



یافته‌های پیمایش ملی خانواده (سال ۱۳۹۷)

وضعیت مصرف رسانه‌ای و اوقات فراغت خانواده‌های ایرانی

پیمایش ملی خانواده در سال ۱۳۹۷ توسط جهاد دانشگاهی واحد البرز در کشور اجرا شده است. مدیران علمی طرح ایرج فیضی و مرضیه ابراهیمی بوده‌اند. نظارت علمی این طرح را نیز سعید معیدفر و سوسن باستانی بر عهده داشته‌اند. موضوع محوری این گزارش ابعاد مختلف مصرف رسانه، شبکه‌های مجازی و چگونگی گذران اوقات فراغت در خانوارهای ایرانی است. گسترش اینترنت تا حد زیادی فرصت‌های پیش روی خانوارها و شهروندان را در حوزه رسانه و اوقات فراغت متحول ساخته و تا حدودی این تغییرات را می‌توان در این نظرسنجی مشاهده کرد.

روش‌شناسی پژوهش

جامعه آماری این طرح، مجموع افراد بالای ۱۵ سال خانوارهای معمولی ساکن در مناطق شهری کل کشور است. نمونه‌گیری این طرح به‌گونه‌ای طراحی شده است که ارائه اطلاعات و تحلیل‌ها در سه سطح شهرهای مرکز استان (۳۱ شهر)، مجموعه سایر شهرهای کشور (به جز ۳۱ شهر مرکز استان) و مجموعه کل شهرهای کشور امکان‌پذیر باشد.

برای دستیابی به اهداف این طرح از روش نمونه‌گیری دومرحله‌ای استفاده شده است. کار جمع‌آوری اطلاعات در اوایل خرداد ۱۳۹۷ آغاز شد و پس از حدود دو ماه در اوایل مرداد به اتمام رسید. حجم نمونه ۵۰۰۴ نفر بود اما به چند دلیل تعداد ۳۲ مورد پرسشنامه اضافه تکمیل شد و تعداد پرسشنامه‌های تکمیل‌شده به ۵۰۳۶ مورد افزایش پیدا کرد.

یافته‌های پژوهش

مهم‌ترین یافته‌های پژوهش در بحث مصرف رسانه، شبکه‌های مجازی و اوقات فراغت به‌قرار زیر است:

مصرف رسانه: نتایج نظرسنجی نشان می‌دهد که در بحث مصرف رسانه، تفاوت جدی میان رسانه ملی و ماهواره وجود دارد. در واقع مطابق با نتایج این نظرسنجی میزان استفاده از رسانه ملی و تلویزیون به‌صورت چشم‌گیری از ماهواره بیشتر است. درحالی‌که ۱۱.۵ درصد از پاسخگویان تأکید کرده‌اند که به‌هیچ‌وجه از تلویزیون استفاده نمی‌کنند، بیش از ۶۰ درصد اعلام نموده‌اند که از ماهواره استفاده نمی‌کنند که بسیار بیشتر از رسانه رقیب یعنی صداوسیما است. تفاوت میان افرادی که به این دو پرسش پاسخ نداده‌اند نیز نشانه دیگری در جهت تحلیل درست داده‌ها می‌تواند باشد. درحالی‌که حدود ۲ درصد مردم پرسش درباره میزان استفاده از تلویزیون را بی‌پاسخ گذاشته‌اند، بیش از ۹ درصد این اقدام را در مواجهه با بحث ماهواره انجام داده‌اند. حجم چند برابری عدم پاسخ‌دهی به پرسشی به‌ظاهر یکسان نشان از محافظه‌کاری دارد و شاید داده‌های مربوط به عدم استفاده پاسخگویان از ماهواره را بتوان بر این مبنا تفسیر و تحلیل نمود. در بحث استفاده از رسانه‌ها برای کسب اطلاعات و مطلع شدن از اخبار نیز نتایج این پیمایش نشان‌دهنده آن است که تلویزیون داخلی با بیش از ۶۳ درصد، مهم‌ترین و عمده‌ترین منبع اطلاعات و اخبار خانوارهای ایرانی محسوب می‌شود.

جدول ۱: میزان متوسط استفاده از تلویزیون داخلی در طول شبانه‌روز

میزان

درصد معتبر

صفر

۱۱.۵

تا ۱ ساعت

۲۱

۱.۱ تا ۳ ساعت

۲۳.۶

۲.۱ تا ۳ ساعت

۱۵.۹

۳.۱ تا ۵ ساعت

۱۷.۲

۵ ساعت به بالا

۱۰.۸

بدون پاسخ

۲.۰۶

جدول ۲: میزان متوسط استفاده از ماهواره در طول شبانه‌روز

میزان ساعت

درصد معتبر

صفر

۶۵.۹

تا ۲ ساعت

۲۲.۹

۳ ساعت و بیشتر

۱۶.۲

بدون پاسخ

۹.۴

جدول ۳: وضعیت پاسخگویان در رابطه با طریقه مطلع شدن از اخبار کشور

رسانه

درصد معتبر

رادیو داخلی

۲.۶

تلویزیون داخلی

۶۳.۸

روزنامه‌ها و مجلات

۵.۹

سایت‌های اینترنت

۴.۸

رادیوهای خارجی

۰.۴

ماهواره

۶.۵

گفتگو با دیگران

۸.۴

شبکه‌های مجازی

۱۱.۹

سایر

۰.۶

بدون پاسخ

۰.۶۶

جمع کل

۱۰۰

میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی و تأثیرگذاری آن: نتایج پژوهش نشان می‌دهد که بیش از ۵۶ درصد مردم از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند. بیش از ۱۴ درصد پاسخگویان تأثیرگذاری شبکه‌های اجتماعی بر زندگی خود را زیاد و خیلی زیاد ارزیابی می‌کنند. بیش از ۹ درصد نیز این تأثیرگذاری را تا حدود زیاد و خیلی زیادی باعث اختلال در زندگی خود می‌دانند. درباره منابع کسب خبر نیز باید گفت که به‌رغم تنوع منابع خبری و گسترش فرصت‌های پیش‌رو در این زمینه، نتایج نظرسنجی حاکی از آن است که هنوز صداوسیما مهم‌ترین و عمده‌ترین منبع خبری جامعه بیش از ۶۶ درصد جامعه محسوب می‌شود.

جدول ۴: وضعیت پاسخگویان در استفاده از شبکه‌های مجازی

درصد معتبر

بله

۵۶.۵

خیر

۴۳.۵

بدون پاسخ

۰.۲۴

جدول ۵: میزان متوسط استفاده از شبکه‌های مجازی در طول شبانه‌روز

درصد معتبر

تا ۱ ساعت

۳۹.۱

تا ۳ ساعت

۳۵.۶

تا ۵ ساعت

۱۴.۶

بیشتر از ۵ ساعت

۱۰.۸

جمع کل

۱۰۰

جدول ۶: میزان تأثیرگذاری و ایجاد اختلال شبکه‌های اجتماعی در زندگی

اصلاً

بسیار کم

کم

متوسط

زیاد

خیلی زیاد

میزان تأثیرگذاری شبکه‌های اجتماعی در زندگی

۳۵.۳

۱۴.۱

۱۸.۶

۱۸

۹.۳

۴.۸

میزان ایجاد اختلال شبکه‌های اجتماعی در زندگی

۴۹.۸

۱۳.۵

۱۷.۳

۱۰.۲

۳.۶

۲.۶

اوقات فراغت: نتایج نظرسنجی نشان می‌دهد که عمده مردم اوقات فراغت خود را با خانواده می‌گذرانند. اعضای خانواده با حدود ۷۵ درصد و دوستان ۱۱ درصد افرادی هستند که پاسخگویان به صورت عمده اوقات فراغت خود را با ایشان می‌گذرانند.

جدول ۷: وضعیت پاسخگویان درگذران اوقات فراغت

درصد معتبر

اعضای خانواده

۷۵.۷

اقوام و فامیل

۳.۷

دوستان

۱۱.۲

همکاران

۱.۵

همسایگان

۰.۹

به‌تنهایی

۴.۴

شبکه‌های مجازی

۲.۳

سایر

۰.۴

بدون پاسخ

۰.۱۸

