

بررسی میزان و علل گرایش دانشجویان به رسانه‌های گروهی داخلی و خارجی

رضا رسولی* / محمد نریمانی**

به خود اختصاص داده است. همچنین، از میان برنامه‌های رادیوی محلی استان اردبیل، دانشجویان از برنامه گلبانگ سبلان استقبال می‌کنند. اما وضعیت رسانه‌های مکتوب، چون هفته‌نامه‌های چاپ شده در داخل استان، نشان می‌دهد که قریب به ۸۴ درصد دانشجویان از این رسانه‌ها استفاده نمی‌کنند یا در حد بسیار کم بهره می‌گیرند.

کلیدواژه: گرایش به رسانه‌های گروهی، دانشگاه محقق اردبیلی، رسانه‌های مکتوب، رسانه‌های غیرمکتوب.

مقدمه

در دنیای امروز وسایل ارتباط جمعی مظهر ارتقای تکنولوژیک انسان هستند و بیش از هر فن و ابزار دیگر تأثیر فرهنگی دارند. این وسایل در پیدایش عادات تازه، تکوین فرهنگ جهانی، و تغییر در رفتار و خلق و خوی انسانها سهم شگرفی دارند (نیه‌پرویش، ۱۳۷).

* عضو هیئت علمی دانشگاه پیام نور، سازمان مرکزی.
** عضو هیئت علمی دانشگاه محقق اردبیلی.

چکیده: هدف اصلی این تحقیق دستیابی بر نگرش دانشجویان به رسانه‌های گروهی داخلی و آگاهی بر اندازه گرایش آنها به رسانه‌های گروهی خارجی بوده است. آیا میزان گرایش دانشجویان به رسانه‌های گروهی داخلی و خارجی و دسترسی آنها به این رسانه‌ها با متغیرهایی چون سن، جنس، دانشگاه محل تحصیل، وضعیت تأهل، محل سکونت، رشته تحصیلی، ترم تحصیلی، بومی بودن، شغل و تحصیلات والدین، رضایت از خانواده و سابقه مشروط شدن آنها در دوره تحصیل ارتباط دارد یا نه؟ برای پاسخ به این سئوالات ۶۰۰ نفر از دانشجویان مشغول به تحصیل در دانشگاه‌های محقق اردبیلی (۳۰۰ نفر) و آزاد اسلامی، واحد اردبیل (۳۰۰ نفر)، به صورت تصادفی انتخاب شدند و با ابزار پرسشنامه به جمع‌آوری اطلاعات اقدام شد. نتایج نشان می‌دهد که از میان رسانه‌های گروهی غیرمکتوب تلویزیون بیشترین جاذبه را برای دانشجویان دارد و روزنامه از رسانه‌های مکتوبی است که دانشجویان علاقه زیادی به آن دارند. علاقه به ماهواره در ۲۲/۸ درصد دانشجویان مشاهده می‌شود. اما تنها ۴/۷ درصد دانشجویان به آن دسترسی دارند. انگیزه کسب اخبار و شنیدن موسیقی در گرایش دانشجویان به استفاده از رادیوهای خارجی بالاترین فراوانی را

رسانه‌های گروهی داخلی ارائه شود.

اینکه دامنه اثربخشی وسایل ارتباط جمعی با چه متغیرهایی مرتبط است، ویلنسکی معتقد است که در زندگی خانوادگی و در دیگر زمینه‌های اجتماعی بر حسب میزان قدرت این گروهها و مخصوصاً اهمیت گروههای محلی و فرهنگهای خاص تغییر می‌یابد (منطقی، ۱۳۷۶: ۵۴/۲). حتی تأثیر وسایل ارتباط جمعی باید با توجه به شرایط فرهنگ ملی باشد. این تأثیر زمانی می‌تواند به تغییر منجر شود که وسایل ارتباطی در متن تطور همه‌جانبه اندیشه‌ها قرار گرفته باشند؛ از طرف دیگر، وسایل ارتباط جمعی بر جامعه شهری بیش از روستاها اثر می‌گذارد (فازینو). نیز از میان قشرهای مختلف، بیشتر از همه جوانان و نوجوانان از برنامه‌های وسایل ارتباط جمعی متأثر می‌شوند (مه‌رعلی، ۱۳۷۶: ۵۹/۲). مطالعه‌ای در بررسی علل گرایش جوانان به مظاهر فرهنگ غرب انجام شده است (حسن‌پور، ۱۳۷۵). در این مطالعه، اندازه گرایش جوانان استان اردبیل از طریق بررسی متغیرهای مختلف سنجیده شده است. اهم نتایج تحقیق به این شرح است:

۱. جوانان در استان اردبیل (و شهرهای تابعه) در حد بالاتر از متوسط به مظاهر فرهنگ غرب گرایش دارند (جوان‌گرایی شدید جمعیت و مهاجرت‌پذیری جوانان به مرکز استان).

۲. در مورد ویژگیهای فردی و ارتباط آن با میزان گرایش به غرب و نیز ارتباط «جنس» و «وضعیت تأهل» با اندازه گرایش با احتمال بالایی به ثبوت رسید؛ ولی ارتباط «سطح تحصیلات» با میزان گرایش به غرب رد شد.

۳. در ارتباط با «پایگاه اجتماعی خانواده جوانان و گرایش آنها به فرهنگ غرب» و ارتباط ما بین سطح تحصیلات و «مشاغل پدران» افراد مورد سنجش با اندازه گرایش و ارتباط ما بین «سطح درآمد خانواده» با اندازه گرایش در حد بسیار بالایی به ثبوت رسید، ولی ارتباط ما بین «شهری و روستایی بودن

وسایل ارتباط جمعی این توانایی را دارند که در مواقع گوناگون آگاهیها و هشدارهای لازم را به افراد جامعه بدهند تا آنها بتوانند با تصمیم‌گیریهای آگاهانه به فعالیتهای خود ادامه دهند. وسایل ارتباط جمعی ابزار نیرومندی هستند که به دلیل فراگیر بودن، قدرت فراوانی را در اختیار می‌گذارند که با آن می‌توان جامعه‌ای را نابود کرد. یا بر عکس، آن را سراسر اصلاح کرد (فردرو، زارع و خسروی، ۱۳۷۸).

از این رو، عصر امروز را می‌توان عصر ارتباطات نامید. کشورهای غربی هر سال هزینه‌های بسیار خرج رسانه‌ها و وسایل ارتباط جمعی می‌کنند و یکی از ابزارهای تهاجم فرهنگی استفاده از رسانه‌ها و وسایل ارتباط جمعی است. کشورهای غربی، از راه دور، سیطره خود را به کشورهای جهان سوم می‌گسترانند؛ بدون اینکه با حمله نظامی از مرزهای جغرافیایی آنها بگذرند (اورعی، ۱۳۷۴: ۲۱۳/۱). البته، منظور از رسانه و وسایل ارتباط جمعی در این مطالعه، انتشار روزنامه‌ها، هفته‌نامه‌ها و کلاً نشریات داخلی و خارجی و برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی و ماهواره‌ای است. هرچند راههای مختلفی برای مقابله با تهاجم فرهنگی وجود دارد، یکی از راههای مناسب تقویت رسانه‌های گروهی داخلی است تا جوانان با آگاهی و اراده یک رسانه داخلی را بر رسانه‌های خارجی ترجیح دهند (فیاض، ۱۳۷۳: ۲۳۰/۱).

برای پی بردن به اینکه آیا رسانه‌ها و وسایل ارتباط جمعی داخلی برای جوانان و دانشجویان جاذبه دارند، ضروری است که میزان گرایش دانشجویان، یعنی آینده‌سازان کشور اسلامی، به رسانه‌ها و وسایل ارتباط جمعی داخلی و خارجی ارزیابی شود. و اگر نسبت به رسانه‌های گروهی خارجی گرایش وجود دارد، علل مرتبط با این گرایش شناخته شود تا با شناسایی آنها و نیز عوامل بازدارنده گرایش به رسانه‌های داخلی جلوی تهاجم فرهنگی گرفته شود و بازخورد مناسبی به مسئولین

خانواده آنها» با این مسئله رد شد.

۴. رابطه بین «مرز نشینی» و سطح گرایش به فرهنگ غرب و نیز استفاده از تلویزیون آذربایجان با این مسئله با احتمال درصد بالایی به ثبوت رسید (حسن پور، ۱۳۷۵: ۲۸۷۱).
مطالعه‌ای در بررسی عوامل موثر بر گرایش جوانان به تلویزیونهای بیگانه در شهرستان پارس آباد (بابائی، ۱۳۷۶) انجام شده است. در این مطالعه ۱۲ فرضیه مطرح شده بود که در این فرضیه‌ها ارتباط متغیرهایی چون درآمد خانواده، شاغل بودن جوان، جنسیت، وضعیت تأهل، سن، مذهبی بودن، سطح تحصیلات، رضایت جوان از محیط خانواده، عدم امکانات تفریحی، رفاهی، علمی و عدم مطلوب بودن برنامه‌های داخلی و جذاب و متنوع بودن تلویزیون بیگانه و محل سکونت افراد با گرایش به تماشای برنامه تلویزیونهای بیگانه پیش‌بینی شده است.
نتایج مطالعه نشان می‌دهد که:

۱. هر قدر برنامه‌های تلویزیونی داخلی را با کیفیت بهتر و مطلوبتر و جذابتر ارائه دهیم افراد کمتر به تلویزیونهای بیگانه گرایش پیدا می‌کنند.

۲. هر قدر در شهر و روستا امکانات تفریحی و رفاهی و علمی را بیشتر کنیم افراد کمتر به تلویزیونهای بیگانه گشیده می‌شوند.

۳. به طور کلی، از فرضیات دوازده‌گانه ۳ فرضیه قبول و ۹ فرضیه رد شد. در توضیح قبولی فرضیه‌ها می‌توانیم به درصدها و آمار و ارقام به دست آمده اشاره کنیم. در توضیح دو فرضیه قبولی، یعنی ۹ و ۱۱ که عبارت بودند از عدم امکانات تفریحی، رفاهی، ورزشی، علمی و جذاب و متنوع بودن برنامه‌های تلویزیونی بیگانه، می‌توان به درصدهای زیر اشاره کرد: در توضیح فرضیه ۹، یعنی ارتباط بین عدم امکانات تفریحی و غیره و گرایش به برنامه‌های تلویزیونی بیگانه، در جواب این پرسش که تا چه حد در محل زندگی شما امکانات تفریحی و ... وجود دارد، ۴۲/۵٪ گفتند اصلاً امکانات تفریحی، رفاهی و ... وجود ندارد: ۳۱/۵٪ خیلی کم، ۱۶٪ کم، ۵/۵٪ متوسط،

۳/۵٪ زیاد، ۱/۵٪ خیلی زیاد (بابائی، ۱۳۷۶).

بنابراین، در منطقه‌ای که اصلاً امکاناتی برای پر کردن اوقات فراغت قشر جوان وجود نداشته باشد و استفاده از برنامه‌های تلویزیونی خارجی، با آنتنهای معمولی و بدون هزینه سهل‌الوصول باشد، با اینهمه تبلیغات و تهاجم کشورهای دیگر جای بسی تأمل است. برای قشر جوان این شهرستان امکانات تفریحی وجود ندارد. با این شرایط و در این قرن اطلاعات و ارتباطات و آن هم ارتباط با تلویزیون چقدر این قشر می‌تواند مورد تهاجم قرار گیرد؟ دشمن با این خلأها می‌تواند نسل جوان را مورد هدف قرار دهد. نسلی که بعد از انقلاب به دنیا آمده است، نسلی که وارث انقلاب است، نسلی که آینده مملکت در دست آنهاست، با توجه به نتایج تحقیقات مسئله اصلی این مطالعه این بود که اندازه گرایش دانشجویان به رسانه‌های گروهی داخلی چقدر است و آیا رسانه‌های گروهی داخلی توانسته‌اند جاذبه مطلوب را برای جوانان در ابعاد مختلف سیاسی، فرهنگی و ورزشی داشته باشند، یا اینکه بین وضعیت موجود با وضعیت مطلوب رسانه‌ها فرسنگها فاصله و شکاف وجود دارد. علت این شکاف به چه فاکتورهایی برمی‌گردد و این مسئله با چه متغیرهایی ارتباط دارد؟ اما به صورت ویژه سئوالات دیگری نیز مطرح بود؟ آیا بین متغیر جنس دانشجویان با میزان گرایش آنها به رسانه‌های گروهی داخلی و خارجی ارتباط وجود دارد؟ بین نوع دانشگاه (محقق اردبیلی، آزاد) با اندازه گرایش به وسایل ارتباط جمعی ارتباطی مشاهده می‌شود یا نه؟ کدامیک از رسانه‌های گروهی داخلی بیشتر مورد توجه دانشجویان بوده و از آنها استفاده شده است. میانگین ساعاتی که دانشجویان به مطالعه روزنامه و مجله و یا تماشای تلویزیون اختصاص می‌دهند چقدر است؟ دانشجویان چه نوع فیلمهایی را ترجیح می‌دهند و برای تماشای آن وقت

روش تحقیق، ۶۰۰ نفر به صورت تصادفی انتخاب شدند که ۳۰۰ نفر آنها از دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل و ۳۰۰ نفر دیگر از دانشگاه محقق اردبیلی بودند. از هر گروه ۵۰ درصد زن و ۵۰ درصد دیگر مرد بودند. ماهیت موضوع و اهداف مطالعه ایجاب می‌کرد که از روش تحقیق زمینه‌یابی و همبستگی برای دستیابی بر اهداف تحقیق استفاده شود. برای دستیابی بر اندازه گرایش دانشجویان به رسانه‌ها و وسایل ارتباط جمعی از روش تحقیق زمینه‌یابی و برای دستیابی بر متغیرها و عوامل مرتبط با گرایش دانشجویان به رسانه‌های گروهی از روش همبستگی استفاده شده است. برای جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه محقق ساخته شده استفاده شده است. قسمت اول پرسشنامه، ویژگیهای سوسیودمو-گرافیک آزمودنیها را، بدون اینکه نام و نام خانوادگی آزمودنیها در آن نوشته شود، می‌سنجید؛ و قسمت دوم پرسشنامه اندازه و علل گرایش دانشجویان را به رسانه‌ها و وسایل ارتباط جمعی خارجی ارزیابی می‌کرد. پرسشنامه با توجه به زمینه‌های نظری و ادبیات پژوهشی تدوین شده بود. بعد از نمونه‌گیری و توضیح اهداف مطالعه به آزمودنیها، اطلاعات به صورت گروهی و در محل تحصیل آنها جمع‌آوری شده است.

بعد از جمع‌آوری داده‌ها تجزیه و تحلیل با استفاده از ابزارهای آماری چون تحلیل واریانس یک عاملی و آزمون خی دو و مقایسه نسبت در دو گروه مستقل صورت گرفته است.

نتایج تحقیق

تحقیق حاضر نتایج بسیار گسترده‌ای دارد، اما نمی‌توان همه یافته‌ها را در این مقاله ارائه کرد؛ از این رو، تنها یافته‌های مهم در قالب جدول ارائه می‌شود.

می‌گذرانند؟ از میان مجلاتی که در داخل کشور چاپ می‌شود، چه نوع مجلاتی بیشتر مورد توجه دانشجویان قرار می‌گیرد؟ دانشجویان کدامیک از شبکه‌های تلویزیونی را ترجیح داده و از آن استفاده می‌کنند؟ آنها از چه نوع برنامه‌های رادیویی (داخلی) استفاده می‌کنند؟ اگر از رادیوهای خارجی استفاده می‌کنند انگیزه آنها چیست؟ کلاً، چند درصد دانشجویان از رادیوهای خارجی استفاده می‌کنند؟ آیا دانشجویان از برنامه‌های محلی صدا و سیما مرکز اردبیل استفاده می‌کنند و از کدام برنامه محلی بیشتر استقبال می‌کنند؟ حتی یکی از سئوالات مطالعه این بود که هفته‌نامه‌ها و فصلنامه‌هایی که در داخل استان چاپ می‌شود چقدر مورد استفاده دانشجویان قرار می‌گیرد؟ چه اندازه بیکاری در گرایش دانشجویان به رسانه‌های گروهی خارجی مؤثر است؟ همچنین چه اندازه عدم توجه به برنامه‌های فرهنگی مورد علاقه جوانان زمینه گرایش دانشجویان را برای استفاده از برنامه‌های گروهی خارجی فراهم می‌آورد؟ آیا فقدان مراکز هنری، فرهنگی، ورزشی و سالنهای مطالعه در گرایش دانشجویان به رسانه‌های گروهی خارجی مؤثر است؟ کلاً چه اندازه دانشجویان به موسیقی خارجی و غربی گرایش دارند و دسترسی آنها به فیلمهای ماهواره‌ای چقدر است و انگیزه آنها برای استفاده از چنین فیلمهایی چیست؟ همچنین، چه اندازه فقدان باورهای مذهبی و پایبندی به ارزشهای اصیل اخلاقی در گرایش دانشجویان به رسانه‌های گروهی خارجی چون ماهواره مؤثر است.

روش تحقیق

جامعه آماری این تحقیق را دانشجویان مشغول به تحصیل در نیمسال دوم سال تحصیلی ۸۳-۸۲ در دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل و محقق اردبیلی تشکیل می‌دهند که نزدیک به ۸۰۰۰ نفر هستند. از این تعداد، با توجه به

با توجه به جدول شماره ۳، ۲۷۸ نفر (۶۷/۳ درصد) از دانشجویان فیلمهایی را ترجیح می‌دهند که مربوط به مسائل خانوادگی است؛ پس از آن، فیلمهای مربوط به مسائل

جدول شماره ۴. توزیع فراوانی دانشجویان، با توجه به علاقه آنها به انواع مجلات

انواع مجلات	فراوانی	درصد
علمی	۲۲۴	۳۷/۳
هنری	۸۹	۱۴/۸
ورزشی	۲۵۵	۴۲/۵
اجتماعی	۱۶۲	۲۷
سیاسی	۲۱۱	۳۵/۲

جدول شماره ۴ علاقه دانشجویان به انواع مجلات را نشان می‌دهد. از میان انواع مجلات، علاقه به مجلات ورزشی بالاترین فراوانی را کسب کرده است (۴۲/۵ درصد)، پس از آن مجلات علمی قرار می‌گیرند (۳۷/۳ درصد) و در رتبه سوم علاقه به مجلات سیاسی قرار می‌گیرد (۳۵/۲ درصد)؛ و علاقه به مجلات هنری با ۱۴/۸ درصد کمترین مقدار را داراست.

جدول شماره ۵. توزیع فراوانی دانشجویان، با توجه به انگیزه آنها برای استفاده از رادیوهای خارجی

انگیزه	فراوانی	درصد
کسب اخبار	۳۱۹	۵۳/۲
سرگرمی	۷۶	۱۲/۷
آشنایی با فرهنگ دیگر کشورها	۱۱۸	۱۹/۷
آموزش زبانهای خارجی	۳۴	۵/۷
شنیدن موسیقی	۲۳۶	۳۹/۳
موارد دیگر	۵۶	۹/۳

جدول شماره ۵ نمایانگر انگیزه دانشجویان در استفاده از رادیوهای خارجی است. کسب اخبار، با ۳۱۹ مورد، فراوانی بیشترین انگیزه بوده و شنیدن موسیقی، با ۲۳۶ مورد (۳۹/۳ درصد)، دومین انگیزه

جدول شماره ۶. میزان گرایش دانشجویان به موسیقی خارجی و غربی

میزان گرایش	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تراکمی
هیچ	۱۹	۳/۲	۳/۲	۳/۲
کمی	۷۵	۱۲/۵	۱۲/۷	۱۵/۹
تاحدودی	۱۵۷	۲۶/۲	۲۶/۶	۴۲/۵
زیاد	۱۷۹	۳۹/۸	۳۰/۳	۷۲/۹
خیلی زیاد	۱۶۰	۲۶/۷	۲۷/۱	۱۰۰
بی جواب	۱۰	۱/۷	بی جواب	-
مجموع	۶۰۰	۱۰۰	۱۰۰	-

جدول شماره ۶ میزان گرایش دانشجویان به موسیقی غربی را نشان می‌دهد. ۵۶/۵ درصد دانشجویان در حد زیاد و خیلی زیاد به این نوع موسیقی گرایش دارند و ۱۵۷ مورد (۲۶/۲ درصد) تا

حدودی گرایش دارند. عدم گرایش به موسیقی غربی تنها در ۱۹ مورد (۳/۲ درصد) دانشجویان گزارش می‌شود.

جدول شماره ۷. توزیع فراوانی دانش‌آموزان بر حسب عوامل گرایش به رسانه‌های گروهی خارجی

ردیف	عوامل گرایش به رسانه‌های گروهی خارجی	هیچ	کمی	تاحدی	زیاد	خیلی زیاد
۱	عدم توجه به برنامه‌های فرهنگی مورد علاقه جوانان	۱۹	۶۲	۱۲۴	۱۹۴	۱۸۷
		۳/۲	۱۰/۳	۲۰/۷	۳۲/۳	۳۱/۲
۲	وجود بیکاری در میان جوانان	۵۴	۸۰	۱۱۹	۱۸۶	۱۵۲
		۹	۱۳/۳	۱۹/۸	۳۱	۲۵/۳
۳	عدم توجه به موسیقی محلی در سطح استان	۵۷	۱۰۰	۱۸۸	۱۴۵	۱۰۰
		۹/۵	۱۶/۷	۳۱/۳	۲۴/۲	۱۶/۷
۴	فقدان مراکز هنری و فرهنگی	۲۵	۳۶	۱۲۱	۲۲۳	۱۸۸
		۴/۲	۶	۲۰/۲	۳۷	۳۱/۳
۵	فقدان مراکز ورزشی	۳۰	۵۵	۱۶۵	۱۸۷	۱۵۴
		۵	۹/۲	۲۷/۵	۳۱/۵	۲۵/۷
۶	فقدان برنامه‌های مناسب تلویزیونی	۲۷	۲۶	۹۵	۱۹۷	۲۴۷
		۴/۵	۴/۳	۱۵/۸	۳۲/۸	۴۱/۳
۷	تأثیر کمبود برنامه‌های تئاتر	۷۸	۱۵۶	۲۰۴	۹۸	۵۴
		۱۳/۲	۲۶	۳۴	۱۶/۳	۹
۸	عدم آشنایی عمیق با تعالیم اسلام و پیدا نکردن درک صحیح از قوانین متعالی و آشنایی بیشتر با ظواهر فریبنده غرب	۳۷	۵۷	۱۰۷	۲۱۰	۱۸۴
		۶/۲	۹/۵	۱۷/۸	۳۳/۳	۳۰/۷
۹	تأثیر تمدن و تکنولوژی پیشرفته	۱۹	۳۴	۱۰۱	۲۳۹	۱۹۶
		۳/۲	۵/۷	۱۶/۸	۳۹/۸	۳۲/۷
۱۰	تأثیر آزادی در زمینه‌های مختلف و عدم رعایت قوانین و مقررات اجتماعی	۵۳	۸۱	۲۰۱	۱۶۰	۷۹
		۸/۸	۱۳/۵	۳۳/۹	۲۶/۷	۱۳/۲

جدول شماره ۷ عوامل مختلفی را که در گرایش دانشجویان به رسانه‌های گروهی خارجی مؤثرند، با توجه به دیدگاه خود دانشجویان، نشان می‌دهد. از این عوامل، نبودن برنامه‌های مناسب تلویزیونی و مراکز فرهنگی هنری و عدم توجه به برنامه‌های فرهنگی مورد علاقه جوانان فاکتورهایی هستند که در گرایش دانشجویان به رسانه‌های گروهی خارجی در حد زیاد و خیلی زیاد مؤثرند.

جدول شماره ۸. ارتباط متغیرهای مختلف با علاقه به ماهواره

علاقه به ماهواره		متغیر ملاک	علاقه به ماهواره		متغیر ملاک
معنی داری	V کریمر		معنی داری	V کریمر	
۰/۰۹	۰/۰۵	شغل پدر	۰/۰۵	۰/۷۵	سن
۰/۱۳	۰/۰۶	شغل مادر	۰/۲۲	*۰/۰۰۰	جنس
۰/۰۵	۰/۴۴	وضعیت اقتصادی	۰/۱۱	*۰/۰۰۵	دانشگاه محل تحصیل
۰/۰۸	*۰/۰۳۶	سابقه مشروطی	۰/۰۰۲	۰/۹۴	وضعیت تأهل
۰/۱۰	۰/۱۵	دفعات مشروطی	۰/۱۴	*۰/۰۰۳	محل سکونت
۰/۱۵	*۰/۰۰۵	رضایت از خانواده	۰/۳۳	*۰/۰۰۰	رشته تحصیلی
۰/۱۸	*۰/۰۰۲	تحصیلات پدر	۰/۱۵	۰/۹۱	ترم تحصیلی
۰/۱۱	۰/۲۵	تحصیلات مادر	۰/۰۲	۰/۵۳	بومی بودن

علامت ستاره (*) نمایانگر احتمال معنی دار بودن در سطح ۰/۰۵ است.

آموزش ابتدایی بیشتر است. همچنین در کسانی که سابقه مشروط شدن در ترمهای گذشته را دارند علاقه به ماهواره بیشتر بوده است، و نیز در کسانی که هیچ رضایتی از خانواده ندارند علاقه به ماهواره بیشتر است. هر قدر رضایت از خانواده بیشتر می شود علاقه به استفاده از ماهواره کمتر می شود. در دانشجویانی که والدینشان بیسواد هستند و یا والدین آنها در حد فوق دیپلم تحصیل کرده اند علاقه به استفاده از ماهواره بیشتر از گروههای دیگر است.

چنانکه در جدول شماره ۸ ملاحظه می شود علاقه به ماهواره در میان دانشجویان پسر بیشتر از دانشجویان دختر است. این علاقه در میان دانشجویان دانشگاه محقق اردبیلی بیشتر از دانشجویان دانشگاه آزاد است. در دانشجویانی که در محیطهای استیجاری و دور از والدین سکونت دارند (۳۲ درصد) علاقه به ماهواره بیشتر از آنهاست که با والدین خود (۲۳ درصد) زندگی می کنند یا در خوابگاه ساکن هستند (۱۶ درصد). علاقه به ماهواره در میان دانشجویان رشته های عمران، شیمی و

جدول شماره ۹. ارتباط متغیرهای مختلف با دسترسی به ماهواره

دسترسی به ماهواره		متغیر ملاک	دسترسی به ماهواره		متغیر ملاک
معنی داری	V کریمر		معنی داری	V کریمر	
۰/۲۲	*۰/۰۰۰۲	شغل مادر	۰/۱۶	*۰/۰۱۲	تحصیلات پدر
۰/۰۵	۰/۱۴	مشروطی در تحصیل	۰/۱۸	*۰/۰۰۲	تحصیلات مادر
۰/۱۵	*۰/۰۰۷	تعداد دفعات مشروطی	۰/۰۲۰	۰/۶۲	وضعیت تأهل
۰/۰۶	۰/۶۴	رضایت از خانواده	۰/۰۱۱	۰/۹۶	محل سکونت
۰/۶۵	۰/۶۳	سن	۰/۲۱	۰/۰۶۱	رشته تحصیلی
۰/۰۹۳	*۰/۲۱	جنس	۰/۱۳	۰/۱۹	ترم تحصیلی
۰/۰۶۰	۰/۱۴	دانشگاه محل تحصیل	۰/۰۴۱	۰/۳۱	بومی بودن
			۰/۱۷	۰/۱۵	شغل پدر

علامت ستاره (*) نمایانگر احتمال معنی دار بودن است.

مشروط شده‌اند دسترسی به ماهواره بیشتر بوده است. ضمناً دسترسی به ماهواره در میان دانشجویان پسر بیشتر از دانشجویان دختر می باشد.

چنانکه در جدول شماره ۹ ملاحظه می شود دانشجویانی که والدینشان در حد راهنمایی تحصیل کرده‌اند بیشتر به ماهواره دسترسی دارند؛ نیز در میان دانشجویانی که دوبار

جدول شماره ۱۰. ارتباط انگیزه‌های مختلف دانشجویان در استفاده از رادیوهای خارجی با متغیر جنس

جنس		متغیر	انگیزه‌ها
V کریمر	معنی داری		
۰/۱۰۹	*۰/۰۰۷		سرگرمی
۰/۰۴۲	۰/۲۹		آشنایی با فرهنگ دیگر کشورها
۰/۰۸	*۰/۰۳۲		آموزش زبانهای خارجی
۰/۰۴۵	۰/۲۶		شنیدن موسیقی
۰/۱۱	*۰/۰۰۵۶		کسب اخبار

علامت ستاره (*) نمایانگر احتمال معنی دار بودن است.

بیشتر از پسران بوده است و انگیزه کسب اخبار و آموزش زبانهای خارجی در میان دانشجویان پسر بیشتر از دانشجویان دختر است.

جدول شماره ۱۰ ارتباط انگیزه‌های مختلف دانشجویان در استفاده از رادیوهای خارجی را با متغیر جنس نشان می دهد. به طوری که انگیزه سرگرمی در دانشجویان دختر

جدول شماره ۱۱. ارتباط متغیر جنس با علاقه دانشجویان به انواع مجلات

جنس		متغیر	انواع مجلات
V کریمر	معنی داری		
۰/۲۲	*۰/۰۰۱		اجتماعی
۰/۱۲	*۰/۰۰۲		سیاسی
۰/۱۱	*۰/۰۰۴		هنری
۰/۲۵	*۰/۰۰۱		ورزشی
۰/۰۶۶	۰/۱۰۳		علمی

علامت ستاره (*) نمایانگر احتمال معنی دار بودن است.

علاقه مند هستند. علاقه به مجلات علمی در میان دو جنس مؤنث و مذکر تفاوت معنی داری را در سطح ۰/۰۵ نشان نمی دهد.

جدول شماره ۱۱ ارتباط متغیر جنس را با علاقه دانشجویان به انواع مجلات نشان می دهد. دانشجویان پسر بیشتر به مجلات سیاسی و ورزشی علاقه دارند؛ اما دانشجویان دختر بیشتر به مجلات اجتماعی و هنری

جدول شماره ۱۲. رابطه متغیر جنس با علاقه دانشجویان به انواع فیلمهای سینمایی

جنس		متغیر انواع فیلمهای سینمایی
V کربمر	معنی داری	
۰/۲۷	۰/۴۹	علمی - تخیلی
۰/۰۸	*۰/۰۳۲	جنگی
۰/۱۷	*۰/۰۰۱	خانوادگی
۰/۰۶	۰/۱۳	اجتماعی

علامت ستاره (*) نمایانگر احتمال معنی دار بودن است.

دانشجویان پسر نیز بیشتر به فیلمهای جنگی علاقه مندند. گرایش به فیلمهای علمی-تخیلی و اجتماعی در میان دو جنس تفاوت معنی داری را نشان نمی دهد (سطح ۰/۰۵).

ارتباط متغیر جنس با علاقه دانشجویان به انواع فیلمهای سینمایی را می توان در جدول شماره ۱۲ مشاهده کرد. علاقه به فیلمهای سینمایی از نوع خانوادگی در میان دانشجویان دختر بیشتر از دانشجویان پسر است.

جدول شماره ۱۳. راهبردهای پیشگیری از گرایش دانشجویان به ماهواره

ردیف	راهبردهای پیشگیری	هیچ	کمی	تاحدی	زیاد	خیلی زیاد
۱	استفاده از فیلمهای سینمایی متنوع	۴۰	۵۲	۱۵۲	۲۱۲	۱۳۶
		۶/۷	۸/۷	۲۵/۳	۳۵/۳	۲۲/۷
۲	استفاده از فیلمهای مجاز ویدئویی	۵۰	۶۸	۱۷۶	۱۸۴	۱۱۴
		۸/۳	۱۱/۳	۲۹/۳	۳۰/۷	۱۹
۳	پایبندی به ارزشهای اصیل اخلاقی	۴۰	۵۳	۱۴۵	۱۸۳	۱۷۰
		۶/۷	۸/۸	۲۴/۲	۳۰/۵	۲۸/۳
۴	وجود باورهای مذهبی	۲۵	۵۷	۱۴۹	۲۰۱	۱۵۷
		۴/۲	۹/۵	۲۴/۸	۳۲/۵	۲۶/۲
۵	گسترش کتابخانه های عمومی و سالنهای مطالعه	۳۱	۷۶	۱۹۵	۱۷۱	۱۲۱
		۵/۲	۱۲/۲	۳۲/۵	۲۸/۵	۲۰/۲
۶	برگزاری انواع کنسرت های موسیقی سنتی و محلی	۴۰	۶۹	۱۹۵	۱۶۲	۱۲۶
		۶/۷	۱۱/۵	۳۲/۵	۲۷	۲۱

وقتی که از دانشجویان پرسیده شد چه نوع فیلمهای سینمایی را دوست دارید بیشترین فراوانی را تمایل به فیلمهای خانوادگی به خود اختصاص داد (۶۷/۳ درصد)؛ این علاقه در میان دانشجویان دختر بیشتر از دانشجویان پسر است. تمایل به فیلمهایی با موضوع مسائل اجتماعی نیز فراوانی بسیار دارد. علاقه به فیلمهای جنگی فراوانی کمتری را نشان می‌دهد. اگر سینماها بیشتر فیلمهای جنگی و علمی - تخیلی را به نمایش بگذارند، استقبال از این فیلمها کمتر خواهد بود؛ زیرا علاقه به این فیلمها کمتر است. پس برای اینکه این رسانه جاذبه بیشتری داشته باشد، باید فیلمهایی در سینماها به نمایش درآید که با علاقه دانشجویان همخوانی داشته باشد.

یکی از پرسشهای این تحقیق این بوده است که دانشجویان بیشتر به چه نوع مجلاتی توجه می‌کنند؟ از میان انواع مجلات، علاقه به مجلات ورزشی بالاترین فراوانی را کسب کرده است (۴۲/۵ درصد)؛ مجلات علمی در رتبه دوم؛ و مجلات سیاسی و اجتماعی در رتبه سوم و چهارم قرار می‌گیرند. ارتباط متغیر جنس با علاقه دانشجویان به انواع مجلات نشان می‌دهد که دانشجویان پسر بیشتر به مجلات سیاسی و ورزشی علاقه دارند؛ اما دانشجویان دختر بیشتر به مجلات اجتماعی و هنری علاقه‌مند هستند. علاقه به مجلات علمی در میان دو جنس مونث و مذکر تفاوت معنی‌داری را نشان نمی‌دهد. ولی، در کل، دانشجویان دختر بیشتر از دانشجویان پسر برای مطالعه مجله وقت می‌گذارند.

یکی دیگر از پرسشهای این تحقیق این بود که دانشجویان کدامیک از شبکه‌های تلویزیونی را ترجیح داده و از آن استفاده می‌کنند و به کدامیک از برنامه‌های تلویزیونی علاقه‌مند هستند؟ تحلیل یافته‌ها نشان می‌دهد که استفاده از شبکه سوم سیما بیشترین فراوانی را به خود اختصاص داده است (۵۵/۸ درصد)؛ پس از آن، از شبکه اول سیما

جدول شماره ۱۳ نشان می‌دهد که دانشجویان هر شش راهبرد ارائه‌شده را در پیشگیری از گرایش به رسانه‌های گروهی خارجی (ماهواره) موثر می‌دانند؛ اما از میان این راهبردها داشتن باورهای مذهبی و پایبندی به ارزشهای اصیل اخلاقی و استفاده از فیلمهای سینمایی متنوع تلویزیونی را در پیشگیری از گرایش به ماهواره مؤثرتر می‌دانند.

بحث و نتیجه‌گیری

یکی از سؤالات پرسشنامه این بود که دانشجویان به کدام یک از رسانه‌های گروهی علاقه دارند. نتیجه تحقیق نشان می‌دهد که دانشجویان بیشترین علاقه را به تلویزیون دارند (۵۷/۷ درصد)؛ و، پس از آن، علاقه به رسانه روزنامه بیشتر است، که ۳۳/۳ درصد دانشجویان را شامل می‌شود. علاقه به رسانه گروهی خارجی، چون ماهواره، در رتبه سوم قرار می‌گیرد (۲۲/۸ درصد). وقتی از دانشجویان سؤال شد که به کدامیک از رسانه‌های گروهی دسترسی دارید باز دسترسی به تلویزیون فراوانی بیشتری را همچون علاقه به آن به خود اختصاص داده است (۷۱/۲ درصد)؛ و پس از آن، دسترسی به روزنامه بیشتر است. با اینکه علاقه به ماهواره رتبه سوم را به خود اختصاص داده است، دسترسی به آن رتبه آخر را کسب کرده است. تنها ۲۸ مورد (۴/۷ درصد) از دانشجویان به رسانه ماهواره دسترسی دارند. وقتی از دانشجویان پرسیده شد که به نظر شما دانشجویان از چه رسانه گروهی بیشتر استفاده می‌کنند دسترسی به ماهواره، ۱۱/۵ درصد را نشان می‌دهد. نتایج مطالعه نشان می‌دهد که هر چند علاقه به مجله و ماهواره بیشتر است، دسترسی به آنها کمتر است. برعکس، علاقه به رادیو و تلویزیون کمتر اما دسترسی به آنها بیشتر است. سؤالی که مطرح می‌شود این است که چرا علاقه به رسانه‌های گروهی چون رادیو کمتر است شاید عدم توجه به نیاز مخاطبان سبب این امر باشد.

کلی، یا کمی از نیاز دانشجویان را برآورده می‌کند یا هیچ اثری ندارد. دانشجویان استفاده از فیلمهای سینمایی متنوع تلویزیون را در پیشگیری از گرایش دانشجویان به رسانه‌های گروهی، چون ماهواره، در حد زیاد، و خیلی زیاد مؤثر می‌دانند (۵۸ درصد). نزدیک به ۷۴/۱ درصد از دانشجویان نبودن برنامه‌های متناسب تلویزیونی را در گرایش دانشجویان به رسانه‌های گروهی خارجی، در حد زیاد و خیلی زیاد، مؤثر می‌دانند. پس می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که با غنی‌کردن برنامه‌های تلویزیونی و توجه فراوان به نیاز مخاطبان در بخش این برنامه‌ها می‌توان گرایش دانشجویان به رسانه‌های خارجی را، به طور محسوس، کاهش داد.

هرچند که علاقه به ماهواره در رتبه سوم قرار دارد و ۲۲/۸ درصد از دانشجویان به این رسانه علاقه نشان داده‌اند، این علاقه با متغیر جنس، دانشگاه محل تحصیل و محل سکونت و سابقه مشروطی و رضایت از خانواده و تحصیلات پدر ارتباط معنی‌داری دارد. علاقه به ماهواره در میان دانشجویان پسر بیشتر از دانشجویان دختر است. نیز در دانشجویان دانشگاه محقق بیشتر از دانشجویان دانشگاه آزاد است. علاقه به ماهواره در دانشجویان ساکن در محیطهای استیجاری و دور از والدین بیشتر از آنهاست که با والدین خود زندگی می‌کنند. در کسانی که سابقه مشروطی در ترمهای گذشته دارند علاقه به ماهواره بیشتر بوده است. شاید بتوان علت آن را به رفتار جبرانی دانشجویان اسناد داد؛ یعنی هر قدر رضایت از خانواده بیشتر می‌شود علاقه به ماهواره کمتر می‌شود. برعکس، دسترسی به رسانه ماهواره در مقایسه با اندازه علاقه به آن کمتر است؛ یعنی تنها نزدیک به ۵ درصد از دانشجویان به ماهواره دسترسی دارند. بین میزان علاقه و میزان دسترسی به رسانه گروهی ماهواره تفاوت بارزی به چشم می‌خورد. این یافته تقریباً با گزارش استناداری اردبیل همخوانی دارد. در

استفاده می‌کنند. استفاده بیشتر از شبکه سوم سیما به سبب نمایش فیلمهای سینمایی و سریالهای متعدد است. علاقه به فیلمهای سینمایی و سریالها نیز در میان دانشجویان بیشتر از برنامه‌های دیگر است. علاقه به برنامه‌های خبری رتبه دوم را به خود اختصاص داده است (۳۴ درصد). علاقه به برنامه‌های تلویزیونی با متغیر جنس ارتباط معنی‌داری دارد. دانشجویان دختر بیشتر به فیلمهای سینمایی و سریال و دانشجویان پسر به مستندهای علمی علاقه دارند. اما در تمایل به برنامه‌های هنری و سخنرانیها تفاوت معنی‌داری بین دو جنس وجود ندارد.

وقتی که دانشجویان دختر و پسر، از جهت میانگین اوقاتی که به تماشای برنامه‌های تلویزیونی اختصاص می‌دهند، مقایسه شدند تفاوت معنی‌داری بین دو جنس مشاهده نشد. نتیجه تحقیق نشان می‌دهد که دسترسی به تلویزیون در میان جنس مؤنث بیشتر از جنس مذکر بوده است و دانشجویانی که با والدین خود زندگی می‌کنند بیشتر از آنهاست که در خوابگاه ساکن و یا در محلهای استیجاری سکونت دارند به تلویزیون دسترسی دارند. نیز دسترسی به تلویزیون در افراد بومی بیشتر از افراد غیر بومی است. وقتی که بیشتر دانشجویان، یعنی ۶۰ درصد آنها، ساکن خوابگاه و محلهای استیجاری هستند و نزدیک به ۳۲۶ نفر (۵۴/۴ درصد) از آنها غیر بومی‌اند؛ با توجه به اینکه بیشترین گرایش به سوی رسانه گروهی تلویزیون است، با تجهیز خوابگاههای دانشجویی می‌توان دسترسی دانشجویان غیر بومی را به این رسانه افزایش داد تا با این راهبرد، از گرایش آنها به رسانه‌های گروهی خارجی پیشگیری کرد. چنانکه نزدیک به ۴۰ درصد از دانشجویان اقرار کرده‌اند که برنامه‌های تلویزیونی، تا حدودی، نیاز دانشجویان را برآورده می‌کند. در مقابل، ۴۰ درصد از دانشجویان گفته‌اند که برنامه‌های تلویزیونی، به طور

بومی‌اند و تعدادی از این برنامه‌ها به زبان آذری پخش می‌شود. بیشترین فراوانی را، از میان برنامه‌های مختلف، برنامه گلبانگ سبلان به خود اختصاص داده است. برنامه سوغات‌آباد (جمعه گوروشو) در رتبه دوم قرار می‌گیرد؛ هر چند که در بعضی از زمینه‌یابیها برنامه سوغات‌آباد بیشترین شنونده را، در مقایسه با برنامه‌های دیگر، به خود اختصاص داده است. غیر بومی بودن دانشجویان و فارسی زبان بودن آنها و پخش برنامه گلبانگ سبلان به زبان فارسی از عوامل تمایل دانشجویان به برنامه گلبانگ سبلان بوده است. برنامه جوان امید فردا با ۱۷/۳ درصد در رتبه سوم قرار می‌گیرد. علت تمایل دانشجویان به این برنامه موضوع و محتوی آن است که برای جوانان بیشتر جاذبه دارد. البته، باید یادآور شد که، دانشجویان از میان برنامه‌های رادیو تهران بیشتر از همه، به ترتیب، برنامه راه شب، اخبار، رادیو پیام و صبح جمعه با شما را ترجیح می‌دهند.

یکی از پرسشها این بوده است که علاقه به روزنامه و دسترسی به آن با چه متغیرهایی مرتبط است. نتیجه مطالعه نشان داد که علاقه به روزنامه در میان دانشجویانی که در دامنه سنی ۲۶-۳۵ سال قرار دارند بیشتر از سنین دیگر است. این علاقه در دانشجویان مجرد بالاتر از دانشجویان متأهل است؛ اما این تفاوت معنی‌دار نیست. تنها متغیری که با علاقه به روزنامه ارتباط معنی‌داری دارد متغیر جنس است. جنس مذکر بیشتر از جنس مؤنث علاقه‌مندند. شاید گرایش دانشجویان پسر به مسائل سیاسی و اجتماعی و درج چنین مطالبی در این روزنامه‌ها در روآوری آنها به روزنامه اثر داشته است. حتی دسترسی به روزنامه با متغیر جنس ارتباط معنی‌داری دارد؛ یعنی میزان دسترسی در جنس مذکر بیشتر از جنس مؤنث است. غیر از این متغیر، دسترسی به روزنامه با محل سکونت دانشجویان بیشتر ارتباط دارد. دانشجویانی

این گزارش میزان دسترسی به ماهواره را ۳٪ مطرح دانسته است.

در اینجا لازم است که ببینیم چه متغیرهایی با دسترسی دانشجویان به ماهواره مرتبط است. یافته‌ها نشان می‌دهد دانشجویانی که والدینشان در حد راهنمایی تحصیل کرده‌اند بیشتر به ماهواره دسترسی دارند. نیز در میان دانشجویانی که دوبار مشروط شده‌اند دسترسی به ماهواره بیشتر بوده است. دسترسی به ماهواره در میان دانشجویان پسر بیشتر از دانشجویان دختر است.

وقتی از آزمودنیها در باب استفاده از رادیوی خارجی پرسش شد، نزدیک به ۴۳۲ نفر از آنها گفتند که یک الی ۶۰ درصد از دانشجویان از رسانه‌های خارجی استفاده می‌کنند. نتیجه مطالعه نشان می‌دهد که اولین انگیزه دانشجویان برای استفاده از رادیوهای خارجی کسب اخبار بوده است (۵۳/۲ درصد)؛ شنیدن موسیقی در رتبه دوم قرار می‌گیرد؛ نیز آشنایی با فرهنگ دیگر کشورها ۱۹/۷ درصد را به خود اختصاص می‌دهد. البته انگیزه دانشجویان برای استفاده از رادیوهای خارجی با متغیر جنس نیز ارتباط دارد. یعنی انگیزه سرگرمی در میان دانشجویان دختر و انگیزه کسب اخبار و آموزش زبانهای خارجی در میان دانشجویان پسر مطرح بوده است. پس شنیدن موسیقی دومین انگیزه دانشجویان برای استفاده از موسیقی خارجی و غربی است. نزدیک به ۵۶ درصد از دانشجویان در حد زیاد و خیلی زیاد به موسیقی خارجی گرایش دارند.

یکی از پرسشهای این تحقیق در باب برنامه‌های محلی بوده است و اینکه دانشجویان به چه اندازه از این برنامه‌ها استفاده می‌کنند و کدامیک از آنها را ترجیح می‌دهند. نزدیک به ۶۰ درصد از دانشجویان از برنامه‌های محلی صدا و سیما مرکز اردبیل استفاده می‌کنند و تنها ۴۰ درصد دانشجویان از این برنامه‌ها استفاده نمی‌کنند؛ زیرا این دانشجویان

راهبردهای پیشگیری گرایش دانشجویان به رسانه‌های گروهی خارجی محسوب می‌شود. نزدیک به ۴۰ درصد از دانشجویان این راهبرد را، در حد زیاد و خیلی زیاد، در پیشگیری از گرایش دانشجویان به این رسانه‌ها مطرح می‌کنند. برای مقابله با تهاجم فرهنگی و شیخون فرهنگی غرب باید هر چه بیشتر مراکز فرهنگی و هنری را در داخل کشور هم از بعد کمی و هم از بعد کیفی گسترش داد؛ نبودن این مراکز در داخل کشور یکی از عوامل گرایش دانشجویان به رسانه‌های گروهی خارجی است. نزدیک به ۶۸ درصد از دانشجویان تأثیر فقدان مراکز هنری، فرهنگی در گرایش دانشجویان به رسانه‌های گروهی خارجی را، در حد زیاد و خیلی زیاد، مطرح کرده‌اند.

در کنار این مراکز فرهنگی هنری باید مراکز ورزشی را نیز گسترش داد تا اوقات فراغت آنها را پر کند و از فشار بیکاری بکاهد. خود دانشجویان نبودن چنین مراکزی را، در حد زیاد و خیلی زیاد، در گرایش دانشجویان به رسانه‌های گروهی خارجی مؤثر می‌دانند.

علاوه بر مراکز یادشده، باید به گسترش کتابخانه‌های عمومی و سالنهای مطالعه در سطح استانها اقدام کرد تا دانشجویان برای ارضای حس کنجکاوی خود از این منابع استفاده کنند و نیاز روانی خود را ارضاء نمایند. همین انگیزه‌هاست که زمینه گرایش دانشجویان را به رسانه‌های گروهی خارجی مهیا می‌سازد. نزدیک به ۵۱ درصد از دانشجویان نقش گسترش چنین مراکزی در پیشگیری از گرایش دانشجویان به رسانه‌های گروهی خارجی را، در حد زیاد و خیلی زیاد، مهم می‌دانند.

به علاوه، باید برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی را هر چه بیشتر غنی کرد و تنوع زیادی به آنها داد. برنامه‌ها باید به نیاز مخاطبان نزدیک شوند. تنوع فیلمهای مجاز ویدئویی را نیز باید افزایش داد. وقتی

که در محلهای استیجاری سکونت دارند دسترسی بیشتری به روزنامه دارند.

پرسش دیگر این بود که دانشجویان چه اندازه از هفته‌نامه‌ها و فصلنامه‌های منتشرشده در داخل استان استفاده می‌کنند؟ نتیجه مطالعه نشان داد که نزدیک به ۳۳۵ نفر (۵۵/۸ درصد) از دانشجویان از این رسانه‌ها استفاده نمی‌کنند و ۴۱/۵ درصد دیگر در حد کم یا تا حدودی از این رسانه‌ها استفاده می‌کنند. تنها ۲/۲ درصد دانشجویان اظهار داشته‌اند که در حد زیاد و خیلی زیاد از هفته‌نامه‌ها و فصلنامه‌های چاپ شده در داخل استان استفاده می‌کنند. شاید علت عدم استقبال دانشجویان از این رسانه کیفیت نامطلوب مطالب مندرج در آنها باشد یا موضوعات خاص بومی مندرج در آنها که برای دانشجویان غیربومی جذاب نیست.

یکی از پرسشهای مهم این بود که عدم توجه به برنامه‌های فرهنگی، ورزشی، فقدان مراکز هنری چقدر در گرایش دانشجویان به رسانه‌های گروهی خارجی مؤثر است. نتیجه مطالعه نشان می‌داد که نزدیک به ۶۳/۵ درصد از دانشجویان این عامل را در حد زیاد و خیلی زیاد مؤثر دانسته‌اند و تنها ۳/۲ درصد آزمودنیها عامل فوق را در گرایش دانشجویان مؤثر نمی‌دانند.

از عوامل مؤثر دیگر در گرایش دانشجویان به رسانه‌های گروهی خارجی بیکاری است. نزدیک به ۵۶ درصد از دانشجویان این عامل را، در حد زیاد و خیلی زیاد، در گرایش خود مؤثر می‌دانند. اگر در کنار بیکاری و فقدان برنامه‌های مناسب فرهنگی و هنری و ورزشی، عامل عدم رضایت از کانون خانواده نیز قرار گیرد مقدار گرایش به رسانه‌های گروهی، به عنوان یک رفتار جبرانی، افزایش می‌یابد.

البته توجه به عامل موسیقی محلی در سطح استان و گذاشتن برنامه‌های منظم در این زمینه، از

دانشجویان آنها در برابر ظواهر فریبنده غرب واکسینه می‌شوند. به امید روزی که بتوان با شیوه‌های فرهنگی و منطقی نیازهای دانشجویان را پاسخ و با تهاجم فرهنگی بیگانگان مقابله کرد.

منابع

- آینه پژوهش (۱۳۷۷)، جلد اول و دوم، چاپ اول، انتشارات ارشاد اسلامی، تهران؛
- احدی، حسن (۱۳۷۶)، «بررسی مسائل روانی - اجتماعی تهاجم فرهنگی درباره نوجوانان و جوانان»، آینه پژوهش، ۲۱۱/۱، تهران؛
- امین صارمی، نوذر (پاییز ۱۳۷۵)، بررسی وضع آثار و محصولات فرهنگی مبتدل در شهر تهران (۱۳۷۴)، آینه پژوهش: ۲۰۷/۱، تهران؛
- اورعی، صدیق (۱۳۷۴)، «چگونگی نفوذ فرهنگ غرب در ایران از طریق اجرای برنامه‌های فرهنگی»، آینه پژوهش، تهران؛
- بابائی، م (۱۳۷۶)، بررسی عوامل مؤثر بر گرایش جوانان به تلویزیونهای بیگانه، (پایان‌نامه)، دانشگاه تبریز؛
- حسن‌پور، حسن (۱۳۷۵)، «بررسی علل گرایش جوانان به مظاهر فرهنگ غرب در استان اردبیل»، آینه پژوهش، تهران؛
- سامی‌فر، حسین (۱۳۷۰)، «بررسی میزان گرایش دانشجویان و دانش‌آموزان نسبت به فیلمهای ویدئویی»، دانشگاه شاهد، تهران؛
- شکرکن، حسین (۱۳۶۶)، «رابطه میان نگرش و رفتار»، مجله علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه شهید چمران اهواز، سال اول، شماره اول، اهواز؛
- فردرو، محسن و زارع، مریم و خسروی، فرهاد (۱۳۷۸)، پژوهش در فرهنگ عمومی، انتشارات کتاب باز، تهران؛
- فیاض، محمدسعید (۱۳۷۳)، «درآمدی بر تهاجم فرهنگی غرب»، آینه پژوهش؛
- کریمی، یوسف (۱۳۷۷)، روانشناسی اجتماعی، چاپ پنجم، نشر ارسباران، تهران؛
- منطقی، مرتضی (۱۳۷۵)، «نگاهی دوباره به گروههای ضد فرهنگ»، آینه پژوهش؛
- (۱۳۷۶)، «نگاهی دوباره به گروههای ضد فرهنگ»، آینه پژوهش، ۵/۲؛
- مهرعلی، حمیدرضا (۱۳۷۶)، «علل گرایش برخی از جوانان به گروههای نابهنجار موسیقی (رپ و هوی متال)»، آینه پژوهش. ■

که یکی از انگیزه‌های دانشجویان در گرایش به رسانه‌های گروهی خارجی کسب اخبار و گوش دادن به موسیقی است، رادیو و تلویزیون ما اخبار دست اول و تازه و موسیقیهای سنتی متنوعی را پخش نماید تا جاذبه بیشتری برای دانشجویان ایجاد نماید. وقتی که کیفیت برنامه‌های تلویزیونی و رادیویی فدای کمیت شود، زمانی که روزنامه‌ها و مجلات داخلی مطالب تکراری و سطح پایین را منتشر نمایند آن موقع است که تمدن و تکنولوژی غرب در دانشجویان ما جاذبه ایجاد می‌کند و زمینه گرایش آنها را به چنین رسانه‌هایی مهیا می‌سازد. نزدیک به ۷۲/۵ درصد از دانشجویان تمدن و تکنولوژی پیشرفته غرب را در گرایش دانشجویان به رسانه‌های گروهی خارجی مؤثر می‌دانند و تنها ۳/۲ درصد از آنها این عامل را بی‌تأثیر می‌دانند.

البته، در کنار غنی‌سازی برنامه‌های رسانه‌های مکتوب و غیر مکتوب در داخل کشور و گسترش مراکز فرهنگی، هنری و ورزشی و پر کردن مناسب اوقات فراغت دانشجویان ضروری است روی عوامل شخصی و فردی آنها تأکید شود. باید باورهای مذهبی و اعتقادی آنها را تقویت کرد و از نظر اخلاقی و پایبندی به ارزشهای اصیل اخلاقی دانشجویان را ترغیب نمود. آنها باید عمیقاً با تعالیم اسلام آشنا شوند تا در مقابل تهاجم فرهنگی غرب ایمن گردند. نزدیک به ۶۰ درصد از دانشجویان باورهای مذهبی را در پیشگیری از گرایش دانشجویان به رسانه‌های گروهی خارجی در حد زیاد و خیلی زیاد، مؤثر می‌دانند.

نزدیک به ۵۹ درصد از دانشجویان پایبندی به ارزشهای اصیل اخلاقی را در پیشگیری از گرایش دانشجویان به رسانه‌های گروهی خارجی مؤثر دانسته‌اند. با تقویت کیفیت رسانه‌های گروهی داخلی و توسعه مراکز فرهنگی، هنری و ورزشی و جدیت در رشد اخلاقی و تقویت باورهای مذهبی و اعتقادی