

بررسی میزان اعتماد دانشجویان به رسانه های خبری

دکتر نعیم بدیعی*

با همکاری هوشنگ عباس زاده**

«چکیده»

مفهوم «اعتماد» مخاطبان به رسانه های خبری از مفاهیمی است که سالهاست مورد توجه پژوهشگران علوم ارتباطات قرار گرفته است. این بررسی که به چگونگی ادراک دانشجویان دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی نسبت به میزان اعتماد آنان به اخبار داخلی و بین المللی رسانه های خبری توجه دارد، موارد زیر را مطرح می کند:

۱- در مورد اخبار داخلی تفاوت معنی داری بین میزان اعتماد دانشجویان نسبت به خبرهای داخلی رسانه های کشور (رادیو، تلویزیون و روزنامه) مشاهده نمی شود. میانگین میزان اعتماد پاسخگویان در حد متوسط و کمتر

است.

۲- در خصوص اخبار خارجی، میزان اعتماد دانشجویان نسبت به خبرهای خارجی تلویزیون (سیمای جمهوری اسلامی ایران) و روزنامه‌ها بیش از رادیو (صدای جمهوری اسلامی ایران) است. میزان اعتماد آنان به اخبار سه رسانه بیش از اعتماد آنان به اخباری است که از طریق فردی (دوستان و بستگان) به آنان منتقل می‌شود.

۳- دانشجویان معتقدند تأثیر مطلب کتابهای منتشر شده در اخل، بیشترین و رادیوهای فارسی زبان بیگانه، کمترین تأثیر را بر روی عقاید، نگرشها و رفتار آنان در بردارد.

۴- دانشجویان بر این باورند که بیان واقعیتها، صداقت و راستگویی در انعکاس اخبار، مهمترین عامل اعتماد به اخبار رسانه‌های کشور است.

مقدمه

موضوع اعتماد مردم نسبت به اخبار رسانه‌های جمعی، از زمینه‌های مهم تحقیقاتی است که در ایران کمتر مورد توجه پژوهشگران علوم ارتباطات قرار گرفته است. اهمیت این موضوع همیشه مورد توجه تهیه‌کنندگان پیامهای خبری بوده و کمتر ارتباطگری است که نسبت به اعتماد مردم به پیامهای وسیله ارتباطی خویش بی توجه باشد.

از میان هزاران هزار رویدادی که روزانه در کشور ما و جهان روی می‌دهد، تنها بخش ناچیزی از آن به صورت «خبر» در رسانه‌های دنیا پخش می‌شود. انتخاب رویداد و تهیه گزارش از رویدادهای گوناگون، کار عادی و روزمره روزنامه‌نگاران در سراسر جهان است. اینکه کدام رویداد دارای اهمیت و «ارزش خبری» و کدام فاقد آن است بحث جداگانه‌ای را طلب می‌کند. اهمیت و ارزش خبر و نحوه انتخاب خبر از میان رویدادهای گوناگون در بررسیهای دیگر مورد توجه پژوهشگران علوم ارتباطات قرار گرفته و تحقیقات بی‌شماری در

این باره انجام شده است. (۱)

توجه این بررسی به میزان اعتماد مخاطبان نسبت به اخبار داخلی و خارجی رسانه های جمعی است. به طور دقیقتر، این تحقیق به بررسی میزان اعتماد دانشجویان دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی نسبت به موارد زیر می پردازد:

- بررسی میزان اعتماد به اخبار داخلی رسانه های کشور
- بررسی میزان اعتماد به اخبار خارجی رسانه های کشور
- بررسی میزان اعتماد به اخبار ایران رادیوهای فارسی زبان بیگانه
- بررسی میزان اعتماد به اخبار خارجی رادیوهای فارسی زبان بیگانه
- بررسی عوامل مؤثر در شکل گیری عقاید، نگرشها و رفتار دانشجویان

نگاهی به سایر تحقیقات

اعتبار منبع ارتباطی از جمله مفاهیمی است که همواره در تحقیقات علوم ارتباطات، مورد توجه بسیاری از پژوهشگران سایر کشورها بوده است. بررسیهای میشل چارنلی (Mitchell Charnley) بر روی صحت گزارشگری روزنامه ها و گروه تحقیق دانشگاه ییل (Yale) بر اعتماد به منبع خبر از جمله نخستین این گونه بررسیهاست.^(۲)

سازمان نظرسنجی روپر (Roper) نیز از جمله موسساتی است که از سال ۱۹۵۹ نظرسنجی در خصوص اعتبار رسانه ها را مورد بررسی قرار داده است. توجه موسسه روپر، بیشتر معطوف به مقایسه اعتماد مردم نسبت به سه رسانه رادیو، تلویزیون و روزنامه ها بوده است. بررسیهای موسسه روپر نشان می دهد که از سال ۱۹۶۱ در ایالات متحده آمریکا، اعتماد مردم نسبت به تلویزیون بیشتر از سایر رسانه هاست.^(۳)

بررسیهای گوناگون، تفکیک میزان اعتماد نسبت به اخبار داخلی و خارجی را ضروری دانسته و تأکید کرده اند که از نظر مخاطبان، نوع رسانه ها و منطقه رویداد می تواند تفاوت های معنی داری را نشان دهد.^(۴) در این بررسی نیز، تفکیک بین اخبار داخلی و خارجی رسانه های

داخلی و خارجی منظور شده است.

از حدود سی سال پیش که بررسی مفهوم اعتبار منبع ارتباطی آغاز شد، توجه برخی از بررسیها معطوف به ارتباط میان فردی بوده است. مفاهیمی نظیر اعتماد، تخصص و خبرگی به عنوان ابعاد منبع مطرح شد. در دهه های اخیر، پژوهشگران ابعاد دیگری مانند صلاحیت، پویایی، درستی و بی طرفی را نیز برای منبع ارتباطی مطرح کرده اند.^(۵)

اعتبار منابع خبری به عواملی نظیر بی طرفی، عینیت، درستی، جامعیت و نظایر آن نسبت داده شده است.^(۶) در این بررسی، در حالی که اعتماد مخاطبان به منابع خبری (رادیو، تلویزیون و روزنامه) مورد توجه است، علاوه بر این کوشش شده است تا عواملی که اعتبار منبع به آنها بستگی دارد نیز از دیدگاه پاسخگویان مشخص شود.

روش تحقیق

به منظور بررسی میزان اعتماد دانشجویان دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی نسبت به اخبار داخلی و خارجی رسانه های جمعی (روزنامه، رادیو، تلویزیون) و ارتباط میان فردی، پرسشنامه ای حاوی سؤالات گوناگون طرح شد. بررسی میزان اعتماد دانشجویان به عنوان قدم اول یا پیش‌تست برای بررسی مخاطبان پیامهای خبری در سطح کشور مورد توجه قرار گرفت.

در قسمت اول پرسشنامه، اطلاعات فردی از قبیل جنس، رشته تحصیلی، سن و سایر موارد مورد پرسش قرار گرفته است. در همین قسمت، نحوه استفاده پاسخگویان از رسانه های خبری و انگیزه های آنان نیز سؤال شده است.

در قسمت دوم پرسشنامه از پاسخگویان خواسته شده است که میزان اعتماد خود را نسبت به اخبار داخلی و خارجی که از طریق روزنامه، رادیو، تلویزیون و دوستان و بستگان (ارتباط میان فردی) به آنان می رسد، بر روی مقیاس ۵ درجه ای لیکرت مشخص کنند. پس از این قسمت، از آنان خواسته شده است که میزان اعتماد خود را نسبت به اخبار مربوط به

ایران و اخبار خارجی که از طریق رادیوهای فارسی زبان بیگانه (صدای امریکا، رادیو بی.بی.سی، رادیو اسرائیل، رادیو آلمان)، بر روی مقیاس مشخص کنند.

در قسمت بعد که به گونه ای دیگر موضوع اعتبار و اعتماد مخاطبان را نسبت به منبع مشخص می‌کند از آنان خواسته شده است که بین منابع مختلف (روزنامه‌های کشور، رادیو، تلویزیون، رادیوهای فارسی زبان بیگانه و دوستان و بستگان) مهمترین منبع کسب خبر را در زمانی که رویداد داخلی و یا خارجی تازه‌ای اتفاق افتاده است، نام ببرند.

به همین ترتیب سؤالات دیگر، میزان اعتماد پاسخگویان را نسبت به اخبار متناقضی که از طریق رسانه‌ها پخش می‌شود، مورد پرسش قرار می‌دهد. قسمت آخر پرسشنامه، به عوامل مؤثر در شکل‌گیری عقاید، نگرشها و رفتار پاسخگویان از دیدگاه خودشان می‌پردازد. آخرین سؤال پرسشنامه به صورت «باز» مطرح شده و از پاسخگویان خواسته شده است که مهمترین عامل مؤثر بر میزان اعتماد مردم به اخبار رسانه‌های کشور را نام ببرند.

اگر چه در بسیاری از تحقیقات از «اعتماد» به عنوان یک مفهوم چند بعدی یاد شده، در این تحقیق مقدماتی، «اعتماد» به عنوان یک مفهوم شناخته شده در ذهن مخاطبان مورد توجه قرار گرفته و بدین منظور تعریفی برای آن ارائه نشده است. به همین سبب در آخرین سؤال پرسشنامه از پاسخگویان خواسته شده است که مهمترین عامل اعتماد نسبت به رسانه‌ها را مشخص کنند تا ابعاد گوناگون آن از دیدگاه آنان مشخص شود.

نمونه تحقیق

پاسخگویان ۱۸۷ نفر از دانشجویان دوره‌های روزانه و شبانه دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی بودند که به صورت اتفاقی (Accidental) انتخاب شدند. تعداد پاسخگویان بیش از ۱۸ درصد تعداد کل دانشجویان در زمان مورد بررسی بود.

به همین سبب، در این بررسی مقدماتی، داده‌های تحقیق قابل تعمیم به تمام دانشجویان نیست و این خود نیز یکی از محدودیتهای تحقیق از جنبه اعتبار برونی است.

داده‌های تحقیق با استفاده از برنامه‌های مختلف کامپیوتری SPSS مورد محاسبه قرار گرفت و آزمونهای مختلف آماری، توسط این برنامه انجام شد.

بررسی یافته‌ها

در این قسمت ابتدا خصوصیات پاسخگویان و سپس نحوه استفاده آنان از رسانه‌ها مورد بررسی قرار می‌گیرد. در قسمت بعد میزان اعتماد آنان نسبت به اخبار داخلی و خارجی رسانه‌ها مقایسه می‌شود.

۱- خصوصیات پاسخگویان

تعداد ۱۸۷ نفر از دانشجویان کارشناسی رشته‌های علوم اجتماعی و علوم ارتباطات اجتماعی در دوره‌های روزانه و شبانه، پرسشنامه تحقیق را تکمیل کردند که این تعداد برابر ۱۸/۱۱ درصد کل دانشجویان دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی در نیمسال مورد بررسی بوده است.

از این تعداد ۴۴ درصد (۷۷ نفر) زن و ۵۶ درصد مرد بودند. در بین پاسخگویان ۷۵/۴ درصد مجرد و ۲۲/۵ درصد نیز متأهل بودند. دو نفر به این سؤال پاسخ ندادند و دو نفر دیگر از همسرانشان جدا شده بودند. شاخه و یا رشته تحصیلی اکثر پاسخگویان، علوم ارتباطات اجتماعی بود. در بین پاسخگویان، ۵۲ درصد در رشته علوم اجتماعی شاخه ارتباطات اجتماعی یا در رشته علوم ارتباطات با شاخه‌های روزنامه نگاری و یا روابط عمومی تحصیل می‌کردند. دانشجویان این دو رشته، در زمان مورد بررسی، ۳۰/۵۷ درصد کل دانشجویان روزانه و شبانه دانشکده را شامل می‌شدند.

تعداد کل دانشجویان دانشکده در نیمسال اول سال تحصیلی ۷۱-۱۳۷۰ (زمان جمع آوری داده‌ها) برابر ۱۰۲۷ نفر بود که از این تعداد ۳۱۴ نفر (۳۰/۵۷ درصد) در رشته و یا شاخه ارتباطات و ۷۱۳ نفر (۶۹/۴۲ درصد) در رشته علوم اجتماعی به تحصیل اشتغال

داشتند. در این نیمسال، تعداد ۸۵۳ نفر در دوره روزانه و ۱۷۴ نفر در دوره شبانه تحصیل می‌کردند. سن پاسخگویان نیز بین ۱۹ تا ۴۲ سال و میانگین آن برابر ۲۴/۵ سال بود. جدول شماره ۱ وضعیت توزیع رشته های تحصیلی را با توجه به جنس دانشجویان نشان می‌دهد.*

جدول شماره ۱

وضعیت رشته تحصیلی دانشجویان به تفکیک بر حسب جنس

جمع	رشته تحصیلی						چگونگی رابطه بین رشته تحصیلی و جنس دانشجویان
	۱- ارتباطات اجتماعی	۲- برنامه ریزی اجتماعی	۳- پژوهشگری اجتماعی	۴- تعاون و رفاه اجتماعی	۵- خدمات اجتماعی	۶- بدون شاخه	
۷۷	۳۵	۳	۵	۴	۱۴	۶	۱- زن
	٪ سطر ۵۸/۴	۳/۹	۶/۵	۵/۲	۱۸/۲	۷/۸	
۴۴	۲۷/۳	۴۵/۵	۲۲/۲	۵۸/۳	۳۰		
۹۸	۴۶	۸	۶	۱۴	۱۰	۱۴	۲- مرد
	٪ سطر ۴۶/۹	۸/۲	۶/۱	۱۴/۳	۱۰/۲	۱۴/۳	
۵۶	۷۲/۷	۵۴/۵	۷۷/۸	۴۱/۷	۷۰		
۱۷۵	۹۱	۱۱	۱۱	۱۸	۲۴	۲۰	جمع
۱۰۰	۵۲ درصد	۶/۳	۶/۳	۱۰/۳	۱۳/۷	۱۱/۴	

$$x^2 = 9/41, df = 5, p > 0/05$$

محاسبه کای اسکویر در جدول فوق نشان می‌دهد که رابطه ای بین جنس و رشته تحصیلی پاسخگویان وجود ندارد. همچنین دوازده نفر به سؤال مربوط به رشته تحصیلی پاسخ ندادند.

* پس از بازگشایی دانشگاهها در مهر ماه سال ۱۳۶۲، رشته علوم اجتماعی با شاخه های ارتباطات اجتماعی، برنامه ریزی اجتماعی، پژوهشگری اجتماعی، تعاون و رفاه اجتماعی و خدمات اجتماعی دایر شد. از سال ۱۳۶۹ رشته علوم ارتباطات به صورت مستقل با شاخه های روزنامه نگاری و روابط عمومی در دوره های روزانه و شبانه در دانشگاه علامه طباطبائی دایر شده است. در جدول شماره ۱، دانشجویان شاخه ارتباطات اجتماعی و رشته علوم ارتباطات در زیر ستون ارتباطات اجتماعی منظور شده است.

۲- رسانه‌ها

الف - رادیو و تلویزیون

اکثر پاسخگویان (۸۸/۸ درصد) دارای رادیو در منزل و یا خوابگاه بودند و تنها ۱۱/۲ درصد رادیو نداشتند. نزدیک به همین نسبت، ۸۹/۸ درصد از پاسخگویان در منزل و یا خوابگاه تلویزیون داشتند و تنها ۸/۶ درصد فاقد تلویزیون بودند، سه نفر به این سؤال پاسخ ندادند.

ب - روزنامه

در حالی که حدود یک سوم از پاسخگویان، روزنامه نمی‌خرند (۳۱/۰۲ درصد)، ۲۵/۱۳ درصد در پاسخ به این سؤال که به طور معمول هفته‌ای چند روز، روزنامه می‌خرید؟ اظهار داشتند که هر روز، روزنامه می‌خرند. وضعیت خرید روزنامه دانشجویان به شرح زیر است:

جدول شماره ۲

وضعیت معمول خرید روزنامه

درصد	تعداد	وضعیت خرید روزنامه
۵/۸۸	۱۱	۱- هفته‌ای یک روز
۹/۶۳	۱۸	۲- هفته‌ای دو روز
۱۴/۴۴	۲۷	۳- هفته‌ای سه روز
۹/۶۳	۱۸	۴- هفته‌ای چهار روز
۳/۲۰	۶	۵- هفته‌ای پنج روز
۲۵/۱۳	۴۷	۶- هر روز هفته
۳۱/۰۲	۵۸	۷- روزنامه نمی‌خرم
۱/۰۷	۲	۸- بدون پاسخ
۱۰۰/۰	۱۸۷	جمع

بدیهی است بسیاری از دانشجویانی که روزنامه نمی‌خرند به صورت متناوب از روزنامه های موجود در کتابخانه دانشکده استفاده می‌کنند.

ج - مدت زمان استفاده از رسانه ها

بر اساس داده های تحقیق، به طور میانگین، پاسخگویان، روزانه ۸۵ دقیقه به رادیو گوش می‌دهند، ۱۲۶ دقیقه تلویزیون تماشا می‌کنند و حدود ۴۵ دقیقه روزنامه می‌خوانند.

د - انگیزه استفاده از رسانه ها

در این قسمت از پاسخگویان خواسته شد که مهمترین انگیزه خود را در زمانی که از رادیو، تلویزیون و یا روزنامه استفاده می‌کنند، نام ببرند. جدول شماره ۳ تعداد و درصد موارد را در مورد هر رسانه نشان می‌دهد.

۱ - انگیزه گوش دادن به رادیو: پاسخهای دانشجویان در مجموع به ۹ دسته تقسیم شد که در جدول شماره ۳ ملاحظه می‌شود. در بین پاسخها، کسب خبر یا آگاهی از رویدادهای روز، بیشترین انگیزه گوش دادن به رادیو (۴۷/۵ درصد) عنوان شد. جنبه های سرگرمی و تفریحی رادیو درصدهای کمتری را شامل می‌شود.

۲ - انگیزه تماشای تلویزیون: بر خلاف رادیو، جنبه سرگرمی و تفریح تلویزیون و پرکردن اوقات فراغت و همچنین کسب خبر و اطلاعات، بیشترین پاسخها را در این خصوص به همراه داشته است. لازم به توضیح است که بسیاری از پاسخگویان انگیزه تماشای تلویزیون را تفریح و کسب خبر و اطلاعات ذکر کرده اند با این تفاوت که در اکثر پاسخها جنبه تفریح و سرگرمی تلویزیون را به مراتب بیشتر از رادیو می‌دانستند.

۳ - انگیزه مطالعه روزنامه: پاسخگویان مهمترین انگیزه مطالعه روزنامه را کسب خبر به تنهایی و یا همراه با تفسیر و گزارش اعلام کرده‌اند. از دیدگاه آنان، جنبه سرگرمی و پرکردن اوقات فراغت توسط روزنامه به مراتب ناچیز است.

در مجموع به نظر می‌رسد مهمترین انگیزه پاسخگویان در زمانی که از روزنامه استفاده می‌کنند کسب خبر، تفسیر و مطالعه گزارشهای علمی، فرهنگی و سیاسی است در حالی که

جدول شماره ۳

انگیزه‌های استفاده از رادیو، تلویزیون و روزنامه

درصد	تعداد	الف - رادیو
۴۷/۵	۷۷	۱- کسب خبر - آگاهی از رویدادها
۱۲/۳	۲۰	۲- آگاهی از رویدادها - تفریح و سرگرمی
۸/۶	۱۴	۳- سرگرمی متنوع
۸/۰	۱۳	۴- گزارشهای آموزشی - اطلاعات عمومی
۷/۴	۱۲	۵- سرگرمی - آموزشی
۳/۷	۶	۶- پرکردن اوقات فراغت
۳/۱	۵	۷- آگاهی از مسایل اجتماعی - خانوادگی
۲/۵	۴	۸- خبر و تفسیر
۶/۸	۱۱	۹- سایر انگیزه ها
۱۰۰/۰	۱۶۲	جمع
۱۳/۴	۲۵	بدون پاسخ
درصد	تعداد	ب - تلویزیون
۲۷/۰	۴۷	۱- سرگرمی و تفریح
۲۶/۴	۴۶	۲- خبر - اطلاعات - سرگرمی
۹/۸	۱۷	۳- تفریح - آموزش
۹/۲	۱۶	۴- پرکردن اوقات فراغت
۹/۲	۱۶	۵- کسب خبر - اطلاعات
۷/۵	۱۳	۶- افزایش اطلاعات عمومی
۴/۶	۸	۷- تماشای برنامه های ورزشی - تفریحی
۱/۷	۳	۸- کسب خبر - تفریح
۴/۶	۸	۹- سایر انگیزه ها
۱۰۰/۰	۱۷۴	۱۰- جمع
۷/۰	۱۳	بدون پاسخ
درصد	تعداد	ج - روزنامه
۷۸/۸	۱۳۴	۱- کسب خبر
۹/۴	۱۶	۲- کسب خبر و تفسیر
۲/۹	۵	۳- گزارشهای علمی - فرهنگی - سیاسی
۱/۸	۳	۴- کسب خبرهای جنجالی
۱/۸	۳	۵- خبر - سرگرمی - جدول
۱/۲	۲	۶- آگاهی
۰/۶	۱	۷- سرگرمی
۰/۶	۱	۸- پرکردن اوقات فراغت
۲/۹	۵	۹- سایر انگیزه ها
۱۰۰/۰	۱۷۰	جمع
۹/۱	۱۷	بدون پاسخ

راديو علاوه بر انگيزه کسب خبر و آگاهي از رویدادها، جنبه تفریح و سرگرمي نیز برای آنان به همراه دارد. انگيزه تماشاى تلویزیون برای بیش از یک چهارم از پاسخگویان، سرگرمي و تفریح، و برای یک چهارم دیگر، کسب خبر و اطلاعات به همراه سرگرمي است.

۳- میزان اعتماد دانشجویان به خبرها

سؤال: میزان اعتماد دانشجویان نسبت به خبرهای داخلی و خارجی رسانه های کشور (راديو، تلویزیون، روزنامه) و خبرهای داخلی و خارجی که از طریق دوستان و بستگان برای آنان نقل می شود به چه اندازه است؟ آیا تفاوت معنی داری بین میزان اعتماد آنان نسبت به هر یک از رسانه ها و ارتباط میان فردی مشاهده می شود؟

به منظور آگاهی از میزان اعتماد دانشجویان نسبت به خبرهای داخلی و خارجی رسانه های کشور و همچنین میزان اعتماد آنان به اطلاعاتی که از طریق ارتباط میان فردی کسب می کنند، از پاسخگویان خواسته شد که در برابر هر پرسش که به صورت زیر در پرسشنامه منعکس شد، میزان اعتماد خود را بر روی مقیاس ۵ درجه ای لیکرت از «اعتماد بسیار زیاد» (۵) تا «اعتماد بسیار کم» (۱) مشخص کنند:

سؤال: تا چه حد به خبرهای (داخل کشور/ خارجی) که از طریق (نام رسانه ارتباطی) پخش / منتشر می شود، اعتماد دارید؟

سؤال: تا چه حد به خبرهای (داخل کشور/ خارجی) که از طریق دوستان برای شما نقل می شود، اعتماد دارید؟

جدول شماره ۴، میانگین، انحراف استاندارد و واریانس میزان اعتماد پاسخگویان را نسبت به اخبار داخلی و خارجی رسانه ها و ارتباط میان فردی نشان می دهد.

مقایسه میانگین میزان اعتماد دانشجویان نسبت به خبرهای داخل کشور که از طریق رسانه های داخلی پخش می شود، نشان می دهد که در مقایسه سه رسانه، میانگین میزان اعتماد دانشجویان نسبت به خبرهای داخل کشور به این شرح است:

راديو $\bar{X}=2/98$ ، تلویزیون $\bar{X}=2/99$ و روزنامه $\bar{X}=3/02$.

جدول شماره ۴

میانگین، انحراف استاندارد و واریانس میزان اعتماد دانشجویان نسبت به اخبار داخلی و خارجی رسانه‌های کشور و ارتباط میان فردی*

میانگین	انحراف استاندارد	واریانس	حد اقل	حد اکثر	تعداد	مقیّمها
۲/۹۸	۰/۹۵	۰/۹۰	۱	۵	۱۸۶	۱- اعتماد به اخبار داخلی رادیو
۲/۹۹	۰/۹۴	۰/۸۹	۱	۵	۱۸۶	۲- اعتماد به اخبار داخلی تلویزیون
۳/۰۲	۰/۸۹	۰/۸۹	۱	۵	۱۸۶	۳- اعتماد به اخبار داخلی روزنامه‌ها
۲/۸۴	۱	۱	۱	۵	۱۸۲	۴- اعتماد به اخبار خارجی رادیو
۲/۹۱	۱	۱	۱	۵	۱۸۰	۵- اعتماد به اخبار خارجی تلویزیون
۲/۹۹	۰/۹۴	۰/۸۸	۱	۵	۱۷۸	۶- اعتماد به اخبار خارجی روزنامه‌ها
۲/۳۷	۱/۰۲	۱/۰۴	۱	۵	۱۸۵	۷- اعتماد به اخبار داخلی دوستان
۲/۲۶	۰/۹۹	۰/۹۹	۱	۵	۱۸۴	۸- اعتماد به اخبار خارجی دوستان

* نظر به اینکه برخی از پاسخگویان به برخی از سؤالات پاسخ ندادند، بدین جهت، تعداد موارد در هر مورد متفاوت است. در آزمونهای ۱ که تفاوت بین میانگینها سنجیده شده است، تفاوت مقدار «درجه آزادی» نیز به همین علت است.

آزمون t تفاوت معنی داری را بین میزان اعتماد پاسخگویان به سه رسانه در خصوص اخبار داخلی نشان نمی دهد. همان طور که ملاحظه شد، میانگین میزان اعتماد پاسخگویان نسبت به اخبار سه رسانه داخلی در حد متوسط است.

الف - خبرهای داخلی

برای پاسخ به سؤالات مطرح شده در هر مورد، آزمون t برای مقایسه بین خبرهای داخلی و خارجی هر یک از رسانه ها محاسبه شد. پاسخهای دانشجویان در مورد میزان اعتماد آنان به اخبار داخلی رادیو، تلویزیون و روزنامه های کشور و همچنین اخباری که از طریق دوستان و بستگان به آنان می رسد، دو به دو مقایسه شد که نتیجه به شرح زیر است:

۱- میزان اعتماد دانشجویان به خبرهای داخلی رادیو (صدای جمهوری اسلامی ایران) بیشتر از میزان اعتماد آنان به خبرهای داخل کشور است که از طریق دوستان و بستگان برای آنان نقل می شود.

$$t = 6/57, df = 183, p < 0/001$$

۲- میزان اعتماد دانشجویان به خبرهای داخلی تلویزیون (سیمای جمهوری اسلامی ایران) بیشتر از میزان اعتماد آنان به خبرهای داخل کشور است که از طریق دوستان و بستگان برای آنان نقل می شود.

$$t = 5/73, df = 183, p < 0/001$$

۳- میزان اعتماد دانشجویان به خبرهای داخلی روزنامه ها بیشتر از میزان اعتماد آنان به خبرهای داخل کشور است که از طریق دوستان و بستگان برای آنان نقل می شود.

$$t = 6/33, df = 183, p < 0/001$$

بنابراین ملاحظه می شود که میزان اعتماد دانشجویان نسبت به خبرهای داخلی رسانه های کشور بیشتر از میزان اعتماد آنان به خبرهایی است که از طریق ارتباط میان فردی در اختیار آنان قرار می گیرد. آزمون t همچنین نشان داد که در مقایسه سه رسانه (رادیو،

تلویزیون، روزنامه) تفاوت معنی داری بین میزان اعتماد دانشجویان نسبت به خبرهای داخلی هر یک از رسانه‌ها ملاحظه نمی‌شود.

ب - خبرهای خارجی

پاسخهای دانشجویان در مورد میزان اعتماد آنان به اخبار خارجی رادیو، تلویزیون و روزنامه‌های کشور و همچنین اخباری که از طریق دوستان و بستگان به آنان می‌رسد دو به دو مقایسه شد که نتیجه به شرح زیر است:

۱- میزان اعتماد دانشجویان نسبت به خبرهای خارجی تلویزیون (سیمای جمهوری اسلامی ایران) بیشتر از میزان اعتماد آنان نسبت به خبرهای خارجی است که از طریق رادیو (صدای جمهوری اسلامی ایران) پخش می‌شود.

$$t = 2/16, df = 178, p < 0/05$$

۲- میزان اعتماد دانشجویان نسبت به خبرهای خارجی روزنامه‌های کشور بیشتر از میزان اعتماد آنان نسبت به خبرهای خارجی رادیو (صدای جمهوری اسلامی ایران) است.

$$t = 2/67, df = 179, p < 0/01$$

۳- میزان اعتماد دانشجویان به خبرهای خارجی رادیو (صدای جمهوری اسلامی ایران) بیشتر از میزان اعتماد آنان به خبرهای خارجی است که از طریق دوستان و بستگان برای آنان نقل می‌شود.

$$t = 5/57, df = 179, p < 0/001$$

۴- میزان اعتماد دانشجویان به خبرهای خارجی تلویزیون (سیمای جمهوری اسلامی ایران) بیشتر از میزان اعتماد آنان به خبرهای خارجی است که از طریق دوستان و بستگان برای آنان نقل می‌شود.

$$t = 6/18, df = 178, p < 0/001$$

۵- میزان اعتماد دانشجویان به خبرهای خارجی روزنامه‌های کشور بیشتر از میزان

اعتماد آنان نسبت به خبرهای خارجی است که از طریق دوستان و بستگان برای آنان نقل می‌شود.

$$t = ۶/۸۱, df = ۱۷۶, p < ۰/۰۰۱$$

بنابراین در مورد خبرهای خارجی نیز ملاحظه می‌شود که میزان اعتماد دانشجویان نسبت به خبرهای خارجی رسانه‌ها بیشتر از خبرهای خارجی است که از طریق ارتباط میان فردی در اختیار آنان قرار می‌گیرد. در بین رسانه‌ها همان‌طور که ملاحظه می‌شود، میزان اعتماد آنان به خبرهای خارجی تلویزیون بیشتر از رادیو است. مقایسه موارد دیگر، تفاوت معنی‌داری را نشان نمی‌دهد.

محاسبه ضریب همبستگی پیرسون بین میزان اعتماد پاسخگویان نسبت به اخبار داخلی و خارجی رسانه‌های داخلی و همچنین نسبت به اخباری که از طریق دوستان به آنان می‌رسد در جدول شماره ۵، مشخص شده است.

همان‌طور که این جدول نشان می‌دهد، بین میزان اعتماد پاسخگویان نسبت به اخبار داخلی و خارجی رسانه‌ها (رادیو، تلویزیون و روزنامه) همبستگی مثبت و معنی‌داری وجود دارد. در حالی که مقایسه بین میزان اعتماد پاسخگویان نسبت به اخبار داخلی و خارجی رسانه‌ها و اخبار داخلی و خارجی که از طریق دوستان و بستگان به آنان می‌رسد همبستگی معنی‌داری وجود ندارد و در اکثر موارد در جهت منفی نیز هست، مقایسه ضریب همبستگی بین میزان اعتماد پاسخگویان به اخبار داخلی و خارجی که از طریق دوستان و بستگان به آنان می‌رسد برابر $r = ۰/۷۲$ است که نشان می‌دهد پاسخگویان، تفاوت فاحشی بین اخبار رسانه‌های کشور و اخباری که طریق دوستان و بستگان دریافت می‌کنند، قائلند.

توجه به این نکته ضروری است که میزان اعتماد دانشجویان نسبت به خبرهای داخلی و خارجی رسانه‌ها با توجه به مقیاس ۵ درجه‌ای لیکرت در حد متوسط و کمتر است.

جدول شماره ۵

ضریب همبستگی بین میزان اعتماد به اخبار داخلی و خارجی رسانه ها و دوستان *

۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	متغیرها
۱/۰۰۰۰	۰/۸۸۹۱**	۰/۵۳۳۶**	۰/۶۸۸۶**	۰/۵۶۷۴**	۰/۳۹۵۸**	-۰/۱۳۰۳	-۰/۰۸۱۳	۱- اخبار داخلی رادیو
	۱/۰۰۰۰	۰/۵۵۲۶**	۰/۵۷۳۷**	۰/۵۸۲۴**	۰/۳۸۸۰**	-۰/۱۶۴۸	-۰/۱۰۷۰	۲- اخبار داخلی تلویزیون
		۱/۰۰۰۰	۰/۳۸۵۸**	۰/۳۰۰۸**	۰/۵۰۱۵**	-۰/۰۳۳۷	۰/۰۳۴۹	۳- اخبار داخلی روزنامه
			۱/۰۰۰۰	۰/۸۶۶۴**	۰/۶۶۳۶**	-۰/۰۱۹۰	۰/۰۵۰۴	۴- اخبار خارجی رادیو
				۱/۰۰۰۰	۰/۷۰۴۲**	-۰/۰۳۷۳	۰/۰۰۵۶	۵- اخبار خارجی تلویزیون
					۱/۰۰۰۰	۰/۰۳۲۷	-۰/۰۵۷۰	۶- اخبار خارجی روزنامه
						۱/۰۰۰۰	۰/۷۲۱۷**	۷- اخبار داخلی دوستان
							۱/۰۰۰۰	۸- اخبار خارجی دوستان

* سطح معنی دار به صورت دو سویه: ** ۰/۰۰۱ تعداد: ۱۷۶

۴- خبرهای رادیوهای فارسی زبان بیگانه

سؤال: میزان اعتماد دانشجویان نسبت به خبرهای مربوط به ایران و خارجی رادیوهای فارسی زبان بیگانه به چه اندازه است؟ آیا تفاوت معنی داری بین میزان اعتماد آنان نسبت به هر یک از رسانه ها مشاهده می شود؟

جدول شماره ۶، میانگین میزان اعتماد دانشجویان را نسبت به خبرهای مربوط به ایران و خبرهای خارجی که از سوی رادیوهای فارسی زبان بیگانه پخش می شود، نشان می دهد. در مقایسه رادیوها، دانشجویان نسبت به خبرهای مربوط به ایران ($\bar{x}=2/61$) و خبرهای خارجی ($\bar{x}=2/76$) رادیو بی. بی. سی بیشترین اعتماد و نسبت به خبرهای مربوط به ایران ($\bar{x}=2/14$) و خبرهای خارجی رادیو اسرائیل ($\bar{x}=2/32$) کمترین اعتماد را دارند. برای پاسخ به سؤالات مطرح شده، در هر مورد، آزمون ۱ برای مقایسه خبرهای داخلی و خارجی بین پاسخهای دانشجویان در مورد میزان اعتماد آنان به اخبار رادیوهای فارسی زبان بیگانه و همچنین اخباری که از طریق دوستان و بستگان به آنان می رسد دو به دو مقایسه شد که نتیجه به شرح زیر است:

جدول شماره ۶

میانگین، انحراف استاندارد و واریانس میزان اعتماد دانشجویان نسبت به اخبار رادیوهای فارسی زبان بیگانه*

میانگین	انحراف استاندارد	واریانس	حدّ اقل	حدّ اکثر	تعداد	معتبرها
۲/۳۷	۱/۰۵	۱/۰۹	۱	۵	۱۲۹	۱- اعتماد به اخبار ایران صدای آمریکا
۲/۶۱	۱/۰۹	۱/۱۹	۱	۵	۱۳۷	۲- اعتماد به اخبار ایران رادیو بی. بی. سی
۲/۱۴	۱/۱۳	۱/۳۷	۱	۵	۱۱۱	۳- اعتماد به اخبار ایران صدای اسرائیل
۲/۵۵	۱/۱۶	۱/۳۴	۱	۵	۷۶	۴- اعتماد به اخبار ایران صدای آلمان
۲/۶۲	۱/۰۱	۱/۰۲	۱	۵	۱۰۶	۵- اعتماد به اخبار خارجی صدای آمریکا
۲/۳۲	۱/۰۹	۱/۱۹	۱	۵	۹۸	۶- اعتماد به اخبار خارجی صدای اسرائیل
۲/۷۶	۱/۰۹	۱/۱۹	۱	۵	۱۱۱	۷- اعتماد به اخبار خارجی رادیو بی. بی. سی
۲/۷۲	۱/۰۱	۱/۰۳	۱	۵	۷۶	۸- اعتماد به اخبار خارجی صدای آلمان

* چون برخی از پاسخگویان به برخی از سؤالات پاسخ ندادند، لذا تعداد موارد در هر مورد متفاوت است. در آزمونهای ۱ که تفاوت بین میانگین، محاسبه شده است نیز، تفاوت مقدار «درجه آزادی» به همین علت است.

۴-۱ مقایسه خبرهای ایران رادیوهای فارسی زبان بیگانه

۱- میزان اعتماد دانشجویان نسبت به خبرهای مربوط به ایران که از رادیو بی. بی. سی پخش می شود، بیشتر از میزان اعتماد آنان نسبت به خبرهای ایران صدای آمریکا است.

$$t = 2/12, df = 113, p < 0/05$$

۲- میزان اعتماد دانشجویان نسبت به خبرهای مربوط به ایران که از رادیو صدای آمریکا پخش می شود، بیشتر از میزان اعتماد آنان نسبت به خبرهای ایران رادیو اسرائیل است.

$$t = 3/18, df = 107, p < 0/005$$

۳- میزان اعتماد دانشجویان نسبت به خبرهای مربوط به ایران که از رادیو بی. بی. سی پخش می شود، بیشتر از میزان اعتماد آنان نسبت به خبرهای ایران رادیو اسرائیل است.

$$t = 4/89, df = 106, p < 0/001$$

۴- میزان اعتماد دانشجویان نسبت به خبرهای مربوط به ایران که از رادیو صدای آلمان پخش می شود، بیشتر از میزان اعتماد آنان نسبت به خبرهای ایران رادیو اسرائیل است.

$$t = 3/40, df = 75, p < 0/001$$

بر اساس آزمون t، مقایسه میزان اعتماد دانشجویان نسبت به خبرهای مربوط به ایران در سایر رادیوها تفاوت معنی داری را نشان نمی دهد.

۴-۲ مقایسه خبرهای خارجی رادیوهای فارسی زبان بیگانه

۱- میزان اعتماد دانشجویان نسبت به خبرهای خارجی رادیو صدای آمریکا، بیشتر از میزان اعتماد آنان نسبت به خبرهای خارجی رادیو اسرائیل است.

$$t = 2/99, df = 91, p < 0/005$$

۲- میزان اعتماد دانشجویان نسبت به خبرهای خارجی صدای آمریکا، بیشتر از میزان اعتماد آنان نسبت به خبرهای خارجی رادیو آلمان است.

$$t = 2/99, df = 91, p < 0/005$$

۳- میزان اعتماد دانشجویان نسبت به خبرهای خارجی رادیوی بی.بی.سی بیشتر از میزان اعتماد آنان نسبت به خبرهای خارجی رادیو اسرائیل است.

$$t = 4/77, df = 93, p < 0/001$$

۴- میزان اعتماد دانشجویان نسبت به خبرهای خارجی رادیو آلمان بیشتر از میزان اعتماد آنان نسبت به خبرهای خارجی رادیو اسرائیل است.

$$t = 4/98, df = 74, p < 0/001$$

بر اساس آزمون t ، مقایسه میزان اعتماد دانشجویان نسبت به خبرهای خارجی در سایر رادیوها، تفاوت معنی داری را نشان نمی دهد.

جدول شماره ۷ ضریب همبستگی بین میزان اعتماد دانشجویان را نسبت به اخبار ایران و اخبار خارجی که از طریق رادیوهای فارسی زبان بیگانه پخش می شود، نشان می دهد. این جدول نشان می دهد که بالاترین ضریب همبستگی ($r=0/73$) بین اخبار ایران صدای امریکا و رادیو آلمان وجود دارد. همچنین، بالاترین ضریب همبستگی در خصوص اخبار خارجی بین رادیو امریکا و رادیو آلمان ($r=0/74$) مشاهده شده است. به عبارت دیگر میزان اعتماد پاسخگویان نسبت به اخبار مربوط به ایران و سایر کشورها از رادیو آلمان و رادیو امریکا مشابه است. اگر چه اعتماد دانشجویان نسبت به اخبار ایران و خارجی رادیوهای فارسی زبان بیگانه در حد متوسط است، با وجود این در بین رادیوهای فارسی زبان بیگانه، رادیو بی.بی.سی بالاترین میانگین میزان اعتماد را نسبت به اخبار مربوط به ایران ($\bar{x}=2/59$) و اخبار خارجی ($\bar{x}=2/69$) داراست.

جدول شماره ۷

ضریب همبستگی بین میزان اعتماد دانشجویان نسبت به اخبار ایران و خارجی رادیوهای فارسی زبان بیگانه*

۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	متغیرها
۱/۰۰۰۰	۰/۷۱۲۴**	۰/۶۳۱۰**	۰/۷۳۸۶**	۰/۶۳۰۹**	۰/۶۳۱۳**	۰/۷۲۱۸**	۰/۷۴۲۵**	۱- اخبار ایران صدای آمریکا
	۱/۰۰۰۰	۰/۵۲۲۸**	۰/۵۸۲۸**	۰/۶۰۰۸**	۰/۳۷۷۵**	۰/۷۹۹۶**	۰/۵۱۱۳**	۲- اخبار ایران رادیو بی. بی. سی
		۱/۰۰۰۰	۰/۶۲۵۷**	۰/۵۶۷۰**	۰/۷۸۲۶**	۰/۵۶۲۶**	۰/۵۶۴۴**	۳- اخبار ایران رادیو اسرائیل
			۱/۰۰۰۰	۰/۵۷۱۷**	۰/۵۹۷۴**	۰/۶۱۳۸**	۰/۸۵۱۱**	۴- اخبار ایران رادیو آلمان
				۱/۰۰۰۰	۰/۶۸۲۸**	۰/۷۰۰۸**	۰/۷۴۲۷**	۵- اخبار خارجی صدای آمریکا
					۱/۰۰۰۰	۰/۶۹۴۱**	۰/۶۹۷۸**	۶- اخبار خارجی رادیو اسرائیل
						۱/۰۰۰۰	۰/۶۹۲۶**	۷- اخبار خارجی رادیو بی. بی. سی
							۱/۰۰۰۰	۸- اخبار خارجی رادیو آلمان

* سطح معنی دار به صورت دو سویه: ** ۰/۰۱ تعداد: ۶۸

۵- بررسی تطبیقی عوامل مؤثر در شکل‌گیری عقاید، نگرشها و رفتار مخاطبان

همان‌طور که اشاره شد، بررسی‌های گوناگون نشان می‌دهد که عوامل مختلف در شکل‌گیری عقاید، نگرشها و رفتار افراد مؤثر است. در این تحقیق که توجه اصلی آن معطوف به متغیرهای ارتباطی است، عواملی مانند برنامه‌های رادیو، تلویزیون و مطالب روزنامه‌ها، مجله‌ها و کتابها و غیره مورد پرسش قرار گرفت.

جدول شماره ۸، میانگین، انحراف استاندارد و واریانس عوامل مؤثر در شکل‌گیری عقاید، نگرشها و رفتار دانشجویان را نشان می‌دهد. نگاهی به این جدول نشان می‌دهد که میانگین تأثیر کتابهای منتشر شده از سایر عوامل بیشتر، و میانگین تأثیر برنامه‌های رادیوهای فارسی زبان بیگانه از همه کمتر است. نتیجه مقایسه عوامل مختلف به شرح زیر است:

الف - مقایسه تأثیر برنامه‌های رادیو و سایر عوامل در شکل‌گیری عقاید، نگرشها و رفتار دانشجویان

۱- دانشجویان معتقدند که برنامه‌های تلویزیون (سیمای جمهوری اسلامی ایران) بیشتر از برنامه‌های رادیو (صدای جمهوری اسلامی ایران) در شکل‌گیری عقاید، نگرشها و رفتار آنان تأثیر دارد.

$$t = 3/37, df = 166, p < 0/001$$

۲- دانشجویان معتقدند که برنامه‌های رادیو (صدای جمهوری اسلامی ایران) بیشتر از مطالب روزنامه‌های کشور در شکل‌گیری عقاید، نگرشها و رفتار آنان تأثیر دارد.

$$t = 3/21, df = 172, p < 0/002$$

۳- دانشجویان معتقدند که برنامه‌های رادیو (صدای جمهوری اسلامی ایران) بیشتر از برنامه‌های رادیوهای فارسی زبان بیگانه در شکل‌گیری عقاید، نگرشها و رفتار آنان تأثیر دارد.

$$t = 3/55, df = 149, p < 0/001$$

۴- دانشجویان معتقدند که گفت و گو و معاشرت با دوستان و بستگان بیشتر از برنامه‌های رادیو (صدای جمهوری اسلامی ایران) در شکل‌گیری عقاید، نگرشها و رفتار آنان تأثیر دارد.

$$t = 3/50, df = 170, p < 0/001$$

جدول شماره ۸

میانگین، انحراف استاندارد و واریانس عوامل مؤثر در شکل‌گیری عقاید، نگرشها، و رفتار دانشجویان

میانگین	انحراف استاندارد	واریانس	حد اقل	حد اکثر	تعداد	متغیرها
۲/۶۵	۱/۱۱	۱/۲۲	۱	۵	۱۷۶	۱- تأثیر رادیو بر نگرشها
۲/۸۱	۱/۱۸	۱/۳۹	۱	۵	۱۷۱	۲- تأثیر تلویزیون بر نگرشها
۲/۸۶	۱/۱۱	۱/۲۴	۱	۵	۱۷۷	۳- تأثیر روزنامه بر نگرشها
۲/۸۳	۱/۱۲	۱/۲۵	۱	۵	۱۶۱	۴- تأثیر مجله‌های داخلی بر نگرشها
۲/۱۳	۱/۰۸	۱/۱۷	۱	۵	۱۵۱	۵- تأثیر رادیوهای بیگانه بر نگرشها
۳/۰۴	۱/۱۲	۱/۲۶	۱	۵	۱۷۶	۶- تأثیر دوستان بر نگرشها
۲/۱۵	۱/۱۸	۱/۳۹	۱	۵	۱۲۰	۷- تأثیر مجله‌های خارجی بر نگرشها
۳/۳۸	۰/۹۹	۰/۹۷	۱	۵	۱۶۴	۸- تأثیر کتابها بر نگرشها
۲/۸۲	۱/۱۵	۱/۳۲	۱	۵	۱۷۰	۹- تأثیر فیلمهای داخلی بر نگرشها
۲/۶۹	۱/۱۷	۱/۳۲	۱	۵	۱۶۰	۱۰- تأثیر فیلمهای خارجی بر نگرشها

۵- دانشجویان معتقدند که برنامه های رادیو (صدای جمهوری اسلامی ایران) بیشتر از مطالعه مجله های خارجی در شکل گیری عقاید، نگرشها و رفتار آنان تأثیر دارد.

$$t = 3/19, df = 118, p < 0/002$$

۶- دانشجویان معتقدند که مطالعه کتابهای منتشر شده در داخل کشور، بیشتر از برنامه های رادیو (صدای جمهوری اسلامی ایران) در شکل گیری عقاید، نگرشها و رفتار آنان تأثیر دارد.

$$t = 7/20, df = 158, p < 0/001$$

دانشجویان همچنین تفاوتی بین برنامه های رادیو (صدای جمهوری اسلامی ایران) و تماشای فیلمهای داخلی و یا خارجی در شکل گیری عقاید، نگرشها و رفتار خود مشاهده نمی کنند.

ب - مقایسه تأثیر برنامه های تلویزیون و سایر عوامل در شکل گیری عقاید، نگرشها و رفتار دانشجویان

۱- دانشجویان معتقدند که برنامه های تلویزیون (سیمای جمهوری اسلامی ایران) بیشتر از برنامه های رادیوهای فارسی زبان بیگانه در شکل گیری عقاید، نگرشها و رفتار آنان تأثیر دارد.

$$t = 5/24, df = 140, p < 0/001$$

۲- دانشجویان معتقدند که برنامه های تلویزیون (سیمای جمهوری اسلامی ایران) بیشتر از مطالعه مجله های خارجی در شکل گیری عقاید، نگرشها و رفتار آنان تأثیر دارد.

$$t = 4/84, df = 113, p < 0/001$$

۳- دانشجویان معتقدند که مطالعه کتابهای منتشر شده در داخل کشور، بیشتر از برنامه های تلویزیون (سیمای جمهوری اسلامی ایران) در شکل گیری عقاید، نگرشها و رفتار آنان تأثیر دارد.

$$t = 4/67, df = 151, p < 0/001$$

ج - مقایسه تأثیر مطالب روزنامه‌ها و سایر عوامل در شکل‌گیری عقاید، نگرشها و رفتار دانشجویان

۱- دانشجویان معتقدند که مطالعه روزنامه‌های کشور، بیشتر از مطالعه مجله‌های منتشر شده در داخل کشور در شکل‌گیری عقاید، نگرشها و رفتار آنان تأثیر دارد.

$$t = 2/41, df = 158, p < 0/02$$

۲- دانشجویان معتقدند که مطالعه روزنامه‌های کشور، بیشتر از برنامه‌های رادیوهای فارسی زبان بیگانه در شکل‌گیری عقاید، نگرشها و رفتار آنان تأثیر دارد.

$$t = 5/88, df = 148, p < 0/001$$

۳- دانشجویان معتقدند که مطالعه روزنامه‌های کشور، بیشتر از مطالعه مجله‌های خارجی در شکل‌گیری عقاید، نگرشها و رفتار آنان تأثیر دارد.

$$t = 4/52, df = 118, p < 0/001$$

۴- دانشجویان معتقدند که مطالعه کتابهای منتشرشده در داخل کشور بیشتر از روزنامه‌های کشور در شکل‌گیری عقاید، نگرشها و رفتار آنان تأثیر دارد.

$$t = 4/18, df = 159, p < 0/001$$

۵- دانشجویان معتقدند که مطالعه روزنامه‌های کشور، بیشتر از تماشای فیلمهای خارجی در داخل کشور در شکل‌گیری عقاید، نگرشها و رفتار آنان تأثیر دارد.

$$t = 2/01, df = 158, p < 0/05$$

دانشجویان تفاوتی بین مطالعه روزنامه‌های کشور و تماشای فیلمهای داخلی در شکل‌گیری عقاید، نگرشها و رفتار خود نمی‌بینند.

د- مقایسه تأثیر مطالب مجله‌های چاپ شده در کشور و سایر عوامل در شکل‌گیری عقاید، نگرشها و

رفتار دانشجویان

۱- دانشجویان معتقدند که مطالعه مطالب چاپ شده در مجله‌های کشور، بیشتر از برنامه‌های رادیوهای فارسی زبان بیگانه در شکل‌گیری عقاید، نگرشها و رفتار آنان تأثیر دارد.

$$t = ۴/۸۳, df = ۱۳۷, p < ۰/۰۰۱$$

۲- دانشجویان معتقدند که گفت و گو و معاشرت با دوستان و بستگان، بیشتر از مطالب چاپ شده در مجله‌های کشور در شکل‌گیری عقاید، نگرشها و رفتار آنان تأثیر دارد.

$$t = ۲/۲۴, df = ۱۵۶, p < ۰/۰۳$$

۳- دانشجویان معتقدند که مطالعه مطالب چاپ شده در مجله‌های کشور، بیشتر از مطالعه مطالب مجله‌های خارجی در شکل‌گیری عقاید، نگرشها و رفتار آنان تأثیر دارد.

$$t = ۴/۳۰, df = ۱۱۳, p < ۰/۰۰۱$$

۴- دانشجویان معتقدند که مطالب کتابهای منتشر شده در کشور، بیشتر از مطالب چاپ شده در مجله‌های کشور در شکل‌گیری عقاید، نگرشها و رفتار آنان تأثیر دارد.

$$t = ۶/۷۰, df = ۱۴۴, p < ۰/۰۰۱$$

۵- مقایسه تأثیر برنامه‌های رادیوهای بیگانه و سایر عوامل در شکل‌گیری عقاید، نگرشها و رفتار

دانشجویان

۱- دانشجویان معتقدند که گفت و گو و معاشرت با دوستان و بستگان، بیشتر از برنامه‌های رادیوهای فارسی زبان بیگانه در شکل‌گیری عقاید، نگرشها و رفتار آنان تأثیر دارد.

$$t = ۷/۴۴, df = ۱۴۸, p < ۰/۰۰۱$$

۲- دانشجویان معتقدند که مطالعه مطالب کتابهای چاپ شده در کشور، بیشتر از برنامه‌های رادیوهای فارسی زبان بیگانه در شکل‌گیری عقاید، نگرشها و رفتار آنان تأثیر دارد.

$$t = ۹/۷۸, df = ۱۳۹, p < ۰/۰۰۱$$

۳- دانشجویان معتقدند که تماشای فیلمهای سینمایی تولید داخل، بیشتر از برنامه‌های رادیوهای فارسی زبان بیگانه در شکل‌گیری عقاید، نگرشها و رفتار آنان تأثیر دارد.

$$t = ۵/۰۶, df = ۱۴۵, p < ۰/۰۰۱$$

۴- دانشجویان معتقدند که تماشای فیلمهای سینمایی تولید خارج، بیشتر از برنامه‌های

رادیوهای فارسی زبان بیگانه در شکل گیری عقاید، نگرشها و رفتار آنان تأثیر دارد.

$$t = 4/59, df = 138, p < 0/001$$

و- مقایسه تأثیر گفت و گو و معاشرت با دوستان و بستگان و سایر عوامل در شکل گیری عقاید، نگرشها و

رفتار دانشجویان

۱- دانشجویان معتقدند که گفت و گو و معاشرت با دوستان و بستگان، بیشتر از مطالعه

مطالب مجله های خارجی در شکل گیری عقاید، نگرشها و رفتار آنان تأثیر دارد.

$$t = 5/72, df = 118, p < 0/001$$

۲- دانشجویان معتقدند که مطالعه کتابهای منتشر شده در کشور، بیشتر از گفت و گو و

معاشرت با دوستان و بستگان در شکل گیری عقاید، نگرشها و رفتار آنها تأثیر دارد.

$$t = 3/29, df = 160, p < 0/001$$

۳- دانشجویان معتقدند که گفت و گو و معاشرت با دوستان و بستگان، بیشتر از تماشای

فیلمهای سینمایی تولید داخل در شکل گیری عقاید، نگرشها و رفتار آنها تأثیر دارد.

$$t = 2/11, df = 166, p < 0/04$$

۴- دانشجویان معتقدند که گفت و گو و معاشرت با دوستان و بستگان، بیشتر از تماشای

فیلمهای سینمایی تولید خارج در شکل گیری عقاید، نگرشها و رفتار آنان تأثیر دارد.

$$t = 2/91, df = 157, p < 0/004$$

ز- مقایسه تأثیر مطالعه مجله های خارجی و سایر عوامل در شکل گیری عقاید، نگرشها و رفتار دانشجویان

۱- دانشجویان معتقدند که مطالعه کتابهای منتشر شده در کشور، بیشتر از مجله های

خارجی در شکل گیری عقاید، نگرشها و رفتار آنان تأثیر دارد.

$$t = 8/63, df = 114, p < 0/001$$

۲- دانشجویان معتقدند که تماشای فیلمهای سینمایی تولید داخل، بیشتر از مجله های

خارجی در شکل‌گیری عقاید، نگرشها و رفتار آنان تأثیر دارد.

$$t = 4/76, df = 118, p < 0/001$$

۳- دانشجویان معتقدند که تماشای فیلمهای سینمایی تولید خارج، بیشتر از مجله‌های خارجی در شکل‌گیری عقاید، نگرشها و رفتار آنان تأثیر دارد.

$$t = 4/64, df = 116, p < 0/001$$

ح - مقایسه تأثیر مطالعه کتابهای منتشر شده در کشور و سایر عوامل در شکل‌گیری عقاید، نگرشها و رفتار

دانشجویان

۱- دانشجویان معتقدند که مطالعه کتابهای منتشر شده در کشور، بیشتر از فیلمهای سینمایی تولید داخلی در شکل‌گیری عقاید، نگرشها و رفتار آنان تأثیر دارد.

$$t = 6/19, df = 157, p < 0/001$$

۲- دانشجویان معتقدند که مطالعه کتابهای منتشر شده در کشور، بیشتر از فیلمهای سینمایی تولید خارج در شکل‌گیری عقاید، نگرشها و رفتار آنان تأثیر دارد.

$$t = 6/55, df = 149, p < 0/001$$

مقایسه سایر موارد، تفاوت معنی‌داری را نشان نمی‌دهد.

جدول شماره ۹. ضریب همبستگی پیرسون را بین عوامل مختلف در شکل‌گیری عقاید، نگرشها و رفتار دانشجویان نشان می‌دهد. همان‌طور که در این جدول ملاحظه می‌شود، پاسخگویان مشابهتهای زیر را بین عوامل گوناگون متصور شده‌اند:

- بین برنامه‌های تلویزیون (سیمای جمهوری اسلامی ایران) و برنامه‌های رادیو (صدای

$$r = 0/5575 \text{ (جمهوری اسلامی ایران)}$$

- بین برنامه‌های تلویزیون (سیمای جمهوری اسلامی ایران) و تماشای فیلمهای داخلی

$$r = 0/6095$$

- بین مطالب روزنامه‌های کشور و مطالعه مجله‌های داخلی $r = 0/5727$

- بین برنامه های رادیوهای فارسی زبان بیگانه و مجله های خارجی $r=0/4156$

- بین کتابهای چاپ شده داخلی و مجله های کشور $r=0/4469$

- بین فیلمهای خارجی و فیلمهای داخلی $r=0/5033$

همچنین، معاشرت با دوستان و بستگان با هیچ یک از عوامل دیگر، همبستگی معنی داری ندارد. به عبارت دیگر، تأثیر دوستان و بستگان با عوامل مرتبط به ارتباط جمعی مشابهتی ندارد.

۶- خیرجویی از رویداد جدید

در دو قسمت از پاسخگویان سؤال شد که اگر بخواهند در مورد یک رویداد داخلی و یا خارجی که تازه اتفاق افتاده باشد، اطلاعات جدید و بیشتری کسب کنند، ترجیح می دهند این اطلاعات را در درجه اول از کدام یک از منابع زیر کسب کنند:

- روزنامه های کشور

- رادیو (صدای جمهوری اسلامی ایران)

- تلویزیون (سیمای جمهوری اسلامی ایران)

- رادیوهای فارسی زبان خارجی

- دوستان، افراد فامیل

- سایر منابع

جدول شماره ۹

ضریب همبستگی بین عوامل مختلف در شکل گیری عقاید، نگرشها و رفتار دانشجویان *

۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	متغیرها
۱/۰۰۰۰	۰/۵۵۷۵**	۰/۳۳۲۱*	۰/۲۰۸۴	۰/۰۲۸۷	۰/۱۰۵۳	۰/۰۳۳۵	۰/۱۱۰۶	۰/۲۹۰۵*	۰/۱۲۶۷	۱- برنامه های رادیو ایران
	۱/۰۰۰۰	۰/۳۲۲۲**	۰/۲۹۲۸*	۰/۰۸۹۵	۰/۰۹۱۸	۰/۰۹۰۷	۰/۱۷۵۷	۰/۶۰۹۶**	۰/۲۲۹۴	۲- برنامه های تلویزیون ایران
		۱/۰۰۰۰	۰/۵۷۲۷**	۰/۰۵۶۶	۰/۰۰۹۱	۰/۰۳۲۲	۰/۳۰۱۶*	۰/۲۸۷۵*	۰/۰۷۶۸	۳- مطالب روزنامه های کشور
			۱/۰۰۰۰	۰/۱۱۵۵	-/۰۰۹۰	۰/۲۹۶۶*	۰/۲۴۶۹**	۰/۳۱۱۸*	۰/۳۳۱۴*	۴- مطالب مجله های کشور
				۱/۰۰۰۰	۰/۱۰۸۴	۰/۲۱۵۶**	۰/۰۳۹۳	۰/۱۸۵۵	۰/۳۶۰۴**	۵- برنامه های رادیو های بیگانه
					۱/۰۰۰۰	۰/۱۹۷۲	۰/۱۷۶۲	۰/۱۷۷۰	۰/۲۲۳۲	۶- معاشرت با دوستان و بستگان
						۱/۰۰۰۰	۰/۱۷۲۳	۰/۲۵۲۷	۰/۳۹۵۶**	۷- مطالعه مجله های خارجی
							۱/۰۰۰۰	۰/۳۳۱۵*	۰/۲۱۷۷	۸- مطالعه کتابهای چاپ شده
								۱/۰۰۰۰	۰/۵۰۳۳**	۹- تماشاى فیلمهای داخلی
									۱/۰۰۰۰	۱۰- تماشاى فیلمهای خارجی

الف - اخبار داخلی : در خصوص کسب اطلاعات جدید و بیشتر در مورد یک رویداد داخلی ، حدود یک سوم از پاسخگویان ، روزنامه‌های کشور را برای کسب اطلاعات بیشتر در مورد یک رویداد داخلی که به تازگی اتفاق افتاده است، نسبت به سایر منابع ترجیح می‌دهند. در حالی که بیش از نیمی از پاسخگویان به روزنامه و تلویزیون در این مورد مراجعه می‌کنند، رادیو صدای جمهوری اسلامی ایران بعد از رادیوهای فارسی زبان بیگانه قرار دارد و ارتباط میان فردی در این بین نقش مهمی را دارا نیست. جدول شماره ۱۰، تعداد و درصد موارد مختلف را نشان می‌دهد.

جدول شماره ۱۰

منابع کسب اطلاعات بیشتر در مورد یک رویداد داخلی

منابع	تعداد	درصد
۱- روزنامه های کشور	۵۳	۳۰/۳
۲- رادیو (صدای جمهوری اسلامی ایران)	۲۸	۱۶/۰
۳- تلویزیون (سیمای جمهوری اسلامی ایران)	۴۲	۲۴/۰
۴- رادیوهای فارسی زبان خارجی	۳۷	۲۱/۱
۵- دوستان ، افراد فامیل	۱۰	۵/۷
۶- سایر منابع	۵	۲/۷
جمع	۱۷۵	۱۰۰/۰
بدون پاسخ	۱۲	

انتخاب روزنامه به عنوان وسیله‌ای برای کسب اطلاعات بیشتر نسبت به رادیو با توانایی لحظه ای آن برای انعکاس رویدادهای جدید، نشانه دارا بودن تصویر منفی از این رسانه در انعکاس به موقع رویدادها و مشابه دانستن آن با روزنامه است.

ب- اخبار خارجی : برای کسب اطلاعات جدید و بیشتر در مورد یک رویداد خارجی که به تازگی رخ داده است، پاسخگویان به ترتیب رادیوهای فارسی زبان بیگانه و تلویزیون و روزنامه‌های کشور را به عنوان منابع مورد نظر انتخاب می‌کنند. همان طور که جدول

شماره ۱۱، نشان می‌دهد در حالی که بیش از ۷۰ درصد از پاسخگویان به این سه رسانه روی می‌آورند، رادیوی کشور به عنوان منبع کسب اطلاعات بیشتر درباره یک رویداد خارجی، حدود ۱۸/۳ درصد از پاسخگویان را به خود جلب می‌کند و ارتباط میان فردی در این میان نقش چندان مهمی را ایفا نمی‌کند. کمتر از ۱۰ درصد از پاسخگویان برای کسب اطلاعات بیشتر به دوستان و منابع دیگر روی می‌آورند.

جدول شماره ۱۱

منابع کسب اطلاعات بیشتر در مورد یک رویداد خارجی

درصد	تعداد	منابع
۲۲/۲	۴۰	۱- روزنامه‌های کشور
۱۸/۳	۳۳	۲- رادیو (صدای جمهوری اسلامی ایران)
۲۵/۰	۴۵	۳- تلویزیون (سیمای جمهوری اسلامی ایران)
۲۵/۶	۴۶	۴- رادیوهای فارسی زبان بیگانه
۶/۱	۱۱	۵- دوستان، افراد فامیل
۲/۷	۵	۶- سایر منابع
۱۰۰/۰	۱۸۰	جمع
	۷	بدون پاسخ

۷- اعتماد به اخبار متناقض رسانه‌ها

از پاسخگویان سؤال شد که اگر در زمینه یک رویداد داخلی و یا خارجی، خبرهای متناقض دریافت داشتید، محتوای کدام یک از منابع را باور می‌کنید:

- روزنامه‌های کشور
- رادیو (صدای جمهوری اسلامی ایران)
- تلویزیون (سیمای جمهوری اسلامی ایران)
- رادیوهای فارسی زبان خارجی
- دوستان، افراد فامیل

- سایر منابع

جدول شماره ۱۲، منابع معرفی شده در این زمینه را به تفکیک اخبار داخلی و خارجی نشان می‌دهد.

جدول شماره ۱۲

منابع مورد اعتماد در مورد اطلاعات متناقض از یک رویداد*

منابع		داخلی		خارجی	
تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد
۶۱	۳۰/۱۸	۴۰	۲۰/۱۰	۱- روزنامه های کشور	
۲۵	۱۲/۳۸	۲۸	۱۴/۰۷	۲- رادیو (صدای جمهوری اسلامی ایران)	
۳۹	۱۹/۳۱	۵۲	۲۶/۱۳	۳- تلویزیون (سیمای جمهوری اسلامی ایران)	
۴۵	۲۲/۲۸	۵۰	۲۵/۱۳	۴- رادیوهای فارسی زبان خارجی	
۱۵	۷/۴۳	۹	۴/۵۲	۵- دوستان، افراد فامیل	
۱۷	۸/۴۲	۲۰	۱۰/۰۵	۶- سایر منابع	
۲۰۲	۱۰۰/۰	۱۹۹	۱۰۰/۰	جمع	

همان طور که این جدول نشان می‌دهد، در حالی که در خصوص اخبار داخلی، پاسخگویان در درجه اول روزنامه های کشور و در مرحله دوم مطالب رادیوهای فارسی زبان خارجی را باور می‌کنند، در مورد اخبار خارجی، مطالب تلویزیون (سیمای جمهوری اسلامی ایران) را در درجه اول و رادیوهای فارسی زبان خارجی را در درجه دوم قرار می‌دهند. اعتماد به اخبار دوستان و افراد فامیل، کمترین درصد را در جدول شماره ۱۲ داراست. بدیهی است اگر رسانه های داخلی (روزنامه، رادیو و تلویزیون) در انعکاس رویدادهای داخل

* داده‌های جدول بر اساس تعداد پاسخهای چند موردی است.

و خارج، صحت و درستی را در نظر بگیرند و رویدادها را بر اساس اهمیت آن ارزشیابی کنند، از روی آوردن مخاطبان به منابع خارجی، جهت کسب اطلاعات جلوگیری خواهند کرد.

۸- مهمترین عامل مؤثر بر میزان اعتماد دانشجویان نسبت به اخبار رسانه‌های کشور در آخرین قسمت پرسشنامه، در یک سؤال «باز» از پاسخگویان خواسته شد که عوامل مؤثر بر میزان اعتماد مردم را نسبت به اخبار رسانه‌های کشور مشخص کنند. از میان ۱۸۷ دانشجو، ۱۵۸ نفر به این سؤال پاسخ گفتند. پاسخهای آنان در ۱۲ دسته طبقه بندی شد که در جدول شماره ۱۳ ملاحظه می شود. همان طور که این جدول نشان می دهد، حدود سه چهارم از پاسخگویان معتقدند مهمترین عامل اعتماد به اخبار رسانه‌های داخلی، صداقت و درستی در بیان واقعیتها و پرهیز از سانسور مطالب است. بدین ترتیب، دانشجویان بر این باورند که اعتماد مردم به اخبار رادیو، تلویزیون و روزنامه‌های کشور در صورتی به دست می آید که وقایع و رویدادهای کشور را به همان صورتی که اتفاق افتاده است به اطلاع مردم برسانند. استقلال خبری در گزینش خبرها، تازگی خبر، سرعت انتشار، عینیت و بی طرفی از جمله مواردی است که پاسخگویان به آن اشاره داشته‌اند.

جدول شماره ۱۳

مهمترین عامل اعتماد به رسانه‌های داخلی

عوامل	تعداد	درصد
۱- صداقت در بیان واقعیتها	۶۱	۳۸/۶
۲- درستی خبرها - راستگویی	۴۴	۲۷/۸
۳- حذف سانسور مطبوعات	۱۳	۸/۲
۴- اعتماد مردم به حکومت	۶	۳/۸
۵- آزادی مطبوعات - بیان	۵	۳/۲
۶- استقلال خبری	۵	۳/۲
۷- تازگی خبر - سرعت انتشار	۵	۳/۲
۸- وضعیت سیاسی - اجتماعی کشور	۲	۱/۳
۹- عینیت و بی طرفی	۲	۱/۳
۱۰- بموقع خبر دادن	۲	۱/۳
۱۱- آگاهی و اعتماد به نظام	۲	۱/۳
۱۲- سایر موارد	۱۱	۷/۰
جمع	۱۵۸	۱۰۰/۰
بدون پاسخ	۲۹	

خلاصه و نتیجه گیری

این بررسی که به منظور سنجش میزان اعتماد دانشجویان دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی نسبت به اخبار داخلی و خارجی رسانه های جمعی (روزنامه، رادیو و تلویزیون) و ارتباط میان فردی صورت گرفت، موارد زیر را مشخص کرد:

۱- در مورد اخبار داخلی، تفاوت معنی داری بین میزان اعتماد دانشجویان نسبت به خبرهای داخلی رسانه های کشور (رادیو، تلویزیون و روزنامه) مشاهده نمی شود. میانگین میزان اعتماد پاسخگویان در حد متوسط و کمتر است.

۲- در خصوص اخبار خارجی، میزان اعتماد دانشجویان نسبت به خبرهای خارجی تلویزیون (سیمای جمهوری اسلامی ایران) و روزنامه ها، بیش از رادیو (صدای جمهوری اسلامی ایران) است. میزان اعتماد آنان به اخبار سه رسانه (رادیو، تلویزیون و روزنامه) بیش از میزان اعتماد آنان به اخباری است که از طریق ارتباط میان فردی (دوستان و بستگان) به آنان منتقل می شود.

۳- میزان اعتماد دانشجویان نسبت به خبرهای مربوط به ایران که از رادیو بی. بی. سی پخش می شود، بیش از رادیو صدای آمریکا است. همچنین، میزان اعتماد دانشجویان نسبت به اخبار رادیو صدای آمریکا، رادیو بی. بی. سی و رادیو آلمان بیش از رادیو اسرائیل است.

۴- میزان اعتماد دانشجویان نسبت به خبرهای خارجی رادیو صدای آمریکا، بی. بی. سی و آلمان بیش از رادیو اسرائیل است و به رادیو آمریکا بیش از رادیو آلمان در این مورد اعتماد دارند.

۵- دانشجویان معتقدند تأثیر مطالب کتابهای منتشر شده در داخل، بیشترین و رادیوهای فارسی زبان بیگانه، کمترین تأثیر را بر روی عقاید، نگرشها و رفتار آنان در بر دارد.

۶- دانشجویان بر این باورند که بیان واقعیتها، صداقت و راستگویی در انعکاس اخبار، مهمترین عامل اعتماد به اخبار رسانه های کشور است.

پانویسها

1. Naiim Badii, "The Nature of News In Four Dimensions: Normality, Prominence, Singnificance, Reward," (unpublished M. S. Thesis, Oklahoma State University, 1973); Naiim Badii, and Walter J. Ward, "The Nature of News In Four Dimensions, "**Journalism Quarterly**, Vo1. 57, Summer 1980, pp. 243-248; Walter J. Ward, "News Values, News Situations, and News Selections: An Intensive study of Ten city Editors, "(unpublished Ph.D. Dissertation, University of Iowa, 1967); Walter J. Ward, et al., **The Nature of News in Three Dimensionns**, (Stillwater, Okla.: Oklahoma Stste University Press, 1973); Pamela J. Shoemaker, Lucig H. Danielian and Nancy Brendlinger, "Deviant Acts, Risky Business and U.S. Interests: The Newsworthiness of World Events", **Journalims Quarterly**, 68: 781-795 (Winter 1992); Lorenzo E. Carter, "News Values of Editor-Reporters on Five Oklahoma Newspapers, "(unpublished Master's, Thesis, Oklahoma state University, 1970); George R. Rhoades, "News Values and News decisions of Selected Associated Press and United Press International Newsmen in oklahoma," (unpublished Master's Thesis, Oklahoma state university, 1970); L. Erwin Atwood, "How Newsmen and Readers Perceive Each Others' Story Preferences", **Journalism Quarterly**, (Winter 1970), 47: 296-302; Ronald L. Snipes, "News Values and News Decisions of High and Low Authoritarian Editors, "(unpublished Ed. D. Dissertation, oklahoma state University, 1973); Carl F. Galow, "A Comparison of One Newspaper's Editors and Subscribers News Values," (unpublished Ed. D. Dissertation, Oklahoma state University, 1973).
2. Mitchell V. Charneley, "Preliminary Notes on a study of Newspaper

- Accuracy, **Jornalism Quarterly**, 13:394-401, 1936; Carl I. Hovland, Irving L. Janis and Howard H. Kelley, **Communication and Persuasion** (New Haven, Conn.: Yale University Press, 1953; Carl I. Hovland and Walter Weiss, "The Influence of Source Credibility on Communication Effectiveness, " **Public Opinion Quarterly**, 15:635-650.
3. Bruce W. Roper, **Public Attitude Toward Television and Other Media in a Time Of Change**. (New York Television Information Office, 1885.
 4. Joey Regan and Jayne Zenaty, "Local news Credibility: Newspaper Vs. Tv Revisited, " **Journalism Quarterly**, 56: 168-172, 1979; Eugen shaw, "Media Credibility: taking the Measure of a Measure," **Journalism Quarterly**, 50: 306-311, 1973; Ceceilie Gaziano and Kristin McGrath, "The Media Credibility problem: Putting the Research into Perspective, "Paper presented to the American Association of Public Opinion Resarch, Mcaffee, N,J., 1985.
 5. Cecilie Gaziano, "How Credible Is the Credibility Crisis." **Journalism Quarterly**, 65: 267-278, 375 (Summer 1988); Cecilie Gaziano and Kristin McGrath, "Measuring the Concept of Credibility", **Journalism Quarterly**, 63: 451-462 (Autum 1986).
 6. Leslie A. Baxter and John R. Bittner, "High School and College Perception of Media Credibility", **Journalism Quarterly**, 51: 517-520, 1974; Ronald Mulder, "Media Credibility: A Use-Gratification Approach", **Journalism Quarterly**, 57: 474-476, 1980; Charles K. Atkin, "Instrumental Utilities and Information-seeking," In Peter Clarke, ed. **New Models for Mass Communication Research** (Beverly Hills, Calif: Sage, 1973), pp. 206-242; Janet A. Bridges, "Daily Newspaper Managing Editors,

Perceptions of News Media Function," **Journalism Quarterly**, 68: 719-728 (Winter 1991); Walter Fantz, Michael Fitzmaurice and Ed Fink, "Assessing the Active Component of Information-seeking," **Journalism Quarterly**, 68: 630-637 (winter 1991); Douglas J. Kocher and Eugene F. Shaw, "Newspaper Inaccuracies and Reader Perception of Bias", **Journalism Quarterly**, 58: 471-474 (Autumn 1981); Dan Schiller, **Objectivity and the News: The Public and the Rise of Commercial Journalism** (Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1981); Dan Schiller, "An Historical Approach to Objectivity and Professionalism in American News reporting," **Journal of Communication** 29: 46-57 (1979); James W. Tankard Jr. and Michael Ryan, "news Source Perceptions of Accuracy of Science Coverage," **Journalism Quarterly**, 51: 334 (Summer 1974); Gaye Tuchman, **Making News: A Study in the Construction of Reality** (New York: The Free Press 1978).