نیاز اورژانس به آمبولانس‌های جدید

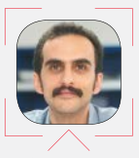
محمدجعفر میعادفر، رئیس سازمان اورژانس بر لزوم ورود آمبولانس‌های جدید به چرخه عملیات تأکید کرد. وی گفت: بخشی از آمبولانس‌های اورژانس دوره فرسودگی خود را می‌گذرانند و باید آمبولانس‌های جدید جایگزین آمبولانس‌های فرسوده شوند. در تلاشیم با خرید آمبولانس‌های جدید ناوگان فرسوده را از چرخه عملیات خارج کنیم. /ایسنا

۹۶ درصد سقط‌های جنین جنایی است

صالح قاسمی، دبیر مرکز مطالعات راهبردی جمعیت گفت: طبق آمار رسمی در سال بیش از ۴۰۰ هزار سقط جنین انجام می‌شود که بخشی از این سقط‌ها غیرارادی است که به مشکلات پزشکی مادر مربوط می‌شود. وی با اشاره به این که ۹۶ درصد از سقط‌های جنین، القایی و جنایی هستند در تحلیل علت افزایش سقط‌های غیرقانونی جنین افزود: اقلام دارویی که روند سقط جنین را تسهیل می‌کند به فراوانی در دسترس عموم است و همچنین برخی پزشکان با زیر پا گذاشتن اخلاق پزشکی، روند سقط را تسهیل می‌کنند. /باشگاه خبرنگاران جوان

خانوارهای ایرانی در سال ۹۹ چه شرایطی داشته‌اند؟ مرکز آمار، اعداد و ارقام جالبی از سبک زندگی ما منتشر کرده است

یک سال خانواده ایرانی به روایت آمار



میثم اسماعیلی

جامعه

پشت آمار و اعداد، همواره داده‌های مهم و قابل بحثی وجود دارد. همین است که آمارها را پنجره‌ای برای توضیح وضعیت کنونی می‌دانند. سنجه‌ای که می‌توانیم علاوه بر دریافت جایگاه کنونی‌مان در ارتباط با چالش‌های احتمالی نهفته در آن آمار به راهکارهای آن هم پی ببریم. به تازگی مرکز آمار ایران نتایج آمارگیری از فرهنگ رفتاری خانوار در سال ۹۹ را منتشر کرده است. آماری که با توجه به گستره بالای جمعیت آماری‌اش (۶۲۵۶۰ خانوار از ۳۰ استان) قابلیت تعمیم‌پذیری بالایی دارد و نتایج آن را می‌توان به جغرافیای بیشتری از این سرزمین بسط داد. این آمار به‌صورت کلی به تفریحات جامعه ایرانی، نوع خرید، میزان حضور در خانواده، خوراک و سلامت روان پرداخته و به‌صورت جزئی‌تر در زیرمجموعه این مفاهیم به بررسی آماری پرداخته است. از میزان مصرف سرانه شیر و نوشابه به تفکیک استان‌ها گرفته تا اعتماد عمومی افراد به حمایت خانواده‌ها، میزان درصد شادمانی آنها و میزان کمک‌های داوطلبانه آن در این آمار در دسترس قرار گرفته است. با نگاهی به این پژوهش می‌توان شمایلی کلی از شرایط خانواده ایرانی در بازه زمانی این آمارگیری یعنی در سال ۹۹ به‌دست آورد. هر چند این آمار به نوعی داده‌های خامی محسوب می‌شوند که می‌توان با بررسی کارشناسانه به چرایی به‌دست آمدن این داده‌ها پی برد. اتفاقی که باید توسط کارشناسان و پژوهشگران حوزه جامعه اتفاق بیفتد تا به‌عنوان مثال متوجه شویم چرا بیش از ۴۱ درصد پاسخگویان معتقدند در صورت نیاز خانواده به کمک هیچ‌گونه حمایتی از آنها صورت نخواهد گرفت؟ یا این‌که چرا با وجود ضریب بالای نفوذ اینترنت در ایران همچنان بیش از ۸۰ درصد افراد، خرید پوشاک‌شان را از طریق تماشای آن از ویترین‌ها تهیه می‌کنند و فضای مجازی در این میان نقشی حداقلی دارد؟ «نتایج آمارگیری از فرهنگ رفتاری خانوار» بی‌شمار سؤال دیگری پیش می‌آورد که در آینده در سلسله گزارش‌هایی در پی پاسخ به آنها خواهیم بود.

۲ دقیقه و ۴۳ ثانیه

این میزان مطالعه روزنامه در یک روز است

پایان عصر روزنامه، اقبال دوباره به کتاب

در یک سال منتهی به آمارگیری حدود ۵۴/۵ درصد مطالعه کتاب غیردرسی چاپی یا الکترونیکی داشته‌اند و حدود ۴۵/۵ درصد، مطالعه کتاب غیردرسی نداشته‌اند. در این میان استان یزد با ۱۵ ساعت و ۱۶ دقیقه مطالعه کتب غیردرسی در ماه در رتبه اول استان‌های ایران قرار دارد و بوشهر با ۲ ساعت و ۴۰ دقیقه در ماه عنوان کم مطالعه‌ترین استان ایران را به خود اختصاص داده است.

سرانه زمان مطالعه کتاب‌های غیردرسی چاپی و الکترونیکی، ۶ ساعت و ۳۲ دقیقه در ماه و ۱۳ دقیقه و ۴ ثانیه در روز بوده است.

۲۲/۴ درصد از افراد ۱۵ ساله و بیشتر، روزنامه مطالعه کرده‌اند و ۷۷/۶ درصد مطالعه روزنامه نداشته‌اند. جالب این‌که از همین تعداد افراد ۴۰/۴ درصد صفحات اقتصادی، ۴/۳۰ درصد صفحات سیاسی، ۳۶/۷ درصد صفحات اجتماعی، ۳۱/۷ درصد صفحات ورزشی، ۳۰/۸ درصد صفحات بهداشت و سلامت، ۲۱/۱ درصد صفحات حوادث و ۶۰/۶ درصد سایر صفحات روزنامه‌ها را مطالعه می‌کنند. با این توضیح که هر فرد حق انتخاب ۴ حوزه مورد علاقه خود در صفحات روزنامه را داشته است.

سرانه زمان مطالعه روزنامه چاپی و الکترونیکی یک ساعت و ۲۳ دقیقه در ماه و ۲ دقیقه و ۴۳ ثانیه در روز بوده است.

نکته: تنها دو دقیقه مطالعه روزنامه در روز نشان از این دارد عمر روزنامه‌های چاپی رو به پایان است اما افزایش سرانه مطالعه کتاب‌های غیردرسی نسبت به آمارهای گذشته نشان از اقبال دوباره جامعه ایرانی به نشر و کتاب است. پیش از این همواره حرف از سرانه ۳ دقیقه‌ای مطالعه در آمارها بوده که حالا بنا به گزارش تازه مرکز آمار ایران این عدد به ۱۳ دقیقه در روز رسیده است.

۸۱/۴ درصد

این میزان درصد افرادی است که سال گذشته هیچ کالای برقی نخریدند

حضور در فضای مجازی و خرید در خیابان‌ها

بر اساس گفته‌های پاسخگویانی که در این آمار به خرید پوشاک پرداخته‌اند، اولویت ۷/۸ درصد آنها پوشاک تولید خارج و ۳۸/۳ درصد پوشاک داخلی بوده است. برای ۵۳/۸ درصد این افراد نیز اولویت خاصی بین پوشاک داخلی و خارجی وجود نداشته است.

طبق اظهارنظر این افراد ۸۳/۴ درصد از این افراد پوشاک خود را بر اساس ویترین فروشگاه‌ها انتخاب کرده‌اند. ۶/۳ درصد بر اساس پیشنهاد دوستان و نزدیکان، ۵ درصد مطابق مد در جامعه، ۲/۶ درصد با توجه به شبکه‌های اجتماعی، ۰/۷ درصد بر اساس تبلیغات پیرامونی، ۰/۲ درصد از طریق تماشای برنامه‌های تلویزیونی داخلی و ۰/۱ درصد بر اساس برنامه‌های ماهواره‌ای پوشاک خود را انتخاب کرده‌اند.

۸۴/۷ درصد عنوان کرده‌اند در سال گذشته هیچ کالای لوکسی خریداری نکرده‌اند، ۸/۱ درصد یک بار، ۴/۱ درصد دوبار و ۱/۷ درصد سه‌بار در سال گذشته کالای لوکس خریداری کرده‌اند.

۸۱/۴ درصد خانوارها در سال گذشته کالای برقی خریداری نکرده‌اند و ۱۸/۶ درصد کالای برقی خریده‌اند.

از میان این جامعه آماری ۳۶/۸ درصد خانوارهای کشور کالاهای برقی تولید خارج را خریداری کرده‌اند، ۵۱/۸ درصد از محصولات برقی تولید داخل استفاده کرده‌اند و ۱۱/۴ درصد از هر دو تولیدات در کالاهای برقی استفاده می‌کنند.

نکته: اقبال به پوشاک داخلی را می‌توان علاوه بر کیفیت قابل توجه به قیمت مناسب آن هم ربط داد اما نکته جالب توجه در این آمار چگونگی آشنایی خانوارهای ایرانی با پوشاک مورد نظرشان است. از حمید فدایی، کارشناس حوزه تبلیغات می‌پرسیم چرا با وجود اشتغال ۱/۵ ساعته روزانه افراد در شبکه‌های اجتماعی، فضای مجازی نقشی حداقلی در خرید پوشاک افراد دارد؟ او معتقد است این اتفاق محدود به حوزه پوشاک است چرا که این کالا نیازمند پوشیدن و اندازه‌گیری و غیره است. او به جام‌جم می‌گوید: «در زمینه پوشاک هنوز هم فضای مجازی بستر اصلی انتخاب است اما در مورد خرید این موضوع با حضور در فروشگاه‌ها اتفاق می‌افتد.» نخریدن کالاهای برقی توسط ۸۱ درصد خانوارها را هم باید پای جهش عجیب قیمت کالاهای برقی طی دو سال گذشته نوشت. ضمن این‌که کالای لوکس در سراسر ایران تعاریف متفاوتی دارد و شاید نتوان به استنادهای آماری این داده‌ها دل بست.

۴۱/۸ درصد

این میزان درصد افرادی است که معتقدند در صورت بروز مشکل از سوی خانواده‌هایشان حمایت نمی‌شوند!

خانوارها چقدر شادند؟ چقدر اعتماد دارند؟

۳۱/۶ درصد این افراد مطمئن هستند یا احتمال زیاد و بسیار زیادی می‌دهند که در صورت نیاز خانواده به کمک، از سوی اقوام و خویشاوندان مورد حمایت و کمک قرار می‌گیرند. در حالی که ۴۱/۸ درصد اصلا یا احتمال کم و بسیار کمی می‌دهند در صورت نیاز خانواده به کمک، از سوی اقوام و خویشاوندان مورد حمایت قرار گیرند.

۵۱/۴ درصد از این افراد قابل اعتماد بودن همسایگان خود را زیاد و بالاتر اظهار کرده‌اند و ۱۶/۷ درصد اعتماد کم یا اصلا اعتمادی نداشته‌اند و ۳۲ درصد نیز این اعتماد را متوسط اظهار کرده‌اند.

۳۷/۱ درصد از این افراد اظهار کرده‌اند در زندگی خانوادگی خود زیاد و بالاتر، احساس شادی دارند و ۲۴/۶ درصد احساس شادی کم و بسیار کم داشته و یا اصلا احساس شادی نداشته‌اند، ۳۸/۲ درصد این احساس را در زندگی خانوادگی خود متوسط اعلام کرده‌اند.

۷۶/۴ درصد از افراد اظهار داشته‌اند حداقل یک‌بار کمک داوطلبانه داشته‌اند. همچنین ۲۳/۶ درصد هیچ‌گونه کمک داوطلبانه‌ای به افراد دیگر نداشته‌اند.

نکته: حضور بیش از ۷۴ درصدی افراد در کمک‌های داوطلبانه نشان از این دارد که همچنان فرهنگ دست‌گیری به عنوان یک فرهنگ آیینی در خانواده‌های ایرانی رسوب کرده است. این نکته‌ای است که جعفر بای، آسیب‌شناس اجتماعی به جام‌جم می‌گوید. او معتقد است درصد بالای این اتفاق می‌تواند همچنین به دلیل سخت‌تر شدن معیشت در این سال‌ها و افزایش جمعیت فقیر در ایران باشد. اما آمار عجیب در این حوزه مربوط به عدم اعتماد ۴۱ درصدی افراد به خانواده‌های خود در صورت بروز مشکلات است. آماری که نیاز به تامل و چاره‌اندیشی دارد. جعفر بای معتقد است این‌که بیش از ۴۱ درصد افراد معتقدند در صورت بروز مشکل از سوی خانواده‌های خود حمایت نخواهند شد نشان از این دارد که کارکرد نهاد خانواده در ایران در حال تغییر شگفتی است. او به جام‌جم می‌گوید: «کارکردهای خانواده از موضوع آموزش تا تربیت و مهارت آموزی تنوع داشته اما در حال حاضر تمامی این موارد متاسفانه به نهادهای مختلف اجتماعی دیگر واگذار شده است. این در حالی است که خانواده یک نهاد جایگزین‌ناپذیر است. خانواده مدخل یک جامعه است، به این معنا که برای این‌که جامعه خوبی داشته باشیم باید خانواده خوبی داشته باشیم.» او به آمار ارائه شده در رابطه با شاخص شادی هم اشاره دارد و می‌گوید همین داده‌ها نشان از این دارد که در حوزه سلامت اجتماعی وضعیت مناسبی نداریم و خانواده‌ها روز به روز از تجربه شادمانی کمتری بهره‌مند خواهند شد.

۱۹/۴ وعده

این میزان تعداد دفعاتی است که خانواده‌های خراسان جنوبی در هفته با یکدیگر غذا می‌خورند

خانوارها چقدر کنار یکدیگر غذا می‌خورند؟

در سال ۹۹ سرانه مصرف شیر در هفته به طور متوسط ۲/۹۸ لیوان و سرانه مصرف نوشابه این افراد در هفته به طور متوسط دو لیوان برآورد شده است.

نتایج حاکی از این است که در این سال مصرف ماهی افراد در ماه به طور متوسط ۱/۷ وعده بوده و مصرف فست‌فود به طور متوسط ۱/۳۴ بار در ماه برآورد شده است.

متوسط دفعاتی که خانوارها در هفته با هم غذا می‌خورند به تفکیک استان‌ها نشان می‌دهد خراسان جنوبی با ۱۹/۴ وعده، اردبیل ۱۸/۹ وعده در ماه بیشتر تعداد دفعات را همراه با خانواده غذا می‌خورند و قم با ۱۳/۱ و تهران با ۱۴ وعده، کمترین دفعات غذاخوردن با هم را تجربه می‌کنند.

۵/۸ درصد افراد ۱۵ ساله و بیشتر بیان کرده‌اند سیگار می‌کشیدند که ۵/۲ درصد از این افراد سیگاری به طور روزانه در سال سیگار کشیده‌اند. همچنین ۴ درصد اظهار کرده‌اند قلیان می‌کشیدند که ۲۲/۷ درصد این افراد به طور روزانه قلیان می‌کشیدند، به عبارت دیگر ۰/۹ درصد این افراد هر روز قلیان می‌کشیدند.

نکته: آمار مصرف لبنیات در ایران طی ۱۰ سال گذشته کاهش معناداری داشته است. اتفاقی که بسیاری از کارشناسان سلامت معتقدند حذف لبنیات از سفره ایرانی به معنای سونامی بیماری‌های استخوانی در سال‌های آینده خواهد بود. آمارهای این پژوهش هم نشان می‌دهد سال گذشته هر فرد به طور متوسط نزدیک به سه لیوان شیر در هفته مصرف کرده است. اما انتشار این آمارها به تفکیک استان هم گاه نتایج جالب توجهی به همراه دارد. به عنوان مثال استان بوشهر در حالی با مصرف تنها ۱/۴ لیوان شیر در هفته در قعر فهرست ۳۰ استان مورد بحث قرار گرفته که همین خانواده‌های بوشهری در هفته بیش از دو لیوان نوشابه مصرف می‌کنند. وقتی بدانیم قیمت هر دوی این کالاها حدودا برابر است باید از اقبال خانواده‌های بوشهری به مصرف نوشابه تعجب کنیم. نکته جالب توجه دیگر در این دسته آمارها مربوط به غذا خوردن همراه با خانواده افراد به تفکیک استان‌ها اشاره کرد. استان خراسان جنوبی با ۱۹/۴ وعده در صدر این فهرست قرار دارد. جالب این‌که در آمار نهادهای دیگر در رابطه با موضوع ازدواج هم این استان شاخص‌های مثبت قابل‌توجهی داشت. به این معنا که می‌توان به قطع گفت نهاد خانواده در این استان از استحکام قابل‌توجهی نسبت به دیگر استان‌های کشور برخوردار است.

۸۶/۶ درصد

این میزان درصد افرادی است که سال گذشته به سینما نرفته‌اند

موسیقی و شبکه‌های اجتماعی در صدر تفریحات ایران

۷۳/۸ درصد در سال ۹۹ موسیقی گوش کرده‌اند و ۲۶/۲ درصد گوش نکرده‌اند.

۲۸ درصد افراد موسیقی را از رادیو، تلویزیون و ماهواره گوش می‌دهند، ۱۰/۵ درصد تجهیزات صوتی و بصری، ۹۵/۵ درصد موبایل، ۱/۵ درصد تبلت، رایانه و لپ‌تاپ و ۰/۴ درصد با سایر لوازم.

۷۰/۶ درصد پاپ ایرانی، ۵۱/۲ درصد سنتی، ۷۳/۴ موسیقی محلی، ۱۰ درصد کلاسیک غیر ایرانی، ۹/۶ درصد غیرفارسی و ۲/۴ درصد سایر موسیقی‌ها را گوش می‌دهند.

سرانه زمان گوش کردن به موسیقی ۳ ساعت و ۲۹ دقیقه در هفته و ۲۹ دقیقه و ۵۱ ثانیه در روز بوده است.

۶۵/۲ درصد از افراد در سال ۹۹ عضو شبکه‌های اجتماعی بوده و ۳۴/۸ درصد عضو نبوده‌اند.

به طور متوسط هر فرد در روز یک ساعت و ۳۲ دقیقه در شبکه‌های اجتماعی حضور داشته است.

در این میان افرادی که عضو شبکه‌های اجتماعی بوده‌اند، واتس‌آپ با ۸۸ درصد و پس از آن اینستاگرام و تلگرام به ترتیب با ۶۸ و ۶۶ درصد بیشترین میزان عضویت را به خود اختصاص داده است.

حدود ۱۳/۴ درصد از افراد اظهار کرده‌اند در یک سال منتهی به زمان آمارگیری به سینما رفته‌اند و ۸۶/۶ درصد افراد به سینما نرفته‌اند.

از این میان ۲/۵ درصد به تنهایی، ۴۱/۸ درصد با دوستان و ۵۴/۹ درصد با خانواده به سینما رفته‌اند.

نکته: چرایی عدم استقبال به سینما را باید به فراگیری کرونا نسبت داد و نمی‌توان تحلیل درستی از این اتفاق استخراج کرد اما حضور یک ساعت و نیمه روزانه افراد در شبکه‌های اجتماعی نشان می‌دهد همچنان استقبال از شبکه‌های اجتماعی مجازی رو به افزایش است اما وقتی این درصد قابل توجه را کنار محتوای اندک تولید شده در این فضا می‌گذاریم به چرایی نبود سواد رسانه‌ای افراد می‌توانیم پی ببریم. در این میان حضور شگفت موسیقی در زندگی روزانه ایرانیان هم قابل‌توجه است.