



گزارش نظرسنجی

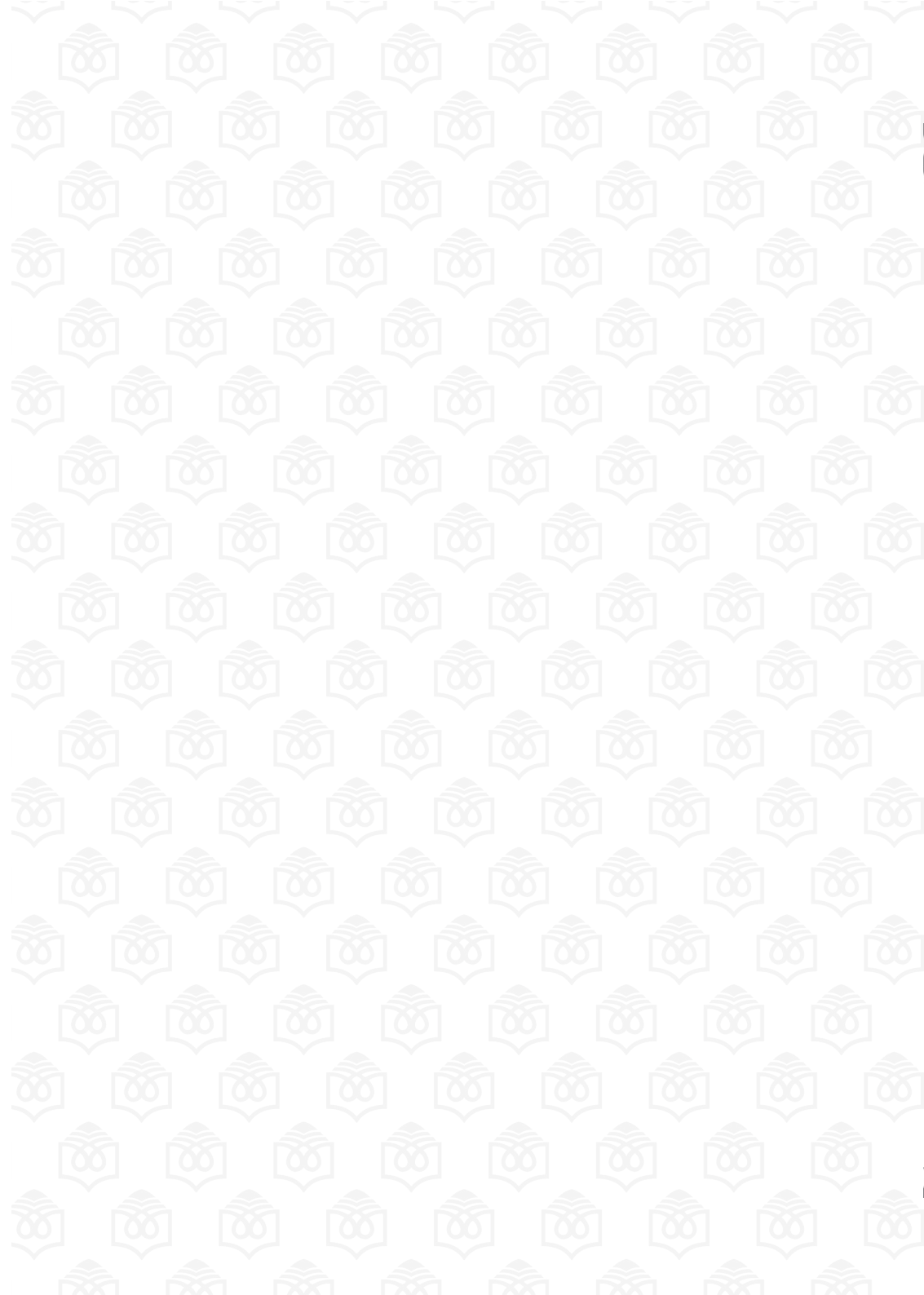
## اوقات فراغت در دوران کرونا (مطالعه کشوری)

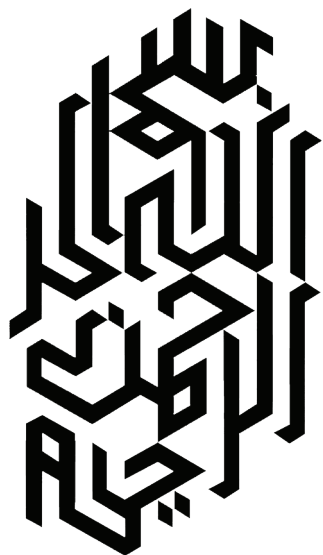
گروه افکارسنجی و مطالعات افکار عمومی دفتر طرح های ملی  
پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات



# گذران اوقات فراغت در دوران کرونا (مطالعه کشوری)

گروه افکارسنجی دفتر طرح های ملی  
پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات





**گزارش نظرسنجی  
گذران اوقات فراغت در دوران کرونا  
(مطالعه کشوری)**

مجری طرح: گروه افکارسنجی دفتر طرح‌های  
ملی پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

زمان اجرا: بهمن ماه ۱۳۹۹

## فهرست مطالب

۱	مهم‌ترین یافته‌های نظرسنجی
۵	۱- مقدمه
۷	۲- مشخصات پاسخگویان
۹	۳- یافته‌های نظرسنجی
۹	۳-۱- مدت زمان اوقات فراغت
۱۰	۳-۲- گذران اوقات فراغت با افراد مختلف
۱۲	۳-۳- گذران اوقات فراغت در ایام خودقرنطینگی
۱۴	۳-۴- تماشای فیلم
۱۷	۳-۵- مطالعه کتاب
۱۹	۳-۶- استفاده از ماهواره
۲۲	۳-۷- میهمانی رفتن
۲۶	۳-۸- فعالیت در شبکه‌های اجتماعی
۲۹	۳-۹- سفر رفتن
۳۳	۳-۱۰- تماشای تلویزیون
۳۷	۳-۱۱- گوش دادن به موسیقی
۴۰	۳-۱۲- خواندن روزنامه یا مجله
۴۳	۳-۱۳- شرکت در کلاس‌های هنری و ورزشی
۴۶	۳-۱۴- ورزش کردن

## مهم ترین یافته های نظرسنجی

بیشترین میزان فراوانی اوقات فراغت پاسخگویان در روزهای غیرتعطیل هفته ۶ ساعت (۳۸,۷ درصد پاسخگویان) و در روزهای تعطیل هفته نیز بیشتر از ۶ ساعت (۴۱,۶ درصد پاسخگویان) می باشد.

۸۰,۱ درصد پاسخگویان اعلام کرده اند بیشتر با اعضای خانواده شان، زمان فراغت خود را سپری می کنند.

۴۱ درصد افراد از طریق فعالیت در شبکه های اجتماعی مجازی اوقات فراغت خود در ایام کرونایی را پُر می کنند و با اختلاف اندکی ۴۰,۱ درصد پاسخگویان نیز با تماشای برنامه های تلویزیون اوقات اضافی خود را سپری کرده اند.

۵۴,۳ درصد پاسخگویان اعلام کرده اند در مدت شیوع کرونا فیلم سینمایی دیده اند. دانلود از سایت های اینترنتی و تلگرام، سایت هایی نظیر فیلمو و شبکه های ماهواره ای از مهم ترین راه های تماشای فیلم این دسته از پاسخگویان بوده است.

در بین پاسخگوانی که اعلام کرده اند برای گذراندن اوقات فراغتشان در ایام کرونایی فیلم سینمایی می بینند؛ ۵۳,۶ درصد آنان مصرف فیلم های سینمایی شان نسبت به قبل از شیوع کرونا بیشتر شده است.

۴۴,۸ درصد پاسخگویان اعلام کرده اند در این ایام برای گذران فراغت خود، به مطالعه کتاب پرداخته اند؛ در بین این افراد ۷۹ درصد از کتاب چاپی، ۱۷,۳ درصد از کتاب الکترونیک و ۳,۱ درصد از کتاب گویا استفاده می کنند.

۴۵,۲ درصد پاسخگوانی که اعلام کرده اند برای گذراندن اوقات فراغتشان در ایام کرونایی مطالعه می کنند نسبت به قبل از کرونا بیشتر کتاب می خوانند.

۲۶٫۸ درصد پاسخگویان اعلام کرده‌اند برای سپری کردن اوقات فراغت خود در ایام کرونا برنامه‌های ماهواره‌ای را تماشا می‌کنند. ۵۱٫۳ درصد این دسته از پاسخگویان فیلم و سریال، ۲۹٫۴ درصد برنامه‌های خبری و ۷٫۸ درصد مستندهای پخش شده از شبکه‌های ماهواره‌ای را می‌بینند.

۳۹٫۲ درصد پاسخگوییانی که برای سپری کردن اوقات فراغت خود برنامه‌های ماهواره‌ای را تماشا می‌کنند، نسبت به قبل از شیوع کرونا بیشتر از این رسانه و برنامه‌هایش استفاده کرده‌اند.

۳۱٫۸ درصد پاسخگویان اعلام کرده‌اند برای پر کردن اوقات فراغت خود در ایام کرونایی به مهمانی رفته‌اند که ۸۷٫۶ درصد آنان در مهمانی‌های خانوادگی ۱۱٫۵ درصد در مهمانی‌های دوستانه و ۰٫۶ درصد در مهمانی‌های کاری حاضر شده‌اند.

۸۲٫۶ درصد پاسخگوییانی که در ایام کرونا به مهمانی رفته‌اند اعلام کرده‌اند نسبت به قبل از شیوع کرونا کمتر به مهمانی می‌روند.

۶۵٫۹ درصد افراد پاسخگو اعلام کرده‌اند در دوران شیوع کرونا برای سپری کردن زمان‌های فراغتشان در شبکه‌های اجتماعی حضور می‌یابند. ۳۳٫۶ درصد این گروه از پاسخگویان برای پیگیری اخبار، ۲۱٫۳ درصد جهت سرگرم شدن و ۱۷٫۱ درصد برای ارتباط با دوستان و آشنایان به این رسانه‌های جمعی مراجعه کرده‌اند.

۵۹٫۴ درصد پاسخگوییانی که برای سپری کردن اوقات فراغت خویش از شبکه‌های اجتماعی بهره می‌برند گفته‌اند میزان مصرفشان در خصوص این رسانه‌ها نسبت به پیش از کرونا افزایش یافته است.

۳٫۷ درصد پاسخگویان اعلام کرده‌اند در طی این مدت برای سپری کردن اوقات فراغت، به سفر رفته‌اند. ۴۵٫۹ درصد این دسته از افراد پاسخگو جهت تفریح، ۲۷٫۵ درصد برای زیارت و ۹ درصد جهت سیاحت به سفر رفته‌اند.

۸۸٫۱ درصد پاسخگوییانی که در دوران کرونا به سفر رفته‌اند اعلام کرده‌اند میزان مسافرت آنان نسبت به قبل شیوع کرونا کاهش یافته است.

۷۳٫۷ درصد پاسخگویان برای گذراندن اوقات فراغت در ایام کرونایی برنامه‌های تلویزیون ایران را تماشا کرده‌اند که ۴۸٫۱ درصد آنان مخاطب فیلم و سریال، ۳۹٫۷ درصد مخاطب اخبار و ۴٫۱ درصد مخاطب برنامه‌های مستند صداوسیما بوده‌اند.

۵۱٫۶ درصد پاسخگوییانی که برای سپری کردن اوقات فراغت خود در ایام کرونا برنامه‌های تلویزیون را دنبال می‌کنند اعلام کرده‌اند بیشتر از قبل پیگیری برنامه‌های این رسانه هستند.

۶۳٫۵ درصد افراد پاسخگو اعلام کرده‌اند برای سپری کردن وقت‌های اضافی خود در دوران کرونا موسیقی گوش می‌دهند. از بین این دسته از پاسخگویان ۷۰٫۷ آهنگ مورد نظر خود را از سایت یا کانال‌های تلگرامی دانلود کرده‌اند.

میزان مصرف موسیقی ۳۳٫۱ درصد پاسخگوییانی که در دوران کرونا برای سپری کردن اوقات فراغتشان موسیقی گوش داده‌اند نسبت به قبل از ظهور کرونا افزایش یافته است.

۱۵٫۱ درصد پاسخگویان اعلام کرده‌اند در دوران شیوع کرونا برای گذراندن اوقات فراغتشان روزنامه یا مجله خوانده‌اند. ۷۴٫۳ درصد این دسته از پاسخگویان نسخه چاپی، ۲۲٫۷ درصد نسخه الکترونیکی و ۳ درصد با مراجعه به شبکه‌های اجتماعی روزنامه یا مجله مدنظرشان را مطالعه کرده‌اند.

در بین پاسخگوییانی که اعلام کرده‌اند در دوران شیوع کرونا روزنامه یا مجله خوانده‌اند؛ ۲۹٫۷ درصد بیشتر از دوران ماقبل کرونا روزنامه یا مجله مطالعه کرده‌اند.

۱۳٫۲ درصد از پاسخگویان، در کلاس‌های هنری و ورزشی شرکت کرده‌اند.

۵۹٫۱ درصد از پاسخگوییانی که برای گذراندن اوقات فراغتشان در کلاس‌های هنری و ورزشی شرکت کرده‌اند میزان حضورشان در این دوره‌ها نسبت به قبل از کرونا کمتر شده است.

۶۱٫۸ درصد پاسخگویانی که برای سپری کردن وقت‌های اضافی خود در کلاس‌های هنری و ورزشی شرکت می‌کنند به صورت گروهی و ۳۸٫۲ درصد آنان به صورت خصوصی در این دوره‌ها حاضر شده‌اند.

۸۰٫۶ درصد پاسخگویانی که برای سپری کردن وقت‌های اضافی خود در کلاس‌های هنری و ورزشی شرکت می‌کنند به صورت حضوری و ۱۹٫۴ درصد آنان به صورت مجازی در این کلاس‌ها حضور یافته‌اند.

۵۶٫۹ درصد پاسخگویان اعلام کرده‌اند برای گذران اوقات فراغتشان در دوران کرونا ورزش کرده‌اند. از بین این پاسخگویان ۴۴٫۱ درصد در خانه، ۳۶٫۱ درصد در محیط‌های عمومی و پارک‌ها و ۱۷٫۷ درصد در باشگاه‌ها، ورزش کرده‌اند.

## ۱- مقدمه

کرونا تنها یک اپیدمی جهانی نبود که بشر را در بعد پزشکی و بهداشتی درگیر خود کند بلکه منجر به دگرگونی‌های گسترده‌ای در عرصه‌های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی جهان شد. کووید ۱۹ منجر به تغییر سبک زندگی به خاطر سیاست‌های کنترلی و پیشگیرانه گردید. دایره تأثیرات روانی آن بر مردم از ترس از ابتلا تا تغییر روابط، تحدید ارزش‌های اجتماعی و دگرگونی برخی مناسبات جامعه ایران گردید. ترس از نحیف شدن وضعیت معاش، تغییر شکل آموزش رسمی، تغییر شکل مناسبات شخصی و خانوادگی، دگرگونی شکلی و فرمی اوقات فراغت، مناسک و مراسم مذهبی، مصرف مضاعف برخی فضاها، مجازی در بعد فرهنگی و رضایت از مدیریت بحران مسئولین از جمله مسائلی بوده است که در یک سال کرونایی ایران جامعه با آن دست و پنجه نرم کرده است. تاکید بر ماندن در خانه توسط مسئولین و رسانه‌ها، بسته شدن فضاها، فراغتی و تفریحی، از بین رفتن یا تعطیلی بسیاری از مشاغل و توقف روند آموزش فیزیکی دانش‌آموزان و دانشجویان از یک سو و از سوی دیگر گذراندن اوقات بیشتری در خانه و دوری از روابط بین فردی، گروهی و اجتماعی شکل جدیدی از سبک گذراندن اوقات فراغت در ایران را ایجاد کرده است. پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات در این موج از نظرسنجی تلاش کرده است چگونگی سپری کردن زمان‌های خالی مردم را شناسایی

## ۲- مشخصات پاسخگویان

جدول شماره ۱: مشخصات عمومی پاسخگویان

درصد	فراوانی	مشخصات عمومی	
۵۲,۰	۱۰۹۳	جنس	
		مرد	
۴۸,۰	۱۰۱۰	سن	
		زن	
۱۵,۴	۳۲۳	۱۸-۲۴ سال	
۲۳,۴	۴۹۱	۲۵ - ۳۴ سال	
۲۵,۵	۵۳۷	۳۵ - ۴۴ سال	
۱۸,۹	۳۹۸	۴۵ - ۵۴ سال	
۱۵,۵	۳۲۵	۵۵ سال به بالا	
۱,۳	۲۹	بی‌پاسخ	
۴۰,۲		میانگین	
۴,۰	۸۳	تحصیلات	
		بی‌سواد	
		ابتدایی	
		راهنمایی و متوسطه	
		دیپلم	
		کاردانی و کارشناسی	
		کارشناسی ارشد و دکترا	
		حوزوی	
		بی‌پاسخ	
		شاغل	
۴۷,۲	۹۹۱	وضعیت فعالیت	
		خانه دار	
		دانشجو و دانش‌آموز	
		بازنشسته	
		بیکار	
		سایر	
		بی‌پاسخ	
۳,۷	۶۴۶		
۶,۵	۱۳۶		
۶,۶	۱۳۹		
۴,۸	۱۰۰		
۲,۳	۵۱		
۱,۹	۴۰		

کند و میزان تغییر آن با پیش از شیوع کرونا را مورد ارزیابی قرار دهد. این نظرسنجی توسط گروه افکارسنجی پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات است که از تاریخ ۹ بهمن لغایت ۲۱ بهمن سال جاری انجام شده است. جامعه آماری این نظرسنجی را شهروندان ۱۸ سال و بالاتر ساکن در شهر و روستاهای کشور تشکیل داده است. تعداد نمونه این نظرسنجی نیز ۲۱۰۳ نفر (با تخصیص نسبت جمعیتی) بوده که به صورت تصادفی انتخاب شده‌اند. این نظرسنجی به صورت تلفنی انجام شده است.



### ۳- یافته‌های نظرسنجی

#### ۳-۱- مدت زمان اوقات فراغت

جدول شماره ۲: توزیع فراوانی پاسخگویان براساس مدت زمان اوقات فراغت در روزهای غیرتعطیل هفته

مدت زمان	فراوانی	درصد فراوانی
صفر	۲۷۵	۱۳٫۱
یک تا دو ساعت	۳۹۴	۱۸٫۷
سه تا چهار ساعت	۳۸۲	۱۸٫۲
پنج تا شش ساعت	۲۳۸	۱۱٫۳
بیشتر از ۶ ساعت	۸۱۴	۳۸٫۷
جمع کل	۲۱۰۳	۱۰۰٫۰

۳۸٫۷ درصد پاسخگویان، زمان فراغت خود در روزهای غیر تعطیل هفته را بیشتر از ۶ ساعت، ۱۸٫۷ درصد پاسخگویان، یک تا دو ساعت، ۱۸٫۲ درصد پاسخگویان، سه تا چهار ساعت و ۱۱٫۳ درصد پنج تا شش ساعت اعلام کرده‌اند. ۱۳٫۱ درصد پاسخگویان نیز گزارش کرده‌اند که در روزهای غیر تعطیل، زمانی خالی ندارند.

جدول شماره ۳: توزیع فراوانی پاسخگویان براساس مدت زمان اوقات فراغت در روزهای تعطیل هفته

مدت زمان	فراوانی	درصد فراوانی
صفر	۲۰۳	۱۱٫۰
یک تا سه ساعت	۴۴۸	۲۴٫۳
چهار تا شش ساعت	۴۲۵	۲۳٫۱
بیشتر از ۶ ساعت	۷۶۵	۴۱٫۶
بی پاسخ	۲۶۲	۱۲٫۵
جمع کل	۲۱۰۳	۱۰۰٫۰

مشخصات عمومی	فراوانی	درصد
متاهل	۱۵۷۷	۷۵٫۰
مجرد	۴۳۵	۲۰٫۷
بدون همسر	۵۳	۲٫۵
بی پاسخ	۳۸	۱٫۸

وضعیت  
تاهل

**جدول شماره ۵: توزیع پاسخگویان براساس گذران اوقات فراغت با افراد مختلف به تفکیک متغیرهای جمعیت‌شناختی**

محل سکونت	شهر	تحصیلات		سن			جنس		متغیرهای جمعیت‌شناختی
		دارای تحصیلات دانشگاهی	بدون تحصیلات دانشگاهی	بیشتر ۳۵ سال و	۳۰-۴۴	۱۸-۲۹	زن	مرد	
۸۳,۷	۷۹,۹	۷۹,۰	۸۲,۸	۸۵,۷	۸۲,۷	۷۱,۰	۸۶,۸	۷۵,۴	خانواده
۷,۸	۸,۵	۱,۰۲	۷,۳	۵,۰	۷,۲	۱۴,۹	۵,۳	۱۱,۱	دوستان
۴,۸	۷,۳	۶,۹	۶,۳	۵,۷	۶,۵	۸,۶	۴,۶	۵,۶	تنهایی
۱,۹	۲,۹	۲,۷	۲,۲	۲,۵	۲,۴	۳,۱	۱,۳	۳,۹	همکاران
۱,۹	۱,۴	۱,۲	۱,۴	۱,۱	۱,۲	۲,۳	۲,۰	۰,۹	فامیل و خویشاوندان
۶,۹۶۹	۶,۴۸۵			۵۳,۹۰۴			۵۹,۸۳۷		کای اسکوتر
۰,۱۳۸	۰,۱۶۶			۰,۰۰۰			۰,۰۰۰		معناداری
۰,۰۵۸	۰,۰۵۷			۰,۱۱۵			۰,۱۷۰		ضریب

هم زنان و هم مردان پاسخگو بیشتر اعلام کرده‌اند اوقات فراغت خود را در کنار خانواده‌شان سپری می‌کنند با این حال زنان نسبت به مردان بیشتر گفته‌اند که اوقات فراغت خود را با خانواده می‌گذرانند. از سوی دیگر مردان در قیاس با زنان بیشتر اظهار داشته‌اند اوقات فراغت خود را با دوستانشان سپری می‌کنند.

افراد بالای ۴۵ سال نسبت به دیگر گروه‌های سنی بیشتر اعلام کرده‌اند زمان فراغتشان را در کنار اعضای خانواده‌شان می‌گذرانند و با کاهش سن، میزان سپری اوقات فراغت پاسخگویان در کنار خانواده‌شان نیز کاهش می‌یابد. همچنین جوانان نسبت به سایر گروه‌های سنی بیشتر اعلام کرده‌اند اوقات فراغتشان را با دوستانشان می‌گذرانند.

۴۱,۶ درصد پاسخگویان، زمان فراغت خود را در روزهای تعطیل هفته را بیشتر از ۶ ساعت اعلام کرده‌اند. ۲۴,۳ درصد ۱ تا ۳ ساعت، ۲۳,۱ درصد ۴ تا ۶ ساعت زمان فراغت دارند. ۱۱ درصد نیز اظهار داشته‌اند که در روزهای تعطیل فراغتی ندارند.

### ۲-۳- گذران اوقات فراغت با افراد مختلف

**جدول شماره ۴: توزیع فراوانی پاسخگویان براساس گذران اوقات فراغت با افراد مختلف**

افراد	فراوانی	درصد فراوانی
خانواده	۱۶۸۴	۸۰,۱
دوستان	۱۷۲	۸,۲
تنهایی	۱۳۸	۶,۶
همکاران	۵۵	۲,۶
فامیل و خویشاوندان	۳۰	۱,۴
بی‌پاسخ	۲۴	۱,۱
جمع کل	۲۱۰۳	۱۰۰,۰

اکثریت پاسخگویان (۸۰,۱ درصد) اعلام کرده‌اند بیشتر با اعضای خانواده‌شان، زمان فراغت خود را سپری می‌کنند. ۸,۲ درصد افراد پاسخگو نیز بیان کرده‌اند با دوستان خود اوقات فراغتشان را می‌گذرانند. همچنین ۶,۶ درصد پاسخگویان به تنهایی، ۲,۶ درصد با همکاران و ۱,۴ درصد با فامیل و خویشاوندان خود در دوران کرونا اوقات اضافی خود را سپری می‌کنند.

تماشای برنامه‌های تلویزیون اوقات اضافی خود را سپری کرده‌اند. پس از این دو مورد به ترتیب، گفت‌وگو با اعضای خانواده (با فراوانی ۳۲٫۹ درصد)، سرگرمی و بازی با فرزندان یا اعضای خانواده (با فراوانی ۲۳٫۸ درصد)، مطالعه کتاب (۱۹٫۳ درصد)، تماس تلفنی با دوستان و آشنایان (با فراوانی ۱۸٫۸ درصد) و انجام کارهای عقب مانده (۱۴٫۷ درصد) از دیگر فعالیت‌هایی است که پاسخگویان به وسیله آنان اوقات فراغت خود را می‌گذرانند.

همچنین در مقایسه نتایج این نظرسنجی پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات با نتایج فروردین ماه میزان تماشای برنامه‌های تلویزیونی کاهش یافته و از ۵۶٫۱ درصد به ۴۰٫۱ درصد رسیده است. مصرف شبکه‌های اجتماعی نیز تغییر چندانی نکرده و تنها ۱ درصد افزایش یافته است.

با توجه به نتایج جدول فوق سرگرمی و بازی با فرزندان یا اعضای خانواده، مطالعه کتاب، تماشای فیلم‌های سینمایی، فعالیت‌های هنری و تماشای برنامه‌های ماهواره‌ای نیز در بهمن ماه نسبت به فروردین کاهش یافته است. از سوی دیگر فعالیت‌هایی نظیر گفت‌وگو با اعضای خانواده، تماس تلفنی با دوستان و آشنایان، انجام کارهای عقب مانده، گوش دادن به موسیقی و فعالیت‌های ورزشی در بهمن ماه در قیاس با نظرسنجی مهرماه، سهم بیشتری در پرکردن اوقات فراغت مردم ایران داشته‌اند.

در نهایت بین دو متغیر میزان تحصیلات دانشگاهی و محل سکونت با گروه‌هایی که افراد اوقات فراغت خود را با آنان سپری می‌کنند رابطه معناداری مشاهده نشد.

### ۳-۳- گذران اوقات فراغت در ایام خودقرنطینی

جدول شماره ۶: توزیع فراوانی پاسخگویان براساس چگونگی گذران اوقات فراغت<sup>۱</sup>

فعالیت	فراوانی	درصد فراوانی بهمن ۹۹	درصد فراوانی فروردین ۹۹
فعالیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی	۸۶۲	۴۱٫۰	۴۰٫۰
تماشای برنامه‌های تلویزیون	۸۴۳	۴۰٫۱	۵۶٫۱
گفت‌وگو با اعضای خانواده	۶۹۱	۳۲٫۹	۱۹٫۱
سرگرمی و بازی با فرزندان / اعضای خانواده	۵۰۰	۲۳٫۸	۲۸٫۴
مطالعه کتاب	۴۰۵	۱۹٫۳	۲۶٫۶
تماس تلفنی با دوستان و آشنایان	۳۹۵	۱۸٫۸	۱۴٫۸
انجام کارهای عقب مانده	۳۰۹	۱۴٫۷	۱۲٫۹
تماشای فیلم‌های سینمایی	۲۲۹	۱۰٫۴	۱۸٫۱
فعالیت‌های ورزشی	۱۷۹	۸٫۵	۷٫۱
گوش دادن به موسیقی	۱۵۸	۷٫۵	۷٫۴
فعالیت‌های هنری	۱۰۷	۵٫۱	۸٫۱
تماشای برنامه‌های ماهواره‌ای	۹۴	۴٫۵	۷٫۳

در سوالی از پاسخگویان پرسیده شد: «با توجه به شرایط کرونایی این روزها، وقت اضافی و فراغت خود را بیشتر با کدام یک از این موارد پر می‌کنید؟» ۴۱ درصد افراد از طریق فعالیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی اوقات فراغت خود در این ایام را پر می‌کنند. ۴۰٫۱ درصد پاسخگویان نیز با ۱. در این سوال به دلیل آن که پاسخگو می‌توانست بیش از یک گزینه را انتخاب کند، جمع کل بیشتر از ۱۰۰ شده است.

جدول شماره ۸: توزیع فراوانی پاسخگویان براساس روش تهیه فیلم

روش تهیه فیلم	فراوانی	درصد فراوانی	براساس افرادی که فیلم تماشا می کنند
دانلود از اینترنت	۳۱۴	۱۴,۹	۲۸,۰
سایت ها مثل فیلمو	۱۳۸	۶,۵	۱۲,۳
ماهواره	۱۱۷	۵,۶	۱۰,۴
خرید از فروشگاه	۹۹	۴,۷	۸,۸
دانلود از کانال های تلگرامی	۲۱	۱,۰	۱,۹
خرید از دستفروش	۹	۰,۴	۰,۸
سایر	۴۲۵	۲۰,۲	۳۷,۹
بی پاسخ	۲۶	۱,۳	-
افرادی که فیلم تماشا نمی کنند	۹۵۴	۴۵,۳	-
جمع کل	۲۱۰۳	۱۰۰	۱۰۰

در بین پاسخگویانی که اعلام کرده اند برای گذراندن اوقات فراغتشان در ایام کرونایی فیلم سینمایی می بینند؛ ۲۸ درصد از طریق دانلود از اینترنت (۱۴,۹ درصد کل نمونه)، ۱۲,۳ درصد به وسیله سایت هایی نظیر فیلمو (۶,۵ درصد کل نمونه)، ۱۰,۴ درصد از ماهواره (۵,۶ درصد کل نمونه)، ۸,۸ درصد با خرید فیلم از فروشگاه (۴,۷ درصد کل نمونه) و ۱,۹ درصد از طریق دانلود از کانال های تلگرامی (۱ درصد کل نمونه)؛ فیلم های سینمایی مدنظر خود را تهیه می کنند.

## ۴-۳- تماشای فیلم

جدول شماره ۷: توزیع فراوانی پاسخگویان براساس میزان تماشای فیلم نسبت به قبل شیوع کرونا

ارزیابی	فراوانی	درصد فراوانی
بیشتر شده	۶۱۱	۲۹,۱
کمتر شده	۷۷	۳,۷
فرقی نکرده	۴۵۲	۲۱,۵
افرادی که فیلم سینمایی تماشا نمی کنند	۹۵۴	۴۵,۳
بی پاسخ	۹	۰,۴
جمع کل	۲۱۰۳	۱۰۰,۰

۲۹,۱ درصد پاسخگویان اعلام کرده اند که در ایام کرونا نسبت به قبل، بیشتر فیلم سینمایی نگاه می کنند. ۲۱,۷ درصد پاسخگویان نیز به میزان قبل به تماشای فیلم های سینمایی می پردازند. ۳,۷ درصد پاسخگویان نیز گفته اند در ایام کرونا، کمتر فیلم سینمایی تماشا می کنند. ۴۵,۳ درصد نیز بیان کرده اند که در این روزها فیلم سینمایی تماشا نمی کنند.

جوانان نسبت به سایر گروه های سنی بیشتر اعلام کردند که تماشای فیلم در زمان شیوع کرونا بیشتر از قبل شده است. در سایر گروه های جنسی، تحصیلی و شهری و روستایی تفاوت معناداری در این زمینه وجود ندارد.

### ۵-۳- مطالعه کتاب

جدول شماره ۱۰: توزیع فراوانی پاسخگویان براساس میزان مطالعه کتاب نسبت به قبل شیوع کرونا

درصد فراوانی	فراوانی	ارزیابی
۲۰,۳	۴۲۶	بیشتر شده
۴,۴	۹۳	کمتر شده
۲۰,۱	۴۲۳	فرقی نکرده
۵۴,۹	۱۱۵۵	افرادی که کتاب مطالعه نمی‌کنند
۰,۳	۶	بی پاسخ
۱۰۰,۰	۲۱۰۳	جمع کل

۲۰,۳ درصد پاسخگویان نسبت به قبل از شیوع کرونا بیشتر کتاب مطالعه کرده‌اند. ۲۰,۱ درصد افراد نیز به مانند دوران پیش از کرونا زمان برای مطالعه کتاب اختصاص داده‌اند. همچنین ۴,۴ درصد افراد پاسخگو در ایام کرونا کمتر از قبل به مطالعه کتاب می‌پردازند. ۵۴,۹ درصد پاسخگویان در این دوران کتاب نمی‌خوانند.

در گروه‌های سنی، جنسی، تحصیلی و شهری و روستایی تفاوت معناداری در این زمینه وجود ندارد.

جدول شماره ۹: توزیع پاسخگویان بر اساس روش تهیه فیلم به تفکیک متغیرهای جمعیت‌شناختی

محل سکونت		تحصیلات		سن			جنس		متغیرهای زمینه‌ای
				۱۸-۲۹	۳۰-۴۴	بیشتر از ۴۵ سال و بیشتر	زن	مرد	
روستا	شهر	دارای تحصیلات دانشگاهی	بدون تحصیلات دانشگاهی	۱۲,۱	۲۹,۰	۴۶,۰	۲۷,۱	۲۸,۸	روش تهیه فیلم
۲۲,۸	۲۹,۵	۳۷,۰	۲۱,۳	۱۲,۱	۲۹,۰	۴۶,۰	۲۷,۱	۲۸,۸	دانلود از اینترنت
۵,۷	۱۴,۱	۱۸,۵	۸,۴	۸,۶	۱۲,۴	۱۶,۵	۱۲,۴	۱۲,۲	سایت‌ها مثل فیلیمو
۸,۹	۱۰,۹	۸,۶	۱۱,۲	۱۳,۲	۱۱,۲	۶,۵	۹,۶	۱۱,۳	ماهواره
۸,۹	۸,۸	۶,۵	۱۰,۳	۸,۳	۹,۸	۷,۴	۸,۲	۹,۵	خرید از فروشگاه
۲,۴	۱,۷	۳,۴	۰,۹	۰,۸	۱,۴	۳,۹	۲,۱	۱,۶	دانلود از کانال‌های تلگرامی
۱,۶	۰,۶	۰,۹	۰,۵	۰,۵	۰,۹	۰,۶	۰,۴	۱,۳	خرید از دستفروش
۴۹,۶	۳۴,۵	۲۵,۱	۴۷,۷	۵۶,۵	۳۵,۳	۱۹,۱	۴,۲	۳۵,۴	سایر
۲۹,۵۱۴		۹۵,۶۴۱		۱۵۹,۷۵۷			۶,۵۸۳		کای اسکوتر
۰,۰۰۰		۰,۰۰۰		۰,۰۰۰			۰,۳۶۱		معناداری
۰,۱۶۲		۰,۲۹۵		۰,۲۶۸			۰,۰۷۷		ضریب

جوانان بیشتر از سایر گروه‌های سنی، فیلم‌های مد نظر خود را از اینترنت دانلود کرده‌اند. افراد دارای تحصیلات نیز در قیاس با پاسخگویانی که تحصیلات دانشگاهی ندارند بیشتر اعلام کرده‌اند برای تماشای فیلم‌های سینمایی مد نظر خود از طریق دانلود از اینترنت اقدام می‌کنند. شهرنشینان در مقایسه با روستاییان هم بیشتر به وسیله دانلود از اینترنت، فیلم‌های سینمایی مد نظر خود را تهیه کرده‌اند.

بین متغیر جنس و دانلود فیلم سینمایی از اینترنت ارتباط معناداری مشاهده نشد.

### ۶-۳- استفاده از ماهواره

جدول شماره ۱۲: توزیع فراوانی پاسخگویان براساس برنامه‌های مورد تماشای ماهواره

برنامه‌های مورد تماشای ماهواره	فراوانی	درصد فراوانی	درصد فراوانی براساس افرادی که برنامه‌های ماهواره تماشا می‌کنند
فیلم و سریال	۲۸۸	۱۳,۷	۵۱,۳
شوهای موسیقی	۳۷	۱,۸	۶,۶
اخبار	۱۶۵	۷,۸	۲۹,۴
مستند	۴۴	۲,۱	۷,۸
فشن و مد	۳	۰,۱	۰,۵
سایر	۲۵	۱,۲	۴,۴
بی‌پاسخ	۲۸	۱,۴	-
افرادی که برنامه‌های ماهواره تماشا نمی‌کنند	۱۵۱۳	۷۱,۹	-
جمع کل	۲۱۰۳	۱۰۰,۰	۱۰۰,۰

۵۱,۳ درصد پاسخگویانی که اعلام کرده‌اند برای سپری کردن اوقات فراغت خود، برنامه‌های ماهواره‌ای را می‌بینند (۱۳,۷ درصد کل نمونه)، از این رسانه برای تماشای فیلم و سریال بهره می‌جویند. ۲۹,۴ درصد این دسته از پاسخگویان نیز (۷,۸ درصد کل نمونه)، نیازهای خبری خود را از طریق ماهواره‌ها برطرف می‌کنند. مستند، شوهای موسیقی و برنامه‌های مد از دیگر برنامه‌های ماهواره‌ای مورد استفاده این پاسخگویان است.

جدول شماره ۱۱: توزیع فراوانی پاسخگویان براساس نوع کتاب مورد مطالعه

نوع کتاب	فراوانی	درصد فراوانی	براساس افرادی که کتاب مطالعه می‌کنند
کتاب چاپی	۷۴۳	۳۵,۳	۷۹,۰
کتاب الکترونیکی	۱۶۲	۷,۷	۱۷,۳
کتاب گویا	۲۹	۱,۴	۳,۱
سایر	۸	۰,۳	۰,۶
افرادی که کتاب مطالعه نمی‌کنند	۱۱۵۵	۵۴,۹	-
بی‌پاسخ	۶	۰,۳	-
جمع کل	۲۱۰۳	۱۰۰,۰	۱۰۰,۰

۷۹ درصد پاسخگویانی که اعلام کرده‌اند برای گذراندن اوقات فراغتشان در ایام کرونایی مطالعه می‌کنند (۳۵,۳ درصد کل نمونه)، کتاب چاپی می‌خوانند. ۱۷,۳ درصد این دسته از پاسخگویان (۷,۷ درصد کل نمونه) از کتاب الکترونیک و ۳,۱ درصد (۱,۴ درصد کل نمونه) نیز از کتاب گویا استفاده می‌کنند.

بر اساس نتایج این نظرسنجی هر دو گروه تحصیلی بیشتر از کتاب چاپی برای مطالعه استفاده می‌نمایند اما افراد بدون تحصیلات دانشگاهی نسبت به پاسخگویانی که تحصیلات دانشگاهی دارند بیشتر کتاب چاپی می‌خوانند. از سوی دیگر پاسخگویانی که تحصیلات دانشگاهی دارند در قیاس با افراد بدون تحصیلات دانشگاهی بیشتر از کتاب الکترونیک استفاده کرده‌اند.

بین متغیرهای جنس، سن و محل سکونت با نوع کتاب مطالعه شده ارتباط معناداری وجود ندارد.

**جدول شماره ۱۴: توزیع فراوانی پاسخگویان براساس میزان استفاده ماهواره نسبت به قبل شیوع کرونا**

درصد فراوانی	فراوانی	ارزیابی
۱۰٫۴	۲۲۰	بیشتر شده
۲٫۱	۴۴	کمتر شده
۱۴٫۱	۲۹۶	فرقی نکرده
۷۱٫۹	۱۵۱۳	افرادی که برنامه‌های ماهواره تماشا نمی‌کنند
۱٫۴	۳۰	بی‌پاسخ
۱۰۰٫۰	۲۱۰۳	جمع کل

**جدول شماره ۱۳: توزیع پاسخگویان بر اساس برنامه‌های مورد تماشای ماهواره به تفکیک متغیرهای جمعیت‌شناختی**

محل سکونت	شهر	تحصیلات		سن			جنس		متغیرهای جمعیت‌شناختی
		دارای تحصیلات دانشگاهی	بدون تحصیلات دانشگاهی	بیشتر ۴۵ سال و	۳۰-۴۴	۱۸-۲۹	زن	مرد	
روستا	شهر	دارای تحصیلات دانشگاهی	بدون تحصیلات دانشگاهی	بیشتر ۴۵ سال و	۳۰-۴۴	۱۸-۲۹	زن	مرد	برنامه‌های مورد تماشا
۵۳٫۲	۵۰٫۹	۴۵٫۵	۵۶٫۴	۴۰٫۶	۵۵٫۴	۶۲٫۵	۶۰٫۱	۴۴٫۰	فیلم و سریال
۱۰٫۸	۵٫۶	۶٫۹	۵٫۹	۲٫۸	۷٫۷	۱۲٫۵	۷٫۱	۶٫۲	شوهای موسیقی
۲۸٫۸	۲۹٫۶	۳۰٫۹	۲۸٫۱	۴۲٫۴	۲۳٫۹	۱۵٫۸	۲۳٫۷	۳۴٫۲	اخبار
۵٫۴	۸٫۴	۹٫۸	۵٫۹	۱۱٫۱	۶٫۳	۵٫۰	۴٫۷	۱۰٫۴	مستند
-	۰٫۷	۰٫۸	۰٫۳	-	۰٫۹	۰٫۸	۰٫۸	۰٫۳	فشن و مد
۱٫۸	۴٫۹	۶٫۱	۳٫۳	۳٫۲	۵٫۹	۳٫۳	۳٫۶	۴٫۹	سایر
۷٫۶۰۵		۹٫۲۰۴		۵۰٫۸۳۱			۱۹٫۲۰۲		کای اسکوتر
۰٫۱۷۹		۰٫۱۰۱		۰٫۰۰۰			۰٫۰۰۲		معناداری
۰٫۱۱۶		۰٫۱۲۹		۰٫۲۱۳			۰٫۱۸۵		ضریب

۱۰٫۴ درصد افراد پاسخگو در دوران کرونا بیشتر مخاطب برنامه‌های ماهواره‌ای بوده‌اند. این در حالی است که میزان تماشای برنامه‌های ماهواره‌ای ۱۴٫۱ درصد پاسخگویان در این ایام نسبت به قبل تغییری نکرده است. ۲٫۱ درصد افراد نیز اعلام کرده‌اند نسبت به قبل از شیوع کرونا کمتر برنامه‌های ماهواره‌ای را می‌بینند. همچنین ۷۱٫۹ درصد پاسخگویان این نظرسنجی بیان کرده‌اند از ماهواره استفاده نمی‌کنند.

همچنین بین متغیرهای جنسیت، سن، تحصیلات و محل سکونت با میزان استفاده از برنامه‌های ماهواره‌ای در ایام کرونا ارتباط معناداری وجود ندارد.

بر اساس نتایج جدول فوق، زنان نسبت به مردان بیشتر مخاطب فیلم و سریال‌های پخش شده از شبکه‌های ماهواره‌ای هستند. در بین گروه‌های سنی نیز، جوانان در قیاس با سایر گروه‌های سنی، بیشتر از این رسانه برای پرکردن اوقات فراغت فیلم و سریال تماشا کرده‌اند. از سوی دیگر مردها نسبت به زنان بیشتر برنامه‌های خبری ماهواره‌ای را تماشا کرده‌اند. همچنین افراد بالای ۴۵ سال در مقایسه با دیگر گروه‌های سنی بیشتر از برنامه‌های خبری شبکه‌های ماهواره‌ای برای سپری کردن اوقات فراغت خود در این ایام استفاده کرده‌اند.



**جدول شماره ۱۶: توزیع پاسخگویان براساس میزان رفتن به میهمانی به تفکیک متغیرهای جمعیت‌شناختی**

محل سکونت	شهر	تحصیلات		سن			جنس		متغیرهای جمعیت شناختی
		دارای تحصیلات دانشگاهی	بدون تحصیلات دانشگاهی	بیشتر ۴۵ سال و	۳۰-۴۴	۱۸-۲۹	زن	مرد	
۷,۴	۵,۳	۶,۸	۷,۹	۳,۱	۶,۵	۷,۳	۳,۶	۸,۰	بیشتر شده
۷۵,۴	۸۵,۳	۸۴,۵	۸۱,۶	۸۷,۶	۸۰,۴	۸۰,۸	۸۵,۴	۷۹,۸	کمتر شده
۱۷,۱	۹,۴	۸,۷	۱۳,۵	۹,۳	۱۳,۱	۱۱,۹	۱۰,۹	۱۲,۲	فرقی نکرده
۹,۲۲۸	-	-	-	-	-	-	۶,۳۲۹	-	کای اسکوئر
۰,۰۱۰	-	۰,۰۳۸	-	-	۰,۷۴۲	-	۰,۰۴۲	-	معناداری
۰,۱۱۸	-	-	-	-	۰,۰۱۱	-	۰,۰۹۸	-	ضریب

زنان در قیاس با مردان بیشتر اعلام کرده‌اند نسبت به قبل از شیوع کرونا کمتر به میهمانی خانوادگی می‌روند. افراد دارای تحصیلات دانشگاهی نیز در قیاس با افراد بدون تحصیلات دانشگاهی بیشتر گفته‌اند میزان مشارکتشان در میهمانی‌ها نسبت به قبل از شیوع کرونا کاهش یافته است. در نهایت شهرنشینان در مقایسه با افراد ساکن روستاها بیشتر اعلام کرده‌اند میزان حضورشان در میهمانی‌ها نسبت به قبل از کرونا کم شده است.

بین متغیر سن و میزان حضور در میهمانی‌ها رابطه معناداری وجود ندارد.

**۷-۳- میهمانی رفتن**

**جدول شماره ۱۵: توزیع فراوانی پاسخگویان براساس میزان رفتن به میهمانی نسبت به قبل شیوع کرونا**

درصد فراوانی	فراوانی	ارزیابی
۱,۹	۳۹	بیشتر شده
۲۶,۱	۵۴۹	کمتر شده
۳,۶	۷۶	فرقی نکرده
۶۸,۱	۱۴۳۲	افرادی که میهمانی نمی‌روند
۰,۳	۶	بی‌پاسخ
۱۰۰,۰	۲۱۰۳	جمع کل

۲۶,۱ درصد پاسخگویان اعلام کرده‌اند نسبت به قبل از کرونا کمتر میهمانی می‌روند. ۳,۶ درصد افراد پاسخگو نیز اظهار داشته‌اند میزان مشارکت آنان در میهمانی در این ایام در مقایسه با قبل از شیوع کرونا تفاوتی ایجاد نشده است. از سوی دیگر ۱,۹ درصد افراد گفته‌اند در ایام کرونا بیشتر میهمانی رفته‌اند. ۶۸,۱ درصد پاسخگویان نیز بیان کرده‌اند، در این دوره میهمانی نمی‌روند.

در گروه‌های جنسی، سنی، تحصیلی و شهری و روستایی تفاوت معناداری در این زمینه وجود ندارد.



جدول شماره ۱۸: توزیع پاسخگویان بر اساس نوع میهمانی به تفکیک متغیرهای جمعیت شناختی

محل سکونت		تحصیلات		سن			جنس		متغیرهای جمعیت شناختی	نوع میهمانی
روستا	شهر	دارای تحصیلات دانشگاهی	بدون تحصیلات دانشگاهی	بیشتر ۴۵ سال و	۳۰-۴۴	۱۸-۲۹	زن	مرد		
۸۸٫۱	۸۷٫۴	۸۲٫۳	۹۱٫۵	۹۵٫۴	۸۹٫۵	۷۶٫۳	۹۱٫۰	۸۴٫۳	خانوادگی	
۱۰٫۲	۱۱٫۸	۱۷٫۰	۷٫۷	۴٫۶	۹٫۵	۲۲٫۰	۸٫۷	۱۴٫۲	دوستانه	
۱٫۱	۰٫۶	-	۰٫۸	-	۱٫۰	۰٫۶	-	۱٫۲	کاری	
۰٫۶	۰٫۲	۰٫۸	-	-	-	۱٫۱	۰٫۳	۰٫۳	سایر	
۱٫۳۳۹		۱۸٫۲۳۴		۳۷٫۹۲۸			۹٫۲۰۴		کای اسکوتر	
۰٫۷۲۰		۰٫۰۰۰		۰٫۰۰۰			۰٫۰۲۷		معناداری	
۰٫۰۴۵		۰٫۱۶۷		۰٫۱۶۹			۰٫۱۱۷		ضریب	

مردان و زنان هر دو بیشتر در مهمانی‌های خانوادگی شرکت کرده‌اند با این حال زنان نسبت به مردان بیشتر اعلام کرده‌اند در این نوع از دوره‌های حاضر شده‌اند. گروه سنی بالای ۴۵ سال نیز بیش از سایر رده‌های سنی اظهار داشته‌اند در ایام کرونایی برای گذراندن اوقات فراغت در دوره‌های خانوادگی شرکت کرده‌اند. همچنین پاسخگویان بدون تحصیلات دانشگاهی نسبت به افرادی که تحصیلات دانشگاهی دارند بیشتر گفته‌اند برای سپری کردن اوقات فراغت خود در دوران کرونا در مهمانی‌های خانوادگی مشارکت داشته‌اند.

بین متغیر محل سکونت و حضور در مهمانی در دوران کرونا تفاوت معناداری وجود ندارد.

جدول شماره ۱۷: توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس نوع میهمانی

نوع میهمانی	فراوانی	درصد فراوانی	براساس افرادی که میهمانی می‌روند
خانوادگی	۵۸۶	۲۷٫۹	۸۷٫۶
دوستانه	۷۷	۳٫۶	۱۱٫۵
کاری	۴	۰٫۲	۰٫۶
سایر	۲	۰٫۱	۰٫۳
افرادی که میهمانی نمی‌روند	۱۴۳۲	۶۸٫۱	-
بی‌پاسخ	۲	۰٫۱	-
جمع کل	۲۱۰۳	۱۰۰٫۰	۱۰۰٫۰

در بین پاسخگویانی که اعلام کرده‌اند برای سپری کردن اوقات فراغت خود در ایام کرونایی به مهمانی رفته‌اند، ۸۷٫۶ درصد در مهمانی‌های خانوادگی (۲۷٫۹ درصد کل نمونه)، ۱۱٫۵ درصد (۳٫۶ درصد کل نمونه) در مهمانی‌های دوستانه و ۰٫۶ درصد (۰٫۱ درصد کل نمونه) در مهمانی‌های کاری حاضر شده‌اند.

جدول شماره ۲۰: توزیع فراوانی پاسخگویان براساس محتوای مورد استفاده از شبکه‌های اجتماعی

محتوای مورد استفاده	فراوانی	درصد فراوانی	براساس افرادی که عضو شبکه‌های اجتماعی هستند
اخبار و اطلاعات	۴۶۲	۲۱,۹	۳۳,۶
سرگرمی و طنز	۲۹۳	۱۳,۹	۲۱,۳
ارتباط با دوستان و آشنایان	۲۳۵	۱۱,۲	۱۷,۱
کسب و کار	۱۷۸	۸,۴	۱۲,۹
درسی	۹۶	۴,۶	۷,۰
خرید کردن	۲۵	۱,۲	۱,۸
سایر	۸۶	۴,۱	۶,۳
بی پاسخ	۱۸	۰,۹	-
افرادی که عضو شبکه‌های اجتماعی نیستند	۷۱۰	۳۳,۸	-
جمع کل	۲۱۰۳	۱۰۰,۰	۱۰۰,۰

در بین پاسخگویانی که از شبکه‌های اجتماعی برای سپری کردن اوقات فراغت خویش در ایام کرونایی استفاده کرده‌اند، ۳۳,۶ درصد (۲۱,۹ درصد کل نمونه) برای پیگیری اخبار، ۲۱,۳ درصد (۱۳,۹ درصد کل نمونه) جهت سرگرم شدن و ۱۷,۱ درصد (۱۱,۲ درصد کل نمونه) برای ارتباط با دوستان و آشنایان به این رسانه‌های جمعی مراجعه کرده‌اند. کسب و کار، فعالیت‌های درسی و خرید کردن از دیگر استفاده‌های این دسته از پاسخگویان از شبکه‌های اجتماعی بوده است.

### ۸-۳- فعالیت در شبکه‌های اجتماعی

جدول شماره ۱۹: توزیع فراوانی پاسخگویان براساس میزان فعالیت در شبکه‌های اجتماعی نسبت به قبل شیوع کرونا

میزان	فراوانی	درصد فراوانی
بیشتر شده	۸۲۲	۳۹,۱
کمتز شده	۹۲	۴,۴
فرقی نکرده	۴۶۹	۲۲,۳
افرادی که در شبکه‌های اجتماعی فعالیت نمی‌کنند	۷۱۰	۳۳,۸
بی پاسخ	۱۰	۰,۵
جمع کل	۲۱۰۳	۱۰۰,۰

۳۹,۱ درصد پاسخگویان اعلام کرده‌اند نسبت به قبل از کرونا بیشتر در شبکه‌های اجتماعی فعالیت می‌کنند. ۲۲,۳ درصد افراد پاسخگو نیز اظهار داشته‌اند میزان فعالیت در شبکه‌های اجتماعی تفاوتی نسبت به قبل نداشته است. از سوی دیگر ۴,۴ درصد افراد گفته‌اند فعالیت‌شان در این زمینه کاهش داشته است. ۳۳,۸ درصد پاسخگویان نیز در شبکه‌های اجتماعی فعالیت نمی‌کنند.

افراد بدون تحصیلات دانشگاهی نسبت به پاسخگویانی که تحصیلات دانشگاهی دارند بیشتر اعلام کرده‌اند فعالیت‌شان در شبکه‌های اجتماعی در قیاس با قبل از شیوع کرونا افزایش یافته است. بین متغیر جنس، محل سکونت و سن با تغییر میزان فعالیت در شبکه‌های اجتماعی نسبت به قبل از شیوع کرونا رابطه معناداری مشاهده نشد.

شبکه‌ها جنبه سرگرمی دارد. در نهایت افراد بدون تحصیلات دانشگاهی نسبت به افرادی که تحصیلات دانشگاهی دارند بیشتر برای سرگرمی به شبکه‌های اجتماعی مراجعه کرده‌اند.

بین متغیر محل سکونت و محتوای مورد استفاده از شبکه‌های اجتماعی ارتباط معناداری وجود ندارد.

### ۹-۳- سفر رفتن

جدول شماره ۲۲: توزیع فراوانی پاسخگویان براساس میزان سفر رفتن نسبت به قبل شیوع کرونا

ارزیابی	فراوانی	درصد فراوانی	درصد فراوانی براساس افرادی که سفر رفتند
بیشتر شده	۲۰	۰٫۹	۳٫۱
کمتر شده	۵۶۹	۲۷٫۱	۸۸٫۱
فرقی نکرده	۵۷	۲٫۷	۸٫۸
افرادی که سفر نرفتند	۱۴۵۳	۶۹٫۱	-
بی پاسخ	۴	۰٫۲	-
جمع کل	۲۱۰۳	۱۰۰٫۰	۱۰۰٫۰

۲۷٫۱ درصد پاسخگویان اعلام کرده‌اند در ایام کرونا سفر نکرده‌اند. ۲٫۷ درصد افراد پاسخگو نیز گفته‌اند به میزان قبل سفر می‌روند. در نهایت ۰٫۹ درصد پاسخگویان نسبت به قبل از شیوع کرونا بیشتر مسافرت رفته‌اند. همچنین ۶۹٫۱ درصد پاسخگویان بیان کرده‌اند در دوران شیوع کرونا به مسافرت نرفته‌اند.

بر اساس یافته‌های این نظرسنجی هم مردان و هم زنان بیشتر اعلام کرده‌اند نسبت به قبل از شیوع کرونا کمتر سفر رفته‌اند با این

جدول شماره ۲۱: توزیع پاسخگویان براساس محتوای مورد استفاده از شبکه‌های اجتماعی به تفکیک متغیرهای جمعیت‌شناختی

محل سکونت	تحصیلات		سن			جنس		متغیرهای جمعیت‌شناختی محتوای مورد استفاده	
	دارای تحصیلات دانشگاهی	بدون تحصیلات دانشگاهی	۳۵ سال و بیشتر	۲۴-۳۰	۱۸-۲۹	زن	مرد		
روستا	شهر	دارای تحصیلات دانشگاهی	بدون تحصیلات دانشگاهی	بیشتر ۳۵ سال و بیشتر	۲۴-۳۰	۱۸-۲۹	زن	مرد	محتوای مورد استفاده
۳۵٫۷	۳۳٫۱	۳۲٫۰	۳۵٫۱	۴۰٫۲	۳۵٫۰	۲۶٫۱	۲۹٫۹	۳۷٫۰	اخبار و اطلاعات
۲۵٫۶	۲۰٫۳	۱۹٫۸	۲۲٫۳	۱۳٫۰	۱۹٫۰	۳۱٫۲	۱۹٫۴	۲۳٫۱	سرگرمی و طنز
۱۷٫۳	۱۷٫۲	۱۴٫۷	۱۹٫۳	۲۱٫۴	۱۴٫۴	۱۷٫۶	۲۰٫۸	۱۳٫۸	ارتباط با دوستان و آشنایان
۸٫۶	۱۳٫۹	۱۷٫۰	۹٫۶	۱۰٫۴	۱۶٫۸	۹٫۴	۸٫۱	۱۷٫۴	کسب و کار
۵٫۳	۷٫۴	۷٫۱	۶٫۷	۴٫۶	۷٫۵	۸٫۵	۱۱٫۴	۲٫۸	درسی
۱٫۵	۱٫۸	۳٫۲	۰٫۷	۱٫۷	۱٫۹	۱٫۶	۳٫۱	۰٫۶	خرید کردن
۶٫۰	۶٫۳	۶٫۲	۶٫۲	۸٫۷	۵٫۵	۵٫۶	۷٫۳	۵٫۲	سایر
۹٫۳۷۶		۳۰۴۲۷		۷۱٫۵۸۳			۷۱٫۵۸۳		کای اسکوتر
۰٫۱۵۳		۰٫۰۰۰		۰٫۰۰۰			۰٫۰۰۰		معناداری
۰٫۰۸۳		۰٫۱۵۱		۰٫۱۶۲			۰٫۱۶۲		ضریب

طبق یافته‌های این نظرسنجی زنان در قیاس با مردان بیشتر برای مطالعه اخبار از شبکه‌های اجتماعی استفاده کرده‌اند. افراد بالای ۴۵ سال نیز نسبت به سایر گروه‌های سنی بیشتر اعلام کرده‌اند برای خواندن اخبار به این رسانه بهره برده‌اند. همچنین افراد بدون تحصیلات دانشگاهی نسبت به افرادی که تحصیلات دانشگاهی دارند بیشتر از شبکه‌های اجتماعی جهت کسب اخبار استفاده کرده‌اند.

از سوی دیگر پاسخگویان مرد در قیاس با زنان بیشتر برای سرگرمی به سراغ این رسانه‌ها رفته‌اند. جوانان نیز نسبت به دیگر گروه‌های سنی بیشتر این

جدول شماره ۲۴: توزیع پاسخگویان بر اساس نوع سفر به تفکیک متغیرهای جمعیت شناختی

محل سکونت		تحصیلات		سن			جنس		متغیرهای جمعیت شناختی	نوع سفر
روستا	شهر	دارای تحصیلات دانشگاهی	بدون تحصیلات دانشگاهی	۴۵ سال و بیشتر	۳۰-۴۴	۱۸-۲۹	زن	مرد		
۳۷,۸	۵۹,۵	۶,۸	۴۸,۸	۴۲,۴	۵۹,۹	۶۱,۱	۵۳,۹	۵۵,۶	تفریحی و سیاحتی	
۴۸,۹	۲۱,۸	۲,۱	۳۴,۲	۳۶,۵	۲۳,۵	۲۳,۷	۲۸,۰	۲۷,۱	زیارتی	
۱۳,۳	۱۸,۸	۱۹,۰	۱۷,۰	۲۱,۳	۱۶,۶	۱۵,۳	۱۸,۱	۱۷,۳	سایر	
۳۹,۳۶۰		۱۵,۱۲۸		۱۸,۳۵۴			۰,۱۹۳		کای اسکوتر	
۰,۰۰۰		۰,۰۰۱		۰,۰۰۱			۰,۹۰۸		معناداری	
۰,۲۴۹		۰,۱۵۷		۰,۱۷۰			۰,۰۱۷		ضریب	

جوانان در مقایسه با سایر گروه‌های سنی بیشتر اعلام کرده‌اند در ایام کرونایی به قصد تفریح سفر رفته‌اند. پاسخگویان دارای تحصیلات دانشگاهی نیز در قیاس با افرادی که تحصیلات دانشگاهی ندارند بیشتر گفته‌اند در دوران کرونا مسافرت به قصد تفریح کرده‌اند. در نهایت شهرنشینان نسبت به روستاییان بیشتر در این ایام سفر تفریحی رفته‌اند.

حال زنان در قیاس با مردان بیشتر خبر از کاهش مسافرت رفتنشان داده‌اند. در نهایت بین متغیرهای سن، تحصیلات و محل سکونت با سفر رفتن نسبت به قبل از کرونا ارتباط معناداری مشاهده نشد.

جدول شماره ۲۳: توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس نوع سفر

نوع سفر	فراوانی	درصد فراوانی	براساس افرادی که سفر رفتند
تفریحی و سیاحتی	۳۵۰	۱۶,۶	۵۴,۹
زیارتی	۱۷۵	۸,۳	۲۷,۵
سایر	۱۱۲	۵,۳	۱۷,۶
افرادی که سفر نرفتند	۱۴۵۳	۶۹,۱	-
بی‌پاسخ	۱۳	۰,۶	-
جمع کل	۲۱۰۳	۱۰۰,۰	۱۰۰,۰

در بین پاسخگویانی که اظهار داشته‌اند برای سپری کردن اوقات فراغت شان به مسافرت کرده‌اند، ۴۵,۹ درصد مسافرتین (۱۶,۶ درصد کل نمونه) جهت تفریح، ۲۷,۵ درصد (۸,۳ درصد کل نمونه) برای زیارت سفر رفته‌اند.

### ۱۰-۳- تماشای تلویزیون

جدول شماره ۲۶: توزیع فراوانی پاسخگویان براساس میزان تماشای تلویزیون نسبت به قبل شیوع کرونا

درصد فراوانی	فراوانی	ارزیابی
۳۷٫۹	۷۹۷	بیشتر شده
۶٫۷	۱۴۱	کمتر شده
۲۸٫۸	۶۰۵	فرقی نکرده
۲۶٫۲	۵۵۲	افرادی که تلویزیون تماشا نمی‌کنند
۰٫۳	۷	بی پاسخ
۱۰۰٫۰	۲۱۰۳	جمع کل

۳۷٫۹ درصد افراد پاسخگو گفته‌اند در قیاس با دوران پیش کرونا، بیشتر برنامه‌های تلویزیونی را مشاهده می‌کنند. از سوی دیگر در میزان مصرف برنامه‌های تلویزیونی ۲۸٫۸ درصد پاسخگویان نسبت به پیش کرونا تفاوتی ایجاد نشده است. ۶٫۷ درصد افراد نیز در این ایام کمتر برنامه‌های تلویزیون را تماشا کرده‌اند. همچنین ۲۶٫۲ درصد پاسخگویان اعلام کرده‌اند برنامه‌های تلویزیونی را نمی‌بینند.

### جدول شماره ۲۵: توزیع فراوانی پاسخگویان براساس مقصد سفر

مقصد سفر	فراوانی	درصد فراوانی	براساس افرادی که سفر رفتند
مشهد	۱۴۶	۶٫۹	۲۳٫۹
شمال	۱۰۱	۴٫۸	۱۶٫۶
تهران	۵۷	۲٫۷	۹٫۳
اصفهان	۲۳	۱٫۱	۳٫۸
شیراز	۲۲	۱٫۰	۳٫۶
کیش	۱۸	۰٫۹	۳٫۰
قم	۱۵	۰٫۷	۲٫۵
قشم	۱۱	۰٫۵	۱٫۸
کرمانشاه	۱۰	۰٫۵	۱٫۶
کربلا	۱۰	۰٫۵	۱٫۶
لرستان	۱۰	۰٫۵	۱٫۶
سایر	۱۸۷	۶٫۹	۳۰٫۸
سفر نرفته است	۱۴۵۳	۷۰٫۱	-
بی پاسخ	۴۰	۲٫۰	-
جمع کل	۲۱۰۳	۱۰۰٫۰	۱۰۰٫۰

در بین پاسخگویانی که در ایام کرونایی به سفر رفته‌اند، ۲۳٫۹ درصد (۶٫۹ درصد کل نمونه) به مشهد، ۱۶٫۶ درصد (۴٫۸ درصد کل نمونه) به شمال کشور و ۹٫۳ درصد (۲٫۷ درصد کل نمونه) به تهران مسافرت کرده‌اند. بعد از آن، به ترتیب شهرهای اصفهان، شیراز، کیش، قم و قشم دیگر مقاصد مسافران بوده است.

جدول شماره ۲۸: توزیع فراوانی پاسخگویان براساس نوع برنامه‌های مورد تماشا

نوع برنامه‌های مورد تماشا	فراوانی	درصد فراوانی	براساس افرادی که تلویزیون تماشا می‌کنند
اخبار	۶۱۴	۲۹,۲	۳۹,۷
فیلم و سریال	۷۴۴	۳۵,۴	۴۸,۱
برنامه‌های علمی	۲۰	۰,۹	۱,۳
برنامه‌های مذهبی	۱۸	۰,۹	۱,۲
میزگرد و مصاحبه شخصیت‌ها	۸	۰,۴	۰,۵
مستند	۶۴	۳,۰	۴,۱
آموزشی	۱۵	۰,۷	۱,۰
سایر	۶۳	۳,۱	۴,۲
بی‌پاسخ	۵	۰,۲	-
افرادی که تلویزیون تماشا نمی‌کنند	۵۵۲	۲۶,۲	-
جمع کل	۲۱۰۳	۱۰۰,۰	۱۰۰,۰

۴۸,۱ درصد پاسخگویانی که از طریق برنامه‌های تلویزیون اوقات فراغتشان در دوران کرونا را گذرانده‌اند (۳۵,۴ درصد کل نمونه) مخاطب فیلم و سریال این رسانه بوده‌اند. ۳۹,۷ درصد این دسته از پاسخگویان (۲۹,۲ درصد کل نمونه) نیز پیگیر اخبار کشور از طریق تلویزیون بوده‌اند. دیگر برنامه‌هایی که این دسته از پاسخگویان مخاطب آن برای سپری کردن اوقات فراغتشان در دوران کرونا بودند به ترتیب عبارت است از: مستند، برنامه‌های علمی، برنامه‌های مذهبی، آموزشی و میزگرد و مصاحبه شخصیت‌ها.

جدول شماره ۲۷: توزیع پاسخگویان براساس میزان تماشای تلویزیون نسبت به قبل شیوع کرونا  
به تفکیک متغیرهای جمعیت‌شناختی

متغیرهای جمعیت‌شناختی	جنس		سن			تحصیلات		محل سکونت	
	مرد	زن	۱۸-۲۹	۳۰-۴۴	بیشتر از ۴۵ سال و بیشتر	بدون تحصیلات دانشگاهی	دارای تحصیلات دانشگاهی	شهر	روستا
بیشتر شده	۴۹,۷	۵۳,۷	۴۹,۲	۵۰,۳	۵۳,۱	۵۵,۱	۴۶,۵	۴۹,۶	۵۷,۱
کمتز شده	۹,۴	۸,۹	۹,۳	۱۰,۷	۷,۲	۷,۶	۱۱,۵	۹,۷	۷,۶
فرقی نکرده	۴۱,۰	۳۷,۴	۴۱,۵	۳۸,۹	۳۹,۷	۳۷,۳	۴۲,۰	۴۰,۷	۳۵,۲
کای اسکوتر	۲,۵۲۲		-			-		۷,۱۴۶	
معناداری	۰,۲۸۳		۰,۳۹۰			۰,۰۰۷		۰,۰۲۸	
ضریب	۰,۰۴۰		-۰,۰۲۰			۰,۰۶۷		۰,۰۶۸	

افراد بدون تحصیلات دانشگاهی نسبت به پاسخگویانی که تحصیلات دانشگاهی دارند بیشتر اعلام کرده‌اند میزان تماشای برنامه‌های تلویزیون برای آنان در قیاس با قبل از شیوع کرونا افزایش یافته است. ساکنین روستاها نیز در قیاس با شهرنشینان بیشتر برنامه‌های تلویزیون ایران نسبت به قبل از شیوع کرونا می‌بینند.

بین متغیر جنس و سن با میزان تغییر مصرف برنامه‌های تلویزیونی نسبت به قبل از شیوع کرونا رابطه معناداری مشاهده نشد.

از سوی دیگر مردان نسبت به زنان بیشتر مخاطب اخبار تلویزیون در روزهای کرونایی بوده‌اند. در بین گروه‌های سنی نیز افراد بالای ۴۵ سال بیشتر اعلام کرده‌اند در این ایام اخبار تلویزیون را برای پر کردن اوقات فراغتشان دنبال کرده‌اند. همچنین پاسخگویان بدون تحصیلات دانشگاهی نسبت به افرادی که تحصیلات دانشگاهی دارند بیشتر گفته‌اند در دوران کرونا به تماشای اخبار صداوسیما پرداخته‌اند. در نهایت بین متغیر محل سکونت و تماشای برنامه‌های تلویزیون ارتباط معناداری مشاهده نشد.

### ۱۱-۳- گوش دادن به موسیقی

جدول شماره ۳۰: توزیع فراوانی پاسخگویان براساس میزان گوش دادن به موسیقی نسبت به قبل شیوع کرونا

درصد فراوانی	فراوانی	ارزیابی
۲۱,۰	۴۴۱	بیشتر شده
۶,۰	۱۲۶	کمتر شده
۳۶,۴	۷۶۵	فرقی نکرده
۳۶,۳	۷۶۴	افرادی که موسیقی گوش نمی‌دهند
۳,۰	۷	بی‌پاسخ
۱۰۰,۰	۲۱۰۳	جمع کل

میزان مصرف موسیقی ۲۱ درصد پاسخگویان نسبت به قبل از ظهور کرونا افزایش یافته؛ این در حالی است که ۶ درصد افراد پاسخگو اعلام کرده‌اند نسبت به قبل از شیوع کرونا کمتر موسیقی گوش می‌دهند. ۳۶,۴ درصد پاسخگویان نیز همانند قبل زمان برای گوش دادن به

جدول شماره ۲۹: توزیع پاسخگویان بر اساس نوع برنامه‌های مورد تماشا به تفکیک متغیرهای جمعیت‌شناختی

محل سکونت	شهر	تحصیلات		سن			جنس		متغیرهای جمعیت شناختی	نوع برنامه‌های مورد تماشا
		دارای تحصیلات دانشگاهی	بدون تحصیلات دانشگاهی	۱۸-۲۹	۳۰-۴۴	بیشتر ۴۵ سال و	زن	مرد		
۴۳,۸	۳۸,۰	۳۶,۰	۴۲,۰	۵۱,۳	۳۶,۰	۲۵,۹	۳۵,۹	۴۳,۶	اخبار	
۴۴,۳	۴۹,۵	۴۸,۲	۴۷,۹	۳۸,۱	۵۱,۵	۵۹,۴	۵۴,۲	۴۱,۹	فیلم و سریال	
۱,۹	۱,۱	۱,۸	۱,۰	۰,۹	۱,۳	۱,۹	۱,۳	۱,۲	برنامه‌های علمی	
۱,۲	۱,۲	۰,۴	۱,۴	۲,۱	۰,۵	۱,۰	۱,۹	۰,۴	برنامه‌های مذهبی	
۰,۲	۰,۶	۰,۸	۰,۴	۰,۲	۰,۶	۰,۶	۰,۵	۰,۵	میزگرد و مصاحبه شخصیت‌ها	
۴,۳	۴,۱	۶,۲	۲,۸	۴,۳	۴,۰	۴,۲	۱,۷	۶,۵	مستند	
۰,۲	۱,۲	۰,۸	۱,۱	۰,۷	۱,۰	۱,۳	۱,۵	۰,۴	آموزشی	
۴,۰	۴,۳	۵,۸	۳,۳	۲,۶	۵,۱	۵,۸	۳,۰	۵,۵	سایر	
۱,۰۱۶		۲۳,۹۰۷		۷۶,۵۴۷		۵۹,۲۲۳			کای اسکور	
۰,۱۸۲		۰,۰۰۱		۰,۰۰۰		۰,۰۰۰			معناداری	
۰,۰۸۱		۰,۱۲۶		۰,۱۵۹		۰,۱۹۶			ضریب	

زنان نسبت به مردان بیشتر مخاطب فیلم و سریال‌های تلویزیون در دوران کرونا بوده‌اند. جوانان نیز در قیاس با سایر گروه‌های سنی بیشتر فیلم و سریال‌های تلویزیون را برای پر کردن اوقات فراغتشان دیده‌اند. در نهایت پاسخگویانی که تحصیلات دانشگاهی دارند با اختلاف اندکی نسبت به افراد بدون تحصیلات دانشگاهی برای گذراندن روزهای کرونایی بیشتر فیلم و سریال‌های صداوسیما را تماشا کرده‌اند.



افراد پاسخگو (۰٫۵ درصد کل نمونه) در این ایام موسیقی مدنظر خود را از طریق کنسرت آنلاین گوش داده‌اند.

**جدول شماره ۳۲: توزیع پاسخگویان بر اساس روش تهیه موسیقی به تفکیک متغیرهای جمعیت‌شناختی**

محل سکونت	شهر	تحصیلات		سن			جنس		متغیرهای جمعیت شناختی	روش تهیه موسیقی
		دارای تحصیلات دانشگاهی	بدون تحصیلات دانشگاهی	۴۵ سال و بیشتر	۲۰-۴۴	۱۸-۲۹	زن	مرد		
روستا	۷۲٫۴	۸۰٫۴	۶۳٫۲	۴۹٫۶	۷۲٫۲	۸۷٫۷	۷۳٫۷	۶۸٫۰	دانلود از اینترنت (سایت یا تلگرام)	
شهر	۸٫۰	۶٫۱	۱۰٫۹	۱۳٫۸	۹٫۴	۴٫۰	۷٫۱	۱۰٫۴	خرید سی دی	
	۰٫۸	۱٫۱	۰٫۵	۰٫۶	۰٫۴	۱٫۳	۰٫۵	۱٫۰	کنسرت آنلاین	
	۱۸٫۹	۱۲٫۵	۲۵٫۴	۳۶٫۱	۱۸٫۱	۷٫۰	۱۸٫۶	۲۰٫۶	سایر	
	۷٫۷۷۴	۴۹٫۶۹۷		۱۴۵٫۱۷۰			۷٫۲۶۳		کای اسکوتر	
	۰٫۵۱	۰٫۰۰۰		۰٫۰۰۰			۰٫۰۶۴		معناداری	
	۰٫۰۷۶	۰٫۱۹۶		۰٫۲۳۵			۰٫۰۷۴		ضریب	

جوانان نسبت به سایر گروه‌های سنی بیشتر موسیقی مدنظر خود را از طریق دانلود از اینترنت تهیه کرده‌اند. افراد دارای تحصیلات دانشگاهی نیز نسبت به پاسخگویانی که تحصیلات دانشگاهی ندارند بیشتر گفته‌اند موسیقی مدنظرشان را به وسیله دانلود از سایت‌ها و کانال‌های تلگرامی به دست آورده‌اند.

در نهایت بین دو متغیر جنس و محل سکونت با راه‌های تهیه موسیقی رابطه معناداری مشاهده نشد.

موسیقی اختصاص داده‌اند. در نهایت ۳۶٫۳ درصد افراد در این دوران موسیقی گوش نمی‌دهند.

بر اساس نتایج این نظرسنجی جوانان در قیاس با سایر گروه‌های سنی بیشتر اعلام کرده‌اند نسبت به قبل از شیوع کرونا مصرف موسیقی‌شان افزایش یافته است. همچنین بین متغیرهای جنس، تحصیلات و محل سکونت با تفاوت میزان مصرف موسیقی نسبت به قبل از کرونا رابطه معناداری مشاهده نمی‌شود.

**جدول شماره ۳۱: توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس روش تهیه موسیقی**

روش تهیه	فراوانی	درصد فراوانی	براساس افرادی که موسیقی گوش می‌دهند
دانلود از اینترنت (سایت یا تلگرام)	۹۳۹	۴۴٫۶	۷۰٫۷
خرید سی دی	۱۱۸	۵٫۶	۸٫۹
کنسرت آنلاین	۱۰	۰٫۵	۰٫۷
سایر	۲۶۲	۱۲٫۴	۱۹٫۷
بی‌پاسخ	۱۴	۰٫۶	-
افرادی که موسیقی گوش نمی‌دهند	۷۶۲	۳۶٫۲	-
جمع کل	۲۱۰۳	۱۰۰٫۰	۱۰۰٫۰

۷۰٫۷ درصد پاسخگویانی که در دوران شیوع کرونا برای گذراندن اوقات فراغتشان موسیقی گوش داده‌اند (۴۴٫۶ درصد کل نمونه)، آهنگ مورد نظر خود را از سایت یا کانال‌های تلگرامی دانلود کرده‌اند. ۸٫۹ درصد این دسته پاسخگویان (۵٫۶ درصد کل نمونه) نیز از طریق خرید سی دی موسیقی مدنظر خود را تهیه کرده‌اند. تنها ۰٫۷ درصد این گروه از



جدول شماره ۳۴: توزیع فراوانی پاسخگویان براساس نوع روزنامه مورد مطالعه

نوع روزنامه مورد مطالعه	فراوانی	درصد فراوانی	براساس افرادی که روزنامه یا مجله می‌خوانند
چاپی	۲۳۵	۱۱٫۲	۷۴٫۳
الکترونیکی	۷۲	۳٫۴	۲۲٫۷
شبکه‌های اجتماعی	۹	۰٫۵	۳٫۰
بی‌پاسخ	۱	۰٫۱	-
افرادی که روزنامه یا مجله نمی‌خوانند	۱۷۸۵	۸۴٫۹	-
جمع کل	۲۱۰۳	۱۰۰٫۰	۱۰۰٫۰

۷۴٫۳ درصد پاسخگویانی که برای گذراندن اوقات فراغتشان در دوران کرونا روزنامه یا مجله خوانده‌اند (۱۱٫۲ درصد کل نمونه) از نسخه چاپی استفاده کرده‌اند. ۲۲٫۷ درصد این گروه از پاسخگویان (۳٫۴ درصد کل نمونه) از طریق نسخه الکترونیکی روزنامه یا مجله مدنظرشان را مطالعه کرده‌اند. در نهایت ۳ درصد این دسته از افراد پاسخگو (۰٫۱ درصد کل نمونه) با مراجعه به شبکه‌های اجتماعی روزنامه یا مجله مدنظرشان را مطالعه کرده‌اند.

## ۱۲-۳- خواندن روزنامه یا مجله

جدول شماره ۳۳: توزیع فراوانی پاسخگویان براساس میزان گوش دادن به موسیقی نسبت به قبل شیوع کرونا

ارزیابی	فراوانی	درصد فراوانی
بیشتر شده	۹۳	۴٫۴
کمتز شده	۵۴	۲٫۶
فرقی نکرده	۱۶۷	۸٫۰
افرادی که روزنامه یا مجله نمی‌خوانند	۱۷۸۵	۸۴٫۹
بی‌پاسخ	۳	۰٫۱
جمع کل	۲۱۰۳	۱۰۰٫۰

۴٫۴ درصد پاسخگویان گفته‌اند در روزهای کرونایی نسبت به قبل بیشتر روزنامه یا مجله می‌خوانند. ۸ درصد افراد پاسخگو نیز بیان کرده‌اند مانند گذشته زمان برای مطالعه مطبوعات اختصاص داده‌اند. همچنین ۲٫۶ درصد پاسخگویان اعلام کرده‌اند در مقایسه با دوران قبل از کرونا کمتر روزنامه یا مجله خوانده‌اند. در نهایت ۸۴٫۹ درصد افراد در این روزها روزنامه یا مجله مطالعه نکرده‌اند. در گروه‌های جنسی، سنی، تحصیلی و شهری و روستایی تفاوت معناداری در این زمینه وجود ندارد.

### ۱۳-۳- شرکت در کلاس های هنری و ورزشی

جدول شماره ۳۶: توزیع فراوانی پاسخگویان براساس میزان شرکت در کلاس های ورزشی و هنری نسبت به قبل شیوع کرونا

ارزیابی	فراوانی	درصد فراوانی	براساس افرادی که در کلاس های ورزشی و هنری ثبت نام کردند
بیشتر شده	۴۶	۲,۲	۱۶,۷
کمتر شده	۱۶۴	۷,۸	۵۹,۱
فرقی نکرده	۶۷	۳,۲	۲۴,۲
افرادی که در کلاس های ورزشی و هنری ثبت نام نکردند	۱۸۰۳	۸۵,۷	-
بی پاسخ	۲۳	۱,۱	-
جمع کل	۲۱۰۳	۱۰۰,۰	۱۰۰,۰

۷,۸ درصد پاسخگویان گفته اند نسبت به قبل از شیوع کرونا کمتر در دوره های ورزشی و هنری ثبت نام کرده اند. ۳,۲ درصد افراد نیز به مانند قبل از کرونا در این نوع از کلاس ها مشارکت داشته اند. این در حالی است که ۲,۲ درصد پاسخگویان بیان کرده اند در مقایسه با دوران پیش از شیوع کرونا در کلاس های هنری و ورزشی بیشتر شرکت کرده اند. اکثریت پاسخگویان (۸۵,۷ درصد) نیز اعلام کرده اند در این روزها در دوره های مذکور شرکت نمی کنند.

بر اساس نتایج این نظرسنجی روستاییان در قیاس با شهرنشینان بیشتر اعلام کرده اند نسبت به قبل از شیوع کرونا بیشتر در کلاس های هنری و ورزشی مشارکت داشته اند. همچنین بین متغیرهای جنس، سن و تحصیلات با میزان شرکت در کلاس های هنری و ورزشی ارتباط معناداری وجود ندارد.

جدول شماره ۳۵: توزیع پاسخگویان بر اساس نوع روزنامه مورد مطالعه به تفکیک متغیرهای جمعیت شناختی

متغیرهای جمعیت شناختی	جنس		سن			تحصیلات		محل سکونت	
	مرد	زن	۱۸-۲۹	۳۰-۴۴	۴۵ و بیشتر	بدون تحصیلات دانشگاهی	دارای تحصیلات دانشگاهی	شهر	روستا
نوع روزنامه مورد مطالعه									
چاپی	۶۷,۶	۸۲,۵	۷۵,۵	۶۹,۲	۷۸,۴	۸۳,۲	۶۳,۲	۷۳,۹	۷۵,۰
الکترونیکی	۲۸,۹	۱۴,۷	۲۰,۸	۲۶,۲	۲۰,۱	۱۳,۹	۳۳,۸	۲۳,۳	۲۰,۳
شبکه های اجتماعی	۳,۵	۲,۸	۳,۸	۴,۶	۱,۵	۲,۹	۳,۰	۲,۸	۴,۷
کای اسکوتر	۹,۴۸۷			۴,۰۲۹			۱۷,۳۶۰		۰,۸۰۹
معناداری	۰,۰۰۹			۰,۴۰۲			۰,۰۰۰		۰,۶۶۷
ضریب	۰,۱۷۳			۰,۰۸۰			۰,۲۳۸		۰,۰۵۱

بر اساس نتایج جدول فوق زنان نسبت به مردان بیشتر نسخه های چاپی روزنامه یا مجله را مورد استفاده قرار داده اند. افراد بدون تحصیلات دانشگاهی نیز در قیاس با پاسخگویان دارای تحصیلات دانشگاهی بیشتر از طریق نسخه چاپی روزنامه یا مجله مطالعه کرده اند.

در نهایت بین متغیرهای سن و محل سکونت با نوع روزنامه مورد مطالعه ارتباط معناداری مشاهده نشد.

جدول شماره ۳۸: توزیع فراوانی پاسخگویان براساس نحوه برگزاری کلاس‌های ورزشی و هنری

نحوه شرکت	فراوانی	درصد فراوانی	براساس افرادی که در کلاس‌های ورزشی و هنری ثبت نام کردند
مجازی	۴۷	۲,۲	۱۹,۴
حضور	۱۹۵	۹,۳	۸۰,۶
افرادی که در کلاس‌های ورزشی و هنری ثبت نام نکردند	۱۸۰۳	۸۵,۷	-
بی پاسخ	۵۸	۲,۸	-
جمع کل	۲۱۰۳	۱۰۰,۰	۱۰۰,۰

۸۰,۶ درصد پاسخگویانی که برای سپری کردن وقت‌های اضافی خود در کلاس‌های هنری و ورزشی شرکت می‌کنند (۹,۳ درصد کل نمونه) به صورت حضوری و ۱۹,۴ درصد آنان (۲,۲ درصد کل نمونه) به صورت مجازی در این کلاس‌ها حضور یافته‌اند.

جدول شماره ۳۹: توزیع پاسخگویان براساس نحوه برگزاری کلاس‌های ورزشی و هنری به تفکیک متغیرهای جمعیت‌شناختی

متغیرهای زمینه‌ای	جنس		سن			تحصیلات		محل سکونت	
	مرد	زن	۱۸-۲۹	۳۰-۴۴	بیشتر ۴۵ سال و	بدون تحصیلات دانشگاهی	دارای تحصیلات دانشگاهی	شهر	روستا
نحوه برگزاری									
مجازی	۱۲,۱	۲۹,۴	۱۴,۶	۱۵,۸	۳۸,۶	۲۱,۸	۱۸,۳	۲۱,۸	۵,۶
حضور	۸۷,۹	۷۰,۶	۸۵,۴	۸۴,۲	۶۱,۴	۷۸,۲	۸۱,۷	۷۸,۲	۹۴,۴
کای اسکوتر	۱۱,۲۴۵		۱۲,۶۰۳			۰,۴۶۸		۵,۱۹۶	
معناداری	۰,۰۰۱		۰,۰۰۲			۰,۳۰۱		۰,۰۱۳	
ضریب	۰,۲۱۶		۰,۲۲۹			۰,۰۴۵		۰,۱۴۷	

جدول شماره ۳۷: توزیع فراوانی پاسخگویان براساس نحوه شرکت در کلاس‌های ورزشی و هنری

نحوه شرکت	فراوانی	درصد فراوانی	براساس افرادی که در کلاس‌های ورزشی و هنری ثبت نام کردند
خصوصی	۹۲	۴,۴	۳۸,۲
گروهی	۱۴۸	۷,۱	۶۱,۸
افرادی که در کلاس‌های ورزشی و هنری ثبت نام نکردند	۱۸۰۳	۸۵,۷	-
بی پاسخ	۶۰	۲,۹	-
جمع کل	۲۱۰۳	۱۰۰,۰	۱۰۰,۰

۶۱,۸ درصد پاسخگویانی که برای سپری کردن وقت‌های اضافی خود در کلاس‌های هنری و ورزشی شرکت می‌کنند (۷,۱ درصد کل نمونه) به صورت گروهی و ۳۸,۲ درصد آنان (۴,۴ درصد کل نمونه) به صورت خصوصی در این دوره‌ها حاضر شده‌اند.

بر اساس یافته‌های این نظرسنجی افراد بدون تحصیلات دانشگاهی نسبت به پاسخگویانی که تحصیلات دانشگاهی دارند، بیشتر اعلام کرده‌اند که به صورت گروهی در دوره‌های هنری و ورزشی شرکت کرده‌اند. از سوی دیگر پاسخگویانی که دارای تحصیلات دانشگاهی هستند در قیاس با افراد بدون تحصیلات دانشگاهی بیشتر گفته‌اند به صورت خصوصی در این کلاس‌ها مشارکت داشته‌اند.

در نهایت بین متغیرهای جنس، سن و محل سکونت با نحوه شرکت در کلاس‌های ورزشی و هنری رابطه معناداری مشاهده نشد.

۶۱,۸ درصد پاسخگویانی که برای سپری کردن وقت‌های اضافی خود در کلاس‌های هنری و ورزشی شرکت می‌کنند (۷,۱ درصد کل نمونه) به صورت گروهی و ۳۸,۲ درصد آنان (۴,۴ درصد کل نمونه) به صورت خصوصی در این دوره‌ها حاضر شده‌اند.

**جدول شماره ۴۱: توزیع پاسخگویان براساس میزان ورزش کردن نسبت به قبل شیوع کرونا به تفکیک متغیرهای جمعیت‌شناختی**

محل سکونت		تحصیلات		سن			جنس		متغیرهای جمعیت‌شناختی	ارزیابی
روستا	شهر	دارای تحصیلات دانشگاهی	بدون تحصیلات دانشگاهی	بیشتر ۴۵ سال و	۳۰-۴۴	۱۸-۲۹	زن	مرد		
۲۰,۲	۲۴,۹	۲۱,۲	۲۶,۰	۲۲,۰	۲۲,۰	۲۹,۶	۲۷,۱	۲۱,۱	بیشتر شده	
۳۰,۸	۳۶,۹	۴۰,۷	۳۱,۴	۳۵,۲	۳۴,۹	۳۵,۴	۳۶,۰	۳۴,۹	کمتر شده	
۴۹,۰	۳۸,۲	۳۸,۲	۴۲,۶	۴۲,۸	۴۳,۱	۳۵,۰	۳۶,۹	۴۴,۰	فرقی نکرده	
۱۰,۶۱۷		-		-			۷,۹۷۹		کای اسکوئر	
۰,۰۰۵		۰,۸۷۳		۰,۰۱۸			۰,۰۱۹		معناداری	
۰,۰۹۴		-۰,۰۰۴		۰,۰۶۲			۰,۰۸۲		ضریب	

میزان ورزش کردن زنان در مقایسه با مردان نسبت به قبل کرونا بیشتر کاهش یافته است. همچنین جوانان با اختلاف اندکی نسبت به سایر گروه‌های سنی بیشتر گفته‌اند فعالیت‌های ورزشی‌شان در قیاس با قبل از شیوع کرونا کمتر شده است. در نهایت میزان ورزش کردن ساکنین شهرها نسبت به روستاییان در قیاس با پیش از ظهور کرونا بیشتر کاهش یافته است.

بین متغیر تحصیلات و میزان ورزش کردن نسبت به قبل از شیوع کرونا ارتباط معناداری وجود ندارد.

مردان نسبت به زنان بیشتر اعلام کرده‌اند به صورت حضوری در کلاس‌های ورزشی و هنری مشارکت داشته‌اند. جوانان نیز در قیاس با سایر گروه‌های سنی بیشتر به صورت حضوری در این کلاس‌های حاضر شده‌اند. همچنین ساکنین روستاها در مقایسه با شهرنشینان بیشتر گفته‌اند حضوری در کلاس‌های ورزشی و هنری شرکت کرده‌اند. در نهایت بین متغیر تحصیلات و نحوه برگزاری کلاس‌های ورزشی و هنری ارتباط معناداری مشاهده نشد.

**۱۴-۳- ورزش کردن**

**جدول شماره ۴۰: توزیع فراوانی پاسخگویان براساس میزان ورزش کردن نسبت به قبل شیوع کرونا**

ارزیابی	فراوانی	درصد فراوانی
بیشتر شده	۲۸۳	۱۳,۵
کمتر شده	۴۲۱	۲۰,۰
فرقی نکرده	۴۸۵	۲۳,۱
افرادی که ورزش نمی‌کنند	۸۹۳	۴۲,۵
بی‌پاسخ	۲۱	۱,۰
جمع کل	۲۱۰۳	۱۰۰,۰

۲۰ درصد پاسخگویان گفته‌اند فعالیت ورزشی آنان نسبت به قبل از شیوع کرونا کاهش یافته است. ۲۳,۱ درصد افراد نیز به میزان قبل ورزش می‌کنند. همچنین ۱۳,۵ درصد افراد پاسخگو اعلام کرده‌اند در مقایسه با دوران پیش از کرونا فعالیت ورزشی آنان افزایش یافته است. در نهایت ۴۲,۵ درصد پاسخگویان بیان کرده‌اند در این روزها ورزش نمی‌کنند.

جدول شماره ۴۳: توزیع پاسخگویان براساس محل ورزش کردن به تفکیک متغیرهای جمعیت‌شناختی

محل سکونت	شهر	تحصیلات		سن			جنس		متغیرهای زمینه‌ای محل ورزش کردن
		دارای تحصیلات دانشگاهی	بدون تحصیلات دانشگاهی	بیشتر ۴۵ سال و	۳۰-۴۴	۱۸-۲۹	زن	مرد	
۴۳,۹	۴۴,۲	۳۸,۹	۴۷,۹	۴,۶	۴۶,۸	۴۴,۳	۶,۶	۳,۴	در خانه
۱۴,۳	۱۸,۸	۲۲,۷	۱۴,۱	۷,۵	۱۷,۹	۳,۹	۹,۲	۲۴,۷	در باشگاه
۳۹,۱	۳۵,۱	۳۶,۱	۳۶,۲	۴۹,۶	۳۲,۵	۲۳,۹	۲۹,۴	۴۱,۷	در محیط‌های عمومی / پارک
۲,۷	۲,۰	۲,۳	۱,۷	۲,۲	۲,۸	۱,۰	۰,۷	۳,۲	سایر
کای اسکوتر		۱۷,۳۴۹		۹۵,۲۲۶			۱۲۲,۴۴۱		
معناداری		۰,۰۰۱		۰,۰۰۰			۰,۰۰۰		
ضریب		۰,۱۲۲		۰,۲۸۴			۰,۳۲۰		

زنان نسبت به مردان بیشتر در خانه ورزش کرده‌اند. افراد بین ۳۰ تا ۴۴ سال نیز نسبت به سایر گروه‌های سنی بیشتر در خانه فعالیت ورزشی خود را انجام داده‌اند. همچنین افراد بدون تحصیلات دانشگاهی در مقایسه با دیگر گروه تحصیلی بیشتر در خانه ورزش کرده‌اند. در نهایت بین متغیر محل سکونت و محل ورزش کردن رابطه معناداری وجود ندارد.

جدول شماره ۴۲: توزیع فراوانی پاسخگویان براساس محل ورزش کردن

محل ورزش کردن	فراوانی	درصد فراوانی	براساس افرادی که ورزش می‌کنند
در خانه	۵۲۷	۲۵,۱	۴۴,۱
در باشگاه	۲۱۱	۱,۰	۱۷,۷
در محیط‌های عمومی / پارک	۴۳۱	۲,۵	۳۶,۱
سایر	۲۵	۱,۲	۲,۱
بی‌پاسخ	۱۶	۰,۸	-
افرادی که ورزش نمی‌کنند	۸۹۳	۴۲,۵	-
جمع کل	۲۱۰۳	۱۰۰,۰	۱۰۰,۰

در بین پاسخگویانی که برای سپری کردن اوقات فراغت خود در دوران کرونا ورزش کردن را در پیش گرفته‌اند، ۴۴,۱ درصد (۲۵,۱ درصد کل نمونه) در خانه، ۳۶,۱ درصد (۲,۵ درصد کل نمونه) در محیط‌های عمومی و پارک‌ها و ۱۷,۷ درصد (۱,۰ درصد کل نمونه) در باشگاه‌ها ورزش کرده‌اند.



پژوهش را زیربنای  
توسعه دانسته‌اند چرا که  
با جمع‌آوری اطلاعات لازم  
براساس روش علمی و ساختمان  
در جهت پاسخگویی به پرسش‌هایی  
مشخص، علاوه بر اینکه امکان شناخت  
دقیق تروضعیت موجود، فراهم می‌آید، با  
شناخت عوامل اثرگذار می‌توان از یافته‌های  
پژوهش در جهت برنامه‌ریزی و سیاستگذاری‌ها  
نیز بهره جست. لذا سنجش افکار عمومی را  
می‌توان بازتاب دیدگاه‌های مردم و قضاوت‌های  
آنان در خصوص مسائل مختلف دانست.

برهمین اساس گروه افکارسنجی و مطالعات افکار  
عمومی دفتر طرح‌های ملی پژوهشگاه فرهنگ، هنر  
و ارتباطات به دنبال آن است تا با رعایت استانداردهای  
علمی و استفاده از روش‌های نوین و به روز، تصویری واقعی  
از افکار عمومی پیرامون موضوعات و مسائل مختلف فرهنگی و  
اجتماعی ارائه دهد.