



رفتار فرهنگی مردم ایران در سال ۱۳۹۶

«طرح آمارگیری از فرهنگ رفتاری خانوار» که در سال ۱۳۹۶ به وسیله مرکز آمار ایران اجرا شده است به بررسی الگوی رفتاری افراد ۱۵ساله و بیشتر عضو خانوار در نقاط شهری و روستایی پرداخته. این طرح ضمن بیان سرانته مطالعه، به وضعیت تماشای تلویزیون، سینما رفتن، عضویت در شبکه‌های اجتماعی، ورزش و چگونگی انتخاب پوشاک می‌پردازد.

طرح آمارگیری از فعالیت‌های فرهنگی خانوار در سال ۱۳۹۶ با عنوان «طرح آمارگیری از فرهنگ رفتاری خانوار» اجرا شد. در این طرح اطلاعات تفصیلی درباره فعالیت‌های فرهنگی و ویژگی‌های رفتاری اعضای خانوارهای کشور طی یک مرحله کار میدانی گردآوری شده است که به بررسی الگوی رفتاری افراد ۱۵ساله و بیشتر عضو خانوار در نقاط شهری و روستایی براساس اظهارات آن‌ها می‌پردازد. زمان آمارگیری برای این طرح پاییز ۱۳۹۶ بوده است.

نتایج نشان داد که حدود ۵۸.۲ درصد افراد ۱۵ساله و بیشتر باسواد، در یک سال قبل از زمان آمارگیری در سال ۱۳۹۶، مطالعه کتاب غیردرسی داشته‌اند. حدود ۴۱.۸ درصد مطالعه کتاب غیردرسی نداشته‌اند. سرانته مطالعه کتاب غیردرسی در این سال ۷ ساعت و ۴۱ دقیقه در ماه بوده است. ۲۹.۹ درصد از افراد ۱۵ساله و بیشتر باسواد در ماه قبل از آمارگیری روزنامه مطالعه کرده‌اند و ۷۰.۱ درصد مطالعه روزنامه نداشته‌اند. سرانته زمان مطالعه روزنامه، ساعت و ۲۶ دقیقه در ماه بوده است.

وضعیت عضویت در شبکه‌های اجتماعی به این صورت بود که ۵۳ درصد از افراد در سال ۱۳۹۶ عضو شبکه‌های اجتماعی بوده و ۴۷ درصد عضو این شبکه نبوده‌اند. به طور متوسط هر فرد ۱۵ساله و بیشتر در روز ساعت و ۴ دقیقه در شبکه‌های اجتماعی حضور داشته است.

وضعیت رفتن به سینما در این سال به این صورت بود که حدود ۱۸.۹ درصد از افراد ۱۵ساله و بیشتر در سال گذشته به سینما رفته و ۸۱.۱ درصد از افراد ۱۵ساله و بیشتر سینما نرفته‌اند.

در سال ۱۳۹۶ حدود ۵۱.۱ درصد افراد ۱۵ساله و بیشتر اظهار نموده‌اند که ورزش می‌کنند. در مقابل حدود ۴۸.۹ درصد بیان کرده‌اند که ورزش نمی‌کنند.

نتایج بیانگر آن است که ۹۱.۴ درصد افراد ۱۵ساله و بیشتر برنامه‌های سیمای جمهوری اسلامی ایران را تماشا کرده‌اند. ۹۹.۵ درصد افراد مخاطبان تلویزیون در روزهای غیرتعطیل به تماشای سیمای جمهوری اسلامی ایران پرداخته‌اند و در روزهای تعطیل افراد تماشاکننده سیمای جمهوری اسلامی ایران به ۹۴ درصد مخاطبان کاهش می‌یابد. هر فرد ۱۵ساله و بیشتر در روز ۴ ساعت و ۵۲ دقیقه وقت خود را به تماشای برنامه‌های سیمای جمهوری اسلامی ایران اختصاص داده است.

اولویت ۳۴.۴ درصد از افراد در خرید پوشاک، پوشاک تولید داخل و ۷.۶ درصد پوشاک خارجی بوده است. برای ۵۸ درصد افراد نیز اولویت خاص بین پوشاک داخلی و خارجی وجود ندارد. ۸۱.۵ درصد از افراد گفته‌اند که پوشاک خود را باتوجه به ویتترین فروشگاه‌های پوشاک انتخاب می‌کنند. ۱.۳ درصد براساس تبلیغات محیطی، ۷ درصد

براساس پیشنهاد دوستان و نزدیکان، ۶.۲ درصد مطابق مد در جامعه، ۰.۲ درصد براساس مشاهده برنامه‌های سیمای جمهوری اسلامی ایران، ۰.۷ درصد با توجه به شبکه‌های اجتماعی و ۰.۱ درصد براساس برنامه‌های ماهواره‌ای پوشاک خود را انتخاب می‌کنند.

نتایج طرح حاکی از این است که در سال ۱۳۹۶، ۷۸.۹ درصد افراد در هفته شیر مصرف کرده‌اند. این درصد برای نوسابه ۵۴.۸ درصد بوده است. حدود ۹۸.۴ درصد افراد در این سال در هفته میوه مصرف کرده‌اند. حدود ۲۴ درصد از افراد ۱۵ ساله و بیشتر در سال ۱۳۹۶ در ماه ماهی مصرف نکرده‌اند. در حالی که ۴۸ درصد از فست‌فود و ۴۱ درصد غذای بیرون از منزل مصرف کرده بودند.

نتایج این طرح نشان داده است که مهم‌ترین معضل ازدواج جوانان را نداشتن شغل دائم با ۶۴.۵ درصد و پس از آن بیکاری فرد با ۶۳.۹ درصد و سپس مشکل تهیه مسکن با ۵۰.۶ درصد دانسته‌اند.

توضیح: عنوان نامگذاری شده توسط مرکز آمار ایران برای این طرح یعنی «فرهنگ رفتاری» از نظر مفهومی مصطلح نیست؛ به همین دلیل در تیتراژ مطلب حاضر به «رفتار فرهنگی» اصلاح شده است.