J TOLOO E BEHDASHT, School of Public Health, Yazd Shahid Sadoughi Univ Med Sci

ORIGINAL ARTICLE

Received: 2020/08/13 *Accepted:2020/09/28*

Investigating News Sources and Effective Factors in Their Selection among Faculty Members of North Khorasan University of Medical Sciences

Morteza Rastegar (Ph.D.)[1], Hassan saadati (Ph.D.)[2], Niloufar Borhani yazdi (M.Sc.)[3], Ehsan Abouee Mehrizi (Ph.D.)[4]

1.Assistant Professor, Department of theology, North Khorasan University of Medical Sciences, Bojnurd, Iran.
2.Assistant Professor, Department of Epidemiology and Biostatistics, School of Health, North Khorasan University of Medical Sciences, Bojnurd.
3.M.Sc., Department of Environmental Health Engineering, Shahid Sadoughi University of Medical Sciences, Yazd, Iran.
4.Corresponding Author: Assistant Professor, Department of Environmental Health Engineering, Shahid Sadoughi University of Medical Sciences, Yazd, Iran. Email: ehsan.abouee@gmail.com Tel: 0 9120203237

Abstract

Introduction: Academics are among the most influential and important citizens in the culture and scientific security of a society. As a result, this study was based on the hypothesis that the existence of a constant concern about the effect of emerging media provides the ground for misleading this group.

Methods: This research is a descriptive-survey study. A total of 101 professors from North Khorasan University of Medical Sciences were selected by convenience sampling and entered into the study. The data collection tool included a researcher-made questionnaire. The initial questionnaire was prepared based on the study of texts and review of various sources. To determine the validity of the questionnaire, the content validity method was used. Data analysis was performed by SPSS16 statistical software using descriptive and inferential statistical tests.

Results: Among the participants, 36 were female and 65 were male, 68 were married and 29 were single. Also, in terms of academic rank, the majority of the subjects had the academic rank of instructor or assistant professor. In terms of the use of social networks to obtain news and information, the findings showed that about 48% of the subjects used Telegram messenger as a source of their news and information.

Conclusion: Based on the results, it can be stated that the rate of national news follow-up by the studied units has exceeded the follow-up of provincial and international news.

Keywords: News Sources, Faculty Members, Social Networks, North Khorasan University of Medical Sciences

Conflict of interest: The authors declare that there is no conflict of interest.

[Downloaded from tbj.ssu.ac.ir on 2026-09-12]

[DOI: 10.18502/tbj.v20i3.7462]

This Paper Should be Cited as:
Author: Morteza Rastegar, Hassan saadati, Niloufar Borhani yazdi, Ehsan Abouee Mehrizi. Investigating News Sources and Effective Factors in Their Selection ……Tolooebehdasht Journal.2021;20(3):38-49.[Persian]

بررسی منابع کسب خبر و عوامل موثر در انتخاب آن ها در میان اعضای هیات علمی دانشگاه علوم پزشکی خراسان شمالی

نویسندگان: مرتضی رستگار[۱]، حسن سعادتی[۲] ، نیلوفر برهانی یزدی [۳]، احسان ابوئی مهریزی[۴]

۱. استادیار گروه معارف، دانشکده پزشکی، دانشگاه علوم پزشکی خراسان شمالی، بجنورد، ایران.

۲.استادیار گروه آمار و اپیدمیولوژی، دانشکده بهداشت، دانشگاه علوم پزشکی خراسان شمالی، بجنورد، ایران.

۳.دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی بهداشت محیط ، دانشکده بهداشت، دانشگاه علوم پزشکی شهید صدوقی، یزد، ایران.

۴.نویسنده مسئول استادیار گروه مهندسی بهداشت محیط ، دانشکده بهداشت، دانشگاه علوم پزشکی شهید صدوقی، یزد، ایران. تلفن تماس : ۰۹۱۲۰۲۰۳۲۳۷ Email: Ehsan.abouee@gmail.com

طلوع بهداشت

دو ماهنامه علمی پژوهشی دانشکده بهداشت یزد

سال بیستم

شماره سوم

مرداد و شهریور ۱۴۰۰

شماره مسلسل: ۸۷

تاریخ وصول: ۱۳۹۹/۰۵/۲۲

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۷/۰۷

چکیده

مقدمه:از جمله تاثیر گذارترین و مهمترین شهروندان در فرهنگ سازی و امنیت علمی یک جامعه، دانشگاهیان می باشند. در نتیجه، این پژوهش بر پایه ی این فرضیه که وجود یک نگرانی دائمی در ارتباط با نفوذ رسانه های نوپدید ، زمینه را برای بیراهه گمراهی این قشر فراهم میکند مورد بررسی قرار گرفته است.

روش بررسی: این پژوهش یک مطالعه توصیفی- پیمایشی می باشد. در مجموع ۱۰۱ نفر از اساتید دانشگاه علوم پزشکی خراسان شمالی به روش نمونه گیری آسان انتخاب و وارد مطالعه شدند. ابزار گردآوری اطلاعات شامل پرسشنامه ای محقق ساخته بود پرسشنامه اولیه بر اساس مطالعه متون مختلف تهیه شد و برای تعیین اعتبار پرسشنامه، از روش اعتبار محتوا استفاده گردید. تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزار آماری SPSS نسخه ۱۶ و آزمون های آمار توصیفی و استنباطی انجام شد.

یافته‌ها : از مجموع افراد مورد مطالعه در پژوهش حاضر ۳۶ نفر زن و ۶۵ نفر مرد ، ۶۸ نفر متاهل و ۲۹ نفر مجرد بودند. هم چنین از نظر مرتبه علمی اکثریت افراد مورد مطالعه دارای رتبه علمی مربی یا استادیار بودند . از نظر میزان استفاده از شبکه های اجتماعی جهت کسب اخبار و اطلاعات، یافته ها نشان داد که نزدیک به ۴۸ درصد از افراد مورد پژوهش از پیام رسان تلگرام بعنوان منبع کسب اخبار و اطلاعات خود استفاده می کنند.

بحث و نتیجه‌گیری : بر اساس نتایج این مطالعه می‌توان اظهار داشت که میزان پیگیری اخبار ملی توسط واحد های مورد پژوهش، بر پیگیری اخبار استانی و اخبار بین المللی پیشی گرفته است.

واژه‌های کلیدی: منابع کسب خبر ، اعضای هیات علمی ، شبکه های اجتماعی ، دانشگاه علوم پزشکی خراسان شمالی

[Downloaded from tbj.ssu.ac.ir on 2026-09-12]

[DOI: 10.18502/tbj.v20i3.7462]

مقدمه

امروزه با توجه به پیشرفت تکنولوژی، مردم ایران همانند سایر کشورها به منابع مختلف خبر دسترسی دارند. تعدد منابع خبری از طرفی منوط به پیدایش شبکه‌های رادیو تلویزیونی فارسی زبان و غیرفارسی زبان ماهواره ای ، و از طرف دیگر به ظهور سایت های خبری اینترنتی و شبکه های اجتماعی مجازی خبری می شود(۴-۱). در این میان بر اساس یک نظریه هم که اعتماد به رسانه ها به میزان خوش بینی افراد بستگی دارد و این میزان خوشبینی نیز پیش از آن که تحت تاثیر رسانه های جمعی باشد تحت تاثیر تجارب فردی و ویژگی های محیطی قرار دارد (۲). حتی می‌توان گفت مخاطبان بر اساس تمایلات سیاسی خود یکی از این منابع را انتخاب کرده و به آن اعتماد می کنند. چه بسا در یک جامعه می توان شاهد یک الگوی دوقطبی یا چند قطبی در مصرف رسانه ای و بطور مشخص تر در الگوی مصرف خبر بود. علاوه بر این، به لحاظ ارتباطات سیاسی اثرات و پیامدهای سیاسی الگوی مصرف خبر بویژه در حوزه مشارکت سیاسی و رفتار رای دهی از اهمیت خاصی برخوردار می باشد. از انجایی که جامعه شناسی خبر و ارتباطات سیاسی خبر حوزه های مغفول واقع شده ای در نظام پژوهشی کشور به شمار می آیند، می توان گفت در جامعه ایرانی در مورد چگونگی مصرف خبر و فراز و نشیب آن در طول زمان بطور تقریبی می توان گفت داده های متراکم و تجمیعی که بتوان در تحقیقات طولی از آن بهره برد وجود نداشته و از پیامدهای سیاسی و انتخاباتی ناشی از الگوهای مصرف خبر نیز تقریبا هیچ اطلاعی در دست نیست(۸- ۵). اعتماد مخاطب به رسانه در نتیجه اخبار و اطلاعات درست با منابع مشخص همراه با عدم سوگیری و همگامی رسانه باتکنولوژی های روز می باشد. تهیه خبر و خبر رسانی از رسالت های اصلی وسایل ارتباط جمعی است.بنابراین این تجهیزات تلاش دارند تا نیاز های خبری مخاطبان خود را تامین نمایند. علی رغم رشد و توسعه وسایل ارتباط جمعی در دهه کنونی، تلویزیون به دلیل همراه داشتن ویژگی صوت و تصویر به صورت همزمان و امکان پخش مستقیم و وسیع، کماکان یکی از موثرترین و شاید با نفوذترین این موارد به شمار می آید (۹). شبکه های تلویزیونی به منظور بقا و حفظ مخاطبان خود ناچار به کسب به روزترین و تازه ترین خبرهای جهان هستند تا بتوانند آن را به شیوه های نو و متفاوت از دیگر رسانه ها به بینندگان خود ارائه دهند (۱۰). در این راستا شبکه‌های تلویزیونی فارسی زبان خارج از کشور انتشار اخبار را در رأس فعالیت‌های خود قرار داده و تلاش بر این دارند تا نیازهای خبری مخاطبان خود را در سریع‌ترین زمان تأمین کند. در مطالعه‌ای با الهام گرفتن از نظریه مسئولیت اجتماعی به بررسی میزان و عوامل اعتماد شهروندان جوان تهران به اخبار تلویزیون بی بی سی فارسی پرداخته شد. این پژوهش با استفاده از روش پیمایش و با به کار بردن پرسشنامه صورت پذیرفته است. در این مطالعه، جمعیت نمونه شامل ۴۰۱ نفر ازجوانان ۱۸ تا ۳۵ سال شهر تهران بوده و شیوه نمونه گیری به روش تصادفی انجام گرفته است. نتایج این مطالعه نشان داد در میان شبکه های مورد بررسی، شبکه بی بی سی از درصد بیننده بیشتری برخوردار است. تقریباً بیش از نیمی از جوانان عملکرد بی بی سی را نسبت به بی طرفی در اخبار، سانسور نکردن خبرها ، عدم پخش اخبار متناقض و هم چنین ارائه تحلیل های درست درحد خوب و خیلی خوب ارزیابی کرده اند. جوانان از لحاظ اولویت دسترسی

[Downloaded from tbj.ssu.ac.ir on 2026-09-12]

[DOI: 10.18502/tbj.v20i3.7462]

به منابع خبری و کسب اطلاعات و اخبار ابتدا شبکه فارسی زبان خارج از کشور و در مرتبه های بعد شبکه صدای آمریکا ، و در نهایت شبکه های داخلی کشور را انتخاب کرده اند (۱۱).

جامعه دانشگاهیان از اساسی ترین شهروندان در فرهنگ سازی و امنیت علمی جامعه محسوب می شوند و با توجه به افزایش وسایل ارتباط جمعی در سال های اخیر این قشر از جامعه بیشتر مستعد تغییر در نوع رفتار اجتماعی و سیاسی می باشند. از این رو درک بهتر تاثیر رسانه های جمعی بر اعتماد اجتماعی این گروه از جامعه می تواند در تشخیص رفتار های اجتماعی و سیاسی این قشر تاثیر گذار باشد (۶-۴) بنابراین، این پژوهش با این دلیل که همواره این نگرانی وجود دارد که نفوذ رسانه های نوپدید زمینه را جهت گمراهی این قشر فراهم می کند و در نهایت ایجاد نوعی ناهنجاری مدنی را سبب می شود سازمان های خبری بزرگ سنتی در تلاش برای کسب محبوبیت به راه اندازی سایت های خبری اینترنتی روی آورده اند (۸-۴). هویداست که این منابع کسب خبر به یک اندازه از اعتبار و محبوبیت در نزد مخاطبان برخوردار نیستند و بعضا خواهان شخصی شدن و مشتری- محور شدن خبر هستند به گونه‌ای که با ذائقه ها و علایق آنان همخوانی داشته باشد به همین دلیل ممکن است از اعتبار کافی برخوردار نباشند. به همین جهت است که علل انتخاب منابع کسب خبر توسط اعضای هیات علمی دانشگاه دارای اهمیت خاص می باشد. بنابراین این پژوهش با عنوان بررسی منابع کسب خبر و عوامل موثر در انتخاب آن ها در میان دانشگاهیان دانشگاه علوم پزشکی خراسان شمالی انجام پذیرفت و از آنجا که تاکنون چنین پژوهشی در این زمینه انجام نشده است این تحقیق پیشنهادی حاضر را می‌توان گامی در راه جبران این نقیصه در مدیریت پژوهشی کشور پنداشت و محققین نتایج این پژوهش را با تهیه رسانه های آموزشی (پمفلت، انتشار در مجلات معتبر و ...) جهت افزایش آگاهی افراد در اختیار نهاد های ذیربط قرار خواهند داد. امید است این سیر تحقیقاتی در سال های آینده نیز دنبال شده تا از ثمرات آن بتوان در توسعه ملی کشور بهره برد.

روش بررسی

این مطالعه توصیفی تحلیلی از نوع مقطعی می باشد و جامعه مورد بررسی ما شامل کلیه اعضاء هیئت علمی دانشگاه علوم پزشکی خراسان شمالی در سال ۱۳۹۷ می باشد که با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی ساده مورد بررسی قرار گرفتند. برای تعیین حجم نمونه از جدول مورگان استفاده شد. این جدول یکی از پرکاربردترین روش‌ها برای محاسبه حجم نمونه آماری است و حداکثر تعداد نمونه را می دهد. این روش زمانی کاربرد دارد که نمی توان از فرمولهای آماری برای براورد حجم نمونه استفاده کرد. با توجه به اینکه تعداد اعضاء هیات علمی دانشگاه حدودا ۱۶۰ نفر می باشد بنابراین بر اساس جدول مورگان حجم نمونه به اندازه ۱۱۳ نفر تعیین شد. ابتدا از اعضاء هیئت علمی، رضایت نامه کتبی گرفته شد سپس بعد از موافقت آن ها برای شرکت در مطالعه، افراد مورد بررسی و مطالعه قرار گرفتند. ابزار گرداوری اطلاعات پرسشنامه محقق ساخته ای بود که به منظور بررسی عوامل موثر در انتخاب منابع معتبر خبری، میزان استفاده، علاقه و اعتماد دانشگاهیان ایرانی به منابع مختلف تدوین شده بود. این پرسشنامه شامل دو بخش بود. بخش اول آن شامل اطلاعات فردی و دموگرافیک و بخش دوم شامل سوالاتی در خصوص منابع مختلف کسب خبر از دیدگاه اساتید دانشگاه

[Downloaded from tbj.ssu.ac.ir on 2026-09-12]

[DOI: 10.18502/tbj.v20i3.7462]

علوم پزشکی و میزان اعتماد به آن ها بود. پرسش نامه اولیه بر اساس مطالعه متون و بررسی منابع مختلف تهیه شد و برای تعیین اعتبار پرسشنامه، از روش اعتبار محتوا استفاده گردید. بدین صورت که پس از طراحی پرسشنامه محقق ساخته، پرسشنامه توسط تعدادی از متخصصان بررسی و نظرات اصلاحی آن ها در تهیه پرسشنامه نهایی بکار گرفته شد. برای تعیین ضریب ثبات نیز از روش آزمون مجدد استفاده شد. بدین منظور پرسش نامه در دو نوبت بین ۲۰ نفر از اساتید توزیع گردید و ضریب همبستگی پیرسون بین نوبت اول و دوم ۰/۸۵ بدست آمد. در نهایت پس از کسب اجازه از دانشگاه علوم پزشکی خراسان شمالی، پرسش نامه ها به روش نمونه گیری در دسترس، ضمن توضیح در مورد هدف پژوهش، بین اساتید دانشگاه علوم پزشکی خراسان شمالی توزیع گردید و در نهایت ۱۰۱ پرسشنامه جمع آوری شد. کلیه تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزار آماری SPSS نسخه ۱۶ و آزمون های آمار توصیفی و استنباطی انجام شد. پس از جمع آوری داده ها و انجام کنترل های لازم، اطلاعات وارد کامپیوتر شده و با استفاده از نرم افزار SPSS نسخه ۱۶ و با استفاده از آماره های توصیفی مانند درصد، نسبت، میانگین، انحراف معیار، همچنین آزمون های مناسب آماری مانند کای اسکوار(برای متغیر های کیفی) و student t-test (برای متغیر های کمی)، نتایج ها با سطح اطمینان ۹۵ درصد مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. پژوهش حاضر حاصل طرح تحقیقاتی با کد اخلاق IR.NKUMS.REC.1397.014 می باشد.

یافته ها

این مطالعه بصورت توصیفی تحلیلی و به روش مقطعی بر روی اعضاء هیئت علمی دانشگاه علوم پزشکی خراسان شمالی در سال ۱۳۹۷ صورت گرفت. ابتدا از اعضاء هیئت علمی، رضایت نامه کتبی گرفته شد سپس بعد از موافقت آن ها برای شرکت در مطالعه، افراد مورد بررسی و مطالعه قرار گرفتند. ابزار گرداوری اطلاعات پرسشنامه محقق ساخته ای بود که به منظور بررسی عوامل موثر در انتخاب منابع معتبر خبری، میزان استفاده، علاقه و اعتماد دانشگاهیان ایرانی به منابع مختلف تدوین شده بود. بر اساس نتایج مطالعه بین جنسیت و رتبه علمی افرد مورد پژوهش ارتباط معنی دار آماری وجود نداشت (P= ۰/۶۷). در جدول ۱ توزیع فراوانی افراد مورد مطالعه بر حسب جنسیت، قومیت ، وضعیت تاهل، تحصیلات، رتبه علمی ، وضعیت مسکن، میزان درآمد و تحصیلات والدین ذکر شده است. همان طور که مشاهده می شود ۶۴/۴ درصد افراد مورد پژوهش را مردان و بقیه را خانم ها تشکیل می دهند. هم چنین از نظر قومیت اکثریت (۶۴/۴ درصد) افراد مورد مطالعه فارس بوده است. و از نظر وضعیت تاهل اکثریت افراد مورد مطالعه (۶۸ درصد) متاهل بودند. همان طور که در جدول ۱ دیده می شود تقریبا (۴۶٪) ۴۴ نفر از افراد مورد پژوهش دارای مدرک دکتری تخصصی بودند. هم چنین از نظر مرتبه علمی اکثریت افراد مورد مطالعه دارای رتبه علمی مربی و استادیار بودند.

در جدول ۲، میزان پیگیری اخبار بر حسب نوع خبر و موضوع خبر توسط اعضای هیات علمی دانشگاه علوم پزشکی خراسان شمالی نشان داده شده است.همان طور که مشاهده می شود بیشترین فراوانی پیگیری اخبار بر حسب نوع خبر توسط افراد مورد پژوهش بترتیب شامل اخبار ملی (۳۶/۶٪) ، اخبار بین اللملی (۲۴/۸٪) و اخبار محلی (۱۵/۸٪) می باشد. بر حسب موضوع خبر، اکثریت افراد مورد پژوهش اخبار سیاسی (۵۸٪)،

[Downloaded from tbj.ssu.ac.ir on 2026-09-12]
[DOI: 10.18502/tbj.v20i3.7462]

اخبار اقتصادی (۶۵٪)، اخبار اجتماعی (۵۸٪) و اخبار پزشکی و بهداشتی (۶۳٪) را پیگیری می کردند. میزان پیگیری اخبار توسط افراد مورد مطالعه را به تفکیک شبکه های تلویزیونی داخلی، شبکه های تلویزیونی ماهواره ای و شبکه های اجتماعی را نشان می دهد. همان طور که مشاهده می شود حدود ۵۷٪ افراد مورد پژوهش اخبار شبکه های تلویزیونی داخلی را مشاهده می کردند که بیشترین شبکه هم مربوط به شبکه خبر (۲۷٪) بوده است. اکثریت افراد مورد پژوهش (۸۲٪) بیان داشته اند که شبکه های تلویزیونی ماهواره ای را مشاهده نمی کنند (جدول ۳). هم چنین از بین شبکه های اجتماعی مختلف، تلگرام (۴۷/۵٪) بیشترین استفاده را توسط افراد مورد پژوهش جهت کسب اخبار داشت. در بررسی ارتباط بین متغیرهای دموگرافیک واحدهای مورد پژوهش با میزان پیگیری اخبار ارتباط معنی دار آماری مشاهده نشد ($P> ۰/۰۵$) (جدول ۴).

جدول ۱: توزیع فراوانی افراد مورد مطالعه بر حسب متغیرهای دموگرافیک

موارد	عنوان	تعداد	درصد
جنسیت	مرد	۶۵	۶۴/۴
	زن	۳۶	۳۵/۶
قومیت	ترک	۲۱	۲۰/۸
	فارس	۶۵	۶۴/۴
	کرد	۱۲	۱۱/۹
	سایر	۳	۶
وضعیت تاهل	مجرد	۲۹	۲۹
	متاهل	۶۸	۶۸
	بیوه	۱	۱
	مطلقه	۲	۲
تحصیلات	کارشناسی ارشد	۴۹	۵۱/۵۷
	دکتری تخصصی	۴۴	۴۶/۳۱
	حوزوی	۲	۲/۱
رتبه علمی	مربی	۴۹	۵۱/۵۷
	استادیار	۴۵	۴۷/۳۷
	دانشیار	۱	۱/۰۶
وضعیت مسکن	خانه پدری	۱۰	۱۰
	استیجاری	۴۹	۴۹
	پانسیون	۷	۷
	شخصی	۳۴	۳۴
تحصیلات پدر	سیکل و کمتر	۴۰	۴۵/۵
	دیپلم	۱۶	۱۸/۲
	فوق دیپلم	۸	۹/۱
	لیسانس و بالاتر	۲۴	۲۷/۳
تحصیلات مادر	سیکل و کمتر	۳۷	۴۵/۱
	دیپلم	۱۶	۱۹/۵
	فوق دیپلم	۱۳	۱۵/۹
	لیسانس و بالاتر	۱۶	۱۹/۵

[Downloaded from tbj.ssu.ac.ir on 2026-09-12]

[DOI: 10.18502/tbj.v20i3.7462]

جدول ۲: میزان پیگیری اخبار بر حسب نوع خبر و موضوع خبر توسط افراد مورد پژوهش

نوع خبر	زیاد فراوانی (درصد فراوانی)	متوسط فراوانی (درصد فراوانی)	کم فراوانی (درصد فراوانی)	جمع فراوانی (درصد فراوانی)
اخبار محلی	۱۶(۱۵/۸)	۴۳(۴۲/۶)	۴۲(۴۱/۶)	۱۰۱(۱۰۰)
اخبار ملی	۳۷(۳۶/۶)	۴۰(۳۹/۶)	۲۴(۲۳/۸)	۱۰۱(۱۰۰)
اخبار بین المللی	۲۵(۲۴/۸)	۴۱(۴۰/۶)	۳۵(۳۴/۷)	۱۰۱(۱۰۰)
موضوع خبر				
سیاسی	۱۵(۱۴/۹)	۴۴(۴۳/۹)	۴۲(۴۱/۶)	۱۰۱(۱۰۰)
اقتصادی	۲۲(۲۱/۸)	۴۴(۴۳/۶)	۳۵(۳۴/۷)	۱۰۱(۱۰۰)
اجتماعی	۱۹(۱۸/۸)	۳۹(۳۸/۶)	۴۳(۴۲/۶)	۱۰۱(۱۰۰)
فرهنگی و هنری	۱۱(۱۰/۹)	۱۹(۱۸/۸)	۷۱(۷۰/۳)	۱۰۱(۱۰۰)
دینی و مذهبی	۹(۸/۹)	۲۵(۲۴/۸)	۶۷(۶۶/۳)	۱۰۱(۱۰۰)
ورزشی	۲۳(۲۲/۸)	۱۶(۱۵/۸)	۶۲(۶۱/۴)	۱۰۱(۱۰۰)
پزشکی و بهداشتی	۲۴(۲۳/۸)	۴۰(۳۹/۶)	۳۷(۳۶/۶)	۱۰۱(۱۰۰)
علمی،فناوری و اختراعات	۱۵(۱۴/۹)	۴۰(۳۶/۹)	۴۶(۴۵/۵)	۱۰۱(۱۰۰)
حوادث طبیعی و اجتماعی	۱۹(۱۸/۸)	۳۰(۲۹/۷)	۵۲(۵۱/۵)	۱۰۱(۱۰۰)
هواشناسی	۱۳(۱۲/۹)	۲۴(۲۳/۸)	۶۴(۶۳/۴)	۱۰۱(۱۰۰)
ترافیکی	۱۰(۹/۹)	۱۲(۱۱/۹)	۷۹(۷۸/۲)	۱۰۱(۱۰۰)
سایر	۴(۱۴/۳)	۷(۲۵)	۱۷(۶۰/۷)	۲۸(۱۰۰)

[Downloaded from tbj.ssu.ac.ir on 2026-09-12]

[DOI: 10.18502/tbj.v20i3.7462]

جدول ۳: میزان پیگیری اخبار توسط افراد مورد مطالعه را به تفکیک شبکه های خبری

موارد	عنوان	تعداد	درصد
شبکه های تلویزیونی داخلی	شبکه یک	۹	۸/۹
	شبکه دو	۱۴	۱۳/۹
	شبکه سه	۶	۵/۹
	شبکه چهار	۲	۲
	شبکه خبر	۲۷	۲۶/۷
	عدم مشاهده	۴۳	۴۲/۶
شبکه های تلویزیونی ماهواره ای	شبکه بی بی سی	۱۵	۱۴/۹
	شبکه مستند	۱	۱
	Press tv	۲	۲
	عدم مشاهده	۸۳	۸۲/۱
شبکه های اجتماعی	تلگرام	۴۸	۴۷/۵
	اینستاگرام	۱۱	۱۰/۹
	تویتر	۷	۶/۹
	فیس بوک	۹	۸/۹
	داخلی	۹	۸/۹
	هیچ کدام	۱۷	۱۶/۸

جدول ۴: توزیع میزان پیگیری اخبار توسط افراد مورد مطالعه بر حسب متغیرهای جنسیت، قومیت و وضعیت تاهل

میزان پیگیری اخبار		زیاد فراوانی (درصد فراوانی)	متوسط فراوانی (درصد فراوانی)	کم فراوانی (درصد فراوانی)	جمع فراوانی (درصد فراوانی)	P
جنسیت	زن	۶ (۵/۹)	۲۲ (۲۱/۸)	۸ (۷/۹)	۳۶(۳۵/۶)	
	مرد	۱۷ (۱۶/۸)	۲۵ (۲۴/۸)	۲۳ (۲۲/۸)	۶۵ (۶۴/۴)	/۰۹
	جمع	۲۳ (۲۲/۸)	۴۷ (۴۶/۵)	۳۱ (۳۰/۷)	۱۰۱ (۱۰۰)	
قومیت	ترک	۴ (۴)	۱۰ (۹/۹)	۷ (۶/۹)	۲۱(۲۰/۸)	/۸۸
	فارس	۱۵ (۱۴/۹)	۳۰ (۲۹/۷)	۲۰ (۱۹/۸)	۶۵ (۶۴/۴)	
	کرد	۴ (۴)	۷ (۷)	۴ (۴)	۱۵ (۱۴/۸)	
	سایر	۱ (۱)	۲ (۲)	۰ (۰)	۳ (۳)	
وضعیت تاهل	مجرد	۷ (۷)	۱۶ (۱۶)	۶ (۶)	۲۹(۲۹)	
	متاهل	۱۵ (۱۵)	۳۱ (۳۱)	۲۵ (۲۵)	۷۱ (۷۱)	/۳۲
	بیوه	۰ (۰)	۱ (۱)	۰ (۰)	۱ (۱)	
	مطلقه	۰ (۰)	۰ (۰)	۲(۲)	۲ (۲)	
تحصیلات	کارشناسی ارشد	۸(۸/۵)	۲۷ (۲۸/۴۲)	۱۴ (۱۴/۷)	۴۹ (۵۱/۵۷)	/۲۴
	دکتری	۱۴ (۱۴/۷)	۱۶ (۱۶/۸۴)	۱۴ (۱۴/۷)	۴۴ (۴۶/۳۲)	
	حوزوی	۰ (۰)	۲ (۲/۱)	۰ (۰)	۲ (۲/۱)	
مرتبه علمی	مربی	۱۰ (۱۰/۵۲)	۲۶ (۲۷/۳۶)	۱۳(۱۳/۶۸)	۴۹(۵۱/۵۷)	
	استادیار	۹ (۹/۴۸)	۲۶(۲۷/۳۶)	۱۰(۱۰/۵۲)	۴۵(۴۷/۳۶)	/۱۰
	دانشیار	۰ (۰)	۱ (۱/۰۵)	۰ (۰)	۱ (۱/۰۵)	
	جمع	۲۳(۲۲/۸)	۴۷(۴۶/۵)	۳۱ (۳۰/۷)	۱۰۱ (۱۰۰)	

[Downloaded from tbj.ssu.ac.ir on 2026-09-12]

[DOI: 10.18502/tbj.v20i3.7462]

بحث و نتیجه گیری

جامعه دانشگاهیان یکی از اساسی ترین شهروندان در فرهنگ سازی و امنیت علمی جامعه به شمار رفته و با توجه به افزایش وسایل ارتباط جمعی در سال های اخیر این قشر از جامعه بیشتر مستعد تغییر در نوع رفتار اجتماعی و سیاسی هستند. در نتیجه درک بهتر تاثیر رسانه های جمعی بر اعتماد اجتماعی این افراد می تواند در تشخیص رفتار های اجتماعی و سیاسی آنان تاثیر گذار باشد. در مطالعه ای که توسط ابراهیم پور و همکاران در سال ۱۳۹۲ تحت عنوان تحلیل مقایسه ای اثرهای برنامه های تلویزیون و کانال های ماهوارهای بر سرمایه اجتماعی دانشگاهیان انجام شد ، مشخص شد که در هر دو گروه مخاطبان تلویزیون و ماهواره، افرادی که از نظر الگوی مصرف رسانه ای دارای مصرف کیفی هستند، از سرمایه اجتماعی بالاتری نسبت به مخاطبان دارای مصرف عامیانه برخوردار می باشند. هم چنین میزان سرمایه اجتماعی بینندگان عادی برنامه های تلویزیون و ماهواره از مخاطبان پرمصرف بیشتر می باشد. علاوه بر این در این مطالعه نشان داده شد که متغیرهای میزان اعتماد رسانه‌ای، میزان مصرف رسانه ای، نوع مصرف رسانه ای، محل سکونت خانواده، جنسیت، میزان احساس آگاهی بخشی رسانه ها، میزان احساس ترغیب به مشارکت اجتماعی و سیاسی توسط رسانه ها و الگوی مصرف رسانه ای به ترتیب بیشترین تا کمترین تأثیر را بر سرمایه اجتماعی دانشگاهیان دارا می باشند (۱۲). در مطالعه ای دیگر که توسط مهدی زاده و همکاران با عنوان تأثیر برنامه‌های شبکه‌های ماهواره ای بر نظام ارزشی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد نکا صورت پذیرفته است معلوم شد که بین ارزش های نظری و اجتماعی، مذهبی و ارزش های سیاسی دانشجویانی که برنامه های شبکه های ماهواره ای را مشاهده می کنند با سایر دانشجویان تفاوت معناداری وجود دارد (۱۳). هم چنین، در بررسی ارتباط بین مصرف رسانه ای (تلویزیون داخلی و ماهواره ای) با اعتماد، که توسط ریاحی و همکاران انجام شد مشاهده شد در حالی که بین میزان تماشای تلویزیون داخلی با اعتماد رابطه مثبتی وجود دارد، تماشای تلویزیون ماهواره‌ای به طور معکوسی با اعتماد مرتبط است. هم چنین، بین میزان تماشای تلویزیون داخلی با میزان اعتماد به خانواده، اقوام و خویشان و اعتماد نهادی رابطه مثبت و مستقیم برقرار است، اما میزان تماشای تلویزیون ماهواره‌ای با اعتماد به خانواده، اعتماد به دوستان، اعتماد اجتماعی و اعتماد نهادی رابطه معکوسی دارد (۱۴).

به لحاظ میزان کاربرد شبکه های اجتماعی جهت کسب اخبار و اطلاعات، یافته های پژوهش حاضر نشان داد که ۴۸ نفر (۴۷/۵ درصد) از افراد مورد پژوهش از پیام رسان تلگرام بعنوان منبع کسب اخبار و اطلاعات خود استفاده می کنند و تنها ۹ نفر (۸/۹ درصد) از افراد مورد پژوهش پیام رسان های داخلی را بعنوان منبع اطلاعاتی خود ذکر کرده اند. در پژوهشی دیگر تحت عنوان بررسی جامعه شناسانه اعتماد سیاسی-اجتماعی دانشجویان در ایران با تکیه بر تحلیل ثانویه چند پیمایش ملی با تاکید بر وضعیت اعتماد بدنه دانشگاهیان در دو بعد سیاسی و اجتماعی، چیستی و چگونگی اعتماد قشر دانشگاهیان توسط اعتمادی فرد و همکاران در سال ۱۳۹۳ بررسی شد.

بر اساس این مطالعه، در ابتدا اعتماد عمومی دانشجویان و سپس اعتماد آن ها در قالب شاخص های پنجگانه اعتماد به اصناف و گروه های مختلف (مشتمل بر: روحانیون، مدیران دولتی و

[Downloaded from tbj.ssu.ac.ir on 2026-09-12]

[DOI: 10.18502/tbj.v20i3.7462]

قضات)، میزان مشارکت سیاسی و شرکت در انتخابات، میزان رضایت از اوضاع اقتصادی، میزان رضایت از اوضاع سیاسی و میزان اعتماد به اخبار رادیو و تلویزیون جمهوری اسلامی بر اساس داده های مربوط به پیمایش های قابل مقایسه در سطح ملی در خصوص اعتماد عمومی دانشجویان و اعتماد خاص آن ها در حوزه های اجتماعی و سیاسی مورد بحث و ارزیابی قرار گرفت که بر اساس آن اعتماد دانشجویان تحت تاثیر اعتماد عمومی مردم می باشد بطوریکه با کاهش اعتماد در میان مردم، اعتماد دانشجویان به میزان بیشتری تحت تاثیر قرار گرفته و اعتماد در میان آنها در ابعاد سیاسی و اجتماعی کاهش می یابد (۱۵).بعلاوه گروس و همکاران در سال ۲۰۰۱، به بررسی رابطه مصرف رسانه ها و اعتماد سیاسی، اعتماد اجتماعی و اعتماد به نهاد های دولتی پرداختند. نتایج این تحقیق نشان داد که تلویزیون و روزنامه در سطح کلی اعتماد اجتماعی را محقق نمی سازد و در واقع کسانی که تلویزیون تماشا می کنند اعتماد اجتماعی در آن ها کاهش اما سطح اعتماد اجتماعی کسانی که روزنامه می خوانند افزایش یافته است (۱۶). در مطالعه ای که پاتریشا و همکاران با عنوان تاثیر رسانه ها بر اعتماد اجتماعی و سیاسی در سال ۲۰۰۰ انجام داده اند نتایج مطالعه نشان داد که رسانه های جمعی در شرایط خاصی می توانند به عنوان یک عامل تاثیر گذار بر اعتماد اجتماعی عمل کنند (۱۷).

در نهایت در مطالعه ای که توسط اوغلی و همکاران انجام شد، مشخص رشد که بین مصرف رسانه ای و ابعاد اعتماد اجتماعی همبستگی مثبت وجود دارد. یافته‌های این تحقیق نشان داد که بین متغیرهای اعتماد بنیادین، بینافردی و تعمیم یافته با رسانه های الکترونیک رابطه معناداری وجود ندارد، از طرفی بین مصرف رسانه های الکترونیک و دو بعد دیگر اعتماد، یعنی اعتماد سیاسی و کل اعتماد اجتماعی رابطه معنادار مستقیمی وجود دارد. هم چنین نتایج این مطالعه حاکی از آن بودند که با افزایش میزان استفاده از رسانه ها در بین دانشجویان ، اعتماد آن ها نیز سیر صعودی پیدا می‌کرد (۱۸). هم چنین ، بر اساس نتایج این مطالعه می‌توان گفت که میزان پیگیری اخبار ملی توسط واحد های موردپژوهش، بیشتر از پیگیری اخبار استانی و اخبار بین المللی می باشد.

تضاد منافع

نویسندگان اعلام می دارند که در این پژوهش هیچ گونه تعارض منافعی وجود ندارد.

تشکر و قدردانی

بدینوسیله، از مسئولین محترم آن معاونت که زمینه انجام این تحقیق را فراهم نموده اند صمیمانه سپاسگزاری می نماید.

References

1-Azadarmaki T, Kamali A. Trust, community and gender A comparative study of mutual trust between the sexes. Iranian Journal of Sociology. Available from: https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=8697. 2020; 5 (2): 100-32.

2-Putnam R. Bowling Alone: The Collapse and Renewal of American Community. New York: Simon and Schuster.quarerly.2000; 77:4.

[Downloaded from tbj.ssu.ac.ir on 2026-09-12]

[DOI: 10.18502/tbj.v20i3.7462]

3-Delaware A. Theoretical and practical foundations of research in humanities and social sciences, third edition, Tehran, Roshd.2004

4-Rashidi A, Mohammad H. A Survey of the Perspectives of Professors and Communication Experts on Highlighting News and News Events of the Islamic Republic of Iran Television on Social Security, Hijab, Inflation and Expensiveness, Eighth Parliamentary Elections, Presidential Provincial Travels (2012) ,Master Thesis in Communication Research, Faculty IRIB Broadcasting.

5-Samii M. Investigating the Reflection of Political and Social News in the 20:30 News of Do Sima Network (2007) Master Thesis in Communication Research, Azad University of Tehran.

6-Abdullahi S. A study of the benefit of students of humanities faculties in Ahvaz from the news of different news sections of Khuzestan provincial television. (2011), Master Thesis in Journalism, Azad University of Tehran Markaz.

7-Farahzad B. A comparative study of the factors affecting the use, satisfaction and trust of Tehran students of Tehran public universities from the news of the national networks of the Islamic Republic of Iran TV, satellite, BBC Persian and VOA. (2013) Master Thesis in Communication Research, Faculty IRIB Broadcasting.

8-Nemati A. The Role of Mass Media in Information, (2004), Quarterly Journal of Research and Assessment.2004; 27: 8.

9-Rumi, Hamid Transition from Modernity, (1992), (Younes Shokarkhah, translator),Tehran, Center for Media Studies and Research.

10-Motamed Nejad, Kazem. (With the collaboration of Abolghasem Monsefi), Journalism; With a new chapter in the review of contemporary journalism, (1989),Tehran, Sepehr.

11-Torbati, Sarvanaz, Nasirian, Fada. A Survey of the Level and Factors of Young Citizens' Trust in BBC Persian Television.2012; 87-95.

12-Ebrahimpour D, Sarukhani B, Tavassoli GhA. A study entitled A Comparative Analysis of the Effects of TV Programs and Satellite Channels on Students' Social Capital. Applied Sociology.2014; 25: 125-47.

13-Mehdizadeh M. The effect of satellite network programs on the value system of students of Islamic Azad University, Neka Branch (2013). Journal of Sociological Studies of Youth. 2013; 7(22) 135-48.

[Downloaded from tbj.ssu.ac.ir on 2026-09-12]

[DOI: 10.18502/tbj.v20i3.7462]

14-Riahi M, Eskandari S. Investigating the relationship between media consumption and trust among students of Mazandaran University. Journal of Social Sciences .2014; 8(24):143-78.

15-Etemadi Fard SM. Sociological study of students& 39; socio-political trust in Iran (based on secondary analysis of several national surveys) Iranian Cultural Research Quarterly Institute of Cultural and Social Studies Research Ministry of Science, Research and Technology. 2014; 6 : 23.

16-Gross K, Sean A,Paul R. Brewer "A Panel Study of Media Effects on Political and Social Trust After September .2004;4(11).

17-Patricia M .quot;Media Effects on Political and Social Trust" Journalism and Mass Communication. 2002;77(4):297-316.

18-Mahmoud Oghli, Reza Analysis of the relationship between media consumption and the level of social trust among students at the University of Isfahan. Applied Sociology .2014; 25(2): 15-32.

[Downloaded from tbj.ssu.ac.ir on 2026-09-12]

[DOI: 10.18502/tbj.v20i3.7462]