

بررسی تطبیقی دیدگاه دانشجویان دانشگاه اصفهان و شهرکرد نسبت به برنامه‌های شبکه ۴ سیمای جمهوری اسلامی ایران

دکتر رحمان سعیدی*

تاریخ دریافت: ۸۴/۲/۱۶

تاریخ پذیرش: ۸۴/۵/۱۴

اشاره

مقاله حاضر براساس تلخیص و اقتباس از پروژه پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته علوم ارتباطات اجتماعی با همین عنوان در گروه علوم ارتباطات اجتماعی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی تهیه و تنظیم شده است. پایان‌نامه مذکور توسط سرکار خانم ناهید سمیع جهت اخذ درجه کارشناسی ارشد ارتباطات تهیه و ارائه گردید. نگارنده در این پروژه استاد راهنمای پژوهشگر بوده است و استاد مشاور این پایان‌نامه جناب آقای دکتر سیدرضا نقیب‌السادات بوده‌اند. سرکار خانم سمیع در اسفندماه ۱۳۸۲ با حضور در جلسه دفاعیه موفق به اخذ درجه عالی در پایان‌نامه از

هیئت داوران گردید.

ضمن تبریک به ایشان و نیز تشکر از تلاش صادقانه و صبورانه نامبرده و سپاس از دیدگاه‌های کارشناسانه و تأثیرگذار استاد مشاور محترم، به منظور استفاده بهینه از نتایج پژوهش مذکور، مقاله حاضر تهیه گردید. به امید آن که حاصل مقاله حاضر توانسته باشد از دست‌آوردهای تحقیق به طور اجمال، تولید علمی قابل قبولی ارائه نموده و در این زمینه حق مطلب را ادا کرده باشد.

چکیده

پژوهش حاضر سعی دارد دیدگاه دانشجویان دانشگاه‌های اصفهان و شهرکرد را نسبت به برنامه‌های شبکه ۴ سیما جمهوری اسلامی ایران مورد بررسی قرار دهد. این تحقیق در دو دانشگاه اصفهان و شهرکرد که تفاوت‌های محسوسی از نظر اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و جغرافیایی دارند، انجام شده است. جامعه مورد بررسی کلیه دانشجویان دانشگاه‌های اصفهان و شهرکرد هستند که در سال تحصیلی ۸۳-۱۳۸۲ مشغول به تحصیل بوده‌اند.

به این منظور، متغیرهایی از جمله میزان رضایت دانشجویان در دانشگاه از برنامه‌های شبکه ۴، ارزیابی محتوای علمی برنامه‌ها توسط دانشجویان، میزان استفاده دانشجویان از برنامه‌های این شبکه و... تعریف و با روش تحقیق پیمایشی و تهیه پرسشنامه اطلاعات جمع‌آوری گردید. اطلاعات جمع‌آوری شده با تکنیک‌های توصیفی و تحلیلی بررسی شدند و از آزمون «کای اسکور» جهت تعیین معنی‌داری رابطه متغیرها استفاده گردید. پس از تجزیه و تحلیل نتایج مشخص شد که دانشگاه محل تحصیل در دیدگاه دانشجویان نسبت به برنامه‌های شبکه ۴ تأثیری ندارد. حاصل بررسی دیدگاه دانشجویان و میزان رضایت آن‌ها از شبکه ۴ سیما نشان داد که دیدگاه مثبتی از عملکرد شبکه ۴ سیما وجود ندارد و این فقدان رضایت و نگرش مثبت در نهایت منجر به رویگردانی آنان از این منبع و رجوع به منابع اطلاعاتی دیگر است. همچنین نتایج نشان داد که دانشجویان

اصفهان بیش‌تر از شبکه ۴ سیما جهت رفع نیاز علمی خود استفاده می‌کنند. همچنین دانشجویانی که این شبکه را یکی از منابع اطلاعاتی خود جهت رفع نیازهای علمی در کنار دیگر منابع اعلام کرده‌اند، دیدگاه نسبتاً بهتری راجع به این شبکه دارند و سرانجام نتایج نشان می‌دهد که دانشجویان مقاطع بالاتر محتوای علمی این شبکه را ضعیف‌تر ارزیابی نموده‌اند که این امر به ارضا نشدن نیاز دانشجویان مقاطع بالاتر تحصیلی از طریق این شبکه علمی مربوط می‌شود.

واژه‌های کلیدی: دانشجوی، مخاطب خاص، رضامندی

مقدمه

امروزه ارتباطات به عنوان عنصر اساسی و مؤثر در توسعه جوامع محسوب می‌شود. تجارب کشورهای پیشرفته یا در حال توسعه نیز این موضوع را اثبات می‌نماید. در این میان تلویزیون به عنوان یکی از قدرتمندترین و پرجاذبه‌ترین رسانه‌های جمعی مطرح است. سال‌ها است پژوهشگران از جنبه‌های مختلف تأثیر این رسانه را بر قشرهای مختلف جامعه، به ویژه نوجوانان و جوانان مورد بررسی قرار داده‌اند. به طوری که کارشناسان آموزشی، تلویزیون را رکن چهارم ابزار تربیتی می‌نامند.

تماشای تلویزیون به عنوان یکی از فعالیت‌های روزانه جوانان و نوجوانان محسوب می‌شود و یکی از منابع مهم تأثیرگذاری است که این قشر می‌توانند اطلاعات و آگاهی‌های مختلف و نیز سرگرمی‌های لذت‌بخش مورد نیاز خود را از آن دریافت نمایند. از نظر تئوری‌پردازان ارتباطات، کسب آگاهی‌ها و اطلاعات مورد نیاز یکی از انگیزه‌های مهمی است که مخاطبان را به سوی تلویزیون می‌کشاند. مخاطبان با توجه به موقعیت اجتماعی و زمینه خاصی که فعالیت دارند، به دنبال آگاهی‌های وسیع‌تر و جدیدتر هستند و در این میان تلویزیون می‌تواند یکی از منابع اطلاعاتی مهم باشد. بدیهی است این موضوع در مورد تلویزیون کشور ایران که دارای طیف وسیع و

پرجمعیتی از مخاطبانی است که با توجه به مقتضیات باید نظاره‌گر تلویزیون با ویژگی‌های خاص دولتی باشند نیز مصداق می‌یابد. بنابراین نقش تأثیرگذار تلویزیون و مخاطبانی که تلویزیون برایشان سهل‌الوصول‌ترین رسانه است و نوع تعامل این دو عنصر با یکدیگر می‌تواند موضوع بسیار مناسبی جهت تحقیقات و پژوهش‌های علمی گردد.

طرح مسئله

تلویزیون در بین وسایل ارتباط جمعی به همان اندازه که فراگیر و مورد استفاده گروه‌های مختلف اجتماعی است، در معرض ارزیابی و نقد همگان نیز قرار دارد. هر مخاطبی خود را محق می‌داند که نسبت به آن چه از این رسانه دریافت می‌کند با توجه به معیار و سلیقه خود درباره میزان مطلوبیت آن اظهار نظر کند و متوقع باشد که برنامه‌های تلویزیون مطابق میل و مورد پسند او باشند. در این میان نخبگان جامعه و دانشجویان با توجه به پتانسیل بالاتری که برای تجزیه و تحلیل و نقد و بررسی مسائل اجتماعی و تولیدات تلویزیون در زمینه پاسخگویی به نیازهای جامعه دارند، با دقت و موشکافی بیش‌تری به بررسی برنامه‌های تلویزیون می‌پردازند و طبعاً انتظار بیش‌تری هم از کارآیی و مفید بودن این برنامه‌ها دارند. از این رو دست‌اندرکاران تلویزیون و هر رسانه جمعی دیگر سعی در طبقه‌بندی مخاطبان خود دارند و سعی می‌کنند با اختصاص شبکه خاص یا پخش برنامه خاص در شبکه، پاسخگوی مخاطبان خاص خود باشند. از آن‌جا که شبکه ۴ سیمای جمهوری اسلامی اهدافش در زمینه مخاطبان خاص، یعنی نخبگان جامعه تعریف شده و سعی می‌کند برای این قشر از مخاطبان برنامه‌ریزی، تولید و برنامه‌سازی نماید و دانشجویان نیز طیفی از این نخبگان به حساب می‌آیند. هدف از این پژوهش، بررسی این موضوع است که این شبکه تا چه میزان موفق شده است که پاسخگوی نیازهای این قشر باشد و تا چه میزان از سوی دانشجویان مورد اقبال قرار می‌گیرد.

قاعدتاً انتظار می‌رود که دانشجویان این شبکه را به عنوان یکی از منابع کسب اطلاعات علمی و آگاهی‌های مورد نظر خود قرار دهند. از این رو این پژوهش در واقع به سنجش میزان استفاده دانشجویان از برنامه‌های این شبکه می‌پردازد. در حقیقت، این پژوهش قصد دارد دیدگاه دانشجویان را از نظر مفید و کارا بودن برنامه‌های شبکه ۴ سیما در رفع نیازهای علمی و تحقیقاتی یا کسب اطلاعات علمی جدید و در نتیجه میزان مشارکت این اطلاعات در مباحث کلامی و نیز مباحث اجتماعی آن‌ها را مورد بررسی قرار دهد. بدین منظور با انتخاب دو دانشگاه در دو منطقه اقلیمی و اجتماعی مختلف، این شاخص را نسبت به تفاوت‌های موجود در دو دانشگاه اصفهان و شهرکرد در یک مقایسه تطبیقی قرار می‌دهد.

اهداف

هدف اصلی این مقاله، مقایسه دیدگاه دانشجویان دانشگاه اصفهان و شهرکرد (به عنوان دو محیط با شرایط متفاوت) در مورد برنامه‌های شبکه ۴ سیما و نیز تطبیق ارزیابی‌های کمی و کیفی دانشجویان در مورد برنامه‌های این شبکه است. بررسی و مقایسه میزان رضایت دانشجویان دو دانشگاه در مورد برنامه‌های شبکه ۴ سیما از جمله دیگر اهداف این مطالعه است.

کارکردهای آموزشی تلویزیون

یکی از کارکردهای وسایل ارتباطی جمعی به طور عام و تلویزیون به طور خاص نقش آموزشی است. تلویزیون از لحاظ آموزش غیررسمی جایگاه ویژه‌ای دارد. آموزش غیررسمی از طریق تلویزیون در برگیرنده تمام نیازهای آموزشی جوامع است. اصولاً این آموزش‌ها در راه اهداف رشد و توسعه جوامع به کار گرفته می‌شود. آموزش رسمی از طریق تلویزیون نیز در کشورهای مختلف جهان نقش تعیین‌کننده‌ای در طول زمان داشته است و اکنون هم در بسیاری از کشورها این نقش

ادامه دارد. در ادامه، به اختصار به تأثیر و نقش تلویزیون در آموزش رسمی و غیررسمی می‌پردازیم.

آموزش رسمی

آموزش رسمی از طریق تلویزیون در مواردی از قبیل نبود معلم، بالا بودن میزان بیسوادی، عدم امکان دسترسی به افراد و سایر محدودیت‌ها به کار گرفته می‌شود. به عنوان نمونه این شیوه در ایتالیا جهت مبارزه با بیسوادی صورت گرفت، یا بعد مسافت نسبت به مؤسسات آموزشی و پراکندگی جغرافیایی در ژاپن موجب تأسیس دبیرستان مکاتبه‌ای ان.اچ.کی شد (هتکاک، ۱۳۶۸: ۶).

در ایالات متحده آمریکا بسیاری از مؤسسات آموزشی ایستگاه تلویزیونی خاص خود را تأسیس کردند و تا سال ۱۹۶۱ بیش از شصت ایستگاه تلویزیون آموزشی در این کشور ایجاد شد. در آمریکا تلویزیون آموزشی را صددرصد روسی می‌دانستند (همان منبع، ۵).

تلویزیون آموزشی در اکثر کشورهای اروپایی در خود سازمان‌های رادیو-تلویزیون عمومی آن‌ها جا داشت و با استفاده از تجهیزات همان‌ها، برنامه‌های آموزشی را تولید و پخش می‌کردند. مثلاً در انگلیس بی.بی.سی در عین حال مسئول تولید و پخش برنامه‌های اطلاعاتی آموزشی و سرگرم کننده است (همان منبع، ۶). اهمیت استفاده از تلویزیون در زمینه آموزش باعث گردید تا بسیاری از کشورها سرمایه‌گذاری وسیعی در این زمینه بکنند. به طور مثال بیش از ۹۰ درصد مدارس متوسطه و اکثریت قاطع مدارس ابتدایی انگلیس می‌توانند از برنامه‌های تلویزیونی استفاده کنند. در این کشور برنامه‌هایی تولید می‌شود که فقط مکمل برنامه‌های درسی است، در صورتی که در آمریکا تلویزیون آموزشی عمدتاً مواردی را نماینده نظام آموزشی و سخت متکی بر شیوه تدریس مدرسه‌ای است (همان منبع، ۲۱).

ایران نیز در تداوم فعالیت‌های محدود خود در زمینه استفاده از تلویزیون آموزشی

به اقدامات و برنامه‌ریزی‌های جدید دست زده است. مرکز پژوهش‌های امور هنری و نمونه‌سازی آموزش و پرورش که همزمان با راه‌اندازی تلویزیون آموزشی در وزارت آموزش و پرورش شروع به فعالیت کرده بود، پیش از پیروزی انقلاب به طور پراکنده در تهیه فیلم‌های آموزشی و فرهنگی با استفاده از استودیوی ضبط سیاه و سفید داخلی فعالیت داشت. این نهاد آموزشی در سال‌های آغازین انقلاب در اثر خرابی و از کار افتادن دستگاه‌های فنی، کارایی اولیه خود را نیز از دست داده بود تا این که در اواخر سال ۱۳۶۵ با دریافت یک سلسله وسایل و امکانات از جمله استودیوی ضبط رنگی (هدیه فرهنگی از کشور ژاپن) برنامه‌ریزی جدیدی را آغاز کرد (دادگران، ۱۳۷۴: ۱۱۳).

آموزش غیررسمی

آموزش غیررسمی به نوعی آموزش اطلاق می‌شود که خارج از نظام آموزش رسمی است و به صورت پیوسته یا گسسته از نظر زمانی قابل اجرا است، چنین آموزشی ممکن است گاه وسیله‌ای برای تداوم آموزش رسمی تعلیم شود (مهدویان، ۱۳۷۲: ۹۶).

تلویزیون برای آموزش غیررسمی در زمینه‌های کشاورزی، دامداری، بهداشت، حمل و نقل، کنترل جمعیت، ورزش، مسائل اجتماعی و سایر آموزش‌هایی که برای افراد جامعه مفیدند به کار گرفته می‌شود. در نتیجه تلویزیون آموزشی منحصر به نظام آموزشی نیست، بلکه انواع آموزش را می‌توان از آن فراگرفت.

مارشال مک‌لوهان در مورد تلویزیون آموزشی می‌گوید: «اهمیت نقش آموزش تلویزیون هنگامی آشکار می‌شود که می‌بینیم کودکی سه ساله می‌تواند در کنار پدر و پدربزرگش، کنفرانس مطبوعاتی رئیس‌جمهور را به آسانی تماشا کند» (دادگران، ۱۳۷۴: ۱۱۵). از آن جا که تصویرهای تلویزیونی مشارکت فراوانی را می‌طلبد، می‌تواند نقش چشمگیری در امر آموزش داشته باشد.

نمونه‌هایی از پیشینه تحقیقات انجام شده در جهان یکی از نخستین موارد مخاطب‌پژوهی، نظرخواهی‌های بی.بی.سی در سال ۱۹۳۱ است. رادیو بی.بی.سی جهت بالا بردن کمیت و کیفیت برنامه‌های خود به طور روزانه شروع به ارزیابی مخاطبان رادیو می‌کرد (شکرخواه، ۱۳۸۱: ۲۱).

بوگارت در سال ۱۹۵۰ در بوستون امریکا پرسشی را مطرح و آن را به مخاطبان تلویزیونی ارائه کرد. مضمون پرسش این بود که چرا یک گیرنده تلویزیونی خریده‌اید؟ این پرسش سرآغاز بررسی و تحقیقاتی بود که روز به روز بر دامنه و ابعاد آن‌ها افزوده می‌شد بی.بی.سی در سال ۱۹۵۲ شروع به مخاطب‌پژوهی تلویزیون خود کرد. در سال ۱۹۶۰ سازمان رادیو و تلویزیون فرانسه از مخاطبان خود این پرسش را پرسید که به نظر شما مهم‌ترین نقش رادیو و تلویزیون چیست؟ بدین ترتیب ملاحظه می‌شود که مخاطب‌شناسی و مخاطب‌محوری به عنوان یک اصل مهم باید مورد توجه رسانه‌ها و از جمله تلویزیون باشد تا تأثیر این رسانه بر مخاطبان بیش از پیش فزونی یابد.

نمونه‌هایی از پیشینه تحقیقات انجام شده در ایران در سال ۱۳۴۷ طرحی به نام سنجش درباره کمیت و کیفیت استفاده از وسایل ارتباط جمعی توسط اداره کل بررسی و سنجش وزارت اطلاعات به مورد اجرا در آمد. این تحقیق با استفاده از جمع‌آوری نظرات مردم شهر تهران به بررسی میزان استفاده از وسایل ارتباط جمعی شامل رادیو، تلویزیون، سینما، مطبوعات و کتاب و نظرخواهی پیرامون محتوای آن‌ها می‌پرداخت (محسنیان‌راد، ۱۳۷۲: ۱۵).

در سال ۱۳۵۵ تحقیقی توسط مرکز تحقیقات اجتماعی و نظرخواهی رادیو و تلویزیون پیرامون میزان تماشای تلویزیون در بین کودکان ۴ تا ۷ سال انجام شد و یکی از نتایج حاصل از آن حاکی از این بود که کودکان خانوارهای کارگری بیش‌تر از کودکان خانوارهای کارمندی یا مشاغل آزاد به تماشای تلویزیون می‌پردازند (مرکز تحقیقات اجتماعی، ۱۳۵۵: ۱۸).

در سال ۱۳۶۳ دفتر پژوهش‌ها و برنامه‌ها و برنامه‌ریزی فرهنگی وزارت ارشاد موضوعی را با عنوان بررسی تمایلات و گرایش‌های فرهنگی نوجوانان در برخورد با رسانه‌های همگانی در ۳۱۴ صفحه منتشر کرد (محسنیان راد، ۱۳۷۲: ۲۷۸).

در سال ۱۳۶۵ چندین نظرسنجی با عناوین مشابه در مورد برنامه‌های تلویزیونی سیمای جمهوری اسلامی ایران انجام شد. در سال ۱۳۶۸ مهران سهراب‌زاده تحقیقی پیرامون بهره‌مندی شهروندان تهرانی از مطبوعات انجام داد (همان منبع، ۳۱۸).

پیدایش تلویزیون در ایران

پیدایش و گسترش سریع تلویزیون در جهان توقع و انتظار عمومی مردم ایران را نیز برای ایجاد فرستنده‌های تلویزیونی سبب شد. در سال‌هایی که دولت در اندیشه فراهم کردن مقدمات کار تأسیس فرستنده تلویزیونی بود، بخش خصوصی نیز ایجاد ایستگاه تلویزیون را به دولت پیشنهاد کرد. در تیرماه ۱۳۳۷، مجلس با تصویب ماده واحده‌ای با چهار تبصره به دولت اجازه داد که یک دستگاه فرستنده تلویزیونی و کلیه لوازم آن را که به تشخیص وزارت پست و تلگراف و تلفن در تهران به کار می‌افتاد از پرداخت حقوق و عوارض گمرکی و از شروع کار تا پنج سال از پرداخت مالیات معاف کند و اجرای برنامه‌های این فرستنده نیز تابع مقررات و دستور اداره کل انتشارات رادیو باشد. بدین ترتیب در ساعت ۵ بعد از ظهر روز جمعه یازدهم مهرماه ۱۳۳۷ نخستین فرستنده تلویزیونی ایران با پخش ۴ ساعت برنامه در روز کار خود را آغاز کرد. در ابتدا اداره امور فنی تلویزیون با اشکالات فراوانی روبه‌رو بود، ولی مدتی بعد پخش برنامه‌ها از چهار ساعت به پنج ساعت (از ساعت ۱۸ تا ۲۳) افزایش یافت. شرکت اداره‌کننده تلویزیون (بخش خصوصی) در سال ۱۳۴۰ مرکز تلویزیون آبادان و به دنبال آن فرستنده تقویتی اهواز را نیز به کار انداخت. فکر تأسیس تلویزیون ملی ایران با اهداف فرهنگی و آموزش ملی همزمان با فعالیت تلویزیون ایران بیش از پیش قوت گرفت و دولت ایجاد شبکه تلویزیون ملی ایران را همزمان با وجود فرستنده بخش خصوصی شروع کرد

(سروش، ۱۳۷۴: ۳۲-۳۶).

در ششم تیرماه ۱۳۴۶ مجلس لایحه تشکیل سازمان تلویزیون ملی ایران را تصویب کرد. در هفدهم مردادماه ۱۳۴۷ تلویزیون ملی ایران نخستین مرکز تلویزیونی در شهرستان را در ارومیه و در چهارم آبان همان سال مرکز تلویزیون بندرعباس را افتتاح کرد. در آبان ۱۳۴۸ از طریق ماهواره مخابراتی ایستگاه زمینی اسدآباد تلویزیون ملی ایران به شبکه تلویزیونی جهانی راه یافت و زیربنای ماکروویو در ایران تکامل یافت و تلویزیون ملی ایران توانست به تدریج مراکز تولید رادیو و تلویزیون را با ایستگاه‌های مختلف در سطح کشور مرتبط سازند.

نیازهای مخاطبان و وظایف وسایل ارتباط جمعی

هر سازمانی که در جامعه پدید می‌آید باید دارای کارکردهایی در خدمت به مردم باشد. رسانه‌های جمعی نیز از این قاعده مستثنی نیستند و اکثریت محققان و دست‌اندرکاران مسائل و نیازهای جامعه به ویژه صاحب‌نظران وسایل ارتباط جمعی به آن اندیشیده‌اند (رشیدپور، ۱۳۴۶: ۶). هارولد لاسول وظایفی چند نظیر مراقبت از محیط و ایجاد همبستگی بین اجزای مختلف جامعه را در پاسخ به محیطی که در آن انتقال میراث فرهنگی از نسلی به نسل دیگر صورت می‌گیرد به عنوان وظیفه‌های اصلی ارتباط جمعی تلقی می‌کند. وی در سال ۱۹۴۸ در مقاله‌ای با عنوان «ساخت و کارکرد ارتباطات در جامعه» وظایف دیگری برای وسایل ارتباط جمعی برمی‌شمارد:

به نظر او این وسایل باید به ۱- حراست از محیط، ۲- همبستگی بین اجزای جامعه در پاسخ به نیازهای محیطی، و ۳- انتقال میراث اجتماعی از نسلی به نسل دیگر کمک کنند (محسنیان راد، ۱۳۶۹: ۴۱-۵۳).

مرتن و لازارسفلد به عنوان پیشگامان تحقیق در وسایل ارتباط جمعی و آثار کارکردی آن (۱۹۵۵) بر این اعتقادند که وسایل ارتباط عمومی دارای نقش‌هایی به شرح زیر هستند:

وظیفه اخلاقی حمایت از هنجارهای اجتماعی، امکان اعطای پایگاه اجتماعی و همچنین برخی وظایف نامطلوب (نظیر تجدید اجتماعی با ایجاد نوعی مشارکت خیال در واقعیت و در عین حال جانشینی بر عمل و واقعیت اجتماعی) (مک‌لوهان، ۲۰۱۳: ۴۹).

به طور خلاصه، فهرست وار نقش‌های زیر را می‌توان برای وسایل ارتباط جمعی متصور بود.

نقش‌های تفریحی، نقش‌های خبری، نقش‌های همگن‌سازی، نقش‌های آگاهی‌سازی، و احساس تعلق اجتماعی.

اما در مجموع، ضرورت همسویی کارکردهای رسانه‌ای با نیازهای مخاطبان و لزوم توجه به کارکردهای آشکار و پنهان وسایل ارتباط جمعی و لزوم ایجاد شرایط مساعد برای ایفای نقش‌ها را مورد تأکید قرار داده است و این موضوع، حوزه گسترده‌ای از مطالعات ارتباطات را تشکیل می‌دهد.

چارچوب نظری

با توجه به نظریاتی که در علم ارتباطات مطرح گردیده به نظر می‌رسد موضوع این پژوهش بیش‌تر به نظریه استفاده و رضامندی نزدیک است. این نظریه دارای ابعاد مختلفی است که در نهایت از ترکیب آن‌ها یک مدل متشکل به هم پیوسته نیازجویی و بهره‌مندی به وجود می‌آید. ابعاد مختلف این نظریه را می‌توان به شرح زیر مطرح نمود:

- ۱- مخاطب به مثابه یک عنصر فعال تصور می‌شود نه عنصر بی‌اراده.
- ۲- در فرآیند ارتباطات جمعی پیوند دادن ارضای نیازها و نوع انتخاب رسانه به ابتکار شخصی مخاطب مربوط می‌شود.
- ۳- رسانه‌ها با منابع دیگر دربرطرف ساختن نیازهای مخاطبان رقابت می‌کنند.
- ۴- بسیاری از اهداف استفاده از رسانه‌های جمعی می‌تواند از اطلاعاتی که توسط

مخاطب فراهم شده به دست آید.

۵- قضاوت‌های ارزشی در مورد اهمیت فرهنگی ارتباطات جمعی باید تا کشف کامل تمایلات مخاطبان معوق بماند.

همچنین براساس این نظریه، انگیزه‌های گوناگون برای استفاده از رسانه‌ها وجود دارد و تا به حال رضامندی‌های بسیار برای استفاده از رسانه‌ها در نظر گرفته شده است. اما به طور کلی محققان آن‌ها را در دو دسته‌بندی کلی قرار داده‌اند:

۱- رضامندی محتوایی (Content Gratification)

۲- رضامندی فرآیندی (Process Gratification)

مورد اول یعنی نتایج استفاده از رسانه‌ها که در آن خود محتوای پیام، رضامندی را حاصل می‌سازد. در مقابل، رضامندی فرآیندی، به جای این که حاصل محتوا باشد، حاصل فرآیند ارتباط است. در چنین حالتی، استفاده‌کننده برای شرکت در فرآیند استفاده ارزشی بیشتر قائل است تا برای دریافت پیام‌های معین. به عنوان مثال، رضامندی محتوایی استفاده از رسانه‌ها برای هدایت خویش در وضعیتی پیچیده یا برای پیدا کردن موضوعی است که بتوان بعداً درباره آن با دیگران بحث کرد. رضامندی فرآیندی وقتی روی می‌دهد که استفاده‌کننده از رسانه‌های جمعی به عنوان یک فعالیت مورد نظر باشد. تماشای تلویزیون در میان جمع صرف‌نظر از محتوای برنامه‌ای می‌تواند لذتبخش باشد (ویندال، ۱۳۷۶: ۲۷۷).

با توجه به نظریه نیازجویی می‌توان فرض کرد که دلایل استفاده مردم از رسانه‌ها می‌تواند ترکیبی از حالات روانی، عوامل اجتماعی و شرایط محیطی باشد. شاید بتوان با تعمیم نیازهایی که به رسانه‌ها مربوط می‌شود، ساختار اولیه زیر را در مورد روابط احتمالی عوامل اجتماعی ارائه داد:

۱- برخی از موقعیت‌های اجتماعی، تنش و تضاد تولید می‌کنند. تنش و تضاد نیروهایی را برای رهایی از آن می‌طلبد که خود می‌تواند منجر به استفاده از رسانه‌های جمعی شود.

- ۲- موقعیت اجتماعی می تواند نیاز به آگاهی از مسائل را ایجاد کند که کسب آن آگاهی از طریق رسانه ها امکان پذیر است.
- ۳- موقعیت اجتماعی می تواند وضعیت هایی را در زندگی واقعی به وجود آورد که در آن فرد دچار کاستی هایی برای ارضای برخی نیازها باشد. این موقعیت باعث می شود که فرد برای جبران، تکمیل یا جایگزینی به رسانه های جمعی روی آورد.
- ۴- موقعیت اجتماعی می تواند ارزش های خاصی را مطرح سازد که تأیید و تقویت آن از طریق استفاده از رسانه های جمعی مناسب تسهیل می شود.
- ۵- موقعیت اجتماعی می تواند وضعیتی را به وجود آورد که در آن آشنایی با برخی مطالب خاص مطرح در رسانه های جمعی شرط عضویت در گروه های اجتماعی سطح بالا تلقی گردد.

روش تحقیق

- ۱- روش تحقیق روش پیمایشی است که در عین حال از روش مطالعه کتابخانه ای نیز توأمأ استفاده شده است.
- ۲- تکنیک تحقیق، استفاده از پرسشنامه است.
- ۳- جامعه آماری این پژوهش کلیه دانشجویان دانشگاه اصفهان و شهرکرد است که در سال تحصیلی ۸۲-۸۳ مشغول به تحصیل هستند.
- ۴- حجم نمونه، ۳۸۳ نفر است که از شیوه نمونه گیری احتمالی و برای تعیین سهم هر دانشگاه از نمونه گیری منطبق با لایه بندی استفاده شده است.
- ۵- روش جمع آوری اطلاعات: پس از تعیین اهداف، بررسی منابع و مشخص شدن متغیرها با استفاده از ابزار پرسشنامه اولیه و تکمیل ۳۹ برگ پرسشنامه به عنوان پیش آزمون، نواقص موجود برطرف گردید و از بسته آماری SPSS برای پردازش اطلاعات استفاده شد. در آزمون های آماری دو دسته جداول یک بعدی و دو بعدی

مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار گرفت و برای تجزیه و تحلیل از تکنیک‌های توصیفی و تحلیلی استفاده گردید و برای تعیین معنادار بودن رابطه متغیرهای تحقیق از آزمون کای اسکویر^۲(K) استفاده شد.

فرضیات تحقیق

با توجه به پرسش اصلی و پرسش‌های فرعی تحقیق در مجموع ۴۰ پرسش و فرضیه در تحقیق مطرح شد که پس از طرح پرسش اصلی به ده عنوان از فرضیات به عنوان نمونه اشاره می‌شود.

پرسش اصلی: دیدگاه دانشجویان دانشگاه اصفهان و شهرکرد نسبت به برنامه‌های شبکه ۴ سیما چگونه است؟

فرضیات

- ۱- بین جنس دانشجویان دو دانشگاه و دیدگاه آنان راجع به برنامه‌های شبکه ۴ رابطه وجود دارد.
- ۲- بین وضعیت تأهل دانشجویان دو دانشگاه و دیدگاه آنان راجع به برنامه‌های شبکه ۴ رابطه وجود دارد.
- ۳- بین شاغل یا غیر شاغل بودن دانشجویان دو دانشگاه و دیدگاه آنان راجع به برنامه‌های شبکه ۴ رابطه وجود دارد.
- ۴- بین وضعیت اقتصادی دانشجویان دو دانشگاه و دیدگاه آنان راجع به برنامه‌های شبکه ۴ رابطه وجود دارد.
- ۵- بین دانشگاه محل تحصیل دانشجویان دو دانشگاه و دیدگاه آنان راجع به برنامه‌های شبکه ۴ رابطه وجود دارد.
- ۶- بین مقطع تحصیلی دانشجویان دو دانشگاه و دیدگاه آنان راجع به برنامه‌های شبکه ۴ رابطه وجود دارد.

- ۷- بین میزان استفاده دانشجویان دو دانشگاه و دیدگاه آنان راجع به برنامه‌های شبکه ۴ رابطه وجود دارد.
- ۸- بین انگیزه دانشجویان دو دانشگاه از تماشای شبکه ۴ و دیدگاه آنان راجع به این برنامه‌ها رابطه وجود دارد.
- ۹- بین ارزیابی سطح علمی برنامه‌های شبکه ۴ و دیدگاه دانشجویان راجع به این شبکه رابطه وجود دارد.
- ۱۰- بین میزان رفع نیاز علمی دانشجویان دو دانشگاه از طریق برنامه‌های شبکه ۴ سیما و دیدگاه آنان راجع به این شبکه رابطه وجود دارد.

توصیف و تحلیل جداول یک‌بعدی و دوبعدی
در این بخش به شرح چند جدول یک‌بعدی و توصیفی و نیز چند جدول دوبعدی و تحلیلی می‌پردازیم و در بخش بعدی به نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل جداول و نیز جمع‌بندی نتایج و خلاصه تحقیق خواهیم پرداخت.

۱- توصیف جداول یک‌بعدی

جدول ۱- توزیع فراوانی پاسخگویان براساس جنس

ردیف	جنس	فراوانی	درصد
۱	مذکر	۱۸۰	۴۶/۷
۲	مؤنث	۲۰۳	۵۳/۳
	جمع	۳۸۳	۱۰۰

توصیف: از جمع ۳۸۳ نفر پاسخگو به لحاظ جنس، بیش‌ترین نسبت یعنی ۵۳/۳ درصد یعنی ۲۰۳ نفر مؤنث و کم‌ترین نسبت یعنی ۴۶/۷ درصد یعنی ۱۸۰ نفر مذکر بوده‌اند.

جدول ۲- توزیع فراوانی پاسخگویان براساس وضعیت تأهل

ردیف	وضعیت تأهل	فراوانی	درصد
۱	مجرد	۳۱۸	۸۲
۲	متأهل	۶۵	۱۷
	جمع	۳۸۳	۱۰۰

توصیف: از مجموع ۳۸۳ نفر پاسخگو به لحاظ وضعیت تأهل بیشترین نسبت یعنی ۸۲ درصد با ۳۱۸ نفر مجرد و کمترین نسبت یعنی ۱۷ درصد با ۶۵ نفر متأهل بوده‌اند.

جدول ۳- توزیع فراوانی پاسخگویان براساس مقطع تحصیلی

ردیف	مقطع تحصیلی	فراوانی	درصد
۱	کارشناسی	۲۹۴	۷۶/۸
۲	کارشناسی ارشد	۵۴	۱۴/۱
۳	دکتری	۳۵	۹/۱
	جمع	۳۸۳	۱۰۰

توصیف: از جمع ۳۸۳ نفر پاسخگو بیشترین نسبت یعنی ۷۶/۸ درصد یا ۲۹۴ نفر در مقطع کارشناسی و کمترین نسبت یعنی ۹/۱ درصد، ۳۵ نفر در مقطع دکتری و فقط ۱۴/۱ درصد با ۵۴ نفر پاسخگو در مقطع کارشناسی ارشد بوده‌اند.

جدول ۴- توزیع فراوانی پاسخگویان براساس دانشگاه محل تحصیل

ردیف	دانشگاه محل تحصیل	فراوانی	درصد
۱	دانشگاه اصفهان	۲۹۲	۷۶/۲
۲	دانشگاه شهرکرد	۹۱	۲۳/۸
	جمع	۳۸۳	۱۰۰

بررسی تطبیقی دیدگاه دانشجویان... / ۱۰۷

توصیف: از مجموع ۳۸۳ نفر پاسخگو از نظر دانشگاه محل تحصیل بیشترین نسبت یعنی ۷۶/۲ درصد یا ۲۹۲ نفر در دانشگاه اصفهان و کمترین نسبت یعنی ۲۳/۸ درصد یا ۹۱ نفر در دانشگاه شهرکرد مشغول به تحصیل بوده‌اند.

جدول ۵- توزیع فراوانی پاسخگویان براساس وضعیت اشتغال

ردیف	وضعیت اشتغال	فراوانی	درصد
۱	شاغل	۵۸	۱۶/۱
۲	غیرشاغل	۳۲۵	۸۳/۹
	جمع	۳۸۳	۱۰۰

توصیف: از کل پاسخگویان بیشترین نسبت یعنی ۸۳/۹ درصد یا ۳۲۵ نفر غیرشاغل و کمترین نسبت ۱۶/۱ درصد یا ۵۸ نفر شاغل بوده‌اند.

جدول ۶- توزیع فراوانی دسترسی مرتب دانشجویان به شبکه ۴ سیما

ردیف	دسترسی مرتب به شبکه ۴	فراوانی	درصد
۱	دارد	۱۴۵	۳۷/۹
۲	ندارد	۹۲	۲۴
۳	بی جواب	۱۴۶	۳۸/۱
	جمع	۳۸۳	۱۰۰

توصیف: از کل پاسخگویان بیشترین نسبت یعنی ۳۷/۹ درصد، یعنی ۱۴۵ نفر دانشجویان اظهار داشته‌اند که به طور مرتب به شبکه ۴ دسترسی دارند و کمترین نسبت یعنی ۲۴ درصد یا ۹۲ نفر اظهار داشته‌اند که به شبکه ۴ دسترسی نداشته‌اند.

جدول ۷- توزیع فراوانی میزان تماشای مرتب شبکه ۴ سیما توسط دانشجویان

ردیف	تماشای مرتب شبکه ۴ سیما توسط دانشجویان	فراوانی	درصد
۱	دارد	۸۸	۲۳
۲	ندارد	۲۹۴	۷۶/۸
۳	بی جواب	۱	۰/۲
	جمع	۳۸۳	۱۰۰

توصیف: از مجموع پاسخگویان بیشترین نسبت یعنی ۷۶/۸ درصد یا ۲۹۴ نفر اظهار داشتند که برنامه‌های سیما را به صورت مرتب تماشا نمی‌کنند و کمترین نسبت یعنی ۲۳ درصد یا ۸۸ نفر اظهار داشتند که برنامه‌ها را به صورت مرتب تماشا می‌کنند و ۰/۲٪ به این پرسش پاسخ ندادند.

جدول ۸- توزیع فراوانی میزان تماشای شبکه ۴ سیما توسط دانشجویان

ردیف	میزان تماشا در هفته	فراوانی	درصد
۱	کمتر از ۲ ساعت	۱۶۱	۴۲
۲	۲ تا ۴ ساعت	۱۱۶	۳۰/۳
۳	۴ تا ۶ ساعت	۶۷	۱۷/۵
۴	۶ ساعت و بیشتر	۳۹	۹/۹
	جمع	۳۸۳	۱۰۰

توصیف: از ۳۸۳ نفر پاسخگو بیشترین نسبت یعنی ۴۲ درصد یا ۱۶۱ نفر گزینه کم‌تر از ۲ ساعت در هفته و کمترین نسبت یعنی ۹/۹ درصد یا ۳۹ نفر گزینه ۶ ساعت و بیشتر در هفته را انتخاب کرده‌اند.

جدول ۹- توزیع فراوانی استفاده دانشجویان از برنامه‌های شبکه ۴ سیما جهت کسب اطلاعات علمی

ردیف	استفاده جهت کسب اطلاعات علمی	فراوانی	درصد
۱	بلی	۲۷۷	۷۲/۳
۲	خیر	۱۰۶	۲۷/۷
	جمع	۳۸۳	۱۰۰

توصیف: از جمع ۳۸۳ نفر پاسخگو در خصوص استفاده از برنامه‌های شبکه ۴ سیما به انگیزه کسب اطلاعات، بیش‌ترین نسبت یعنی ۷۲ درصد، یا ۲۷۷ نفر یکی از دلایل تماشای شبکه ۴ را کسب اطلاعات علمی می‌دانند و کم‌ترین نسبت یعنی ۲۷/۷ درصد با ۱۰۶ نفر اظهار داشته‌اند که با انگیزه‌هایی غیر از کسب اطلاعات علمی به تماشای شبکه ۴ می‌نشینند.

جدول ۱۰- توزیع فراوانی دلیل انتخاب برنامه‌های شبکه ۴ سیما توسط دانشجویان

ردیف	علت	فراوانی	درصد
۱	افزایش اطلاعات علمی	۴۹	۱۲/۸
۲	جذابیت برنامه	۳۷	۹/۷
۳	علاقه به این برنامه‌ها	۲۲	۵/۷
۴	سخنرانی‌ها و نمایش‌های مناسب	۱۲	۳/۱
۵	پخش فیلم‌های سینمایی	۱۰	۲/۶
۶	اخبار انگلیسی	۴	۱
۷	مرتبط باشغل و رشته تحصیلی	۴	۱
۸	جامعیت برنامه	۴	۱
۹	متفاوت بودن با سایر شبکه‌ها	۴	۱
۱۰	سرگرمی	۳	۰/۸
۱۱	جذابیت برنامه‌های مستند	۲	۰/۵
۱۲	کیفیت بالای برنامه‌ها	۲	۰/۵
۱۳	بی‌پاسخ	۲۳۰	۶۰/۳
	جمع	۳۸۳	۱۰۰

توصیف: از مجموع ۳۸۳ نفر پاسخگو بیشترین نسبت یعنی ۱۲/۸ درصد یا ۴۹ نفر یکی از دلایل خود را افزایش اطلاعات علمی و کمترین نسبت یعنی ۰/۵ درصد یا ۲ نفر کیفیت بالا و جذابیت برنامه‌های مستند را ذکر کرده‌اند و ۶۰/۳ درصد به این پرسش پاسخ نداده‌اند.

۲- تحلیل جداول دوبعدی

در این بخش سعی می‌شود در مجموع، پنج جدول دوبعدی به عنوان نمونه از بین جداول دوبعدی انتخاب شود و مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرد با این توضیح که جداول ۱ تا ۳ جدول همراه تحلیل هستند و جداول ۴ و ۵ حذف و صرفاً تحلیل جداول آورده شده‌اند.

جدول ۱- رابطه متغیرهای دانشگاه محل تحصیل و ارزیابی میزان تأثیر دسترسی به امکانات

و اطلاعات در استفاده از شبکه ۴ سیما

ردیف	دسترسی به امکانات در استفاده از شبکه ۴		دانشگاه محل تحصیل		جمع
	دانشگاه شهرکرد	دانشگاه اصفهان	شهرکرد	اصفهان	
۱	تعداد	۳۴	۴۲	۶۶	خیلی زیاد
	% سطری	۳۶/۴	۶۳/۶	۱۰۰	
	% ستونی	۲۶/۴	۱۴/۴	۱۷/۲	
	% کل	۶/۳	۱۶	۱۷/۲	
۲	تعداد	۲۰	۱۰۰	۱۲۰	زیاد
	% سطری	۱۶/۷	۸۳/۳	۱۰۰	
	% ستونی	۲۲	۳۴/۲	۳۱/۳	
	% کل	۵/۲	۳۶/۱	۳۱/۳	
۳	تعداد	۳۸	۱۱۰	۱۴۸	متوسط
	% سطری	۲۵/۷	۷۳/۳	۱۰۰	
	% ستونی	۴۱/۸	۲۷/۷	۳۸/۶	
	% کل	۹/۹	۲۸/۷	۳۸/۶	

ادامه جدول شماره ۱

ردیف	دانشگاه محل تحصیل		دسترسی به امکانات دراستفاده از شبکه ۴	جمع
	دانشگاه شهرکرد	دانشگاه اصفهان		
۴	تعداد	۸	۲۱	۳۹
	% سطری	۲۰/۵	۷۶/۵	۱۰۰
	% ستونی	۸/۸	۱۰/۶	۱۰/۳
	% کل	۲/۱	۸/۱	۱۰/۲
۵	تعداد	۱	۹	۱۰
	% سطری	۱۰	۹۰	۱۰۰
	% ستونی	۱/۱	۳/۱	۲/۶
	% کل	۰/۳	۲/۳	۲/۶
جمع	تعداد	۹۱	۲۸۳	
	% سطری	۲۳/۸	۷۶/۲	۱۰۰
	% ستونی	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
	% کل	۲۳/۸	۷۶/۲	

$$X^2 = ۱۰/۶۹۳$$

$$df = ۴$$

$$P < ۰/۰۵$$

پرسش: میزان دسترسی دانشجویان به امکانات مادی یا ظرفیت‌های اجتماعی چه تأثیری بر استفاده دانشجویان دو دانشگاه از شبکه ۴ سیما دارد؟

- با توجه به آزمون کای اسکور محاسبه شده به میزان ۱۰/۶۹۳ و درجه آزادی ۴ با ۹۵ درصد اطمینان رابطه بین دو متغیر دانشگاه محل تحصیل و تأثیر دسترسی امکانات ارتباطی در استفاده از شبکه ۴ معنی دار است، به عبارتی بین این دو متغیر رابطه وجود دارد.

- در توصیف جدول باید اظهار داشت که دانشجویان پاسخگو دانشگاه اصفهان بیشترین نسبت یعنی ۲۸/۷ درصد را در ارزیابی میزان تأثیر دسترسی به امکانات

ارتباطی در استفاده از شبکه ۴ سیما به گزینه متوسط و کمترین نسبت یعنی ۲/۳ درصد را به گزینه خیلی کم اختصاص داده‌اند. در حالی که دانشجویان دانشگاه شهرکرد بیشترین نسبت یعنی ۹/۹ درصد را به گزینه متوسط و کمترین نسبت یعنی ۳٪ را به گزینه خیلی کم اختصاص داده‌اند.

جدول ۲- رابطه متغیرهای دانشگاه محل تحصیل و تماشای مرتب شبکه ۴ سیما

ردیف	دسترسی به امکانات در استفاده از شبکه ۴		دانشگاه محل تحصیل		جمع
	بلی	خیر	دانشگاه شهرکرد	دانشگاه اصفهان	
۱	تعداد		۳۲	۵۶	۸۸
	% سطری		۳۶/۴	۶۳/۶	۱۰۰
	% ستونی		۳۵/۲	۱۹/۲	۲۲
	% کل		۸/۴	۱۳/۷	۲۳
۲	تعداد		۵۹	۲۳۵	۲۹۴
	% سطری		۲۰/۱	۷۹/۹	۱۰۰
	% ستونی		۶۴/۸	۸۰/۸	۷۷
	% کل		۱۵/۳	۶۱/۵	۷۷
	تعداد		۹۱	۲۹۱	۳۸۳
	% سطری		۲۳/۸	۷۶/۲	۱۰۰
	% ستونی		۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
	% کل		۲۳/۸	۷۶/۲	۱۰۰

پرسش: آیا بین دانشگاه محل تحصیل دانشجویان و تماشای مرتب شبکه ۴ سیما رابطه وجود دارد؟

- با توجه به آزمون کای اسکور محاسبه شده به میزان ۹/۹۱۱ و درجه آزادی ۱ با

بررسی تطبیقی دیدگاه دانشجویان... / ۱۱۳

اطمینان ۹۹ درصد رابطه بین دو متغیر دانشگاه محل تحصیل و تماشای مرتب شبکه ۴ سیما معنی دار است، به عبارتی بین این دو متغیر رابطه وجود دارد.

- در توصیف این جدول باید اظهار داشت که از این تعداد دانشجو ۲۳ درصد به طور مرتب شبکه ۴ سیما را تماشا می کنند و ۷۷ درصد به صورت مرتب این شبکه را تماشا نمی کنند. از کل دانشجویانی که در دانشگاه اصفهان مشغول به تحصیل هستند، بیشترین نسبت یعنی ۶۱/۵ درصد به صورت مرتب برنامه های شبکه ۴ سیما را تماشا نمی کنند و کمترین نسبت یعنی ۱۴/۷ درصد این دانشجویان به صورت مرتب برنامه های شبکه ۴ سیما را تماشا می کنند. این در حالی است که از میان دانشجویان شهرکرد، بیشترین نسبت ۱۵/۴ درصد به صورت مرتب برنامه های شبکه ۴ را تماشا می کنند و کمترین درصد یعنی ۸/۴ مرتب تماشا می کنند.

جدول ۳- رابطه متغیرهای موعده تماشای برنامه های شبکه ۴ سیما و دیدگاه دانشجویان

نسبت به شبکه ۴

ردیف	دیدگاه دانشجویان		متوسط	خوب	خیلی خوب	جمع
	موعده تماشای شبکه ۴	خیلی بد				
۱	تعداد	۲	۳	۷	۱۲	۰
	% سطری	۱۵/۴	۲۳/۱	۵۳/۸	۱۰۰	۰
	% ستونی	۶/۵	۳/۵	۴/۲	۳/۴	۰
	% کل	۰/۵	۰/۸	۱/۹	۳/۴	۰
۲	تعداد	۲	۱۱	۶	۲۰	۱
	% سطری	۱۰	۵۵	۳۰	۱۰۰	۵
	% ستونی	۶/۵	۱۲/۸	۳/۶	۵/۳	۲/۱
	% کل	۰/۵	۲/۹	۱/۶	۵/۳	۳

ادامه جدول شماره ۳

ردیف	دیدگاه دانشجویان		متوسط	خوب	خیلی خوب	موعده تماشای شبکه ۴	
	تعداد	٪ سطری				تعداد	٪ ستونی
۳	۵۷	۰	۱۳	۳۲	۸	تعداد	بعد از ظهر
	۱۰۰	۰	۲۳/۸	۵۶/۱	۱۴	٪ سطری	
	۱۵/۱	۰	۸/۵	۱۹/۲	۲۵/۸	٪ ستونی	
	۱۵/۱	۰	۱/۱	۳/۴	۸/۵	٪ کل	
۴	۱۱۰	۹	۱۸	۶۰	۷	تعداد	عصر
	۱۰۰	۸/۲	۱۳/۵	۵۳/۵	۶/۴	٪ سطری	
	۲۹/۱	۱۹/۱	۳۴	۲۰/۹	۲۲/۶	٪ ستونی	
	۲۹/۱	۲/۴	۴/۲	۳/۸	۱۵/۹	٪ کل	
۵	۱۷۸	۳۷	۴۱	۶۲	۱۲	تعداد	شب
	۱۰۰	۲۷/۸	۱۳/۶	۳۳/۸	۶/۷	٪ سطری	
	۴۷/۱	۷۸/۷	۵۵/۳	۳۷/۷	۳۸/۷	٪ ستونی	
	۴۷/۱	۹/۸	۶/۹	۱۰/۹	۱۶/۴	٪ کل	
جمع	۳۷۸	۴۷	۴۷	۸۶	۳۱	تعداد	جمع
	۱۰۰	۱۲/۴	۱۲/۴	۳۲/۹	۴۴/۲	٪ سطری	
	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	٪ ستونی	
	۱۰۰	۱۲/۴	۱۲/۴	۲۲/۸	۴۴/۲	٪ کل	

$X^2 = ۵۰/۸۴۳$

$df = ۱۶$

$P < ٪۰.۱$

پرسش: آیا بین زمان تماشای شبکه ۴ سیما و دیدگاه دانشجویان نسبت به این شبکه رابطه وجود دارد؟

- با توجه به آزمون کای اسکور محاسبه شده به میزان ۵۰/۸۴۳ و درجه آزادی ۱۶ با

اطمینان ۹۹ درصد رابطه بین دو متغیر تماشای شبکه ۴ سیما و دیدگاه دانشجویان راجع به این شبکه معنی دار است، به عبارتی بین این دو متغیر رابطه وجود دارد. در توصیف جدول باید اظهار داشت که از مجموع دانشجویانی که زمان مناسب جهت تماشای برنامه‌های شبکه ۴ سیما را بعد از ظهر ذکر کرده‌اند، در بیان دیدگاه خود راجع به این شبکه، بیش‌ترین نسبت یعنی $18/5$ درصد را به گزینه خوب و کم‌ترین نسبت یعنی صفر درصد را به گزینه خیلی بد اختصاص داده‌اند، در حالی که دانشجویانی که زمان شب را بهترین موعد جهت تماشای برنامه‌های شبکه ۴ اعلام کرده‌اند بیش‌ترین درصد یعنی $16/4$ درصد را به گزینه خوب و کم‌ترین درصد یعنی $3/2$ درصد را به گزینه خیلی خوب اختصاص داده‌اند. حاصل نشان می‌دهد که زمان تماشا در دیدگاه دانشجویان تأثیر دارد.

پرسش: آیا بین تماشای شبکه ۴ سیما به انگیزه آگاهی از مطالعات و مباحث علمی روز و دیدگاه دانشجویان نسبت به این شبکه رابطه وجود دارد؟
- با توجه به آزمون کای اسکور محاسبه شده به میزان $32/221$ و درجه آزادی ۴ با اطمینان ۹۹ درصد رابطه بین دو متغیر دیدگاه دانشجویان و تماشای برنامه‌های شبکه ۴ سیما به انگیزه آگاهی از مطالعات و مباحث روز علمی معنی دار است، به عبارتی بین این دو متغیر رابطه وجود دارد.

- در توصیف جدول باید اظهار داشت که از مجموع دانشجویانی که برنامه‌های شبکه ۴ سیما را به انگیزه‌های آگاهی از مطالعات و مباحث روز تماشا می‌کنند، در بیان دیدگاه خود راجع به این شبکه بیش‌ترین نسبت یعنی $17/2$ درصد به گزینه خوب و کم‌ترین نسبت یعنی $2/9$ درصد به گزینه خیلی خوب اشاره نموده‌اند، در حالی که دانشجویانی که برنامه‌های این شبکه را به انگیزه آگاهی از مطالعات و مباحث روز تماشا نمی‌کنند بیش‌ترین نسبت یعنی $26/6$ درصد را به گزینه خوب و کم‌ترین نسبت یعنی $4/4$ درصد را گزینه خیلی بد اشاره کرده‌اند.
پرسش: آیا بین استفاده از برنامه‌های شبکه ۴ سیما جهت رفع نیاز علمی

دانشجویان و دیدگاه آنها نسبت به این شبکه رابطه وجود دارد؟
- با توجه به آزمون کای اسکور محاسبه شده به میزان $52/118$ و درجه آزادی ۴ با اطمینان ۹۹ درصد رابطه بین دو متغیر توجه دانشجویان به شبکه ۴ جهت رفع نیازهای اطلاعاتی و دیدگاه آنان راجع به این شبکه معنی دار است، به عبارتی بین این دو متغیر رابطه وجود دارد.

- در توصیف جدول باید گفت که دانشجویانی که شبکه ۴ را به عنوان یکی از منابع اطلاعاتی خود بیان کرده‌اند، در میان دیدگاه خود در مورد برنامه‌های شبکه ۴ بیشترین نسبت یعنی $25/3$ درصد را به گزینه خوب و کمترین نسبت یعنی $5/5$ درصد را به گزینه خیلی خوب اختصاص داده‌اند. در حالی که دانشجویانی که شبکه ۴ سیما را به عنوان منبع اطلاعاتی خود اعلام نکرده‌اند، در بیان دیدگاه خود راجع به برنامه‌های شبکه ۴ بیشترین نسبت یعنی $18/7$ درصد به گزینه خوب و کمترین نسبت یعنی $1/1$ به گزینه بسیار بد اشاره نموده‌اند حاصل آن که کسانی که از این برنامه به عنوان منبع اطلاعاتی بهره گرفته‌اند، دیدگاه بهتری نسبت به انگیزه دانشجویان دارند.

جمع‌بندی، نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها

در پژوهش حاضر، نظرات دانشجویان دو دانشگاه اصفهان و شهرکرد در مورد برنامه‌های شبکه ۴ سیما به روش میدانی و با استفاده از ابزار پرسشنامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. هدف از این پژوهش، شناخت دیدگاه دانشجویان این دو دانشگاه در مورد برنامه‌های شبکه ۴ سیما به عنوان یک شبکه علمی و آموزشی بوده است. این تحقیق همچنین به بررسی تفاوت دیدگاه‌های دانشجویان دو دانشگاه در مورد شبکه ۴ می‌پردازد. به عبارتی، در این تحقیق نظرات دانشجویان دانشگاه اصفهان به عنوان دانشگاهی در یک منطقه برخوردار از نظر امکانات و ظرفیت‌های مختلف و دانشگاه شهرکرد به عنوان دانشگاهی که در یک منطقه کم‌تر برخوردار از ویژگی‌های خاص مطرح بوده است. تحقیق حاضر به دنبال یافتن تفاوت دیدگاه این دو دسته دانشجویان است.

دیدگاه دانشجویان به وسیله متغیرهای مختلف سنجیده شده است. نهایتاً بعد از توصیف جداول یک بعدی و تحلیل جداول دوبعدی به طور خلاصه می توان به نتایج به دست آمده به شرح زیر اشاره کرد:

نتایج تحقیق

نتایج این بررسی نشان می دهد که ۵۳ درصد دانشجویان دیدگاه متوسط بالا (متوسط، خوب و خیلی خوب) نسبت به این شبکه داشته و سایر پاسخگویان دیدگاه خود را (بد، خیلی بد) ارزیابی نموده اند که اگر واقع بینانه بنگریم، چندان وضعیت مطلوبی نیست، زیرا برای یک شبکه تلویزیونی که هدف و فلسفه وجودی خود را ارائه اطلاعات مورد نیاز دانشجویان، پژوهشگران، و اندیشمندان تعریف کرده است، این نسبت به هیچ وجه نسبت مطلوبی نیست. صحت این موضوع زمانی که به دو نکته توجه کنیم، بیشتر تر تأیید می شود. نکته اول این که بر اساس این تحقیق، به زعم تنها یک قشر از مخاطبان دیدگاهشان نسبت به شبکه (یعنی دانشجویان) را که به هر حال نیازشان نسبت به دیگر مخاطبان تعریف شده این شبکه در سطح پایین تری قرار دارد، و نکته دیگر این که این نتیجه شامل نظریات ۲۳ درصد پاسخگویی است که به طور مرتب شبکه ۴ سیما را تماشا می کنند و شامل ۷۷ درصد از پاسخگوییانی که به طور پراکنده برنامه های این شبکه را دنبال می کنند، نمی شود.

- نتایج تحقیق حاکی از آن است که بین دانشگاه محل تحصیل و دیدگاه دانشجویان در مورد شبکه ۴ رابطه معنی داری وجود ندارد.

- همچنین نتایج بررسی در مورد تماشای مرتب و میزان تماشای شبکه ۴ سیما نشان می دهد که ۸۹/۹ درصد دانشجویان در هفته کم تر از ۶ ساعت و ۹/۹ درصد بیش تر از ۶ ساعت این شبکه را تماشا می کنند. این در حالی است که شبکه ۴ سیما هر روز حداقل ۱۲ ساعت برنامه پخش می کند و این نتیجه که پاسخ قشر مهمی از مخاطبان شبکه است به هیچ وجه نتیجه مطلوبی نیست و این مسئله شاید ناشی از عدم ارضای

قشر دانشجو از برنامه‌های شبکه ۴ سیما باشد.

- حاصل بررسی در مورد متغیر تماشای مرتب و دانشگاه محل تحصیل نیز نشان می‌دهد که دانشجویان پاسخگوی شهرکردی برنامه‌های این شبکه را مرتب‌تر از دانشجویان اصفهانی تماشا می‌کنند.

- در مجموع $۷۲/۳$ درصد دانشجویان یکی از انگیزه‌های خود از تماشای برنامه‌های شبکه ۴ سیما را کسب اطلاعات علمی و $۲۷/۷$ درصد سایر انگیزه‌ها را ذکر کرده‌اند. وجود رابطه بین انگیزه دانشجویان و دیدگاه آن‌ها نسبت به برنامه‌های شبکه ۴ حاکی از آن است که دانشجویانی که به انگیزه آگاهی از مطالعات و مباحث روز برنامه‌ها را می‌بینند، دیدگاه منفی تری نسبت به کسانی که با انگیزه‌های دیگر برنامه‌های شبکه ۴ را می‌بینند، دارند.

- ارزیابی محتوای علمی برنامه‌های شبکه ۴ سیما نیز یکی از متغیرهای بررسی شده است. در مجموع $۸۱/۹$ درصد دانشجویان (شامل دانشجویانی که به صورت مرتب یا پراکنده برنامه‌های این شبکه را تماشا می‌کنند یا انگیزه‌های دیگری از تماشای این شبکه علمی دارند) در ارزیابی محتوای علمی برنامه‌های شبکه ۴ سیما گزینه‌های متوسط به بالا (متوسط، خوب، خیلی خوب) و $۱۹/۱$ درصد آن را بد و خیلی بد ارزیابی کرده‌اند.

- قابل ذکر است که دانشجویان پاسخگوی اصفهانی در مقایسه با دانشجویان شهرکردی بیش‌تر از شبکه ۴ سیما جهت رفع نیاز علمی خود استفاده کرده‌اند.

- بررسی متغیر میزان رضایت دانشجویان از شبکه ۴ سیما نشان می‌دهد که $۶۷/۳$ درصد دانشجویان رضایت خود را متوسط به پایین (متوسط، کم، خیلی کم) و فقط $۳۲/۶$ درصد آن را زیاد و خیلی زیاد ارزیابی کرده‌اند.

- در پاسخ به پرسش مربوط به انتظارات دانشجویان از شبکه ۴ سیما بیش‌ترین درصد یعنی $۲۶/۳$ درصد پرسشنامه‌ها بدون جواب ماند و در جواب‌های ارائه شده، موضوعات علمی $۱۳/۸$ درصد، توجه به مشکلات اجتماعی $۵/۷$ درصد، مسائل

مربوط به ایران ۵٪ و حیات وحش ۳٪ را به خود اختصاص دادند.
- یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که جنس افراد هیچ رابطه‌ای با دیدگاهشان نسبت به شبکه ۴ سیما ندارد، اما بین وضعیت تأهل پاسخگویان و دیدگاه آنان نسبت به این شبکه رابطه وجود دارد، یعنی مجردها دید مثبت‌تری نسبت به متأهل‌ها در مورد برنامه‌های شبکه ۴ سیما دارند.
- داده‌های تحقیق نشان می‌دهد که بین مقطع تحصیلی و دیدگاه دانشجویان نسبت به برنامه‌های شبکه ۴ رابطه وجود دارد، یعنی هرچه مقطع تحصیلی دانشجویان بالاتر باشد (کارشناسی ارشد و دکتری در مقایسه با کارشناسی) نیازهای علمی آنها بالاتر و در نهایت، پاسخگویی برنامه‌های شبکه ۴ سیما نسبت به آنها پایین‌تر است.

پیشنهادها

با توجه به یافته‌های تحقیق، پیشنهادهای زیر را می‌توان ارائه نمود:

- ۱- پیشنهاد می‌شود برنامه‌سازان و طراحان برنامه‌های شبکه ۴ سیما به عنوان یک شبکه علمی، سعی و اهتمام نمایند که با مباحث علمی روز در سطح کشور و در سطح جهانی هماهنگی بیش‌تری داشته باشند تا برنامه‌ها از کیفیت بالاتر علمی برخوردار شوند و موضوع بحث و فحص در محافل علمی و دانشگاهی قرار گیرند.
- ۲- پیشنهاد می‌شود علاوه بر توجه به محتوای علمی برنامه جهت ایجاد جاذبه بیش‌تر از موضوعات داستانی و نمایشی جهت تولید برنامه‌ها استفاده شود تا برنامه‌های علمی خشک و بی‌روح و خسته‌کننده جلوه نکنند.
- ۳- همکاری بیش‌تر محققان در سطح دانشگاه، خاصه گروه‌های علمی علوم ارتباطات و مرتبط کردن تحقیقات ارتباطی و موضوع پروژه پایان‌نامه‌های تحصیلات تکمیلی یا واحدهای سنجش و تحقیقات صدا و سیما می‌تواند در غنای تحقیقات و محتوای برنامه‌های صدا و سیما مفید واقع شود.
- ۴- پیشنهاد می‌شود در ادامه پژوهش فعلی، محققان دیگر به بررسی دیدگاه‌های

قشرهای دیگر جامعه که مخاطبان خاص شبکه ۴ سیما هستند، مانند محققان، پژوهشگران و استادان دانشگاه و سایر نخبگان پردازند و خواسته‌ها و نیازهای این مخاطبان نیز در برنامه‌های آتی شبکه ۴ سیمای جمهوری اسلامی لحاظ شود.

منابع

- البرو، پیر و ژان تودسک. تاریخچه رادیو و تلویزیون. ترجمه جمشید ارجمند، تهران: سازمان انتشارات و آموزش انقلاب اسلامی، ۱۳۶۸.
- «تاریخچه پیدایش رادیو و تلویزیون در ایران»، سروش. ش ۷۴۱، خرداد ۱۳۷۴.
- دادگران، دکتر سیدمحمد. مبانی ارتباطات جمعی. تهران: مروارید، ۱۳۷۴.
- رشیدپور، دکتر ابراهیم. «ارتباطات جمعی»، مجله تحقیقات روزنامه‌نگاری. س ۲، ش ۶، فروردین‌ماه ۱۳۴۶.
- سمیع، ناهید. دیدگاه دانشجویان دانشگاه اصفهان و شهرکرد، در مورد برنامه‌های شبکه ۴ سیمای جمهوری اسلامی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد ارتباطات، دانشکده علوم اجتماعی علامه طباطبایی، اسفند ۱۳۸۲.
- شکرخواه، یونس. «پدیدارشناسی مخاطب»، فصلنامه پژوهش و سنجش. س ۴، ش ۱۱.
- کمیته تشکیلات و برنامه‌ریزی صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران. سیر تحولات تشکیلات سازمان صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران. تهران: ۱۳۸۰.
- محسنیان‌راد، دکتر مهدی. ارتباط‌شناسی. تهران: سروش، ۱۳۶۹.
- محسنیان‌راد، دکتر مهدی. فرهنگستان ارتباطات. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، ۱۳۷۲.
- معتمدنژاد، دکتر کاظم. وسایل ارتباط جمعی. ج یکم. تهران: دانشگاه علامه طباطبایی، چاپ دوم، ۱۳۷۱.
- مک لوهان، مارشال. «شناخت وسایل ارتباط جمعی»، ترجمه ژیل سازگار. مجله

تحقیقات روزنامه‌نگاری. س ۵، ش ۲۰، تابستان ۱۳۴۹.

- ویندال، سون. کاربرد نظریه‌های ارتباطات. ترجمه علیرضا دهقان. تهران: مرکز

مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، ۱۳۷۶.

- هنکاک، الن. برنامه‌ریزی تلویزیون آموزشی. ترجمه محبوبه مهاجر. تهران:

سروش، ۱۳۶۸.