

گزارشی از

طرح بررسی مصرف کالاهای فرهنگی خانوار

در شهرهای همدان و اراک

تألیف: طیبه مینویی فر

■ اشاره:

در آذرماه سال جاری، اولین نشست یافته‌های تحقیق پیرامون "بررسی مصرف کالاهای فرهنگی خانوار" در شهرهای اراک و همدان با حضور مجریان طرح، اساتید و دانشجویان و نیز مدیران و کارشناسان مختلف دستگاههای اجرایی کشور، در سالن اجتماعات دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران برگزار شد، نظر به اهمیت این پژوهش - که به عنوان پژوهش برگزیده سال انتخاب شد - و برای آگاهی خوانندگان مجله، مبادرت به درج گزارش اجمالی از این تحقیق نمودیم، با این هدف که گشودن سرفصل تازه‌ای با عنوان "پژوهشهای ویژه" زمینه همکاری بیشتر پژوهشگران و محققین مسائل اجتماعی اقتصادی و ترویج کشاورزی را با ماهنامه فراهم نماید.

■ تاریخچه و اهداف طرح

در نوزدهمین اجلاس یونسکو در ناپروبی (در سال ۱۹۷۶) توجه به "توسعه فرهنگی" به صورت توصیه به مشارکت گسترده مردم در زندگی فرهنگی مطرح شد. آنچه در این نشست مورد توجه واقع گردید، این بود که همیشه مفهوم توسعه فرهنگی از بعد کیفی مورد توجه قرار گرفته و به وجوه کمی آن چندان توجهی نشده و نمی‌شود. در نشست مذکور بر این نکته تأکید گردید که در زمینه توسعه فرهنگی باید واقعیتهایی شناسایی شوند که در توسعه تغییر آنها مدنظر می‌باشد. جهت دستیابی به این واقعیتهای امور فرهنگی، طرق متفاوتی وجود دارد که یکی از این طرق تهیه گزارشاتی توسط نهادهای رسمی در کشورهای مختلف است که در زمینه انتشار فرهنگ از طریق رسانه‌های جمعی جدید (از جمله رادیو، تلویزیون،

روزنامه، کتابخانه و سینماها) منتشر می‌شود. در این رابطه آمار مربوط به میراث فرهنگی و نهادهای مربوط به آن، آثار تاریخی و اماکن، بایگانه‌ها و نیز آمار مربوط به اشکال خاص تولید و مصرف کالاهای فرهنگی و هزینه‌های آن، جمع‌آوری و منتشر می‌گردد. هم‌چنین در جوامع مختلف، در کنار فعالیت رسانه‌های جمعی در زمینه انتشار فرهنگ، این امر از طریق سنن شفاهی نیز انتشار می‌یابد. چنان‌که در جوامع سنتی، این بخش، هسته اصلی را تشکیل می‌دهد و در جوامع جدید نیز آثار آن هنوز از بین نرفته است.

در سال ۱۹۷۹، یونسکو با همکاری یک مؤسسه پژوهشی کلمبیایی، با هدف دستیابی به داده‌هایی در مورد مشارکت خصوصاً از نوع سنن شفاهی، مدلی برای پیمایش میزان دستیابی به منابع فرهنگی و مشارکت در فعالیتهای فرهنگی طراحی نمود. هدف از مدل مذکور، دستیابی به ارزیابیهای کمی استفاده از سنن شفاهی در انتشار فرهنگ بود. این مدل در جهت شناسایی منابع فرهنگی در دسترس و انتخاب مردم، امکان شناسایی ویژگیهای اساسی آنچه را که می‌توان، "تقاضای فرهنگی" نامید، فراهم می‌آورد.

طرح موردنظر بعد از تدوین با تغییراتی متناسب با بافت فرهنگی - اجتماعی هر کشور، در سه کشور اندونزی، هند و کره جنوبی اجرا گردید.

■ تعریف مفاهیم عمده:

مفاهیم عمده طرح عبارتند از:

منابع فرهنگی: در معنای وسیع کلمه به "مجموع کالا و اشیاء در دسترس که انجام فعالیتهای فرهنگی را ممکن یا تسهیل می‌نماید"، اطلاق می‌گردد.

فعالیتهای فرهنگی: فعالیتهایی هستند که اعضای یک جامعه با کشف توانمندیها و

استعدادهای خویش آنرا به منصف ظهور می‌رساند و در این زمینه استعدادهای و شخصیت خویش را گسترش می‌دهند.

در حال حاضر شناسایی منابع فرهنگی در دسترس محدود است به :

- رسانه‌های جدید برای انتشار فرهنگ، از جمله رادیو، تلویزیون، کتاب، جراید و مجلات
- رسانه‌های سنتی برای انتشار فرهنگ، از جمله سنن شفاهی (۱)

کالاها (تجهیزات) ضروری برای انجام فعالیت در هنرها و صنایع دستی، بازی و ورزش همچنین شناسایی میزان مشارکت در فعالیتهای فرهنگی اشاره دارد به :

- شناسایی فعالیتهایی که از خلال آن منابع فرهنگی در دسترس مورد استفاده قرار می‌گیرد.
- شناسایی فعالیتهایی که در اوقات فراغت انجام می‌شود.

در گزارش یونسکو در زمینه سنن شفاهی، به علت تفاوت فرهنگی مناطق مختلف از جمله شهر و روستا، به منظور جمع‌آوری اطلاعات، به جای پرداختن به محتوا بیشتر به میزان حفظ و تداوم سنن توجه شده است.

● سازگار کردن طرح با شرایط ایران و تدوین پرسشنامه

با توجه به تغییراتی که در طی سالهای اخیر در زمینه رسانه‌های جدید (از جمله ورود ویدئو به عنوان یک رسانه) در کشورهای در حال توسعه رخ داده است و با توجه به تفاوت شرایط ایران از لحاظ بافت فرهنگی - اجتماعی، از قبیل اهمیت امور دینی و اختصاص بخشی از اوقات آزاد شبانه‌روز افراد جهت انجام اعمال مذهبی و مشارکت در این گونه مراسم، تلاش شد تا با مراجعه به کارشناسان فرهنگی، نظر آنها را در مورد امکانات و تسهیلات فرهنگی، فعالیتهای فرهنگی و ابزارهای انتقال فرهنگ در خانواده ایرانی جویا شویم.

به این منظور پرسشنامه‌ای با تأکید بر چگونگی امکانات و تسهیلات فرهنگی در خانواده ایرانی، فعالیتهای فرهنگی و ابزارهای انتقال فرهنگ در خانه و اینکه، آیا فعالیتهای ورزشی، کالاهای دستی و هنری در زمره فعالیتهای و امکانات فرهنگی هست یا نه؟ تهیه گردید و در این رابطه تعداد ۲۲۴ نفر به پرسشهای فوق پاسخ دادند.

در نهایت پرسشنامه‌ای تنظیم گردید، که در آن مقولات زیر مورد پرسش قرار گرفت :

- مشخصات جمعیتی، اقتصادی و اجتماعی خانوار شامل ؛ سن، جنس، مذهب، قومیت، شغل، درآمد، سواد، زبان و لهجه، محل تولد و ...

- فاصله تا مراکز فرهنگی، مانند مدرسه، کتابخانه، ویدیوکلوب، پارک، سینما، دانشگاه، مسجد و ...

- رسانه‌های جدید، رادیو، تلویزیون، ضبط صوت، ویدئو، کتاب، روزنامه و مجله

- سنن شفاهی ؛ خاطرات، ضرب‌المثل، معما، سرود، ترانه، لطیفه، حدیث، شعر، پند و اندرز، داستان و ...

- محل و موقعیتی که سنن شفاهی در آن نقل می‌شود؛ دید و بازدید، مهمانی، شب‌نشینی، روضه، سفره، و ...

- کالاها و امکانات فرهنگی و فعالیتهای انجام شده توسط آنها شامل :

۱- هنری ؛ عکاسی، فیلمبرداری، نقاشی، خطاطی، گرافیک، طراحی، نواختن موسیقی و ...

۲- دستی ؛ قالیبافی، مجسمه‌سازی، خیاطی، کلدوزی، گلیم‌بافی، کاموابافی، قلابدوزی و ...

۳- بازی و سرگرمی ؛ شطرنج، آتاری، کامپیوتر، تخته‌نرد، منج و ...

۴- ورزشی ؛ توپ فوتبال، تخته‌شنا، راکت، هالتر، بارفیکس، طناب، دوچرخه، استخر، دمبل و ...

- گذراندن اوقات فراغت خانوار ؛ شامل فعالیتهای فرهنگی در اوقات فراغت، نوع فعالیت در تعطیلات سالیانه و نحوه انجام فعالیت در وقت آزاد.

مقرر گردید تا طرح مورد نظر در استانهایی که از لحاظ توسعه نیافتگی در رده‌های دوم به بعد می‌باشند، انجام گیرد. به این منظور استان همدان به علت فاصله آن با زمینه‌های توسعه در دهه‌های اخیر، استان اراک به علت بافت و ریشه‌های سنتی فرهنگ و رشد سریع اقتصادی آن، استان کهگیلویه و بویراحمد و استان بوشهر به عنوان استانهای محروم کشور انتخاب گردیدند.

در مرحله اول، طرح مذکور در استان همدان و اراک انجام شد. اطلاعات مربوط به جامعه آماری از

مرکز آمار، مربوط به آمارگیری نمونه‌ای سال ۱۳۷۰ اخذ گردید. بر اساس آمار به دست آمده نمونه

منتخب در شهر همدان ۹۰۰ خانوار و در اراک ۷۷۰ خانوار انتخاب گردید. سپس توسط ۲۳ نفر پرسشگر و به مدت ۱۴ روز در هر یک از دو شهر، اطلاعات مورد نظر جمع‌آوری گردید.

لازم به یادآوری است که نتایج تحقیق در هر یک از دو شهر همدان و اراک (به جز در زمینه اوقات فراغت)، در ۸ جلد به طور جداگانه، منتشر شده است. در جلد اول یافته‌های تحقیق پیرامون ویژگیهای اقتصادی - اجتماعی جمعیت نمونه، در دو بخش مستقل، فردی و خانوار آمده است. در جلد دوم، با عنوان کتاب، در جلد سوم، روزنامه و مجله، جلد چهارم با عنوان رادیو و تلویزیون، جلد پنجم تحت عناوین ویدئو و ضبط، جلد ششم در مورد بازی و ورزش، جلد هفتم، پیرامون فعالیتهای هنری و صنایع دستی و در جلد هشتم، درباره رسانه‌های سنتی، چگونگی استفاده و انواع رایج این رسانه‌ها، نتایج تحقیقات انجام شده، بیان شده است. در ذیل یافته‌های هر یک از موارد فوق، بررسی می‌گردد :

■ ویژگیهای اقتصادی - اجتماعی جمعیت نمونه دو شهر همدان و اراک

اطلاعات به دست آمده در دو شهر نشان می‌دهد که :

- ترکیب جنسی : در همدان جمعیت نمونه دارای ۵۱ درصد مرد و ۴۹ درصد زن و در اراک ۵۲/۵ درصد مرد و ۴۷/۵ درصد زن می‌باشد.

- مذهب : در همدان ۹۹/۱ درصد جمعیت نمونه در همدان و ۹۹/۸ درصد نمونه در اراک، شیعه می‌باشند و مابقی جزء اقلیتهای دینی هستند.

- زبان : در همدان ۵۸/۳ درصد و در اراک ۸۶/۸ درصد به زبان فارسی که زبان مادری آنهاست، تکلم می‌کنند و ۵۴ درصد در همدان و ۱۸ درصد جمعیت نمونه در اراک قادر به فهم زبان ترکی می‌باشند.

- وضعیت تأهل : در همدان ۳۷/۷ درصد دارای همسر و ۵۹/۶ درصد هرگز ازدواج نکرده‌اند. در اراک نیز ۳۷/۶ درصد دارای همسر و ۵۹/۶ نیز هرگز ازدواج نکرده‌اند.

- وضعیت اشتغال : در شهر همدان ۳۴/۸ درصد جمعیت نمونه شاغل و ۳ درصد بیکار و جویای کار می‌باشند و در شهر اراک نیز ۳۰/۴

درصد، شاغل و ۲/۸ درصد بیکار و جویای کار می‌باشند.

- وضعیت تحصیلی: در شهر همدان ۱۸/۸ درصد جمعیت لازم‌التعلیم (۶ سال به بالا) و ۱۳/۳ درصد در اراک، بیسواد می‌باشند.

- گروه‌های شغلی: در شهر همدان ۲۲/۰۱ درصد کارگر، ۲۶/۸ درصد کارمند و مابقی در مشاغل دیگر مشغول به کار می‌باشند، در اراک نیز ۱۸/۵ درصد کارگر، ۴۲/۹ درصد کارمند و بقیه در مشاغل دیگر اشتغال دارند.

- نوع مالکیت: در همدان ۹۲/۱ درصد دارای خانه حیاطدار و ۷/۹ درصد در آپارتمان زندگی می‌کنند. در اراک ۸۴/۵ درصد دارای خانه حیاطدار و ۱۴/۸ درصد دارای آپارتمان می‌باشند.

- بافت جمعیتی: شهر همدان دارای ۷۲/۵ درصد افراد بومی و ۲۷/۵ درصد مهاجر می‌باشد و اراک دارای ۵۲/۴ درصد جمعیت بومی و ۴۷/۶ درصد مهاجر می‌باشد.

- پایگاه اقتصادی: ۷۹/۸ درصد جمعیت همدان از لحاظ اقتصادی ضعیف (میانگین ۴۳۷۲ ریال)، ۱۹ درصد متوسط و ۱/۱ درصد ثروتمند (میانگین ۱۲۷۰۸۱ هزار ریال) می‌باشند در اراک نیز ۸۰/۶ درصد از لحاظ اقتصادی ضعیف (میانگین ۱۰۸۸۰ هزار ریال)، ۱۷/۲ درصد متوسط و ۲/۲ درصد ثروتمند (میانگین ۸۶۹۰۰ هزار ریال) می‌باشند.

- مسؤولیت خانواده: در ۹۲/۶ درصد خانوارهای شهر همدان، رئیس خانوار مرد و در ۳/۸ درصد، رئیس خانوار زن می‌باشد. در اراک نیز ۹۴/۹ درصد مسؤولیت خانوار به عهده مرد و ۵/۱ درصد نیز به عهده زن می‌باشد.

بررسی و مقایسه یافته‌های تحقیق در دو شهر پیرامون ویژگی‌های اقتصادی - اجتماعی خانوار، نشان‌دهنده این است که وضعیت مذهب، تاهل و ترکیب سنی تقریباً در هر دو شهر یکسان می‌باشد، اما به لحاظ زبان تفاوتی وجود دارد. چنانکه زبان اکثر مردم اراک فارسی است و تنها درصد محدودی به زبان ترکی سخن می‌گویند و با توجه به اینکه در اکثر خانواده‌های ترک زبان نیز زبان مادری بعضی از اعضای خانوار فارسی است، نتیجه گرفته می‌شود که در شهر اراک آرایش قومی برجسته‌ای وجود ندارد.

از نظر موقعیت اقتصادی، خانوار با شاخصهایی

از قبیل نوع ملک و مالکیت، تعداد اتاق و متراژ آن و ... اندازه‌گیری شده است نیز، دو شهر با هم تفاوتی دارند، متوسط اتاقهای خانه‌های مسکونی در اراک، کمتر از همدان بوده و اکثریت خانواده‌های این شهر (۱/۵) را خانوارهایی تشکیل می‌دهند که به لحاظ اقتصادی ضعیف بوده و تنها ۱/۵ از خانوارهای این شهر از وضع نسبتاً خوبی برخوردارند. حدود ۲/۲ درصد از خانوارهای نمونه از اقشار پردرآمد هستند، که حدود سه برابر خانوارهای متوسط و ۸ برابر خانوارهای ضعیف از لحاظ اقتصادی تمکن مالی دارند. در همدان ملک بیشتر از نوع شخصی و حیاطدار می‌باشد و از لحاظ اقتصادی نسبت به شهر اراک در موقعیت بالاتر قرار دارند.

دو شهر به لحاظ میزان سواد نیز با هم تفاوتی دارند. اراک هم از نظر سواد و هم سطح تحصیلات در شرایط بالاتری قرار دارد و تحصیل در رشته‌های علوم انسانی و فنی - مهندسی بیشتر صورت می‌گیرد. در حالی که در همدان علاوه بر پایین بودن میزان سواد و سطح تحصیلات، تحصیلکردگان این شهر بیشتر در رشته کشاورزی تحصیل نموده‌اند.

مهاجرت در دو شهر یاد شده با روندی یکسان اما در دو نوع متفاوت جریان دارد. به این معنی که مهاجرین به همدان بیشتر روستایی و ترک زبان می‌باشند. در حالی که مهاجرت به اراک بیشتر از قشر تحصیلکرده و شهری می‌باشند. گروه‌های شغلی در دو شهر تفاوت‌هایی را نشان می‌دهند. اراک شهری است که وجود صنایع سنگین و ایجاد شهرک‌های صنعتی، زمینه را برای مهاجرت افراد تحصیلکرده شهرهای دیگر به منظور انجام کارهای تخصصی هموار کرده است. لذا بیشتر مردم این شهر کارمند و متخصص می‌باشند، به طوری که عمده نیروی مهاجر به این شهر از افراد تحصیلکرده شهرهای دیگر هستند که جذب صنعت و ادارات در این شهر شده‌اند. در صورتی که همدان شهری است سنتی که صنعت در آن چندان رواجی ندارد. با این حال این شهر دارای گروه شغلی عمده است؛ یک گروه شامل کارمندان دولت با درآمد بالا، که اکثراً دارای تحصیلات بالا و بومی همدان بوده و به زبان فارسی تکلم می‌کنند. و گروه دیگر شامل کارگران مهاجر از روستا است، که این قشر از زندگی پایین تر و تحصیلات کمتری

برخورد دارند و عمدتاً ترک زبان هستند. به این ترتیب در همدان قشر بومی ثروت، قدرت، دانش و منزلت را در اختیار دارد و در مقابل، مهاجرین فاقد همه این امتیازات می‌باشند. لذا بین این دو قشر تمایز فرهنگی زیادی نیز دیده می‌شود.

با توجه به نتایج به دست آمده، چنین برآورد می‌گردد که در همدان نوعی تقابل متراکم شده میان بومیان و مهاجرین حول مؤلفه‌های قدرت، ثروت، قومیت، شهروندی و زبان شکل گرفته است. در حالی که در اراک چنین تقابلی به چشم نمی‌خورد، بلکه در این شهر با توجه به نزدیکی به شهرهای جدید، نوعی تقابل طبقاتی حول ثروت وجود دارد که خود را در وجود قشری از کسبه عمده و کارفرمایان کارگاهی، مابصرف فرهنگی متفاوت از دیگر اقشار، نشان می‌دهند.

مسأله دیگری که مطرح است، این است که در این قشر بندی شغل نقش اساسی دارد. در اراک قشر بندی از حالت سنتی خود خارج شده و به دلیل اینکه کارمندان شهر را بیشتر مهاجرین تشکیل می‌دهند، دارای وضع تثبیت شده‌ای نمی‌باشد. لذا این امر زمینه مساعدی را برای ایجاد تغییرات اجتماعی فراهم کرده است. اما قشر بندی خاص در شهر همدان، مانعی در جهت توسعه شهر می‌باشد. زیرا، قشر کارمند، بومی شهر است و همه فرصت‌ها و امکانات را در اختیار دارد و به همین دلیل محافظه کار بوده و به دنبال تغییری در ساختار شهر نیست، لذا شهر از یک وضع تثبیت شده‌ای برخوردار می‌باشد.

■ فاصله محل سکونت خانوار از تسهیلات فرهنگی

در شهر همدان، میانگین فاصله خانوار از مدرسه ابتدایی ۱۷۲/۵ متر، مدرسه راهنمایی ۱۸۷ متر و دبیرستان ۳۵۷/۵ متر می‌باشد که در اراک به ترتیب ۲۸۰ متر و ۶۲۴ متر و ۸۱۶ متر می‌باشد.

در شهر همدان میانگین فاصله خانوار تا کتابخانه عمومی و کتابفروشی به ترتیب ۴۷۷/۳ متر و ۴۱۸/۳ متر می‌باشد. در اراک این میانگین به ترتیب ۱۸۷۷ متر و ۶۴۱ متر می‌باشد.

در شهر همدان میانگین فاصله خانوار از دکه مطبوعاتی، مسجد و حسینیه به ترتیب ۱۱۸۲/۲ متر و ۲۶۰ متر می‌باشد.

میانگین فاصله خانوار از سینما و ویدیوکلپ در شهر همدان به ترتیب ۱۱۸۲/۲ و ۷۸۷/۷ می‌باشد که این فاصله در اراک به ترتیب ۲۰۰ متر و ۹۴۸ متر است.

در همدان میانگین فاصله خانوار از پارک و تفریحگاه عمومی ۴۱۱/۶ متر و از ورزشگاه ۳۸۶/۱ متر است که در اراک به ترتیب ۶۲۹ متر و ۱۲۸۰ متر می‌باشد.

در همدان میانگین فاصله خانوار از قهوه‌خانه ۶۸۸ متر و در اراک ۳۸۰ متر می‌باشد.

بررسی یافته‌های تحقیق پیرامون فاصله محل سکونت خانوار از تسهیلات فرهنگی نشان می‌دهد که شهر اراک از میانگین فاصله بالاتری برخوردار است و با توجه به اینکه در هر دو استان با افزایش سطح تحصیلات میزان استفاده از کالاهای فرهنگی نیز بالا می‌رود، اراک به دلیل داشتن سطح تحصیلات بالاتر نیاز فرهنگی بیشتری دارد. اما این امکانات در اراک کم و غیرمکفی است که یک تعارض است. در تحلیل این تعارض می‌توانیم به فراگرد صنعتی شدن اراک اشاره کنیم و این مسأله که بیشترین تحصیلکرده‌های اراک از مهاجرین به این شهر می‌باشند و نتوانسته‌اند بر ساختار فرهنگی شهر تأثیری جدی بگذارند.

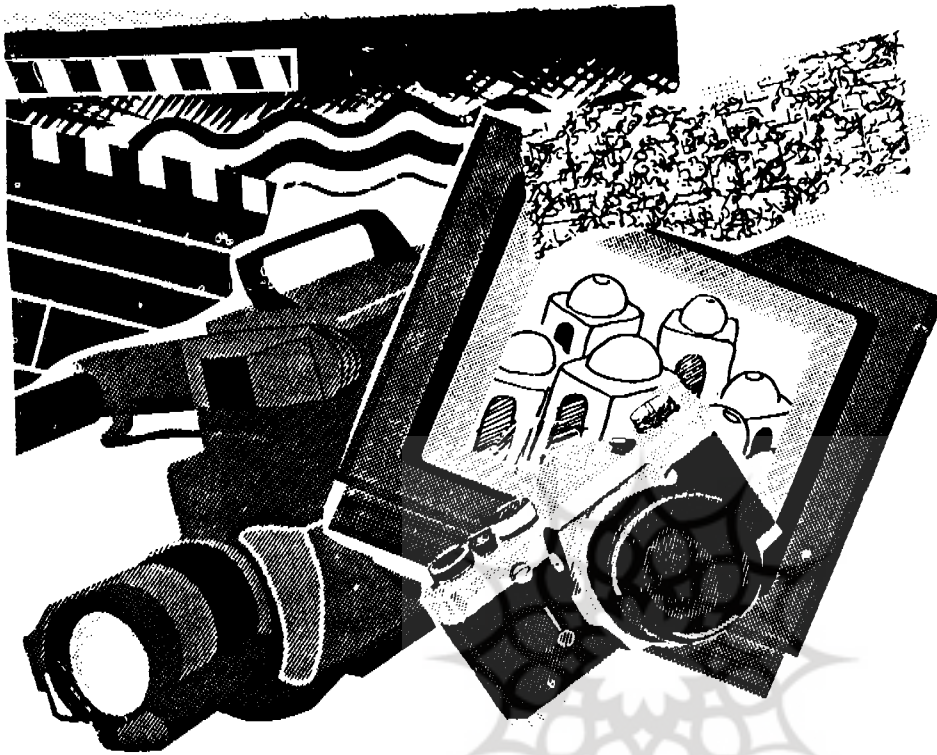
■ وضع کتاب و کتابخوانی در خانوار

در شهر همدان ۹۶/۱ درصد منازل کتاب وجود دارد و این میزان در اراک ۹۵/۸ درصد است.

در منزل ۱۸/۸ درصد خانوارهای شهر همدان همه کتابها غیردرسی است و در ۵۲ درصد بیش از نیمی از کتابهای موجود درسی است و در ۵/۹ درصد تمام کتابها درسی است، در اراک در منزل ۱۸/۸ درصد خانوارها همه کتابها غیردرسی، ۴۹/۱ درصد بیش از نیمی از کتابهای موجود درسی و در ۵/۱ درصد خانوارها تمام کتابهای موجود درسی است.

در شهر همدان ۱۲/۹ درصد خانوارها هیچیک از اعضاء خانوار کتاب غیردرسی نمی‌خوانند و ۸۷/۱ درصد حداقل یک نفر کتاب غیردرسی مطالعه می‌کند. در اراک ۸۹/۲ درصد از اعضاء خانوار در منزل کتابهای درسی مطالعه می‌کنند.

در همدان ۳۰/۷ درصد جمعیت با سواد بالای



۲/۷۴ و ۲/۸ و ۲/۱۴ درصد بیشترین تعداد عناوین کتاب را مطالعه و گروههای شغلی کارگری و ساختمانی با میانگین ۰/۸۴ درصد کمترین تعداد عناوین کتاب مطالعه می‌شود.

در همدان مجردین، ۱/۲۹ درصد و افراد دارای همسر با ۱/۲۵ درصد، تعداد عناوین بیشتری را مطالعه می‌کنند. در اراک مجردین با میانگین ۱/۷۲ درصد، تعداد عناوین بیشتری از افراد دارای همسر با ۱/۴۸ درصد مطالعه می‌کنند.

در همدان آنهایی که حداقل یکی از دو زبان آنها فارسی است با میانگین ۱/۵۱ تعداد عناوین کتاب بیشتری نسبت به آنهایی که زبان مادری آنها فقط ترکی است، مطالعه می‌کنند.

در بررسی وضع کتاب و کتابخوانی در دو شهر می‌بینیم که میزان کتابخوانی در شهر اراک بیشتر از همدان است، در حالیکه تعداد کتابخانه‌ها در همدان بیشتر است. بیشترین مطالعه کنندگان در اراک کسبه عمده می‌باشند که این نسبت در

۶ سال هیچ کتابی مطالعه نمی‌کنند و در اراک ۲۷/۹ درصد جمعیت بالای ۶ سال هیچ مطالعه‌ای ندارند.

در شهر همدان مطالعه انواع کتاب ۱۹/۹ درصد کتابهای کودک و نوجوان، ۴۶/۱ درصد قرآن و کتاب دعا و ۲۰/۱ درصد داستان و در اراک قرآن و کتاب دعا ۵۰/۲ درصد، داستان ۲۳/۵ درصد و کودک و نوجوان ۱۹/۲ درصد است.

در همدان محصلین با ۲/۲۲ عنوان کتاب، بیش از افراد شاغل با میانگین ۱/۵۸ کتاب و افراد خانه‌دار با میانگین ۱ عنوان کتاب مطالعه می‌کنند. در اراک میانگین عنوان کتاب برای محصلین ۲/۴۳ شاغل ۱/۸۸ و افراد خانه‌دار ۱/۱۴ کتاب می‌باشد.

در همدان کارمندان با ۳/۰۲ درصد و مشاغل پزشکی با ۳/۷ درصد بیشترین تعداد عناوین کتاب را مطالعه و گروههای شغلی کارگری با ۰/۶۳ درصد کمترین عناوین کتاب را مطالعه می‌کنند. در اراک کارمندان و مشاغل پزشکی و کسبه عمده با

همدان کمتر است. همچنین در دو شهر محصلین بیشترین میزان مطالعه و زنان خانه‌دار کمترین میزان مطالعه را دارا می‌باشند. در دو شهر تقریباً نیمی از جمعیت قرآن و دعا می‌خوانند که باید این احتمال را نیز در نظر داشت، که در اظهارات پاسخگویان در این زمینه با توجه به جو مذهبی جامعه ممکن است گرایشی به زیادتر نشان دادن مطالعه در این زمینه وجود داشته باشد. اما با این حال بیشترین درصدی که کتاب مطالعه می‌شود، قرآن و کتب ادعیه است.

■ بهره‌مندی خانوارهای نمونه از روزنامه

در ۶۳/۸ درصد خانوارهای همدان روزنامه مطالعه می‌شود که در اراک این میزان ۶۵/۱ درصد می‌باشد.

در ۲۰/۷ درصد خانوارها روزانه و در ۲۸ درصد طی هفته و حداکثر دو یا سه بار روزنامه به خانه وارد می‌شود که در اراک ۲۳/۲ درصد روزانه و ۳۵/۶ درصد در طی هفته چندبار می‌باشد.

در شهر همدان ۳۱/۹ درصد خانوارها یک روزنامه و در ۱۸/۸ درصد خانوارها دو نوع روزنامه به منزل وارد می‌شود که این میزان در اراک ۲۹/۳ درصد یک روزنامه و ۲۲/۲ درصد دو نوع روزنامه است.

در همدان خوانندگان انواع روزنامه ۳۱ درصد هم‌شهری، ۱۳/۴ درصد کیهان و ۱۲/۶ درصد اطلاعات و بقیه انواع دیگر را مطالعه می‌کنند و در اراک ۳۱ درصد هم‌شهری، ۱۲/۵ درصد کیهان و ۱۶/۳ درصد اطلاعات می‌باشد.

در همدان ۸۱/۵ درصد جمعیت روزنامه خوان هم‌شهری را مطالعه می‌کنند، ۲۵/۲ درصد کیهان و ۳۳ درصد اطلاعات و ۸/۵ درصد سلام، ۴/۷ درصد جمهوری اسلامی و ۴/۲ درصد ابرار را می‌خوانند. این میزان در اراک، هم‌شهری ۷۷/۸ درصد، کیهان ۳۱/۳ درصد، اطلاعات ۴۰/۹ درصد و سلام ۱۰ درصد، جمهوری اسلامی ۶/۹ درصد، ابرار ۲/۹ درصد، جهان اسلام ۱/۲ درصد و کار و کارگر ۰/۲ درصد می‌باشد.

در همدان محصلین با ۳۶/۷ درصد بیشترین میزان مطالعه و افراد خانه‌دار با ۱۷/۸ درصد کمترین میزان مطالعه را دارا می‌باشند. در اراک محصلین ۳۶/۱ درصد و افراد خانه‌دار ۲۰/۱ درصد می‌باشند.

در همدان مردان با میانگین ۰/۶۷ درصد نسبت به زنان با میانگین ۰/۵۹ درصد تعداد روزنامه بیشتری را مطالعه می‌کنند. این نسبت در اراک به ترتیب برای مردان ۰/۷۴ و زنان ۰/۶۲ می‌باشد.

مجموعه مقایسه‌های انجام شده نشان می‌دهد که تنوع در مطالعه روزنامه و تهیه آن در اراک بیشتر از همدان است. همچنین میزان خوانندگان روزنامه در اراک به نسبت همدان بیشتر می‌باشد که این مسأله به اقتصاد صنعتی شهر اراک و وابستگی بیشتر مشاغل این شهر به حیات جمعی جامعه و نیز تقاضا برای کسب اطلاعات بیشتر در زمینه‌های شغلی برمی‌گردد.

همین‌طور نزدیک به ۸۰ درصد جمعیت روزنامه خوان، مطالعه‌کننده روزنامه هم‌شهری می‌باشند، که می‌توان دلیل آن را یا در انعکاس بیشتر خواسته‌ها و گرایشات جمعیت روزنامه خوان در این روزنامه دانست و یا با توجه به اهدافی که هر یک از این روزنامه‌ها دنبال می‌کنند، مربوط دانست. سه روزنامه سلام، جمهوری اسلامی و ابرار روزنامه‌هایی هستند که با هدف پاسخگویی به بخشی از نیازهای خوانندگان که بیشتر از قشر باسواد و نیز سیاسی می‌باشند، منتشر می‌شوند. در حالیکه هم‌شهری، کیهان و اطلاعات روزنامه‌هایی هستند که خوانندگان آنها اقشار عادی جامعه می‌باشند و این روزنامه‌ها به نیازهای گسترده و وسیعتری از افراد جامعه پاسخ می‌دهند. مردان نیز به دلیل حضور و مشارکت بیشتر در فعالیتهای مختلف جامعه نیاز به کسب اطلاعات بیشتری نسبت به زنان دارند و در هر دو شهر میزان مطالعه مردان بیشتر از زنان می‌باشد.

■ بهره‌مندی خانوار از مجله

در ۵۸/۴ درصد خانوارهای نمونه شهر همدان مجله مطالعه می‌شود، این میزان در اراک ۵۹/۳ درصد می‌باشد، از انواع مجلات، مجلات فرهنگی اجتماعی بیشترین خواننده را دارد که در همدان ۲۲/۸ درصد و در اراک ۲۳/۶ درصد می‌باشد.

زنان با ۲۸/۳ درجه نسبت به مردان با ۱۸/۳ درصد در همدان، بیشترین خوانندگان مجلات فرهنگی - اجتماعی می‌باشند.

در مورد مجلات ورزشی مردان بیشتر از زنان به مطالعه مجلات ورزشی می‌پردازند که این

میزان در اراک برای مردان ۱۴/۲ درصد برای زنان ۳/۹ می‌باشند.

در شهر همدان مجلات فرهنگی - ادبی را ۴/۵ درصد از جمعیت باسواد نمونه مطالعه می‌کنند و در اراک این میزان ۳/۴ درصد است.

در همدان مجلات سیاسی با ۰/۲۴ درصد و ۰/۱۷ درصد در اراک کمترین خواننده را دارا می‌باشند.

■ بهره‌مندی خانوار از رادیو و تلویزیون

در شهر همدان اعضای ۹۰/۴ درصد خانوار به رادیو گوش می‌دهند که این میزان در اراک ۹۱/۹ درصد است. در ۱۷/۹ درصد خانوارهای نمونه به رادیوهای خارجی گوش داده می‌شود که این میزان در اراک نیز ۱۷/۳ درصد است.

بیشترین میزان استفاده از برنامه‌های رادیویی در شهر همدان، ۴۹/۴ درصد برنامه‌های تفریحی - سرگرمی و مراسم مذهبی ۳۵/۸ می‌باشد که در اراک به ترتیب ۴۸/۲ درصد و ۳۳/۲ درصد می‌باشد.

گروه‌های سنی بین ۶۴ - ۱۲ سال بیشترین درصد استفاده از رادیو را در دو شهر به خود اختصاص داده‌اند.

در برنامه‌های مختلف رادیو با توجه به حضور بیشتر زنان در منزل درصد شنوندگان زن بیشتر از مردان است. تنها در مورد گزارش‌های ورزشی، درصد مردان شنونده بالاتر است. در هر دو شهر باسوادان به نسبت بیشتری آنهم با تفاوت بسیار، از بیسوادان به رادیو گوش می‌دهند.

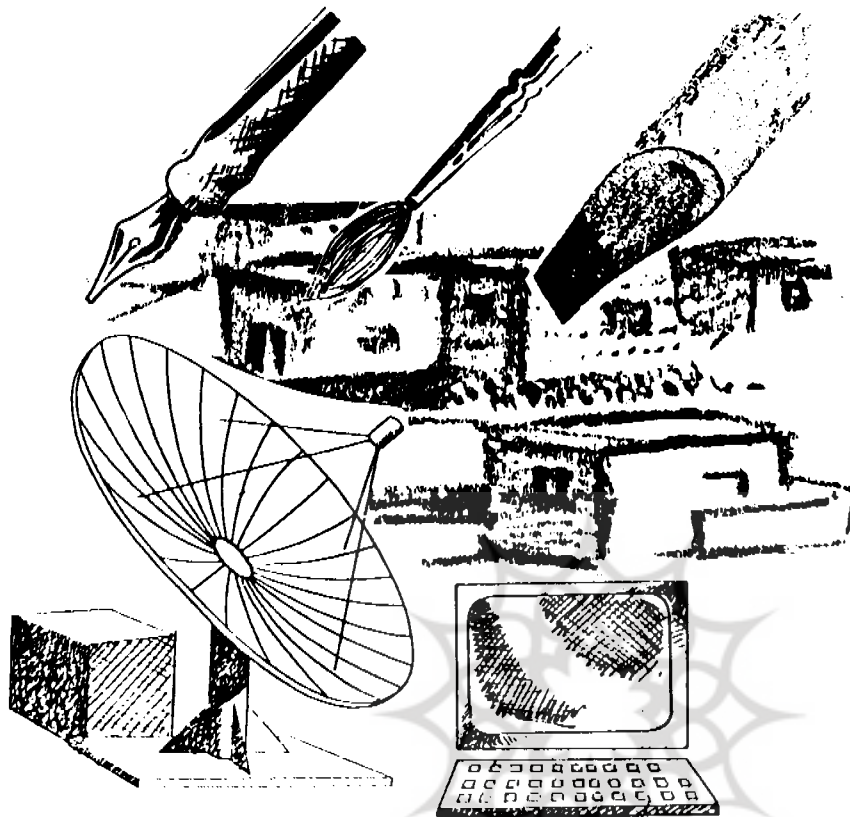
در اکثر برنامه‌ها مجردین کمترین درصد شنونده را در هر دو شهر دارند.

در جمعیت نمونه شهر همدان ۹۲/۳ درصد تماشاگر تلویزیون هستند که این میزان در اراک ۹۱/۸ درصد می‌باشد برنامه فیلم سینمایی و سریال با ۷۵/۵ و ۷۴/۱ درصد و گزارشات علمی - فرهنگی با ۱۰/۶ درصد به ترتیب بیشترین و کمترین تماشاگران در شهر همدان دارند. این نسبت در اراک برای فیلم سینمایی ۷۰/۳ درصد، سریال ۷۵/۶ درصد و میزگرد ۱۱/۶ درصد می‌باشد.

در همدان ۲/۴ درصد خانوارها و در اراک کمتر از ۱ درصد از خانوارها از برنامه تلویزیون خارجی استفاده می‌کنند.

در مقایسه میان زنان و مردان، برنامه‌های اخبار، مسابقات، ورزش و میزگردها و گزارشات، مردان بیشتر از زنان و در برنامه‌های کودکان، آگهی‌های تبلیغی، مراسم مذهبی و آموزشی، زنان بیشتر از مردان به تماشای تلویزیون می‌نشینند. در تماشای برنامه‌های خبری، سخنرانیها و جلسات مذهبی در همدان افراد با سواد درصد بیشتری بیننده دارند، اما در اراک تماشای این برنامه‌ها، افراد بی‌سواد به نسبت بیشتری از افراد باسواد بیننده آن می‌باشند.

بررسی یافته‌های این دو شهر نشان می‌دهد، در همدان استفاده از وسایل صوتی و تصویری بیشتر است، در حالی که در اراک از وسایل نوشتاری مانند کتاب بیشتر استفاده می‌شود. هم‌چنین مراسم و سخنرانیهای مذهبی تلویزیون (با توجه به مذهبی بودن جامعه) از درصد کمی تماشاگر برخوردار می‌باشد، که این میزان در همدان ۱۸/۴ و در اراک ۲۳/۳ درصد می‌باشد. این نشان‌دهنده عدم توفیق مجریان امور نسبت به جذاب نمودن این برنامه‌ها باشد.



■ بهره‌مندی خانوار از ویدیو

در ۴۱/۲ درصد خانوارهای نمونه شهر همدان از ویدیو استفاده می‌شود که این میزان در اراک ۳۲/۴ درصد است.

در همدان بیشترین میزان استفاده از ویدیو برای فیلم‌های سینمایی ۳۳/۷ درصد، موسیقی و سب ۱۴/۳ درصد و ۲/۳ درصد مراسم و مجالس مذهبی، در اراک ۲۵/۶ درصد فیلم سینمایی ۱۰/۲ درصد موسیقی و ۲/۶ درصد مراسم مذهبی می‌باشد.

در همدان اعضای ۱۱/۸ درصد خانوارها در منزل خود و ۱۶/۸ درصد در منزل اقوام و خویشاوندان از ویدیو استفاده می‌کنند، در حالیکه این میزان در اراک به ترتیب ۱۳/۱ درصد در منزل شخصی و ۱/۴ درصد در منزل اقوام و خویشان می‌باشد.

در همدان بیشترین تعداد بیننده فیلم سینمایی ویدیویی را گروه سنی ۱۸ - ۱۲ ساله تشکیل می‌دهد. (۲۹ درصد) و در اراک گروه سنی ۲۵ - ۱۲ ساله بیشترین بیننده را دارند. (۲۰ درصد)

با توجه به اطلاعات بدست آمده، محل استفاده از ویدیو در همدان بیشتر در منزل اقوام و خویشان است که به ساختار سنتی شهر همدان برمی‌گردد و اکثریت بومی آن که خویشاوندی مستحکمی با یکدیگر دارند. اما در اراک به دلیل اینکه اکثریت ساکنان شهر را مهاجران تشکیل می‌دهند و وجود علقه‌های ضعیف در بین آنها، این ارتباط خویشاوندی ضعیف می‌باشد.

همچنین میان فاصله خانوار تا ویدیوکلوپ و استفاده از نوارهای ویدیویی رابطه معنی‌داری وجود دارد، به این معنی که در منازلی که فاصله کمتری با ویدیوکلوپ دارند، تنوع استفاده از نوارهای ویدیویی بیشتر است و وجود ویدیوکلوپ در افزایش استفاده از ویدیو در منازل مؤثر بوده است.

■ بهره‌مندی خانوار از ضبط صوت

در ۸۰/۱ درصد خانوارهای نمونه شهر همدان ضبط صوت وجود دارد، این میزان در اراک ۷۸/۱ درصد است.

در همدان بیشترین میزان استفاده از ضبط صوت برای نوارهای صوتی موسیقی و سرود ۷۵/۱ درصد و برای نوار قرآن و در اراک به ترتیب ۶۳/۵ درصد برای موسیقی و ۴۹ درصد برای نوار قرآن است.

در همدان بیشترین میزان استفاده از نوار صوتی توسط افراد با تحصیلات بالا و وضع اقتصادی بهتر می‌باشد. اما در اراک بین میزان استفاده از نوارهای صوتی با سطح تحصیل و وضع اقتصادی رابطه‌ای وجود ندارد.

در همدان محصلین با ۵۴/۱ درصد، شاغلین ۴۴/۱ و افراد خانه‌دار با ۳۸/۵ درصد بیشترین میزان استفاده از نوارهای موسیقی را دارند. که در اراک به ترتیب محصلین ۵۶/۷ درصد شاغلین ۵۱/۷ درصد و افراد خانه‌دار ۴۸/۵ درصد می‌باشند. در همدان ۳۵ درصد افراد باسواد و ۱۸ درصد افراد بی‌سواد استفاده کننده از نوارهای قرآن و مذهبی می‌باشند که در اراک این نسبت ۳۳/۲ درصد برای افراد باسواد و ۳۱/۳ درصد برای افراد بی‌سواد است.

■ ورزش و بازی در خانوار

در ۷۵/۲ درصد خانوارهای نمونه شهر همدان و ۷۵/۵ درصد خانوارهای اراک، اعضای خانوار ورزش می‌کنند.

با افزایش میزان سطح تحصیلات خانوار، میزان انجام ورزش از سوی اعضای خانوار در دو شهر بیشتر می‌شود.

مردان بیشتر از زنان از وسایل ورزشی استفاده می‌کنند، که این میزان در اراک ۴۹/۱ درصد برای مردان و ۳۰/۱ درصد برای زنان می‌باشد.

در اراک افراد باسواد بیشتر از افراد بی‌سواد با نسبت ۴۷/۴ درصد در مقابل ۲/۹ درصد از وسایل ورزشی استفاده می‌کنند.

مجردین با ۶۲/۶ درصد و متأهلین با ۱۵/۸ درصد بیشترین و کمترین میزان استفاده از وسایل ورزشی را دارند.

در شهر همدان ۷۷/۳ درصد خانوارهای نمونه وسایل بازی دارند، که در اراک ۷۸/۵ درصد می‌باشد. اما در ۷۰/۲ درصد خانوارهای همدان و ۶۳/۹ درصد خانوارهای شهر اراک بازیها بدون وسیله انجام می‌شود.

در همدان افراد بومی بیشتر از افراد مهاجر و در اراک بالعکس افراد مهاجر با ۵۰/۳ درصد بیشترین استفاده کنندگان از وسایل ورزشی می‌باشند.

در همدان افراد بومی بیشتر از افراد مهاجر و در اراک بالعکس افراد مهاجر با ۵۰/۳ درصد بیشترین استفاده کنندگان از وسایل ورزشی می‌باشند.

■ فعالیتهای هنری و دستی در خانوار

در ۷۳/۶ درصد خانوارهای نمونه شهر همدان، فعالیتهای هنری و دستی با انگیزه‌های غیراقتصادی صورت می‌گیرد که این میزان در اراک ۷۴/۷ درصد می‌باشد.

در هر دو شهر فعالیتهای هنری و دستی اغلب توسط خانمها انجام می‌شود.

در هر دو شهر با افزایش سطح تحصیلات، تنوع فعالیتهای هنری و دستی، میزان و انجام آن افزایش می‌یابد.

■ مراسم و مجالس خانوادگی

در شهر همدان ۹۷/۸ درصد خانوارها مجالس خانوادگی، (دید و بازدید و مهمانی ...) ۳۷/۲ درصد جشن تولد و در ۴۷ درصد خانوارها روضه مرسوم است و در اراک ۹۷/۱ درصد مجالس خانوادگی، جشن تولد، ۳۱/۱ درصد سفره و ۳۳/۲

درصد روضه‌می‌باشد.

در هر دو شهر خانوارهای با سطح تحصیل بالاتر تمایل بیشتری برای برگزاری هر نوع مراسم و مجالس خانوادگی به جزء روضه دارند، با افزایش بهره‌مندی خانوار از انواع رسانه‌های جدید تمایل خانوارها برای برگزاری مراسم و مجالس خانوادگی در هر دو شهر افزایش می‌یابد. میزان برگزاری مراسم جشن تولد و نیز جشن عبادت که پدیده جدیدی است، در اراک بیشتر از همدان می‌باشد.

■ انواع ادبیات شفاهی

در همدان ۷۱/۷ درصد خانوارها ضرب‌المثل، ۵۰/۹ درصد چیستان، ۴۳/۸ درصد شعر، ۵۷/۴ درصد حدیث و در ۵۹/۳۹ درصد خانوارها آیات قرآن نقل می‌شود.

در اراک در ۵۴/۹ درصد خانوارها ضرب‌المثل ۳۶/۱ درصد چیستان ۳۵/۸ درصد شعر، ۵۷/۵ درصد حدیث و ۵۵/۱ درصد آیات قرآن نقل می‌شود.

در هر دو شهر، در بیشتر از ۸۰ درصد خانوارها، ۸۳ درصد در همدان و ۸۸/۸ درصد در اراک) پند و اندرز نقل می‌شود.

■ پی‌نوشت :

در مورد سنتهای شفاهی محمد طیب عثمان توضیح می‌دهد. «سنت شفاهی به سنتهایی گفته می‌شود که در طول حیات بشر سینه به سینه نقل شده‌اند. از این رو سنتهایی که به صورت دست‌نوشته یا کتاب موجودند از این گروه مستثنی هستند. با وجود این در بیشتر جوامع مرز مشخصی بین سنتهای شفاهی و مکتوب وجود ندارد و ... سنتهای شفاهی و مکتوب همزمان دیده می‌شود: راهنمای گردآوری سنتهای شفاهی، ص ۱۱.

■ بقیه از صفحه ۴۹

امکان توسعه خدمات و تسهیلات را فراهم می‌سازد، بلکه باعث یکپارچگی طرحهای گروه در داخل یک گروه متحد یا طرحهای اتحادیه می‌شود، که می‌تواند، با برنامه‌های توسعه منطقه‌ای یا ناحیه‌ای در کمیته‌های مرکب محلی منطبق شود، بدینسان یک فرآیند برنامه‌ریزی دو جانبه می‌تواند، توسعه یابد.

گرچه فعالیتهای درون گروهی و اتحادیه‌های گروهی تهیدستان به طور فزاینده خودگردان در سطح گسترده تر به وسیله جامعه شناخته می‌شوند، لذا به دست آوردن قدرت سازمانی ممکن است، سرانجام در چارچوب دولتهای محلی نشان داده شود.

■ بقیه از صفحه ۳۵

موقتی است و با بروز اولین مشکل اقتصادی فراموش می‌شود. مدیر، برای نشان دادن ارزش و اهمیت بخش یا واحد و نیز سهم آن در پیشبرد اهداف، نیازمند داده‌های گویا و شاخصی است.

□ **افسانه نهم: در همهٔ سازمانها باید به یک اندازه بر ارزشیابی تاکید کرد.** علاقه به ارزشیابی و تاکید بر آن، به اندازه گسترده فعالیتهای سازمان توسعه منابع انسانی بستگی دارد. اکثر سازمانهای کوچکی که از برنامه‌های آموزش رسمی بی‌بهره‌اند، فرایند ارزشیابی را چندان مورد توجه قرار نمی‌دهند: در حالی که سازمانهای بزرگ هم می‌باید علاقمند به ارزشیابی فعالیتهای خود باشند.

بی‌نوشت:

- 1 _ result _ oriented.
- 2 _ Functional Areas.
- 3 _ Managing Director.
- 4 _ Department.
- 5 _ chief Executive