، با ۶۰,۶ درصد مربوط به سریال شهرزاد بوده است که مشابه با سریال مورد علاقه سایر گروه های سنی می باشد.سایر گروه های سنی نیز بیشتر به سریال شهرزاد اظهار علاقه کرده اند.

جدا از سریال های ایرانی، در موضوع استقبال از سریال های خارجی مشخص شد ۹,۰ درصد از جوانان سریال های خارجی را تماشا می کنند. این میزان در سایر گروه های سنی، ۳,۱ درصد است. لذا جوانان به میزان ۶,۰

درصد، بیشتر از سایر گروه های سنی این سریال ها را تماشا می کنند.تفاوت میان جوانان و سایر گروه های سنی از نظر تماشای سریال های خارجی از نظر آماری معنادار است.

پرسش بعد به میزان محبوبیت هریک از سریالهای معروف خارجی اختصاص یافت. ۶۱٫۸ درصد از جوانان به سریال گیم او ترونز اظهار علاقه کرده اند. ۲۴٫۵ درصد از ایشان سریال های ترکیه ای، ۹٫۰ درصد از ایشان سریال های فرار از زندان، ۱۰٫۲ درصد از ایشان سریال های برکینگ بد، ۳٫۹ درصد از ایشان سریال های فضیلت خانم، ۶٫۷ درصد از ایشان سریال های وایکینگ ها، ۵٫۸ درصد از ایشان سریال های واکینگ دد را انتخاب کردند. بیشترین سریال مورد علاقه جوانان، گیم او ترونز بوده که به میزان ۶۱٫۸درصد انتخاب شده است و مشابه با سریال برگزیدهٔ سایر گروه های سنی می باشد.سایر گروه های سنی نیز بیشتر سریال گیم او ترونز را انتخاب کرده اند.

پرسیده شد «معمولاً فیلمها و سریال ها را چگونه تهیه می کنید؟». ۳۹٫۰ درصد از جوانان فیلم ها و سریال ها را با خرید از فروشگاه های عرضه محصولات فرهنگی تهیه می کنند. ۸٫۸ درصد از ایشان، با خرید از دستفروشی و سایر فروشگاه ها، ۲۰٫۸ درصد از ایشان، با اشتراک یا خرید از طریق اینترنت، ۳۹٫۹ درصد از ایشان، با دانلود مجانی از اینترنت، ۳٫۵ درصد از ایشان، با ضبط از شبکه های ماهواره ای، ۳٫۹ درصد از ایشان، با ضبط از رادیو و تلویزیون، ۲۴٫۸ درصد از ایشان، با امانت از دوستان و آشنایان، ۵٫۲ درصد از ایشان، با اجاره از ویدئوکلوب یا فیلم پخش کن ها، فیلم ها و سریال های مورد علاقه شان را تهیه می کنند.

بیشترین شیوه تهیه فیلم ها و سریال ها در جوانان، دانلود مجانی از اینترنت بوده که در ۳۹٫۹درصد از ایشان انتخاب شده است و متفاوت از شیوه تهیه فیلم ها و سریال ها در سایر گروه های سنی می باشد.سایر گروه های سنی بیشتر با خرید از فروشگاه های عرضه محصولات فرهنگی، فیلم ها و سریال های مورد علاقه شان را تهیه می کنند.

فصل هشتم به شنیدن موسیقی، میزان و مکان آن، سبک‌های مورد علاقه و محل تهیهٔ آلبوم‌های موسیقی اختصاص یافت. ۸۸٫۰ درصد از جوانان موسیقی گوش می کنند. این میزان در سایر گروه های سنی، ۶۱٫۶ درصد است. تفاوت میان جوانان و سایر گروه های سنی از نظر گوش دادن به موسیقی از نظر آماری معنادار است.

متوسط ساعات گوش دادن به موسیقی، موضوع پرسش بعدی بود. ۵۳٫۴ درصد از جوانان تا یک ساعت در شبانه روز، موسیقی گوش می کنند. این میزان در ۲۴٫۲ درصد از آنان تا دو ساعت، در ۲۲٫۳ درصد از آنان بیش

از دو ساعت می باشد.میانگین ساعات گوش دادن به موسیقی در جوانان در طول شبانه روز، به طور معناداری بیشتر از سایر گروه های سنی می باشد.

پرسیده شد «بیشتر به چه سبک موسیقی ای گوش می کنید؟». ۳۷,۵ درصد از جوانان موسیقی سنتی گوش می کنند. ۶۷,۷ درصد از ایشان پاپ ایرانی، ۱۳,۳ درصد از ایشان راک و رپ ایرانی، ۱۹,۵ درصد از ایشان محلی، ۳,۷ درصد از ایشان کلاسیک خارجی، ۴,۴ درصد از ایشان پاپ خارجی، ۱,۷ درصد از ایشان راک و رپ خارجی، ۴,۶ درصد از ایشان دعا، نوحه، مداحی و عزاداری گوش می کنند. بیشترین سبک موسیقی مورد علاقه در جوانان، پاپ ایرانی بوده که در ۶۷,۷درصد از ایشان انتخاب شده است و متفاوت از سبک موسیقی مورد علاقه سایر گروه های سنی می باشد.سایر گروه های سنی بیشتر سنتی گوش می کنند.

در مورد محل گوش دادن به موسیقی مشخص شد ۷۷,۹ درصد از جوانان در خانه موسیقی گوش می کنند. ۴۱,۶ درصد از ایشان، در راه (پیاده یا سواره)، ۱۰,۳ درصد از ایشان، در محل کار موسیقی گوش می کنند. بیشترین محلی که جوانان موسیقی گوش میکنند، با ۷۷,۹ درصد، خانه است که مشابه با محل مورد علاقه سایر گروه های سنی برای گوش دادن به موسیقی می باشد.سایر گروه های سنی نیز بیشتر در خانه موسیقی گوش میکنند.

شیوه های تهیه آهنگ ها و آلبوم های موسیقی بررسی گردید. ۱۷,۹ درصد از جوانان موسیقی مورد نیاز خود را با خرید از فروشگاه های عرضه محصولات فرهنگی تهیه می کنند. ۹,۰ درصد از ایشان با خرید از دستفروشی و سایر فروشگاه ها، ۲۶,۳ درصد از ایشان با اشتراک یا خرید از طریق اینترنت، ۵۷,۰ درصد از ایشان با دانلود مجانی از اینترنت، ۹,۸ درصد از ایشان با ضبط از رادیو و تلویزیون، ۲۲,۶ درصد از ایشان با امانت از دوستان و آشنایان موسیقی مورد نیاز خود را تهیه می کنند. بیشترین شیوه تهیه موسیقی در جوانان، دانلود مجانی از اینترنت بوده که در ۵۷,۰درصد ایشان انتخاب شده است و مشابه با شیوه تهیه موسیقی توسط سایر گروه های سنی می باشد.سایر گروه های سنی نیز بیشتر با دانلود مجانی از اینترنت موسیقی مورد نیاز خود را تهیه می کنند.

در فصل نهم به استفاده از رایانه، اینترنت، تلفن همراه و تبلت پرداخته شد. ۴۷,۵ درصد از جوانان از کامپیوتر یا لپ تاپ استفاده می کنند. این میزان در سایر گروه های سنی، ۲۲,۸ درصد است. تفاوت میان جوانان و سایر گروه های سنی از نظر استفاده از کامپیوتر یا لپ تاپ از نظر آماری معنادار است.

۵۰,۸ درصد از جوانان تا یک ساعت در ساعات غیر کاری از کامپیوتر استفاده می کنند. میزان استفاده از کامپیوتر در ساعات غیر کاری، در ۴۹,۲ درصد از آنان بیش از یک ساعت است. میانگین ساعات استفاده از

کامپیوتر در ساعات غیر کاری در جوانان در طول شبانه روز، به طور معناداری بیشتر از سایر گروه های سنی می باشد.

پرسیده شد که معمولاً از کامپیوتر چه استفاده هایی می کنند. ۴۲,۲ درصد از جوانان از کامپیوتر، استفاده کاری می کنند. ۱۷,۱ درصد از ایشان برای بازی، ۴۴,۹ درصد از ایشان برای دیدن فیلم، ۳۱,۸ درصد از ایشان برای گوش دادن به موسیقی، ۴۲,۱ درصد از ایشان برای وصل شدن به اینترنت، ۱۸,۶ درصد از ایشان برای خواندن کتاب و مقاله از کامپیوتر استفاده می کنند. بیشترین نوع استفاده از کامپیوتر در جوانان، دیدن فیلم بوده که در ۴۴,۹درصد ایشان انتخاب شده است و متفاوت از نوع غالب استفاده از کامپیوتر در سایر گروه های سنی می باشد.سایر گروه های سنی بیشتر برای استفاده کاری از کامپیوتر استفاده می کنند.

در زمینه استفاده از اینترنت، ۸۲,۳ درصد از جوانان از اینترنت استفاده می کنند. این میزان در سایر گروه های سنی، ۴۴,۴ درصد است. تفاوت میان جوانان و سایر گروه های سنی از نظر استفاده از اینترنت از نظر آماری معنادار است. ۲۹,۴ درصد از جوانان تا یک ساعت در شبانه روز، از اینترنت استفاده می کنند. این میزان در ۲۵,۵ درصد از آنان تا دو ساعت، در ۲۶,۹ درصد از آنان تا چهار ساعت، در ۱۸,۲ درصد از آنان بیش از چهار ساعت می باشد.میانگین استفاده از اینترنت در جوانان در طول روز، به طور معناداری بیشتر از سایر گروه های سنی می باشد.

فراوانی انواع استفاده از اینترنت در ۱۶ آیتم مورد بررسی قرار گرفت. ۱۲,۹ درصد از جوانان از اینترنت برای چک کردن ایمیل استفاده می کنند. ۲۰,۲ درصد از ایشان برای مرور اخبار و نشریات، ۱۴,۹ درصد از ایشان برای دانلود نرم افزار، ۱۷,۵ درصد از ایشان برای جستجو و دانلود مقاله ، کتاب، ۲۵,۷ درصد از ایشان برای جستجو و دانلود عکس، ۲۸,۲ درصد از ایشان برای جستجو و دانلود فیلم، ۴۳,۴ درصد از ایشان برای جستجو و دانلود موسیقی، ۴۱,۶ درصد از ایشان برای چت و گفتگو، ۲,۹ درصد از ایشان برای مراجعه به وبلاگ ها، ۰,۵ درصد از ایشان برای وبلاگ نویسی، ۴,۶ درصد از ایشان برای کسب درآمد، ۱۲,۶ درصد از ایشان برای پرسه زدن در سایت های مختلف، ۸,۱ درصد از ایشان برای خرید و سفارش اینترنتی کالاها و خدمات روزمره، ۶,۳ درصد از ایشان برای انجام امور اداری و مالی از طریق سایتهای دولتی و خصوصی، ۶۸,۲ درصد از ایشان برای فعالیت در شبکه های اجتماعی (مانند تلگرام و واتس آپ)، ۰,۵ درصد از ایشان برای گوش دادن به رادیو از اینترنت استفاده می کنند. بیشترین استفاده از اینترنت در جوانان، جهت فعالیت در شبکه های اجتماعی (مانند تلگرام و واتس آپ) است که به میزان ۶۸,۲درصد انتخاب شده است و مشابه با نوع غالب استفاده در سایر گروه های سنی می باشد.سایر گروه های سنی نیز بیشتر برای فعالیت در شبکه های اجتماعی (مانند تلگرام و واتس آپ) از اینترنت استفاده میکنند.

در موضوع تلفن همراه (موبایل)، ۹۷٫۳ درصد از جوانان تلفن همراه دارند. این میزان در سایر گروه های سنی، ۸۶٫۸ درصد است. تفاوت میان جوانان و سایر گروه های سنی در دارا بودن تلفن همراه از نظر آماری معنادار است. ۹۱٫۲ درصد از جوانان تلفن همراه هوشمند دارند. این میزان در سایر گروه های سنی ۶۴٫۰ درصد است.تفاوت میان جوانان و سایر گروه های سنی در دارا بودن تلفن همراه هوشمند از نظر آماری معنادار است.

میزان استفاده از تلفن همراه در شبانه روز در جوانان و سایر گروه های سنی مورد بررسی قرار گرفت. ۴۵٫۹ درصد از جوانان تا یک ساعت در شبانه روز، از تلفن همراه استفاده می کنند. این میزان در ۲۲٫۱ درصد از آنان تا دو ساعت، در ۲۱٫۳ درصد از آنان تا چهار ساعت، در ۱۰٫۸ درصد از آنان بیش از چهار ساعت می باشد.میانگین استفاده از تلفن همراه در جوانان در شبانه روز، به طور معناداری بیشتر از سایر گروه های سنی می باشد.

پرسیده شد «علاوه بر تماس تلفنی و ارسال پیامک، معمولا چه استفاده‌های دیگری از تلفن همراه می‌کنید؟». ۷۳٫۳ درصد از جوانان از تلفن همراه جهت گرفتن عکس و فیلم استفاده می کنند. ۳٫۰ درصد از ایشان برای گوش دادن به رادیو، ۵٫۳ درصد از ایشان برای تماشای برنامه های تلویزیونی داخلی و خارجی، ۳۹٫۱ درصد از ایشان برای گوش دادن به موسیقی یا نواهای مذهبی، ۱۵٫۲ درصد از ایشان برای خواندن کتاب یا مجله، ۷۵٫۰ درصد از ایشان برای ارتباط با اینترنت، ۱۷٫۵ درصد از ایشان برای بازی از طریق نرم افزار های بازی، ۱۲٫۳ درصد از ایشان برای تماشای فیلم از تلفن همراه استفاده می کنند. بیشترین نوع استفاده از تلفن همراه در جوانان، ارتباط با اینترنت بوده که در ۷۵٫۰درصد از ایشان انتخاب شده است و متفاوت از نوع استفاده غالب در سایر گروه های سنی می باشد.سایر گروه های سنی بیشتر برای گرفتن عکس و فیلم از تلفن همراه استفاده می کنند.

در خصوص استفاده از تبلت مشخص شد ۸٫۲ درصد از جوانان تبلت دارند. این میزان در سایر گروه های سنی، ۴٫۶ درصد است. تفاوت میان جوانان و سایر گروه های سنی در دارا بودن تبلت از نظر آماری معنادار است.

در پرسش بعد مطرح شد «معمولاً چه استفاده هایی از تبلت دارید؟». ۲۹٫۸ درصد از جوانان از تبلت جهت کتاب خواندن استفاده می کنند. ۱۹٫۹ درصد از ایشان برای یادداشت برداشتن، ۳۶٫۴ درصد از ایشان برای دیدن فیلم و سریال، ۴۱٫۶ درصد از ایشان برای بازیهای کامپیوتری، ۳۱٫۳ درصد از ایشان برای گوش دادن به موسیقی از تبلت استفاده می کنند.بیشترین استفادهٔ جوانان از تبلت، با ۴۱٫۶ درصد، بازیهای کامپیوتری است که مشابه با نوع استفادهٔ غالب از تبلت در سایر گروه های سنی است. سایر گروه های سنی نیز بیشتر برای بازیهای کامپیوتری از تبلت استفاده میکنند.

در فصل دهم رفتن به سینما و تئاتر، میزان آنها و فیلم‌های مورد علاقه بررسی می‌شد. ۶۷,۹ درصد از جوانان هیچ مراجعه ای در طول سال به سینما ندارند. دفعات مراجعه به سینما در طول سال در ۱۶,۴ درصد از آنان یک یا دو بار، در ۱۵,۶ درصد از آنان بیش از دو بار می باشد.میانگین دفعات مراجعه جوانان به سینماها در طول سال، به طور معناداری بیشتر از سایر گروه های سنی می باشد.

پرسیده شد «چه فیلم هایی را بیشتر می بینید؟». ۵۰,۷ درصد از جوانان فیلم های خانوادگی تماشا می کنند. ۲۴,۹ درصد از ایشان فیلم های عشقی، ۳,۸ درصد از ایشان فیلم های تاریخی، ۴,۱ درصد از ایشان فیلم های تخیلی، ۸,۳ درصد از ایشان فیلم های جنایی و پلیسی، ۳۱,۷ درصد از ایشان فیلم های اجتماعی، ۳,۱ درصد از ایشان کارتون و انیمیشن می بینند.۱۷,۲ درصد از ایشان برایشان فرقی ندارد که چه فیلمی تماشا کنند. بیشترین سبک فیلم های مورد علاقه در جوانان، خانوادگی بوده که در ۵۰,۷درصد از ایشان انتخاب شده است و مشابه با سبک فیلم مورد علاقه سایر گروه های سنی می باشد.سایر گروه های سنی نیز بیشتر فیلم های خانوادگی می بینند.

در مورد رفتن به تئاتر ملاحظه شد میانگین دفعاتی که جوانان در طول سال به تئاتر می روند، تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد. همچنین مشخص شد ۰,۵۰۰۴۳۲۹ درصد از جوانان، با اعضای خانواده به سینما و تئاتر می روند. ۴۶,۷ درصد از آنان با دوستان و آشنایان و ۳,۳ درصد از آنان به تنهایی به سینما و تئاتر می روند. جوانان بیشتر با دوستان و آشنایان به سینما و تئاتر می روند؛ تا سایر گروه های سنی.تفاوت میان دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی از نظر آماری معنادار است.

شرکت در مجالس و آیین های مذهبی، موضوع فصل یازدهم بود که با پرسش درمورد هریک از این مراسم بررسی شد. ۰,۳ درصد از جوانان هر روز در مجالس جشن و سرور مذهبی/ مولودی شرکت می کنند.میزان شرکت در این مجالس، در ۱,۱ درصد از ایشان هفته ای چند بار، در ۲,۶ درصد از آنان هفته ای یک بار، در ۴,۷ درصد از آنان ماهی چند بار، در ۷,۰ درصد از آنان ماهی یک بار، در ۳۲,۷ درصد از آنان سالی چند بار، در ۱۹,۲ درصد از آنان سالی یک بار می باشد. ۳۲,۲ درصد اعلام کرده اند که در این مجالس شرکت نمی کنند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند. میزان شرکت در مجالس جشن و سرور مذهبی/ مولودی در سایر گروه های سنی بیشتر می باشد.

۰,۱ درصد از جوانان هر روز در روضه و عزاداری شرکت می کنند.میزان شرکت در این مجالس، در ۱,۱ درصد از ایشان هفته ای چند بار، در ۲,۹ درصد از آنان هفته ای یک بار، در ۵,۱ درصد از آنان ماهی چند بار، در ۶,۷ درصد از آنان ماهی یک بار، در ۳۸,۴ درصد از آنان سالی چند بار، در ۱۶,۷ درصد از آنان سالی یک بار می باشد. ۲۸,۸ درصد اعلام کرده اند که در این مجالس شرکت نمی کنند.دو گروه جوانان و سایر گروه

های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند. میزان شرکت در روضه و عزاداری در سایر گروه های سنی بیشتر می باشد.

۰,۳ درصد از جوانان هر روز در سخنرانی دینی شرکت می کنند.میزان شرکت در این مجالس، در ۰,۹ درصد از ایشان هفته ای چند بار، در ۲,۶ درصد از آنان هفته ای یک بار، در ۴,۷ درصد از آنان ماهی چند بار، در ۴,۸ درصد از آنان ماهی یک بار، در ۱۹,۳ درصد از آنان سالی چند بار، در ۱۴,۹ درصد از آنان سالی یک بار می باشد. ۵۲,۴ درصد اعلام کرده اند که در این مجالس شرکت نمی کنند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند. میزان شرکت در سخنرانی دینی در سایر گروه های سنی بیشتر می باشد.

۰,۱ درصد از جوانان هر روز در جلسات دعا (مثل دعای کمیل، ندبه و...) شرکت می کنند.میزان شرکت در این مجالس، در ۱,۵ درصد از ایشان هفته ای چند بار، در ۴,۱ درصد از آنان هفته ای یک بار، در ۵,۰ درصد از آنان ماهی چند بار، در ۶,۹ درصد از آنان ماهی یک بار، در ۱۸,۵ درصد از آنان سالی چند بار، در ۱۲,۶ درصد از آنان سالی یک بار می باشد. ۵۱,۲ درصد اعلام کرده اند که در این مجالس شرکت نمی کنند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند. میزان شرکت در جلسات دعا (مثل دعای کمیل، ندبه و...) در سایر گروه های سنی بیشتر می باشد.

۰,۷ درصد از جوانان هر روز در جلسات قرآن شرکت می کنند.میزان شرکت در این مجالس، در ۱,۹ درصد از ایشان هفته ای چند بار، در ۳,۹ درصد از آنان هفته ای یک بار، در ۵,۰ درصد از آنان ماهی چند بار، در ۶,۶ درصد از آنان ماهی یک بار، در ۱۴,۳ درصد از آنان سالی چند بار، در ۱۱,۶ درصد از آنان سالی یک بار می باشد. ۵۵,۹ درصد اعلام کرده اند که در این مجالس شرکت نمی کنند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند. میزان شرکت در جلسات قرآن در سایر گروه های سنی بیشتر می باشد.

۴,۳ درصد از جوانان هر روز در نماز جماعت در مسجد یا حسینیه شرکت می کنند.میزان شرکت در این مجالس، در ۴,۴ درصد از ایشان هفته ای چند بار، در ۴,۲ درصد از آنان هفته ای یک بار، در ۶,۷ درصد از آنان ماهی چند بار، در ۵,۷ درصد از آنان ماهی یک بار، در ۱۳,۷ درصد از آنان سالی چند بار، در ۸,۷ درصد از آنان سالی یک بار می باشد. ۵۲,۴ درصد اعلام کرده اند که در این مجالس شرکت نمی کنند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند. میزان شرکت در نماز جماعت در مسجد یا حسینیه در سایر گروه های سنی بیشتر می باشد.

۳,۲ درصد از جوانان هر روز در نماز جماعت در محل کار و تحصیل شرکت می کنند.میزان شرکت در این مجالس، در ۲,۷ درصد از ایشان هفته ای چند بار، در ۱,۸ درصد از آنان هفته ای یک بار، در ۳,۱ درصد از آنان ماهی چند بار، در ۲,۹ درصد از آنان ماهی یک بار، در ۶,۹ درصد از آنان سالی چند بار، در ۴,۸ درصد از آنان سالی یک بار می باشد. ۷۴,۶ درصد اعلام کرده اند که در این مجالس شرکت نمی کنند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند. میزان شرکت در نماز جماعت در محل کار و تحصیل در سایر گروه های سنی بیشتر می باشد.

۰,۲ درصد از جوانان هر روز در زیارت اهل قبور شرکت می کنند.میزان شرکت در این مجالس، در ۱,۶ درصد از ایشان هفته ای چند بار، در ۱۵,۸ درصد از آنان هفته ای یک بار، در ۱۱,۵ درصد از آنان ماهی چند بار، در ۱۲,۴ درصد از آنان ماهی یک بار، در ۲۰,۸ درصد از آنان سالی چند بار، در ۱۲,۱ درصد از آنان سالی یک بار می باشد. ۲۵,۶ درصد اعلام کرده اند که در این مجالس شرکت نمی کنند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند. میزان شرکت در زیارت اهل قبور در سایر گروه های سنی بیشتر می باشد.

۰,۳ درصد از جوانان هر روز در زیارتگاه و امامزاده شرکت می کنند.میزان شرکت در این مجالس، در ۰,۹ درصد از ایشان هفته ای چند بار، در ۵,۹ درصد از آنان هفته ای یک بار، در ۸,۶ درصد از آنان ماهی چند بار، در ۱۲,۳ درصد از آنان ماهی یک بار، در ۲۶,۴ درصد از آنان سالی چند بار، در ۱۶,۸ درصد از آنان سالی یک بار می باشد. ۲۸,۶ درصد اعلام کرده اند که در این مجالس شرکت نمی کنند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند. میزان شرکت در زیارتگاه و امامزاده در سایر گروه های سنی بیشتر می باشد.

۹,۵ درصد از جوانان هر روز در مجالس خواندن قرآن در منزل شرکت می کنند.میزان شرکت در این مجالس، در ۸,۹ درصد از ایشان هفته ای چند بار، در ۷,۶ درصد از آنان هفته ای یک بار، در ۹,۱ درصد از آنان ماهی چند بار، در ۷,۱ درصد از آنان ماهی یک بار، در ۱۲,۷ درصد از آنان سالی چند بار، در ۸,۳ درصد از آنان سالی یک بار می باشد. ۳۶,۸ درصد اعلام کرده اند که در این مجالس شرکت نمی کنند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند. میزان شرکت در مجالس خواندن قرآن در منزل در سایر گروه های سنی بیشتر می باشد.

پرسیده شد «در منزل شما مراسم سفره نذری یا پخش غذای نذری برگزار می شود؟». ۴۵,۶ درصد از جوانان در منزلشان مراسم سفره نذری یا پخش غذای نذری برگزار می شود. این میزان در سایر گروه های سنی، ۵۰,۱ درصد است. تفاوت میان جوانان و سایر گروه های سنی در این موضوع از نظر آماری معنادار است. پرسیده شد

«در منزل شما مراسم و مجالس مذهبی برگزاری می‌شود؟». ۳۰,۷ درصد از جوانان در منزلشان مراسم و مجالس مذهبی برگزار می شود. این میزان در سایر گروه های سنی، ۳۶,۲ درصد است. تفاوت میان جوانان و سایر گروه های سنی در این موضوع از نظر آماری معنادار است.

در مورد انواع مراسمی که برگزار می شود مشخص شد ۲,۸ درصد از جوانان، در منزلشان مراسم ختم انعام برگزار می کنند. ۲,۸ درصد از ایشان مراسم ختم صلوات، ۲,۴ درصد از ایشان مراسم دعا، ۰,۶ درصد از ایشان مراسم دعای توسل، ۱,۴ درصد از ایشان مراسم دعای کمیل، ۳۱,۲ درصد از ایشان مراسم روضه، ۴,۹ درصد از ایشان مراسم زیارت عاشورا، ۱۵,۹ درصد از ایشان مراسم سفره، ۱,۱ درصد از ایشان مراسم عزاداری، ۱۵,۶ درصد از ایشان مراسم قرآن، ۱,۱ درصد از ایشان مراسم قربانی، ۲,۱ درصد از ایشان مراسم افطار، ۱۰,۱ درصد از ایشان مراسم مولودی، ۸,۹ درصد از ایشان مراسم نذری، ۲,۲ درصد از ایشان مراسم هیئت، ۳,۴ درصد از ایشان مراسم نیمه شعبان، ۲۱,۳ درصد از ایشان مراسم ایام محرم و صفر، ۲,۷ درصد از ایشان مراسم ایام فاطمیه، ۴,۳ درصد از ایشان مراسم شبهای قدر و رمضان در منزلشان برگزار می کنند. بیشترین مراسمی که جوانان در منزلشان برگزار می کنند روضه است که به میزان ۳۱,۲ درصد انتخاب شده است و متفاوت از مجالسی است که توسط سایر گروه های سنی برگزار می شود.سایر گروه های سنی بیشتر روضه برگزار میکنند.

در مورد دفعات برگزاری مراسم مذهبی، درصد از جوانان مراسم و مجالس مذهبی را هر روز برگزار می کنند. درصد از ایشان هفته ای دوبار، ۳,۲ درصد از ایشان هفته ای یکبار، ۰,۶ درصد از ایشان ماهی دو بار، ۰,۱ درصد از ایشان سالی ده روز، ۷,۶ درصد از ایشان ماهی یکبار، ۲,۲ درصد از ایشان هر دو ماه یکبار، ۴,۶ درصد از ایشان سالی سه بار، ۱۳,۹ درصد از ایشان سالی دو بار، ۸۶,۱ درصد از ایشان سالی یکبار، ۰,۱ درصد از ایشان چند سال یکبار، ۱۶,۷ درصد از ایشان سالی چند بار، ۰,۱ درصد از ایشان گاهی اوقاتمراسم و مجالس مذهبی را برگزار می کنند. بیشترین میزان برگزاری مجالس در جوانان با ۸۶,۱ درصد، سالی یکبارمی باشد که مشابه با دفعات برگزاری مجالس توسط سایر گروه های سنی است.سایر گروه های سنی نیز بیشتر سالی یکبار مجالس مذهبی را برگزار می کنند.

در فصل دوازدهم به فعالیت های تفریحی و اجتماعی پرداخته شد و ابتدا پرسیده شد «در سال گذشته در خانواده شما جشن تولد برای فردی از اعضاء برگزار شده است؟». ۷۳,۲ درصد از جوانان در سال گذشته در خانواده شان جشن تولد برای فردی از اعضاء برگزار شده است. این میزان در سایر گروه های سنی، ۵۹,۰ درصد است. تفاوت میان جوانان و سایر گروه های سنی در این موضوع از نظر آماری معنادار است.

در رابطه با حضور افرادی غیر از اعضای خانواده در مراسم جشن تولد، ۶۰,۸ درصد از جوانان اظهار کردند که در مراسم جشن تولدی که برگزار می شود، افرادی غیر از اعضای خانواده هم دعوت می‌شوند. سایر گروه های

سنی این موضوع را به میزان ۵۶,۲ درصد اعلام کرده اند. تفاوت میان جوانان و سایر گروه های سنی در این موضوع از نظر آماری معنادار است.

در ادامه عضویت یا فعالیت در تشکل ها بررسی شد. ۳,۷ درصد از جوانان در انجمن یا کانون علمی و فرهنگی فعالیت دارند. ۳,۴ درصد از ایشان در انجمن اولیا و مربیان، ۱۹,۴ درصد از ایشان در بسیج، ۲,۴ درصد از ایشان در انجمن خیریه، ۱,۱ درصد از ایشان در شوراهای شهر و روستا، ۱,۳ درصد از ایشان در اتحادیه های صنفی، ۰,۷ درصد از ایشان در انجمن ها، احزاب و تشکل های سیاسی، ۳,۵ درصد از ایشان در امور مساجد فعالیت دارند. بیشترین تشکلی که جوانان در آن فعالیت دارند، با ۱۹,۴ درصد مربوط به بسیج است که مشابه با تشکل غالب سایر گروه های سنی می باشد. سایر گروه های سنی نیز بیشتر در بسیج عضو هستند یا فعالیت می کنند.

در مورد فعالیت های اجتماعی و فرهنگی دیگر، ۱,۲ درصد از جوانان هر روز به قهوه خانه می روند.از جوانان، ۱,۸ درصد هفته ای چند بار، ۲,۳ درصد هفته ای یک بار، ۳,۴ درصد ماهی چند بار، ۳,۶ درصد ماهی یک بار، ۷,۴ درصد سالی چند بار، ۵,۲ درصد سالی یک بار به قهوه خانه می روند.۷۵,۱ درصد اعلام کرده اند که کلاً به قهوه خانه نمی روند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند. رفتن به قهوه خانه در جوانان بیشتر است.

۰,۵ درصد از جوانان هر روز به کافی شاپ می روند.از جوانان، ۱,۶ درصد هفته ای چند بار، ۳,۳ درصد هفته ای یک بار، ۶,۷ درصد ماهی چند بار، ۹,۰ درصد ماهی یک بار، ۱۶,۱ درصد سالی چند بار، ۸,۹ درصد سالی یک بار به کافی شاپ می روند.۵۳,۸ درصد اعلام کرده اند که کلاً به کافی شاپ نمی روند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند. رفتن به کافی شاپ در جوانان بیشتر است.

۱,۸ درصد از جوانان هر روز به پارک و مراکز تفریحی می روند.از جوانان، ۵,۷ درصد هفته ای چند بار، ۱۱,۳ درصد هفته ای یک بار، ۱۸,۰ درصد ماهی چند بار، ۱۸,۳ درصد ماهی یک بار، ۲۳,۵ درصد سالی چند بار، ۶,۶ درصد سالی یک بار به پارک و مراکز تفریحی می روند.۱۴,۹ درصد اعلام کرده اند که کلاً به پارک و مراکز تفریحی نمی روند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند. رفتن به پارک و مراکز تفریحی در جوانان بیشتر است.

۴,۰ درصد از جوانان هر روز به گردش یا قدم زدن در بازار و خیابان می روند.از جوانان، ۹,۴ درصد هفته ای چند بار، ۱۱,۲ درصد هفته ای یک بار، ۱۹,۷ درصد ماهی چند بار، ۱۶,۵ درصد ماهی یک بار، ۱۶,۸ درصد سالی چند بار، ۵,۵ درصد سالی یک بار به گردش یا قدم زدن در بازار و خیابان می روند.۱۶,۷ درصد اعلام

کرده اند که کلاً به گردش یا قدم زدن در بازار و خیابان نمی روند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند.گردش یا قدم زدن در بازار و خیابان در جوانان بیشتر است.

۱,۱ درصد از جوانان هر روز به کوهنوردی و طبیعت‌گردی می روند.از جوانان، ۳,۴ درصد هفته ای چند بار، ۸,۹ درصد هفته ای یک بار، ۱۳,۵ درصد ماهی چند بار، ۱۷,۸ درصد ماهی یک بار، ۲۳,۹ درصد سالی چند بار، ۱۱,۴ درصد سالی یک بار به کوهنوردی و طبیعت‌گردی می روند.۲۰,۱ درصد اعلام کرده اند که کلاً به کوهنوردی و طبیعت‌گردی نمی روند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند.کوهنوردی و طبیعت‌گردی در جوانان بیشتر است.

۰,۷ درصد از جوانان هر روز به مراکز بزرگ خرید (هایپر، مال، مگامال) می روند.از جوانان، ۲,۸ درصد هفته ای چند بار، ۶,۳ درصد هفته ای یک بار، ۱۲,۱ درصد ماهی چند بار، ۱۵,۷ درصد ماهی یک بار، ۱۹,۳ درصد سالی چند بار، ۱۰,۵ درصد سالی یک بار به مراکز بزرگ خرید (هایپر، مال، مگامال) می روند.۳۲,۷ درصد اعلام کرده اند که کلاً به مراکز بزرگ خرید (هایپر، مال، مگامال) نمی روند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند. رفتن به مراکز بزرگ خرید (هایپر، مال، مگامال) در جوانان بیشتر است.

۶,۵ درصد از جوانان هر روز به خیابان گردی با اتومبیل می روند.از جوانان، ۸,۵ درصد هفته ای چند بار، ۷,۳ درصد هفته ای یک بار، ۱۰,۲ درصد ماهی چند بار، ۸,۰ درصد ماهی یک بار، ۹,۹ درصد سالی چند بار، ۵,۸ درصد سالی یک بار به خیابان گردی با اتومبیل می روند.۴۳,۸ درصد اعلام کرده اند که کلاً به خیابان گردی با اتومبیل نمی روند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند.خیابان گردی با اتومبیل در جوانان بیشتر است.

۰,۲ درصد از جوانان هر روز به شهربازی می روند.از جوانان، ۱,۳ درصد هفته ای چند بار، ۲,۵ درصد هفته ای یک بار، ۴,۹ درصد ماهی چند بار، ۶,۸ درصد ماهی یک بار، ۱۶,۷ درصد سالی چند بار، ۱۳,۸ درصد سالی یک بار به شهربازی می روند.۵۳,۸ درصد اعلام کرده اند که کلاً به شهربازی نمی روند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند. رفتن به شهربازی در جوانان بیشتر است.

۷,۹ درصد از جوانان هر روز به رفت و آمد با اقوام و خویشان می روند.از جوانان، ۲۰,۳ درصد هفته ای چند بار، ۲۲,۸ درصد هفته ای یک بار، ۱۹,۵ درصد ماهی دو سه بار، ۱۲,۵ درصد ماهی یک بار، ۱۱,۲ درصد سالی چند بار، ۴,۴ درصد سالی یک بار به رفت و آمد با اقوام و خویشان می روند.۱,۴ درصد اعلام کرده اند که کلاً

به رفت و آمد با اقوام و خویشان نمی روند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار مشابهی از این نظر دارند.

۸,۵ درصد از جوانان هر روز به رفت و آمد با همسایگان می روند.از جوانان، ۸,۷ درصد هفته ای چند بار، ۸,۴ درصد هفته ای یک بار، ۸,۷ درصد ماهی دو سه بار، ۹,۵ درصد ماهی یک بار، ۸,۸ درصد سالی چند بار، ۸,۲ درصد سالی یک بار به رفت و آمد با همسایگان می روند.۳۹,۳ درصد اعلام کرده اند که کلاً به رفت و آمد با همسایگان نمی روند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند.رفت و آمد با همسایگان در سایر گروه های سنی بیشتر است.

۱۰,۰ درصد از جوانان هر روز به رفت و آمد با دوستان می روند.از جوانان، ۱۲,۷ درصد هفته ای چند بار، ۱۱,۵ درصد هفته ای یک بار، ۱۳,۴ درصد ماهی دو سه بار، ۱۳,۲ درصد ماهی یک بار، ۱۳,۳ درصد سالی چند بار، ۶,۳ درصد سالی یک بار به رفت و آمد با دوستان می روند.۱۹,۵ درصد اعلام کرده اند که کلاً به رفت و آمد با دوستان نمی روند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند.رفت و آمد با دوستان در جوانان بیشتر است.

۴,۹ درصد از جوانان هر روز به رفت و آمد با همکاران می روند.از جوانان، ۳,۵ درصد هفته ای چند بار، ۲,۶ درصد هفته ای یک بار، ۳,۸ درصد ماهی دو سه بار، ۴,۴ درصد ماهی یک بار، ۶,۵ درصد سالی چند بار، ۴,۶ درصد سالی یک بار به رفت و آمد با همکاران می روند.۶۹,۷ درصد اعلام کرده اند که کلاً به رفت و آمد با همکاران نمی روند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند.رفت و آمد با همکاران در جوانان بیشتر است.

در فصل سیزدهم فعالیت‌های هنری و دستی -که به عنوان سرگرمی و تفنن -و نه تکلیف درسی و کار- انجام می شوند- بررسی شده است.۳۱,۴ درصد از جوانان و ۲۳,۱ درصد از سایر گروه های سنی اعلام کرده اند که چنین فعالیت هایی را در برنامه شان دارند. تفاوت میان جوانان و سایر گروه های سنی در پرداختن به فعالیت های هنری و دستی به عنوان سرگرمی و تفنن، از نظر آماری معنادار است.

در مورد انواع فعالیت های فرهنگی و هنری، در مورد رفتن به کنسرت موسیقی، ۰,۳ درصد از جوانان ، هفته ای چند بار، ۰,۴ درصد هفته ای یک بار، ۰,۶ درصد ماهی چند بار، ۱,۳ درصد ماهی یک بار، ۹,۰ درصد سالی چند بار، ۱۳,۲ درصد سالی یک بار به کنسرت موسیقی می روند.۷۵,۲ درصد اعلام کرده اند که کلاً به کنسرت موسیقی نمی روند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند. رفتن به کنسرت موسیقی در جوانان بیشتر است.

در مورد رفتن به مراسم بزرگداشت شخصیت‌های فرهنگی و علمی، ۰,۱ درصد از جوانان ، هفته ای چند بار، ۰,۲ درصد هفته ای یک بار، ۰,۴ درصد ماهی چند بار، ۰,۹ درصد ماهی یک بار، ۴,۳ درصد سالی چند بار، ۷,۵ درصد سالی یک بار به مراسم بزرگداشت شخصیت‌های فرهنگی و علمی می روند.۸۶,۶ درصد اعلام کرده اند که کلاً به مراسم بزرگداشت شخصیت‌های فرهنگی و علمی نمی روند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند. رفتن به مراسم بزرگداشت شخصیت‌های فرهنگی و علمی در سایر گروه های سنی بیشتر است.

در مورد رفتن به جشن‌های ملی و مذهبی، ۰,۱ درصد از جوانان ، هفته ای چند بار، ۰,۵ درصد هفته ای یک بار، ۰,۹ درصد ماهی چند بار، ۲,۳ درصد ماهی یک بار، ۱۴,۳ درصد سالی چند بار، ۱۱,۶ درصد سالی یک بار به جشن‌های ملی و مذهبی می روند.۷۰,۲ درصد اعلام کرده اند که کلاً به جشن‌های ملی و مذهبی نمی روند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند. رفتن به جشن‌های ملی و مذهبی در سایر گروه های سنی بیشتر است.

۰,۱ درصد از جوانان هر روز به گالری‌های آثار هنری (مانند نقاشی، عکس، ...) می روند. ۰,۳ درصد هفته ای یک بار، ۰,۶ درصد ماهی چند بار، ۱,۷ درصد ماهی یک بار، ۵,۳ درصد سالی چند بار، ۹,۰ درصد سالی یک بار به گالری‌های آثار هنری (مانند نقاشی، عکس، ...) می روند.۸۳,۰ درصد اعلام کرده اند که کلاً به گالری‌های آثار هنری (مانند نقاشی، عکس، ...) نمی روند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند. رفتن به گالری‌های آثار هنری (مانند نقاشی، عکس، ...) در جوانان بیشتر است.

در مورد رفتن به سمینارها و همایش‌های علمی و تخصصی، ۰,۱ درصد از جوانان ، هفته ای چند بار، ۰,۳ درصد هفته ای یک بار، ۰,۶ درصد ماهی چند بار، ۱,۴ درصد ماهی یک بار، ۵,۸ درصد سالی چند بار، ۷,۳ درصد سالی یک بار به سمینارها و همایش‌های علمی و تخصصی می روند.۸۴,۴ درصد اعلام کرده اند که کلاً به سمینارها و همایش‌های علمی و تخصصی نمی روند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند. رفتن به سمینارها و همایش‌های علمی و تخصصی در جوانان بیشتر است.

درمورد رفتن به موزه‌ها یا مراکز تاریخی و باستانی، ۰,۱ درصد از جوانان ، هفته ای چند بار، ۰,۲ درصد هفته ای یک بار، ۰,۶ درصد ماهی چند بار، ۱,۵ درصد ماهی یک بار، ۸,۳ درصد سالی چند بار، ۱۴,۹ درصد سالی یک بار به موزه‌ها یا مراکز تاریخی و باستانی می روند.۷۴,۴ درصد اعلام کرده اند که کلاً به موزه‌ها یا مراکز تاریخی و باستانی نمی روند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند. رفتن به موزه‌ها یا مراکز تاریخی و باستانی در جوانان بیشتر است.

۰,۱ درصد از جوانان هر روز به جشنواره‌های فیلم و فعالیت‌های هنری می روند.۰,۱ درصد از ایشان، هفته ای چند بار، ۰,۳ درصد هفته ای یک بار، ۰,۵ درصد ماهی چند بار، ۱,۱ درصد ماهی یک بار، ۳,۸ درصد سالی چند بار، ۶,۲ درصد سالی یک بار به جشنواره‌های فیلم و فعالیت‌های هنری می روند.۸۷,۹ درصد اعلام کرده اند که کلاً به جشنواره‌های فیلم و فعالیت‌های هنری نمی روند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند. رفتن به جشنواره‌های فیلم و فعالیت‌های هنری در جوانان بیشتر است.

درمورد رفتن به مراسم و جشن‌های کمک به نیازمندان و امور خیریه، ۰,۱ درصد از جوانان ، هفته ای چند بار، ۰,۵ درصد هفته ای یک بار، ۰,۹ درصد ماهی چند بار، ۲,۱ درصد ماهی یک بار، ۷,۴ درصد سالی چند بار، ۱۰,۵ درصد سالی یک بار به مراسم و جشن‌های کمک به نیازمندان و امور خیریه می روند.۷۸,۴ درصد اعلام کرده اند که کلاً به مراسم و جشن‌های کمک به نیازمندان و امور خیریه نمی روند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند. رفتن به مراسم و جشن‌های کمک به نیازمندان و امور خیریه در سایر گروه های سنی بیشتر است.

درمورد رفتن به مراسم و جشن‌های تجلیل از افراد خدوم، ۰,۲ درصد از جوانان ، هفته ای چند بار، ۰,۳ درصد هفته ای یک بار، ۰,۵ درصد ماهی چند بار، ۰,۸ درصد ماهی یک بار، ۳,۳ درصد سالی چند بار، ۵,۶ درصد سالی یک بار به مراسم و جشن‌های تجلیل از افراد خدوم می روند.۸۹,۴ درصد اعلام کرده اند که کلاً به مراسم و جشن‌های تجلیل از افراد خدوم نمی روند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار مشابهی از این نظر دارند.

درمورد رفتن به نمایشگاه‌های کتاب و مطبوعات، ۰,۱ درصد از جوانان ، هفته ای چند بار، ۰,۳ درصد هفته ای یک بار، ۰,۷ درصد ماهی چند بار، ۱,۸ درصد ماهی یک بار، ۸,۹ درصد سالی چند بار، ۱۸,۰ درصد سالی یک بار به نمایشگاه‌های کتاب و مطبوعات می روند.۷۰,۰ درصد اعلام کرده اند که کلاً به نمایشگاه‌های کتاب و مطبوعات نمی روند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند. رفتن به نمایشگاه‌های کتاب و مطبوعات در جوانان بیشتر است.

درمورد رفتن به نمایشگاه‌های صنایع دستی، ۰,۱ درصد از جوانان ، هفته ای چند بار، ۰,۳ درصد هفته ای یک بار، ۰,۷ درصد ماهی چند بار، ۱,۷ درصد ماهی یک بار، ۸,۸ درصد سالی چند بار، ۱۶,۳ درصد سالی یک بار به نمایشگاه‌های صنایع دستی می روند.۷۲,۰ درصد اعلام کرده اند که کلاً به نمایشگاه‌های صنایع دستی نمی روند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند. رفتن به نمایشگاه‌های صنایع دستی در جوانان بیشتر است.

۰,۲ درصد از جوانان هر روز به سایر نمایشگاه‌ها می روند. ۰,۲ درصد از ایشان، هفته ای چند بار، ۰,۳ درصد هفته ای یک بار، ۰,۵ درصد ماهی چند بار، ۰,۸ درصد ماهی یک بار، ۵,۳ درصد سالی چند بار، ۷,۴ درصد سالی یک بار به سایر نمایشگاه‌ها می روند.۸۵,۳ درصد اعلام کرده اند که کلاً به سایر نمایشگاه‌ها نمی روند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار مشابهی از این نظر دارند.

از پاسخگویان خواسته شد بیان کنند که در هفته گذشته، چند ساعت وقت صرف فعالیت‌های هنری و دستی مختلف کرده اند. مشخص شد

- میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف نقاشی، گرافیک و کاریکاتور می کنند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.
- میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف خطاطی می کنند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.
- میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف معرق، منبت و خاتم کاری می کنند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.
- میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف گل دوزی، منجوق دوزی و ملیله دوزی می کنند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.
- میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف خیاطی، بافتنی و قلاب دوزی می کنند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.
- میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف عکاسی می کنند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.
- میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف فیلم برداری می کنند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.
- میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف فرش، گلیم و جاجیم بافی می کنند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.
- میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف مجسمه سازی می کنند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.
- میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف تئاتر می کنند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.
- میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف آواز و نواختن ساز می کنند به طور معناداری بیشتر از سایر گروه های سنی می باشد.
- میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف سفال گری می کنند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.
- میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف سفره آرایی می کنند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.
- میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف شیرینی پزی می کنند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.
- میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف پرورش گل و گیاه می کنند به طور معناداری کمتر از سایر گروه های سنی می باشد.
- میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف حصیربافی می کنند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.

- میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف پشم یا نخ ریسی می کنند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.
- میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف سایر فعالیت های هنری و دستی می کنند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.

در مورد میانگین ساعات صرف شده توسط جوانان برای هریک از فعالیت های هنری، بیشترین میانگین ساعات در بین فعالیت های هنری، با ۷۸۶,۴ ساعت، مربوط به مجسمه سازی است و کمترین زمان را با ۱۸۲,۶ساعت، سفره آرایی دارد.

در موضوع فعالیت های ورزشی در فصل چهاردهم ابتدا پرسیده شد «آیا ورزش می کنید؟». ۵۶,۹ درصد از جوانان اظهار کرده اند که ورزش می کنند. ورزش کردن در سایر گروه های سنی به میزان ۴۵,۳ درصد اعلام شده است. تفاوت میزان فراوانی ورزش کردن میان جوانان و سایر گروه های سنی از نظر آماری معنادار است.

میزان فعالیتهای ورزشی در طول هفته، موضوع پرسش بعدی بود. ۳۸,۵ درصد از جوانان، تا دو ساعت در هفته ورزش می کنند. میزان هفتگی ورزش کردن در ۲۹,۹ درصد از آنان تا چهار ساعتو در ۳۱,۶ درصد از آنان بیش از چهار ساعت می باشد.میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته ورزش می کنند به طور معناداری بیشتر از سایر گروه های سنی می باشد.

پرسیده شد «آیا عضو باشگاه، کلوپ یا تیم ورزشی هستید؟». ۲۴,۲ درصد از جوانان اظهار کرده اند که در باشگاه ها، کلوپ ها یا تیم های ورزشی عضویت دارند. این موضوع در سایر گروه های سنی به میزان ۱۳,۳ درصد اعلام شده است. تفاوت میزان عضویت در باشگاه ها، کلوپ ها یا تیم های ورزشی، میان جوانان و سایر گروه های سنی از نظر آماری معنادار است.

پرسیده شد «آیا برای تماشای ورزش به اماکن، سالنها و میدان‌های ورزشی می‌روید؟». ۱۵,۶ درصد از جوانان اظهار کرده اند که برای تماشای ورزش به اماکن، سالنها و میدان‌های ورزشی می‌روند. این موضوع در سایر گروه های سنی به میزان ۷,۹ درصد اعلام شده است. تفاوت میزان مراجعه به اماکن، سالنها و میدان‌های ورزشی برای تماشای ورزش، میان جوانان و سایر گروه های سنی از نظر آماری معنادار است.

پرسیده شد «آیا در هفته ورزش از تلویزیون نگاه می کنید؟». ۵۵,۵ درصد از جوانان اظهار کرده اند که ورزش از تلویزیون تماشا می کنند. این موضوع در سایر گروه های سنی به میزان ۴۴,۲ درصد اعلام شده است. تفاوت تماشای ورزش از تلویزیون، میان جوانان و سایر گروه های سنی از نظر آماری معنادار است. پرسیده شد «در هفته چند ساعت در اماکن ورزشی حضور دارید؟». میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته در اماکن ورزشی حضور دارند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.

درمورد ورزش هایی که انجام می دهند پرسیده شد. ۷,۰ درصد از جوانان روزنامه آیروبیک را به عنوان ورزشی که انجام می دهند انتخاب کرده اند. ۱,۰ درصد بدمینتون، ۲۰,۴ درصد بدنسازی، ۱,۳ درصد بسکتبال، ۱,۷ درصد بوکس، ۰,۳ درصد بیلیارد، ۱,۰ درصد پینگ پونگ ، ۱,۱ درصد تکواندو، ۱,۰ درصد تنیس ، ۰,۱ درصد تیراندازی، ۰,۲ درصد جودو، ۲,۵ درصد دو و میدانی، ۲,۵ درصد دوچرخه سواری، ۰,۵ درصد ژیمناستیک، ۶,۴ درصد شنا، ۲۸,۳ درصد فوتبال، ۰,۹ درصد کاراته، ۱,۸ درصد کشتی، ۳,۷ درصد کوهنوردی، ۷,۴ درصد نرمش و حرکات ورزشی، ۰,۶ درصد هندبال ، ۱۱,۳ درصد والیبال، ۲,۶ درصد ورزش های رزمی، ۰,۶ درصد یوگا، ۳۰,۱ درصد پیاده روی، ۰,۸ درصد پیلاتس را انتخاب کرده اند. بیشترین ورزش انتخاب شده توسط جوانان با ۳۰,۱ درصد، مربوط به پیاده روی می باشد که مشابه با وضعیت آن در سایر گروه های سنی است.سایر گروه های سنی نیز بیشتر به پیاده روی علاقه دارند.

مطرح شد «بیشتر در چه مکان‌هایی ورزش می‌کنید؟». ۱۲,۷ درصد از جوانان در خانه ورزش می کنند. ۱۹,۰ درصد از ایشان، در کوچه و خیابان، ۶۲,۹ درصد از ایشان، در استادیوم، سالن و باشگاه، ۱۰,۲ درصد از ایشان، در میدان یا مکان مشخص در محله، ۱۴,۱ درصد از ایشان، در پارک ورزش می کنند. بیشترین محل مورد علاقه جوانان برای ورزش کردن، با ۶۲,۹ درصد، استادیوم، سالن و باشگاه است که متفاوت از محل مورد علاقه سایر گروه های سنی برای ورزش کردن است.سایر گروه های سنی بیشتر کوچه و خیابان را برای ورزش کردن انتخاب میکنند.

در مورد بازی کردن در فصل پانزدهم، از پاسخگویان پرسش به عمل آمد و بررسی شد که چه میزان از آنها اساساً بازی می کنند. ۴۶,۹ درصد از جوانان اظهار کرده اند که با یک یا چند نوع بازی، خود را سرگرم می کنند. این موضوع در سایر گروه های سنی به میزان ۲۲,۷ درصد اعلام شده است. تفاوت درصد افرادی که بازی می کنند، بین جوانان و سایر گروه های سنی از نظر آماری معنادار است.

درخصوص نوع بازی های مورد علاقه، ۳۶,۰ درصد از جوانانپانتومیم بازی می کنند. ۲۵,۲ درصد از ایشان اسم فامیل، ۱۲,۴ درصد از ایشان بازی های فکری، ۹,۵ درصد از ایشان قایم موشک، ۷,۰ درصد از ایشان منچ، ۵,۸ درصد از ایشان گل یا پوچ، ۶,۶ درصد از ایشان مافیا، ۳,۷ درصد از ایشان بازی های محلی، ۳,۳ درصد از ایشان وسطی، ۴,۱ درصد از ایشان فوتبال بازی می کنند. بیشترین بازی مورد علاقه جوانان، با ۳۶,۰ درصد، پانتومیم است که مشابه با بازی مورد علاقه سایر گروه های سنی می باشد.سایر گروه های سنی نیز بیشتر پانتومیم بازی می کنند.

پرسیده شد «برای این بازی‌ها به کلوپ و مراکزی خارج از منزل هم مراجعه می‌کنید؟». ۱۳,۰ درصد از جوانان اظهار کرده اند که برای بازی کردن به کلوپ و مراکزی خارج از منزل هم مراجعه می‌کنند. این موضوع در

سایر گروه های سنی به میزان ۶٫۳ درصد اعلام شده است. تفاوت میزان مراجعه به کلوپ و مراکزی خارج از منزل برای بازی کردن، میان جوانان و سایر گروه های سنی از نظر آماری معنادار است.

پرسیده شد «معمولا با چه بازی دیگری خود را سرگرم می‌کنید؟». از مقایسه گروهها مشخص شد:

- میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف کنسول‌های بازی (از جمله ایکس باکس/پلی استیشن و...) می کنند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.
- میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف بازی‌های کامپیوتر، تبلت و تلفن همراه می کنند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.
- میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف بازی شطرنج می کنند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.
- میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف کارت‌های بازی بزرگسالان (پاسور) می کنند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.
- میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف انواع کارت‌ها و اسباب بازی کودکان می کنند به طور معناداری بیشتر از سایر گروه های سنی می باشد.
- میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف بازی لوگو و پازل می کنند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.
- میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف تخته نرد می کنند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.
- میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف فوتبال دستی می کنند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.

در مورد زمان صرف شده توسط جوانان برای بازی ها، بیشترین میانگین ساعات بازی کردن در بین بازی ها، با ۳۶۸٫۹ ساعت، مربوط به کارت‌ها و اسباب بازی کودکان است و کمترین زمان را با ۲۲۰٫۳ساعت، شطرنج دارد.

در فصل شانزدهم سفر به مناطق دیگر بررسی شد. ۶۲٫۸ درصد از جوانان اظهار کردند که در سال گذشته جهت تفریح، زیارت یا دیدن اقوام و آشنایان به سفر رفته‌اند. این موضوع در سایر گروه های سنی به میزان ۵۶٫۰ درصد اعلام شده است. تفاوت میزان سفر برای دیدار اقوام و آشنایان، زیارت یا تفریح، بین جوانان و سایر گروه های سنی از نظر آماری معنادار است. ۳۷٫۷ درصد از جوانان، یکبار در سال گذشته سفر رفته اند. دفعات سفر در سال گذشته، در ۲۶٫۷ درصد از آنان دوبارو در ۳۵٫۶ درصد از آنان سه بار و بیشتر می باشد.میانگین ساعاتی که جوانان در سال گذشته به سفر رفته اند به طور معناداری بیشتر از سایر گروه های سنی می باشد.

پرسیده شد «سفرها در یک سال گذشته بیشتر به چه منظوری بوده است؟». مشخص شد سفرهای یک سال گذشته در ۴۶٫۹ درصد از جوانان، به منظور تفریح بوده است. دلیل سفر در ۲۶٫۸ درصد، زیارتو در ۲۶٫۳ درصد، دیدن اقوام و آشنایان عنوان شده است. با مقایسه دو گروه می توان دریافت که جوانان بیشتر از سایر

گروه های سنی به دلیل تفریح به سفر می روند. تفاوت میان دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی از نظر آماری معنادار است.

از مقصد مسافرت پرسش شد. ۴۰,۳ درصد از جوانان مشهد را به عنوان مقصد اصلی سفر خود در سال گذشته ذکر کرده اند.۱۳,۶ درصد از ایشان، آبادی و شهرهای حومه، ۱۴,۶ درصد شمال، ۱۱,۳ درصد تهران، ۹,۴ درصد شیراز، ۵,۲ درصد اصفهان، ۲,۱ درصد کربلا و ۳,۴ درصد قم را به عنوان مقصد اصلی سفر خود در سال گذشته ذکر کرده اند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند.

یافته‌های تحقیق

فصل اول: اوقات فراغت

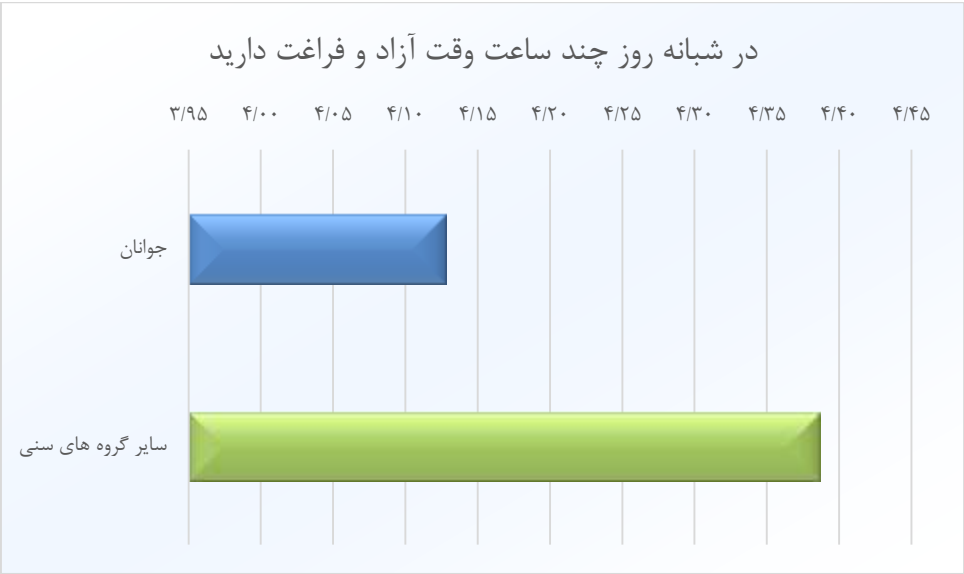
زمان فراغت جوانان و سایر گروه های سنی در روزهای معمول هفته (روزهای کاری و روزهای تعطیل) مورد پرسش قرار گرفت. یافته ها در جدول زیر آورده شده است:

جدول ۱- ۱. زمان فراغت جوانان و سایر گروه های سنی در روزهای معمول هفته

در شبانه روز چند ساعت وقت آزاد و فراغت دارید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
تا یک ساعت	٪۱۱,۹	٪۱۱,٦	٪۱۱,۷
تا دو ساعت	٪۱۹,۷	٪۱۸,۹	٪۱۹,۳
تا سه ساعت	٪۱۷,۷	٪۱۷,۰	٪۱۷,۳
تا چهار ساعت	٪۱۵,۳	٪۱٤,۵	٪۱٤,۸
تا پنج ساعت	٪۱۲,۲	٪۱۱,۷	٪۱۱,۹
تا هفت ساعت	٪۱۱,۲	٪۱۰,۸	٪۱۱,۰
بیش از هفت ساعت	٪۱۲,۰	٪۱۵,۵	٪۱٤,۱
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
تعداد	٦۳۳۰	۹۲۵۳	۱۵۵۸۳
میانگین	٤,۱۳	٤,۳۹	٤,۲۸
انحراف معیار	۲,۷۸	۳,۰۵	۲,۹۵
ضریب T	-۵,٤۸۲	معناداری	۰,۰۰۰

بر اساس یافته ها، ۱۱,۹ درصد از جوانان تا یک ساعت در شبانه روز، وقت آزاد و فراغت دارند. این میزان در ۱۹,۷ درصد از آنان تا دو ساعت، در ۱۷,۷ درصد از آنان تا سه ساعت، در ۱۵,۳ درصد از آنان تا چهار ساعت، در ۱۲,۲ درصد از آنان تا پنج ساعت، در ۱۱,۲ درصد از آنان تا هفت ساعت، در ۱۲,۰ درصد از آنان بیش از هفت ساعت می باشد. فراغت جوانان در طول روز، به طور معناداری کمتر از سایر گروه های سنی می باشد.

نمودار ۱- ۱. زمان فراغت جوانان و سایر گروه های سنی در روزهای معمول هفته



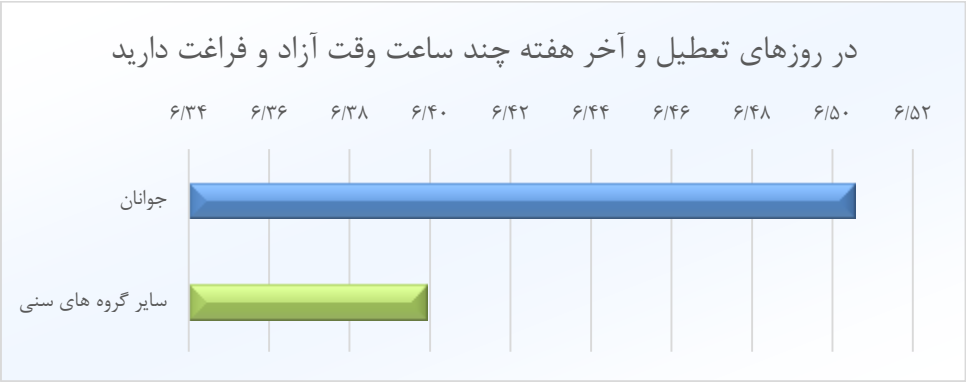
از آنجا که میزان فراغت در روزهای تعطیل و آخر هفته بیشتر است، این موضوع در پرسش مجزایی مطرح شد:

جدول ۱- ۲. زمان فراغت جوانان و سایر گروه های سنی در روزهای تعطیل و آخر هفته

در روزهای تعطیل و آخر هفته چند ساعت وقت آزاد و فراغت دارید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
تا یک ساعت	٪۷,۵	٪۷,۸	٪۷,۷
تا دو ساعت	٪۸,۲	٪۹,۲	٪۸,۸
تا سه ساعت	٪۹,۲	٪۹,۷	٪۹,۵
تا چهار ساعت	٪۱۰,۷	٪۱۰,۷	٪۱۰,۷
تا پنج ساعت	٪۱۳,۰	٪۱۲,٤	٪۱۲,۷
تا شش ساعت	٪۱۰,۱	٪۸,۹	٪۹,٤
تا هفت ساعت	٪٦,٤	٪٦,۵	٪٦,۵
تا هشت ساعت	٪۹,۵	٪۹,٤	٪۹,۵
تا ده ساعت	٪۱۲,۹	٪۱۳,۱	٪۱۳,۰
بیش از ده ساعت	٪۱۲,٤	٪۱۲,۱	٪۱۲,۲
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
تعداد	٦۳۳۱	۹۲۵٤	۱۵۵۸۵
میانگین	٦,۵۱	٦,٤۰	٦,٤٤
انحراف معیار	٤,٤٤	٤,۳۷	٤,٤۰
ضریب T	۱,٤۸۲	معناداری	۰,۱۳۸

بر اساس یافته ها، ۷,۵ درصد از جوانان تا یک ساعت در روزهای تعطیل و آخر هفته، وقت آزاد و فراغت دارند. این میزان در ۸,۲ درصد از آنان تا دو ساعت، در ۹,۲ درصد از آنان تا سه ساعت، در ۱۰,۷ درصد از آنان تا چهار ساعت، در ۱۳,۰ درصد از آنان تا پنج ساعت، در ۱۰,۱ درصد از آنان تا شش ساعت، در ۶,۴ درصد از آنان تا هفت ساعت، در ۹,۵ درصد از آنان تا هشت ساعت، در ۱۲,۹ درصد از آنان تا ده ساعت، در ۱۲,۴ درصد از آنان بیش از ده ساعت می باشد. فراغت جوانان در روزهای تعطیل تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.

نمودار ۱- ۲. زمان فراغت جوانان و سایر گروه های سنی در روزهای تعطیل و آخر هفته



فصل دوم: کتاب و کتاب‌خوانی

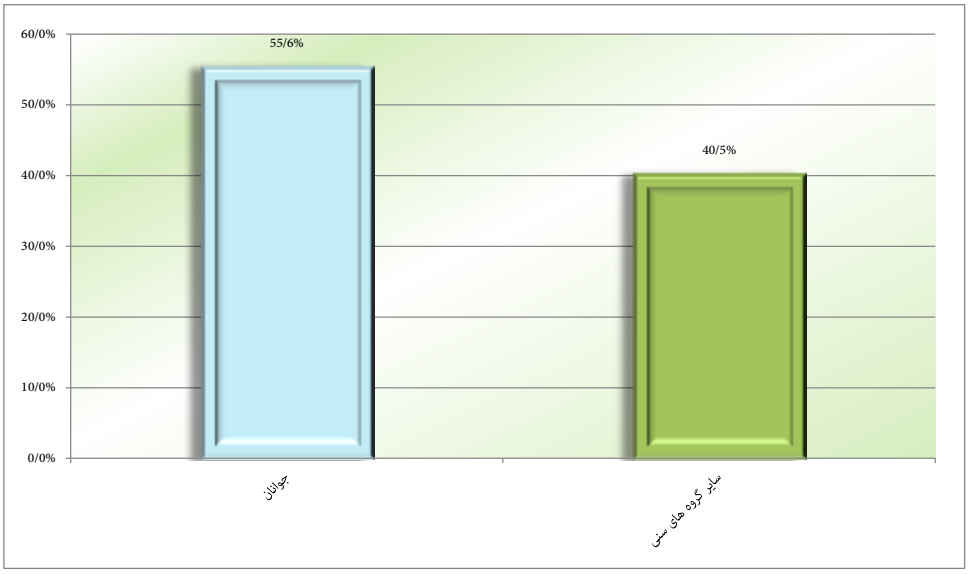
در موضوع کتاب و کتابخوانی، از مطالعهٔ انواع کتاب، میزان مطالعهٔ کتاب، امانت کتاب، خرید کتاب و داشتن آن در منزل پرسش شده است. به عنوان مقدمه پرسیده شد «آیا کتاب می خوانید؟». وضعیت پاسخ ها به صورت زیر است:

جدول ۲- ۱. وضعیت کتابخوانی

کتاب می‌خوانید؟	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
بلی	٪۵۵,٦	٪٤۰,۵	٪٤٦,٦
خیر	٪٤٤,٤	٪۵۹,۵	٪۵۳,٤
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب فی	۰,۱٤۹	معناداری	۰,۰۰۰

۵۵,۶ درصد از جوانان کتاب میخوانند. این میزان در سایر گروه های سنی، **۴۰,۵** درصد است. لذا جوانان به میزان **۱۵,۱** درصد، بیشتر از سایر گروه های سنی کتاب می خوانند. تفاوت میان دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی از نظر آماری، معنادار است.

نمودار ۲- ۱. وضعیت کتابخوانی



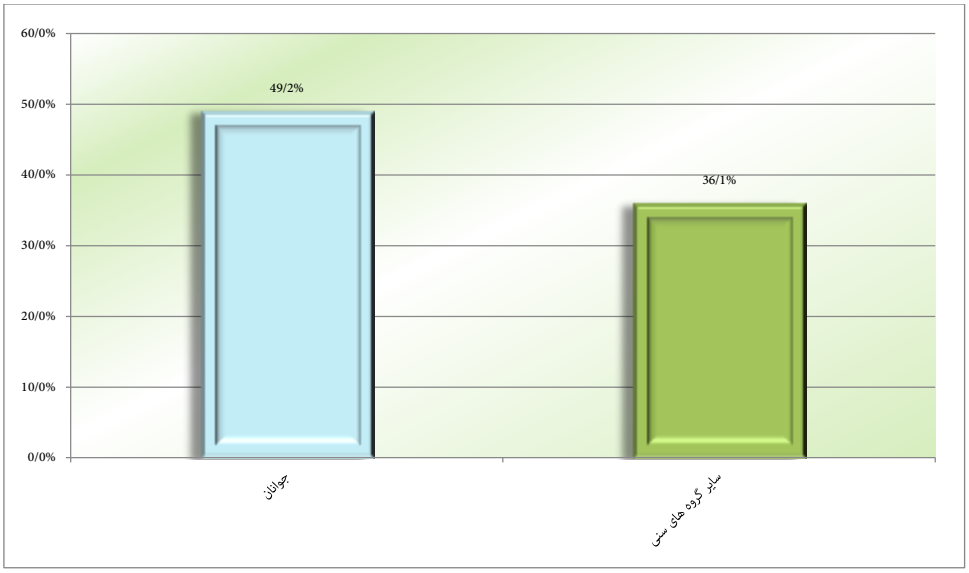
در پرسش بعد از میزان مطالعه کتابهای الکترونیکی پرسش شد. یافته ها به صورت زیر می باشد:

جدول ۲- ۲. وضعیت مطالعه کتابهای الکترونیک

به صورت الکترونیکی چطور – کتاب میخوانید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
بلی	٪۴۹,۲	٪۳۶,۱	٪۴۲,۴
خیر	٪۵۰,۸	٪۶۳,۹	٪۵۷,۶
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب فی	۰,۱۳۲	معناداری	۰,۰۰۰

۴۹,۲ درصد از جوانان کتاب الکترونیکی میخوانند. این میزان در سایر گروه های سنی، **۳۶,۱** درصد است. لذا جوانان به میزان **۱۳,۱** درصد، بیشتر از سایر گروه های سنی کتاب الکترونیکی می خوانند. تفاوت میان دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی از نظر آماری، معنادار است.

نمودار ۲- ۲. وضعیت مطالعه کتابهای الکترونیک



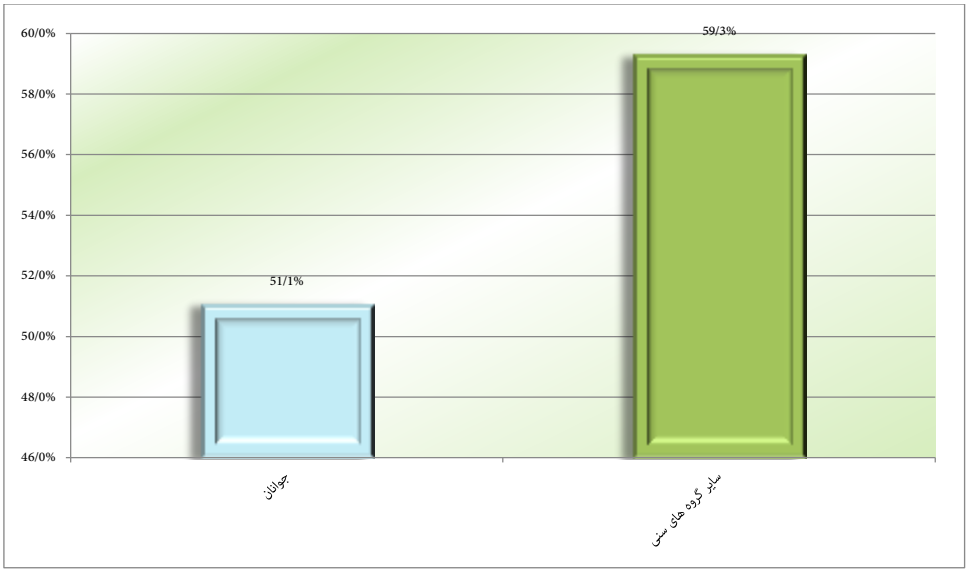
طی پرسش بعد، مطالعه کتاب کاغذی و الکترونیکی مقایسه گردید:

جدول ۲- ۳. مقایسه مطالعه کتاب کاغذی و الکترونیکی

مطالعه کتاب به صورت الکترونیکی	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
کمتر از کاغذی	٪۴۸,۹	٪۴۰,۷	٪۴۵,۳
بیشتر از کاغذی	٪۵۱,۱	٪۵۹,۳	٪۵۴,۷
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب فی	۰,۰۸۲	معناداری	۰,۰۰۰

۵۱,۱ درصد از جوانان کتابهای الکترونیکی را بیش از کتابهای کاغذی مطالعه می کنند. این میزان در سایر گروه های سنی، **۵۹,۳** درصد است. تفاوت میان دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی از نظر آماری، معنادار است.

نمودار ۲- ۳. مقایسه مطالعه کتاب کاغذی و الکترونیکی



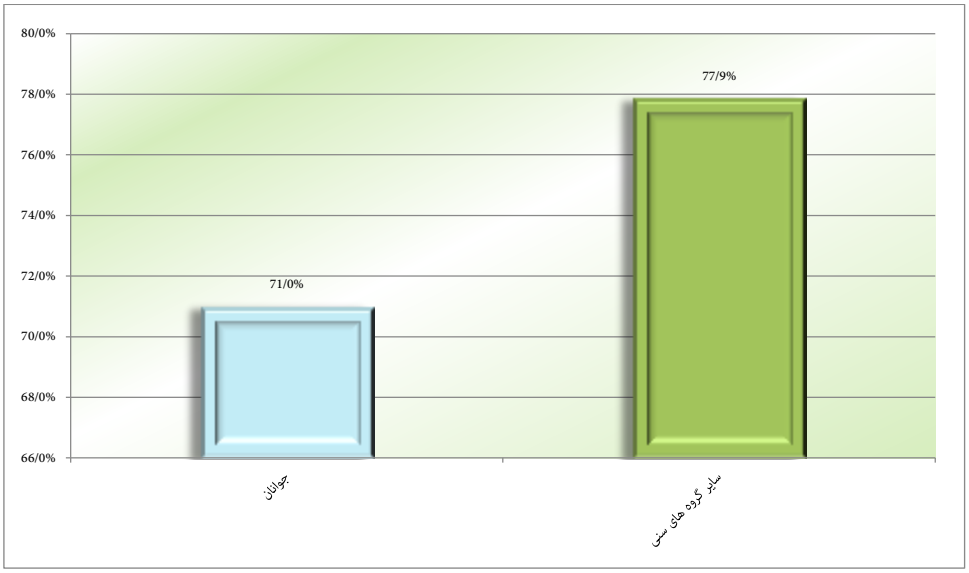
در پرسش دیگری از مطالعهٔ کتابهای درسی و غیر درسی پرسیده شد:

جدول ۲- ٤. مطالعهٔ کتابهای درسی و غیر درسی

چه کتاب‌هایی می‌خوانید؟	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
کتاب های درسی	٪۲۹,۰	٪۲۲,۱	٪۲۵,۵
کتاب های غیر درسی	٪۷۱,۰	٪۷۷,۹	٪۷٤,۵
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب فی	۰,۰۷۹	معناداری	۰,۰۰۰

۷۱,۰ درصد از جوانان کتابهای غیر درسی میخوانند. این میزان در سایر گروه های سنی، **۷۷,۹** درصد است. لذا جوانان به میزان **۶,۹** درصد، کمتر از سایر گروه های سنی کتاب غیر درسی می خوانند. تفاوت میان دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی از نظر آماری، معنادار است.

نمودار ۲- ٤. مطالعهٔ کتابهای درسی و غیر درسی



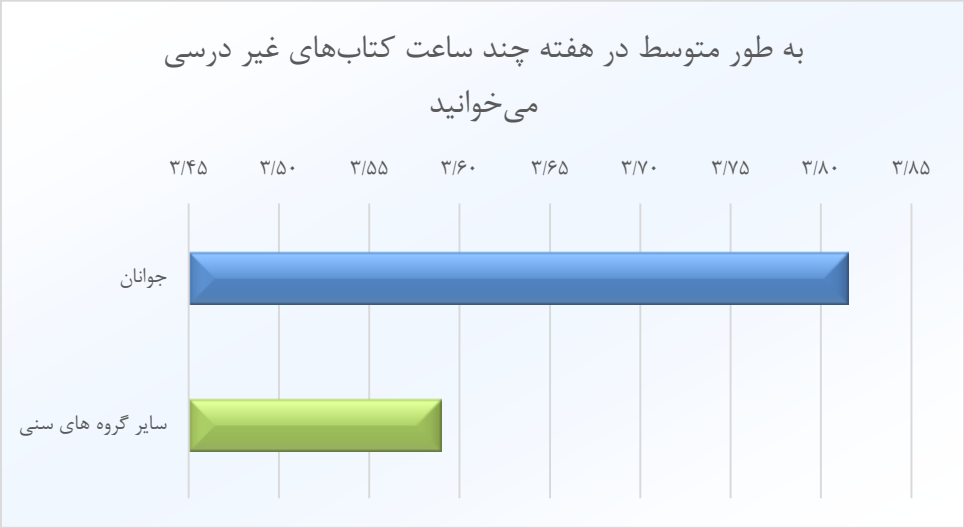
میزان مطالعه کتابهای غیر درسی جوانان و سایر گروه های سنی در طول هفته مورد پرسش قرار گرفت. یافته ها در جدول زیر آورده شده است:

جدول ۲- ۵. میزان مطالعه کتابهای غیر درسی در طول هفته

به طور متوسط در هفته چند ساعت کتاب‌های غیر درسی می‌خوانید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
تا یکساعت	٪۲۸,۰	٪۳۰,۰	٪۲۹,۰
تا دوساعت	٪۲٤,٤	٪۲٥,٦	٪۲٥,۰
تا چهار ساعت	٪۲۳,۷	٪۲۲,۹	٪۲۳,۳
بیش از چهار ساعت	٪۲۳,۹	٪۲۱,٦	٪۲۲,۷
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
تعداد	۳۰۷۷	۳۲۱٦	٦۲۹۳
میانگین	۳,۸۱	۳,٥۹	۳,۷۰
انحراف معیار	٥,۸۱	٥,۰۷	٥,٤٤
ضریب T	۱,٦٤۰	معناداری	۰,۱۰۱

بر اساس یافته ها، **۲۸,۰** درصد از جوانان تا یکساعت در هفته، کتاب غیر درسی می خوانند. این میزان در **۲۴,۴** درصد از آنان تا دوساعت، در **۲۳,۷** درصد از آنان تا چهار ساعت، در **۲۳,۹** درصد از آنان بیش از چهار ساعت می باشد.میانگین مطالعه غیر درسی جوانان در طول هفته، تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.

نمودار ۲- ۵. میزان مطالعه کتابهای غیر درسی در طول هفته



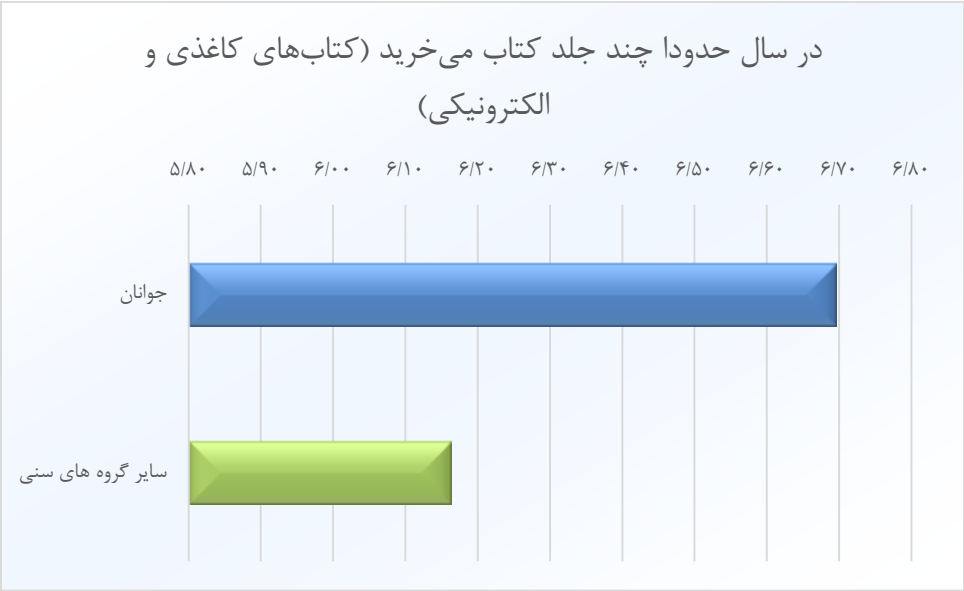
در پرسش بعد چنین آورده شد: «در سال حدودا چند جلد کتاب می‌خرید؟ (کتاب‌های کاغذی و الکترونیکی)».
پاسخ ها به صورت زیر می باشد:

جدول ۲- ۶. کتابهای خریداری شده در طول سال

در سال حدودا چند جلد کتاب می‌خرید (کتاب‌های کاغذی و الکترونیکی)	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
تا دو جلد	٪۳۳,۰	٪۳٦,۰	٪۳٤,۵
تا پنج جلد	٪۳۵,۱	٪۳٦,۲	٪۳۵,٦
بیش از پنج جلد	٪۳۱,۹	٪۲۷,۹	٪۲۹,۹
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
تعداد	۲٦۵۲	۲۵۲۷	۵۱۷۹
میانگین	٦,۷۰	٦,۱٦	٦,٤٤
انحراف معیار	۱۰,٤۳	۱۱,۰٦	۱۰,۷٤
ضریب T	۱,۷۸۳	معناداری	۰,۰۷۵

بر اساس یافته ها، **۳۳,۰** درصد از جوانان تا دو جلد در سال، کتاب کاغذی و الکترونیکی می خرند. این میزان در **۳۵,۱** درصد از آنان تا پنج جلد، در **۳۱,۹** درصد از آنان بیش از پنج جلد می باشد.میانگین تعداد جلد کتابهایی که جوانان در طول سال خریداری می کنند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.

نمودار ۲- ۶. کتابهای خریداری شده در طول سال



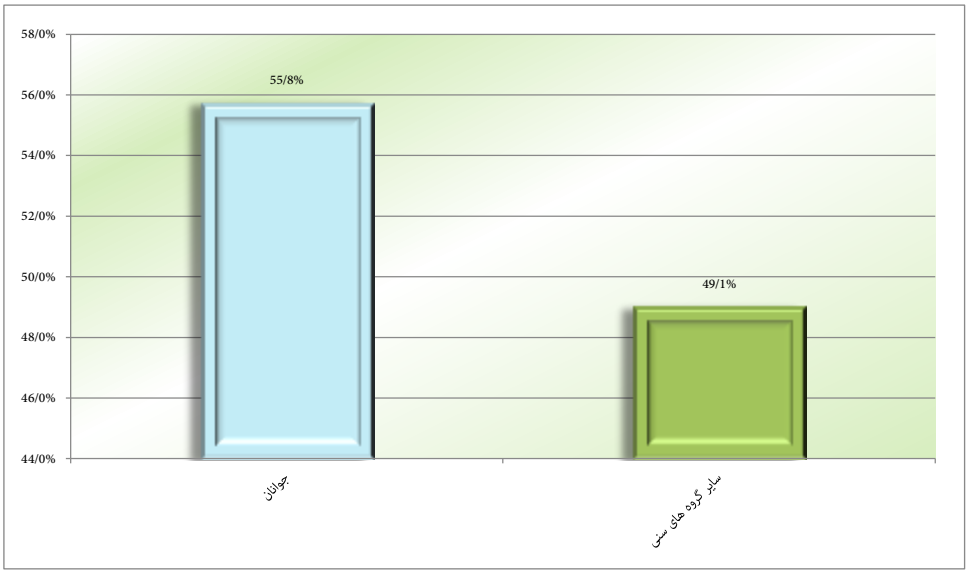
از پاسخگویان پرسیده شد: «آیا از بیرون از منزل هم کتاب به امانت می گیرید؟». پاسخ ها به صورت زیر می باشد:

جدول ۲- ۷. امانت گرفتن کتاب از بیرون منزل

از بیرون منزل هم کتاب به امانت می‌گیرید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
بلی	٪۵۵,۸	٪۴۹,۱	٪۵۲,٤
خیر	٪٤٤,۲	٪۵۰,۹	٪٤۷,٦
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب فی	۰,۰٦۷	معناداری	۰,۰۰۰

۵۵,۸ درصد از جوانان از بیرون منزل هم کتاب به امانت می گیرند. این میزان در سایر گروه های سنی، **۴۹,۱** درصد است. لذا جوانان به میزان **۶,۷** درصد، بیشتر از سایر گروه های سنی کتاب امانت می گیرند.تفاوت میان دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی از نظر آماری، معنادار است.

نمودار ۲- ۷. امانت گرفتن کتاب از بیرون منزل



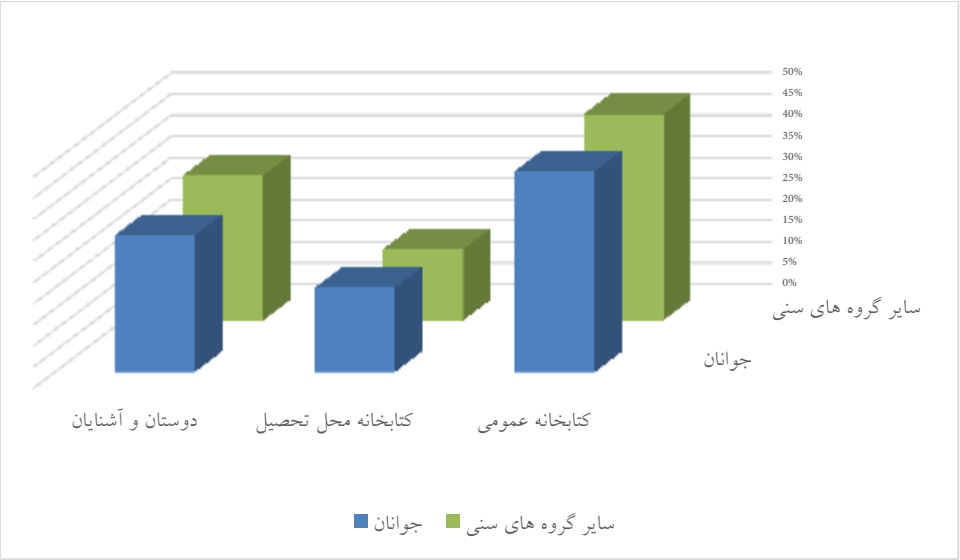
در پرسش بعد چنین آورده شد که «از بیرون منزل بیشتر از کجا کتاب به امانت می‌گیرید؟».

جدول ۲- ۸. محل امانت گرفتن کتاب

از بیرون منزل بیشتر از کجا کتاب به امانت می‌گیرید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
کتابخانه عمومی	٪٤٧,٦	٪٤٨,٨	٪٤٨,١
کتابخانه محل تحصیل	٪٢٠,٠	٪١٦,٩	٪١٨,٦
دوستان و آشنایان	٪٣٢,٤	٪٣٤,٣	٪٣٣,٣
مجموع	٪١٠٠,٠	٪١٠٠,٠	٪١٠٠,٠
ضریب کرامر	٠,٠٤١	معناداری	٠,٠٨٥

۴۷,۶ درصد از جوانان، بیشتر از کتابخانه عمومی کتاب امانت می گیرند. ۲۰,۰ درصد از آنان از کتابخانه محل تحصیل و ۳۲,۴ درصد از آنان از دوستان و آشنایان کتاب به امانت می گیرند. این مقادیر در سایر گروه های سنی به ترتیب ۴۸,۸ درصد، ۱۶,۹ درصد و ۳۴,۳ درصد است.با مقایسه دو گروه می توان دریافت که جوانان بیشتر تمایل دارند از کتابخانه محل تحصیل کتاب به امانت بگیرند.تفاوت میان دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی از نظر آماری معنادار نیست.

نمودار ۲- ۸. محل امانت گرفتن کتاب



در موضوع بعد، از دفعات امانت گرفتن کتاب پرسش گردید. پاسخ ها در جدول زیر آورده شده است:

جدول ۲- ۹. دفعات امانت گرفتن کتاب

چند وقت یکبار کتاب امانت می‌گیرید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
هر هفته	٪٦,٠	٪٧,٥	٪٦,٧
هر ماه	٪٢٣,١	٪٢٣,٨	٪٢٣,٥
هر دو سه ماه	٪٣٧,٤	٪٣٦,٥	٪٣٧,٠
شش ماه یکبار	٪١٧,٦	٪١٥,٧	٪١٦,٧
سالی یکبار	٪١١,٠	٪١١,٦	٪١١,٣
چند سال یکبار	٪٤,٨	٪٤,٩	٪٤,٩
مجموع	٪١٠٠,٠	٪١٠٠,٠	٪١٠٠,٠
ضریب کرامر	٠,٠٤٠	معناداری	٠,٣٧٠

بر اساس یافته ها، ۶,۰ درصد از جوانان هر هفته کتاب امانت می گیرند. این میزان در ۲۳,۱ درصد از آنان هر ماه، در ۳۷,۴ درصد از آنان هر دو سه ماه، در ۱۷,۶ درصد از آنان شش ماه یکبار، در ۱۱,۰ درصد از آنان سالی یکبار، در ۴,۸ درصد از آنان چند سال یکبار می باشد.دو گروه مورد مقایسه، رفتار مشابهی از این نظر دارند.

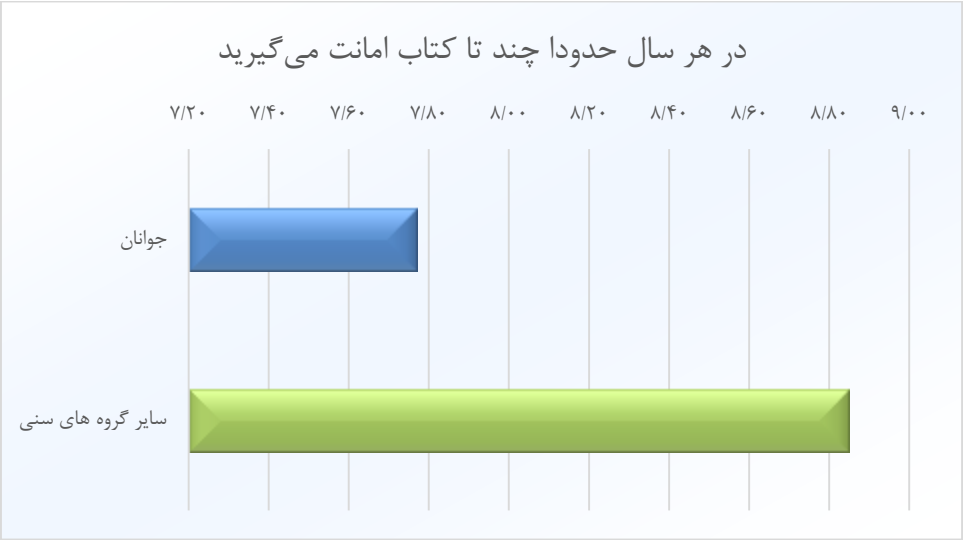
تعداد کتابی که سالانه به امانت گرفته می شود، پرسش دیگری بود که مطرح گردید:

جدول ۲- ۱۰. تعداد کتابهای امانت گرفته شده در طول سال

در هر سال حدودا چند تا کتاب امانت می‌گیرید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
تا پنج جلد	٪٦٣,٥	٪٦١,٠	٪٦٢,٣
بیش از پنج جلد	٪٣٦,٥	٪٣٩,٠	٪٣٧,٧
مجموع	٪١٠٠,٠	٪١٠٠,٠	٪١٠٠,٠
تعداد	١٧١٨	١٥٥٤	٣٢٧٢
میانگین	٧,٧٧	٨,٨٥	٨,٢٨
انحراف معیار	١٢,٤٠	٢١,٩٨	١٧,٦٢
ضریب T	١,٧٠٦-	معناداری	٠,٠٨٨

بر اساس یافته ها، **۶۳,۵** درصد از جوانان تا پنج جلد کتاب در طول سال امانت می گیرند. این میزان در **۳۶,۵** درصد از آنان بیش از پنج جلد می باشد.میانگین تعداد جلد کتابهایی که جوانان در طول سال امانت می گیرند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.

نمودار ۲- ۹. تعداد کتابهای امانت گرفته شده در طول سال



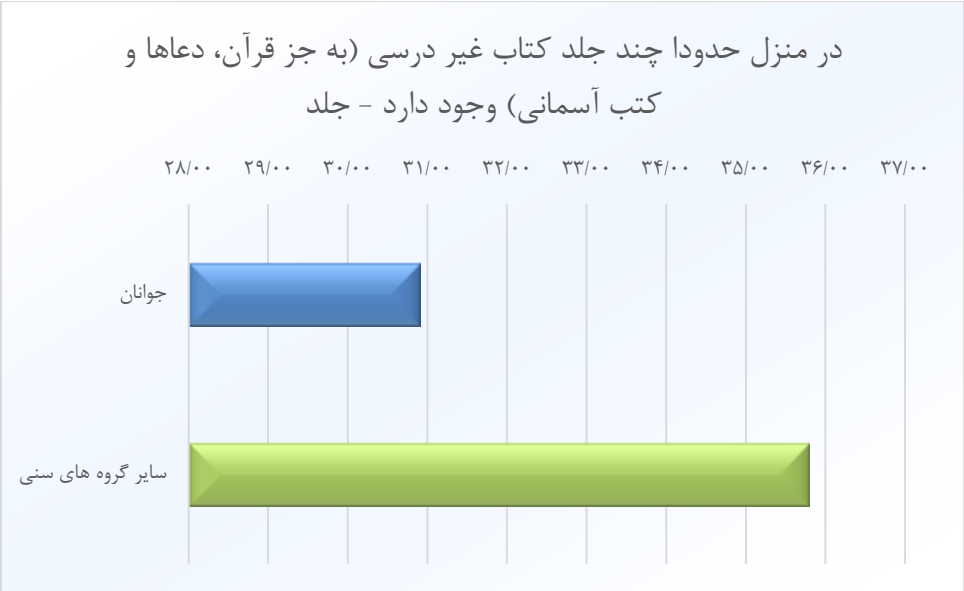
از پاسخگویان پرسیده شد «در منزل حدودا چند جلد کتاب غیر درسی (به جز قرآن، دعاها و کتب آسمانی) وجود دارد؟». پاسخ ها در جدول زیر آورده شده است.

جدول ۲- ۱۱. تعداد کتابهای غیردرسی در خانه

در منزل حدودا چند جلد کتاب غیر درسی (به جز قرآن، دعاها و کتب آسمانی) وجود دارد - جلد	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
تا دو جلد	٪۸,٤	٪۹,٤	٪۹,۰
تا پنج جلد	٪۱٦,۱	٪۱٤,۸	٪۱٥,۳
تا ده جلد	٪۱٦,۹	٪۱٤,۰	٪۱٥,۱
تا سی جلد	٪۲۱,۷	٪۱٦,۹	٪۱۸,۸
بیش از سی جلد	٪۳۷,۰	٪٤٥,۰	٪٤۱,۷
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
تعداد	٤۸٦٦	٦۲٦۱	۱۱۱۲۷
میانگین	۳۰,۹۰	۳٥,۷۸	۳۳,٦٥
انحراف معیار	۱۲۹,٥٤	۱٥۸,۲٥	۱٤٦,٤۱
ضریب T	۱,۷۸۹-	معناداری	۰,۰۷٤

بر اساس یافته ها، ۸,۴ درصد از جوانان تا دو جلد در خانه شان کتاب غیر درسی دارند. این میزان در ۱۶,۱ درصد از آنان تا پنج جلد، ۱۶,۹ درصد از آنان تا ده جلد، ۲۱,۷ درصد از آنان تا سی جلد، ۳۷,۰ درصد از آنان بیش از سی جلد می باشد.میانگین تعداد جلد کتابهای غیر درسی که جوانان در منزلشان دارند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.

نمودار ۲- ۱۰. تعداد کتابهای غیردرسی در خانه



نوع کتابهایی که مورد مطالعه قرار می گیرد از دیگر محورهای مورد گفتگو با پاسخگویان بود:

جدول ۲- ۱۲. انواع کتابهای مورد مطالعه

انواع کتابهای مورد مطالعه		جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
کودکان و نوجوانان	تعداد	۲۰۹	۲۲۲	٤۳۱
	درصد	٪٦,٤	٪٦,۷	٪٦,٥
ادبیات و شعر	تعداد	٥۷۰	٦۰۱	۱۱۷۱
	درصد	٪۱۷,٥	٪۱۸,۰	٪۱۷,۸
رمان و داستان	تعداد	۱٤۸٦	۱۰۸۸	۲٥۷٤
	درصد	٪٤٥,٦	٪۳۲,۷	٪۳۹,۱
تاریخی	تعداد	٥۸۳	۸۱۲	۱۳۹٥
	درصد	٪۱۷,۹	٪۲٤,٤	٪۲۱,۲
معارف دینی	تعداد	٥۳۳	۱۰۳۷	۱٥۷۰
	درصد	٪۱٦,٤	٪۳۱,۱	٪۲۳,۸
مرجع	تعداد	۷۷	۸۲	۱٥۹
	درصد	٪۲,٤	٪۲,٥	٪۲,٤
هنر و حرفه	تعداد	۲۷۳	۱٦٤	٤۳۷
	درصد	٪۸,٤	٪٤,۹	٪٦,٦
تخصصی	تعداد	۸۹٥	٥۷٥	۱٤۷۰
	درصد	٪۲۷,٥	٪۱۷,۳	٪۲۲,۳
روانشناسی و تربیتی	تعداد	۸٦۷	٥۷۲	۱٤۳۹
	درصد	٪۲٦,٦	٪۱۷,۲	٪۲۱,۸
اجتماعی و سیاسی	تعداد	٤۱۹	٤۸۷	۹۰٦
	درصد	٪۱۲,۹	٪۱٤,٦	٪۱۳,۷
زندگی نامه	تعداد	۲۱۱	۲٦۷	٤۷۸
	درصد	٪٦,٥	٪۸,۰	٪۷,۳
علوم غریبه	تعداد	٦٤	٤٦	۱۱۰
	درصد	٪۲,۰	٪۱,٤	٪۱,۷
بهداشت و سلامت	تعداد	۳۲۲	۳۳۷	٦٥۹
	درصد	٪۹,۹	٪۱۰,۱	٪۱۰,۰
مجموع	تعداد	۳۲٥۹	۳۳۳۱	٦٥۹۰

۶,۴ درصد از جوانان کتاب های کودکان و نوجوانان مطالعه می کنند. ۱۷,۵ درصد از ایشان، کتاب های ادبیات و شعر، ۴۵,۶ درصد از ایشان، کتاب های رمان و داستان، ۱۷,۹ درصد از ایشان، کتاب های تاریخی، ۱۶,۴

درصد از ایشان، کتاب های معارف دینی، ۲,۴ درصد از ایشان، کتاب های مرجع، ۸,۴ درصد از ایشان، کتاب های هنر و حرفه، ۲۷,۵ درصد از ایشان، کتاب های تخصصی، ۲۶,۶ درصد از ایشان، کتاب های روانشناسی و تربیتی، ۱۲,۹ درصد از ایشان، کتاب های اجتماعی و سیاسی، ۶,۵ درصد از ایشان، کتاب های زندگی نامه، ۲,۰ درصد از ایشان، کتاب های علوم غریبه، ۹,۹ درصد از ایشان، کتاب های بهداشت و سلامت مطالعه می کنند. بیشترین میزان مطالعه کتب در جوانان ۴۵,۶ درصد و مربوط به کتب رمان و داستان می باشد که مشابه با وضعیت آن در سایر گروه های سنی است.سایر گروه های سنی نیز بیشتر کتابهای رمان و داستان می خوانند.

در پرسش بعد به منظور بررسی موضوع کتابهایی را که در دست مطالعه دارند پرسیده شد «کدام نوع از این کتاب‌ها را بیشتر می‌خوانید؟» یافته ها به صورت زیر است:

جدول ۲- ۱۳. نوع کتابهایی که در دست مطالعه دارند

نوع کتابها		جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
کودکان و نوجوانان	تعداد	۱۵۸	۱۶۷	۳۲۵
	درصد	٪۵,۱	٪۵,۳	٪۵,۲
ادبیات و شعر	تعداد	٤۱۲	٤۷۵	۸۸۷
	درصد	٪۱۳,٤	٪۱۵,۱	٪۱٤,۲
رمان و داستان	تعداد	۱۲٦۱	۹۲۹	۲۱۹۰
	درصد	٪٤۰,۹	٪۲۹,۵	٪۳۵,۱
تاریخی	تعداد	٤٤۰	٦۳۸	۱۰۷۸
	درصد	٪۱٤,۳	٪۲۰,۳	٪۱۷,۳
معارف دینی	تعداد	۳۹۰	۸۹۰	۱۲۸۰
	درصد	٪۱۲,٦	٪۲۸,۳	٪۲۰,۵
مرجع	تعداد	۵۹	۵۳	۱۱۲
	درصد	٪۱,۹	٪۱,۷	٪۱,۸
هنر و حرفه	تعداد	۱۹۳	۱۱٦	۳۰۹
	درصد	٪٦,۳	٪۳,۷	٪۵,۰
تخصصی	تعداد	۷۵۰	٤٦۷	۱۲۱۷
	درصد	٪۲٤,۳	٪۱٤,۸	٪۱۹,۵
روانشناسی و تربیتی	تعداد	٦٤۷	٤۳۱	۱۰۷۸
	درصد	٪۲۱,۰	٪۱۳,۷	٪۱۷,۳
اجتماعی و سیاسی	تعداد	۲۹٦	۳٤۸	٦٤٤
	درصد	٪۹,٦	٪۱۱,۱	٪۱۰,۳
زندگی نامه	تعداد	۱۵۲	۱۸۰	۳۳۲
	درصد	٪٤,۹	٪۵,۷	٪۵,۳
علوم غریبه	تعداد	۳۵	۲۱	۵٦

	درصد	٪۱,۱	٪۰,۷	٪۰,۹
بهداشت و سلامت	تعداد	۲۳۹	۲٤۳	٤۸۲
	درصد	٪۷,۷	٪۷,۷	٪۷,۷
مجموع	تعداد	۳۰۸٤	۳۱٤۸	٦۲۳۲

۵,۱ درصد از جوانان کتاب های کودکان و نوجوانان مطالعه می کنند. **۱۳,۴** درصد از ایشان، کتاب های ادبیات و شعر، **۴۰,۹** درصد از ایشان، کتاب های رمان و داستان، **۱۴,۳** درصد از ایشان، کتاب های تاریخی، **۱۲,۶** درصد از ایشان، کتاب های معارف دینی، **۱,۹** درصد از ایشان، کتاب های مرجع، **۶,۳** درصد از ایشان، کتاب های هنر و حرفه، **۲۴,۳** درصد از ایشان، کتاب های تخصصی، **۲۱,۰** درصد از ایشان، کتاب های روانشناسی و تربیتی، **۹,۶** درصد از ایشان، کتاب های اجتماعی و سیاسی، **۴,۹** درصد از ایشان، کتاب های زندگی نامه، **۱,۱** درصد از ایشان، کتاب های علوم غریبه، **۷,۷** درصد از ایشان، کتاب های بهداشت و سلامت مطالعه می کنند.

بیشترین میزان کتابهایی که در دست مطالعه است در جوانان **۴۰,۹** درصد و مربوط به کتب رمان و داستان می باشد که مشابه با وضعیت آن در سایر گروه های سنی است.سایر گروه های سنی نیز بیشتر کتابهای رمان و داستان در دست مطالعه دارند.

فصل سوم: مطالعه نشریات (روزنامه و مجله)

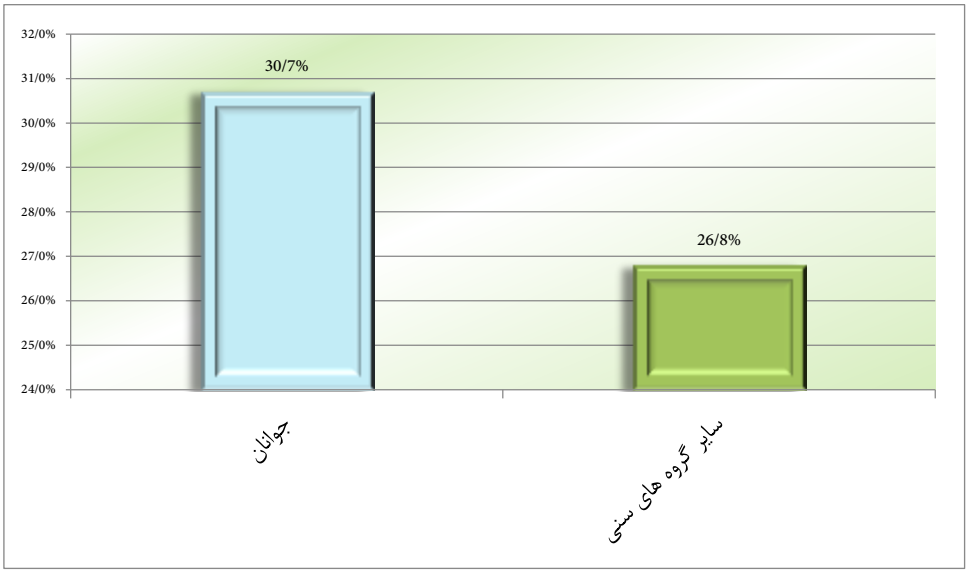
در این فصل از پاسخگویان دربارهٔ نوع مجله و روزنامه، میزان مطالعهٔ روزنامه و مجله، مکان خواندن و خریداری آن پرسش شده است. به عنوان مقدمه پرسیده شد « آیا شما روزنامه یا مجله می‌خوانید؟». وضعیت پاسخ ها در جدول زیر آورده شده است:

جدول ۳- ۱. مطالعه روزنامه و مجله

آیا شما روزنامه یا مجله می‌خوانید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
بلی	٪۳۰,۷	٪۲٦,۸	٪۲۸,٤
خیر	٪٦۹,۳	٪۷۳,۲	٪۷۱,٦
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب فی	۰,۰٤۳	معناداری	۰,۰۰۰

۳۰,۷ درصد از جوانان روزنامه یا مجله می خوانند. این میزان در سایر گروه های سنی، **۲٦,۸** درصد است. لذا جوانان به میزان **۳,۹** درصد، بیشتر از سایر گروه های سنی روزنامه یا مجله می خوانند.تفاوت میان دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی از نظر آماری، معنادار است.

نمودار ۳- ۱. مطالعه روزنامه و مجله



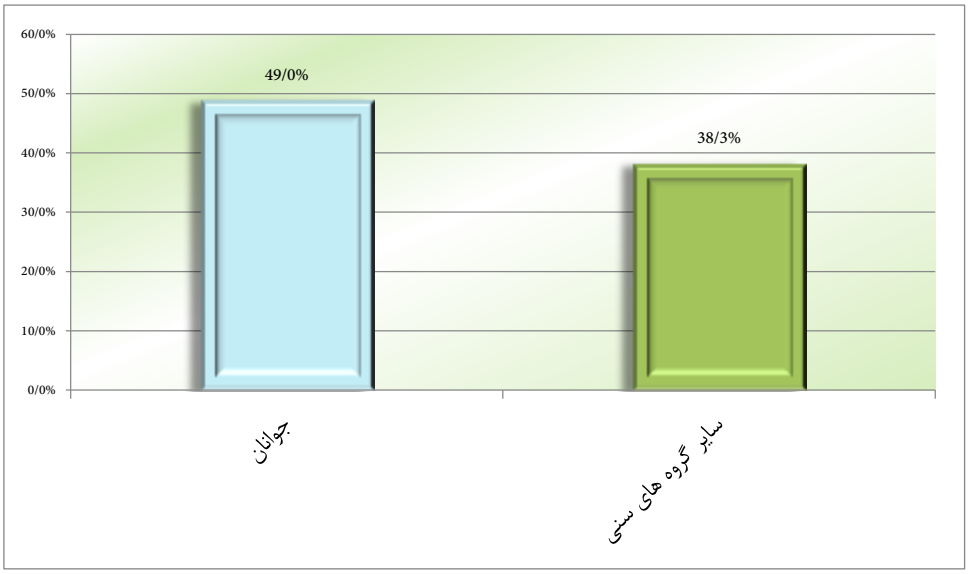
درمورد روزنامه ها و مجلات الکترونیکی پرسیده شد « آیا شما به صورت الکترونیکی روزنامه یا مجله می‌خوانید؟». وضعیت پاسخ ها بدین صورت می باشد:

جدول ۳- ۲. مطالعه الکترونیکی روزنامه یا مجله

آیا شما به صورت الکترونیکی روزنامه یا مجله می‌خوانید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
بلی	٪۴۹,۰	٪۳۸,۳	٪۴۳,۰
خیر	٪۵۱,۰	٪۶۱,۷	٪۵۷,۰
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب فی	۰,۱۰۷	معناداری	۰,۰۰۰

۴۹,۰ درصد از جوانان به صورت الکترونیکی روزنامه یا مجله می خوانند. این میزان در سایر گروه های سنی، **۳۸,۳** درصد است. لذا جوانان به میزان **۱۰,۷** درصد، بیشتر از سایر گروه های سنی روزنامه یا مجله می خوانند.تفاوت میان دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی از نظر آماری، معنادار است.

نمودار ۳- ۲. مطالعه الکترونیکی روزنامه یا مجله



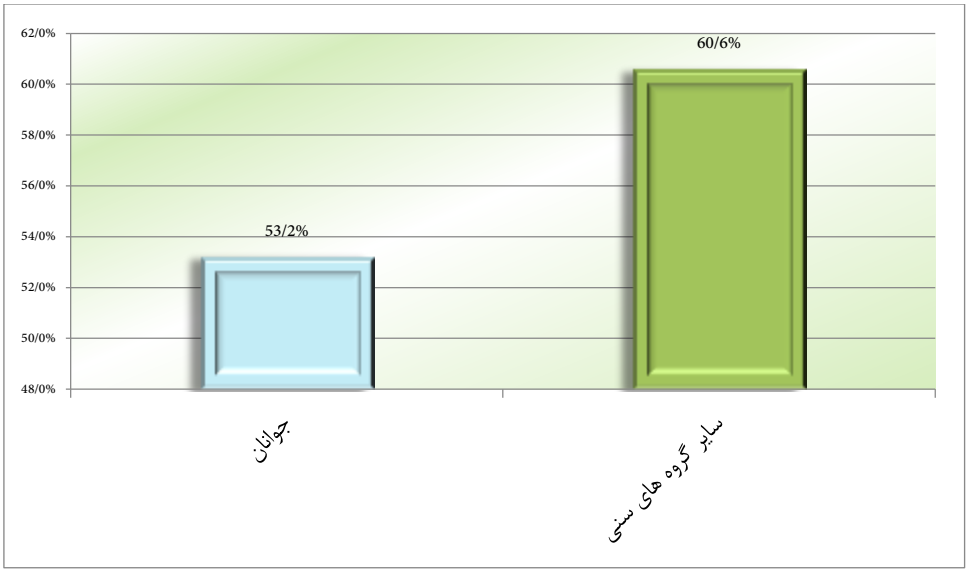
طی پرسش بعد، مطالعه کاغذی و الکترونیکی روزنامه ها و مجلات مقایسه گردید:

جدول ۳- ۳. مقایسه مطالعه کاغذی و الکترونیکی روزنامه ها و مجلات

مطالعه روزنامه یا مجله به صورت الکترونیکی	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
کمتر از کاغذی	٪٤٦,٨	٪٣٩,٤	٪٤٣,١
بیشتر از کاغذی	٪٥٣,٢	٪٦٠,٦	٪٥٦,٩
مجموع	٪١٠٠,٠	٪١٠٠,٠	٪١٠٠,٠
ضریب فی	٠,٠٧٥	معناداری	٠,٠٠١

۵۳,۲ درصد از جوانان روزنامه ها و مجلات الکترونیکی را بیش از روزنامه ها و مجلات کاغذی مطالعه می کنند. این میزان در سایر گروه های سنی، **۶۰,۶** درصد است. تفاوت میان دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی از نظر آماری، معنادار است.

نمودار ۳- ۳. مقایسه مطالعه کاغذی و الکترونیکی روزنامه ها و مجلات



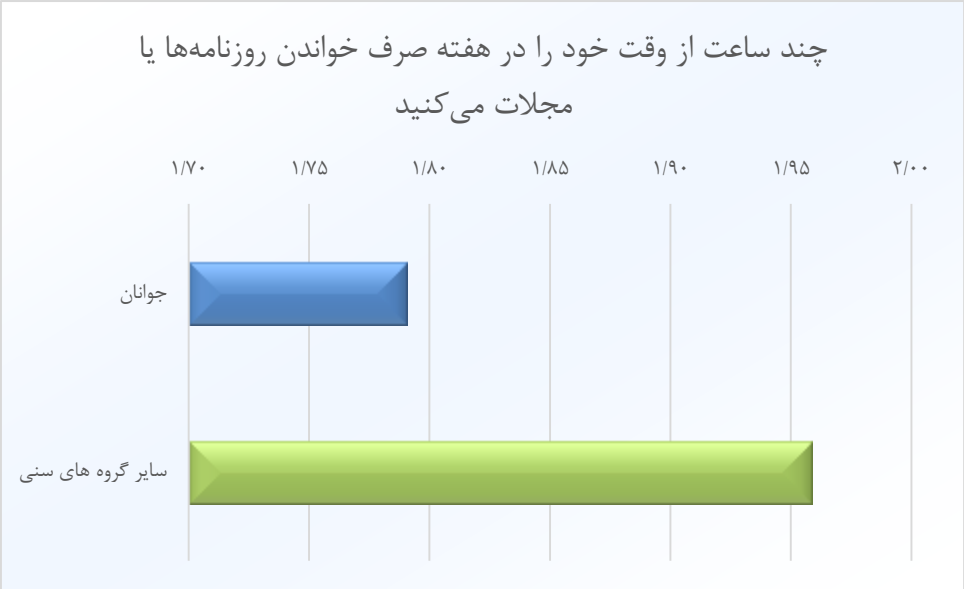
میزان مطالعه روزنامه ها و مجلات در جوانان و سایر گروه های سنی در طول هفته مورد پرسش قرار گرفت. یافته ها در جدول زیر آورده شده است:

جدول ۳- ٤. میزان مطالعه روزنامه ها و مجلات در طول هفته

چند ساعت از وقت خود را در هفته صرف خواندن روزنامه‌ها یا مجلات می‌کنید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
تا یک ساعت	٪۵۸,۲	٪۵۷,٤	٪۵۷,۸
بیش از یک ساعت	٪٤۱,۸	٪٤۲,٦	٪٤۲,۲
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
تعداد	۱۷۵٤	۲۱۹٤	۳۹٤۸
میانگین	۱,۷۹	۱,۹٦	۱,۸۸
انحراف معیار	۲,۲۸	۲,۸۸	۲,٦۳
ضریب T	-۲,۰٤۸	معناداری	۰,۰٤۱

بر اساس یافته ها، ۵۸,۲ درصد از جوانان تا یک ساعت در هفته، روزنامه و مجله می خوانند. این میزان در ۴۱,۸ درصد از آنان بیش از یک ساعت می باشد.میانگین مطالعه روزنامه و مجله در جوانان در طول هفته، به طور معناداری کمتر از سایر گروه های سنی می باشد.

نمودار ۳- ٤. میزان مطالعه روزنامه ها و مجلات در طول هفته



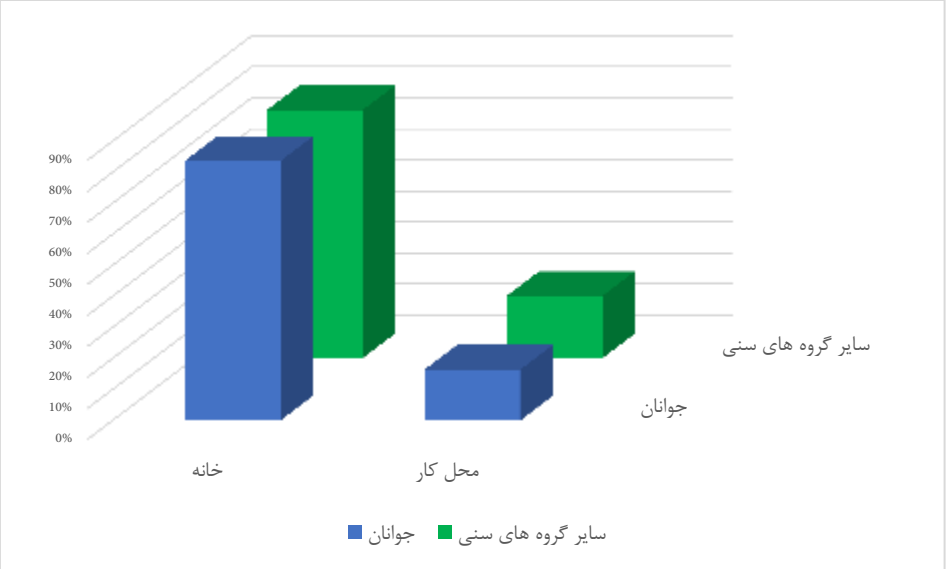
محل مطالعه روزنامه و مجله، از جنبه های مختلف حائز اهمیت است. لذا در پرسش بعدی مطرح گردید «روزنامه و مجله را بیشتر کجا مطالعه می کنید؟». پاسخ ها به قرار زیر است:

جدول ۳- ۵. محل مطالعه روزنامه و مجله

روزنامه و مجله را بیشتر کجا مطالعه می‌کنید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
خانه	٪۸۳,٦	٪۷۹,۹	٪۸۱,٦
محل کار	٪۱٦,٤	٪۲۰,۱	٪۱۸,٤
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب فی	۰,۰٤۷	معناداری	۰,۰۰٤

بر این اساس، ۸۳,۶ درصد از جوانان در خانه، روزنامه و مجله می خوانند. این میزان در سایر گروه های سنی۷۹,۹ درصد است. تفاوت میان دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی از نظر آماری، معنادار است.

نمودار ۳- ۵. محل مطالعه روزنامه و مجله



یکی از شیوه های به دست آوردن میزان مطالعه گروه های اجتماعی این است که ببینیم چند وقت یکبار مطالعه میکنند. این موضوع درمورد مطالعه روزنامه و مجله پرسیده شد و یافته ها به صورت زیر است:

جدول ۳- ۶. دفعات مطالعه روزنامه و مجله

		جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
چند وقت یکبار روزنامه یا مجله می خوانید	هر روز	٪۱۹,٤	٪۲۰,٦	٪۲۰,۱
	هفته ای دو سه بار	٪۲۱,۲	٪۲۵,۹	٪۲۳,۸
	هفته ای یکبار	٪۲۱,۰	٪۲۱,٦	٪۲۱,۳
	ماهی دو سه بار	٪۱۷,۷	٪۱۵,٤	٪۱٦,٤
	ماهی یکبار	٪۱۲,۷	٪۸,٤	٪۱۰,۳
	دو سه ماه یکبار	٪۳,۳	٪٤,٤	٪٤,۰
	شش ماه یکبار	٪۲,۵	٪۱,۷	٪۲,۰
	سالی یکبار	٪۲,۲	٪۲,۰	٪۲,۱
مجموع		٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب کرامر، معناداری، مقدار خی دو		۰,۰۹٦	معناداری	۰,۰۰۰

بدین ترتیب ۱۹,۴ درصد از جوانان هر روز روزنامه یا مجله می خوانند. زمان مطالعه روزنامه یا مجله در ۲۱,۲ درصد از آنان هفته ای دو سه بار، در ۲۱,۰ درصد از آنان هفته ای یکبار، در ۱۷,۷ درصد از آنان ماهی دو سه بار، در ۱۲,۷ درصد از آنان ماهی یکبار، در ۳,۳ درصد از آنان دو سه ماه یکبار، در ۲,۵ درصد از آنان شش ماه یکبار، در ۲,۲ درصد از آنان سالی یکبار می باشد.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند.

از پاسخگویان درمورد نام روزنامه مورد مطالعه پرسیده شد. وضعیت روزنامه ها بدین صورت می باشد.

جدول ۳- ۷. روزنامه مورد مطالعه

روزنامه مورد مطالعه		جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
همشهری	تعداد	۲۳۳	٤۲۰	٦٥۳
	درصد	٪۱٤,٦	٪۲۱,۱	٪۱۸,۲
روزنامه‌های ورزشی	تعداد	۲۸۳	۲۲۷	٥۱۰
	درصد	٪۱۷,۸	٪۱۱,٤	٪۱٤,۲
روزنامه‌های محلی	تعداد	۲۰٦	۲٦۲	٤٦۸
	درصد	٪۱۲,۹	٪۱۳,۲	٪۱۳,۱
خراسان	تعداد	۱۱۸	۱٤۱	۲٥۹
	درصد	٪۷,٤	٪۷,۱	٪۷,۲
جام جم	تعداد	۱٤٦	۲۰٤	۳٥۰
	درصد	٪۹,۲	٪۱۰,۲	٪۹,۸
خانواده	تعداد	۱۲۹	۱۲۲	۲٥۱
	درصد	٪۸,۱	٪٦,۱	٪۷,۰
خانواده سبز	تعداد	۱۱٥	۹۲	۲۰۷
	درصد	٪۷,۲	٪٤,٦	٪٥,۸
روزنامه‌های سیاسی	تعداد	۱۰٤	۱٥۳	۲٥۷
	درصد	٪٦,٥	٪۷,۷	٪۷,۲
کیهان	تعداد	۸۲	۱۷۲	۲٥٤
	درصد	٪٥,۲	٪۸,٦	٪۷,۱
اطلاعات	تعداد	٥۹	۱۹٦	۲٥٥
	درصد	٪۳,۷	٪۹,۸	٪۷,۱
روزنامه‌های خبری	تعداد	۸۳	۱۰۲	۱۸٥
	درصد	٪٥,۲	٪٥,۱	٪٥,۲
حوادث	تعداد	۸٤	۱۰۸	۱۹۲
	درصد	٪٥,۳	٪٥,٤	٪٥,٤
جدول	تعداد	۷٦	۸۸	۱٦٤
	درصد	٪٤,۸	٪٤,٤	٪٤,٦
روزنامه‌های اجتماعی	تعداد	۸٤	۱۳۳	۲۱۷
	درصد	٪٥,۳	٪٦,۷	٪٦,۱
ایران	تعداد	٤۷	۱۰۰	۱٤۷
	درصد	٪۳,۰	٪٥,۰	٪٤,۱
روزنامه‌های اقتصادی	تعداد	٥۹	۹۷	۱٥٦

	درصد	٪۳,۷	٪٤,۹	٪٤,٤
روزنامه‌های فرهنگی	تعداد	۵۳	۵۰	۱۰۳
	درصد	٪۳,۳	٪۲,۵	٪۲,۹
روزنامه‌های علمی	تعداد	٤٤	۳۵	۷۹
	درصد	٪۲,۸	٪۱,۸	٪۲,۲
روزهای زندگی	تعداد	٤٤	۳۲	۷٦
	درصد	٪۲,۸	٪۱,٦	٪۲,۱
آشپزی	تعداد	۲۹	۲٦	۵۵
	درصد	٪۱,۸	٪۱,۳	٪۱,۵
ورزشی ، خبرورزشی	تعداد	۲۹	۲۲	۵۱
	درصد	٪۱,۸	٪۱,۱	٪۱,٤
روزنامه‌های خانوادگی	تعداد	۲٤	۲۱	٤۵
	درصد	٪۱,۵	٪۱,۱	٪۱,۳
جوان	تعداد	۳٤	۱۸	۵۲
	درصد	٪۲,۱	٪۰,۹	٪۱,۵
موفقیت	تعداد	۳۲	۲٤	۵٦
	درصد	٪۲,۰	٪۱,۲	٪۱,٦
رشد	تعداد	۱۱	۲۳	۳٤
	درصد	٪۰,۷	٪۱,۲	٪۰,۹
مجله های تبلیغاتی	تعداد	۱٦	۲۱	۳۷
	درصد	٪۱,۰	٪۱,۱	٪۱,۰
جمهوری اسلامی	تعداد	۷	۲٦	۳۳
	درصد	٪۰,٤	٪۱,۳	٪۰,۹
روزنامه‌های تخصصی	تعداد	۱۳	۱۸	۳۱
	درصد	٪۰,۸	٪۰,۹	٪۰,۹
سلامت	تعداد	۱۷	۱۵	۳۲
	درصد	٪۱,۱	٪۰,۸	٪۰,۹
مجموع	تعداد	۱۵۹۱	۱۹۹۲	۳۵۸۳

۱۴,۶ درصد از جوانانی که روزنامه میخوانند روزنامه همشهری مطالعه می کنند. ۱۷,۸ درصد از ایشان روزنامه-های ورزشی، ۱۲,۹ درصد از ایشان روزنامه‌های محلی، ۷,۴ درصد از ایشان خراسان، ۹,۲ درصد از ایشان جام جم، ۸,۱ درصد از ایشان روزنامه‌های خانواده، ۷,۲ درصد از ایشان خانواده سبز، ۶,۵ درصد از ایشان روزنامه-های سیاسی، ۵,۲ درصد از ایشان کیهان، ۳,۷ درصد از ایشان اطلاعات، ۵,۲ درصد از ایشان روزنامه‌های خبری، ۵,۳ درصد از ایشان حوادث، ۴,۸ درصد از ایشان جدول، ۵,۳ درصد از ایشان روزنامه‌های اجتماعی، ۳,۰ درصد از ایشان ایران، ۳,۷ درصد از ایشان روزنامه‌های اقتصادی، ۳,۳ درصد از ایشان روزنامه‌های فرهنگی، ۲,۸ درصد

از ایشان روزنامه‌های علمی، ۲٫۸ درصد از ایشان روزهای زندگی، ۱٫۸ درصد از ایشان آشپزی، ۱٫۸ درصد از ایشان ورزشی ، خبرورزشی، ۱٫۵ درصد از ایشان روزنامه‌های خانوادگی، ۲٫۱ درصد از ایشان جوان، ۲٫۰ درصد از ایشان موفقیت، ۰٫۷ درصد از ایشان رشد، ۱٫۰ درصد از ایشان مجله های تبلیغاتی، ۰٫۴ درصد از ایشان جمهوری اسلامی، ۰٫۸ درصد از ایشان روزنامه‌های تخصصی، ۱٫۱ درصد از ایشان سلامت می خوانند. بیشترین میزان روزنامه و مجلاتی که خوانده می شود در جوانان ۱۷٫۸ درصد و مربوط به روزنامه‌های ورزشی می باشد که متفاوت از وضعیت آن در سایر گروه های سنی است.سایر گروه های سنی بیشتر روزنامه ها و مجلات همشهری می خوانند.

پرسیده شد به کدامیک از صفحات روزنامه بیشتر علاقه دارند؟

جدول ۳- ۸. صفحه روزنامه مورد مطالعه

صفحه روزنامه مورد مطالعه		جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
صفحه اول	تعداد	۵۳۱	۷۰۲	۱۲۳۳
	درصد	٪۳۰,۵	٪۳۲,۳	٪۳۱,۵
سیاسی	تعداد	٤٥٥	۷۰۸	۱۱٦۳
	درصد	٪۲٦,۱	٪۳۲,٦	٪۲۹,۷
حوادث	تعداد	٦۹٦	۹٦۲	۱٦٥۸
	درصد	٪٤۰,۰	٪٤٤,۳	٪٤۲,۳
اجتماعی	تعداد	٥۷۸	۸۰۲	۱۳۸۰
	درصد	٪۳۳,۲	٪۳٦,۹	٪۳٥,۲
فرهنگی	تعداد	٤۱۰	٤۸٥	۸۹٥
	درصد	٪۲۳,٥	٪۲۲,۳	٪۲۲,۹
اقتصادی	تعداد	۳٥۷	٥۳۲	۸۸۹
	درصد	٪۲۰,٥	٪۲٤,٥	٪۲۲,۷
آگهی	تعداد	۱۸٥	۱٤۷	۳۳۲
	درصد	٪۱۰,٦	٪٦,۸	٪۸,٥
ورزشی	تعداد	٤۸٤	۳۷۱	۸٥٥
	درصد	٪۲۷,۸	٪۱۷,۱	٪۲۱,۸
مجموع	تعداد	۱۷٤۲	۲۱۷۳	۳۹۱٥

۳۰٫۵ درصد از جوانانی که روزنامه میخوانند صفحه اول روزنامه را مطالعه می کنند. ۲۶٫۱ درصد از ایشان سیاسی، ۴۰٫۰ درصد از ایشان حوادث، ۳۳٫۲ درصد از ایشان اجتماعی، ۲۳٫۵ درصد از ایشان فرهنگی، ۲۰٫۵ درصد از ایشان اقتصادی، ۱۰٫۶ درصد از ایشان آگهی، ۲۷٫۸ درصد از ایشان ورزشی می خوانند.

بیشترین صفحه روزنامه مورد علاقه جوانان، حوادث بوده که به میزان ۴۰,۰درصد انتخاب شده است و مشابه با صفحه روزنامه مورد علاقه سایر گروه های سنی می باشد.سایر گروه های سنی نیز بیشتر صفحه حوادث می خوانند.

فصل چهارم: گوش دادن به رادیو

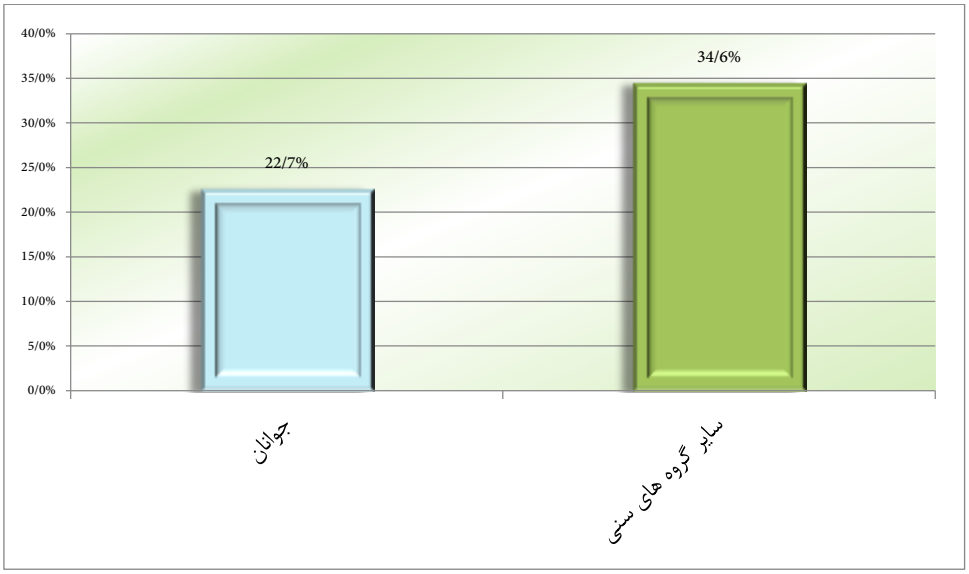
یکی از انواع مصرف فرهنگی که در زمانی با افول مواجه شد اما چند سالی است که دوباره سیر صعودی گرفته است گوش دادن به رادیو است. در ابتدا پرسیده شد «به رادیوهای ایران گوش می دهید؟». فراوانی پاسخ ها بدین صورت می باشد:

جدول ٤- ١. گوش دادن به رادیو

به رادیوهای ایران گوش می‌دهید؟	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
بلی	٪۲۲,۷	٪۳٤,٦	٪۲۹,۸
خیر	٪۷۷,۳	٪٦٥,٤	٪۷۰,۲
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب فی	۰,۱۲۷-	معناداری	۰,۰۰۰

۲۲,۷ درصد از جوانان به رادیوهای ایران گوش میدهند. این میزان در سایر گروه های سنی، **۳۴,۶** درصد است. لذا جوانان به میزان **۱۱,۹** درصد، کمتر از سایر گروه های سنی رادیوهای ایران را گوش میدهند.تفاوت میان جوانان و سایر گروه های سنی در گوش دادن به رادیوهای ایران، از نظر آماری معنادار است.

نمودار ٤- ١. گوش دادن به رادیو



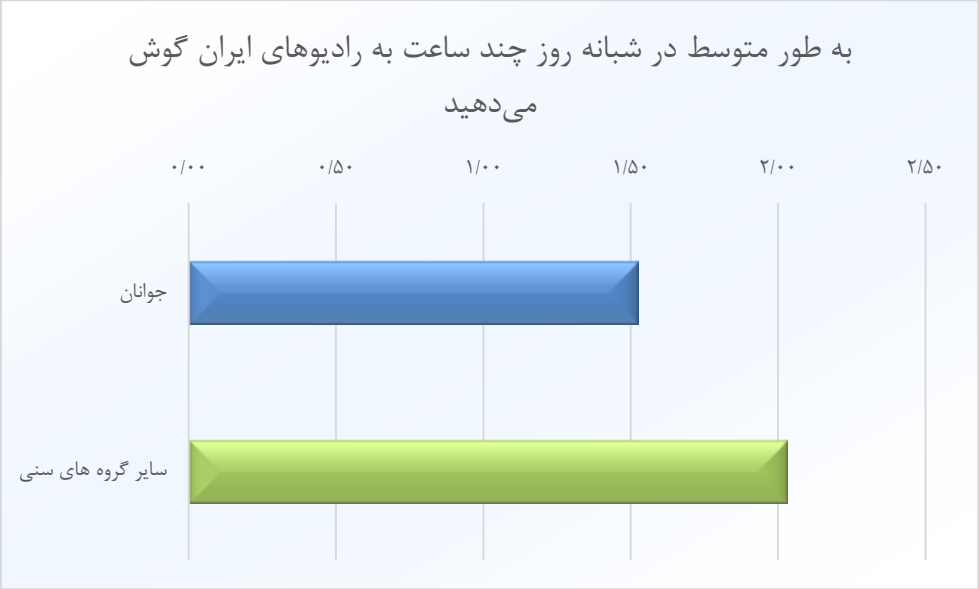
درخصوص وضعیت مخاطبان رادیو پرسیده شد: «به طور متوسط در شبانه روز چند ساعت به رادیوهای ایران گوش می‌دهید؟». فراوانی پاسخ ها بدین صورت می باشد:

جدول ٤- ٢. متوسط ساعات گوش دادن به رادیو در شبانه روز

به طور متوسط در شبانه روز چند ساعت به رادیوهای ایران گوش می‌دهید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
تا یک ساعت	٪٦٥,٧	٪٥١,٨	٪٥٦,١
بیش از یک ساعت	٪٣٤,٣	٪٤٨,٢	٪٤٣,٩
مجموع	٪١٠٠,٠	٪١٠٠,٠	٪١٠٠,٠
تعداد	١٤١١	٣١٣٨	٤٥٤٩
میانگین	١,٥٢	٢,٠٣	١,٨٧
انحراف معیار	١,٧٤	٢,١١	٢,٠١
ضریب T	٨,٤٦٢-	معناداری	٠,٠٠٠

بر اساس یافته ها در جدول فوق، **٦٥,٧** درصد از جوانان تا یک ساعت در شبانه روز، رادیو گوش میدهند. میزان گوش دادن به رادیو در طول شبانه روز، در **٣٤,٣** درصد از آنان بیش از یک ساعت است. میانگین ساعات گوش دادن به رادیوهای ایران در جوانان در طول شبانه روز، به طور معناداری کمتر از سایر گروه های سنی می باشد.

نمودار ٤- ٢. متوسط ساعات گوش دادن به رادیو در شبانه روز



محل گوش دادن به رادیو می تواند به طور مقایسه ای و همچنین سیاستهای تولید محتوا ارزشمند باشد. در پرسش بعدی مطرح گردید «بیشتر کجا رادیو گوش میدهید؟». پاسخ ها به قرار زیر است:

جدول ٤- ٣. محل گوش دادن به رادیو

بیشتر، کجا رادیو گوش می‌دهید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
در خانه	٪٥١,٠	٪٥٩,١	٪٥٦,٣
در وسیله نقلیه	٪٤٩,٠	٪٤٠,٩	٪٤٣,٧
مجموع	٪١٠٠,٠	٪١٠٠,٠	٪١٠٠,٠
ضریب فی	٠,٠٧٧-	معناداری	٠,٠٠٠

بر این اساس، ٥١,٠ درصد از جوانان در خانه، رادیو گوش میدهند. این میزان در سایر گروه های سنی ٥٩,١ درصد است. تفاوت میان جوانان و سایر گروه های سنی از نظر آماری، معنادار است.

نمودار ٤- ٣. محل گوش دادن به رادیو

امروزه شبکه های رادیویی مختلفی در دسترس مخاطبان و علاقه مندان رادیو قرار دارد. پرسیده شد کدامیک از رادیو ها را بیشتر گوش میدهند؟ وضعیت هریک از شبکه های رادیویی در جدول زیر آمده است.

جدول ٤- ٤. رادیوهای ایرانی مورد علاقه

رادیوهای ایرانی مورد علاقه		جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
استانی	تعداد	٥٠٥	١٤٧٨	١٩٨٣
	درصد	٪٣٧,٢	٪٤٩,٠	٪٤٥,٤
جوان	تعداد	٤٥٣	٥٦٢	١٠١٥
	درصد	٪٣٣,٤	٪١٨,٦	٪٢٣,٢
پیام	تعداد	٢٦٢	٧٧٣	١٠٣٥
	درصد	٪١٩,٣	٪٢٥,٦	٪٢٣,٧
آوا	تعداد	٣١٥	٥٠١	٨١٦
	درصد	٪٢٣,٢	٪١٦,٦	٪١٨,٧
ایران	تعداد	١١٢	٣٢٥	٤٣٧
	درصد	٪٨,٣	٪١٠,٨	٪١٠,٠
ورزش	تعداد	١٤١	١٥٩	٣٠٠
	درصد	٪١٠,٤	٪٥,٣	٪٦,٩
معارف	تعداد	٦٢	١٦١	٢٢٣
	درصد	٪٤,٦	٪٥,٣	٪٥,١
قرآن	تعداد	٤١	١٦٣	٢٠٤
	درصد	٪٣,٠	٪٥,٤	٪٤,٧
فرهنگ	تعداد	٤١	١٢٧	١٦٨
	درصد	٪٣,٠	٪٤,٢	٪٣,٨
تهران	تعداد	١٦	٦٨	٨٤
	درصد	٪١,٢	٪٢,٣	٪١,٩
سلامت	تعداد	٢٢	٤٣	٦٥
	درصد	٪١,٦	٪١,٤	٪١,٥
اقتصاد	تعداد	٣	٢٠	٢٣
	درصد	٪٠,٢	٪٠,٧	٪٠,٥
صبا	تعداد	١٩	٢٠	٣٩
	درصد	٪١,٤	٪٠,٧	٪٠,٩
مجموع	تعداد	١٣٥٦	٣٠١٦	٤٣٧٢

۳۷,۲ درصد از جوانانی که رادیو گوش میکنند رادیوی استانی گوش می کنند. ۳۳,۴ درصد از ایشان رادیو جوان، ۱۹,۳ درصد از ایشان رادیو پیام، ۲۳,۲ درصد از ایشان رادیو آوا، ۸,۳ درصد از ایشان رادیو ایران، ۱۰,۴ درصد از ایشان رادیو ورزش، ۴,۶ درصد از ایشان رادیو معارف، ۳,۰ درصد از ایشان رادیو قرآن، ۳,۰ درصد از ایشان رادیو فرهنگ، ۱,۲ درصد از ایشان رادیو تهران، ۱,۶ درصد از ایشان رادیو سلامت، ۰,۲ درصد از ایشان رادیو اقتصاد، ۱,۴ درصد از ایشان رادیو صبا گوش میکنند. بیشترین کانال رادیویی مورد علاقه جوانان، رادیو استانی است که به میزان ۳۷,۲ درصد انتخاب شده است و مشابه با کانال رادیویی مورد علاقه سایر گروه های سنی می باشد.سایر گروه های سنی نیز بیشتر رادیوی استانی گوش میکنند.

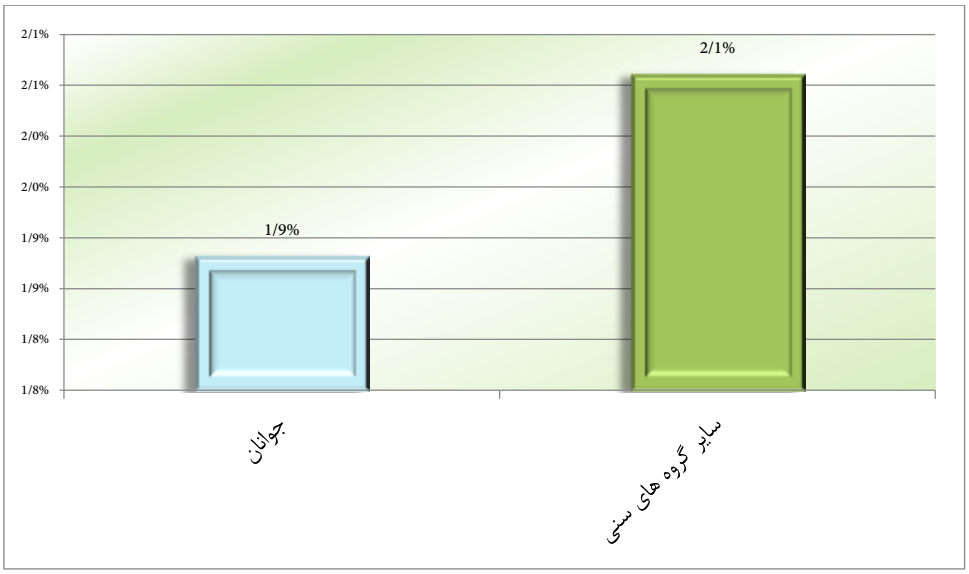
در پرسش بعد به منظور دریافت وضعیت استفاده از رادیوهای خارجی پرسیده شد «به رادیوهای خارجی گوش می دهید؟». فراوانی پاسخ ها در جدول زیر آمده است:

جدول ٤- ۵. گوش دادن به رادیوهای خارجی

به رادیوهای خارجی گوش می‌دهید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
بلی	٪۱,۹	٪۲,۱	٪۲,۰
خیر	٪۹۸,۱	٪۹۷,۹	٪۹۸,۰
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب فی	-۰,۰۰٦	معناداری	۰,٤٤٤

۱,۹ درصد از جوانان به رادیوهای خارجی گوش میدهند. این میزان در سایر گروه های سنی، ۲,۱ درصد است. لذا جوانان به میزان ۰,۲ درصد، کمتر از سایر گروه های سنی رادیوهای خارجی را گوش میدهند.تفاوت میان جوانان و سایر گروه های سنی در گوش دادن به رادیوهای خارجی، از نظر آماری معنادار نیست.

نمودار ٤- ٤. گوش دادن به رادیوهای خارجی



میزان گوش دادن به رادیوی خارجی در شبانه روز، در جوانان و سایر گروه های سنی در جدول زیر مقایسه شده است.

جدول ٤- ۶. متوسط ساعات گوش دادن به رادیو خارجی در شبانه روز

به طور متوسط در شبانه روز چند ساعت به رادیوهای خارجی گوش می‌دهید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
تعداد	۱۰۳	۱٦۸	۲۷۱
میانگین	۱,۱۲	۱,٤۱	۱,۳۰
انحراف معیار	۱,۱۲	۱,۹٦	۱,٦۹
ضریب T	-۱,۳۹٤	معناداری	۰,۱٦۵

میانگین ساعات گوش دادن به رادیوهای خارجی در جوانان در طول شبانه روز، تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.

وضعیت رادیوهای خارجی مورد علاقه مخاطبان این رادیوها در جدول زیر آمده است.

جدول ٤- ۷. رادیوهای خارجی مورد علاقه

رادیوهای خارجی مورد علاقه		جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
BBC	تعداد	٥٤	۸٦	۱٤۰
	درصد	٪٦٤,۳	٪٦۱,٤	٪٦۲,٥
رادیو فردا	تعداد	٤٦	٦٦	۱۱۲
	درصد	٪٥٤,۸	٪٤۷,۱	٪٥۰,۰
VOA	تعداد	٥	۱٥	۲۰
	درصد	٪٦,۰	٪۱۰,۷	٪۸,۹
مجموع	تعداد	۸٤	۱٤۰	۲۲٤

۶۴,۳ درصد از جوانانی که رادیو گوش میکنند، رادیوی BBC گوش می کنند. ۵۴,۸ درصد از ایشان رادیو فردا، ۶,۰ درصد از ایشان رادیو VOA گوش می کنند.

بیشترین کانال رادیوی خارجی مورد علاقه جوانان، BBC است که به میزان ۶۴,۳درصد انتخاب شده است و مشابه با کانال رادیوی خارجی مورد علاقه سایر گروه های سنی می باشد.سایر گروه های سنی نیز بیشتر BBC گوش میکنند.

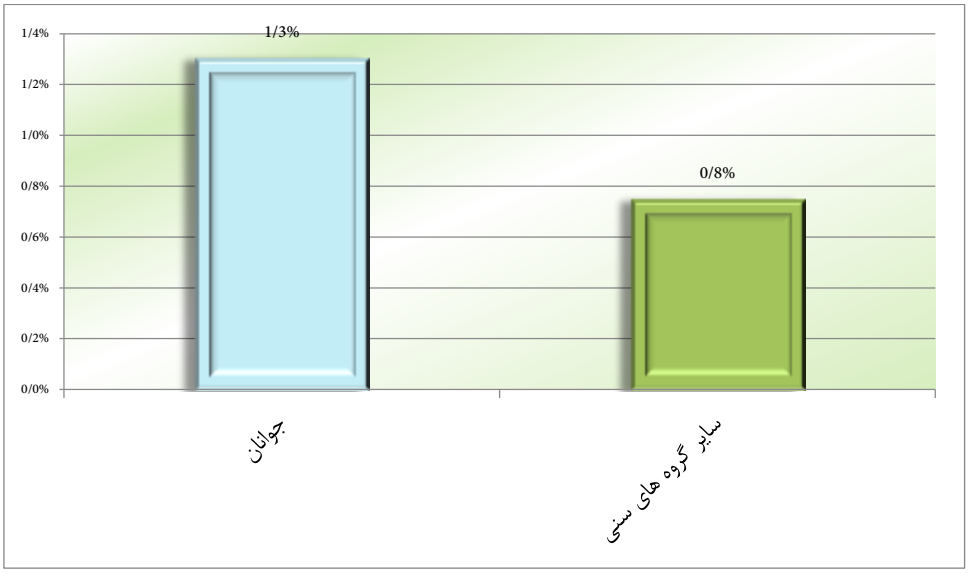
بخشی از مخاطبان رادیوهای خارجی، این کانال ها را به صورت اینترنتی دنبال می کنند. جهت اطلاع از میزان استفاده اینترنتی از این رادیوها پرسیده شد «به رادیوهای اینترنتی خارجی گوش می دهید؟». فراوانی پاسخ ها در جدول زیر آمده است:

جدول ٤- ۸. گوش دادن به رادیوهای اینترنتی خارجی

به رادیوهای اینترنتی خارجی گوش می‌دهید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
بلی	٪۱,۳	٪۰,۸	٪۱,۰
خیر	٪۹۸,۷	٪۹۹,۲	٪۹۹,۰
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب فی	۰,۰۲۸	معناداری	۰,۰۰۱

۱,۳ درصد از جوانان به رادیوهای اینترنتی خارجی گوش میدهند. این میزان در سایر گروه های سنی، ۰,۸ درصد است. لذا جوانان به میزان ۰,۶ درصد، بیشتر از سایر گروه های سنی رادیوهای اینترنتی خارجی را گوش میدهند.تفاوت میان جوانان و سایر گروه های سنی در گوش دادن به رادیوهای اینترنتی خارجی، از نظر آماری معنادار است.

نمودار ٤- ۵. گوش دادن به رادیوهای اینترنتی خارجی



فصل پنجم: تماشای تلویزیون

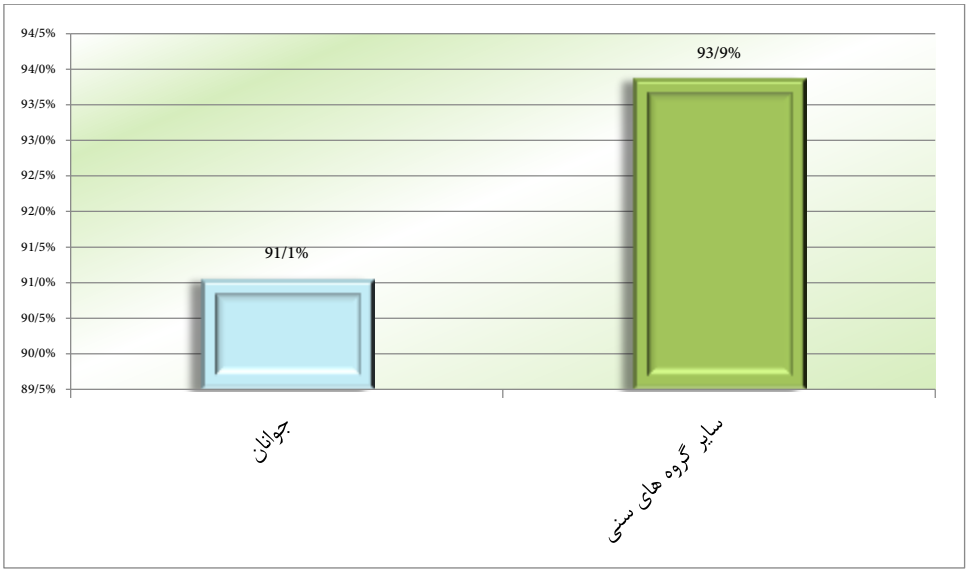
در این فصل به مخاطبان تلویزیون و برنامه های تلویزیونی پرداخته می شود. نخستین پرسش چنین مطرح شد: «شما تلویزیون ایران را تماشا می کنید؟». پاسخ ها به صورت زیر می باشد:

جدول ۵- ۱. تماشای تلویزیون

شما تلویزیون ایران را تماشا می‌کنید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
بلی	٪۹۱,۱	٪۹۳,۹	٪۹۲,۷
خیر	٪۸,۹	٪٦,۱	٪۷,۳
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب فی	۰,۰۵۳-	معناداری	۰,۰۰۰

۹۱,۱ درصد از جوانان تلویزیون ایران را تماشا می کنند. این میزان در سایر گروه های سنی، **۹۳,۹** درصد است. لذا جوانان به میزان **۲,۸** درصد، کمتر از سایر گروه های سنی تلویزیون ایران را تماشا می کنند.تفاوت میان جوانان و سایر گروه های سنی از نظر تماشای تلویزیون ایران، از نظر آماری معنادار است.

نمودار ۵- ۱. تماشای تلویزیون



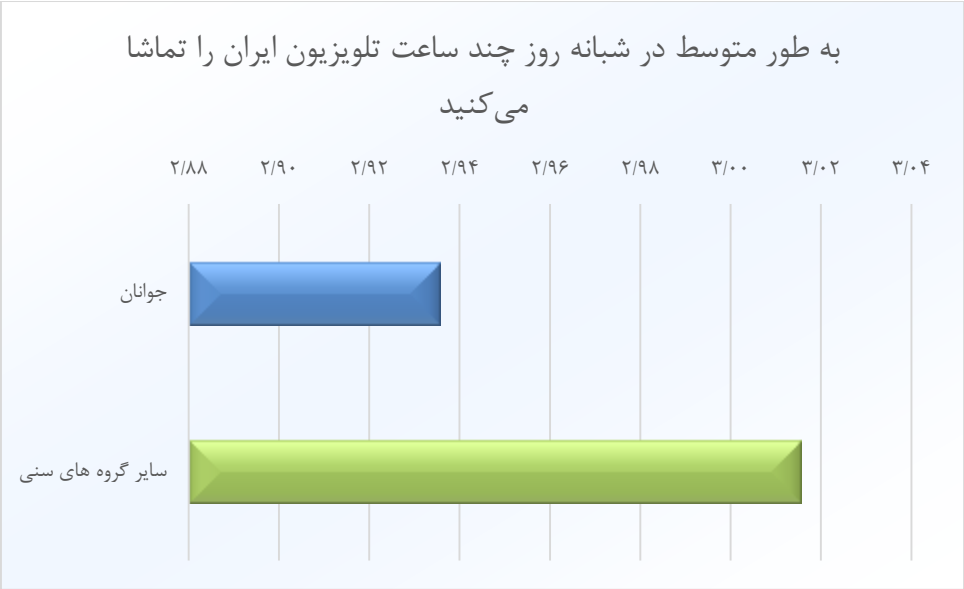
میزان تماشای تلویزیون در شبانه روز، موضوع پرسش بعدی بود. وضعیت پاسخ به این پرسش به قرار زیر است:

جدول ۵- ۲. متوسط ساعات تماشای تلویزیون در شبانه روز

به طور متوسط در شبانه روز چند ساعت تلویزیون ایران را تماشا می‌کنید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
تا یک ساعت	٪۲۰,۰	٪۱۸,۳	٪۱۹,۰
تا دو ساعت	٪۲۹,۱	٪۲۸,٤	٪۲۸,۷
تا سه ساعت	٪۲۰,٤	٪۲۲,۹	٪۲۱,۹
تا پنج ساعت	٪۲۱,۵	٪۲۱,۳	٪۲۱,٤
بیش از پنج ساعت	٪۹,۰	٪۹,۱	٪۹,۱
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
تعداد	٥٦۳۲	۸٥٤٦	۱٤۱۷۸
میانگین	۲,۹٤	۳,۰۲	۲,۹۸
انحراف معیار	۲,۰۰	۲,۰٦	۲,۰۳
ضریب T	-۲,۲۹۲	معناداری	۰,۰۲۲

بر اساس یافته ها، **۲۰,۰** درصد از جوانان تا یک ساعت در شبانه روز، تلویزیون ایران را تماشا می کنند. این میزان در **۲۹,۱** درصد از آنان تا دو ساعت، در **۲۰,۴** درصد از آنان تا سه ساعت، در **۲۱,۵** درصد از آنان تا پنج ساعت، در **۹,۰** درصد از آنان بیش از پنج ساعت می باشد.میانگین ساعات تماشای تلویزیون ایران در جوانان در طول شبانه روز، به طور معناداری کمتر از سایر گروه های سنی می باشد.

نمودار ۵- ۲. متوسط ساعات تماشای تلویزیون در شبانه روز



در پرسش بعدی مطرح گردید «برنامه های تلویزیونی را بیشتر به همراه چه کسانی تماشا می کنید؟». پاسخ ها به قرار زیر است:

جدول ۵- ۳. همراهان در تماشای تلویزیون

برنامه های تلویزیونی را بیشتر به همراه چه کسانی تماشا می کنید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
به تنهایی	٪۱۳,۹	٪۱۳,٦	٪۱۳,۷
با اعضای خانواده	٪۸٦,۱	٪۸٦,٤	٪۸٦,۳
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب فی	۰,۰۰۵	معناداری	۰,۵۷۷

بر این اساس، ۸۶,۱ درصد از جوانان برنامه های تلویزیون را با اعضای خانواده تماشا می کنند. این میزان در سایر گروه های سنی۸۶,۴ درصد است. تفاوت میان جوانان و سایر گروه های سنی از نظر آماری، معنادار نیست.

چندین شبکه تلویزیونی روی آنتن در اختیار شهروندان است. علاوه بر شبکه های تلویزیونی روی آنتن رسمی، شبکه های متعددی نیز از طریق گیرنده های دیجیتال در دسترس بینندگان تلویزیون های داخلی قرار گرفته است. در پرسش بعد به منظور بررسی استقبال از هریک از این شبکه ها، پرسیده شد کدامیک از شبکه های تلویزیونی را بیشتر تماشا می کنند؟. وضعیت هریک از شبکه های تلویزیونی در جدول زیر آمده است.

جدول ۵- ٤. شبکه های تلویزیونی ایرانی مورد علاقه

شبکه های تلویزیونی ایرانی مورد علاقه		جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
شبکه سه	تعداد	۲٦٦۳	۳۱۳۵	۵۷۹۸
	درصد	٪٤۷,۱	٪۳٦,٦	٪٤۰,۸
آی فیلم	تعداد	۱٦۱۹	۱۹۸۳	۳٦۰۲
	درصد	٪۲۸,٦	٪۲۳,۱	٪۲۵,۳
شبکه خبر	تعداد	۷۳٤	۲۳۰۹	۳۰٤۳
	درصد	٪۱۳,۰	٪۲۷,۰	٪۲۱,٤
شبکه یک	تعداد	٦۰۵	۱٦۱٤	۲۲۱۹
	درصد	٪۱۰,۷	٪۱۸,۸	٪۱۵,٦
استانی	تعداد	۵۲۹	۱۵۹۸	۲۱۲۷
	درصد	٪۹,۳	٪۱۸,۷	٪۱۵,۰
نسیم	تعداد	۱۳٤۱	۱۲۵٤	۲۵۹۵
	درصد	٪۲۳,۷	٪۱٤,٦	٪۱۸,۲
ورزش	تعداد	۸۸۱	۷۱۰	۱۵۹۱

	درصد	٪۱۵,٦	٪۸,۳	٪۱۱,۲
شبکه دو	تعداد	٤۲٦	۹۵۹	۱۳۸۵
	درصد	٪۷,۵	٪۱۱,۲	٪۹,۷
نمایش	تعداد	٤۹۰	٤۹۱	۹۸۱
	درصد	٪۸,۷	٪۵,۷	٪٦,۹
تماشا	تعداد	٤۰٤	٤٦۲	۸٦٦
	درصد	٪۷,۱	٪۵,٤	٪٦,۱
مستند	تعداد	۲۳۳	۳۹٤	٦۲۷
	درصد	٪٤,۱	٪٤,٦	٪٤,٤
پویا و نهال	تعداد	۱۹۹	۱۳۳	۳۳۲
	درصد	٪۳,۵	٪۱,٦	٪۲,۳
قرآن	تعداد	٤۸	۲۱۵	۲٦۳
	درصد	٪۰,۸	٪۲,۵	٪۱,۸
سلامت	تعداد	۵۱	۱۱۷	۱٦۸
	درصد	٪۰,۹	٪۱,٤	٪۱,۲
آموزش	تعداد	۷۲	٦۷	۱۳۹
	درصد	٪۱,۳	٪۰,۸	٪۱,۰
افق	تعداد	۲۸	۳٦	٦٤
	درصد	٪۰,۵	٪۰,٤	٪۰,٤
شبکه چهار	تعداد	۲٤	٤۰	٦٤
	درصد	٪۰,٤	٪۰,۵	٪۰,٤
مجموع	تعداد	۵٦۵۹	۸۵٦۷	۱٤۲۲٦

۴۷,۱ درصد از جوانان شبکه سه تماشا می کنند. **۲۸,۶** درصد از ایشان آی فیلم، **۱۳,۰** درصد از ایشان شبکه خبر، **۱۰,۷** درصد از ایشان شبکه یک، **۹,۳** درصد از ایشان استانی، **۲۳,۷** درصد از ایشان نسیم، **۱۵,۶** درصد از ایشان ورزش، **۷,۵** درصد از ایشان شبکه دو، **۸,۷** درصد از ایشان نمایش، **۷,۱** درصد از ایشان تماشا، **۴,۱** درصد از ایشان مستند، **۳,۵** درصد از ایشان پویا و نهال، **۰,۸** درصد از ایشان قرآن، **۰,۹** درصد از ایشان سلامت، **۱,۳** درصد از ایشان آموزش، **۰,۵** درصد از ایشان افق، **۰,۴** درصد از ایشان شبکه چهار می بینند.

بیشترین شبکه تلویزیونی مورد علاقه جوانان، شبکه سه است که به میزان **۴۷,۱**درصد انتخاب شده است و مشابه با کانال تلویزیونی مورد علاقه سایر گروه های سنی می باشد.سایر گروه های سنی نیز بیشتر شبکه سه تماشا میکنند.

فصل ششم: تلویزیون های خارجی (ماهواره)

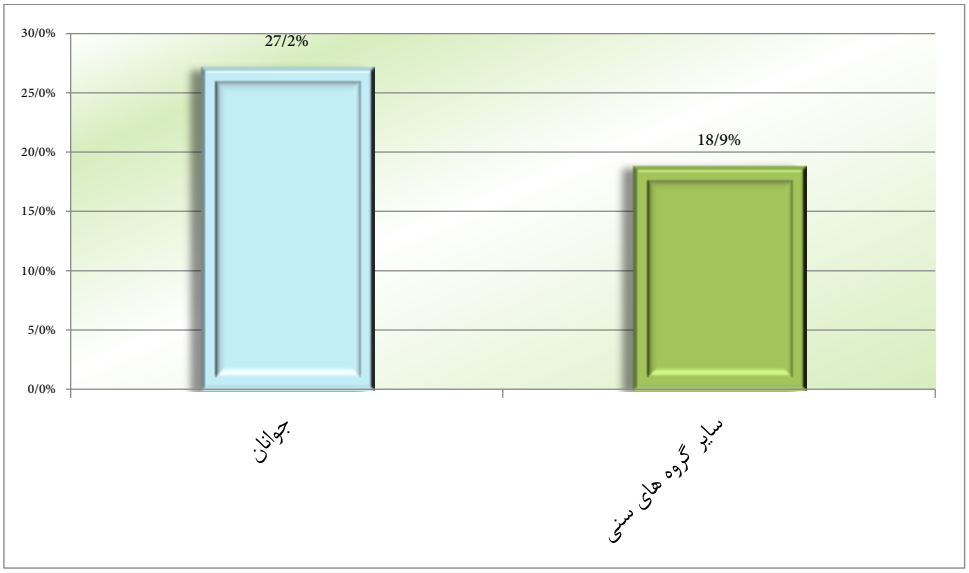
در خصوص شبکه های ماهواره ای پرسیده شد «آیا شبکه های ماهواره ای را تماشا می کنید؟». فراوانی پاسخ ها به صورت زیر است:

جدول ۶- ۱. تماشای ماهواره

شبکه‌های ماهواره‌ای را تماشا می‌کنید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
بلی	٪۲۷,۲	٪۱۸,۹	٪۲۲,۳
خیر	٪۷۲,۸	٪۸۱,۱	٪۷۷,۷
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب فی	۰,۰۹۸	معناداری	۰,۰۰۰

۲۷,۲ درصد از جوانان شبکه های ماهواره ای را تماشا می کنند. این میزان در سایر گروه های سنی، **۱۸,۹** درصد است. لذا جوانان به میزان **۸,۳** درصد، بیشتر از سایر گروه های سنی شبکه های ماهواره ای را تماشا می کنند.تفاوت میان جوانان و سایر گروه های سنی از نظر تماشای شبکه های ماهواره ای، از نظر آماری معنادار است.

نمودار ۶- ۱. تماشای ماهواره



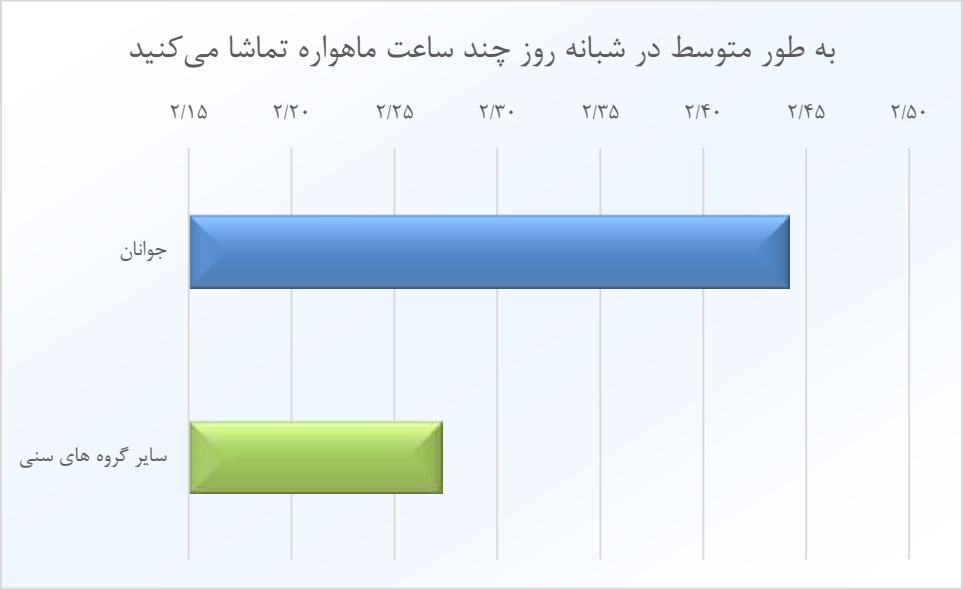
میزان تماشای ماهواره در شبانه روز، موضوع پرسش بعدی بود. وضعیت پاسخ ها به این پرسش به قرار زیر است:

جدول ۶- ۲. متوسط ساعات تماشای ماهواره در شبانه روز

به طور متوسط در شبانه روز چند ساعت ماهواره تماشا می‌کنید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
تا یک ساعت	٪۳۰,۸	٪۳٤,۹	٪۳۲,۹
تا دو ساعت	٪۳۲,۳	٪۳۲,۸	٪۳۲,۵
بیش از دو ساعت	٪۳٦,۹	٪۳۲,٤	٪۳٤,٦
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
تعداد	۱٦۸۸	۱٦۹۷	۳۳۸۵
میانگین	۲,٤٤	۲,۲۷	۲,۳٦
انحراف معیار	۱,۸۵	۱,۷٦	۱,۸۱
ضریب T	۲,۷۱٦	معناداری	۰,۰۰۷

بر اساس یافته ها، **۳۰,۸** درصد از جوانانی که ماهواره میبینند تا یک ساعت در شبانه روز، ماهواره تماشا می کنند. این میزان در **۳۲,۳** درصد از آنان تا دو ساعت، در **۳۶,۹** درصد از آنان بیش از دو ساعت می باشد.میانگین ساعات تماشای ماهواره در جوانان در طول شبانه روز، به طور معناداری بیشتر از سایر گروه های سنی می باشد.

نمودار ۶- ۲. متوسط ساعات تماشای ماهواره در شبانه روز



به منظور بررسی استقبال از هریک از شبکه های ماهواره ای، پرسیده شد کدامیک از شبکه های ماهواره ای را بیشتر تماشا می کنند؟. وضعیت هریک از این شبکه در جدول زیر آمده است.

جدول ۶- ۳. شبکه های ماهواره ای مورد علاقه

شبکه های ماهواره ای مورد علاقه		جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
جم	تعداد	۷۶۹	۶۱۸	۱۳۸۷
	درصد	٪۴۸,۴	٪۳۹,۰	٪۴۳,۷
من و تو	تعداد	۴۶۵	۳۸۴	۸۴۹
	درصد	٪۲۹,۳	٪۲۴,۳	٪۲۶,۸
بی بی سی	تعداد	۲۴۲	۴۰۳	۶۴۵
	درصد	٪۱۵,۲	٪۲۵,۵	٪۲۰,۳
پی ام سی	تعداد	۲۳۶	۱۲۴	۳۶۰
	درصد	٪۱۴,۹	٪۷,۸	٪۱۱,۳
ترکیه	تعداد	۷۸	۹۸	۱۷۶
	درصد	٪۴,۹	٪۶,۲	٪۵,۵
کردی	تعداد	۵۹	۸۳	۱۴۲
	درصد	٪۳,۷	٪۵,۲	٪۴,۵
ایرانی	تعداد	۸۱	۷۱	۱۵۲
	درصد	٪۵,۱	٪۴,۵	٪۴,۸
خبری	تعداد	۳۱	۹۶	۱۲۷
	درصد	٪۲,۰	٪۶,۱	٪۴,۰
فیلم	تعداد	۷۷	۶۷	۱۴۴
	درصد	٪۴,۸	٪۴,۲	٪۴,۵
وی او ای	تعداد	۴۶	۵۹	۱۰۵
	درصد	٪۲,۹	٪۳,۷	٪۳,۳
موسیقی	تعداد	۶۳	۴۳	۱۰۶
	درصد	٪۴,۰	٪۲,۷	٪۳,۳
عربی	تعداد	۲۹	۳۶	۶۵
	درصد	٪۱,۸	٪۲,۳	٪۲,۰
مستند ها	تعداد	۲۹	۳۹	۶۸
	درصد	٪۱,۸	٪۲,۵	٪۲,۱
ورزشی	تعداد	۲۸	۳۱	۵۹
	درصد	٪۱,۸	٪۲,۰	٪۱,۹
استانی	تعداد	۱۹	۱۸	۳۷
	درصد	٪۱,۲	٪۱,۱	٪۱,۲
کارتون	تعداد	۱۹	۱۷	۳۶

	درصد	٪۱,۲	٪۱,۱	٪۱,۱
فارسی استار	تعداد	۱۷	۲۲	۳۹
	درصد	٪۱,۱	٪۱,٤	٪۱,۲
تی وی فارسی	تعداد	۳۸	۱۸	٥٦
	درصد	٪۲,٤	٪۱,۱	٪۱,۸
مجموع	تعداد	۱٥۸۹	۱٥۸۳	۳۱۷۲

۴۸,۴ درصد از جوانانی که ماهواره میبینند جم تماشا می کنند. **۲۹,۳** درصد از ایشان من و تو، **۱۵,۲** درصد از ایشان بی بی سی، **۱۴,۹** درصد از ایشان پی ام سی، **۴,۹** درصد از ایشان ترکیه، **۳,۷** درصد از ایشان کردی، **۵,۱** درصد از ایشان ایرانی، **۲,۰** درصد از ایشان خبری، **۴,۸** درصد از ایشان فیلم، **۲,۹** درصد از ایشان وی او ای، **۴,۰** درصد از ایشان موسیقی، **۱,۸** درصد از ایشان عربی، **۱,۸** درصد از ایشان مستند ها، **۱,۸** درصد از ایشان ورزشی، **۱,۲** درصد از ایشان استانی، **۱,۲** درصد از ایشان کارتون، **۱,۱** درصد از ایشان فارسی استار، **۲,۴** درصد از ایشان تی وی فارسی می بینند. بیشترین شبکه ماهواره ای مورد علاقه جوانان، جم است که به میزان **۴۸,۴**درصد انتخاب شده است و مشابه با کانال ماهواره ای مورد علاقه سایر گروه های سنی می باشد.سایر گروه های سنی نیز بیشتر جم تماشا میکنند.

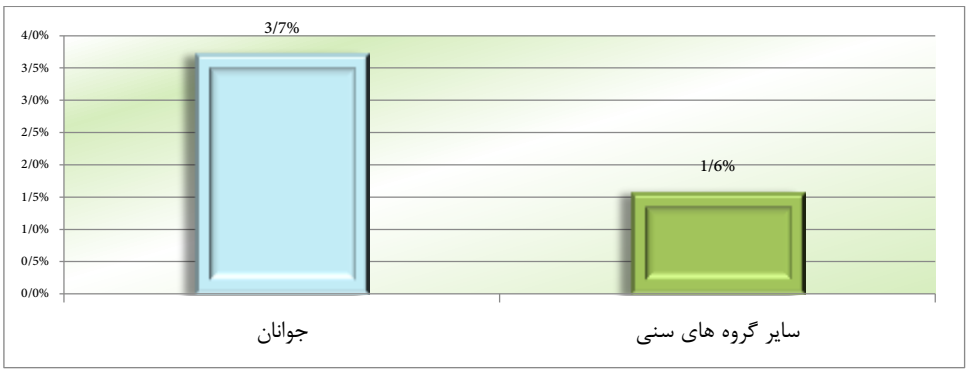
پرسیده شد «آیا تلویزیون های خارجی را از طریق اینترنت تماشا می کنید؟». فراوانی پاسخ ها به صورت زیر است:

جدول ۶- ٤. تماشای اینترنتی تلویزیون های خارجی

تلویزیون‌های خارجی را از طریق اینترنت تماشا می‌کنید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
بلی	٪۳,۷	٪۱,٦	٪۲,٥
خیر	٪۹٦,۳	٪۹۸,٤	٪۹۷,٥
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب فی	۰,۰٦۸	معناداری	۰,۰۰۰

۳,۷ درصد از جوانان ازطریق اینترنت، تلویزیون های خارجی را تماشا می کنند. این میزان در سایر گروه های سنی، **۱,۶** درصد است. لذا جوانان به میزان **۲,۱** درصد، بیشتر از سایر گروه های سنی تلویزیون های خارجی را از طریق اینترنت تماشا می کنند.تفاوت میان جوانان و سایر گروه های سنی از نظر تماشای تلویزیون های خارجی از طریق اینترنت، از نظر آماری معنادار است.

نمودار ۶- ۳. تماشای اینترنتی تلویزیون های خارجی



فصل هفتم: دستگاه‌های صوتی و تصویری

دستگاه های صوتی تصویری متنوعی توسط مردم استفاده می شود. در این فصل، استفاده از سینمای خانگی، سی‌دی، دی‌وی‌دی، ام‌پی‌تری، ام‌پی‌فور، ستاپ‌باکس، بلندگوهای بلوتوثی، میزان بهره‌مندی از آنها، نوع برنامه‌های مورد استفاده از آنها، سریال‌های خانگی و چگونگی تهیهٔ محصولات فرهنگی پرسش می‌شود.

پرسیده شد به کدامیک از دستگاه های صوتی تصویری که نام برده می شود بیشتر علاقه دارند؟ جدول زیر به بررسی فراوانی علاقه عمومی به هریک از این دستگاه ها می پردازد.

جدول ۷- ۵. دستگاه های صوتی تصویری مورد علاقه

دستگاه های صوتی تصویری مورد علاقه		جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
سینمای خانگی	تعداد	۱۵۰۲	۱۵۶۹	۳۰۷۱
	درصد	٪۴۲,۶	٪۴۸,۴	٪۴۵,۴
سی دی یا دی وی دی	تعداد	۱۲۴۸	۱۱۷۹	۲۴۲۷
	درصد	٪۳۵,۴	٪۳۶,۴	٪۳۵,۹
ام پی تری	تعداد	۴۵۶	۳۲۰	۷۷۶
	درصد	٪۱۲,۹	٪۹,۹	٪۱۱,۵
ام پی فور	تعداد	۲۵۶	۱۴۶	۴۰۲
	درصد	٪۷,۳	٪۴,۵	٪۵,۹
کامپیوتر	تعداد	۲۱۰۹	۱۵۰۳	۳۶۱۲
	درصد	٪۵۹,۹	٪۴۶,۴	٪۵۳,۴
ستاپ باکس	تعداد	۲۸۴	۲۸۱	۵۶۵
	درصد	٪۸,۱	٪۸,۷	٪۸,۴
بلندگو های بلوتوثی	تعداد	۳۶۰	۱۹۵	۵۵۵
	درصد	٪۱۰,۲	٪۶,۰	٪۸,۲
مجموع	تعداد	۳۵۲۲	۳۲۴۱	۶۷۶۳

۴۲,۶ درصد از جوانان سینمای خانگی را انتخاب کرده اند. ۳۵,۴ درصد از ایشان سی دی یا دی وی دی، ۱۲,۹ درصد از ایشان ام پی تری، ۷,۳ درصد از ایشان ام پی فور، ۵۹,۹ درصد از ایشان کامپیوتر، ۸,۱ درصد از ایشان ستاپ باکس، ۱۰,۲ درصد از ایشان بلندگو های بلوتوثی را انتخاب کرده اند.

بیشترین دستگاه صوتی تصویری مورد علاقه جوانان، کامپیوتر بوده که به میزان ۵۹,۹درصد انتخاب شده است و متفاوت از دستگاه صوتی تصویری مورد علاقه سایر گروه های سنی می باشد.سایر گروه های سنی بیشتر سینمای خانگی را انتخاب کرده اند.

در ادامه پرسیده شد از کدامیک از دستگاه های صوتی تصویری استفاده می کنند؟. وضعیت استفاده از این دستگاه ها در جدول زیر آورده شده است.

جدول ۷- ۶. استفاده از دستگاه های صوتی تصویری

استفاده		جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
سینمای خانگی	تعداد	۱۲۵۵	۱۳۳۳	۲۵۸۸
	درصد	٪۳۸,۳	٪٤٥,٦	٪٤١,٨
CD یا DVD	تعداد	۸۹٤	۹۰٤	۱۷۹۸
	درصد	٪۲۷,۳	٪۳۰,۹	٪۲۹,۰
MP3	تعداد	۳۰۰	۲۱۲	۵۱۲
	درصد	٪۹,۲	٪۷,۳	٪۸,۳
MP4	تعداد	۱۳۹	۸۲	۲۲۱
	درصد	٪٤,۲	٪۲,۸	٪۳,٦
کامپیوتر	تعداد	۱۸٦۲	۱۲۷۱	۳۱۳۳
	درصد	٪٥٦,۹	٪٤۳,٥	٪٥۰,٦
ستاپ باکس	تعداد	۲۱۱	۲۳٤	٤٤٥
	درصد	٪٦,٤	٪۸,۰	٪۷,۲
بلندگو های بلوتوثی	تعداد	۲۳۳	۱۲۰	۳٥۳
	درصد	٪۷,۱	٪٤,۱	٪٥,۷
مجموع	تعداد	۳۲۷٥	۲۹۲۲	٦۱۹۷

۳۸,۳ درصد از جوانان از سینمای خانگی استفاده می کنند. ۲۷,۳ درصد از ایشان از CD یا DVD، ۹,۲ درصد از ایشان از MP3، ۴,۲ درصد از ایشان از MP4، ۵۶,۹ درصد از ایشان از کامپیوتر، ۶,۴ درصد از ایشان از ستاپ باکس، ۷,۱ درصد از ایشان از بلندگو های بلوتوثی استفاده می کنند.

بیشترین دستگاه صوتی تصویری مورد استفاده جوانان، کامپیوتر بوده که به میزان ۵۶,۹درصد انتخاب شده است و متفاوت از دستگاه صوتی تصویری مورد استفاده سایر گروه های سنی می باشد.سایر گروه های سنی بیشتر از سینمای خانگی استفاده می کنند.

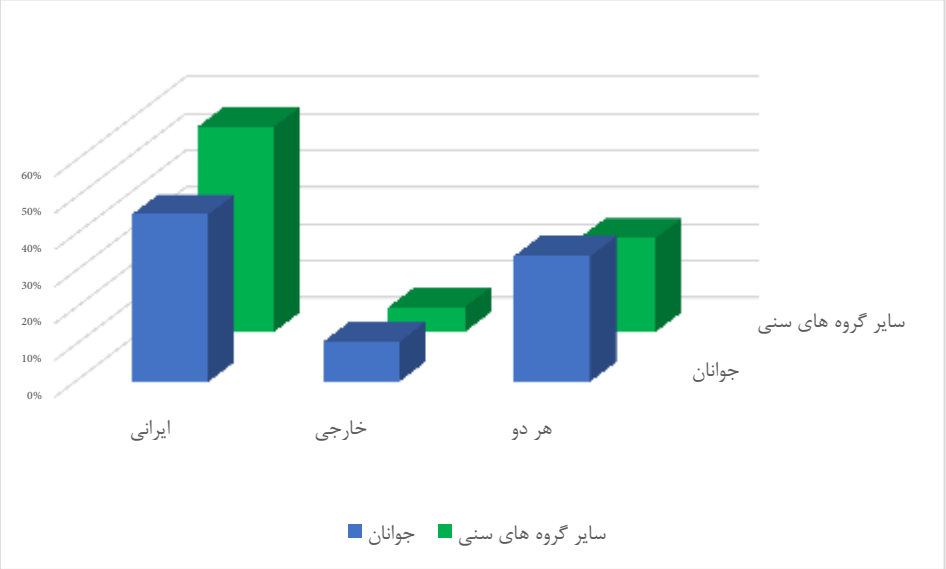
در پرسش بعد چنین آورده شد که «با استفاده از این دستگاه‌ها بیشتر فیلم های ایرانی تماشا می کنید یا خارجی؟».

جدول ۷- ۷. استفاده از دستگاه های صوتی تصویری جهت تماشای فیلمهای ایرانی یا خارجی

با استفاده از این دستگاه‌ها بیشتر فیلم های ایرانی تماشا می کنید یا خارجی	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
ایرانی	٪٤٥,٥	٪٥٥,٨	٪٥٠,٥
خارجی	٪١٠,٨	٪٦,٨	٪٨,٩
هر دو	٪٣٤,١	٪٢٥,٦	٪٣٠,٠
هیچکدام	٪٩,٥	٪١١,٨	٪١٠,٦
مجموع	٪١٠٠,٠	٪١٠٠,٠	٪١٠٠,٠
ضریب کرامر	٠,١٣١	معناداری	٠,٠٠٠

۴۵,۵ درصد از جوانان، با دستگاه های صوتی تصویری بیشتر فیلم های ایرانی تماشا می کنند. ۱۰,۸ درصد از آنان فیلم های خارجی و ۳۴,۱ درصد از آنان هر دو نوع فیلم ها را تماشا می کنند. این مقادیر در سایر گروه های سنی به ترتیب ۵۵,۸ درصد، ۶,۸ درصد و ۲۵,۶ درصد است.با مقایسه دو گروه می توان دریافت که جوانان بیشتر تمایل دارند با دستگاه های صوتی تصویری، فیلم های هر دو ببینند.تفاوت میان دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی از نظر آماری معنادار است.

نمودار ۷- ۱. استفاده از دستگاه های صوتی تصویری جهت تماشای فیلمهای ایرانی یا خارجی



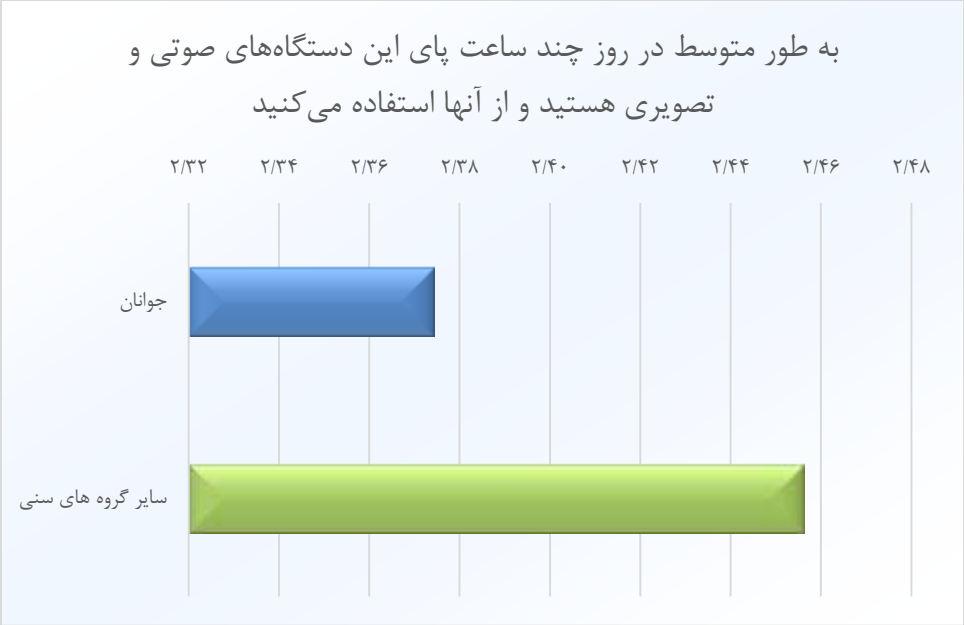
میزان استفاده از دستگاه های صوتی و تصویری، موضوع پرسش بعدی بود و پرسیده شد «به طور متوسط در روز چند ساعت پای این دستگاه‌های صوتی و تصویری هستید و از آنها استفاده می‌کنید؟». وضعیت پاسخ ها به این پرسش به قرار زیر است:

جدول ۷- ۸. متوسط ساعات استفاده از دستگاه‌های صوتی و تصویری در شبانه روز

به طور متوسط در روز چند ساعت پای این دستگاه‌های صوتی و تصویری هستید و از آنها استفاده می‌کنید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
تا یک ساعت	٪۳۱,٦	٪۳۲,۳	٪۳۲,۰
تا دو ساعت	٪۳۲,۳	٪۲۸,۳	٪۳۰,٤
بیش از دو ساعت	٪۳٦,۰	٪۳۹,٤	٪۳۷,٦
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
تعداد	۳٤٤۱	۳۲۳۲	٦٦۷۳
میانگین	۲,۳۷	۲,٤٦	۲,٤۱
انحراف معیار	۱,۹۷	۲,۰۷	۲,۰۲
ضریب T	-۱,٦٥۲	معناداری	۰,۰۹۹

بر اساس یافته ها، **۳۱,۶** درصد از جوانان تا یک ساعت در شبانه روز، از دستگاه های صوتی و تصویری استفاده می کنند. این میزان در **۳۲,۳** درصد از آنان تا دو ساعت، در **۳۶,۰** درصد از آنان بیش از دو ساعت می باشد.میانگین ساعات استفاده جوانان از دستگاه های صوتی و تصویری در طول شبانه روز، تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.

نمودار ۷- ۲. متوسط ساعات استفاده از دستگاه‌های صوتی و تصویری در شبانه روز



در ادامه پرسیده شد از دستگاه های صوتی تصویری بیشتر کدامیک از برنامه هایی که نام برده می شود گوش می کنند؟. برنامه های شنیداری مورد استفاده در جدول زیر آورده شده است.

جدول ۷- ۹. برنامه های شنیداری مورد استفاده به وسیله دستگاه های صوتی تصویری

برنامه های مورد استفاده		جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
موسیقی	تعداد	۲۷۷۵	۲۱۳۲	٤۹۰۷
	درصد	٪۸٦,۷	٪۷٤,۰	٪۸۰,۷
جوک و سرگرمی	تعداد	٤۳۱	۳۷۳	۸۰٤
	درصد	٪۱۳,۵	٪۱۲,۹	٪۱۳,۲
قصه و داستان	تعداد	۱۷۹	۱۵۱	۳۳۰
	درصد	٪۵,٦	٪۵,۲	٪۵,٤
قرآن	تعداد	۲۰۲	۳۸۷	۵۸۹
	درصد	٪٦,۳	٪۱۳,٤	٪۹,۷
دعا، نوحه، مداحی و عزاداری	تعداد	۲۷۹	۳۹۲	٦۷۱
	درصد	٪۸,۷	٪۱۳,٦	٪۱۱,۰
آموزش	تعداد	٦۱٤	۵۰٦	۱۱۲۰
	درصد	٪۱۹,۲	٪۱۷,٦	٪۱۸,٤
سخنرانی	تعداد	۹۲	۲۰۹	۳۰۱
	درصد	٪۲,۹	٪۷,۲	٪٤,۹
مجموع	تعداد	۳۲۰۱	۲۸۸۳	٦۰۸٤

۸۶,۷ درصد از جوانان با دستگاه های صوتی و تصویری، موسیقی گوش می کنند. **۱۳,۵** درصد از ایشان از این دستگاه ها جهت برنامه های جوک و سرگرمی، **۵,۶** درصد از ایشان برای قصه و داستان، **۶,۳** درصد از ایشان برای قرآن، **۸,۷** درصد از ایشان برای دعا، نوحه، مداحی و عزاداری، **۱۹,۲** درصد از ایشان برای آموزش، **۲,۹** درصد از ایشان برای سخنرانی استفاده می کنند.

بیشترین نوع برنامه های شنیداری مورد استفاده جوانان، موسیقی بوده که به میزان **۸۶,۷**درصد انتخاب شده است و مشابه با نوع استفاده از این دستگاه ها در سایر گروه های سنی می باشد.سایر گروه های سنی نیز بیشتر برای موسیقی از این دستگاه ها استفاده می کنند.

پرسیده شد از دستگاه های صوتی تصویری بیشتر کدامیک از برنامه هایی را که نام برده می شود تماشا می کنند؟. برنامه های دیداری مورد استفاده در جدول زیر آورده شده است.

جدول ۷- ۱۰. برنامه های دیداری مورد استفاده به وسیله دستگاه های صوتی تصویری

استفاده از دستگاههای صوتی تصویری		جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
فیلم های سینمایی و سریالی	تعداد	۲۸٤۱	۲۵۵٦	۵۳۹۷
	درصد	٪۸۵,٤	٪۸۱,٦	٪۸۳,٦
موسیقی و شو	تعداد	۱۰۸۲	۷۳۷	۱۸۱۹
	درصد	٪۳۲,۵	٪۲۳,۵	٪۲۸,۲
برنامه های مذهبی	تعداد	۱۹۸	٤۷۱	٦٦۹
	درصد	٪٦,۰	٪۱۵,۰	٪۱۰,٤
کارتون	تعداد	۲۱۰	۱٤۳	۳۵۳
	درصد	٪٦,۳	٪٤,٦	٪۵,۵
مستند	تعداد	۳٤۲	٤٤۱	۷۸۳
	درصد	٪۱۰,۳	٪۱٤,۱	٪۱۲,۱
مجموع	تعداد	۳۳۲۷	۳۱۳۲	٦٤۵۹

۸۵,۴ درصد از جوانان با دستگاه های صوتی و تصویری، فیلم های سینمایی و سریالی تماشا می کنند. **۳۲,۵** درصد از ایشان، از این دستگاه ها جهت تماشای موسیقی و شو، **۶,۰** درصد از ایشان، برای برنامه های مذهبی، **۶,۳** درصد از ایشان، برای کارتون، **۱۰,۳** درصد از ایشان، برای مستند استفاده می کنند.

بیشترین نوع برنامه های دیداری مورد استفاده جوانان، فیلم های سینمایی و سریالی بوده که به میزان **۸۵,۴**درصد انتخاب شده است و مشابه با نوع استفاده از این دستگاه ها در سایر گروه های سنی می باشد.سایر گروه های سنی نیز بیشتر فیلم های سینمایی و سریالی با این دستگاه ها تماشا می کنند.

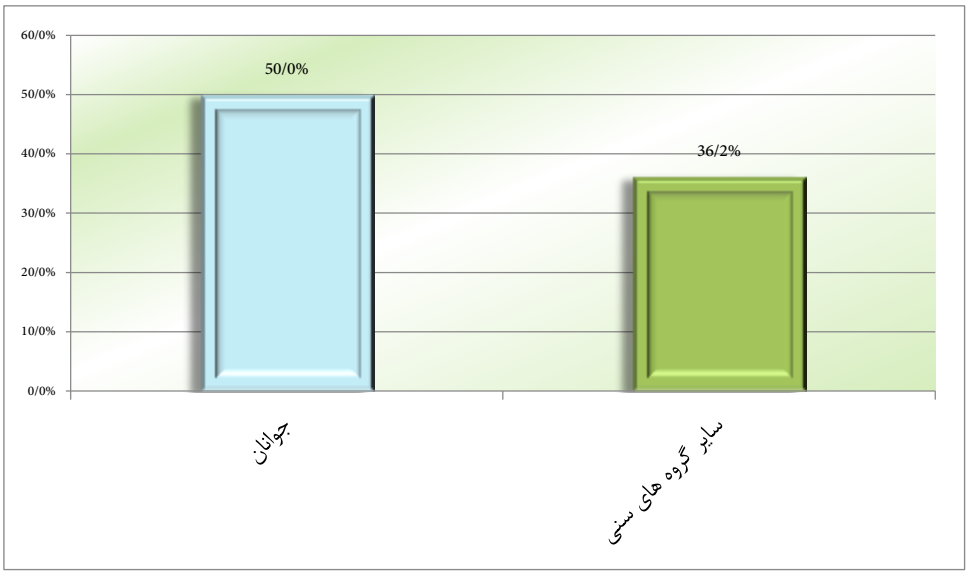
یکی از کاربردهای متداول دستگاه های صوتی تصویری، تماشای سریال های شبکه خانگی است. پرسیده شد «آیا سریال‌های خانگی ایرانی را که فروخته می‌شود (مانند شهرزاد، قهوه تلخ و) تماشا می‌کنید؟». فراوانی پاسخ ها به صورت زیر است:

جدول ۷- ۱۱. تماشای سریال های خانگی ایرانی

سریال‌های خانگی ایرانی را که فروخته می‌شود (مانند شهرزاد، قهوه تلخ و) تماشا می‌کنید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
بلی	٪۵۰,۰	٪۳۶,۲	٪۴۳,۲
خیر	٪۵۰,۰	٪۶۳,۸	٪۵۶,۸
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب فی	۰,۱۴۰	معناداری	۰,۰۰۰

۵۰,۰ درصد از جوانان سریال های ایرانی را که فروخته می شود تماشا می کنند. این میزان در سایر گروه های سنی، ۳۶,۲ درصد است. لذا جوانان به میزان ۱۳,۸ درصد، بیشتر از سایر گروه های سنی این سریال ها را تماشا می کنند.تفاوت میان جوانان و سایر گروه های سنی از نظر تماشای سریال های خانگی عرضه شده در بازار، از نظر آماری معنادار است.

نمودار ۷- ۳. تماشای سریال های خانگی ایرانی



درخصوص سریال های مورد علاقه که در فروشگاه ها توزیع می شود پرسیده شد «کدام یک از این سریال ها که فروخته می شود بیشتر مورد علاقه شما هستند؟». وضعیت سریال های مورد استفاده در جدول آورده شده است.

جدول ۷- ۱۲. سریال های مورد علاقه

سریال های مورد علاقه		جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
شهرزاد	تعداد	۹۵۰	۶۰۸	۱۵۵۸
	درصد	٪۶۰,۶	٪۶۱,۴	٪۶۰,۹
قهوه تلخ	تعداد	۳۸۵	۲۹۵	۶۸۰
	درصد	٪۲۴,۶	٪۲۹,۸	٪۲۶,۶
ممنوعه	تعداد	۴۳۰	۲۳۶	۶۶۶
	درصد	٪۲۷,۴	٪۲۳,۸	٪۲۶,۰
عاشقانه	تعداد	۲۶۳	۱۳۰	۳۹۳
	درصد	٪۱۶,۸	٪۱۳,۱	٪۱۵,۴
نهنگ آبی	تعداد	۷۵	۴۱	۱۱۶
	درصد	٪۴,۸	٪۴,۱	٪۴,۵
ساخت ایران	تعداد	۵۳	۱۵	۶۸
	درصد	٪۳,۴	٪۱,۵	٪۲,۷
رقص روی شیشه	تعداد	۷۴	۲۹	۱۰۳
	درصد	٪۴,۷	٪۲,۹	٪۴,۰
هیولا	تعداد	۲۶	۱۰	۳۶
	درصد	٪۱,۷	٪۱,۰	٪۱,۴
روزهای خوش زندگی	تعداد	۷	۱۰	۱۷
	درصد	٪۰,۴	٪۱,۰	٪۰,۷
شاهگوش	تعداد	۱۷	۱۴	۳۱
	درصد	٪۱,۱	٪۱,۴	٪۱,۲
قلب یخی	تعداد	۲۵	۹	۳۴
	درصد	٪۱,۶	٪۰,۹	٪۱,۳
مجموع	تعداد	۱۵۶۸	۹۹۱	۲۵۵۹

۶۰,۶ درصد از جوانان به سریال شهرزاد اظهار علاقه کرده اند. ۲۴,۶ درصد از ایشان به سریال قهوه تلخ، ۲۷,۴ درصد از ایشان به سریال ممنوعه، ۱۶,۸ درصد از ایشان به سریال عاشقانه، ۴,۸ درصد از ایشان به سریال نهنگ آبی، ۳,۴ درصد از ایشان به سریال ساخت ایران، ۴,۷ درصد از ایشان به سریال رقص روی شیشه، ۱,۷ درصد از ایشان به سریال هیولا، ۰,۴ درصد از ایشان به سریال روزهای خوش زندگی، ۱,۱ درصد از ایشان به سریال شاهگوش، ۱,۶ درصد از ایشان به سریال قلب یخی علاقه دارند. بیشترین سریال مورد علاقه جوانان، با ۶۰,۶

درصد مربوط به سریال شهرزاد بوده است که مشابه با سریال مورد علاقه سایر گروه های سنی می باشد.سایر گروه های سنی نیز بیشتر به سریال شهرزاد اظهار علاقه کرده اند.

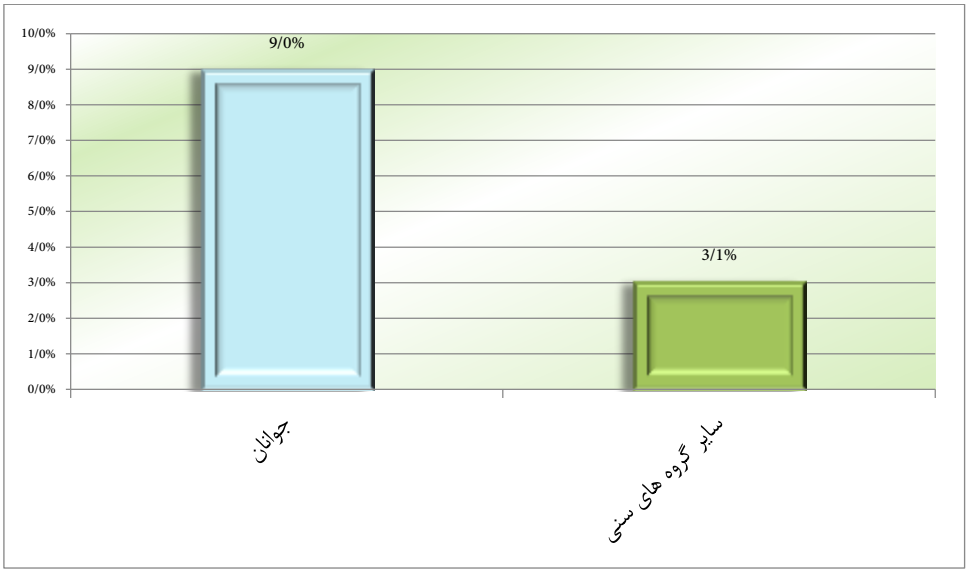
امروزه سریال های خارجی نیز به طور گسترده ای مورد استقبال بینندگان ایرانی قرار دارد. بر این اساس پرسیده شد «آیا سریال های خارجی (مانند گیم آو ترونز، بریکینگ بد و...) را تماشا می کنید؟». فراوانی پاسخ ها به صورت زیر است:

جدول ۷- ۱۳. تماشای سریال های خارجی

آیا سریال های خارجی (مانند گیم آو ترونز، بریکینگ بد و...) را تماشا می کنید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
بلی	٪۹,۰	٪۳,۱	٪۵,۵
خیر	٪۹۱,۰	٪۹٦,۹	٪۹٤,۵
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب فی	۰,۱۲۹	معناداری	۰,۰۰۰

۹,۰ درصد از جوانان سریال های خارجی را تماشا می کنند. این میزان در سایر گروه های سنی، **۳,۱** درصد است. لذا جوانان به میزان **۶,۰** درصد، بیشتر از سایر گروه های سنی این سریال ها را تماشا می کنند.تفاوت میان جوانان و سایر گروه های سنی از نظر تماشای سریال های خارجی از نظر آماری معنادار است.

نمودار ۷- ٤. تماشای سریال های خارجی



پرسش بعد به میزان محبوبیت هریک از سریالهای معروف خارجی اختصاص دارد. از پاسخگویانی که سریالهای خارجی را تماشا می کنند پرسیده شد بیشتر به کدامیک از این سریال ها علاقه دارند؟ فراوانی انتخاب سریال های خارجی معروف در جدول زیر آورده شده است.

جدول ۷- ١٤. سریالهای خارجی مورد علاقه

سریالهای مورد علاقه		جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
گیم او ترونز	تعداد	٢٦٧	٩٥	٣٦٢
	درصد	٪٦١,٨	٪٥١,٩	٪٥٨,٩
ترکیه ای	تعداد	١٠٦	٥٤	١٦٠
	درصد	٪٢٤,٥	٪٢٩,٥	٪٢٦,٠
فرار از زندان	تعداد	٣٩	١٨	٥٧
	درصد	٪٩,٠	٪٩,٨	٪٩,٣
برکینگ بد	تعداد	٤٤	١٩	٦٣
	درصد	٪١٠,٢	٪١٠,٤	٪١٠,٢
فضیلت خانم	تعداد	١٧	١٨	٣٥
	درصد	٪٣,٩	٪٩,٨	٪٥,٧
وایکینگ ها	تعداد	٢٩	٨	٣٧
	درصد	٪٦,٧	٪٤,٤	٪٦,٠
واکینگ دد	تعداد	٢٥	٦	٣١
	درصد	٪٥,٨	٪٣,٣	٪٥,٠
مجموع	تعداد	٤٣٢	١٨٣	٦١٥

۶۱,۸ درصد از جوانانی که سریال خارجی میبینند به سریال گیم او ترونز اظهار علاقه کرده اند. ۲۴,۵ درصد از ایشان سریال های ترکیه ای، ۹,۰ درصد از ایشان سریال های فرار از زندان، ۱۰,۲ درصد از ایشان سریال های برکینگ بد، ۳,۹ درصد از ایشان سریال های فضیلت خانم، ۶,۷ درصد از ایشان سریال های وایکینگ ها، ۵,۸ درصد از ایشان سریال های واکینگ دد را انتخاب کردند.

بیشترین سریال مورد علاقه جوانان، گیم او ترونز بوده که به میزان ۶۱,۸درصد انتخاب شده است و مشابه با سریال برگزیدهٔ سایر گروه های سنی می باشد.سایر گروه های سنی نیز بیشتر سریال گیم او ترونز را انتخاب کرده اند.

پرسیده شد «معمولاً فیلمها و سریال ها را چگونه تهیه می کنید؟». فراوانی هریک از روش های تهیه، در جدول زیر آمده است:

جدول ۷- ۱۵. شیوه تهیه فیلم و سریال

شیوه تهیه فیلم و سریال		جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
خرید از فروشگاه های عرضه محصولات فرهنگی	تعداد	٦٩٨	٥٢٢	١٢٢٠
	درصد	٪٣٩,٠	٪٤٢,٦	٪٤٠,٥
خرید از دستفروشی و سایر فروشگاه ها	تعداد	١٥٧	١١٢	٢٦٩
	درصد	٪٨,٨	٪٩,١	٪٨,٩
اشتراک یا خرید از طریق اینترنت	تعداد	٣٧٣	١٧٩	٥٥٢
	درصد	٪٢٠,٨	٪١٤,٦	٪١٨,٣
دانلود مجانی از اینترنت	تعداد	٧١٣	٣٥٤	١٠٦٧
	درصد	٪٣٩,٩	٪٢٨,٩	٪٣٥,٤
ضبط از شبکه های ماهواره ای	تعداد	٦٣	٤٤	١٠٧
	درصد	٪٣,٥	٪٣,٦	٪٣,٥
ضبط از رادیو و تلویزیون	تعداد	٧٠	١٣٨	٢٠٨
	درصد	٪٣,٩	٪١١,٣	٪٦,٩
امانت از دوستان و آشنایان	تعداد	٤٤٤	٣٠٥	٧٤٩
	درصد	٪٢٤,٨	٪٢٤,٩	٪٢٤,٨
اجاره از ویدئوکلوب یا فیلم پخش کن ها	تعداد	٩٣	٧٨	١٧١
	درصد	٪٥,٢	٪٦,٤	٪٥,٧
مجموع	تعداد	١٧٨٩	١٢٢٦	٣٠١٥

۳۹,۰ درصد از جوانانی که فیلم و سریال میبینند، فیلم ها و سریال ها را با خرید از فروشگاه های عرضه محصولات فرهنگی تهیه می کنند. ۸,۸ درصد از ایشان، با خرید از دستفروشی و سایر فروشگاه ها، ۲۰,۸ درصد از ایشان، با اشتراک یا خرید از طریق اینترنت، ۳۹,۹ درصد از ایشان، با دانلود مجانی از اینترنت، ۳,۵ درصد از ایشان، با ضبط از شبکه های ماهواره ای، ۳,۹ درصد از ایشان، با ضبط از رادیو و تلویزیون، ۲۴,۸ درصد از ایشان، با امانت از دوستان و آشنایان، ۵,۲ درصد از ایشان، با اجاره از ویدئوکلوب یا فیلم پخش کن ها، فیلم ها و سریال های مورد علاقه شان را تهیه می کنند.

بیشترین شیوه تهیه فیلم ها و سریال ها در جوانان، دانلود مجانی از اینترنت بوده که در ۳۹,۹درصد از ایشان انتخاب شده است و متفاوت از شیوه تهیه فیلم ها و سریال ها در سایر گروه های سنی می باشد.سایر گروه های

سنی بیشتر با خرید از فروشگاه های عرضه محصولات فرهنگی، فیلم ها و سریال های مورد علاقه شان را تهیه می کنند.

فصل هشتم: شنیدن موسیقی

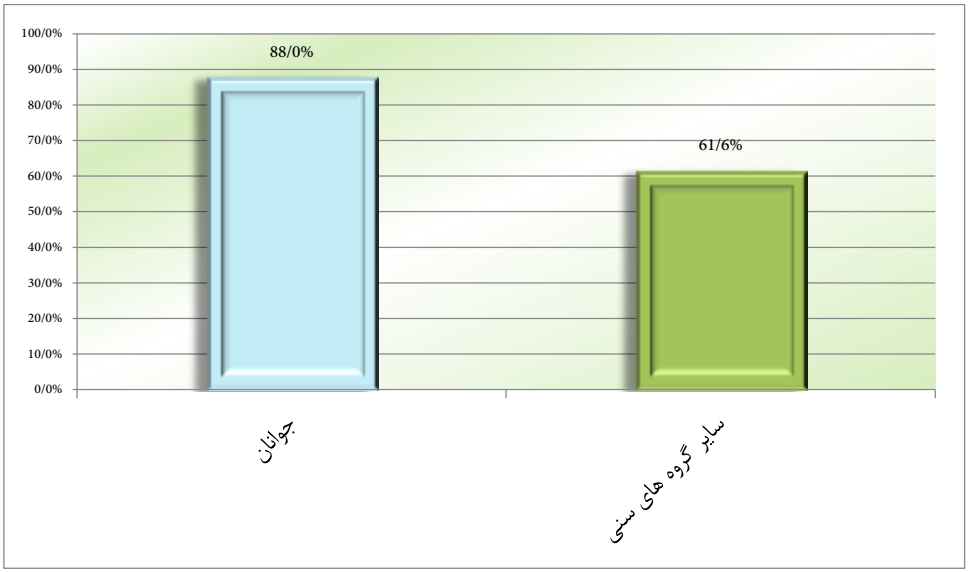
در این فصل به شنیدن موسیقی، میزان و مکان آن، سبک‌های مورد علاقه و محل تهیهٔ آلبوم‌های موسیقی پرداخته می شود. به عنوان مقدمه پرسیده شد «موسیقی گوش می کنید؟». فراوانی پاسخ ها به صورت زیر است:

جدول ۸- ۱. شنیدن موسیقی

موسیقی گوش می‌کنید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
بلی	٪۸۸,۰	٪٦۱,٦	٪۷۲,۳
خیر	٪۱۲,۰	٪۳۸,٤	٪۲۷,۷
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب فی	۰,۲۹۰	معناداری	۰,۰۰۰

۸۸,۰ درصد از جوانان موسیقی گوش می کنند. این میزان در سایر گروه های سنی، ۶۱,۶ درصد است. لذا جوانان به میزان ۲۶,۴ درصد، بیشتر از سایر گروه های سنی موسیقی گوش می کنند.تفاوت میان جوانان و سایر گروه های سنی از نظر گوش دادن به موسیقی از نظر آماری معنادار است.

نمودار ۸- ۱. شنیدن موسیقی



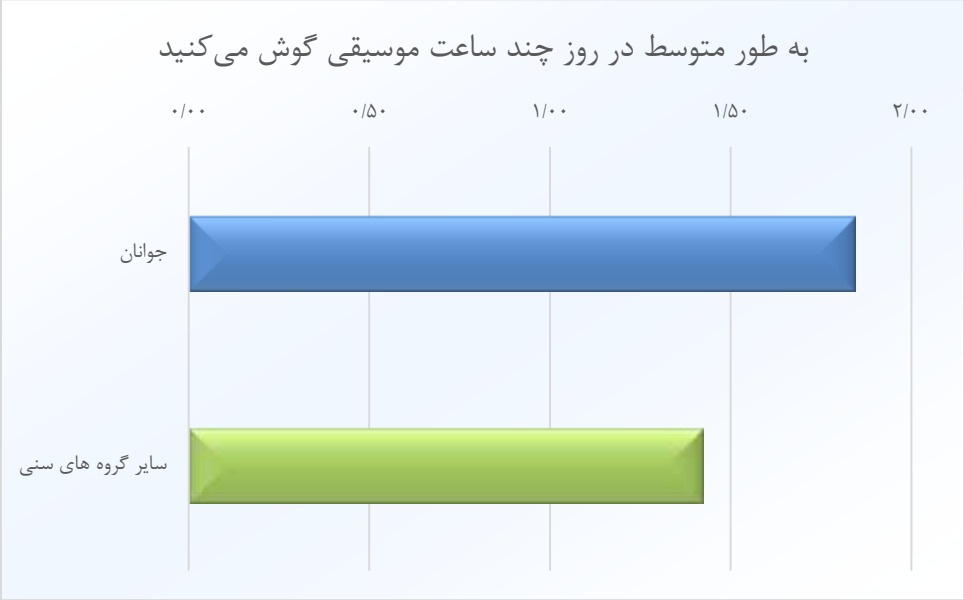
متوسط ساعات گوش دادن به موسیقی، موضوع پرسش بعدی بود. پرسیده شد «به طور متوسط در روز چند ساعت موسیقی گوش می‌کنید؟». وضعیت پاسخ ها به این پرسش به قرار زیر است:

جدول ۸- ۲. متوسط ساعات گوش دادن موسیقی در شبانه روز

به طور متوسط در روز چند ساعت موسیقی گوش می‌کنید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
تا یک ساعت	٪۵۳,٤	٪٦٦,۳	٪۵۹,۹
تا دو ساعت	٪۲٤,۲	٪۲۰,۰	٪۲۲,۱
بیش از دو ساعت	٪۲۲,۳	٪۱۳,۸	٪۱۸,۰
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
تعداد	۵۳۳٤	۵٤۰۲	۱۰۷۳٦
میانگین	۱,۸٤	۱,٤۲	۱,٦۳
انحراف معیار	۱,۸۲	۱,٤۷	۱,٦۷
ضریب T	۱۳,۱۲۱	معناداری	۰,۰۰۰

بر اساس یافته ها، **۵۳,۴** درصد از جوانان تا یک ساعت در شبانه روز، موسیقی گوش می کنند. این میزان در **۲۴,۲** درصد از آنان تا دو ساعت، در **۲۲,۳** درصد از آنان بیش از دو ساعت می باشد.میانگین ساعات گوش دادن به موسیقی در جوانان در طول شبانه روز، به طور معناداری بیشتر از سایر گروه های سنی می باشد.

نمودار ۸- ۲. متوسط ساعات گوش دادن موسیقی در شبانه روز



پرسیده شد «بیشتر به چه سبک موسیقی ای گوش می کنید؟». فراوانی هریک از سبک های موسیقی، در جدول زیر آمده است:

جدول ۸- ۳. سبک موسیقی مورد علاقه

سبک موسیقی		جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
سنتی	تعداد	۲۰۸۱	۳۱۳۰	۵۲۱۱
	درصد	٪۳۷,۵	٪۵۵,٤	٪٤٦,۵
پاپ ایرانی	تعداد	۳۷۵۵	۲۲۷۵	٦۰۳۰
	درصد	٪٦۷,۷	٪٤۰,۲	٪۵۳,۸
راک و رپ ایرانی	تعداد	۷۳٦	٤۰۳	۱۱۳۹
	درصد	٪۱۳,۳	٪۷,۱	٪۱۰,۲
محلی	تعداد	۱۰۸٤	۱۸٤۰	۲۹۲٤
	درصد	٪۱۹,۵	٪۳۲,۵	٪۲٦,۱
کلاسیک خارجی	تعداد	۲۰۵	۹۳	۲۹۸
	درصد	٪۳,۷	٪۱,٦	٪۲,۷
پاپ خارجی	تعداد	۲٤۳	۸۵	۳۲۸
	درصد	٪٤,٤	٪۱,۵	٪۲,۹
راک و رپ خارجی	تعداد	۹۷	۵۲	۱٤۹
	درصد	٪۱,۷	٪۰,۹	٪۱,۳
دعا، نوحه، مداحی و عزاداری	تعداد	۲۵۳	۳۵۹	٦۱۲
	درصد	٪٤,٦	٪٦,۳	٪۵,۵
مجموع	تعداد	۵۵٤٦	۵٦۵٤	۱۱۲۰۰

۳۷,۵ درصد از جوانان موسیقی سنتی گوش می کنند. **۶۷,۷** درصد از ایشان پاپ ایرانی، **۱۳,۳** درصد از ایشان راک و رپ ایرانی، **۱۹,۵** درصد از ایشان محلی، **۳,۷** درصد از ایشان کلاسیک خارجی، **۴,۴** درصد از ایشان پاپ خارجی، **۱,۷** درصد از ایشان راک و رپ خارجی، **۴,۶** درصد از ایشان دعا، نوحه، مداحی و عزاداری گوش می کنند.

بیشترین سبک موسیقی مورد علاقه در جوانان، پاپ ایرانی بوده که در **۶۷,۷**درصد از ایشان انتخاب شده است و متفاوت از سبک موسیقی مورد علاقه سایر گروه های سنی می باشد.سایر گروه های سنی بیشتر سنتی گوش می کنند.

در پرسش بعد مطرح شد «معمولاً در چه مکانی به موسیقی گوش می کنید؟». فراوانی پاسخ ها در جدول زیر آمده است.

جدول ۸- ٤. محل موسیقی شنیدن

محل موسیقی شنیدن		جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
خانه	تعداد	٤٣٠٦	٤٣١٦	٨٦٢٢
	درصد	٪٧٧,٩	٪٧٦,٦	٪٧٧,٢
راه (پیاده یا سواره)	تعداد	٢٣٠١	١٩٨٢	٤٢٨٣
	درصد	٪٤١,٦	٪٣٥,٢	٪٣٨,٤
محل کار	تعداد	٥٧١	٥٥١	١١٢٢
	درصد	٪١٠,٣	٪٩,٨	٪١٠,١
مجموع	تعداد	٥٥٢٧	٥٦٣٧	١١١٦٤

۷۷,۹ درصد از جوانانی که موسیقی گوش میکنند در خانه موسیقی گوش می کنند. **۴۱,۶** درصد از ایشان، در راه (پیاده یا سواره)، **۱۰,۳** درصد از ایشان، در محل کار موسیقی گوش می کنند.

بیشترین محلی که جوانان موسیقی گوش میکنند، با **۷۷,۹** درصد، خانه است که مشابه با محل مورد علاقه سایر گروه های سنی برای گوش دادن به موسیقی می باشد.سایر گروه های سنی نیز بیشتر در خانه موسیقی گوش میکنند.

از پاسخگویان پرسیده شد «معمولاً آهنگ ها یا آلبوم های موسیقی را چگونه تهیه می کنید؟». فراوانی شیوه های تهیه آهنگ ها و آلبوم های موسیقی در جدول زیر آورده شده است.

جدول ۸- ۵. شیوه تهیه موسیقی

شیوه تهیه موسیقی		جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
خرید از فروشگاه های عرضه محصولات فرهنگی	تعداد	۹۸۷	۱۰۷۰	۲۰۵۷
	درصد	٪۱۷,۹	٪۱۹,۲	٪۱۸,٦
خرید از دستفروشی و سایر فروشگاه ها	تعداد	٤۹٤	۵۸۷	۱۰۸۱
	درصد	٪۹,۰	٪۱۰,۵	٪۹,۸
اشتراک یا خرید از طریق اینترنت	تعداد	۱٤٤۷	۱۰٦۱	۲۵۰۸
	درصد	٪۲٦,۳	٪۱۹,۰	٪۲۲,٦
دانلود مجانی از اینترنت	تعداد	۳۱۳۸	۲۰۲٦	۵۱٦٤
	درصد	٪۵۷,۰	٪۳٦,۳	٪٤٦,٦
ضبط از رادیو و تلویزیون	تعداد	۵۳۸	۱۲۸۸	۱۸۲٦
	درصد	٪۹,۸	٪۲۳,۱	٪۱٦,۵
امانت از دوستان و آشنایان	تعداد	۱۲٤۱	۱۵٤٤	۲۷۸۵
	درصد	٪۲۲,٦	٪۲۷,۷	٪۲۵,۱
مجموع	تعداد	۵۵۰۱	۵۵۸۳	۱۱۰۸٤

۱۷,۹ درصد از جوانان موسیقی مورد نیاز خود را با خرید از فروشگاه های عرضه محصولات فرهنگی تهیه می کنند. **۹,۰** درصد از ایشان با خرید از دستفروشی و سایر فروشگاه ها، **۲۶,۳** درصد از ایشان با اشتراک یا خرید از طریق اینترنت، **۵۷,۰** درصد از ایشان با دانلود مجانی از اینترنت، **۹,۸** درصد از ایشان با ضبط از رادیو و تلویزیون، **۲۲,۶** درصد از ایشان با امانت از دوستان و آشنایانموسیقی مورد نیاز خود را تهیه می کنند.

بیشترین شیوه تهیه موسیقی در جوانان، دانلود مجانی از اینترنت بوده که در **۵۷,۰**درصد ایشان انتخاب شده است و مشابه با شیوه تهیه موسیقی توسط سایر گروه های سنی می باشد.سایر گروه های سنی نیز بیشتر با دانلود مجانی از اینترنت موسیقی مورد نیاز خود را تهیه می کنند.

فصل نهم: رایانه، اینترنت، تلفن همراه و تبلت

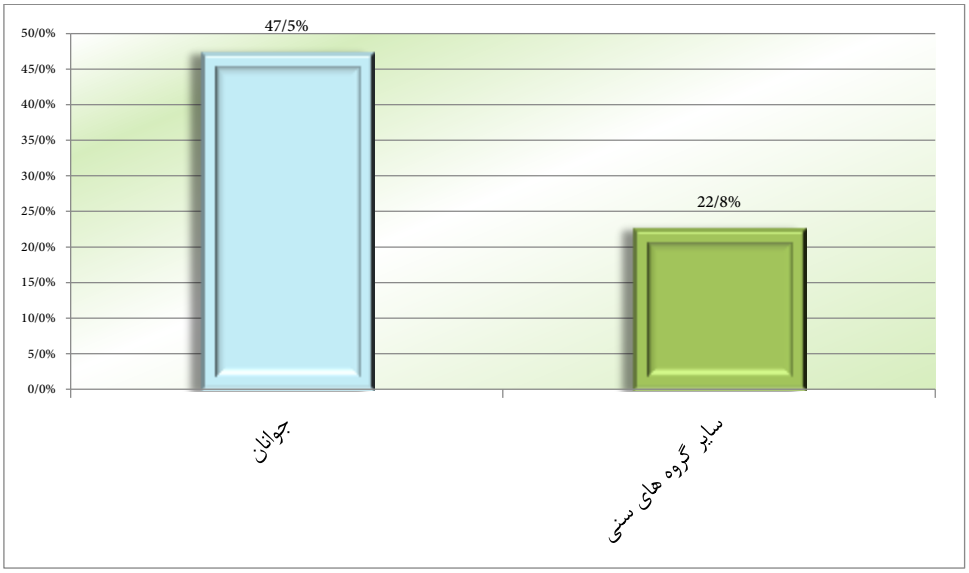
در این فصل به استفاده از رایانه، اینترنت، تلفن همراه و تبلت پرداخته می شود. به عنوان مقدمه پرسیده شد «شما از کامپیوتر یا لپ تاپ استفاده می‌کنید؟». فراوانی پاسخ ها به صورت زیر است:

جدول ۹- ۱. استفاده از کامپیوتر/ لپ تاپ

شما از کامپیوتر/ لپ تاپ استفاده می‌کنید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
بلی	٪٤٧,٥	٪٢٢,٨	٪٣٢,٨
خیر	٪٥٢,٥	٪٧٧,٢	٪٦٧,٢
مجموع	٪١٠٠,٠	٪١٠٠,٠	٪١٠٠,٠
ضریب فی	٠,٢٥٩	معناداری	٠,٠٠٠

۴۷,۵ درصد از جوانان از کامپیوتر یا لپ تاپ استفاده می کنند. این میزان در سایر گروه های سنی، ۲۲,۸ درصد است. لذا جوانان به میزان ۲۴,۸ درصد، بیشتر از سایر گروه های سنی از کامپیوتر یا لپ تاپ استفاده می کنند.تفاوت میان جوانان و سایر گروه های سنی از نظر استفاده از کامپیوتر یا لپ تاپ از نظر آماری معنادار است.

نمودار ۹- ۳. استفاده از کامپیوتر/ لپ تاپ



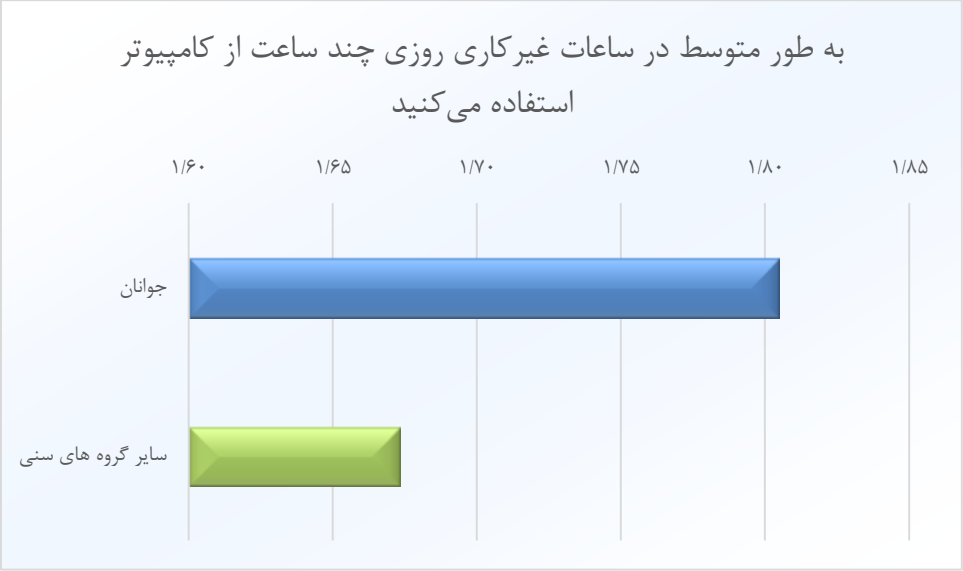
درخصوص میزان استفاده از کامپیوتر در ساعات غیر کاری پرسیده شد: «به طور متوسط در ساعات غیرکاری روزی چند ساعت از کامپیوتر استفاده می‌کنید؟». فراوانی پاسخ ها بدین صورت می باشد:

جدول ۹- ۲. استفاده از کامپیوتر در ساعات غیرکاری در شبانه روز

به طور متوسط در ساعات غیرکاری روزی چند ساعت از کامپیوتر استفاده می‌کنید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
تا یک ساعت	٪۵۰,۸	٪۵۳,۹	٪۵۲,۰
بیش از یک ساعت	٪۴۹,۲	٪۴۶,۱	٪۴۸,۰
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
تعداد	۲۷۷۴	۱۸۴۸	۴۶۲۲
میانگین	۱,۸۰	۱,۶۷	۱,۷۵
انحراف معیار	۱,۵۷	۱,۴۳	۱,۵۱
ضریب T	۲,۸۹۸	معناداری	۰,۰۰۴

بر اساس یافته ها در جدول فوق، **۵۰,۸** درصد از جوانان تا یک ساعت در ساعات غیر کاری از کامپیوتر استفاده می کنند. میزان استفاده از کامپیوتر در ساعات غیر کاری، در **۴۹,۲** درصد از آنان بیش از یک ساعت است. میانگین ساعات استفاده از کامپیوتر در ساعات غیر کاری در جوانان در طول شبانه روز، به طور معناداری بیشتر از سایر گروه های سنی می باشد.

نمودار ۹- . استفاده از کامپیوتر در ساعات غیرکاری در شبانه روز



از پاسخگویان پرسیده شد که معمولاً از کامپیوتر چه استفاده هایی می کنند؟ فراوانی انواع استفاده از کامپیوتر در جدول زیر آورده شده است.

جدول ۹- ۳. انواع استفاده از کامپیوتر

استفاده از کامپیوتر		جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
استفاده کاری	تعداد	۱۲٤۱	۱۰۱۳	۲۲٥٤
	درصد	٪٤۲,۲	٪٤۹,٥	٪٤٥,۲
بازی	تعداد	٥۰۲	۳٤٥	۸٤۷
	درصد	٪۱۷,۱	٪۱٦,۸	٪۱۷,۰
دیدن فیلم	تعداد	۱۳۲۰	٥۹٥	۱۹۱٥
	درصد	٪٤٤,۹	٪۲۹,۱	٪۳۸,٤
گوش دادن به موسیقی	تعداد	۹۳٦	٥۰۳	۱٤۳۹
	درصد	٪۳۱,۸	٪۲٤,٦	٪۲۸,۸
وصل شدن به اینترنت	تعداد	۱۲۳۸	۷۲۸	۱۹٦٦
	درصد	٪٤۲,۱	٪۳٥,٥	٪۳۹,٤
خواندن کتاب و مقاله	تعداد	٥٤۷	۲۹٦	۸٤۳
	درصد	٪۱۸,٦	٪۱٤,٥	٪۱٦,۹
مجموع	تعداد	۲۹٤۰	۲۰٤۸	٤۹۸۸

۴۲,۲ درصد از جوانان از کامپیوتر، استفاده کاری می کنند. **۱۷,۱** درصد از ایشان برای بازی، **۴۴,۹** درصد از ایشان برای دیدن فیلم، **۳۱,۸** درصد از ایشان برای گوش دادن به موسیقی، **۴۲,۱** درصد از ایشان برای وصل شدن به اینترنت، **۱۸,۶** درصد از ایشان برای خواندن کتاب و مقاله از کامپیوتر استفاده می کنند.

بیشترین نوع استفاده از کامپیوتر در جوانان، دیدن فیلم بوده که در **۴۴,۹**درصد ایشان انتخاب شده است و متفاوت از نوع غالب استفاده از کامپیوتر در سایر گروه های سنی می باشد.سایر گروه های سنی بیشتر برای استفاده کاری از کامپیوتر استفاده می کنند.

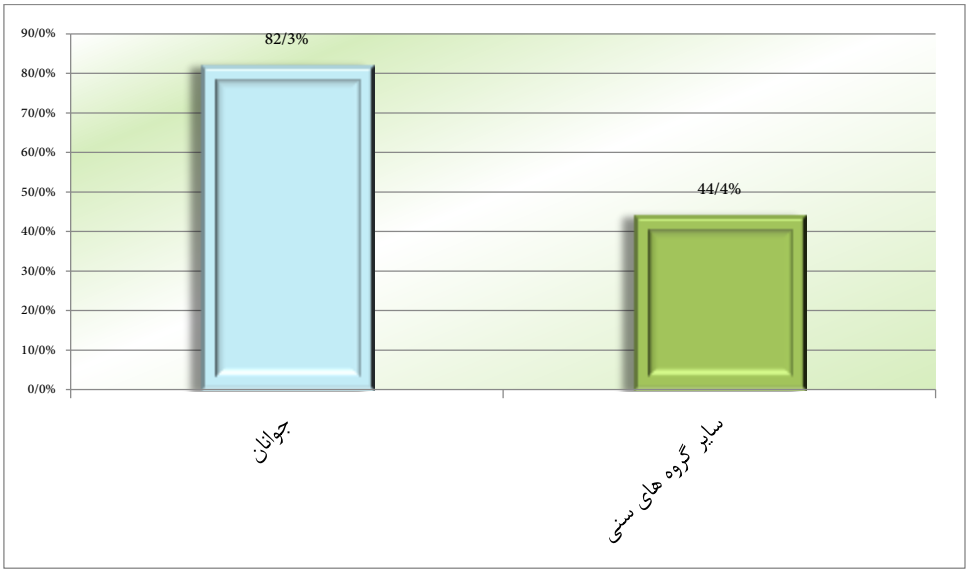
در زمینه استفاده از اینترنت، نخست پرسیده شد «شما از اینترنت استفاده می‌کنید؟». فراوانی پاسخ ها به صورت زیر است:

جدول ۹- ٤. استفاده از اینترنت

شما از اینترنت استفاده می‌کنید؟	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
بله	٪۸۲,۳	٪٤٤,٤	٪٦۰,۱
خیر	٪۱۷,۷	٪۵۵,٦	٪۳۹,۹
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب فی	۰,۳۸۲	معناداری	۰,۰۰۰

۸۲,۳ درصد از جوانان از اینترنت استفاده می کنند. این میزان در سایر گروه های سنی، **۴۴,۴** درصد است. لذا جوانان به میزان **۳۸,۰** درصد، بیشتر از سایر گروه های سنی از اینترنت استفاده می کنند.تفاوت میان جوانان و سایر گروه های سنی از نظر استفاده از اینترنت از نظر آماری معنادار است.

نمودار ۹- ٤. استفاده از اینترنت



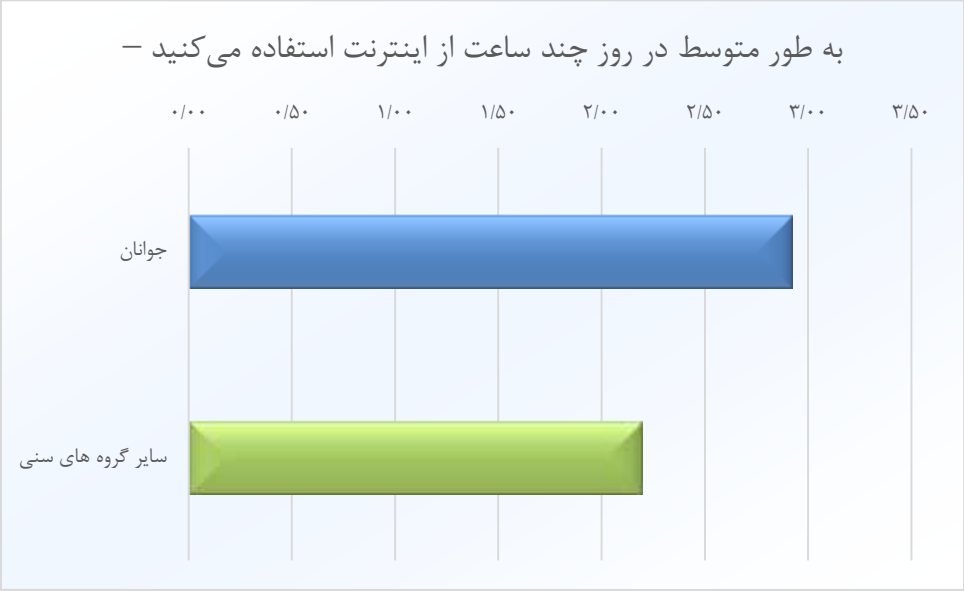
میزان استفاده از اینترنت در طول روز در جوانان و سایر گروه های سنی مورد بررسی قرار گرفت. یافته ها در جدول زیر آورده شده است:

جدول ۹- ۵. متوسط ساعات استفاده از اینترنت در شبانه روز

به طور متوسط در روز چند ساعت از اینترنت استفاده می‌کنید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
تا یک ساعت	٪۲۹,٤	٪٤۳,۰	٪۳۵,۳
تا دو ساعت	٪۲۵,۵	٪۲٦,۷	٪۲٦,۰
تا چهار ساعت	٪۲٦,۹	٪۱۹,۸	٪۲۳,۹
بیش از چهار ساعت	٪۱۸,۲	٪۱۰,٤	٪۱٤,۸
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
تعداد	۵۰۰۷	۳۸۱۷	۸۸۲٤
میانگین	۲,۹۲	۲,۲۰	۲,٦۱
انحراف معیار	۲,۵٤	۲,۰۲	۲,۳٦
ضریب T	۱٤,۹۲۱	معناداری	۰,۰۰۰

بر اساس یافته ها، **۲۹,۴** درصد از جوانان تا یک ساعت در شبانه روز، از اینترنت استفاده می کنند. این میزان در **۲۵,۵** درصد از آنان تا دو ساعت، در **۲۶,۹** درصد از آنان تا چهار ساعت، در **۱۸,۲** درصد از آنان بیش از چهار ساعت می باشد.میانگین استفاده از اینترنت در جوانان در طول روز، به طور معناداری بیشتر از سایر گروه های سنی می باشد.

نمودار ۹- ۵. متوسط ساعات استفاده از اینترنت در شبانه روز



فراوانی انواع استفاده از اینترنت در ۱۶ آیتم مورد بررسی قرار گرفت و با این پرسش مطرح شد که «معمولا از اینترنت به چه منظوری استفاده می‌کنید؟». وضعیت هریک از انواع استفاده از اینترنت در جدول زیر آمده است.

جدول ۹- ۶. نوع استفاده از اینترنت

نوع استفاده از اینترنت		جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
چک کردن ایمیل	تعداد	٦٥١	٣٨٣	١٠٣٤
	درصد	٪١٢,٩	٪١٠,٠	٪١١,٧
مرور اخبار و نشریات	تعداد	١٠١٧	٧٩٣	١٨١٠
	درصد	٪٢٠,٢	٪٢٠,٧	٪٢٠,٤
دانلود نرم افزار	تعداد	٧٥١	٣٥٠	١١٠١
	درصد	٪١٤,٩	٪٩,٢	٪١٢,٤
جستجو و دانلود مقاله ، کتاب	تعداد	٨٨٣	٥٨٥	١٤٦٨
	درصد	٪١٧,٥	٪١٥,٣	٪١٦,٦
جستجو و دانلود عکس	تعداد	١٢٩٤	٧٤٣	٢٠٣٧
	درصد	٪٢٥,٧	٪١٩,٤	٪٢٣,٠
جستجو و دانلود فیلم	تعداد	١٤٢١	٦٥٩	٢٠٨٠
	درصد	٪٢٨,٢	٪١٧,٢	٪٢٣,٥
جستجو و دانلود موسیقی	تعداد	٢١٨٩	١١٩٠	٣٣٧٩
	درصد	٪٤٣,٤	٪٣١,١	٪٣٨,١
چت و گفتگو	تعداد	٢٠٩٧	١٣٧٤	٣٤٧١
	درصد	٪٤١,٦	٪٣٥,٩	٪٣٩,١
مراجعه به وبلاگ ها	تعداد	١٤٦	٦٣	٢٠٩
	درصد	٪٢,٩	٪١,٦	٪٢,٤
وبلاگ نویسی	تعداد	٢٧	٩	٣٦
	درصد	٪٠,٥	٪٠,٢	٪٠,٤
کسب درآمد	تعداد	٢٣١	١٧٧	٤٠٨
	درصد	٪٤,٦	٪٤,٦	٪٤,٦
پرسه زدن در سایت های مختلف	تعداد	٦٣٦	٤١٠	١٠٤٦
	درصد	٪١٢,٦	٪١٠,٧	٪١١,٨
خرید و سفارش اینترنتی کالاها و خدمات روزمره	تعداد	٤٠٦	٢١٨	٦٢٤
	درصد	٪٨,١	٪٥,٧	٪٧,٠
انجام امور اداری و مالی از طریق سایتهای دولتی و خصوصی	تعداد	٣١٧	٣١٠	٦٢٧
	درصد	٪٦,٣	٪٨,١	٪٧,١
فعالیت در شبکه های اجتماعی (مانند تلگرام و واتس آپ)	تعداد	٣٤٣٧	٢٥٠٢	٥٩٣٩
	درصد	٪٦٨,٢	٪٦٥,٤	٪٦٧,٠
گوش دادن به رادیو	تعداد	٢٦	٤٥	٧١

	درصد	٪۰٫۵	٪۱٫۲	٪۰٫۸
مجموع	تعداد	۵۰٤۲	۳۸۲۵	۸۸٦۷

۱۲٫۹ درصد از جوانان از اینترنت برای چک کردن ایمیل استفاده می کنند. ۲۰٫۲ درصد از ایشان برای مرور اخبار و نشریات، ۱۴٫۹ درصد از ایشان برای دانلود نرم افزار، ۱۷٫۵ درصد از ایشان برای جستجو و دانلود مقاله ، کتاب، ۲۵٫۷ درصد از ایشان برای جستجو و دانلود عکس، ۲۸٫۲ درصد از ایشان برای جستجو و دانلود فیلم، ۴۳٫۴ درصد از ایشان برای جستجو و دانلود موسیقی، ۴۱٫۶ درصد از ایشان برای چت و گفتگو، ۲٫۹ درصد از ایشان برای مراجعه به وبلاگ ها، ۰٫۵ درصد از ایشان برای وبلاگ نویسی، ۴٫۶ درصد از ایشان برای کسب درآمد، ۱۲٫۶ درصد از ایشان برای پرسه زدن در سایت های مختلف، ۸٫۱ درصد از ایشان برای خرید و سفارش اینترنتی کالاها و خدمات روزمره، ۶٫۳ درصد از ایشان برای انجام امور اداری و مالی از طریق سایتهای دولتی و خصوصی، ۶۸٫۲ درصد از ایشان برای فعالیت در شبکه های اجتماعی (مانند تلگرام و واتس آپ)، ۰٫۵ درصد از ایشان برای گوش دادن به رادیو از اینترنت استفاده می کنند.

بیشترین استفاده از اینترنت در جوانان، جهت فعالیت در شبکه های اجتماعی (مانند تلگرام و واتس آپ) است که به میزان ۶۸٫۲درصد انتخاب شده است و مشابه با نوع غالب استفاده در سایر گروه های سنی می باشد.سایر گروه های سنی نیز بیشتر برای فعالیت در شبکه های اجتماعی (مانند تلگرام و واتس آپ) از اینترنت استفاده میکنند.

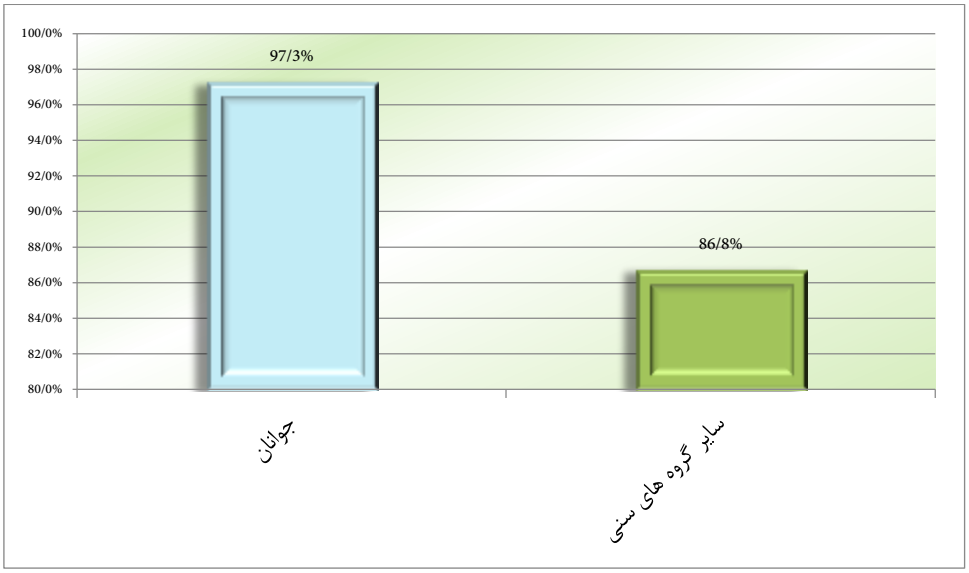
از پاسخگویان پرسیده شد «تلفن همراه (موبایل) دارید؟». فراوانی پاسخ ها به صورت زیر است:

جدول ۹- ۷. استفاده از تلفن همراه

تلفن همراه (موبایل) دارید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
بلی	٪۹۷,۳	٪۸٦,۸	٪۹۱,۱
خیر	٪۲,۷	٪۱۳,۲	٪۸,۹
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب فی	۰,۱۸۱	معناداری	۰,۰۰۰

۹۷,۳ درصد از جوانان تلفن همراه دارند. این میزان در سایر گروه های سنی، **۸۶,۸** درصد است. لذا جوانان به میزان **۱۰,۵** درصد بیشتر از سایر گروه های سنی دارای تلفن همراه هستند.تفاوت میان جوانان و سایر گروه های سنی در دارا بودن تلفن همراه از نظر آماری معنادار است.

نمودار ۹- ۶. استفاده از تلفن همراه



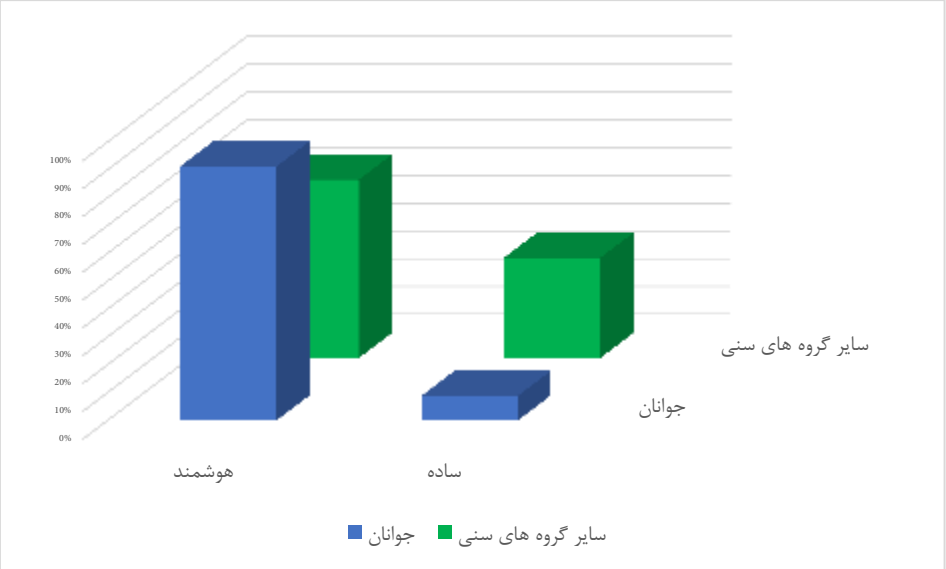
از پاسخگویانی که اعلام کردند تلفن همراه دارند از نوع تلفن همراه ایشان سؤال شد. فراوانی پاسخ ها در جدول زیر آمده است:

جدول ۹- ۸. نوع تلفن همراه پاسخگویان

(اگر تلفن همراه دارید) از چه نوعی	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
هوشمند	٪۹۱,۲	٪٦٤,۰	٪۷۵,۸
ساده	٪۸,۸	٪۳٦,۰	٪۲٤,۲
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب فی	۰,۳۱۵	معناداری	۰,۰۰۰

۹۱,۲ درصد از جوانان تلفن همراه هوشمند دارند. این میزان در سایر گروه های سنی **۶۴,۰** درصد است.لذا جوانان به میزان **۲۷,۲** درصد، بیشتر از سایر گروه های سنی دارای تلفن همراه هوشمند هستند.تفاوت میان جوانان و سایر گروه های سنی در دارا بودن تلفن همراه هوشمند از نظر آماری معنادار است.

نمودار ۹- ۷. نوع تلفن همراه پاسخگویان



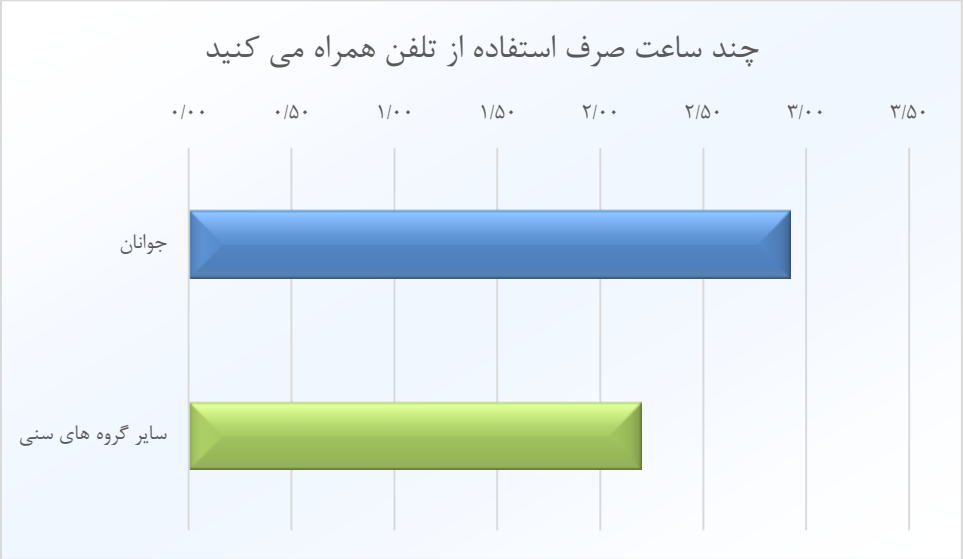
میزان استفاده از تلفن همراه در شبانه روز در جوانان و سایر گروه های سنی مورد بررسی قرار گرفت. یافته ها در جدول زیر آورده شده است:

جدول ۹- ۹. تعداد ساعات استفاده از تلفن همراه در شبانه روز

چند ساعت صرف استفاده از تلفن همراه می کنید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
تا یک ساعت	٪٤٥,٩	٪٤٣,٥	٪٤٤,٧
تا دو ساعت	٪٢٢,١	٪٢١,٥	٪٢١,٨
تا چهار ساعت	٪٢١,٣	٪٢١,٧	٪٢١,٥
بیش از چهار ساعت	٪١٠,٨	٪١٣,٣	٪١٢,١
مجموع	٪١٠٠,٠	٪١٠٠,٠	٪١٠٠,٠
تعداد	٥٠٠٧	٣٨١٧	٨٨٢٤
میانگین	٢,٩٢	٢,٢٠	٢,٦١
انحراف معیار	٢,٥٤	٢,٠٢	٢,٣٦
ضریب T	١٤,٩٢١	معناداری	٠,٠٠٠

بر اساس یافته ها، **۴۵,۹** درصد از جوانان تا یک ساعت در شبانه روز، از تلفن همراه استفاده می کنند. این میزان در **۲۲,۱** درصد از آنان تا دو ساعت، در **۲۱,۳** درصد از آنان تا چهار ساعت، در **۱۰,۸** درصد از آنان بیش از چهار ساعت می باشد.میانگین استفاده از تلفن همراه در جوانان در شبانه روز، به طور معناداری بیشتر از سایر گروه های سنی می باشد.

نمودار ۹- ۸. تعداد ساعات استفاده از تلفن همراه در شبانه روز



پرسیده شد «علاوه بر تماس تلفنی و ارسال پیامک، معمولا چه استفاده‌های دیگری از تلفن همراه می‌کنید؟». فراوانی هریک از انواع استفاده از موبایل، در جدول زیر آمده است:

جدول ۹- ۱۰. نوع استفاده از موبایل

استفاده از موبایل		جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
گرفتن عکس و فیلم	تعداد	٤٠٤٧	٣٣٩١	٧٤٣٨
	درصد	٪٧٣,٣	٪٦٨,٨	٪٧١,٢
گوش دادن به رادیو	تعداد	١٦٨	٢٥٧	٤٢٥
	درصد	٪٣,٠	٪٥,٢	٪٤,١
تماشای برنامه های تلویزیونی داخلی و خارجی	تعداد	٢٩٢	١٢٩	٤٢١
	درصد	٪٥,٣	٪٢,٦	٪٤,٠
گوش دادن به موسیقی یا نواهای مذهبی	تعداد	٢١٥٦	١٥٥٦	٣٧١٢
	درصد	٪٣٩,١	٪٣١,٦	٪٣٥,٥
خواندن کتاب یا مجله	تعداد	٨٤١	٥٠٣	١٣٤٤
	درصد	٪١٥,٢	٪١٠,٢	٪١٢,٩
ارتباط با اینترنت	تعداد	٤١٤٢	٣٠٣٧	٧١٧٩
	درصد	٪٧٥,٠	٪٦١,٦	٪٦٨,٧
بازی از طریق نرم افزار های بازی	تعداد	٩٦٧	٤٨٥	١٤٥٢
	درصد	٪١٧,٥	٪٩,٨	٪١٣,٩
تماشای فیلم	تعداد	٦٨١	٣٣٤	١٠١٥
	درصد	٪١٢,٣	٪٦,٨	٪٩,٧
مجموع	تعداد	٥٥١٩	٤٩٢٧	١٠٤٤٦

۷۳,۳ درصد از جوانان از تلفن همراه جهت گرفتن عکس و فیلم استفاده می کنند. **۳,۰** درصد از ایشان برای گوش دادن به رادیو، **۵,۳** درصد از ایشان برای تماشای برنامه های تلویزیونی داخلی و خارجی، **۳۹,۱** درصد از ایشان برای گوش دادن به موسیقی یا نواهای مذهبی، **۱۵,۲** درصد از ایشان برای خواندن کتاب یا مجله، **۷۵,۰** درصد از ایشان برای ارتباط با اینترنت، **۱۷,۵** درصد از ایشان برای بازی از طریق نرم افزار های بازی، **۱۲,۳** درصد از ایشان برای تماشای فیلم از تلفن همراه استفاده می کنند.

بیشترین نوع استفاده از تلفن همراه در جوانان، ارتباط با اینترنت بوده که در **۷۵,۰**درصد از ایشان انتخاب شده است و متفاوت از نوع استفاده غالب در سایر گروه های سنی می باشد.سایر گروه های سنی بیشتر برای گرفتن عکس و فیلم از تلفن همراه استفاده می کنند.

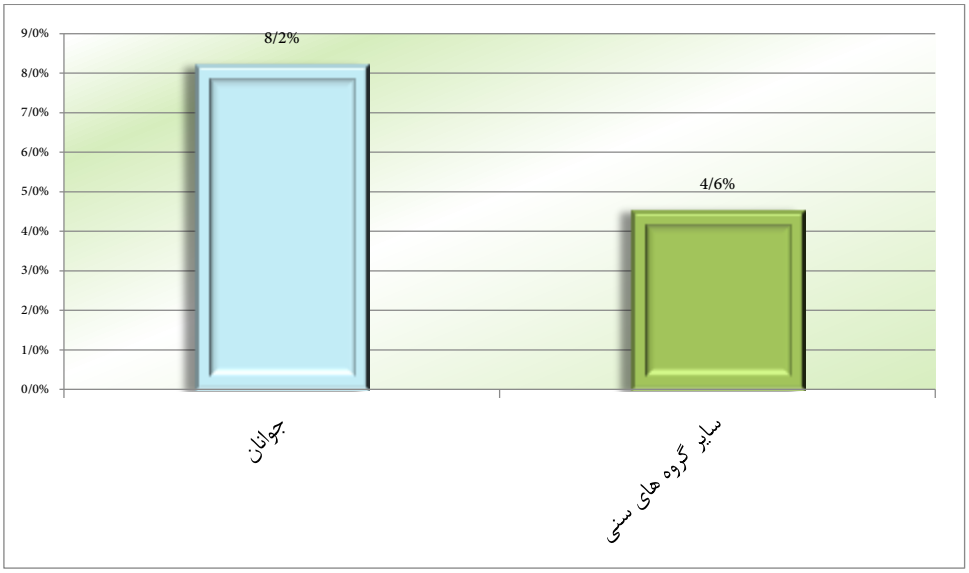
از پاسخگویان پرسیده شد «آیا شما از تبلت استفاده می کنید؟». فراوانی پاسخ ها به صورت زیر است:

جدول ۹- ۱۱. استفاده از تبلت

شما از تبلت استفاده می‌کنید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
بلی	٪۸,۲	٪٤,٦	٪٦,۱
خیر	٪۹۱,۸	٪۹٥,٤	٪۹۳,۹
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب فی	۰,۰۷٦	معناداری	۰,۰۰۰

۸,۲ درصد از جوانان تبلت دارند. این میزان در سایر گروه های سنی، **۴,۶** درصد است. لذا جوانان به میزان **۳,۷** درصد، بیشتر از سایر گروه های سنی دارای تبلت هستند.تفاوت میان جوانان و سایر گروه های سنی در دارا بودن تبلت از نظر آماری معنادار است.

نمودار ۹- ۹. استفاده از تبلت



در پرسش بعد مطرح شد «معمولاً چه استفاده هایی از تبلت دارید؟». فراوانی پاسخ ها در جدول زیر آمده است.

جدول ۹- ۱۲. نوع استفاده از تبلت

استفاده از تبلت		جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
کتاب خواندن	تعداد	۱٤۱	۹۵	۲۳٦
	درصد	٪۲۹,۸	٪۲٦,۱	٪۲۸,۲
یادداشت برداشتن	تعداد	۹٤	٦۸	۱٦۲
	درصد	٪۱۹,۹	٪۱۸,۷	٪۱۹,٤
دیدن فیلم و سریال	تعداد	۱۷۲	۱۱۵	۲۸۷
	درصد	٪۳٦,٤	٪۳۱,٦	٪۳٤,۳
بازیهای کامپیوتری	تعداد	۱۹۷	۱٤۳	۳٤۰
	درصد	٪٤۱,٦	٪۳۹,۳	٪٤۰,٦
گوش دادن به موسیقی	تعداد	۱٤۸	۱۰۱	۲٤۹
	درصد	٪۳۱,۳	٪۲۷,۷	٪۲۹,۷
مجموع	تعداد	٤۷۳	۳٦٤	۸۳۷

۲۹,۸ درصد از جوانان از تبلت جهت کتاب خواندن استفاده می کنند. **۱۹,۹** درصد از ایشان برای یادداشت برداشتن، **۳۶,۴** درصد از ایشان برای دیدن فیلم و سریال، **۴۱,۶** درصد از ایشان برای بازیهای کامپیوتری، **۳۱,۳** درصد از ایشان برای گوش دادن به موسیقی از تبلت استفاده می کنند.بیشترین استفادهٔ جوانان از تبلت، با **۴۱,۶** درصد، بازیهای کامپیوتری است که مشابه با نوع استفادهٔ غالب از تبلت در سایر گروه های سنی است. سایر گروه های سنی نیز بیشتر برای بازیهای کامپیوتری از تبلت استفاده میکنند.

فصل دهم: رفتن به سینما و تئاتر

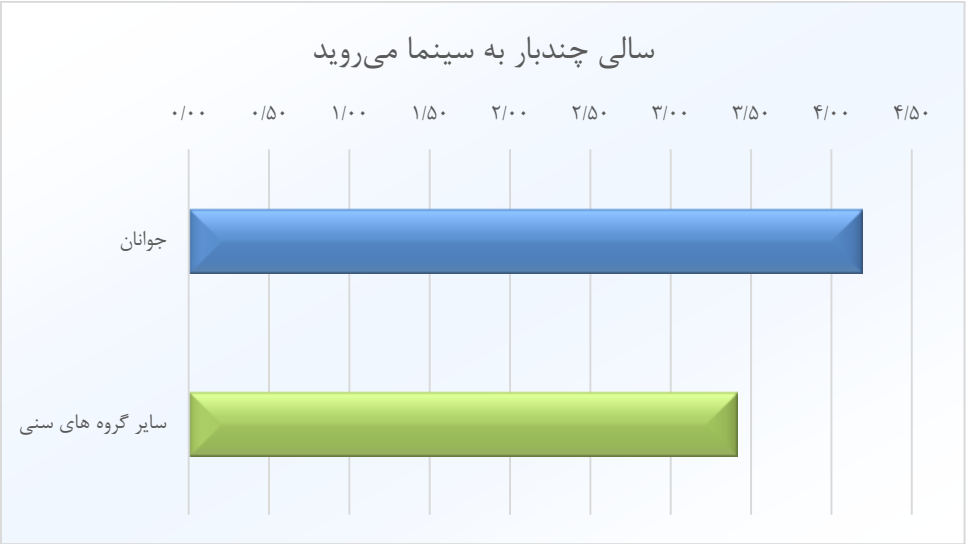
در این فصل رفتن به سینما و تئاتر، میزان آنها و فیلم‌های مورد علاقه بررسی می‌شد. به عنوان مقدمه پرسیده شد «سالی چندبار به سینما می روید؟». وضعیت پاسخ ها به این پرسش به قرار زیر است:

جدول ۱۰- ۱. دفعات رفتن به سینما در طول سال

سالی چندبار به سینما می‌روید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
نمی روم	٪٦٧,٩	٪٨٤,٤	٪٧٧,٧
یک یا دو بار	٪١٦,٤	٪٩,٣	٪١٢,٢
بیش از دو بار	٪١٥,٦	٪٦,٢	٪١٠,٠
مجموع	٪١٠٠,٠	٪١٠٠,٠	٪١٠٠,٠
تعداد	٢٠٣٢	١٤٤٢	٣٤٧٤
میانگین	٤,١٩	٣,٤١	٣,٨٧
انحراف معیار	٤,٨٥	٤,٣٣	٤,٦٥
ضریب T	٤,٩٦٩	معناداری	٠,٠٠٠

بر اساس یافته ها، ۶۷,۹ درصد از جوانان هیچ مراجعه ای در طول سال به سینما ندارند. دفعات مراجعه به سینما در طول سال در ۱۶,۴ درصد از آنان یک یا دو بار، در ۱۵,۶ درصد از آنان بیش از دو بار می باشد.میانگین دفعات مراجعه جوانان به سینماها در طول سال، به طور معناداری بیشتر از سایر گروه های سنی می باشد.

نمودار ۱۰- ۱. دفعات رفتن به سینما در طول سال



پرسیده شد «چه فیلم هایی را بیشتر می بینید؟». فراوانی سبک فیلم های مورد علاقه، در جدول زیر آمده است:

جدول ۱۰- ۲. فیلمهای مورد علاقه

فیلمهای مورد علاقه		جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
خانوادگی	تعداد	۹۸۵	۷٦٤	۱۷٤۹
	درصد	٪۵۰,۷	٪۵٦,۱	٪۵۲,۹
عشقی	تعداد	٤۸۳	۱۷۸	٦٦۱
	درصد	٪۲٤,۹	٪۱۳,۱	٪۲۰,۰
تاریخی	تعداد	۷۳	٦۰	۱۳۳
	درصد	٪۳,۸	٪٤,٤	٪٤,۰
تخیلی	تعداد	۷۹	٤٤	۱۲۳
	درصد	٪٤,۱	٪۳,۲	٪۳,۷
جنایی و پلیسی	تعداد	۱٦۱	۹۱	۲۵۲
	درصد	٪۸,۳	٪٦,۷	٪۷,٦
اجتماعی	تعداد	٦۱٦	۳۷۷	۹۹۳
	درصد	٪۳۱,۷	٪۲۷,۷	٪۳۰,۰
کارتون و انیمیشن	تعداد	٦۱	۷٤	۱۳۵
	درصد	٪۳,۱	٪۵,٤	٪٤,۱
فرقی ندارد	تعداد	۳۳٤	۲۵۲	۵۸٦
	درصد	٪۱۷,۲	٪۱۸,۵	٪۱۷,۷
مجموع	تعداد	۱۹٤۳	۱۳٦۲	۳۳۰۵

۵۰,۷ درصد از جوانان فیلم های خانوادگی تماشا می کنند. ۲۴,۹ درصد از ایشان فیلم های عشقی، ۳,۸ درصد از ایشان فیلم های تاریخی، ۴,۱ درصد از ایشان فیلم های تخیلی، ۸,۳ درصد از ایشان فیلم های جنایی و پلیسی، ۳۱,۷ درصد از ایشان فیلم های اجتماعی، ۳,۱ درصد از ایشان کارتون و انیمیشن می بینند.۱۷,۲ درصد از ایشان برایشان فرقی ندارد که چه فیلمی تماشا کنند.

بیشترین سبک فیلم های مورد علاقه در جوانان، خانوادگی بوده که در ۵۰,۷درصد از ایشان انتخاب شده است و مشابه با سبک فیلم مورد علاقه سایر گروه های سنی می باشد.سایر گروه های سنی نیز بیشتر فیلم های خانوادگی می بینند.

در پرسش بعد آورده شد «سالی چندبار به تئاتر می روید؟» فراوانی پاسخ ها به صورت زیر می باشد:

جدول ۱۰- ۳. دفعات رفتن به تئاتر در طول سال

سالی چندبار به تئاتر می‌روید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
تعداد	٤٠٧	٢٦٩	٦٧٦
میانگین	٢,٦٣	٢,٦٣	٢,٦٣
انحراف معیار	٤,٢٧	٣,٦٥	٤,٠٣
ضریب T	٠,٠١٧-	معناداری	٠,٩٨٦

میانگین دفعاتی که جوانان در طول سال به تئاتر می روند، تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.

در پرسش بعد چنین آورده شد که «شما بیشتر با چه کسانی به سینما و تئاتر می‌روید؟».

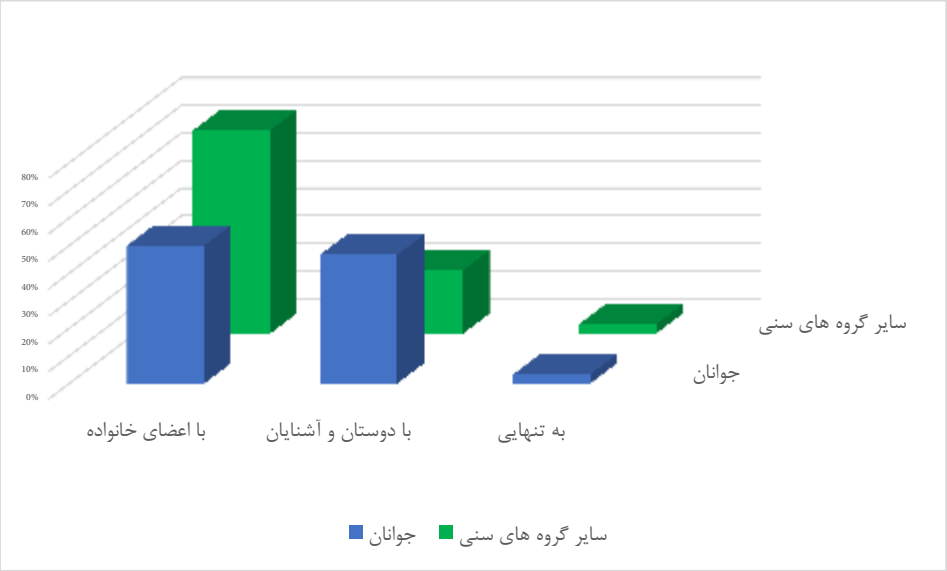
جدول ۱۰- ٤. رفتن به سینما و تئاتر به صورت انفرادی یا با همراهی دیگران

شما بیشتر با چه کسانی به سینما و تئاتر می‌روید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
با اعضای خانواده	٪۵۰,۰	٪۷۳,٦	٪۵۹,۷
با دوستان و آشنایان	٪٤٦,۷	٪۲۳,۰	٪۳۷,۰
به تنهایی	٪۳,۳	٪۳,٤	٪۳,۳
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب کرامر	۰,۲٤۳	معناداری	۰,۰۰۰

۵۰,۰ درصد از جوانان، با اعضای خانواده به سینما و تئاتر می روند. ۴۶,۷ درصد از آنان با دوستان و آشنایان و ۳,۳ درصد از آنان به تنهایی به سینما و تئاتر می روند.

این مقادیر در سایر گروه های سنی به ترتیب ۷۳,۶ درصد، ۲۳,۰ درصد و ۳,۴ درصد است.با مقایسه دو گروه می توان دریافت که جوانان بیشتر با دوستان و آشنایان به سینما و تئاتر می روند؛ تا سایر گروه های سنی.تفاوت میان دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی از نظر آماری معنادار است.

نمودار ۱۰- ۲. رفتن به سینما و تئاتر به صورت انفرادی یا با همراهی دیگران



فصل یازدهم: فعالیت‌های مذهبی

یکی از ابعاد وجود انسان، گرایش به امر مقدس و ماورایی است که او را به سوی کنش ها و فعالیت های دینی و مذهبی می‌کشاند. از این رو یکی از انواع فعالیت زمان فراغت را می‌توان فعالیت مذهبی دانست. این نوع فعالیت شاخصی است که با آن می‌توان عرصهٔ رفتاری دینداری و به عبارت دیگر مناسکی دین را تا حد زیادی سنجید. فعالیت مذهبی در چند مقوله پرسش می‌شود از جمله شرکت در مجالس مذهبی، شرکت در نماز جماعت مسجد و حسینیه و میزان انجام هر یک از فعالیت های مذهبی. انجام اعمال مذهبی و شرکت در مجامع مذهبی مانند مولودی و عزاداری، شرکت در مجالس سخنرانی دینی، شرکت در جلسات دعا و ذکر، رفتن به جلسهٔ قرآن، شرکت در نماز جماعت، زیارت اهل قبور، رفتن به زیارتگاه ها، خواندن قرآن و شرکت در مراسم و مجالس مذهبی که در منزل مذهبی ها برگزار می‌شود.

شرکت در مجالس و آیین های مذهبی، با پرسش درمورد هریک از این مراسم بررسی شد و پرسیده شد «رفتن به هریک از این مراسم یا شرکت در این مراسم را چند وقت یکبار انجام می دهید؟». جداولی که در ادامه می آید به وضعیت میزان شرکت در هریک از این مراسم توسط پاسخگویان می پردازد.

جدول ۱۱- ۱. شرکت در مجالس جشن و سرور مذهبی/ مولودی

مجالس جشن و سرور مذهبی/ مولودی	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
هر روز	٪۰,۳	٪۰,٤	٪۰,٤
هفته ای چند بار	٪۱,۱	٪۲,۰	٪۱,۷
هفته ای یک بار	٪۲,٦	٪۳,۳	٪۳,۰
ماهی چند بار	٪٤,۷	٪۷,٤	٪٦,۳
ماهی یک بار	٪۷,۰	٪۸,۵	٪۷,۹
سالی چند بار	٪۳۲,۷	٪۳۹,۱	٪۳٦,۵
سالی یک بار	٪۱۹,۲	٪۱٦,۲	٪۱۷,۵
هیچ	٪۳۲,۲	٪۲۳,۰	٪۲٦,۷
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب کرامر	۰,۱۳۰	معناداری	۰,۰۰۰

بدین ترتیب ۰,۳ درصد از جوانان هر روز در مجالس جشن و سرور مذهبی/ مولودی شرکت می کنند.میزان شرکت در این مجالس، در ۱,۱ درصد از ایشان هفته ای چند بار، در ۲,۶ درصد از آنان هفته ای یک بار، در ۴,۷ درصد از آنان ماهی چند بار، در ۷,۰ درصد از آنان ماهی یک بار، در ۳۲,۷ درصد از آنان سالی چند بار، در ۱۹,۲ درصد از آنان سالی یک بار می باشد. ۳۲,۲ درصد اعلام کرده اند که در این مجالس شرکت نمی

کنند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند. میزان شرکت در مجالس جشن و سرور مذهبی/ مولودی در سایر گروه های سنی بیشتر می باشد.

وضعیت شرکت در مجالس روضه و عزاداری به صورت زیر است:

جدول ۱۱- ۲. شرکت در روضه و عزاداری

روضه و عزاداری	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
هر روز	٪۰,۱	٪۰,۵	٪۰,۳
هفته ای چند بار	٪۱,۱	٪۲,۱	٪۱,۷
هفته ای یک بار	٪۲,۹	٪۳,۹	٪۳,۵
ماهی چند بار	٪۵,۱	٪۸,۸	٪۷,۳
ماهی یک بار	٪٦,۷	٪۸,٦	٪۷,۹
سالی چند بار	٪۳۸,٤	٪٤۳,٦	٪٤۱,۵
سالی یک بار	٪۱٦,۷	٪۱۳,٤	٪۱٤,۷
هیچ	٪۲۸,۸	٪۱۹,۱	٪۲۳,۰
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب کرامر	۰,۱٤۸	معناداری	۰,۰۰۰

۰,۱ درصد از جوانان هر روز در روضه و عزاداری شرکت می کنند.میزان شرکت در این مجالس، در ۱,۱ درصد از ایشان هفته ای چند بار، در ۲,۹ درصد از آنان هفته ای یک بار، در ۵,۱ درصد از آنان ماهی چند بار، در ۶,۷ درصد از آنان ماهی یک بار، در ۳۸,۴ درصد از آنان سالی چند بار، در ۱۶,۷ درصد از آنان سالی یک بار می باشد. ۲۸,۸ درصد اعلام کرده اند که در این مجالس شرکت نمی کنند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند. میزان شرکت در روضه و عزاداری در سایر گروه های سنی بیشتر می باشد.

وضعیت شرکت در مجالس سخنرانی دینی به صورت زیر است:

جدول ۱۱- ۳. شرکت در سخنرانی دینی

سخنرانی دینی	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
هر روز	٪۰,۳	٪۰,۸	٪۰,٦
هفته ای چند بار	٪۰,۹	٪۱,۸	٪۱,۵
هفته ای یک بار	٪۲,٦	٪٤,۰	٪۳,۵
ماهی چند بار	٪٤,۷	٪۷,۱	٪٦,۱
ماهی یک بار	٪٤,۸	٪۷,۵	٪٦,٤
سالی چند بار	٪۱۹,۳	٪۲٦,۳	٪۲۳,۵
سالی یک بار	٪۱٤,۹	٪۱۳,۵	٪۱٤,۰
هیچ	٪۵۲,٤	٪۳۹,۱	٪٤٤,۵
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب کرامر	۰,۱۵٤	معناداری	۰,۰۰۰

۰,۳ درصد از جوانان هر روز در سخنرانی دینی شرکت می کنند.میزان شرکت در این مجالس، در ۰,۹ درصد از ایشان هفته ای چند بار، در ۲,۶ درصد از آنان هفته ای یک بار، در ۴,۷ درصد از آنان ماهی چند بار، در ۴,۸ درصد از آنان ماهی یک بار، در ۱۹,۳ درصد از آنان سالی چند بار، در ۱۴,۹ درصد از آنان سالی یک بار می باشد. ۵۲,۴ درصد اعلام کرده اند که در این مجالس شرکت نمی کنند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند. میزان شرکت در سخنرانی دینی در سایر گروه های سنی بیشتر می باشد.

وضعیت شرکت در جلسات دعا (مثل دعای کمیل، ندبه و...)به صورت زیر است:

جدول ۱۱- ٤. شرکت در جلسات دعا

جلسات دعا (مثل دعای کمیل، ندبه و...)	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
هر روز	٪۰,۱	٪۰,٤	٪۰,۳
هفته ای چند بار	٪۱,۵	٪۲,۲	٪۱,۹
هفته ای یک بار	٪٤,۱	٪۷,۲	٪۵,۹
ماهی چند بار	٪۵,۰	٪۸,۵	٪۷,۱
ماهی یک بار	٪٦,۹	٪۹,۳	٪۸,۳
سالی چند بار	٪۱۸,۵	٪۲۱,۲	٪۲۰,۱
سالی یک بار	٪۱۲,٦	٪۱۱,٤	٪۱۱,۹
هیچ	٪۵۱,۲	٪۳۹,۸	٪٤٤,۵

مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب کرامر	۰,۱۳۹	معناداری	۰,۰۰۰

۰,۱ درصد از جوانان هر روز در جلسات دعا (مثل دعای کمیل، ندبه و...) شرکت می کنند.میزان شرکت در این مجالس، در ۱,۵ درصد از ایشان هفته ای چند بار، در ۴,۱ درصد از آنان هفته ای یک بار، در ۵,۰ درصد از آنان ماهی چند بار، در ۶,۹ درصد از آنان ماهی یک بار، در ۱۸,۵ درصد از آنان سالی چند بار، در ۱۲,۶ درصد از آنان سالی یک بار می باشد. ۵۱,۲ درصد اعلام کرده اند که در این مجالس شرکت نمی کنند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند. میزان شرکت در جلسات دعا (مثل دعای کمیل، ندبه و...) در سایر گروه های سنی بیشتر می باشد.

وضعیت شرکت در جلسات قرآن به صورت زیر است:

جدول ۱۱- ۵. شرکت در جلسات قرآن

جلسات قرآن	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
هر روز	٪۰,۷	٪۱,۳	٪۱,۰
هفته ای چند بار	٪۱,۹	٪۳,۸	٪۳,۰
هفته ای یک بار	٪۳,۹	٪۷,۵	٪٦,۰
ماهی چند بار	٪۵,۰	٪۷,٦	٪٦,۵
ماهی یک بار	٪٦,٦	٪۸,۲	٪۷,۵
سالی چند بار	٪۱٤,۳	٪۱٦,۷	٪۱۵,۷
سالی یک بار	٪۱۱,٦	٪۹,٤	٪۱۰,۳
هیچ	٪۵۵,۹	٪٤۵,٦	٪٤۹,۸
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب کرامر	۰,۱۳۸	معناداری	۰,۰۰۰

۰,۷ درصد از جوانان هر روز در جلسات قرآن شرکت می کنند.میزان شرکت در این مجالس، در ۱,۹ درصد از ایشان هفته ای چند بار، در ۳,۹ درصد از آنان هفته ای یک بار، در ۵,۰ درصد از آنان ماهی چند بار، در ۶,۶ درصد از آنان ماهی یک بار، در ۱۴,۳ درصد از آنان سالی چند بار، در ۱۱,۶ درصد از آنان سالی یک بار می باشد. ۵۵,۹ درصد اعلام کرده اند که در این مجالس شرکت نمی کنند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند. میزان شرکت در جلسات قرآن در سایر گروه های سنی بیشتر می باشد.

وضعیت شرکت در نماز جماعت در مسجد یا حسینیه به صورت زیر است:

جدول ۱۱- ۶. شرکت در نماز جماعت در مسجد یا حسینیه

نماز جماعت در مسجد یا حسینیه	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
هر روز	٪٤,٣	٪٩,٥	٪٧,٤
هفته ای چند بار	٪٤,٤	٪٨,٠	٪٦,٥
هفته ای یک بار	٪٤,٢	٪٦,٥	٪٥,٦
ماهی چند بار	٪٦,٧	٪٩,٢	٪٨,٢
ماهی یک بار	٪٥,٧	٪٦,٤	٪٦,١
سالی چند بار	٪١٣,٧	٪١٥,٣	٪١٤,٦
سالی یک بار	٪٨,٧	٪٦,٧	٪٧,٥
هیچ	٪٥٢,٤	٪٣٨,٣	٪٤٤,٠
مجموع	٪١٠٠,٠	٪١٠٠,٠	٪١٠٠,٠
ضریب کرامر	٠,١٧٥	معناداری	٠,٠٠٠

۴,۳ درصد از جوانان هر روز در نماز جماعت در مسجد یا حسینیه شرکت می کنند.میزان شرکت در این مجالس، در ۴,۴ درصد از ایشان هفته ای چند بار، در ۴,۲ درصد از آنان هفته ای یک بار، در ۶,۷ درصد از آنان ماهی چند بار، در ۵,۷ درصد از آنان ماهی یک بار، در ۱۳,۷ درصد از آنان سالی چند بار، در ۸,۷ درصد از آنان سالی یک بار می باشد. ۵۲,۴ درصد اعلام کرده اند که در این مجالس شرکت نمی کنند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند. میزان شرکت در نماز جماعت در مسجد یا حسینیه در سایر گروه های سنی بیشتر می باشد.

وضعیت شرکت در نماز جماعت در محل کار و تحصیل به صورت زیر است:

جدول ۱۱- ۷. شرکت در نماز جماعت در محل کار و تحصیل

نماز جماعت در محل کار و تحصیل	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
هر روز	٪٣,٢	٪٤,٣	٪٣,٩
هفته ای چند بار	٪٢,٧	٪٢,٩	٪٢,٨
هفته ای یک بار	٪١,٨	٪٢,٧	٪٢,٣
ماهی چند بار	٪٣,١	٪٣,٩	٪٣,٦
ماهی یک بار	٪٢,٩	٪٣,٠	٪٢,٩
سالی چند بار	٪٦,٩	٪٦,٣	٪٦,٦
سالی یک بار	٪٤,٨	٪٣,٩	٪٤,٣
هیچ	٪٧٤,٦	٪٧٣,٠	٪٧٣,٧
مجموع	٪١٠٠,٠	٪١٠٠,٠	٪١٠٠,٠
ضریب کرامر	٠,٠٥٢	معناداری	٠,٠٠٠

۳,۲ درصد از جوانان هر روز در نماز جماعت در محل کار و تحصیل شرکت می کنند.میزان شرکت در این مجالس، در ۲,۷ درصد از ایشان هفته ای چند بار، در ۱,۸ درصد از آنان هفته ای یک بار، در ۳,۱ درصد از آنان ماهی چند بار، در ۲,۹ درصد از آنان ماهی یک بار، در ۶,۹ درصد از آنان سالی چند بار، در ۴,۸ درصد از آنان سالی یک بار می باشد. ۷۴,۶ درصد اعلام کرده اند که در این مجالس شرکت نمی کنند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند. میزان شرکت در نماز جماعت در محل کار و تحصیل در سایر گروه های سنی بیشتر می باشد.

وضعیت شرکت در زیارت اهل قبور به صورت زیر است:

جدول ۱۱- ۸. شرکت در زیارت اهل قبور

زیارت اهل قبور	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
هر روز	٪۰,۲	٪۰,۵	٪۰,٤
هفته ای چند بار	٪۱,٦	٪۲,٤	٪۲,۰
هفته ای یک بار	٪۱۵,۸	٪۲۳,٦	٪۲۰,۵
ماهی چند بار	٪۱۱,۵	٪۱۵,۵	٪۱۳,۹
ماهی یک بار	٪۱۲,٤	٪۱۲,۹	٪۱۲,۷
سالی چند بار	٪۲۰,۸	٪۱۹,۳	٪۱۹,۹
سالی یک بار	٪۱۲,۱	٪۸,۱	٪۹,۷
هیچ	٪۲۵,٦	٪۱۷,۹	٪۲۱,۰
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب کرامر	۰,۱۵۰	معناداری	۰,۰۰۰

۰,۲ درصد از جوانان هر روز در زیارت اهل قبور شرکت می کنند.میزان شرکت در این مجالس، در ۱,۶ درصد از ایشان هفته ای چند بار، در ۱۵,۸ درصد از آنان هفته ای یک بار، در ۱۱,۵ درصد از آنان ماهی چند بار، در ۱۲,۴ درصد از آنان ماهی یک بار، در ۲۰,۸ درصد از آنان سالی چند بار، در ۱۲,۱ درصد از آنان سالی یک بار می باشد. ۲۵,۶ درصد اعلام کرده اند که در این مجالس شرکت نمی کنند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند. میزان شرکت در زیارت اهل قبور در سایر گروه های سنی بیشتر می باشد.

وضعیت شرکت در زیارتگاه و امامزاده به صورت زیر است:

جدول ۱۱- ۹. شرکت در زیارتگاه و امامزاده

زیارتگاه و امامزاده	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
هر روز	٪۰,۳	٪۰,٤	٪۰,۳
هفته ای چند بار	٪۰,۹	٪۱,٦	٪۱,٤
هفته ای یک بار	٪۵,۹	٪۸,۸	٪۷,٦
ماهی چند بار	٪۸,٦	٪۱۲,۰	٪۱۰,٦
ماهی یک بار	٪۱۲,۳	٪۱۳,۸	٪۱۳,۲
سالی چند بار	٪۲٦,٤	٪۲٦,۲	٪۲٦,۳
سالی یک بار	٪۱٦,۸	٪۱۵,۰	٪۱۵,۷
هیچ	٪۲۸,٦	٪۲۲,۲	٪۲٤,۸
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب کرامر	۰,۱۰۵	معناداری	۰,۰۰۰

۰,۳ درصد از جوانان هر روز در زیارتگاه و امامزاده شرکت می کنند.میزان شرکت در این مجالس، در ۰,۹ درصد از ایشان هفته ای چند بار، در ۵,۹ درصد از آنان هفته ای یک بار، در ۸,۶ درصد از آنان ماهی چند بار، در ۱۲,۳ درصد از آنان ماهی یک بار، در ۲۶,۴ درصد از آنان سالی چند بار، در ۱۶,۸ درصد از آنان سالی یک بار می باشد. ۲۸,۶ درصد اعلام کرده اند که در این مجالس شرکت نمی کنند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند. شرکت در زیارتگاه و امامزاده در سایر گروه های سنی بیشتر می باشد.

وضعیت خواندن قرآن در منزل به صورت زیر است:

جدول ۱۱- ۱۰. خواندن قرآن در منزل

خواندن قرآن در منزل	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
هر روز	٪۹,۵	٪۱٤,۱	٪۱۲,۲
هفته ای چند بار	٪۸,۹	٪۹,٦	٪۹,۳
هفته ای یک بار	٪۷,٦	٪۷,۵	٪۷,۵
ماهی چند بار	٪۹,۱	٪۹,۳	٪۹,۲
ماهی یک بار	٪۷,۱	٪٦,٦	٪٦,۸
سالی چند بار	٪۱۲,۷	٪۱۰,۳	٪۱۱,۳
سالی یک بار	٪۸,۳	٪۵,٤	٪٦,٦
هیچ	٪۳٦,۸	٪۳۷,۲	٪۳۷,۰
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰

ضریب کرامر	۰,۰۹۳	معناداری	۰,۰۰۰

۹,۵ درصد از جوانان هر روز در مجالس خواندن قرآن در منزل شرکت می کنند.میزان شرکت در این مجالس، در ۸,۹ درصد از ایشان هفته ای چند بار، در ۷,۶ درصد از آنان هفته ای یک بار، در ۹,۱ درصد از آنان ماهی چند بار، در ۷,۱ درصد از آنان ماهی یک بار، در ۱۲,۷ درصد از آنان سالی چند بار، در ۸,۳ درصد از آنان سالی یک بار می باشد. ۳۶,۸ درصد اعلام کرده اند که در این مجالس شرکت نمی کنند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند. میزان شرکت در مجالس خواندن قرآن در منزل در سایر گروه های سنی بیشتر می باشد.

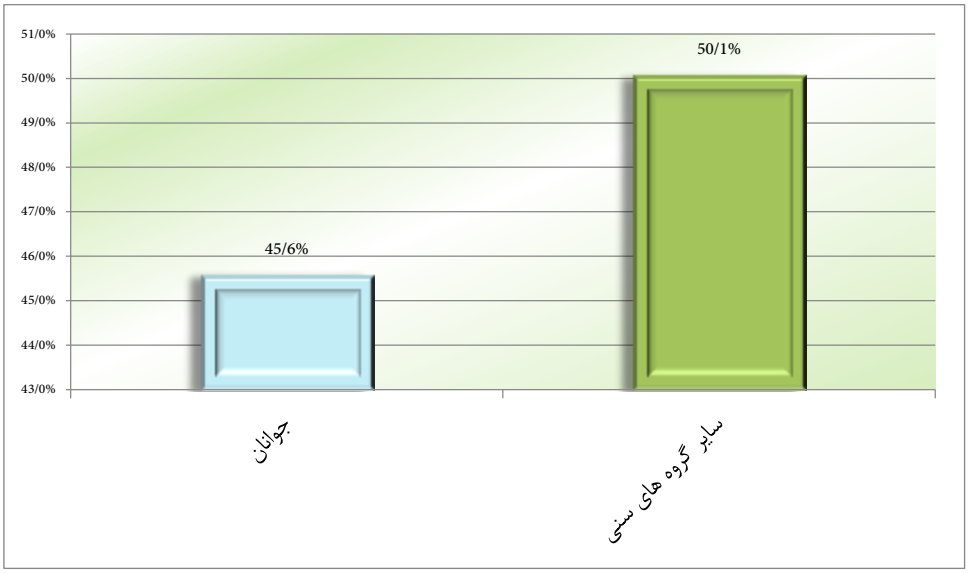
از پاسخگویان پرسیده شد «در منزل شما مراسم سفره نذری یا پخش غذای نذری برگزار می شود؟». فراوانی پاسخ ها به صورت زیر است:

جدول ۱۱- ۱۱. برگزاری مراسم سفره نذری یا پخش غذای نذری در منزل

در منزل شما مراسم سفره نذری یا پخش غذای نذری برگزار می شود	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
بلی	٪٤٥,٦	٪٥٠,١	٪٤٨,٣
خیر	٪٥٤,٤	٪٤٩,٩	٪٥١,٧
مجموع	٪١٠٠,٠	٪١٠٠,٠	٪١٠٠,٠
ضریب فی	-٠,٠٤٤	معناداری	٠,٠٠٠

۴۵,۶ درصد از جوانان در منزلشان مراسم سفره نذری یا پخش غذای نذری برگزار می شود. این میزان در سایر گروه های سنی، ۵۰,۱ درصد است. لذا جوانان به میزان ۴,۵ درصد، کمتر از سایر گروه های سنی در منزلشان مراسم سفره نذری یا پخش غذای نذری برگزار می شود.تفاوت میان جوانان و سایر گروه های سنی در این موضوع از نظر آماری معنادار است.

نمودار ۱۱- ۱. برگزاری مراسم سفره نذری یا پخش غذای نذری در منزل



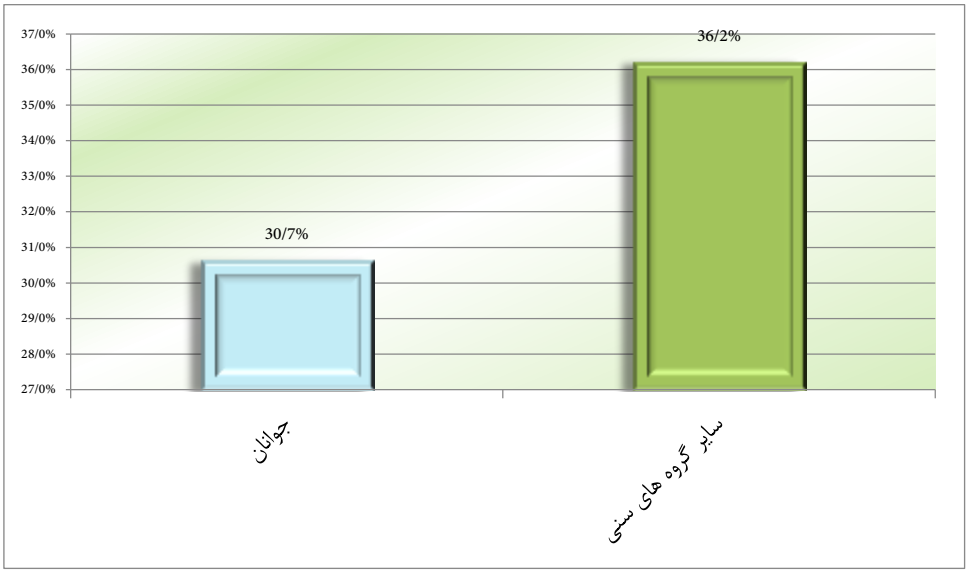
از پاسخگویان پرسیده شد «در منزل شما مراسم و مجالس مذهبی برگزاری می‌شود؟». فراوانی پاسخ ها به صورت زیر است:

جدول ۱۱- ۱۲. برگزاری مراسم و مجالس مذهبی در منزل

در منزل شما مراسم و مجالس مذهبی برگزاری می‌شود	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
بلی	٪۳۰,۷	٪۳٦,۲	٪۳٤,۰
خیر	٪٦۹,۳	٪٦۳,۸	٪٦٦,۰
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب فی	۰,۰۵۸-	معناداری	۰,۰۰۰

۳۰,۷ درصد از جوانان در منزلشان مراسم و مجالس مذهبی برگزار می شود. این میزان در سایر گروه های سنی، **۳۶,۲** درصد است. لذا جوانان به میزان **۵,۶** درصد، کمتر از سایر گروه های سنی در منزلشان مراسم و مجالس مذهبی برگزار می شود.تفاوت میان جوانان و سایر گروه های سنی در این موضوع از نظر آماری معنادار است.

نمودار ۱۱- . برگزاری مراسم و مجالس مذهبی در منزل



به منظور بررسی انواع مراسمی که برگزار می شود، پرسیده شد «چه نوع مراسم و مجالس مذهبی در منزل شما برگزار می شود؟». وضعیت برگزاری هریک از این مراسم در جدول زیر آمده است.

جدول ۱۱- ۱۳. انواع مراسم و مجالس مذهبی که در منزل برگزار می شود

انواع مراسم مذهبی که برگزار میکنند		جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
ختم انعام	تعداد	٥٤	٧٦	١٣٠
	درصد	٪٢,٨	٪٢,٣	٪٢,٥
ختم صلوات	تعداد	٥٤	٧٧	١٣١
	درصد	٪٢,٨	٪٢,٤	٪٢,٥
دعا	تعداد	٤٥	٦٩	١١٤
	درصد	٪٢,٤	٪٢,١	٪٢,٢
دعای توسل	تعداد	١٢	٣٦	٤٨
	درصد	٪٠,٦	٪١,١	٪٠,٩
دعای کمیل	تعداد	٢٦	٦٠	٨٦
	درصد	٪١,٤	٪١,٨	٪١,٧
روضه	تعداد	٥٩١	١٠١٦	١٦٠٧
	درصد	٪٣١,٢	٪٣١,١	٪٣١,١
زیارت عاشورا	تعداد	٩٢	١٧٥	٢٦٧
	درصد	٪٤,٩	٪٥,٤	٪٥,٢
سفره	تعداد	٣٠١	٤٤١	٧٤٢
	درصد	٪١٥,٩	٪١٣,٥	٪١٤,٤

عزاداری	تعداد	۲۱	۲۵	٤٦
	درصد	٪۱,۱	٪۰,۸	٪۰,۹
قرآن	تعداد	۲۹۵	۵۸۰	۸۷۵
	درصد	٪۱۵,٦	٪۱۷,۷	٪۱٦,۹
قربانی	تعداد	۲۱	۳۹	٦۰
	درصد	٪۱,۱	٪۱,۲	٪۱,۲
مراسم افطار	تعداد	٤۰	٦۵	۱۰۵
	درصد	٪۲,۱	٪۲,۰	٪۲,۰
مولودی	تعداد	۱۹۱	۳٤۲	۵۳۳
	درصد	٪۱۰,۱	٪۱۰,۵	٪۱۰,۳
نذری	تعداد	۱٦۸	۲۷۷	٤٤۵
	درصد	٪۸,۹	٪۸,۵	٪۸,٦
هیئت	تعداد	٤۲	۵۰	۹۲
	درصد	٪۲,۲	٪۱,۵	٪۱,۸
نیمه شعبان	تعداد	٦۵	۱۱٤	۱۷۹
	درصد	٪۳,٤	٪۳,۵	٪۳,۵
ایام محرم و صفر	تعداد	٤۰۳	۷۱۷	۱۱۲۰
	درصد	٪۲۱,۳	٪۲۱,۹	٪۲۱,۷
ایام فاطمیه	تعداد	۵۱	۱۰٦	۱۵۷
	درصد	٪۲,۷	٪۳,۲	٪۳,۰
شبهای قدر و رمضان	تعداد	۸۱	۱۵۱	۲۳۲
	درصد	٪٤,۳	٪٤,٦	٪٤,۵
مجموع	تعداد	۱۸۹۵	۳۲٦۹	۵۱٦٤

۲,۸ درصد از جوانان، در منزلشان مراسم ختم انعام برگزار می کنند. ۲,۸ درصد از ایشان مراسم ختم صلوات، ۲,۴ درصد از ایشان مراسم دعا، ۰,۶ درصد از ایشان مراسم دعای توسل، ۱,۴ درصد از ایشان مراسم دعای کمیل، ۳۱,۲ درصد از ایشان مراسم روضه، ۴,۹ درصد از ایشان مراسم زیارت عاشورا، ۱۵,۹ درصد از ایشان مراسم سفره، ۱,۱ درصد از ایشان مراسم عزاداری، ۱۵,۶ درصد از ایشان مراسم قرآن، ۱,۱ درصد از ایشان مراسم قربانی، ۲,۱ درصد از ایشان مراسم افطار، ۱۰,۱ درصد از ایشان مراسم مولودی، ۸,۹ درصد از ایشان مراسم نذری، ۲,۲ درصد از ایشان مراسم هیئت، ۳,۴ درصد از ایشان مراسم نیمه شعبان، ۲۱,۳ درصد از ایشان مراسم ایام محرم و صفر، ۲,۷ درصد از ایشان مراسم ایام فاطمیه، ۴,۳ درصد از ایشان مراسم شبهای قدر و رمضان در منزلشان برگزار می کنند. بیشترین مراسمی که جوانان در منزلشان برگزار می کنند روضه است که به میزان ۳۱,۲ درصد انتخاب شده است و متفاوت از مجالسی است که توسط سایر گروه های سنی برگزار می شود.سایر گروه های سنی بیشتر روضه برگزار میکنند.

میزان دفعاتی که مراسم مذهبی برگزار می شوند از دیگر محورهای مورد گفتگو با پاسخگویان بود. یافته ها به قرار زیر می باشد:

جدول ۱۱- ۱٤. دفعات برگزاری مراسم مذهبی

دفعات برگزاری مراسم مذهبی		جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
هر روز	تعداد	۰	۲	۲
	درصد	٪۰,۰	٪۰,۱	٪۰,۰
هفته ای دوبار	تعداد	۰	٤	٤
	درصد	٪۰,۰	٪۰,۱	٪۰,۱
هفته ای یکبار	تعداد	٦۰	۱۰۵	۱٦۵
	درصد	٪۳,۲	٪۳,۲	٪۳,۲
ماهی دو بار	تعداد	۱۱	۲۰	۳۱
	درصد	٪۰,٦	٪۰,٦	٪۰,٦
سالی ده روز	تعداد	۱	٦	۷
	درصد	٪۰,۱	٪۰,۲	٪۰,۱
ماهی یکبار	تعداد	۱٤۳	۳۰۳	٤٤٦
	درصد	٪۷,٦	٪۹,۳	٪۸,۷
هر دو ماه یکبار	تعداد	٤۲	۵۸	۱۰۰
	درصد	٪۲,۲	٪۱,۸	٪۱,۹
سالی سه بار	تعداد	۸٦	۱۳۲	۲۱۸
	درصد	٪٤,٦	٪٤,۱	٪٤,۲
سالی دو بار	تعداد	۲٦۱	٤۷٤	۷۳۵
	درصد	٪۱۳,۹	٪۱٤,٦	٪۱٤,۳
سالی یکبار	تعداد	۱٦۲۲	۲۷۰۲	٤۳۲٤
	درصد	٪۸٦,۱	٪۸۳,۲	٪۸٤,۳
چند سال یکبار	تعداد	۱	۵	٦
	درصد	٪۰,۱	٪۰,۲	٪۰,۱
سالی چند بار	تعداد	۳۱۵	۵۸۲	۸۹۷
	درصد	٪۱٦,۷	٪۱۷,۹	٪۱۷,۵
گاهی اوقات	تعداد	۱	۱٤	۱۵
	درصد	٪۰,۱	٪۰,٤	٪۰,۳
مجموع	تعداد	۱۸۸۳	۳۲٤۸	۵۱۳۱

۳,۲ درصد از جوانان هفته ای یکبار، ۰,۶ درصد از ایشان ماهی دو بار، ۰,۱ درصد از ایشان سالی ده روز، ۷,۶ درصد از ایشان ماهی یکبار، ۲,۲ درصد از ایشان هر دو ماه یکبار، ۴,۶ درصد از ایشان سالی سه بار، ۱۳,۹ درصد از ایشان سالی دو بار، ۸۶,۱ درصد از ایشان سالی یکبار، ۰,۱ درصد از ایشان چند سال یکبار، ۱۶,۷ درصد از ایشان سالی چند بار، ۰,۱ درصد از ایشان گاهی اوقاتمراسم و مجالس مذهبی را برگزار می کنند.

بیشترین میزان برگزاری مجالس در جوانان با ۸۶,۱ درصد، سالی یکبارمی باشد که مشابه با دفعات برگزاری مجالس توسط سایر گروه های سنی است.سایر گروه های سنی نیز بیشتر سالی یکبار مجالس مذهبی را برگزار می کنند.

فصل دوازدهم: فعالیت‌های تفریحی و اجتماعی

گرایش به دیگران و اجتماع، وجه دیگری از حیات انسانی است که در برابر نیازهای مادی و اقتصادی، برقراری رابطه با دیگران را به عنوان هدف رابطه در پی دارد و آنچه را از آن به عنوان «اجتماع جامعه‌ای« یاد می‌شود قوام می‌بخشد. این نوع فعالیت را که محور آن تماس و رابطه با دیگران با هدف برقراری و توسعهٔ روابط اجتماعی است، فعالیت اجتماعی می‌نامیم. فعالیت‌های اجتماعی در سه ساحت بررسی شده است. نخست شرکت در مجامع عمومی، دوم مشارکت در امور اجتماعی و سوم معاشرت اجتماعی.هر گونه فعالیت جسمی و ذهنی برای دستیابی به شادابی جسم و روان و سرگرم سازی که فرد در اوقات فراغت خود انجام می‌دهد، بخشی از فعالیت های تفریحی به شمار می‌رود. زمانی که از اوقات فراغت صحبت می‌شود، نخستین فعالیتی که به ذهن متبادر می‌شود، استراحت و تفریح و گردش است. در این زمینه: ۱)رفتن به قهوه‌خانه، کافی‌شاپ، پارک و مرکز تفریحی شهر و ۲)قدم زدن و گردش در بازار و خیابان، کوه و طبیعت، مراکز بزرگ خرید، شهربازی مورد پرسش واقع می‌شود.

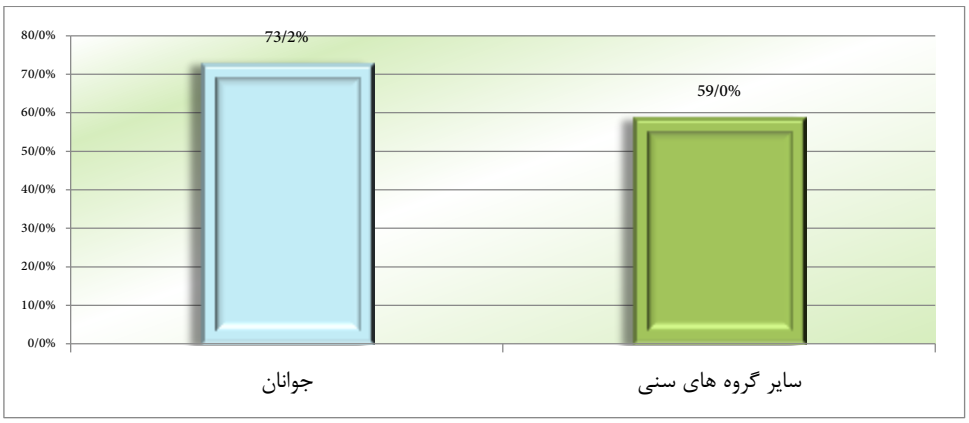
در نخستین پرسش از پاسخگویان پرسیده شد «در سال گذشته در خانواده شما جشن تولد برای فردی از اعضاء برگزار شده است؟». فراوانی پاسخ ها به صورت زیر است:

جدول ۱۲- ۱. برگزاری جشن تولد برای اعضای خانواده در سال گذشته

در سال گذشته در خانواده شما جشن تولد برای فردی از اعضاء برگزار شده است	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
بلی	٪۷۳,۲	٪۵۹,۰	٪٦٤,۸
خیر	٪۲٦,۸	٪٤۱,۰	٪۳۵,۲
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب فی	۰,۱٤٦	معناداری	۰,۰۰۰

۷۳,۲ درصد از جوانان در سال گذشته در خانواده شان جشن تولد برای فردی از اعضاء برگزار شده است. این میزان در سایر گروه های سنی، **۵۹,۰** درصد است. لذا جوانان به میزان **۱۴,۲** درصد، بیشتر از سایر گروه های سنی در خانواده شان جشن تولد برای فردی از اعضاء برگزار شده است.تفاوت میان جوانان و سایر گروه های سنی در این موضوع از نظر آماری معنادار است.

نمودار ۱۲- ۱. برگزاری جشن تولد برای اعضای خانواده در سال گذشته



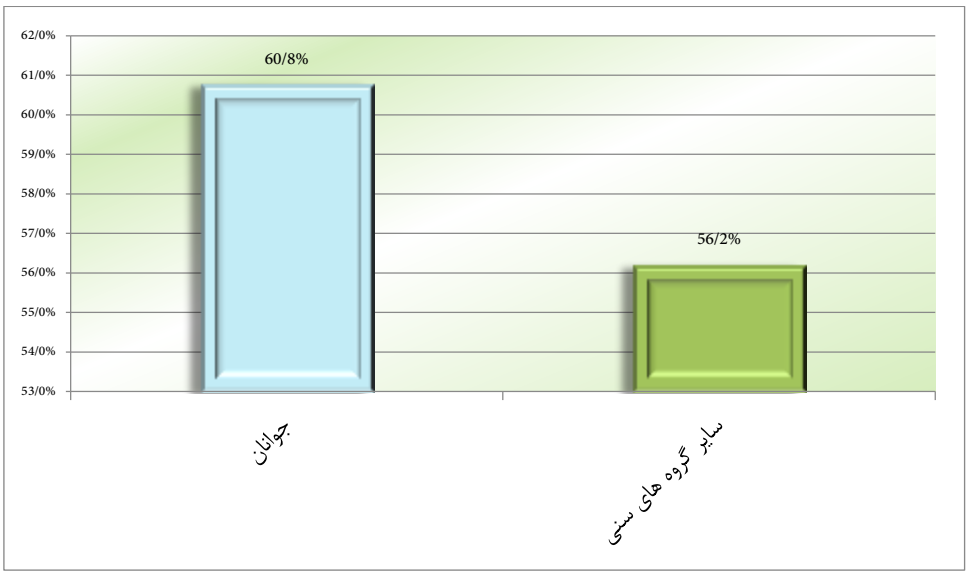
در رابطه با مراسم جشن تولد، در پرسش بعد پرسیده شد «در مراسم جشن تولد، افرادی غیر از اعضای خانواده هم دعوت می‌شوند؟». فراوانی پاسخ ها به صورت زیر است:

جدول ۱۲- ۲. شرکت افرادی غیر از اعضای خانواده در مراسم جشن تولد

در مراسم جشن تولد، افرادی غیر از اعضای خانواده هم دعوت می‌شوند	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
بلی	٪٦٠,٨	٪٥٦,٢	٪٥٨,٣
خیر	٪٣٩,٢	٪٤٣,٨	٪٤١,٧
مجموع	٪١٠٠,٠	٪١٠٠,٠	٪١٠٠,٠
ضریب فی	٠,٠٤٦	معناداری	٠,٠٠٠

۶۰,۸ درصد از جوانان اظهار کرده اند که در مراسم جشن تولدی که برگزار می شود، افرادی غیر از اعضای خانواده هم دعوت می‌شوند. سایر گروه های سنی این موضوع را به میزان ۵۶,۲ درصد اعلام کرده اند. لذا جوانان به میزان ۴,۶ درصد، بیشتر از سایر گروه های سنی اظهار کرده اند که در مراسم جشن تولد، افرادی غیر از اعضای خانواده هم دعوت می‌شوند.تفاوت میان جوانان و سایر گروه های سنی در این موضوع از نظر آماری معنادار است.

نمودار ۱۲- ۲. شرکت افرادی غیر از اعضای خانواده در مراسم جشن تولد


62/0%
61/0%
60/0%
59/0%
58/0%
57/0%
56/0%
55/0%
54/0%
53/0%
60/8%
56/2%
جوانان
سایر گروه های سنی

عضویت یا فعالیت در تشکل ها موضوع دیگری بود که مورد بحث قرار گرفت. در این زمینه پرسیده شد «در کدام یک از فعالیت‌ها یا تشکل‌ها شرکت می‌کنید یا عضو آن هستید؟». فراوانی پاسخ ها در جدول زیر آورده شده است.

جدول ۱۲- ۳. عضویت یا فعالیت در تشکل ها

عضویت یا فعالیت در تشکل ها		جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
انجمن یا کانون علمی و فرهنگی	تعداد	۲۳۰	۲۰۳	٤۳۳
	درصد	٪۳,۷	٪۲,۲	٪۲,۸
انجمن اولیا و مربیان	تعداد	۲۱۳	٤۷۵	٦۸۸
	درصد	٪۳,٤	٪۵,۲	٪٤,۵
بسیج	تعداد	۱۲۰۳	۱٤٦۰	۲٦٦۳
	درصد	٪۱۹,٤	٪۱٦,۰	٪۱۷,٤
انجمن خیریه	تعداد	۱٤٦	۳۳۹	٤۸۵
	درصد	٪۲,٤	٪۳,۷	٪۳,۲
شوراهای شهر و روستا	تعداد	٦۷	۱۱۷	۱۸٤
	درصد	٪۱,۱	٪۱,۳	٪۱,۲
اتحادیه های صنفی	تعداد	۸۳	۱۵۱	۲۳٤
	درصد	٪۱,۳	٪۱,۷	٪۱,۵
انجمن ها، احزاب و تشکل های سیاسی	تعداد	٤۵	۳۲	۷۷
	درصد	٪۰,۷	٪۰,٤	٪۰,۵
امور مساجد	تعداد	۲۱٦	۵۵۷	۷۷۳
	درصد	٪۳,۵	٪٦,۱	٪۵,۰
مجموع	تعداد	٦۲۱۰	۹۱۰۳	۱۵۳۱۳

۳,۷ درصد از جوانان در انجمن یا کانون علمی و فرهنگی فعالیت دارند. ۳,۴ درصد از ایشان در انجمن اولیا و مربیان، ۱۹,۴ درصد از ایشان در بسیج، ۲,۴ درصد از ایشان در انجمن خیریه، ۱,۱ درصد از ایشان در شوراهای شهر و روستا، ۱,۳ درصد از ایشان در اتحادیه های صنفی، ۰,۷ درصد از ایشان در انجمن ها، احزاب و تشکل های سیاسی، ۳,۵ درصد از ایشان در امور مساجد فعالیت دارند.

بیشترین تشکلی که جوانان در آن فعالیت دارند، با ۱۹,۴ درصد مربوط به بسیج است که مشابه با تشکل غالب سایر گروه های سنی می باشد.سایر گروه های سنی نیز بیشتر در بسیج عضو هستند یا فعالیت می کنند.

بخش بعد به بررسی فعالیت های اجتماعی و فرهنگی دیگری نظیر رفتن به قهوه خانه، کافی شاپ، پارک و مراکز تفریحی، بازار و خیابان، کوه و طبیعت، مراکز بزرگ خرید، خیابان گردی، شهربازی، دیدار اقوام، همسایگان و دوستان و همکاران اختصاص یافت. وضعیت هریک از این موارد در جداول بعد آورده شده است.

جدول ۱۲- ٤. وضعیت رفتن به قهوه خانه

قهوه خانه	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
هر روز	٪۱,۲	٪۰,٦	٪۰,۸
هفته ای چند بار	٪۱,۸	٪۰,۷	٪۱,۱
هفته ای یک بار	٪۲,۳	٪۰,۷	٪۱,٤
ماهی چند بار	٪۳,٤	٪۱,۲	٪۲,۱
ماهی یک بار	٪۳,٦	٪۱,۲	٪۲,۲
سالی چند بار	٪۷,٤	٪۳,٦	٪۵,۱
سالی یک بار	٪۵,۲	٪۳,٦	٪٤,۲
هیچ	٪۷۵,۱	٪۸۸,٤	٪۸۳,۰
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب کرامر	۰,۱۸۳	معناداری	۰,۰۰۰

۱,۲ درصد از جوانان هر روز به قهوه خانه می روند.از جوانان، ۱,۸ درصد هفته ای چند بار، ۲,۳ درصد هفته ای یک بار، ۳,۴ درصد ماهی چند بار، ۳,۶ درصد ماهی یک بار، ۷,۴ درصد سالی چند بار، ۵,۲ درصد سالی یک بار به قهوه خانه می روند.۷۵,۱ درصد اعلام کرده اند که کلاً به قهوه خانه نمی روند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند. رفتن به قهوه خانه در جوانان بیشتر است.

جدول ۱۲- ۶. وضعیت رفتن به کافی شاپ

کافی شاپ	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
هر روز	٪۰,۵	٪۰,۱	٪۰,۳
هفته ای چند بار	٪۱,٦	٪۰,٤	٪۰,۹
هفته ای یک بار	٪۳,۳	٪۰,۹	٪۱,۹
ماهی چند بار	٪٦,۷	٪۱,۸	٪۳,۸
ماهی یک بار	٪۹,۰	٪۳,۱	٪۵,۵
سالی چند بار	٪۱٦,۱	٪۷,۲	٪۱۰,۸
سالی یک بار	٪۸,۹	٪۵,۲	٪٦,۷
هیچ	٪۵۳,۸	٪۸۱,٤	٪۷۰,۲
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب کرامر	۰,۳۰٤	معناداری	۰,۰۰۰

۰,۵ درصد از جوانان هر روز به کافی شاپ می روند.از جوانان، ۱,۶ درصد هفته ای چند بار، ۳,۳ درصد هفته ای یک بار، ۶,۷ درصد ماهی چند بار، ۹,۰ درصد ماهی یک بار، ۱۶,۱ درصد سالی چند بار، ۸,۹ درصد سالی یک بار به کافی شاپ می روند.۵۳,۸ درصد اعلام کرده اند که کلاً به کافی شاپ نمی روند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند. رفتن به کافی شاپ در جوانان بیشتر است.

جدول ۱۲- ۵. وضعیت رفتن به پارک و مراکز تفریحی

پارک و مراکز تفریحی	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
هر روز	٪۱,۸	٪۱,۹	٪۱,۸
هفته ای چند بار	٪۵,۷	٪٤,۱	٪٤,۸
هفته ای یک بار	٪۱۱,۳	٪۷,٦	٪۹,۱
ماهی چند بار	٪۱۸,۰	٪۱۳,۱	٪۱۵,۱
ماهی یک بار	٪۱۸,۳	٪۱٤,٦	٪۱٦,۱
سالی چند بار	٪۲۳,۵	٪۲۲,۹	٪۲۳,۱
سالی یک بار	٪٦,٦	٪۸,۹	٪۸,۰
هیچ	٪۱٤,۹	٪۲٦,۸	٪۲۲,۰
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب کرامر	۰,۱٦۷	معناداری	۰,۰۰۰

۱,۸ درصد از جوانان هر روز به پارک و مراکز تفریحی می روند.از جوانان، ۵,۷ درصد هفته ای چند بار، ۱۱,۳ درصد هفته ای یک بار، ۱۸,۰ درصد ماهی چند بار، ۱۸,۳ درصد ماهی یک بار، ۲۳,۵ درصد سالی چند بار، ۶,۶ درصد سالی یک بار به پارک و مراکز تفریحی می روند.۱۴,۹ درصد اعلام کرده اند که کلاً به پارک و مراکز تفریحی نمی روند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند. رفتن به پارک و مراکز تفریحی در جوانان بیشتر است.

جدول ۱۲- ۷. وضعیت گردش یا قدم زدن در بازار و خیابان

گردش یا قدم زدن در بازار و خیابان	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
هر روز	٪٤,۰	٪٤,٤	٪٤,۲
هفته ای چند بار	٪۹,٤	٪۷,۰	٪۸,۰
هفته ای یک بار	٪۱۱,۲	٪۸,۱	٪۹,٤
ماهی چند بار	٪۱۹,۷	٪۱٤,۰	٪۱٦,۳
ماهی یک بار	٪۱٦,۵	٪۱۳,٤	٪۱٤,۷
سالی چند بار	٪۱٦,۸	٪۱۷,٤	٪۱۷,۲
سالی یک بار	٪۵,۵	٪۷,۳	٪٦,٦
هیچ	٪۱٦,۷	٪۲۸,٤	٪۲۳,٦
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب کرامر	۰,۱٦۱	معناداری	۰,۰۰۰

۴,۰ درصد از جوانان هر روز به گردش یا قدم زدن در بازار و خیابان می روند.از جوانان، ۹,۴ درصد هفته ای چند بار، ۱۱,۲ درصد هفته ای یک بار، ۱۹,۷ درصد ماهی چند بار، ۱۶,۵ درصد ماهی یک بار، ۱۶,۸ درصد سالی چند بار، ۵,۵ درصد سالی یک بار به گردش یا قدم زدن در بازار و خیابان می روند.۱۶,۷ درصد اعلام کرده اند که کلاً به گردش یا قدم زدن در بازار و خیابان نمی روند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند.گردش یا قدم زدن در بازار و خیابان در جوانان بیشتر است.

جدول ۱۲- ۸. وضعیت کوهنوردی و طبیعت‌گردی

کوهنوردی و طبیعت‌گردی	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
هر روز	٪۱,۱	٪۱,۲	٪۱,۲
هفته ای چند بار	٪۳,٤	٪۲,۷	٪۳,۰
هفته ای یک بار	٪۸,۹	٪٦,۳	٪۷,٤
ماهی چند بار	٪۱۳,۵	٪۹,۸	٪۱۱,۳
ماهی یک بار	٪۱۷,۸	٪۱۳,۱	٪۱۵,۰
سالی چند بار	٪۲۳,۹	٪۲۱,۵	٪۲۲,۵
سالی یک بار	٪۱۱,٤	٪۱۲,۵	٪۱۲,۰
هیچ	٪۲۰,۱	٪۳۲,۹	٪۲۷,۷
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب کرامر	۰,۱۵٦	معناداری	۰,۰۰۰

۱,۱ درصد از جوانان هر روز به کوهنوردی و طبیعت‌گردی می روند.از جوانان، ۳,۴ درصد هفته ای چند بار، ۸,۹ درصد هفته ای یک بار، ۱۳,۵ درصد ماهی چند بار، ۱۷,۸ درصد ماهی یک بار، ۲۳,۹ درصد سالی چند بار، ۱۱,۴ درصد سالی یک بار به کوهنوردی و طبیعت‌گردی می روند.۲۰,۱ درصد اعلام کرده اند که کلاً به کوهنوردی و طبیعت‌گردی نمی روند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند.کوهنوردی و طبیعت‌گردی در جوانان بیشتر است.

جدول ۱۲- ۹. وضعیت رفتن به مراکز بزرگ خرید

مراکز بزرگ خرید (هایپر، مال، مگامال)	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
هر روز	٪۰,۷	٪۰,٦	٪۰,٦
هفته ای چند بار	٪۲,۸	٪۲,٤	٪۲,۵
هفته ای یک بار	٪٦,۳	٪٤,۳	٪۵,۱
ماهی چند بار	٪۱۲,۱	٪۸,۱	٪۹,۷
ماهی یک بار	٪۱۵,۷	٪۱۲,۵	٪۱۳,۸
سالی چند بار	٪۱۹,۳	٪۱٤,۲	٪۱٦,۳
سالی یک بار	٪۱۰,۵	٪۱۰,۰	٪۱۰,۲
هیچ	٪۳۲,۷	٪٤۷,۸	٪٤۱,۷
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب کرامر	۰,۱۵۸	معناداری	۰,۰۰۰

۰,۷ درصد از جوانان هر روز به مراکز بزرگ خرید (هایپر، مال، مگامال) می روند.از جوانان، ۲,۸ درصد هفته ای چند بار، ۶,۳ درصد هفته ای یک بار، ۱۲,۱ درصد ماهی چند بار، ۱۵,۷ درصد ماهی یک بار، ۱۹,۳ درصد سالی چند بار، ۱۰,۵ درصد سالی یک بار به مراکز بزرگ خرید (هایپر، مال، مگامال) می روند.۳۲,۷ درصد اعلام کرده اند که کلاً به مراکز بزرگ خرید (هایپر، مال، مگامال) نمی روند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند. رفتن به مراکز بزرگ خرید (هایپر، مال، مگامال) در جوانان بیشتر است.

جدول ۱۲- ۱۰. وضعیت خیابان گردی با اتومبیل

خیابان گردی با اتومبیل	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
هر روز	٪٦,۵	٪۳,۱	٪٤,۵
هفته ای چند بار	٪۸,۵	٪٤,۰	٪۵,۸
هفته ای یک بار	٪۷,۳	٪۳,۹	٪۵,۳
ماهی چند بار	٪۱۰,۲	٪۵,۳	٪۷,۳
ماهی یک بار	٪۸,۰	٪۵,۰	٪٦,۲
سالی چند بار	٪۹,۹	٪۷,٤	٪۸,٤
سالی یک بار	٪۵,۸	٪۵,۲	٪۵,٤
هیچ	٪٤۳,۸	٪٦٦,۰	٪۵۷,۰
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب کرامر	۰,۲۳۲	معناداری	۰,۰۰۰

۶٫۵ درصد از جوانان هر روز به خیابان گردی با اتومبیل می روند.از جوانان، ۸٫۵ درصد هفته ای چند بار، ۷٫۳ درصد هفته ای یک بار، ۱۰٫۲ درصد ماهی چند بار، ۸٫۰ درصد ماهی یک بار، ۹٫۹ درصد سالی چند بار، ۵٫۸ درصد سالی یک بار به خیابان گردی با اتومبیل می روند.۴۳٫۸ درصد اعلام کرده اند که کلاً به خیابان گردی با اتومبیل نمی روند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند.خیابان گردی با اتومبیل در جوانان بیشتر است.

جدول ۱۲- ۱۱. وضعیت رفتن به شهربازی

شهربازی	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
هر روز	٪۰٫۲	٪۰٫۲	٪۰٫۲
هفته ای چند بار	٪۱٫۳	٪۰٫٤	٪۰٫۸
هفته ای یک بار	٪۲٫۵	٪۱٫۷	٪۲٫۰
ماهی چند بار	٪٤٫۹	٪۳٫۱	٪۳٫۸
ماهی یک بار	٪٦٫۸	٪٤٫٤	٪۵٫٤
سالی چند بار	٪۱٦٫۷	٪۱۰٫۲	٪۱۲٫۸
سالی یک بار	٪۱۳٫۸	٪۱۰٫۳	٪۱۱٫۷
هیچ	٪۵۳٫۸	٪٦۹٫۹	٪٦۳٫۳
مجموع	٪۱۰۰٫۰	٪۱۰۰٫۰	٪۱۰۰٫۰
ضریب کرامر	۰٫۱٦۸	معناداری	۰٫۰۰۰

۰٫۲ درصد از جوانان هر روز به شهربازی می روند.از جوانان، ۱٫۳ درصد هفته ای چند بار، ۲٫۵ درصد هفته ای یک بار، ۴٫۹ درصد ماهی چند بار، ۶٫۸ درصد ماهی یک بار، ۱۶٫۷ درصد سالی چند بار، ۱۳٫۸ درصد سالی یک بار به شهربازی می روند.۵۳٫۸ درصد اعلام کرده اند که کلاً به شهربازی نمی روند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند. رفتن به شهربازی در جوانان بیشتر است.

جدول ۱۲- ۱۲. وضعیت رفت و آمد با اقوام و خویشان

رفت و آمد با اقوام و خویشان	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
هر روز	٪۷٫۹	٪۷٫۵	٪۷٫۷
هفته ای چند بار	٪۲۰٫۳	٪۲۰٫۰	٪۲۰٫۱
هفته ای یک بار	٪۲۲٫۸	٪۲۲٫۸	٪۲۲٫۸
ماهی دو سه بار	٪۱۹٫۵	٪۱۹٫۳	٪۱۹٫۳
ماهی یک بار	٪۱۲٫۵	٪۱۲٫۸	٪۱۲٫۷
سالی چند بار	٪۱۱٫۲	٪۱۱٫٦	٪۱۱٫٤
سالی یک بار	٪٤٫٤	٪٤٫٤	٪٤٫٤
هیچ	٪۱٫٤	٪۱٫٦	٪۱٫۵

مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب کرامر	۰,۰۱۲	معناداری	۰,۹۳۹

۷,۹ درصد از جوانان هر روز به رفت و آمد با اقوام و خویشان می روند.از جوانان، ۲۰,۳ درصد هفته ای چند بار، ۲۲,۸ درصد هفته ای یک بار، ۱۹,۵ درصد ماهی دو سه بار، ۱۲,۵ درصد ماهی یک بار، ۱۱,۲ درصد سالی چند بار، ۴,۴ درصد سالی یک بار به رفت و آمد با اقوام و خویشان می روند.۱,۴ درصد اعلام کرده اند که کلاً به رفت و آمد با اقوام و خویشان نمی روند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار مشابهی از این نظر دارند.

جدول ۱۲- ۱۳. وضعیت رفت و آمد با همسایگان

رفت و آمد با همسایگان	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
هر روز	٪۸,۵	٪۹,۹	٪۹,۳
هفته ای چند بار	٪۸,۷	٪۱۰,۷	٪۹,۹
هفته ای یک بار	٪۸,٤	٪۹,۸	٪۹,۲
ماهی دو سه بار	٪۸,۷	٪۱۰,۳	٪۹,٦
ماهی یک بار	٪۹,۵	٪۹,۷	٪۹,٦
سالی چند بار	٪۸,۸	٪۹,۲	٪۹,۱
سالی یک بار	٪۸,۲	٪۸,۲	٪۸,۲
هیچ	٪۳۹,۳	٪۳۲,۱	٪۳۵,۰
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب کرامر	۰,۰۷۹	معناداری	۰,۰۰۰

۸,۵ درصد از جوانان هر روز به رفت و آمد با همسایگان می روند.از جوانان، ۸,۷ درصد هفته ای چند بار، ۸,۴ درصد هفته ای یک بار، ۸,۷ درصد ماهی دو سه بار، ۹,۵ درصد ماهی یک بار، ۸,۸ درصد سالی چند بار، ۸,۲ درصد سالی یک بار به رفت و آمد با همسایگان می روند.۳۹,۳ درصد اعلام کرده اند که کلاً به رفت و آمد با همسایگان نمی روند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند.رفت و آمد با همسایگان در سایر گروه های سنی بیشتر است.

جدول ۱۲- ۱٤. وضعیت رفت و آمد با دوستان

رفت و آمد با دوستان	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
هر روز	٪۱۰,۰	٪۷,٤	٪۸,۵
هفته ای چند بار	٪۱۲,۷	٪۹,٤	٪۱۰,۷
هفته ای یک بار	٪۱۱,۵	٪۹,۲	٪۱۰,۱
ماهی دو سه بار	٪۱۳,٤	٪۱۱,٦	٪۱۲,۳
ماهی یک بار	٪۱۳,۲	٪۱۲,۲	٪۱۲,٦
سالی چند بار	٪۱۳,۳	٪۱۳,٦	٪۱۳,۵
سالی یک بار	٪٦,۳	٪۷,۷	٪۷,۱
هیچ	٪۱۹,۵	٪۲۸,۹	٪۲۵,۱
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب کرامر	۰,۱۲۵	معناداری	۰,۰۰۰

۱۰,۰ درصد از جوانان هر روز به رفت و آمد با دوستان می روند.از جوانان، ۱۲,۷ درصد هفته ای چند بار، ۱۱,۵ درصد هفته ای یک بار، ۱۳,۴ درصد ماهی دو سه بار، ۱۳,۲ درصد ماهی یک بار، ۱۳,۳ درصد سالی چند بار، ۶,۳ درصد سالی یک بار به رفت و آمد با دوستان می روند.۱۹,۵ درصد اعلام کرده اند که کلاً به رفت و آمد با دوستان نمی روند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند.رفت و آمد با دوستان در جوانان بیشتر است.

جدول ۱۲- ۱۵. وضعیت رفت و آمد با همکاران

رفت و آمد با همکاران	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
هر روز	٪٤,۹	٪٤,۰	٪٤,۳
هفته ای چند بار	٪۳,۵	٪۲,۷	٪۳,۰
هفته ای یک بار	٪۲,٦	٪۲,٦	٪۲,٦
ماهی دو سه بار	٪۳,۸	٪۳,٤	٪۳,٦
ماهی یک بار	٪٤,٤	٪٤,۲	٪٤,۳
سالی چند بار	٪٦,۵	٪۷,۳	٪۷,۰
سالی یک بار	٪٤,٦	٪٤,۹	٪٤,۸
هیچ	٪٦۹,۷	٪۷۱,۰	٪۷۰,۵
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب کرامر	۰,۰۳۸	معناداری	۰,۰۰۲

۴,۹ درصد از جوانان هر روز به رفت و آمد با همکاران می روند.از جوانان، ۳,۵ درصد هفته ای چند بار، ۲,۶ درصد هفته ای یک بار، ۳,۸ درصد ماهی دو سه بار، ۴,۴ درصد ماهی یک بار، ۶,۵ درصد سالی چند بار، ۴,۶ درصد سالی یک بار به رفت و آمد با همکاران می روند.۶۹,۷ درصد اعلام کرده اند که کلاً به رفت و آمد با همکاران نمی روند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند.رفت و آمد با همکاران در جوانان بیشتر است.

فصل سیزدهم: فعالیت‌های هنری و دستی

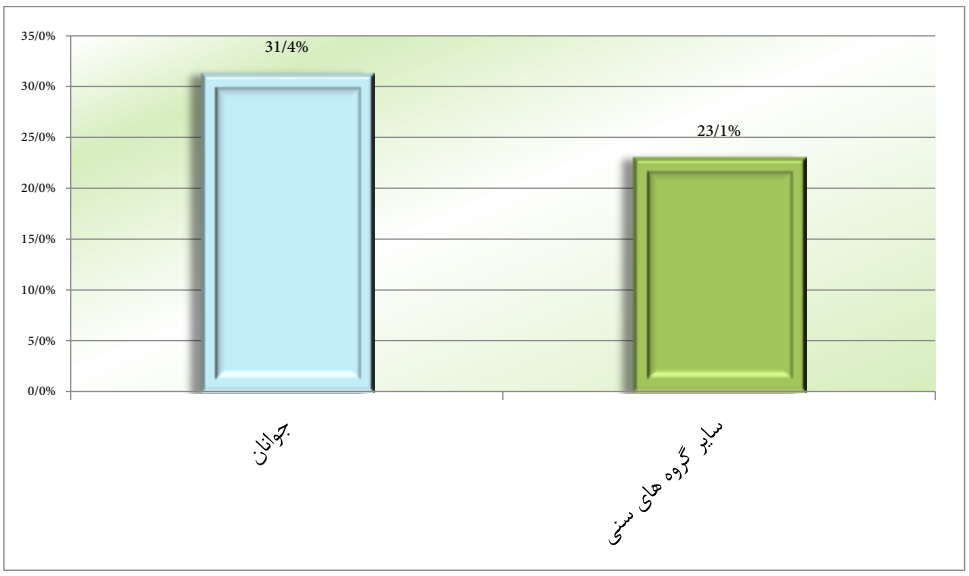
گرایش به هنر بعد دیگری از حیات روحی انسان است که در فعالیت‌های هنری پرورش می‌یابد. منظور از فعالیت های هنری، هر کاری است که تخیل و تجسم، خمیرمایهٔ اصلی آن باشد. محصول این نوع فعالیت، پرورش استعدادهای هنری و شکوفایی ذوقی است. این نوع فعالیت با سؤال از موارد فعالیت هنری و دستی و زمان صرف شده برای انجام فعالیت‌ها مورد پرسش قرار گرفته است.

جدول ۱۳- ۱. انجام فعالیت‌های هنری و دستی به عنوان سرگرمی و تفنن

آیا فعالیت‌های هنری و دستی وجود دارد که به عنوان سرگرمی و تفنن و نه تکلیف درسی و کار انجام دهید؟	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
خیر	٪٦٨,٦	٪٧٦,٩	٪٧٣,٥
بله، یک یا چند فعالیت هنری ودستی	٪٣١,٤	٪٢٣,١	٪٢٦,٥
مجموع	٪١٠٠,٠	٪١٠٠,٠	٪١٠٠,٠
ضریب فی	٠,٠٩٢-	معناداری	٠,٠٠٠

در خصوص فعالیت‌های هنری و دستی که به عنوان سرگرمی و تفنن -و نه تکلیف درسی و کار- انجام می شوند، ۳۱,۴ درصد از جوانان و ۲۳,۱ درصد از سایر گروه های سنی اعلام کرده اند که چنین فعالیت هایی را در برنامه شان دارند. بنابراین جوانان به میزان ۸,۳ درصد، بیشتر از سایر گروه های سنی به اینگونه فعالیت ها می پردازند.تفاوت میان جوانان و سایر گروه های سنی در پرداختن به فعالیت های هنری و دستی به عنوان سرگرمی و تفنن، از نظر آماری معنادار است.

نمودار ۱۳- ۱. انجام فعالیت‌های هنری و دستی به عنوان سرگرمی و تفنن



فعالیت های فرهنگی و هنری دیگری شامل رفتن به کنسرت موسیقی، مراسم بزرگداشت شخصیت‌های فرهنگی و علمی، جشن‌های ملی و مذهبی، گالری‌های آثار هنری (مانند نقاشی، عکس، ...)، سمینارها و همایش‌های علمی و تخصصی، موزه‌ها یا مراکز تاریخی و باستانی، جشنواره‌های فیلم و فعالیت‌های هنری، مراسم و جشن‌های کمک به نیازمندان و امور خیریه، مراسم و جشن‌های تجلیل از افراد خدوم، نمایشگاه‌های کتاب و مطبوعات، نمایشگاه‌های صنایع دستی و سایر نمایشگاه‌ها مورد پرسش قرار گرفت. وضعیت هریک از این موارد در جداول بعد آورده شده است.

جدول ۱۳- ۲. وضعیت شرکت در کنسرت موسیقی

کنسرت موسیقی	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
هر روز	٪۰,۰	٪۰,۰	٪۰,۰
هفته ای چند بار	٪۰,۳	٪۰,۱	٪۰,۱
هفته ای یک بار	٪۰,٤	٪۰,۲	٪۰,۲
ماهی چند بار	٪۰,٦	٪۰,۳	٪۰,٤
ماهی یک بار	٪۱,۳	٪۰,۵	٪۰,۹
سالی چند بار	٪۹,۰	٪۳,٦	٪۵,۸
سالی یک بار	٪۱۳,۲	٪٦,۰	٪۸,۹
هیچ	٪۷۵,۲	٪۸۹,۳	٪۸۳,٦
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب کرامر	۰,۱۸۸	معناداری	۰,۰۰۰

در مورد رفتن به کنسرت موسیقی **۰,۳** درصد از جوانان ، هفته ای چند بار، **۰,۴** درصد هفته ای یک بار، **۰,۶** درصد ماهی چند بار، **۱,۳** درصد ماهی یک بار، **۹,۰** درصد سالی چند بار، **۱۳,۲** درصد سالی یک بار به کنسرت موسیقی می روند.**۷۵,۲** درصد اعلام کرده اند که کلاً به کنسرت موسیقی نمی روند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند. رفتن به کنسرت موسیقی در جوانان بیشتر است.

جدول ۱۳- ۳. وضعیت شرکت در مراسم بزرگداشت شخصیت‌های فرهنگی و علمی

مراسم بزرگداشت شخصیت‌های فرهنگی و علمی	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
هر روز	۰	٪۰,۰	٪۰,۰
هفته ای چند بار	٪۰,۱	٪۰,۱	٪۰,۱
هفته ای یک بار	٪۰,۲	٪۰,۱	٪۰,۱
ماهی چند بار	٪۰,٤	٪۰,٤	٪۰,٤
ماهی یک بار	٪۰,۹	٪۰,۸	٪۰,۸
سالی چند بار	٪٤,۳	٪٤,۰	٪٤,۲
سالی یک بار	٪۷,۵	٪۵,۷	٪٦,۵
هیچ	٪۸٦,٦	٪۸۸,۸	٪۸۷,۹
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب کرامر	۰,۰٤۰	معناداری	۰,۰۰۱

در مورد رفتن به مراسم بزرگداشت شخصیت‌های فرهنگی و علمی ۰,۱ درصد از جوانان ، هفته ای چند بار، ۰,۲ درصد هفته ای یک بار، ۰,۴ درصد ماهی چند بار، ۰,۹ درصد ماهی یک بار، ۴,۳ درصد سالی چند بار، ۷,۵ درصد سالی یک بار به مراسم بزرگداشت شخصیت‌های فرهنگی و علمی می روند.۸۶,۶ درصد اعلام کرده اند که کلاً به مراسم بزرگداشت شخصیت‌های فرهنگی و علمی نمی روند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند. رفتن به مراسم بزرگداشت شخصیت‌های فرهنگی و علمی در سایر گروه های سنی بیشتر است.

جدول ۱۳- ٤. وضعیت شرکت در جشن‌های ملی و مذهبی

جشن‌های ملی و مذهبی	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
هر روز	٪۰,۰	٪۰,۱	٪۰,۰
هفته ای چند بار	٪۰,۱	٪۰,۱	٪۰,۱
هفته ای یک بار	٪۰,۵	٪۰,۳	٪۰,٤
ماهی چند بار	٪۰,۹	٪۱,۳	٪۱,۱
ماهی یک بار	٪۲,۳	٪۲,٤	٪۲,٤
سالی چند بار	٪۱٤,۳	٪۱٤,٤	٪۱٤,٤
سالی یک بار	٪۱۱,٦	٪۱۰,۱	٪۱۰,۸
هیچ	٪۷۰,۲	٪۷۱,۳	٪۷۰,۹
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب کرامر	۰,۰۳۷	معناداری	۰,۰۰۵

در مورد رفتن به جشن‌های ملی و مذهبی ۰,۱ درصد از جوانان ، هفته ای چند بار، ۰,۵ درصد هفته ای یک بار، ۰,۹ درصد ماهی چند بار، ۲,۳ درصد ماهی یک بار، ۱۴,۳ درصد سالی چند بار، ۱۱,۶ درصد سالی یک بار به جشن‌های ملی و مذهبی می روند.۷۰,۲ درصد اعلام کرده اند که کلاً به جشن‌های ملی و مذهبی نمی روند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند. رفتن به جشن‌های ملی و مذهبی در سایر گروه های سنی بیشتر است.

جدول ۱۳- ۵. وضعیت شرکت در گالری‌های آثار هنری

گالری‌های آثار هنری (مانند نقاشی، عکس، ...)	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
هر روز	٪۰,۱	٪۰,۰	٪۰,۰
هفته ای چند بار	٪۰,۰	٪۰,۱	٪۰,۱
هفته ای یک بار	٪۰,۳	٪۰,۲	٪۰,۲
ماهی چند بار	٪۰,٦	٪۰,۳	٪۰,٤
ماهی یک بار	٪۱,۷	٪۰,۹	٪۱,۲
سالی چند بار	٪۵,۳	٪۳,۲	٪٤,۱
سالی یک بار	٪۹,۰	٪۵,۵	٪٦,۹
هیچ	٪۸۳,۰	٪۸۹,۹	٪۸۷,۱
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب کرامر	۰,۱۰۱	معناداری	۰,۰۰۰

در مورد رفتن به گالری‌های آثار هنری (مانند نقاشی، عکس، ...) ۰,۳ درصد هفته ای یک بار، ۰,۶ درصد ماهی چند بار، ۱,۷ درصد ماهی یک بار، ۵,۳ درصد سالی چند بار، ۹,۰ درصد سالی یک بار به گالری‌های آثار هنری (مانند نقاشی، عکس، ...) می روند. ۸۳,۰ درصد اعلام کرده اند که کلاً به گالری‌های آثار هنری (مانند نقاشی، عکس، ...) نمی روند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند. رفتن به گالری‌های آثار هنری (مانند نقاشی، عکس، ...) در جوانان بیشتر است.

جدول ۱۳- ۶. وضعیت شرکت در سمینارها و همایش‌های علمی و تخصصی

سمینارها و همایش‌های علمی و تخصصی	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
هر روز	٪۰,۰	٪۰,۰	٪۰,۰
هفته ای چند بار	٪۰,۱	٪۰,۱	٪۰,۱
هفته ای یک بار	٪۰,۳	٪۰,۱	٪۰,۲
ماهی چند بار	٪۰,٦	٪۰,۵	٪۰,٦
ماهی یک بار	٪۱,٤	٪۱,۰	٪۱,۱
سالی چند بار	٪۵,۸	٪۳,٦	٪٤,۵
سالی یک بار	٪۷,۳	٪٤,۸	٪۵,۸
هیچ	٪۸٤,٤	٪۸۹,۹	٪۸۷,۷
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب کرامر	۰,۰۸٤	معناداری	۰,۰۰۰

در مورد رفتن به سمینارها و همایش‌های علمی و تخصصی ۰,۱ درصد از جوانان ، هفته ای چند بار، ۰,۳ درصد هفته ای یک بار، ۰,۶ درصد ماهی چند بار، ۱,۴ درصد ماهی یک بار، ۵,۸ درصد سالی چند بار، ۷,۳ درصد سالی یک بار به سمینارها و همایش‌های علمی و تخصصی می روند.۸۴,۴ درصد اعلام کرده اند که کلاً به سمینارها و همایش‌های علمی و تخصصی نمی روند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند. رفتن به سمینارها و همایش‌های علمی و تخصصی در جوانان بیشتر است.

جدول ۱۳- ۷. وضعیت شرکت در موزه‌ها یا مراکز تاریخی و باستانی

موزه‌ها یا مراکز تاریخی و باستانی	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
هر روز	٪۰,۰	٪۰,۰	٪۰,۰
هفته ای چند بار	٪۰,۱	٪۰,۱	٪۰,۱
هفته ای یک بار	٪۰,۲	٪۰,۲	٪۰,۲
ماهی چند بار	٪۰,٦	٪۰,۵	٪۰,٦
ماهی یک بار	٪۱,۵	٪۱,۲	٪۱,۳
سالی چند بار	٪۸,۳	٪٦,۱	٪۷,۰
سالی یک بار	٪۱٤,۹	٪۱۰,۹	٪۱۲,۵
هیچ	٪۷٤,٤	٪۸۱,۰	٪۷۸,۳
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب کرامر	۰,۰۸۰	معناداری	۰,۰۰۰

در مورد رفتن به موزه‌ها یا مراکز تاریخی و باستانی ۰,۱ درصد از جوانان ، هفته ای چند بار، ۰,۲ درصد هفته ای یک بار، ۰,۶ درصد ماهی چند بار، ۱,۵ درصد ماهی یک بار، ۸,۳ درصد سالی چند بار، ۱۴,۹ درصد سالی یک بار به موزه‌ها یا مراکز تاریخی و باستانی می روند.۷۴,۴ درصد اعلام کرده اند که کلاً به موزه‌ها یا مراکز تاریخی و باستانی نمی روند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند. رفتن به موزه‌ها یا مراکز تاریخی و باستانی در جوانان بیشتر است.

جدول ۱۳- ۸. وضعیت شرکت در جشنواره‌های فیلم و فعالیت‌های هنری

جشنواره‌های فیلم و فعالیت‌های هنری	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
هر روز	٪۰,۱	٪۰,۰	٪۰,۰
هفته ای چند بار	٪۰,۱	٪۰,۰	٪۰,۱
هفته ای یک بار	٪۰,۳	٪۰,۱	٪۰,۲
ماهی چند بار	٪۰,۵	٪۰,٤	٪۰,٤
ماهی یک بار	٪۱,۱	٪۰,۹	٪۱,۰
سالی چند بار	٪۳,۸	٪۲,٤	٪۳,۰
سالی یک بار	٪٦,۲	٪٤,۵	٪۵,۲
هیچ	٪۸۷,۹	٪۹۱,٦	٪۹۰,۱
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب کرامر	۰,۰٦۲	معناداری	۰,۰۰۰

در مورد رفتن به جشنواره‌های فیلم و فعالیت‌های هنری ۰,۱ درصد از جوانان ، هفته ای چند بار، ۰,۳ درصد هفته ای یک بار، ۰,۵ درصد ماهی چند بار، ۱,۱ درصد ماهی یک بار، ۳,۸ درصد سالی چند بار، ۶,۲ درصد سالی یک بار به جشنواره‌های فیلم و فعالیت‌های هنری می روند.۸۷,۹ درصد اعلام کرده اند که کلاً به جشنواره‌های فیلم و فعالیت‌های هنری نمی روند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند. رفتن به جشنواره‌های فیلم و فعالیت‌های هنری در جوانان بیشتر است.

جدول ۱۳- ۹. وضعیت شرکت در مراسم و جشن‌های کمک به نیازمندان و امور خیریه

مراسم و جشن‌های کمک به نیازمندان و امور خیریه	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
هر روز	٪۰,۰	٪۰,۱	٪۰,۱
هفته ای چند بار	٪۰,۱	٪۰,۲	٪۰,۱
هفته ای یک بار	٪۰,۵	٪۰,٤	٪۰,٤
ماهی چند بار	٪۰,۹	٪۱,۲	٪۱,۱
ماهی یک بار	٪۲,۱	٪۲,٦	٪۲,٤
سالی چند بار	٪۷,٤	٪۸,۹	٪۸,۳
سالی یک بار	٪۱۰,۵	٪۹,۱	٪۹,٦
هیچ	٪۷۸,٤	٪۷۷,٦	٪۷۸,۰
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب کرامر	۰,۰٤٤	معناداری	۰,۰۰۰

در مورد رفتن به مراسم و جشن‌های کمک به نیازمندان و امور خیریه ۰,۱ درصد از جوانان ، هفته ای چند بار، ۰,۵ درصد هفته ای یک بار، ۰,۹ درصد ماهی چند بار، ۲,۱ درصد ماهی یک بار، ۷,۴ درصد سالی چند بار، ۱۰,۵ درصد سالی یک بار به مراسم و جشن‌های کمک به نیازمندان و امور خیریه می روند.۷۸,۴ درصد اعلام کرده اند که کلاً به مراسم و جشن‌های کمک به نیازمندان و امور خیریه نمی روند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند. رفتن به مراسم و جشن‌های کمک به نیازمندان و امور خیریه در سایر گروه های سنی بیشتر است.

جدول ۱۳- ۱۰. وضعیت شرکت در مراسم و جشن‌های تجلیل از افراد خدوم

مراسم و جشن‌های تجلیل از افراد خدوم	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
هر روز	٪۰,۰	٪۰,۰	٪۰,۰
هفته ای چند بار	٪۰,۲	٪۰,۱	٪۰,۱
هفته ای یک بار	٪۰,۳	٪۰,۲	٪۰,۲
ماهی چند بار	٪۰,۵	٪۰,۵	٪۰,۵
ماهی یک بار	٪۰,۸	٪۰,۹	٪۰,۹
سالی چند بار	٪۳,۳	٪۳,۸	٪۳,٦
سالی یک بار	٪۵,٦	٪۵,٦	٪۵,٦
هیچ	٪۸۹,٤	٪۸۸,۸	٪۸۹,۰
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب کرامر	۰,۰۲۲	معناداری	۰,٤۰۵

در مورد رفتن به مراسم و جشن‌های تجلیل از افراد خدوم ۰,۲ درصد از جوانان ، هفته ای چند بار، ۰,۳ درصد هفته ای یک بار، ۰,۵ درصد ماهی چند بار، ۰,۸ درصد ماهی یک بار، ۳,۳ درصد سالی چند بار، ۵,۶ درصد سالی یک بار به مراسم و جشن‌های تجلیل از افراد خدوم می روند.۸۹,۴ درصد اعلام کرده اند که کلاً به مراسم و جشن‌های تجلیل از افراد خدوم نمی روند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار مشابهی از این نظر دارند.

جدول ۱۳- ۱۱. وضعیت شرکت در نمایشگاه‌های کتاب و مطبوعات

نمایشگاه‌های کتاب و مطبوعات	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
هر روز	٪۰,۰	٪۰,۱	٪۰,۰
هفته ای چند بار	٪۰,۱	٪۰,۰	٪۰,۱
هفته ای یک بار	٪۰,۳	٪۰,۲	٪۰,۲
ماهی چند بار	٪۰,۷	٪۰,٦	٪۰,۷
ماهی یک بار	٪۱,۸	٪۱,۱	٪۱,٤
سالی چند بار	٪۸,۹	٪۵,۸	٪۷,۱
سالی یک بار	٪۱۸,۰	٪۱۱,۳	٪۱٤,۱
هیچ	٪۷۰,۰	٪۸۰,۸	٪۷٦,٤
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب کرامر	۰,۱۲۷	معناداری	۰,۰۰۰

در مورد رفتن به نمایشگاه‌های کتاب و مطبوعات ۰,۱ درصد از جوانان ، هفته ای چند بار، ۰,۳ درصد هفته ای یک بار، ۰,۷ درصد ماهی چند بار، ۱,۸ درصد ماهی یک بار، ۸,۹ درصد سالی چند بار، ۱۸,۰ درصد سالی یک بار به نمایشگاه‌های کتاب و مطبوعات می روند.۷۰,۰ درصد اعلام کرده اند که کلاً به نمایشگاه‌های کتاب و مطبوعات نمی روند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند. رفتن به نمایشگاه‌های کتاب و مطبوعات در جوانان بیشتر است.

جدول ۱۳- ۱۲. وضعیت شرکت در نمایشگاه‌های صنایع دستی

نمایشگاه‌های صنایع دستی	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
هر روز	٪۰,۰	٪۰,۰	٪۰,۰
هفته ای چند بار	٪۰,۱	٪۰,۱	٪۰,۱
هفته ای یک بار	٪۰,۳	٪۰,۲	٪۰,۲
ماهی چند بار	٪۰,۷	٪۰,۵	٪۰,٦
ماهی یک بار	٪۱,۷	٪۱,۳	٪۱,۵
سالی چند بار	٪۸,۸	٪۷,۵	٪۸,۰
سالی یک بار	٪۱٦,۳	٪۱۲,۷	٪۱٤,۲
هیچ	٪۷۲,۰	٪۷۷,۷	٪۷۵,٤
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب کرامر	۰,۰٦٦	معناداری	۰,۰۰۰

در مورد رفتن به نمایشگاه‌های صنایع دستی ۰,۱ درصد از جوانان ، هفته ای چند بار، ۰,۳ درصد هفته ای یک بار، ۰,۷ درصد ماهی چند بار، ۱,۷ درصد ماهی یک بار، ۸,۸ درصد سالی چند بار، ۱۶,۳ درصد سالی یک بار به نمایشگاه‌های صنایع دستی می روند.۷۲,۰ درصد اعلام کرده اند که کلاً به نمایشگاه‌های صنایع دستی نمی روند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند. رفتن به نمایشگاه‌های صنایع دستی در جوانان بیشتر است.

جدول ۱۳- ۱۳. وضعیت شرکت در سایر نمایشگاه‌ها

سایر نمایشگاه‌ها	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
هر روز	٪۰,۲	٪۰,۱	٪۰,۱
هفته ای چند بار	٪۰,۲	٪۰,۱	٪۰,۱
هفته ای یک بار	٪۰,۳	٪۰,۳	٪۰,۳
ماهی چند بار	٪۰,۵	٪۰,۳	٪۰,٤
ماهی یک بار	٪۰,۸	٪۰,۸	٪۰,۸
سالی چند بار	٪۵,۳	٪٤,۰	٪٤,۵
سالی یک بار	٪۷,٤	٪۷,۳	٪۷,۳
هیچ	٪۸۵,۳	٪۸۷,۱	٪۸٦,٤
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب کرامر	۰,۰۳۹	معناداری	۰,۰٦۰

در مورد رفتن به سایر نمایشگاه‌ها ۰,۲ درصد از جوانان ، هفته ای چند بار، ۰,۳ درصد هفته ای یک بار، ۰,۵ درصد ماهی چند بار، ۰,۸ درصد ماهی یک بار، ۵,۳ درصد سالی چند بار، ۷,۴ درصد سالی یک بار به سایر نمایشگاه‌ها می روند.۸۵,۳ درصد اعلام کرده اند که کلاً به سایر نمایشگاه‌ها نمی روند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار مشابهی از این نظر دارند.

از پاسخگویان خواسته شد بیان کنند که در هفته گذشته، چند ساعت وقت صرف فعالیت‌های هنری و دستی مختلف کرده اند. نتیجه برای هریک از فعالیت ها در ادامه آورده شده است.

جدول ۱۳- ۱٤. میزان زمان صرف شده در طول هفته برای نقاشی، گرافیک و کاریکاتور

چند ساعت وقت در هفته صرف نقاشی، گرافیک و کاریکاتور کرده‌اید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
تعداد	٤١٠	٢٨٧	٦٩٧
میانگین	٣,١٧	٣,٦٨	٣,٣٨
انحراف معیار	٥,٣٠	٦,٣٢	٥,٧٤
ضریب T	١,١٢٢-	معناداری	٠,٢٦٢

میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف نقاشی، گرافیک و کاریکاتور می کنند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.

جدول ۱۳- ۱۵. میزان زمان صرف شده در طول هفته برای خطاطی

چند ساعت وقت در هفته صرف خطاطی کرده‌اید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
تعداد	١٦٠	١٨٣	٣٤٣
میانگین	٢,٧٠	٣,٠٨	٢,٩٠
انحراف معیار	٤,٠١	٥,٢٨	٤,٧٣
ضریب T	٠,٧٣٥-	معناداری	٠,٤٦٣

میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف خطاطی می کنند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.

جدول ۱۳- ۱۶. میزان زمان صرف شده در طول هفته برای معرق، منبت و خاتم کاری

چند ساعت وقت در هفته صرف معرق، منبت و خاتم کاری کرده‌اید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
تعداد	٥١	٤٣	٩٤
میانگین	٤,٨٤	٤,٥٣	٤,٧٠
انحراف معیار	٩,٩٢	٧,٦٤	٨,٩٠
ضریب T	٠,١٦٦	معناداری	٠,٨٦٨

میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف معرق، منبت و خاتم کاری می کنند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.

جدول ۱۳- ۱۷. میزان زمان صرف شده در طول هفته برای گل دوزی، منجوق دوزی و ملیله دوزی

چند ساعت وقت در هفته صرف گل دوزی، منجوق دوزی و ملیله دوزی کرده‌اید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
تعداد	٢٤٥	٢٣٤	٤٧٩
میانگین	٤,٦٩	٤,٣٥	٤,٥٣
انحراف معیار	٧,٦٢	٥,٨٨	٦,٨٢
ضریب T	٠,٥٥٠	معناداری	٠,٥٨٢

میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف گل دوزی، منجوق دوزی و ملیله دوزی می کنند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.

جدول ۱۳- ۱۸. میزان زمان صرف شده در طول هفته برای خیاطی، بافتنی و قلاب دوزی

چند ساعت وقت در هفته صرف خیاطی، بافتنی و قلاب دوزی کرده‌اید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
تعداد	۵۵۹	۷٦۵	۱۳۲٤
میانگین	۳,۹٤	٤,۳۸	٤,۲۰
انحراف معیار	٦,۱۹	۷,٤۹	٦,۹۷
ضریب T	۱,۱٦۱-	معناداری	۰,۲٤٦

میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف خیاطی، بافتنی و قلاب دوزی می کنند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.

جدول ۱۳- ۱۹. میزان زمان صرف شده در طول هفته برای عکاسی

چند ساعت وقت در هفته صرف عکاسی کرده‌اید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
تعداد	۳۳۱	۱۷۹	۵۱۰
میانگین	۲,۹۲	۲,۱۹	۲,٦٦
انحراف معیار	۵,۲۵	۳,۲۲	٤,٦۵
ضریب T	۱,۹٤۰	معناداری	۰,۰۵۳

میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف عکاسی می کنند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.

جدول ۱۳- ۲۰. میزان زمان صرف شده در طول هفته برای فیلم برداری

چند ساعت وقت در هفته صرف فیلم برداری کرده‌اید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
تعداد	۱۱۸	۵۵	۱۷۳
میانگین	۲,۸۱	۳,۲۷	۲,۹۵
انحراف معیار	٤,۷۸	۵,۸۱	۵,۱۱
ضریب T	۰,۵۵۹-	معناداری	۰,۵۷۷

میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف فیلم برداری می کنند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.

جدول ۱۳- ۲۱. میزان زمان صرف شده در طول هفته برای فرش، گلیم و جاجیم بافی

چند ساعت وقت در هفته صرف فرش، گلیم و جاجیم بافی کرده‌اید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
تعداد	۱۷۷	۲۷۹	٤٥٦
میانگین	۷,۲۰	۸,۹٤	۸,۲٦
انحراف معیار	۱۰,۰۱	۱۲,٦۰	۱۱,٦۸
ضریب T	-۱,٦۳۱	معناداری	۰,۱۰٤

میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف فرش، گلیم و جاجیم بافی می کنند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.

جدول ۱۳- ۲۲. میزان زمان صرف شده در طول هفته برای مجسمه سازی

چند ساعت وقت در هفته صرف مجسمه سازی کرده‌اید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
تعداد	۲۲	۳۱	٥۳
میانگین	۷,۸٦	٦,۹٤	۷,۳۲
انحراف معیار	۱٤,٦۰	۱۳,۸٥	۱٤,۰٤
ضریب T	۰,۲۳٥	معناداری	۰,۸۱٥

میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف مجسمه سازی می کنند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.

جدول ۱۳- ۲۳. میزان زمان صرف شده در طول هفته برای تئاتر

چند ساعت وقت در هفته صرف تئاتر کرده‌اید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
تعداد	۳٤	۱٥	٤۹
میانگین	۳,۷٦	۳,٥۳	۳,٦۹
انحراف معیار	٤,۱٦	۳,٥۰	۳,۹۳
ضریب T	۰,۱۸۸	معناداری	۰,۸٥۲

میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف تئاتر می کنند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.

جدول ۱۳- ۲٤. میزان زمان صرف شده در طول هفته برای آواز و نواختن ساز

چند ساعت وقت در هفته صرف آواز و نواختن ساز کرده‌اید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
تعداد	۲۰۱	۱٤۸	۳٤۹
میانگین	۵,۱۱	٤,۰۹	٤,٦۸
انحراف معیار	۷,۷۹	۵,۱۵	٦,۸۰
ضریب T	۷,۷۸۹	معناداری	۰,۰۰۰

میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف آواز و نواختن ساز می کنند به طور معناداری بیشتر از سایر گروه های سنی می باشد.

جدول ۱۳- ۲۵. میزان زمان صرف شده در طول هفته برای سفال گری

چند ساعت وقت در هفته صرف سفال گری کرده‌اید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
تعداد	۲٦	۱٦	٤۲
میانگین	۲,٤۲	۲,٦۳	۲,۵۰
انحراف معیار	۲,۵۲	۲,۲۲	۲,۳۸
ضریب T	-۰,۲٦٤	معناداری	۰,۷۹۳

میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف سفال گری می کنند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.

جدول ۱۳- ۲۶. میزان زمان صرف شده در طول هفته برای سفره آرایی

چند ساعت وقت در هفته صرف سفره آرایی کرده‌اید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
تعداد	۱۱۵	۷۵	۱۹۰
میانگین	۱,۸۳	۲,۹۷	۲,۲۸
انحراف معیار	۱,۳۱	٦,۳٦	٤,۱۵
ضریب T	-۱,۵٤۰	معناداری	۰,۱۲۷

میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف سفره آرایی می کنند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.

جدول ۱۳- ۲۷. میزان زمان صرف شده در طول هفته برای شیرینی پزی

چند ساعت وقت در هفته صرف شیرینی پزی کرده‌اید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
تعداد	۳۲۸	۲۹۱	٦۱۹
میانگین	۲,۷۵	۲,۸۰	۲,۷۸
انحراف معیار	۵,۲۰	٤,٤۹	٤,۸۷
ضریب T	۰,۱۳۰-	معناداری	۰,۸۹۷

میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف شیرینی پزی می کنند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.

جدول ۱۳- ۲۸. میزان زمان صرف شده در طول هفته برای پرورش گل و گیاه

چند ساعت وقت در هفته صرف پرورش گل و گیاه کرده‌اید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
تعداد	۳۲۰	٤۱۱	۷۳۱
میانگین	۲,۸۰	۳,۹۱	۳,٤۲
انحراف معیار	۳,۲٤	۵,۰۸	٤,٤۰
ضریب T	۳,٦۰۱-	معناداری	۰,۰۰۰

میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف پرورش گل و گیاه می کنند به طور معناداری کمتر از سایر گروه های سنی می باشد.

جدول ۱۳- ۲۹. میزان زمان صرف شده در طول هفته برای حصیربافی

چند ساعت وقت در هفته صرف حصیربافی کرده‌اید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
تعداد	۱۱	۲۵	۳٦
میانگین	۳,۸۲	۳,۲۸	۳,٤٤
انحراف معیار	۳,۸٤	٤,۰٤	۳,۹۳
ضریب T	۰,۳۷٤	معناداری	۰,۷۱۱

میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف حصیربافی می کنند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.

جدول ۱۳- ۳۰. میزان زمان صرف شده در طول هفته برای پشم یا نخ ریسی

چند ساعت وقت در هفته صرف پشم یا نخ ریسی کرده‌اید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
تعداد	۱۳	۲۸	٤۱
میانگین	٤,٥٤	٥,۲۱	٥,۰۰
انحراف معیار	۳,٥۰	٥,٦۷	٥,۰٤
ضریب T	۰,۳۹٥-	معناداری	۰,٦۹٥

میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف پشم یا نخ ریسی می کنند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.

جدول ۱۳- ۳۱. میزان زمان صرف شده در طول هفته برای سایر فعالیت های هنری و دستی

چند ساعت وقت در هفته صرف سایر فعالیت های هنری و دستی کرده‌اید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
تعداد	۳۲	٤۱	۷۳
میانگین	٤,۸٤	٦,۸۸	٥,۹۹
انحراف معیار	٥,٥۰	۸,٥۲	۷,۳۸
ضریب T	۱,۱۷۲-	معناداری	۰,۲٤٥

میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف سایر فعالیت های هنری و دستی می کنند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.

میانگین ساعات صرف شده توسط جوانان برای هریک از فعالیت های هنری نام برده شده، در جدول زیر مقایسه شده است:

جدول ۱۳- ۳۲. میانگین ساعات صرف شده برای هریک از فعالیت های هنری

فعالیت هنری	میانگین ساعات در هفته
نقاشی، گرافیک و کاریکاتور	۳,۱۷
خطاطی	۲,۷۰
معرق، منبت و خاتم کاری	٤,۸٤
گل دوزی، منجوق دوزی و ملیله دوزی	٤,٦۹
خیاطی، بافتنی و قلاب دوزی	۳,۹٤
عکاسی	۲,۹۲
فیلم برداری	۲,۸۱
فرش، گلیم و جاجیم بافی	۷,۲۰
مجسمه سازی	۷,۸٦
تئاتر	۳,۷٦
آواز و نواختن ساز	٥,۱۱
سفال گری	۲,٤۲
سفره آرایی	۱,۸۳
شیرینی پزی	۲,۷٥
پرورش گل و گیاه	۲,۸۰
حصیربافی	۳,۸۲
پشم یا نخ ریسی	٤,٥٤
سایر فعالیت های هنری و دستی	٤,۸٤

بیشترین میانگین ساعات در بین فعالیت های هنری، با ۷,۸۶ ساعت، مربوط به مجسمه سازی است و کمترین زمان را با ۱,۸۳ساعت، سفره آرایی دارد.

فصل چهاردهم: فعالیت‌های ورزشی

ورزش یکی دیگر از فعالیت‌های زمان فراغت است. این فعالیت را از دو زاویه می‌توان دید و بررسی کرد. نخست به عنوان نوعی فعالیت فردی و در خدمت بازتولید انرژی هدر رفته در زمان کار و ضامن سلامتی جسم و روان، دوم به عنوان نوعی فعالیت که در آن مجموعه‌ای از روابط و تعامل‌ها شکل می‌گیرد. فعالیت ورزشی در پرسش از نوع و میزان ورزش اعضا در خارج و داخل منزل، عضویت فرد در کلوپ‌ها و تماشای ورزش از تلویزیون و در اماکن ورزشی شهر بررسی می شود.

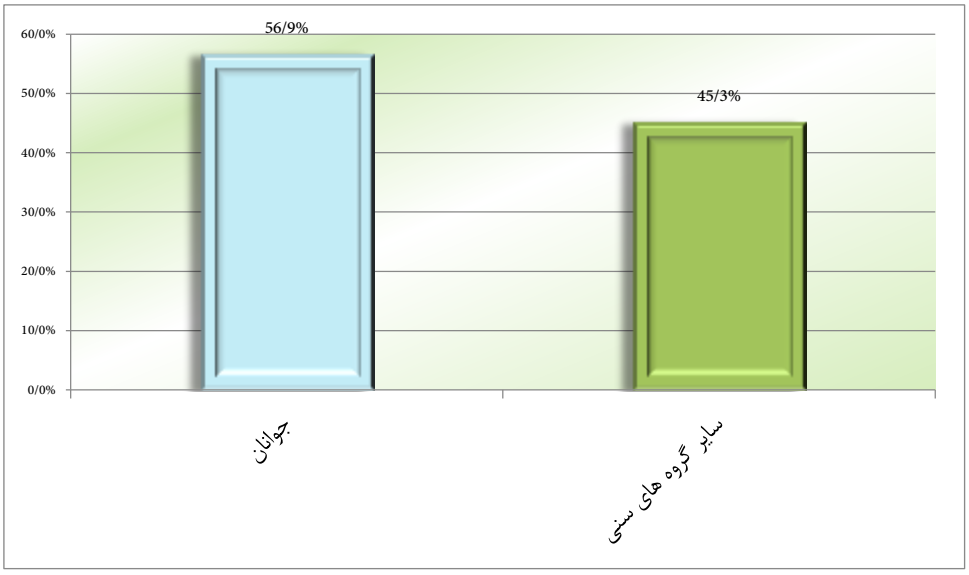
در موضوع ورزش نخست پرسیده شد «آیا ورزش می کنید؟». فراوانی پاسخ ها به صورت زیر است:

جدول ١٤- ١. میزان انجام ورزش

انجام ورزش	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
بلی	٪٥٦,٩	٪٤٥,٣	٪٥٠,٠
خیر	٪٤٣,١	٪٥٤,٧	٪٥٠,٠
مجموع	٪١٠٠,٠	٪١٠٠,٠	٪١٠٠,٠
ضریب فی	٠,١١٣	معناداری	٠,٠٠٠

٥٦,٩ درصد از جوانان اظهار کرده اند که ورزش می کنند. ورزش کردن در سایر گروه های سنی به میزان **٤٥,٣** درصد اعلام شده است. لذا جوانان به میزان ١١,٥ درصد، بیشتر از سایر گروه های سنی ورزش می کنند.تفاوت میزان فراوانی ورزش کردن میان جوانان و سایر گروه های سنی از نظر آماری معنادار است.

نمودار ١٤- ١. میزان انجام ورزش



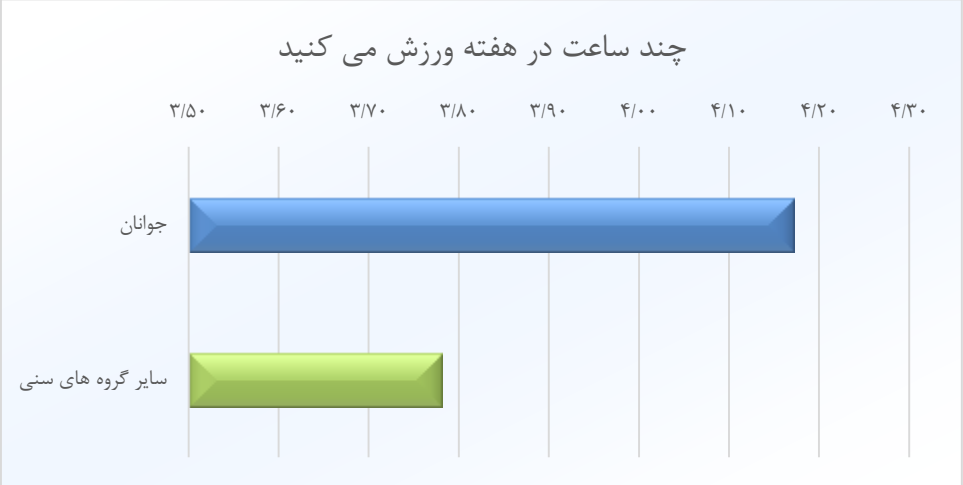
میزان فعالیتهای ورزشی در طول هفته، موضوع پرسش بعدی بود. پرسیده شد «چند ساعت در هفته ورزش می کنید؟». وضعیت پاسخ ها به این پرسش به قرار زیر است:

جدول ١٤- ٢. تعداد ساعات ورزش کردن در طول هفته

چند ساعت در هفته ورزش می کنید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
تا دو ساعت	٪٣٨,٥	٪٤٢,١	٪٤٠,٤
تا چهار ساعت	٪٢٩,٩	٪٣٠,٢	٪٣٠,١
بیش از چهار ساعت	٪٣١,٦	٪٢٧,٧	٪٢٩,٥
مجموع	٪١٠٠,٠	٪١٠٠,٠	٪١٠٠,٠
تعداد	٣٣١٧	٣٧٦٨	٧٠٨٥
میانگین	٤,١٧	٣,٧٨	٣,٩٦
انحراف معیار	٤,٢٥	٣,٦٥	٣,٩٥
ضریب T	٤,١٢٥	معناداری	٠,٠٠٠

بر اساس یافته ها، **٣٨,٥** درصد از جوانان، تا دو ساعت در هفته ورزش می کنند. میزان هفتگی ورزش کردن در **٢٩,٩** درصد از آنان تا چهار ساعتو در **٣١,٦** درصد از آنان بیش از چهار ساعت می باشد.میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته ورزش می کنند به طور معناداری بیشتر از سایر گروه های سنی می باشد.

نمودار ١٤- ٢. تعداد ساعات ورزش کردن در طول هفته



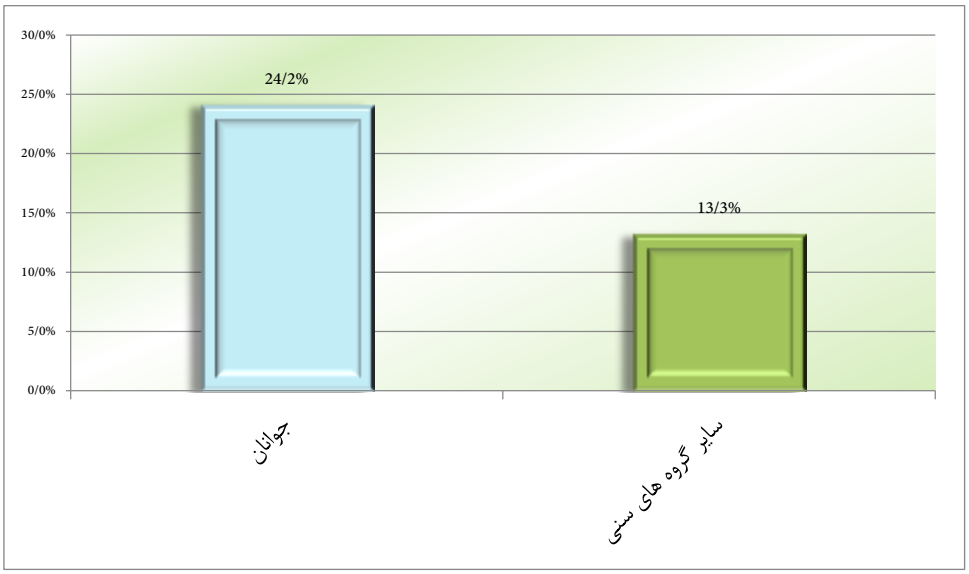
پرسیده شد «آیا عضو باشگاه، کلوپ یا تیم ورزشی هستید؟». فراوانی پاسخ ها به صورت زیر است:

جدول ١٤- ٣. عضویت در کلوپ یا تیم ورزشی

عضو باشگاه، کلوپ یا تیم ورزشی هستید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
بلی	٪٢٤,٢	٪١٣,٣	٪١٨,٢
خیر	٪٧٥,٨	٪٨٦,٧	٪٨١,٨
مجموع	٪١٠٠,٠	٪١٠٠,٠	٪١٠٠,٠
ضریب فی	٠,١٤١	معناداری	٠,٠٠٠

۲۴,۲ درصد از جوانان اظهار کرده اند که در باشگاه ها، کلوپ ها یا تیم های ورزشی عضویت دارند. این موضوع در سایر گروه های سنی به میزان **۱۳,۳** درصد اعلام شده است. لذا جوانان به میزان **۱۰,۹** درصد، بیشتر از سایر گروه های سنی در باشگاه ها، کلوپ ها یا تیم های ورزشی عضویت دارند. تفاوت میزان عضویت در باشگاه ها، کلوپ ها یا تیم های ورزشی، میان جوانان و سایر گروه های سنی از نظر آماری معنادار است.

نمودار ١٤- ٣. عضویت در کلوپ یا تیم ورزشی



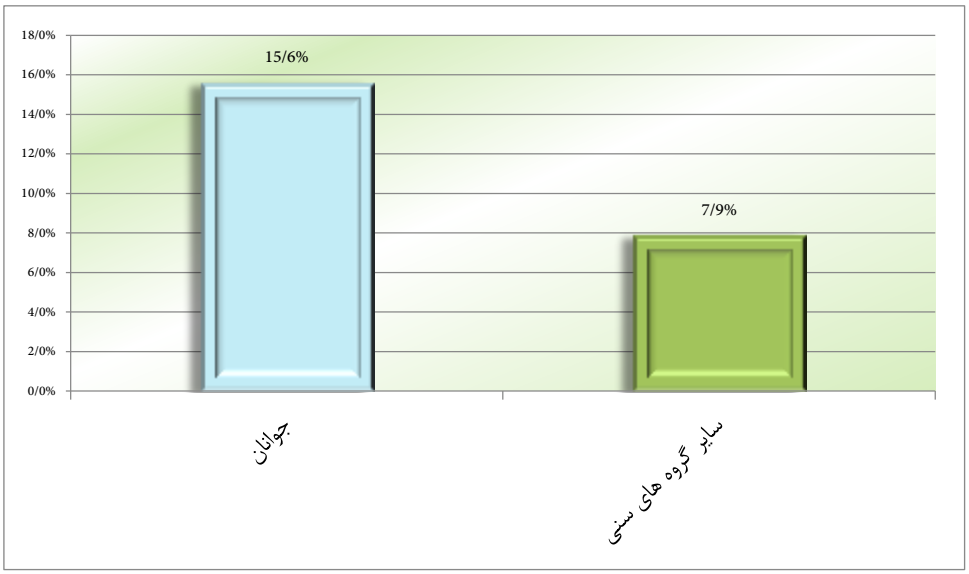
پرسیده شد «آیا برای تماشای ورزش به اماکن، سالنها و میدان‌های ورزشی می‌روید؟». فراوانی پاسخ ها به صورت زیر است:

جدول ١٤- ٤. حضور در اماکن، سالنها و میدان‌های ورزشی برای تماشای ورزش

برای تماشای ورزش به اماکن، سالنها و میدان‌های ورزشی می‌روید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
بلی	٪١٥,٦	٪٧,٩	٪١١,٠
خیر	٪٨٤,٤	٪٩٢,١	٪٨٩,٠
مجموع	٪١٠٠,٠	٪١٠٠,٠	٪١٠٠,٠
ضریب فی	٠,١٢١	معناداری	٠,٠٠٠

١٥,٦ درصد از جوانان اظهار کرده اند که برای تماشای ورزش به اماکن، سالنها و میدان‌های ورزشی می‌روند. این موضوع در سایر گروه های سنی به میزان **٧,٩** درصد اعلام شده است. لذا جوانان به میزان **٧,٧** درصد، بیشتر از سایر گروه های سنی برای تماشای ورزش به اماکن، سالنها و میدان‌های ورزشی می‌روند. تفاوت میزان مراجعه به اماکن، سالنها و میدان‌های ورزشی برای تماشای ورزش، میان جوانان و سایر گروه های سنی از نظر آماری معنادار است.

نمودار ١٤- ٤. حضور در اماکن، سالنها و میدان‌های ورزشی برای تماشای ورزش



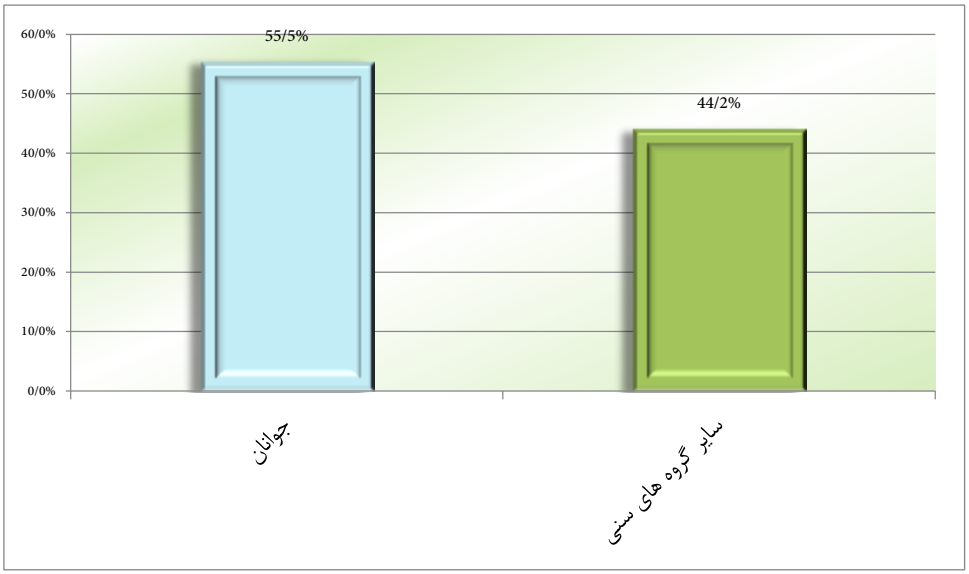
پرسیده شد «آیا در هفته ورزش از تلویزیون نگاه می کنید؟». فراوانی پاسخ ها به صورت زیر است:

جدول ١٤- ۵. تماشای ورزش از تلویزیون

آیا در هفته ورزش از تلویزیون نگاه می کنید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
نگاه نمیکنم	٪٤٤,۵	٪۵۵,۸	٪۵۱,۲
نگاه میکنم	٪۵۵,۵	٪٤٤,۲	٪٤۸,۸
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب فی	۰,۱۱۱-	معناداری	۰,۰۰۰

۵۵,۵ درصد از جوانان اظهار کرده اند که ورزش از تلویزیون تماشا می کنند. این موضوع در سایر گروه های سنی به میزان **۴۴,۲** درصد اعلام شده است. لذا جوانان به میزان **۱۱,۳** درصد، بیشتر از سایر گروه های سنی ورزش از تلویزیون تماشا می کنند. تفاوت تماشای ورزش از تلویزیون، میان جوانان و سایر گروه های سنی از نظر آماری معنادار است.

نمودار ١٤- ۵. تماشای ورزش از تلویزیون



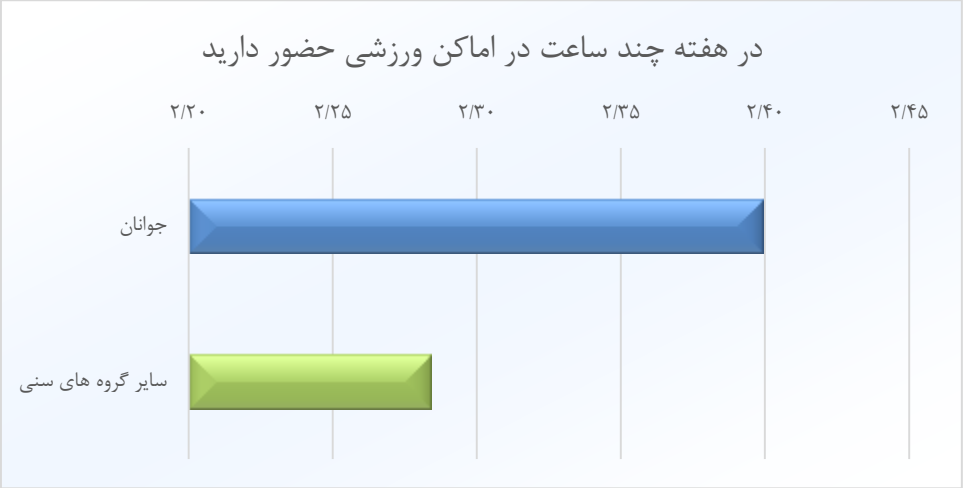
پرسیده شد «در هفته چند ساعت در اماکن ورزشی حضور دارید؟» وضعیت پاسخ ها به صورت زیر است:

جدول ١٤- ۶. تعداد ساعات حضور در اماکن ورزشی در هفته

در هفته چند ساعت در اماکن ورزشی حضور دارید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
تعداد	٨٩٦	٦٤٩	١٥٤٥
میانگین	٢,٤٠	٢,٢٨	٢,٣٥
انحراف معیار	٢,٧٨	٢,٥١	٢,٦٧
ضریب T	٠,٨٣٧	معناداری	٠,٤٠٣

میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته در اماکن ورزشی حضور دارند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.

نمودار ١٤- ۶. تعداد ساعات حضور در اماکن ورزشی در هفته



از پاسخگویان درمورد ورزش هایی که انجام می دهند پرسیده شد. وضعیت هریک از ورزش ها بدین صورت می باشد.

جدول ١٤- ٧. انواع ورزش هایی که انجام می شود

انواع ورزش ها		جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
آیروبیک	تعداد	٢٤٠	١٦١	٤٠١
	درصد	٪٧,٠	٪٤,١	٪٥,٤
بدمینتون	تعداد	٣٣	١٦	٤٩
	درصد	٪١,٠	٪٠,٤	٪٠,٧
بدنسازی	تعداد	٧٠٣	٢٨٧	٩٩٠
	درصد	٪٢٠,٤	٪٧,٣	٪١٣,٤
بسکتبال	تعداد	٤٤	٣٨	٨٢
	درصد	٪١,٣	٪١,٠	٪١,١
بوکس	تعداد	٥٧	٢١	٧٨
	درصد	٪١,٧	٪٠,٥	٪١,١
بیلیارد	تعداد	١١	٢	١٣
	درصد	٪٠,٣	٪٠,١	٪٠,٢
پینگ پونگ	تعداد	٣٦	٣٩	٧٥
	درصد	٪١,٠	٪١,٠	٪١,٠
تکواندو	تعداد	٣٧	١٧	٥٤
	درصد	٪١,١	٪٠,٤	٪٠,٧
تنیس	تعداد	٣٥	٣٩	٧٤
	درصد	٪١,٠	٪١,٠	٪١,٠
تیراندازی	تعداد	٥	١٠	١٥
	درصد	٪٠,١	٪٠,٣	٪٠,٢
جودو	تعداد	٧	٨	١٥
	درصد	٪٠,٢	٪٠,٢	٪٠,٢
دو و میدانی	تعداد	٨٥	٧٤	١٥٩
	درصد	٪٢,٥	٪١,٩	٪٢,٢
دوچرخه سواری	تعداد	٨٥	٧١	١٥٦
	درصد	٪٢,٥	٪١,٨	٪٢,١
ژیمناستیک	تعداد	١٦	١٦	٣٢
	درصد	٪٠,٥	٪٠,٤	٪٠,٤
شنا	تعداد	٢٢٢	٢١٥	٤٣٧
	درصد	٪٦,٤	٪٥,٥	٪٥,٩
فوتبال	تعداد	٩٧٥	٧٢٠	١٦٩٥

	درصد	٪۲۸٫۳	٪۱۸٫۳	٪۲۲٫۹
کاراته	تعداد	۳۰	۲٦	٥٦
	درصد	٪۰٫۹	٪۰٫۷	٪۰٫۸
کشتی	تعداد	٦۱	٤۲	۱۰۳
	درصد	٪۱٫۸	٪۱٫۱	٪۱٫٤
کوهنوردی	تعداد	۱۲۷	۲۲۹	۳٥٦
	درصد	٪۳٫۷	٪٥٫۸	٪٤٫۸
نرمش و حرکات ورزشی	تعداد	۲٥٦	۳۹۰	٦٤٦
	درصد	٪۷٫٤	٪۹٫۹	٪۸٫۷
هندبال	تعداد	۲۰	۱۳	۳۳
	درصد	٪۰٫٦	٪۰٫۳	٪۰٫٤
والیبال	تعداد	۳۸۹	۳٥۳	۷٤۲
	درصد	٪۱۱٫۳	٪۹٫۰	٪۱۰٫۰
ورزش های رزمی	تعداد	۹۰	٤٦	۱۳٦
	درصد	٪۲٫٦	٪۱٫۲	٪۱٫۸
یوگا	تعداد	۲۱	۲۹	٥۰
	درصد	٪۰٫٦	٪۰٫۷	٪۰٫۷
پیاده روی	تعداد	۱۰۳۹	۲۰۸۲	۳۱۲۱
	درصد	٪۳۰٫۱	٪٥۲٫۸	٪٤۲٫۲
پیلاتس	تعداد	۲۷	۲۰	٤۷
	درصد	٪۰٫۸	٪۰٫٥	٪۰٫٦
مجموع	تعداد	۳٤٤۹	۳۹٤۲	۷۳۹۱

۷٫۰ درصد از جوانان روزنامه آیروبیک را به عنوان ورزشی که انجام می دهند انتخاب کرده اند. ۱٫۰ درصد بدمینتون، ۲۰٫۴ درصد بدنسازی، ۱٫۳ درصد بسکتبال، ۱٫۷ درصد بوکس، ۰٫۳ درصد بیلیارد، ۱٫۰ درصد پینگ پونگ ، ۱٫۱ درصد تکواندو، ۱٫۰ درصد تنیس ، ۰٫۱ درصد تیراندازی، ۰٫۲ درصد جودو، ۲٫۵ درصد دو و میدانی، ۲٫۵ درصد دوچرخه سواری، ۰٫۵ درصد ژیمناستیک، ۶٫۴ درصد شنا، ۲۸٫۳ درصد فوتبال، ۰٫۹ درصد کاراته، ۱٫۸ درصد کشتی، ۳٫۷ درصد کوهنوردی، ۷٫۴ درصد نرمش و حرکات ورزشی، ۰٫۶ درصد هندبال ، ۱۱٫۳ درصد والیبال، ۲٫۶ درصد ورزش های رزمی، ۰٫۶ درصد یوگا، ۳۰٫۱ درصد پیاده روی، ۰٫۸ درصد پیلاتس را انتخاب کرده اند.

بیشترین ورزش انتخاب شده توسط جوانان با ۳۰٫۱ درصد، مربوط به پیاده روی می باشد که مشابه با وضعیت آن در سایر گروه های سنی است.سایر گروه های سنی نیز بیشتر به پیاده روی علاقه دارند.

در پرسش بعد مطرح شد «بیشتر در چه مکان‌هایی ورزش می‌کنید؟». فراوانی پاسخ ها در جدول زیر آمده است.

جدول ١٤- ٨. محل های انجام ورزش

محل ورزش		جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
خانه	تعداد	٤٢٨	٥٢٨	٩٥٦
	درصد	٪١٢,٧	٪١٤,٠	٪١٣,٤
کوچه و خیابان	تعداد	٦٤١	١٣٥٤	١٩٩٥
	درصد	٪١٩,٠	٪٣٥,٩	٪٢٧,٩
استادیوم، سالن و باشگاه	تعداد	٢١٢٢	١٣١١	٣٤٣٣
	درصد	٪٦٢,٩	٪٣٤,٨	٪٤٨,٠
میدان یا مکان مشخص در محله	تعداد	٣٤٤	٥٠٠	٨٤٤
	درصد	٪١٠,٢	٪١٣,٣	٪١١,٨
پارک	تعداد	٤٧٧	٨٨١	١٣٥٨
	درصد	٪١٤,١	٪٢٣,٤	٪١٩,٠
مجموع	تعداد	٣٣٧٦	٣٧٧٠	٧١٤٦

١٢,٧ درصد از جوانان در خانه ورزش می کنند. **١٩,٠** درصد از ایشان، در کوچه و خیابان، **٦٢,٩** درصد از ایشان، در استادیوم، سالن و باشگاه، **١٠,٢** درصد از ایشان، در میدان یا مکان مشخص در محله، **١٤,١** درصد از ایشان، در پارک ورزش می کنند.

بیشترین محل مورد علاقه جوانان برای ورزش کردن، با **٦٢,٩** درصد، استادیوم، سالن و باشگاه است که متفاوت از محل مورد علاقه سایر گروه های سنی برای ورزش کردن است.سایر گروه های سنی بیشتر کوچه و خیابان را برای ورزش کردن انتخاب میکنند.

فصل پانزدهم: بازی ها

بازی فعالیتی است که گرچه می‌توان آن را در زیرمجموعهٔ فعالیت های تفریحی آورد، اما مقوله‌ای است که به دلیل پیامدهای روانی و جامعه‌پذیرانهٔ آن، در خور توجه جداگانه‌ای است؛ زیرا بازی به ویژه در سنین کودکی و نوجوانی از مؤلفه‌های عمدهٔ شکل دهندهٔ شخصیت انسان می‌باشد. بازی با پرسش های زیر مورد بررسی قرار گرفته است: بازی‌های جدید با وسایل بازی، انواع بازی‌های محلی و سنتی و میزان انجام آنها.

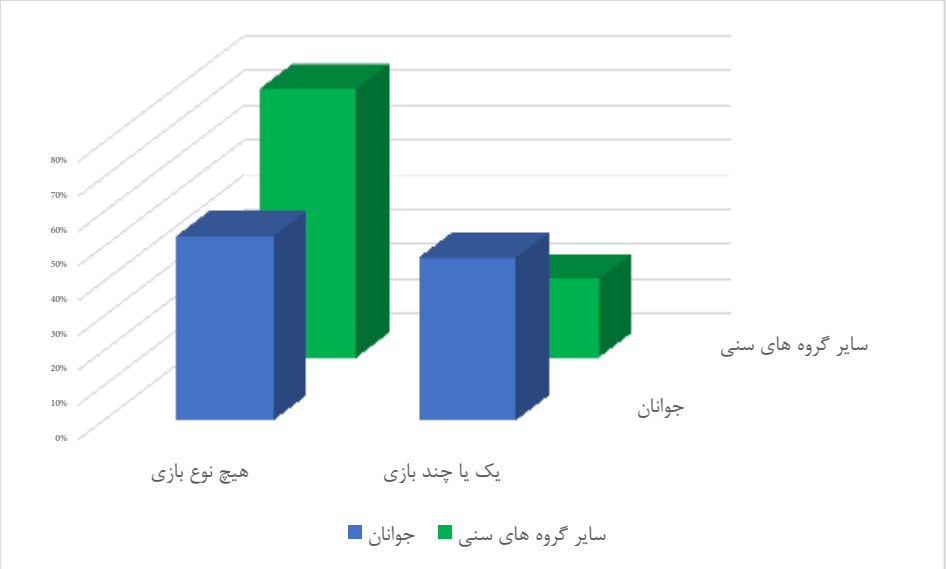
در مورد بازی کردن، از پاسخگویان پرسش به عمل آمد و بررسی شد که چه میزان از آنها اساساً بازی می کنند. نتایج به صورت زیر است:

جدول ۱۵- ۱. بازی کردن

معمولا با کدام یک از بازی‌های زیر خود را سرگرم می‌کنید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
هیچ نوع بازی	٪۵۳,۱	٪۷۷,۳	٪٦۷,٤
یک یا چند بازی	٪٤٦,۹	٪۲۲,۷	٪۳۲,٦
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب فی	۰,۲٥٤-	معناداری	۰,۰۰۰

۴۶,۹ درصد از جوانان اظهار کرده اند که با یک یا چند نوع بازی، خود را سرگرم می کنند. این موضوع در سایر گروه های سنی به میزان ۲۲,۷ درصد اعلام شده است. لذا جوانان به میزان ۲۴,۲ درصد بیشتر از سایر گروه های سنی بازی می کنند. تفاوت درصد افرادی که بازی می کنند، بین جوانان و سایر گروه های سنی از نظر آماری معنادار است.

نمودار ۱۵- ۱. بازی کردن



درخصوص نوع بازی های مورد علاقه، از پاسخگویان پرسیده شد «معمولا با کدام یک از بازی‌های زیر خود را سرگرم می‌کنید؟». وضعیت بازی های مورد علاقه در جدول زیر آورده شده است.

جدول ۱۵- ۲. انواع بازی ها

انواع بازیها		جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
پانتومیم	تعداد	۸۷	۵۸	۱٤٥
	درصد	٪۳٦,۰	٪۳۳,۷	٪۳٥,۰
اسم فامیل	تعداد	٦۱	٥۰	۱۱۱
	درصد	٪۲٥,۲	٪۲۹,۱	٪۲٦,۸
بازی های فکری	تعداد	۳۰	۲۱	٥۱
	درصد	٪۱۲,٤	٪۱۲,۲	٪۱۲,۳
قایم موشک	تعداد	۲۳	۱٦	۳۹
	درصد	٪۹,٥	٪۹,۳	٪۹,٤
منچ	تعداد	۱۷	۱۳	۳۰
	درصد	٪۷,۰	٪۷,٦	٪۷,۲
گل یا پوچ	تعداد	۱٤	۱۷	۳۱
	درصد	٪٥,۸	٪۹,۹	٪۷,٥
مافیا	تعداد	۱٦	٤	۲۰
	درصد	٪٦,٦	٪۲,۳	٪٤,۸
بازی های محلی	تعداد	۹	۸	۱۷
	درصد	٪۳,۷	٪٤,۷	٪٤,۱
وسطی	تعداد	۸	۷	۱٥
	درصد	٪۳,۳	٪٤,۱	٪۳,٦
فوتبال	تعداد	۱۰	٥	۱٥
	درصد	٪٤,۱	٪۲,۹	٪۳,٦
مجموع	تعداد	۲٤۲	۱۷۲	٤۱٤

۳٦,۰ درصد از جوانانپانتومیم بازی می کنند. ۲٥,۲ درصد از ایشان اسم فامیل، ۱۲,۴ درصد از ایشان بازی های فکری، ۹,٥ درصد از ایشان قایم موشک، ۷,۰ درصد از ایشان منچ، ٥,۸ درصد از ایشان گل یا پوچ، ٦,٦ درصد از ایشان مافیا، ۳,۷ درصد از ایشان بازی های محلی، ۳,۳ درصد از ایشان وسطی، ۴,۱ درصد از ایشان فوتبال بازی می کنند.

بیشترین بازی مورد علاقه جوانان، با ۳۶,۰ درصد، پانتومیم است که مشابه با بازی مورد علاقه سایر گروه های سنی می باشد.سایر گروه های سنی نیز بیشتر پانتومیم بازی می کنند.

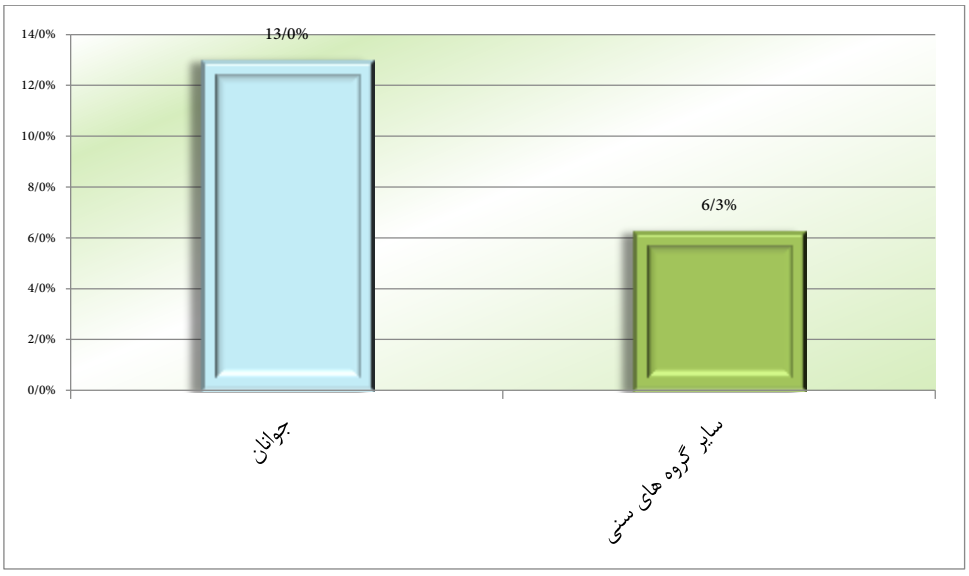
پرسیده شد «برای این بازی‌ها به کلوپ و مراکزی خارج از منزل هم مراجعه می‌کنید؟». فراوانی پاسخ ها به صورت زیر است:

جدول ۱۵- ۳. به کلوپ و مراکزی خارج از منزل برای بازی

برای این بازی‌ها به کلوپ و مراکزی خارج از منزل هم مراجعه می‌کنید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
بلی	٪۱۳,۰	٪٦,۳	٪۱۰,۲
خیر	٪۸۷,۰	٪۹۳,۷	٪۸۹,۸
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب فی	۰,۱۱۰	معناداری	۰,۰۱٦

۱۳,۰ درصد از جوانان اظهار کرده اند که برای بازی کردن به کلوپ و مراکزی خارج از منزل هم مراجعه می‌کنند. این موضوع در سایر گروه های سنی به میزان ۶,۳ درصد اعلام شده است. لذا جوانان به میزان ۶,۷ درصد، بیشتر از سایر گروه های سنی برای بازی‌ها به کلوپ و مراکزی خارج از منزل هم مراجعه می‌کنند. تفاوت میزان مراجعه به کلوپ و مراکزی خارج از منزل برای بازی کردن، میان جوانان و سایر گروه های سنی از نظر آماری معنادار است.

نمودار ۱۵- ۲. به کلوپ و مراکزی خارج از منزل برای بازی



پرسیده شد «معمولا با چه بازی دیگری خود را سرگرم می‌کنید؟». پاسخ ها در ادامه بررسی می شود.

جدول ۱۵- ٤. ساعات بازی با کنسول در هفته

معمولا چند ساعت در هفته خود را با کنسول‌های بازی (از جمله ایکس باکس/پلی استیشن و...) سرگرم می‌کنید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
تعداد	۳۸۰	۱۹۵	۵۷۵
میانگین	۳,۵۸	۳,۳٦	۳,۵۱
انحراف معیار	۵,۸۵	۳,۸۹	۵,۲۷
ضریب T	۰,٤۸۵	معناداری	۰,٦۲۸

میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف کنسول‌های بازی (از جمله ایکس باکس/پلی استیشن و...) می کنند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.

جدول ۱۵- ۵. ساعات بازی با کامپیوتر، تبلت و تلفن همراه در هفته

معمولا چند ساعت در هفته خود را با بازی‌های کامپیوتر، تبلت و تلفن همراه سرگرم می‌کنید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
تعداد	۱۷۹۷	۹۳۳	۲۷۳۰
میانگین	۳,۵٦	۳,۵۳	۳,۵۵
انحراف معیار	٤,۸۲	۵,۰۸	٤,۹۱
ضریب T	۰,۱۷۸	معناداری	۰,۸۵۹

میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف بازی‌های کامپیوتر، تبلت و تلفن همراه می کنند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.

جدول ۱۵- ۶. ساعات بازی شطرنج در هفته

معمولا چند ساعت در هفته خود را با بازی شطرنج سرگرم می‌کنید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
تعداد	۵۳۱	۵۰۲	۱۰۳۳
میانگین	۲,۲۰	۲,۳۸	۲,۲۹
انحراف معیار	۳,٦۵	۳,٦۵	۳,٦۵
ضریب T	-۰,۷۷۹	معناداری	۰,٤۳٦

میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف بازی شطرنج می کنند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.

جدول ۱۵- ۷. ساعات بازی با کارت‌های بازی بزرگسالان (پاسور) در هفته

معمولا چند ساعت در هفته خود را با انواع کارت‌های بازی بزرگسالان (پاسور) سرگرم می‌کنید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
تعداد	۸۵۸	۵۱۰	۱۳٦۸
میانگین	۲,٤٤	۲,٤۳	۲,٤۳
انحراف معیار	۳,۰٤	۳,٤۹	۳,۲۱
ضریب T	۰,۰٦٤	معناداری	۰,۹٤۹

میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف کارت‌های بازی بزرگسالان (پاسور) می کنند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.

جدول ۱۵- ۸. ساعات بازی با انواع کارت‌ها و اسباب بازی کودکان در هفته

معمولا چند ساعت در هفته خود را با انواع کارت‌ها و اسباب بازی کودکان سرگرم می‌کنید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
تعداد	۱٦۱	۱۳٤	۲۹۵
میانگین	۳,٦۹	۲,۱۳	۲,۹۸
انحراف معیار	٤,۷۹	۱,۷٦	۳,۸۱
ضریب T	۳,۸۲۰	معناداری	۰,۰۰۰

میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف انواع کارت‌ها و اسباب بازی کودکان می کنند به طور معناداری بیشتر از سایر گروه های سنی می باشد.

جدول ۱۵- ۹. ساعات بازی با لگو و پازل در هفته

معمولا چند ساعت در هفته خود را با بازی لگو و پازل سرگرم می‌کنید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
تعداد	۱۵٦	۱۱٤	۲۷۰
میانگین	۲,۵۳	۲,٤٤	۲,٤۹
انحراف معیار	٤,۸٦	٤,۱۹	٤,۵۸
ضریب T	۰,۱۵٤	معناداری	۰,۸۷۸

میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف بازی لوگو و پازل می کنند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.

جدول ۱۵- ۱۰. ساعات بازی با تخته نرد در هفته

معمولا چند ساعت در هفته خود را با تخته نرد سرگرم می‌کنید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
تعداد	٤۱۲	۳۰۷	۷۱۹
میانگین	۲,۸۰	۲,٤۰	۲,٦۳
انحراف معیار	٤,۵۱	۳,۰۲	۳,۹۵
ضریب T	۱,۳۹٤	معناداری	۰,۱٦٤

میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف تخته نرد می کنند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.

جدول ۱۵- ۱۱. ساعات بازی با فوتبال دستی در هفته

معمولا چند ساعت در هفته خود را با فوتبال دستی سرگرم می‌کنید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
تعداد	۳۱۷	۲۸٦	٦۰۳
میانگین	۲,۳۷	۲,۱۷	۲,۲۷
انحراف معیار	۳,۷٤	۳,٦۹	۳,۷۱
ضریب T	۰,٦٤۳	معناداری	۰,۵۲۱

میانگین ساعاتی که جوانان در طول هفته صرف فوتبال دستی می کنند تقریباً برابر با سایر گروه های سنی می باشد.

میانگین ساعات صرف شده توسط جوانان برای هریک از بازی های نام برده شده، در جدول زیر مقایسه شده است.

جدول ۱۵- ۱۲. میانگین ساعات صرف شده برای هریک از بازی ها

بازی ها	میانگین ساعات در هفته
کنسول‌های بازی (از جمله ایکس باکس/پلی استیشن و...)	۳,۵۸
بازی‌های کامپیوتر، تبلت و تلفن همراه	۳,۵٦
شطرنج	۲,۲۰
کارت‌های بازی بزرگسالان (پاسور)	۲,٤٤
کارت‌ها و اسباب بازی کودکان	۳,٦۹
بازی لوگو و پازل	۲,۵۳
تخته نرد	۲,۸۰
فوتبال دستی	۲,۳۷

بیشترین میانگین ساعات بازی کردن در بین بازی ها، با **۳,۶۹** ساعت، مربوط به کارت‌ها و اسباب بازی کودکان است و کمترین زمان را با **۲,۲۰**ساعت، شطرنج دارد.

فصل شانزدهم: سفر به مناطق کشور

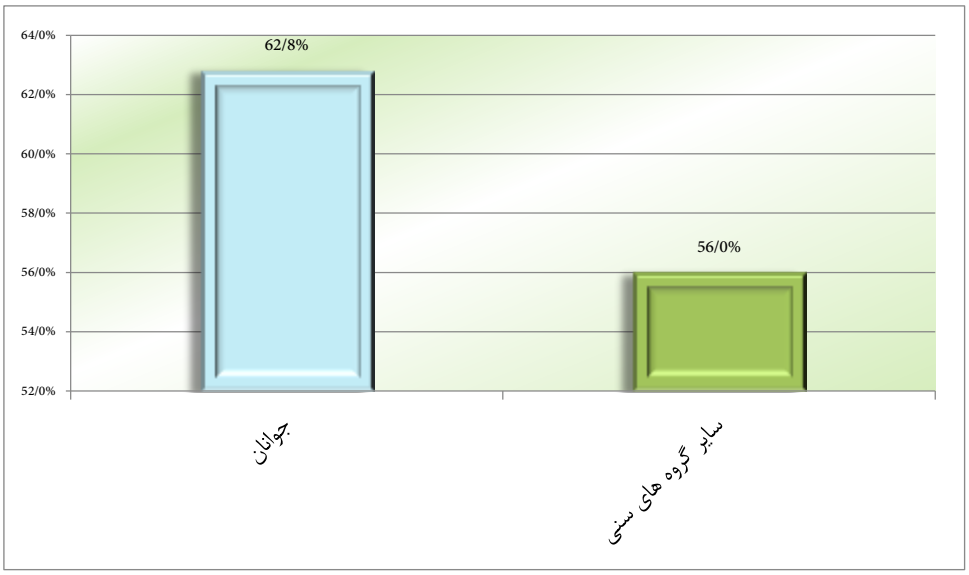
پرسیده شد «در سال گذشته جهت تفریح، زیارت یا دیدن اقوام و آشنایان به سفر رفته‌اید؟». فراوانی پاسخ ها به صورت زیر است:

جدول ۱۶- ۱. سفر در سال گذشته جهت تفریح، زیارت یا دیدن اقوام و آشنایان

در سال گذشته جهت تفریح، زیارت یا دیدن اقوام و آشنایان به سفر رفته‌اید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
بلی	٪۶۲٫۸	٪۵۶٫۰	٪۵۸٫۸
خیر	٪۳۷٫۲	٪۴۴٫۰	٪۴۱٫۲
مجموع	٪۱۰۰٫۰	٪۱۰۰٫۰	٪۱۰۰٫۰
ضریب فی	۰٫۰۶۸	معناداری	۰٫۰۰۰

۶۲٫۸ درصد از جوانان اظهار کرده اند که در سال گذشته جهت تفریح، زیارت یا دیدن اقوام و آشنایان به سفر رفته‌اند. این موضوع در سایر گروه های سنی به میزان ۵۶٫۰ درصد اعلام شده است. لذا جوانان به میزان ۶٫۸ درصد، بیشتر از سایر گروه های سنی بدر سال گذشته جهت تفریح، زیارت یا دیدن اقوام و آشنایان به سفر رفته‌اند. تفاوت میزان سفر برای دیدار اقوام و آشنایان، زیارت یا تفریح، بین جوانان و سایر گروه های سنی از نظر آماری معنادار است.

نمودار ۱۶- ۱. سفر در سال گذشته جهت تفریح، زیارت یا دیدن اقوام و آشنایان



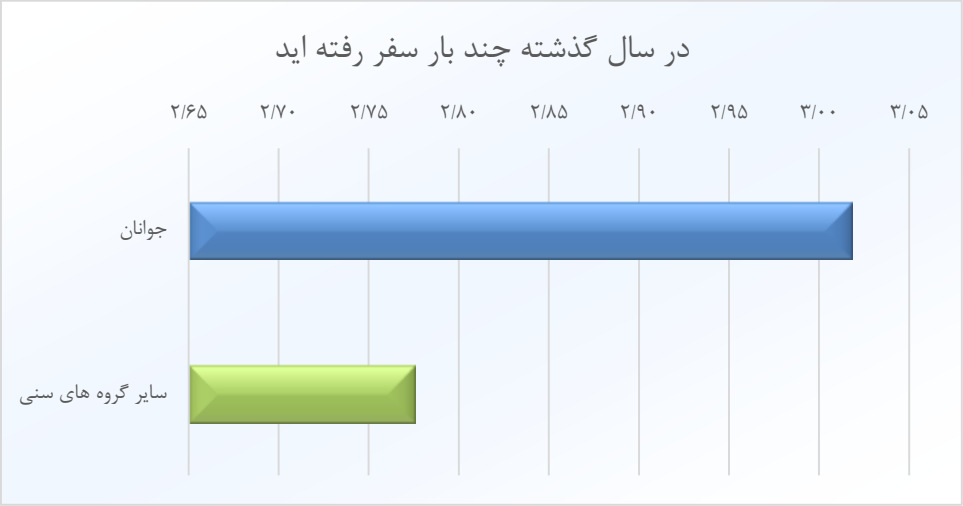
پرسیده شد «در سال گذشته چند بار سفر رفته اید؟». وضعیت پاسخ ها به این پرسش به قرار زیر است:

جدول ۱۶- ۲. دفعات سفر در سال گذشته

در سال گذشته چند بار سفر رفته اید	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
یکبار	٪۳۷,۷	٪٤۱,۸	٪٤۰,۰
دوبار	٪۲٦,۷	٪۲٦,۸	٪۲٦,۸
سه بار و بیشتر	٪۳٥,٦	٪۳۱,٤	٪۳۳,۲
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
تعداد	۳۸۱۲	٤۹۷۹	۸۷۹۱
میانگین	۳,۰۲	۲,۷۸	۲,۸۸
انحراف معیار	٤,۰٥	٤,۱۰	٤,۰۸
ضریب T	۲,۷٦۸	معناداری	۰,۰۰٦

بر اساس یافته ها، **۳۷,۷** درصد از جوانان، یکبار در سال گذشته سفر رفته اند. دفعات سفر در سال گذشته، در **۲٦,۷** درصد از آنان دوبارو در **۳٥,٦** درصد از آنان سه بار و بیشتر می باشد.میانگین ساعاتی که جوانان در سال گذشته به سفر رفته اند به طور معناداری بیشتر از سایر گروه های سنی می باشد.

نمودار ۱۶- ۲. دفعات سفر در سال گذشته



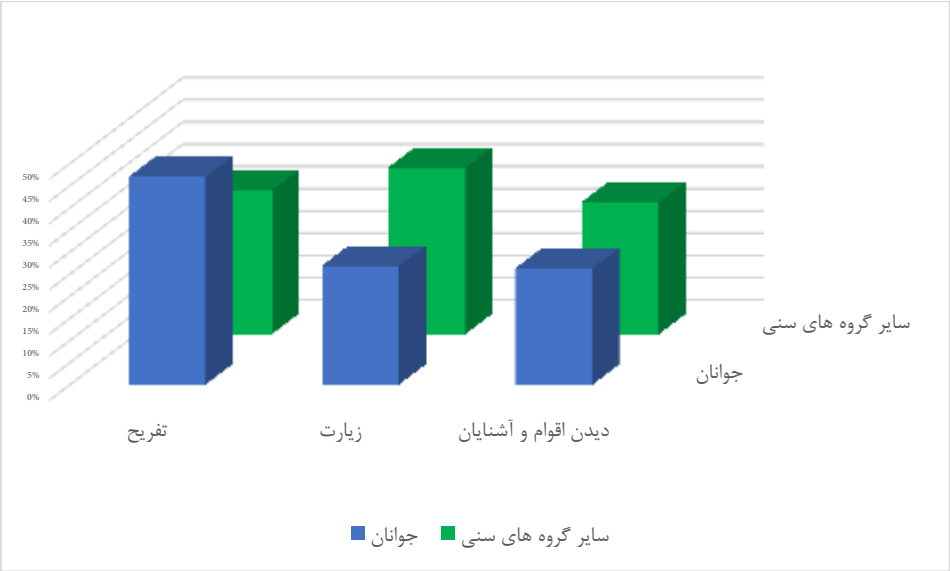
پرسیده شد «سفرها در یک سال گذشته بیشتر به چه منظوری بوده است؟». وضعیت پاسخ ها به این پرسش به قرار زیر است:

جدول ۱۶- ۳. مقصود از سفر

سفرها در یک سال گذشته بیشتر به چه منظوری بوده است	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
تفریح	٪٤٦,٩	٪۳۲,۵	٪۳۸,۷
زیارت	٪۲٦,۸	٪۳۷,۷	٪۳۳,۰
دیدن اقوام و آشنایان	٪۲٦,۳	٪۲۹,۹	٪۲۸,۳
مجموع	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰	٪۱۰۰,۰
ضریب کرامر	۰,۱۵۲	معناداری	۰,۰۰۰

بر اساس یافته ها، سفرهای یک سال گذشته در **۴۶,۹** درصد از جوانان، به منظور تفریح بوده است. دلیل سفر در **۲۶,۸** درصد، زیارتو در **۲۶,۳** درصد، دیدن اقوام و آشنایان عنوان شده است. با مقایسه دو گروه می توان دریافت که جوانان بیشتر از سایر گروه های سنی به دلیل تفریح به سفر می روند. تفاوت میان دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی از نظر آماری معنادار است.

نمودار ۱۶- ۳. مقصود از سفر



از مقصد مسافرت پرسش شد. مهم ترین مقاصد سفر به قرار زیر می باشد.

جدول ۱۶- ٤. مقصد سفر

این مسافرت در یک سال گذشته به چه مقصدی(شهر،آبادی، کشور) بوده است	جوانان	سایر گروه های سنی	کل جامعه آماری
مشهد	٪٤٠,٣	٪٤٦,٦	٪٤٤,٠
آبادی و شهرهای حومه	٪١٣,٦	٪١٣,٥	٪١٣,٦
شمال	٪١٤,٦	٪٨,٨	٪١١,٢
تهران	٪١١,٣	٪١٠,٧	٪١١,٠
شیراز	٪٩,٤	٪٦,٦	٪٧,٨
اصفهان	٪٥,٢	٪٤,٢	٪٤,٧
کربلا	٪٢,١	٪٥,٣	٪٣,٩
قم	٪٣,٤	٪٤,٣	٪٣,٩
ضریب کرامر	٠,١٣٨	معناداری	٠,٠٠٠

۴۰,۳ درصد از جوانان مشهد را به عنوان مقصد اصلی سفر خود در سال گذشته ذکر کرده اند.**۱۳,۶** درصد از ایشان، آبادی و شهرهای حومه، **۱۴,۶** درصد شمال، **۱۱,۳** درصد تهران، **۹,۴** درصد شیراز، **۵,۲** درصد اصفهان، **۲,۱** درصد کربلا و **۳,۴** درصد قم را به عنوان مقصد اصلی سفر خود در سال گذشته ذکر کرده اند.دو گروه جوانان و سایر گروه های سنی، رفتار متفاوتی از این نظر نشان می دهند.