

# اعتماد و رسانه: بررسی عوامل موثر بر اعتماد به رسانه‌های خبری برون مرزی BBC و VOA فارسی با رویکرد تطبیقی (مورد مطالعه: شهروندان شهر تبریز)

صابر جعفری<sup>۱</sup>

تاریخ پذیرش نهایی: خرداد ۹۸

تاریخ دریافت مقاله: شهریور ۹۷

## چکیده

مقاله حاضر بر اساس اطلاعات مأخوذ از پیمایش بررسی جامعه‌شناختی میزان اعتماد به اخبار رسانه‌های BBC فارسی و VOA فارسی که در شهر تبریز انجام گرفته، تنظیم شده است. جامعه آماری پژوهش کلیه شهروندان شهر تبریز در بازه سنی ۳۴-۱۵ هستند که تعداد آن‌ها در حدود ۵۷۹۶۹۴ بوده و از میان آن‌ها ۴۰۰ نفر به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای به عنوان نمونه آماری تحقیق انتخاب شده‌اند. داده‌ها با استفاده از پرسش‌نامه جمع‌آوری و برای تحلیل داده‌ها از نرم‌افزارهای تحلیلی-آماري SPSS استفاده شده است. بر اساس نتایج توصیفی تحقیق، میزان اعتماد به اخبار BBC فارسی در حد متوسط و میزان اعتماد به اخبار VOA فارسی در حد نسبتاً پایینی قرار داشت. نتایج آزمون t مستقل نشان داد که میزان اعتماد به اخبار BBC و VOA فارسی بر حسب جنسیت پاسخگویان متفاوت است و نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه نشان داد که از میان متغیرهای مستقل تحقیق، جنسیت پاسخگویان و میزان استفاده از رسانه خارجی به عنوان متغیرهای موثر بر میزان اعتماد به اخبار BBC فارسی و VOA فارسی شناسایی شدند.

**واژگان کلیدی:** اعتماد به اخبار، جنسیت، میزان استفاده از رسانه خارجی و ارزیابی مثبت از عملکرد رسانه داخلی، دین‌داری.

1- کارشناس ارشد پژوهشگری علوم اجتماعی، دانشگاه تبریز، آذربایجان غربی، ایران، (نویسنده مسئول)، پست الکترونیک: Saberjafari1369@gmail.com

### مقدمه و بیان مسئله

مسئله اعتماد طی یک دهه اخیر، جایگاه مهمی را در اندیشه جامعه‌شناسی کسب کرده است. این امر در ابتدا مدیون تلاش فکری گسترده لومان (۱۹۷۹) و باربر (۱۹۸۳) بود که پس از آنها ادبیات نظری و تجربی وسیعی در این حوزه به وجود آمد (حسینی، ۱۳۸۹). این مفهوم بر انتظارات و تعهدات اکتسابی و تاییدشده‌ای دلالت می‌کند که به لحاظ اجتماعی افراد نسبت به یکدیگر، نسبت به سازمان‌ها و نهادهای مربوط به زندگی اجتماعی‌شان دارند (ابراهیمی‌لویه، ۱۳۸۵). اعتماد به عنوان عنصری مهم در زندگی جمعی انسان-ها از پایین‌ترین سطوح روابط در خانواده آغاز شده، سپس در سطوح گسترده‌تری مانند خویشاوندان، دوستان و گروه همسالان ادامه یافته و در نهایت در سطح گروه‌ها و نهادهای جامعه تجلی می‌یابد.

از نظر آنتونی گیدنز افراد در جوامع مدرن به نظام‌های تخصصی اعتماد تکیه می‌کنند (گیدنز، ۱۳۸۴). یکی از این نظام‌های تخصصی، نهاد رسانه می‌باشد که لازم است سطح اعتماد به آن در هر جامعه‌ای مورد بررسی قرار بگیرد. اطلاعاتی که اغلب از طریق انواع رسانه‌ها پخش می‌شود پیش از هر چیز شامل اخبار و گزارش‌هایی است که برداشت عموم مردم در برابر واقعیت را شکل می‌دهند. در شرایط امروزی که انسان‌ها با تنوع و تعدد رسانه‌های جمعی در سطح دنیا مواجه هستند، هر رسانه در صدد ربودن گوی سبقت از دیگران در خصوص خبررسانی و شکل‌دهی به افکار عمومی می‌باشد (ساروخانی و همکاران، ۱۳۸۹).

در کشور ما تحولات اجتماعی در سال‌های اخیر، گسترش استفاده از شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای، حجم انبوه اطلاعات و نیازهای خبری مردم، همگی جایی از آن است که رقابت رسانه‌ای جدی بین رسانه ملی (صدا و سیما) و رسانه‌های خبری خارجی مانند BBC فارسی و VOA فارسی در جذب مخاطبین و جلب اعتماد اینان به خود صورت گرفته است. در بین رسانه‌های خارجی فارسی‌زبان، رسانه‌های خبری BBC فارسی و VOA فارسی با استفاده از

تجهیزات حرفه‌ای و نیز حمایت‌های مالی دولت‌های انگلیس و آمریکا توانسته‌اند در مدت کوتاهی نظر اغلب مصرف‌کنندگان رسانه‌های خارجی فارسی زبان بویژه بینندگان شبکه‌های ماهواره‌ای را به خود جلب کنند. به این ترتیب روشن است که با رسانه‌هایی طرف هستیم که از شناخت کافی نسبت به حساسیت‌ها و مشخصات فرهنگی، اجتماعی و سیاسی جامعه برخوردار هستند و تلاش دارند که با به کارگیری برنامه‌ها و تاکتیک‌های خبری مختلف میزان اعتماد مخاطبان بویژه مخاطبان جوان را نسبت به خود افزایش دهند.

از آنجا که اکثر جوانان کشور با توجه نقشی که در آینده کشور از منظر اداره امورات و فعالیت‌ها دارند و قدرت و توانایی که اینان در دامن زدن به تحولات اجتماعی دارا هستند، روشن است که قشر جوان یکی از ارکان اصلی توسعه کشور می‌باشد. در صورتی که باورها و نگرش‌های اجتماعی اینان با قرار گرفتن در معرض این رسانه‌های خارجی تغییر کند و اعتماد لازم به اخبار و رویدادهای مختلف داخل از سوی این رسانه‌ها سلب شود، در آن صورت مخاطبان به سمت این رسانه‌ها می‌روند و نگرش‌های القائی این رسانه‌ها را پذیرا خواهند شد. چرا که این رسانه‌های خارجی با تحلیل‌های متفاوتی که در اختیار مخاطبان جوان قرار می‌دهند به تدریج بخشی از نظام ارزشی آنها را شکل می‌دهند و این نظام ارزشی نیز به نوبه خود نگرش‌های منفی و مثبت اینان نسبت به تمامی امورات مختلف جامعه را تحت تاثیر قرار می‌دهد. وجود اعتماد به هریک از خبرگزاری‌ها به این معناست که فرد برای آن رسانه اعتبار و ارزش قائل شده است (محسنی تیریزی و همکاران، ۱۳۸۸).

با توجه اهمیت موضوع اعتماد به اخبار رسانه‌های BBC و VOA فارسی و تاثیر آن در ابعاد مختلف زندگی اجتماعی، در کنار این که این خبرگزاری‌ها را باید به عنوان یک کلیت در قالب رسانه‌های خبری خارجی (بیگانه) در نظر گرفت، لازم است که برای بررسی حدود اعتماد به این رسانه‌ها، هرکدام را به صورت مستقل و در تطبیق با هم مورد بررسی قرار داد.

ساختار و نهاد مرتبط است (گیدنز به نقل از هزارجریبی و همکاران، ۱۳۹۰) و این اعتماد به ساختارهای انتزاعی از تجارب ما و نیز از دانش روز که از طریق رسانه‌های ارتباطی و منابع دیگر که در دسترس آدم‌های عادی و متخصصان فنی قرار می‌گیرند، تاثیر می‌پذیرند. رسانه‌های جمعی به عنوان یکی از تامین‌کنندگان نقاط اتصال اجتماعی با میزان اعتماد افراد رابطه دارد. گیدنز نوع و جهت تاثیرگذاری بر اعتماد را توضیح نمی‌دهد ولی از نظر گیدنز، ارتباط مستقیم وسایل ارتباط جمعی با اعتماد، به مفهوم «نقاط اتصال یا دسترسی» برمی‌گردد. نقاطی که زمینه رویارویی افراد و سازمان‌ها را فراهم می‌کنند به طوری که می‌توانند موجب تقویت اعتماد و یا سست شدن آن شوند. در این میان، رسانه‌ها می‌توانند به عنوان یکی از تامین‌کنندگان نقاط اتصال به شمار می‌روند (گیدنز به نقل از ذوالفقاری و همکاران، ۱۳۹۱).

**ارزیابی از عملکرد رسانه:** با توجه به این که رسانه خود یک نهاد اجتماعی است، اعتماد به آن در قالب اعتماد نهادی در سطح کلان قابل بررسی است. طبق نظر زتومکا، همه نهادهای جامعه بایستی اعتمادساز و اعتمادآفرین باشند. یعنی این نهادها بایستی ویژگی‌هایی در خود داشته باشند که افراد جامعه بتوانند در ارزیابی از عملکرد آنها نگرش مثبت به آنها داشته و بتوانند به آنها اعتماد کنند. به نظر زتومکا پنج وضعیت ساختاری کلان هستند که منجر به ایجاد فرهنگ اعتماد در جامعه می‌شوند: ۱- همبستگی هنجاری ۲- پایداری نظم اجتماعی ۳- شفافیت سازمان ۴- انس و آشنایی با محیط ۵- پاسخگویی سازمان. (زتومکا ۱۹۹۹ به نقل از ساعی و همکاران، ۱۳۹۲) در توضیح شرط ساختاری وجود شفافیت سازمانی، وی بیان می‌کند که دسترسی به اطلاعات درباره کارکرد، کارایی، پیشرفت، ناکامی و آسیب‌های نهادها، نوعی احساس امنیت و پیش‌بینی‌پذیری به وجود می‌آورد؛ بنابراین شفافیت قابل درک بودن گزارش‌ها برای مردم، اعتماد مردم به آنها را بالا می‌برد؛ در غیر این صورت، یعنی ابهام در کارها و پوشش و رازداری در سازمان‌ها اعتماد مردم را

لذا این مقاله به عنوان یک مطالعه پیمایشی و بر اساس یک نمونه معرف از شهروندان جوان شهر تبریز، به بررسی تطبیقی میزان اعتماد به اخبار شبکه‌های BBC و VOA فارسی و شناخت عوامل موثر بر آن می‌پردازد. به عبارتی پژوهش در پی پاسخ به این سوال برآمده که ابتدا میزان اعتماد شهروندان شهر تبریز به این خبرگزاری‌ها به چه میزان است؟ و ثانيا عواملی همچون جنسیت، میزان استفاده از رسانه‌های خارجی (گیدنز، ۱۹۹۸)، ارزیابی مثبت از عملکرد رسانه داخلی (زتومکا، ۲۰۰۲)، مشارکت مدنی (پاتنام، ۱۹۹۸)، انسجام اجتماعی (دورکیم، ۱۸۹۳ و زتومکا، ۲۰۰۲) و دین‌داری (دورکیم ۱۸۹۳ و گیدنز ۱۹۹۲) تا چه حد بر میزان اعتماد به اخبار منتشره از این رسانه‌ها اثرگذارند؟

### چارچوب نظری تحقیق

#### مبانی نظری تحقیق

در بررسی اندیشه‌های اجتماعی حوزه اعتماد، می‌توان موج جدیدی از علایق جامعه‌شناسی به موضوع اعتماد را در نظریه‌های معاصر ریشه‌یابی کرد. برخی اعتماد را به منزله یک مولفه از مفاهیمی نظیر سرمایه اجتماعی در نظر گرفته و دسته‌ای نیز به طور مستقیم به مفهوم اعتماد پرداخته‌اند. فارغ از این مسائل هدف این تحقیق در این بخش این است که از میان تئوری‌های متعدد موجود در حوزه جامعه‌شناختی مفهوم اعتماد، مناسبترین و کاربردی‌ترین آن‌ها برای تبیین تئوریک موضوع اعتماد به اخبار رسانه‌های BBC و VOA فارسی انتخاب شود. آن نظریاتی که در این تحقیق به عنوان مبانی نظری موضوع مناسب تشخیص داده شدند، نظریات جامعه‌شناختی اعتماد امیل دورکیم، آنتونی گیدنز، رابرت پاتنام و پیترو زتومکا می‌باشند که متغیرهای اثرگذار بر اعتماد از این نظریات برگرفته شده‌اند:

**استفاده از رسانه:** گیدنز (۱۹۷۱)، رسانه‌ها را یکی از نیروهای مهم مدرنیته می‌داند که شبیه ارتباط مردم با یکدیگر و چگونگی سازماندهی کل جوامع را تغییر داده است. از نظر او اعتماد به صورتی بلاواسطه با مفهوم

کاهش می‌دهد (زتومکا ۱۳۸۵ به نقل از حسینی و همکاران، ۱۳۹۰). هم‌چنین در توضیح شرط ساختاری پاسخگویی سازمان‌ها وی بیان می‌کند که ناکارآمدی چنین سازمان‌هایی در قبال پاسخگویی به دادخواهی مردم و این ذهنیت که داوران قابل اتکا و اعتمادی برای پاسخگویی وجود ندارند و یا این‌که دسترسی به آنها ناممکن است و تنها تضمین حقوق هر فرد، در دست خود و متکی به اقدام خودش است، نتیجه آن بی‌اعتمادی و عدم اطمینان خواهد بود (همان، ۱۳۹۰).

**مشارکت مدنی:** رابرت پاتنام (۱۹۹۵) معتقد است آن چه موجب افزایش میزان اعتماد در سطح جامعه می‌شود، میزان مشارکتی است که در قالب همکاری‌های تعاونی و اجتماعی صورت می‌گیرد (پاتنام ۱۹۹۵ به نقل از علی‌پور و همکاران، ۱۳۸۸). وی اعتماد را در اول به عنوان یکی از ویژگی‌های سازمان اجتماعی می‌داند که می‌تواند وضعیت جامعه را با تسهیل کنش‌های هماهنگ بهبود بخشد. ثانیاً اعتماد را به عنوان یکی از عناصر زندگی اجتماعی می‌داند که کنش‌گران را قادر می‌سازد تا با هم به کنش بپردازند و به طور موثر اهداف مشترک را دنبال کنند (Roumeliotou & Rontos, 232). پاتنام هم‌چنین افزایش مشارکت‌های مدنی و گسترش شبکه‌های اجتماعی را از ساز و کارهای تبدیل اعتماد شخصی به اعتماد اجتماعی می‌داند (پاتنام ۱۹۹۸ به نقل از علیزاده‌اقدام و همکاران، ۱۳۹۲). وی با اتکا به نتایج نظرسنجی در ایتالیا به این نتیجه رسید که شهروندان در مناطق مدنی نسبت به شهروندان مناطق غیرمدنی اعتماد اجتماعی بیشتری داشته‌اند (پاتنام ۱۹۹۸ به نقل از غلامزاده و همکاران، ۱۳۸۸).

**انسجام اجتماعی:** دورکیم عامل انسجام اجتماعی در هر جامعه‌ای را وجود اخلاق، هنجارها و شیوه‌های رفتار مشترک می‌داند. وی معتقد است که ضعف انسجام اجتماعی بین افراد جامعه به نوبه خود اعتماد اجتماعی را تضعیف می‌کند. دورکیم تقویت پیوندهای عاطفی میان آحاد جامعه و علاقه متقابل در بین اعضای گروه‌های اجتماعی را چاره‌ساز دانسته و معتقد

است که وجود انسجام در ارزش‌ها و هنجارهای جمعی یک جامعه می‌تواند سطح اعتماد اجتماعی در آن جامعه را افزایش دهد (دورکیم به نقل از معیفر و همکاران، ۱۳۸۸). در کنار دورکیم، پیر زتومکا (۱۹۹۹) در بحث از پنج وضعیت ساختاری کلان لازم برای ایجاد فرهنگ اعتماد، به طور مشخص از وجود همبستگی هنجاری برای ایجاد فرهنگ اعتماد در جامعه صحبت می‌کند. به نظر زتومکا همبستگی هنجاری و متضاد آن هرج و مرج هنجاری و به تعبیر دورکیم، نابسامانی اجتماعی است. همبستگی هنجاری یا به گونه‌ای انسجام اجتماعی، حیات اجتماعی را ایمن‌تر، منظم‌تر و قابل پیش‌بینی می‌سازد؛ اما در حالت نابسامانی، کنش‌های افراد حساب نشده، غیر قابل پیش‌بینی و موجب عدم قطعیت و بی‌اعتمادی می‌شود (حسینی، ۱۳۹۰).

**دین‌داری:** دورکیم در کتاب صور ابتدایی حیات دینی در مورد دین و دین‌داری معتقد است که: «دین نظامی یگانه از اعتقادات و اعمال مربوط به امور مقدس بوده و این اعتقادات و اعمال کسانی را که به آن‌ها باور دارند را در یک مجتمع اخلاقی (سازمان دینی) متحد می‌سازد (دورکیم به نقل از افشانی و همکاران، ۱۳۸۹). بر این اساس و با تاکید بر نقش مناسک دینی، دورکیم معتقد است افراد در غلیان ناشی از اعیاد و جشن‌های اجتماعی از طریق اعمال مشترک و کردارهایی همانند پای‌کوبیدن و غریوکشیدن به هم نزدیک شده و نوعی همدلی با هم پیدا می‌کنند و این همدلی و نزدیکی، اطمینان و اعتماد متقابل را ایجاد می‌کند. به اعتقاد او برگزار کردن مراسم و مناسک‌های جمعی (جشن‌ها، اعیاد و مراسم‌های مذهبی) سبب تعامل میان مردم می‌شود که همین تعامل بین آن‌ها، ایجاد اعتماد می‌کند (همان). گیدنز دین را شامل «مجموعه‌ای از تمادها می‌داند که احساس خوف یا حرمت را برانگیخته و با شعائر و یا مناسکی که مومنان انجام می‌دهند پیوند دارد». از نظر گیدنز دین یکی از ابزارهای سازمان‌دهنده اعتماد است. دین می‌تواند میانجی سازمان‌بخش اعتماد باشد. باورداشت‌های مذهبی مهمترین کارشان این است که معمولاً به تجربه رویدادها و موقعیت‌ها، اعتماد

جمعی بر اعتماد سیاسی» نشان می‌دهد که قرار گرفتن در معرض اخبار رسانه‌ها بر روی اعتماد سیاسی با توجه به منابع اخبار (تلویزیون، روزنامه و ...) می‌تواند تاثیرگذار باشد (Avery, 2009). «تبیین اعتماد سیاسی در بین آمریکایی‌های آفریقایی تبار: بررسی دموگرافیک، رسانه، سرمایه اجتماعی و تاثیر شبکه‌های اجتماعی» عنوان تحقیقی است که مانگوم در سال ۲۰۱۰ انجام داد. نتایج تحقیق وی نشان داد تحصیلات، درآمد، وضعیت سکونت، عضویت در کلیسا، عضویت در احزاب و خواندن روزنامه عواملی هستند که میزان اعتماد سیاسی در بین آمریکایی‌های آفریقایی تبار را تحت تاثیر قرار می‌دهند (Mangum, 2010). نتایج تحقیق توونج و همکاران هم در سال ۲۰۱۴ با عنوان «کاهش اعتماد به دیگران و نهادها در بین افراد بزرگسال آمریکایی در بین سال‌های ۲۰۱۲ - ۱۹۷۹ در آمریکا» نشان داد که میزان اعتماد آمریکاییان به دیگران و نهادهای اجتماعی از جمله نهاد رسانه در بین این سال‌ها کاهش یافته است که در این میان تاثیر عواملی نظیر جنسیت و وضعیت اقتصادی از همه بیشتر بوده است (Twenge, 2014).

### مفاهیم و تعریف متغیرهای تحقیق

**اعتماد به اخبار:** اعتماد خبری ناشی از قابلیت داشتن اطمینان و باور به این است که منابع خبری، اطلاعات را به طور صادقانه و بدون دستکاری تهیه می‌کنند و به مردم ارائه می‌دهند (Fiser & Mistic, 2013). منظور از اخبار در این پژوهش عمدتاً اخباری هستند که از لحاظ موضوعی، خبرهای اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی می‌باشند. برای سنجش عملیاتی مفهوم اعتماد به رسانه‌های BBC و VOA فارسی از پرسشنامه استاندارد اعتماد به رسانه‌های خبری ماتیز و کورینگ استفاده شد. این پرسشنامه دارای چهار بعد اعتماد به گزینش‌گری موضوعات، اعتماد به گزینش‌گری حقایق، اعتماد به دقت توضیحات و اعتماد به ارزیابی ژورنالیستی می‌باشد. هر بعد شامل چهار گویه بوده که در مجموع ۱۶ گویه برای سنجش این

تزیق می‌کنند و چارچوبی را فراهم می‌سازند که در آن، این رویدادها و موقعیت‌ها را می‌توان تبیین کرد و در برابر آن‌ها واکنش نشان داد (گیدنز به نقل از افشانی و همکاران، ۱۳۸۹).

### پیشینه تجربی تحقیق

نتایج تحقیق عبدالملکی (۱۳۸۶)، تحت عنوان «بررسی اعتماد و عوامل موثر بر آن و چگونگی نقش رسانه‌ها در افزایش آن» نشان می‌دهد که بین پایگاه اقتصادی-اجتماعی، مشاهده تلویزیون، میزان دینداری و پنداشت از شرایط ساختاری جامعه با میزان اعتماد اجتماعی رابطه وجود دارد. نتایج تحقیق فاضل و همکاران (۱۳۹۰)، تحت عنوان «بررسی تاثیر وسایل ارتباط جمعی برون مرزی بر انواع اعتماد در شهر تنکابن» نشان می‌دهد که با افزایش میزان استفاده از رسانه‌های برون مرزی (ماهواره) میزان اعتماد در تمامی سطوح آن کاهش می‌یابد. بررسی عوامل مرتبط با میزان اعتماد جوانان شهر قم به اخبار ۳۰/۲۰ شبکه دو سیما، اخبار شبکه استانی قم و شبکه ماهواره‌ای بی.بی.سی عنوان تحقیقی است که توسط محسن نوری (۱۳۹۰) انجام شده است. نتایج تحقیق ایشان حاکی از افزایش اعتماد جوانان به اخبار شبکه‌های برون مرزی با تاثیر عواملی مانند میزان استفاده از اخبار و وضعیت پایگاه اقتصادی-اجتماعی می‌باشد. تحقیقی هم با عنوان «عوامل موثر بر اعتماد شهروندان کرمانی به اخبار شبکه یک تلویزیون» توسط هاشم‌زهی و همکاران (۱۳۹۱)، انجام شده است. نتایج تحقیق اینان نشان داد که میزان اعتماد به اخبار شبکه یک در سطح متوسطی قرار دارد و با متغیرهای دین‌داری و احساس امنیت اجتماعی رابطه دارد.

یوسلانر (۱۹۹۸) در تحقیقی تحت عنوان «تاثیر استفاده از تلویزیون بر اعتماد اجتماعی شهروندان آمریکایی» به این نتیجه رسید که افزایش میزان تماشای تلویزیون تاثیر کاهشی بر میزان اعتماد اجتماعی و میزان مشارکت مدنی دارد (Uslaner, 1998). نتایج تحقیق آوری (۲۰۰۹)، با عنوان «تاثیر اخبار رسانه‌های

متغیر به کار گرفته شد.

**میزان استفاده از رسانه خارجی:** منظور از رسانه خارجی در این پژوهش شبکه‌های تلویزیونی و رادیویی خارجی (تمامی شبکه‌های ماهواره‌ای)، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مرتبط با رسانه‌های خارج از کشور می‌باشد که عمدتاً فارسی زبان هستند. برای هر کدام از این‌ها یک گویه مطرح شد و از پاسخگویان خواسته شد تا مدت زمانی را که صرف تماشای این برنامه‌ها می‌کنند را بر حسب دقیقه در طول یک شبانه‌روز مشخص کنند که نهایتاً با تجمیع نمرات، شاخص میزان استفاده از رسانه‌های خارجی در سطح فاصله‌ای ایجاد و در تحلیل‌ها استفاده شد.

#### **ارزیابی مثبت از عملکرد رسانه (صدا و سیما):**

منظور از ارزیابی از عملکرد رسانه، در واقع نوعی قضاوتی است که افراد جامعه از فعالیت و عملکرد رسانه داخلی (سازمان صدا و سیما) به عمل می‌آورند. این قضاوت و ارزیابی می‌تواند در مورد هر کدام از رسانه‌ها از نظر افراد جامعه مثبت یا منفی باشد. برای سنجش این مفهوم از گویه‌های میزان جذابیت برنامه‌ها، میزان تنوع در برنامه‌ها، میزان مقبولیت هر کدام از برنامه‌ها، میزان پاسخ‌گویی به مردم، میزان جانبداری در برنامه‌ها، میزان انعکاس واقعیت و میزان رضایت از برنامه‌های پخش‌شده استفاده شد. در مجموع هفت گویه به صورت یک طیف رتبه‌ای ۶ گزینه‌ای از خیلی کم تا خیلی زیاد طراحی شد.

**مشارکت مدنی:** مشارکت مدنی به معنای شراکت و همکاری در کاری، امری یا فعالیتی و حضور در جمع گروهی و سازمانی جهت بحث و تصمیم‌گیری چه به صورت فعال و غیرفعال است (علوی‌تبار، ۱۳۷۹). برای سنجش عملیاتی این مفهوم، ابتدا از پاسخگویان خواسته شد که عضویت خود را در هر یک از گروه‌ها و انجمن‌ها مشخص کنند که آیا عضو هستند یا نه، سپس در صورت عضویت میزان مشارکت خود را مشخص کنند. گویه‌های به کار گرفته شده برای سنجش این مفهوم شامل عضو بودن و مشارکت داشتن در گروه‌های صنفی، گروه‌های علمی، گروه‌های هنری، گروه‌های ورزشی، مراسم و هیئت‌های مذهبی،

کارهای خیر و عام‌المنفعه، مراسم و جشن‌های ملی و فعالیت‌های زیست‌محیطی بودند که شاخص این مفهوم با ترکیب این گویه‌ها در سطح فاصله‌ای ایجاد شد.

**انسجام اجتماعی:** انسجام اجتماعی بدین معناست که هنجارها تا چه حد توسط افراد جامعه رعایت می‌شوند. به طور مشخص؛ بهره‌مندی از احساس پذیرش از سوی دیگران و احساس راحتی در محیط همسایگی، محلی، اجتماعی و گروه‌هایی که افراد در آنها عضویت داشته و یا در آن‌ها مشارکت دارند می‌باشد (Krishna and Sharder, 2000). این متغیر با گویه‌های احساس تعلق به جامعه، ارزش قائل شدن افراد جامعه به فرد، اهل کمک و یاری کردن به دیگران، اهل غیبت و عیبجویی بودن، ننگه داشتن احترام بزرگتر و ترجیح دادن روابط مبتنی بر محبت بر روابط مبتنی بر پول مورد سنجش عملیاتی قرار گرفت.

**میزان دین‌داری:** میزان دین‌داری عبارت است از پذیرش تمام یا بخشی از عقاید، اخلاقیات و احکام دینی به نحوی که شخص دین‌دار خود را ملزم به تبعیت و رعایت این مجموعه بداند (احمدی و همکاران، ۱۳۹۰). برای سنجش این مفهوم از پرسشنامه استاندارد شجاعی زند (۱۳۸۴) که دارای چهار بعد اعتقادی، عبادی، اخلاقی و شرعی بود، استفاده شد. به دلیل رعایت اختصار در پرسشنامه و با در نظر گرفتن سنجش مناسب فضای مفهومی متغیر توسط گویه‌ها، در مجموع ۱۱ گویه از پرسشنامه مفصل شجاعی زند انتخاب و استفاده گردید.

#### **فرضیه‌های پژوهش**

تحقیق حاضر در راستای بررسی موضوع، در کنار سنجش میزان اعتماد به اخبار رسانه‌های BBC و VOA فارسی در شهر تبریز فرضیات زیر را مورد بررسی قرار می‌دهد:

- ۱- میزان اعتماد به اخبار رسانه‌های BBC و VOA فارسی بر حسب جنسیت پاسخگویان متفاوت است.
- ۲- بین میزان استفاده از رسانه خارجی و میزان اعتماد به اخبار رسانه‌های BBC و VOA فارسی رابطه

وجود دارد. استفاده از رسانه خارجی (۰/۷۴)، ارزیابی مثبت از عملکرد صدا و سیما (۰/۸۹)، مشارکت مدنی (۰/۷۶)، انسجام اجتماعی (۰/۷۸)، و میزان دین‌داری (۰/۸۲) مورد تایید قرار گرفت. برای تحلیل داده‌ها از جدول توصیفی متغیرها، آزمون تفاوت میانگین تی-تست و آزمون همبستگی I پیرسون و رگرسیون چند متغیره استفاده گردید.

### یافته‌های تحقیق

#### یافته‌های توصیفی تحقیق

اطلاعات توصیفی تحقیق ابتدا حکایت از آن دارد که از منظر جنسیت، تعداد مردها و زن‌ها در این پژوهش کاملاً برابر (۵۰ درصد) بود. از منظر وضعیت تاهل، بیشتر پاسخگویان (۶۲/۲ درصد) دارای وضعیت تاهل مجرد بودند. از منظر میزان تحصیلات، بیشتر پاسخگویان (۲۴/۴ درصد) دارای مدرک تحصیلی لیسانس بودند. میزان تحصیلات پدران پاسخگویان بیشتر (۲۳/۸ درصد) در سطح دیپلم و میزان تحصیلات مادران پاسخگویان اکثراً (۲۸/۹ درصد) در سطح بی‌سواد بود. میزان درآمد ماهیانه‌ی پاسخگویان، بیشتر (۲۷/۲ درصد) در سطح ۵۷۰ هزار تا ۱ میلیون تومان گزارش شد و از لحاظ متغیر سن، میانگین سنی پاسخگویان در حدود (۲۴/۵) بود. (جدول ۱)

اطلاعات جدول ۱ برای متغیرهای اعتماد به اخبار رسانه‌های BBC و VOA فارسی نشان می‌دهد که میانگین اعتماد به اخبار BBC (۱۷/۷۵) نسبتاً بیشتر از میانگین اعتماد به اخبار VOA (۱۶/۶۰) می‌باشد به‌گونه‌ای که می‌توان گفت میانگین اعتماد به اخبار BBC فارسی در سطح متوسط و میانگین اعتماد به اخبار VOA فارسی در سطح نسبتاً پایین گزارش شده است. برای بدست آوردن این‌که آیا این اختلاف بین میانگین‌های اعتماد به اخبار معنادار است یا نه، از آزمون T-test استفاده شد. نتایج آن در جدول شماره (۲) نشان می‌دهد که با توجه به سطح معنی‌داری‌های بدست‌آمده، بین میانگین اعتماد به اخبار رسانه BBC فارسی با میانگین اعتماد به اخبار رسانه VOA فارسی

وجود دارد. ۳- بین ارزیابی مثبت از عملکرد رسانه داخلی و میزان اعتماد به اخبار رسانه‌های BBC و VOA فارسی رابطه وجود دارد. ۴- بین میزان مشارکت مدنی و میزان اعتماد به اخبار رسانه‌های BBC و VOA فارسی رابطه وجود دارد. ۵- بین میزان انسجام اجتماعی و میزان اعتماد به اخبار رسانه‌های BBC و VOA فارسی رابطه وجود دارد. ۶- بین میزان دین‌داری و میزان اعتماد به اخبار رسانه‌های BBC و VOA فارسی رابطه وجود دارد.

### روش پژوهش

این مقاله بر اساس تحلیل داده‌های تحقیقی تدوین و به روش پیمایش انجام شده است. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه بوده و جامعه آماری پژوهش حاضر، کلیه شهروندان ۳۴-۱۵ ساله شهر تبریز در سال ۱۳۹۳ می‌باشد که تعداد آن‌ها بر اساس آمار اداره کل مرکز استان آذربایجان شرقی ۵۷۹۶۹۴ نفر است. نمونه‌گیری تحقیق به روش خوشه‌ای چندمرحله‌ای صورت گرفته است. بدین ترتیب که ابتدا شهر تبریز به ۱۰ منطقه تقسیم شد. سپس به تناسب جمعیت هر منطقه، از هر منطقه چند خیابان به طور تصادفی و از هر خیابان تعدادی از خانوارها انتخاب شد. سپس با مراجعه به هر یک از خانوارهای انتخاب شده از افراد جوانی که در رده سنی ۱۵-۳۴ قرار داشتند خواسته شد تا به تکمیل پرسشنامه اقدام کنند. حجم نمونه هم با استفاده از فرمول کوکران در حدود ۳۸۵ نفر تعیین گردید که در ادامه برای جلوگیری از تاثیر پرسش‌نامه‌های مخدوش و گم‌شده بر روی نتایج تحقیق، تعداد نمونه آماری به ۴۰۰ نفر افزایش یافت. برای سنجش اعتبار، از اعتبار محتوا (پرسشنامه قبل از اجرا در اختیار چند نفر از اساتید جامعه‌شناسی قرار گرفته و مورد تایید واقع شده است). هم‌چنین پایایی گویه‌های پرسشنامه نیز با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ برای متغیرهای پژوهش - اعتماد به اخبار BBC (۰/۸۲)، اعتماد به اخبار VOA (۰/۷۸)، میزان

فاصله‌ی چندانی با آن نداشته باشند می‌توان نتیجه گرفت که توزیع متغیر وابسته، توزیع نرمالی است. در پژوهش حاضر، نمودار خطی رابطه‌ها، نمایانگر نرمال بودن توزیع متغیر وابسته میزان اعتماد به اخبار BBC و VOA است (نمودار ۱ و ۲)؛ لذا این پیش‌شرط لازم، تحقیق حاضر را برای انجام آزمون فرضیات (T و I پیرسون) و تحلیل‌های رگرسیونی مجاز می‌کند.

جدول شماره ۳ نتایج بررسی روابط بین متغیرهای مستقل و وابسته تحقیق را نشان می‌دهد که طبق سطح سنجش متغیرهای تحقیق از آزمون‌های t مستقل و I پیرسون استفاده شده است. (جدول ۳)

میانگین‌های بدست آمده در نتایج آزمون t برای بررسی وجود تفاوت میانگین اعتماد به اخبار رسانه‌های BBC و VOA فارسی به تفکیک جنسیت، نشان می‌دهد که میزان اعتماد زنان به اخبار رسانه‌های BBC و VOA فارسی در کل بیشتر از مردان می‌باشد. همچنین دقت در سطح معنی‌داری‌های بدست‌آمده (با فرض نابرابری واریانس‌ها) نشان می‌دهد که سطوح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد. پس می‌توان گفت که فرضیه میانگین اعتماد به اخبار رسانه‌های BBC و VOA فارسی به تفکیک جنسیت در این پژوهش تایید می‌شود.

اطلاعات جدول ۳ نشان می‌دهد که رابطه غیرمستقیم بین متغیرهای ارزیابی مثبت از عملکرد صدا و سیما و اعتماد به اخبار رسانه BBC فارسی به تایید رسیده است. بر این اساس می‌توان گفت که هرچقدر ارزیابی مثبت شهروندان از عملکرد صدا و سیما بیشتر باشد به همان اندازه میزان اعتماد به اخبار رسانه BBC فارسی کاهش پیدا می‌کند. در کنار آن نتایج بدست آمده از آزمون رابطه بین ارزیابی مثبت از عملکرد صدا و سیما و اعتماد به اخبار رسانه VOA فارسی نشان می‌دهد که بین این دو متغیر با توجه به سطح معنی‌داری بدست آمده که کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد رابطه معنی‌داری وجود نداشته و فرضیه آن در این پژوهش رد می‌شود. رابطه بین متغیرهای مشارکت مدنی و اعتماد به اخبار رسانه‌های BBC و VOA فارسی در این پژوهش

با مقدار (۱/۱۴) تفاوت معنی‌داری وجود دارد. بنابر این نتیجه می‌توان ادعا کرد که در بین افراد نمونه آماری تحقیق میزان اعتماد به اخبار رسانه BBC فارسی نسبت به اخبار رسانه VOA فارسی اندکی بیشتر می‌باشد. (جدول ۲)

میانگین بدست آمده از متغیر میزان استفاده از رسانه خارجی (۵۸ بر حسب دقیقه) در مقایسه با مقدار وسط این متغیر (۱۲۲/۵) بیانگر این است که میزان استفاده از رسانه خارجی در بین افراد نمونه آماری در سطح پایینی قرار دارد. بر اساس آماره‌های توصیفی بدست آمده از متغیر ارزیابی مثبت از عملکرد صدا و سیما (۱۵/۳۶ = میانگین و  $-۰/۶۷۹$  = چولگی) می‌توان گفت که میزان ارزیابی مثبت از عملکرد این سازمان در بین افراد نمونه آماری در سطح نسبتاً پایینی گزارش شده است. آماره‌های توصیفی مربوط به متغیر مشارکت مدنی (۱۶/۶۵ = میانگین و  $-۰/۲۸۰$  = چولگی) نشان می‌دهد که میزان مشارکت مدنی شهروندان جوان شهر تبریز هم در سطح نسبتاً پایینی قرار دارد. برای متغیر انسجام اجتماعی با مشاهده نتایج توصیفی این متغیر (۱۱/۷۸ = میانگین و  $-۰/۶۷۱$  = چولگی)، می‌توان گفت که میزان انسجام اجتماعی در بین افراد نمونه آماری در سطح پایینی قرار دارد و نهایتاً آماره‌های توصیفی مربوط به متغیر دین‌داری (۲۱/۱۶ = میانگین و  $-۰/۳۳۷$  = چولگی)، نشان می‌دهد که میزان دین‌داری در بین افراد نمونه در سطح بالایی قرار دارد.

### یافته‌های استنباطی تحقیق

#### بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها برای آزمون فرضیات:

یکی از این پیش‌فرض‌های مهم برای انجام آزمون فرضیات و سایر تحلیل‌های آماری گسترده این است که توزیع مقادیر داده‌ها برای مدل برازش شده باید نرمال باشد. یکی از روش‌های آزمون پیش‌فرض نرمال بودن توزیع متغیر وابسته، نمودار «احتمال نرمال بودن» می‌باشد. در این نمودار هر چه توزیع و پراکنش مقادیر باقیمانده‌ها روی خط مورد انتظار قرار گرفته باشد یا



مدل اعتماد به اخبار رسانه BBC فارسی (۸۴/۱) و برای اعتماد به رسانه VOA فارسی (۷۶/۱) بود. به منظور بررسی رابطه مجموع متغیرهای مستقل با اعتماد به اخبار رسانه‌های BBC و VOA فارسی و تعیین این که متغیرهای مستقل در مجموع تا چه اندازه قادر به تبیین تغییرات اعتماد به اخبار رسانه‌های BBC و VOA فارسی هستند و کدام یک از آن‌ها پیش‌بین‌کننده قویتری است، از روش تحلیل رگرسیون چندگانه استفاده گردید. (جدول ۴)

تبیین اعتماد به اخبار رسانه BBC فارسی (به صورت کلی) بر حسب مجموع متغیرهای مستقل که در جدول شماره ۴ ارائه شده است، نشان می‌دهد ضریب همبستگی چندگانه برابر  $b = 0.425$  است و ضریب تبیین برابر  $0.180$  است که نشان می‌دهد متغیرهای مستقل می‌توانند در حدود ۱۸ درصد از واریانس اعتماد به اخبار BBC فارسی را تبیین نمایند. بر اساس ضرایب بتای استاندارد شده متغیرهای مستقل میزان استفاده از رسانه خارجی با بتای  $b = 0.371$  و جنسیت  $b = -0.247$  به ترتیب بیشترین سهم را در میزان اعتماد به اخبار BBC فارسی دارند. برای مدل اعتماد به اخبار رسانه VOA فارسی، اطلاعات جدول شماره ۴ نشان می‌دهد که ضریب نهایی رگرسیون چندگانه برای این مدل برابر است با  $0.432$  و مجذور آن یعنی ضریب تبیین برابر  $0.186$  و ضریب تبیین اصلاح شده هم برابر با  $0.181$  می‌باشد. مقدار ضریب تبیین برای این متغیر نشانگر این است که مجموع متغیرهای مستقل باقیمانده در مدل توانسته‌اند در حدود بیش از ۱۸ درصد از تغییرات متغیر وابسته اعتماد به اخبار رسانه VOA فارسی را تبیین کنند. این متغیرهای مستقل باقیمانده برحسب ضرایب استاندارد  $b$  همانند مدل اعتماد به اخبار BBC فارسی، به ترتیب متغیرهای میزان استفاده از رسانه خارجی با بتای  $b = 0.356$  و جنسیت  $b = -0.286$  می‌باشند. چنانچه این نتایج نشان می‌دهد در هر دو مدل رگرسیون (مدل اعتماد به اخبار BBC فارسی و مدل اعتماد به اخبار VOA فارسی) بین متغیرهای مستقل تحقیق، این دو متغیر مشترکا

با توجه به سطح معنی‌داری بدست آمده کمتر از  $0.05$  در این پژوهش مورد تایید قرار نگرفت. هم‌چنین نتایج آزمون R پیرسون برای بررسی رابطه بین متغیرهای انسجام اجتماعی و میزان اعتماد به اخبار رسانه‌های BBC و VOA فارسی هم نشان می‌دهد که بین این متغیرها با توجه به سطح معنی‌داری بدست آمده کمتر از  $0.05$  رابطه معنی‌داری وجود نداشته و این فرضیه در این پژوهش تایید نمی‌شود. نهایتاً نتایج آزمون رابطه بین متغیرهای دین‌داری و اعتماد به اخبار رسانه‌های BBC و VOA فارسی نیز در این بررسی معنادار شده است. و جهت شدت رابطه نشان می‌دهد که بین این متغیرها رابطه معکوس و غیرمستقیمی برقرار است. به گونه‌ای که می‌توان گفت با افزایش میزان دین‌داری در بین افراد نمونه آماری، میزان اعتماد به اخبار رسانه‌های BBC و VOA فارسی هم به همان میزان کاهش پیدا می‌کند.

### یافته‌های رگرسیونی تحقیق

**بررسی پیش‌فرض‌های انجام تحلیل رگرسیونی:** قبل از انجام تحلیل رگرسیونی برای متغیرهای مورد بررسی تحقیق پیش‌فرض‌های این تحلیل بررسی شدند. یکی از پیش‌فرض‌های اساسی این تحلیل نرمال بودن توزیع مقادیر متغیرهاست. نتایج بررسی (چنانچه در قسمت آزمون فرضیه‌ها توضیح داده شد) نشان داد که توزیع مقادیر متغیرهای تحقیق بویژه متغیر وابسته اعتماد به اخبار رسانه‌های BBC و VOA فارسی نرمال می‌باشد. پیش‌فرض دیگر که وجود رابطه خطی بین متغیرهاست که در این تحقیق با بررسی نمودار استاندارد شده در مقابل نمودار پیش‌بینی شده رعایت شد. هم‌چنین پیش‌فرض دیگر که ثابت بودن واریانس متغیر برای دیگر متغیرهاست هم در این تحقیق با استفاده از نمودار پراکنش باقیمانده‌های استاندارد شده با مقادیر پیش‌بینی شده استاندارد کنترل و رعایت شد. آزمون دوربین-واتسون هم برای بررسی پیش‌فرض استقلال مشاهدات در این پژوهش مورد رعایت قرار گرفت که مقدار آن برای

محور مباحث اصلی و اساسی مراکز علمی، پژوهشی، سیاست‌گذاری‌ها و حتی برنامه‌های دولتی قرار گرفته و جایگاه خاصی را در دهه‌های اخیر به خود اختصاص داده است. در فضای کنونی دنیای مدرن که در آن انفجار اطلاعات رخ داده و هر روز شاهد راه‌اندازی چندین شبکه ماهواره‌ای، راه‌اندازی چندین فرستنده رادیویی و ایجاد وبسایت‌های متعدد خبری چند رسانه در فضای مجازی اینترنت هستیم که به صورت قارچ گونه‌ای سر بر می‌آورند، اگر اینان اعتماد مخاطبان را به همراه نداشته باشند، اطلاق رسانه به آنان نیز فاقد اعتبار است. زیرا پوشش یک رسانه و فراگیری آن هر قدر هم گسترده باشد اگر اعتمادسازی به عنوان یک رکن در هر سازمان خبری وجود نداشته باشد، پیام‌ها فقط در فضا پخش می‌شوند بدون این که به مخاطب برسند و اثری را بوجود بیاورند. نکته مهم آن است که مطالعات پیرامون اعتماد به رسانه‌ها خصوصاً رسانه‌های خارج از کشور نبایستی صرفاً در جنبه‌های نظری مطرح گردد بلکه باید به عرصه زندگی اجتماعی کشانده شود تا بتواند در رفع و تعدیل چالش‌ها، نگرش‌ها، تعارضات و حتی مشکلات جامعه نقش آفرین باشد. باید در نظر گرفت که پیشرفت تکنولوژی اطلاع‌رسانی، دسترسی شهروندان جوامع را به منابع متعدد و متنوع پخش خبر آسان کرده است. بر همین اساس مطالعه اعتماد به رسانه‌های خبری BBC فارسی و VOA فارسی در شهر تبریز انجام یافت.

نتایج تحقیق نشان داد که میزان اعتماد به این خبرگزاری‌ها در بین شهروندان جوان شهر تبریز در سطح نسبتاً متوسطی قرار دارد و میزان اعتماد به اخبار BBC فارسی اندکی نسبت به اخبار VOA فارسی بیشتر می‌باشد. در کنار آن نتایج تحقیق نشان داد که زنان شهر تبریز در کل بیشتر از مردان به اخبار این خبرگزاری‌ها اعتماد می‌کنند و هم‌چنین نتایج آزمون فرضیه تفاوت میانگین اعتماد به اخبار رسانه‌های خبری BBC فارسی و VOA فارسی به تفکیک جنسیت هم حاکی از آن بود که بین میانگین این دو متغیر تفاوت معناداری وجود داشت و این فرضیه ضمن این

بیشتر از همه بر متغیرهای وابسته اعتماد به اخبار BBC فارسی و اعتماد به اخبار VOA فارسی تاثیرگذار بوده‌اند.

در مدل اعتماد به اخبار BBC فارسی ضریب غیر استاندارد ۵/۱۶ برای متغیر میزان استفاده از رسانه خارجی بیانگر این است که با هر واحد افزایش در شاخص میزان استفاده از رسانه خارجی، میزان اعتماد به اخبار BBC فارسی با میزان ۵/۱۶ افزایش پیدا می‌کند. و ضریب تاثیر (B= -۲/۶۷) برای جنسیت هم بیانگر این است که با رفتن از میان زنان به مردان که کد ۱ را دارند، میزان اعتماد به اخبار BBC فارسی با ضریب ۲/۶۷- کاهش پیدا می‌کند و این رابطه با توجه به سطح معنی‌داری T مربوطه (Sig=۰۰۰/۰)، رابطه معنی‌داری است و در مدل اعتماد به اخبار VOA فارسی ضریب غیر استاندارد ۵/۱۲ برای متغیر میزان استفاده از رسانه خارجی بیانگر این است که با هر واحد افزایش در شاخص میزان استفاده از رسانه خارجی، میزان اعتماد به اخبار VOA فارسی با میزان ۵/۱۲ افزایش پیدا می‌کند. و ضریب تاثیر (B= -۳/۱۷) برای جنسیت هم بیانگر این است که با رفتن از میان زنان به مردان که کد ۱ را دارند، میزان اعتماد به اخبار VOA فارسی با ضریب ۳/۱۷- کاهش پیدا می‌کند و این رابطه هم با توجه به سطح معنی‌داری T مربوطه (Sig= ۰/۰۰۰)، رابطه معنی‌داری است.

نهایتاً با مقایسه اطلاعات رگرسیونی دو مدل اعتماد به رسانه‌های BBC و VOA فارسی می‌توان گفت که تمامی متغیرهای مستقل توانسته‌اند حداقل ۱۸ درصد از تغییرات متغیرهای وابسته (اعتماد به رسانه‌های BBC و VOA فارسی) را تبیین کنند و در این میان چندین تفاوتی در ضرایب تبیین متغیرها دیده نمی‌شود و بیشترین متغیرهای تاثیرگذار بر میزان اعتماد به اخبار رسانه‌های BBC و VOA فارسی متغیرهای میزان استفاده از رسانه خارجی و جنسیت بوده است.

### بحث و نتیجه‌گیری

تحقیقات در حوزه مطالعات اعتماد رسانه‌ای امروزه

می‌شود. علاوه بر آن نتایج تحقیقات پیشین انجام شده توسط مانگوم (۲۰۱۰) هم وجود چنین رابطه‌ای را تایید کرده بود. نتایج این پژوهش نشان داد که فرضیه اخذ شده از این نظریه تحت عنوان رابطه مشارکت مدنی با اعتماد به اخبار رسانه‌های BBC فارسی و VOA فارسی به تایید نرسید و فرضیه آن در این پژوهش رد شد.

طبق نظریه اعتماد دورکیم و زتومکا، فرضیه‌ای تحت عنوان وجود رابطه بین میزان انسجام اجتماعی با میزان اعتماد به اخبار رسانه‌های BBC فارسی و VOA فارسی طرح شده بود. نتایج تحقیق نشان داد که چنین رابطه‌ای بین متغیرها تایید نشده و فرضیه آن در این پژوهش رد شد.

هم‌چنین با مرور محتوای نظریه اعتماد دورکیم و گیدنز و برخی یافته‌های تجربی توسط عبدالملکی (۱۳۸۶) و هاشم‌زهی (۱۳۹۱) چنین نتیجه‌ای بدست آمده بود که میزان دین‌داری افراد جامعه در سطح اعتماد افراد جامعه تاثیرگذار است. نتایج تحقیق رابطه منفی و معکوس بین میزان دین‌داری و میزان اعتماد به اخبار رسانه‌های BBC فارسی و VOA فارسی را نشان داد. بدین ترتیب این بخش از نتایج تحقیق هم قابل کاربرد در جامعه آماری می‌باشد.

در نهایت قبل از این‌که پیشنهادات کاربردی پژوهش ارائه شود این امر نبایستی نادیده گرفته شود که رسانه‌های خبری BBC فارسی و VOA فارسی در خارج از کشور فعالیت می‌کنند و جزء رسانه‌های بیگانه به شمار می‌روند و مسامحتا می‌توان ادعا کرد که اعتماد به این رسانه‌ها می‌تواند پیامدهای گوناگونی را در همه عرصه‌های اجتماعی، سیاسی و فرهنگی بویژه برای قشر جوان جامعه داشته باشد. در کشور ما برنامه‌های خبری سیمای جمهوری اسلامی که هر روزه در چندین بخش خبری پخش می‌شوند از منابع مهم اطلاع‌رسانی به مخاطبان به شمار می‌روند، اگر این رسانه داخلی نتواند اعتماد مخاطبان داخلی را جذب کند رسانه‌های گوناگون خارجی که شبانه‌روز در جهت نشر عقاید و افکار خود فعالیت می‌کنند می‌توانند سیل

که در این پژوهش مورد تایید قرار گرفت، تاییدی بود بر این یافته Twenge (۲۰۱۴) که میانگین اعتماد به نهاد رسانه در آمریکا به تفکیک جنسیت متفاوت است. فرضیه دوم که در این پژوهش طبق نظریه گیدنز و نتایج تجربی عبدالملکی و همکاران (۱۳۸۶)، فاضل و همکاران (۱۳۹۰)، یوسلانر (۱۹۹۸) و آوری (۲۰۰۹) تحت عنوان وجود رابطه بین میزان استفاده از رسانه خارجی با میزان اعتماد به اخبار رسانه‌های BBC فارسی و VOA فارسی طرح شده بود، در این پژوهش مورد تایید قرار گرفت. نتایج آزمون پیرسون نشان داد که هرچقدر میزان استفاده از این رسانه‌های خارجی اعم از ماهواره، اینترنت، رادیو، شبکه‌های مجازی در بین افراد نمونه آماری بیشتر باشد به همان قدر میزان اعتماد به اخبار رسانه‌های BBC فارسی و VOA فارسی هم افزایش پیدا می‌کند.

طبق رهیافت تئوریک زتومکا نهادهای جامعه بایستی ویژگی‌هایی کارآمد و اعتمادآفرین داشته باشند تا بتوان به آن‌ها اعتماد کرد، بر این اساس فرضیه‌ای طرح شد که ارزیابی مثبت افراد از عملکرد نهاد رسانه داخلی (صدا و سیما) می‌تواند در میزان اعتماد به اخبار رسانه‌های BBC فارسی و VOA فارسی موثر باشد. نتایج تحقیق نشان داد که وجود چنین رابطه‌ای (در جهت غیر مستقیم) در مورد اعتماد به اخبار BBC فارسی صادق است. به طوری که می‌توان گفت با افزایش ارزیابی مثبت افراد نمونه آماری از عملکرد صدا و سیما میزان اعتماد به اخبار رسانه BBC فارسی کاهش پیدا می‌کند. لذا این بخش از یافته تحقیق می‌تواند در جامعه آماری کاربرد داشته باشد. در طرف دیگر نتایج نشان داد که بین ارزیابی مثبت افراد از عملکرد رسانه داخلی (صدا و سیما) با میزان اعتماد به اخبار رسانه VOA فارسی در این تحقیق رابطه معنی‌داری وجود نداشته و فرضیه آن در این تحقیق رد شد.

بر اساس رهیافت نظری پاتنام، مشارکت مردم در شبکه‌های مدنی و انجمن‌ها با توجه به یافته‌های وی در ایتالیا منجر به افزایش سطح اعتماد در جامعه

برای سرگرمی و تفریح به شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای روی می‌آورند اقدام شود و رضایت مردم بویژه قشر جوان را نسبت به برنامه‌های پخش بدست بیاورد. بنابراین با انجام و کاربست این پیشنهادات علاوه بر بالا بردن میزان استفاده از برنامه‌های رسانه داخلی به نوبه خود می‌تواند خود منجر به افزایش اعتماد به رسانه داخلی در سطح کلان و اعتماد به اخبار داخلی در سطح خرد شود.

عظیمی از مخاطبان را به خود جلب کنند و نگرش و جهان‌بینی خود را به آنان القاء کنند. بنابراین در پژوهش حاضر ضمن کاربردی دانستن محتوای نظریات و نتایج تحقیقات یادشده در جامعه آماری مورد مطالعه، لازم است که پیشنهاداتی در راستای ارتقا سطح اعتماد به اخبار رسانه داخلی ارائه می‌شود و امید است مدیران رسانه‌ای و دست‌اندرکاران بخش مهم و استراتژیک رسانه یعنی بخش اطلاعات و اخبار که نبض تپنده هر رسانه است، بتوانند از نتایج این پژوهش بهره‌گیری نمایند و برنامه‌ریزی و اهداف سازمانی خود را سازمان دهند.

با توجه به این که نتایج تحقیق نشان داد در بین افراد نمونه آماری زنان بیشتر از مردان به اخبار منشره از رسانه‌های BBC فارسی و VOA فارسی اعتماد می‌کنند لازم است که مدیران رسانه‌ای و دست‌اندرکاران آن در پخش اخبار داخلی بیشتر به نیازهای خبری این قشر توجه کنند تا مانع از آن شود که این قشر به سوی اخبار این رسانه جذب شوند.

با توجه به این یافته رگرسیونی تحقیق که میزان استفاده از برنامه‌های رسانه خارجی بیشترین تاثیر را بر میزان اعتماد به اخبار رسانه‌های BBC فارسی و VOA فارسی در بین افراد نمونه آماری دارد لذا پیشنهاد می‌شود که اصحاب رسانه و دست‌اندرکاران آن بویژه در بخش صدا و سیما تمهیداتی را اتخاذ کنند که با انجام آن مانع از این شوند که افراد جامعه رو به سوی برنامه‌های پخش این رسانه‌ها جلب شوند. لذا پیشنهاد می‌شود که رسانه داخلی به غنی‌سازی محتوای برنامه‌ای خود در همه بخش‌ها (رادیو، تلویزیون، اینترنت) بپردازد؛ جذابیت برنامه‌های خود را افزایش دهد، تنوع در برنامه‌ها را ایجاد کنند؛ به تامین مناسب ذائقه‌های مردم در بخش‌های (فرهنگی، هنری، سیاسی، فیلم، سریال، موسیقی و ...) اهتمام ورزد؛ از سانسور در هر بخش و زمینه‌ای (خبری، فرهنگی، سیاسی، اجتماعی، هنری و ...) اجتناب شود. از ایجاد جو تک‌رایی و یک‌بعدی‌نگرستین به موضوعات و مسائل روز جامعه پرهیز شود. به جذب مخاطبان جوانی که

جدول ۱ - نتایج آماره‌های توصیفی متغیرهای تحقیق

متغیر	میانگین	انحراف معیار	چولگی	پیشینه	کمینه	وسط طیف
اعتماد به اخبار BBC فارسی	۱۷/۷۵	۵/۳۷	-۰/۲۲۰	۳۰	۵	۱۷/۵
اعتماد به اخبار VOA فارسی	۱۶/۶۰	۵/۲۸	-۰/۱۱۲	۳۰	۵	۱۷/۵
میزان استفاده از رسانه خارجی	۵۸	۶۲/۵۷	۱/۱۹۵	۲۴۵	۰	۱۱۲/۵
ارزیابی مثبت از عملکرد صدا و سیما	۱۵/۳۶	۵/۹۰	-۰/۶۷۹	۳۰	۵	۱۷/۵
میزان مشارکت مدنی	۱۶/۶۵	۶/۵۲	-۰/۲۸۰	۳۰	۵	۱۷/۵
میزان انسجام اجتماعی	۱۱/۷۸	۴/۱۷	-۰/۶۷۱	۳۰	۵	۱۷/۵
میزان دینداری	۲۱/۱۶	۳/۴۸	۰/۳۳۷	۳۰	۵	۱۷/۵

جدول ۲ - نتایج آزمون T-test برای معناداری تفاوت میانگین‌های اعتماد به اخبار

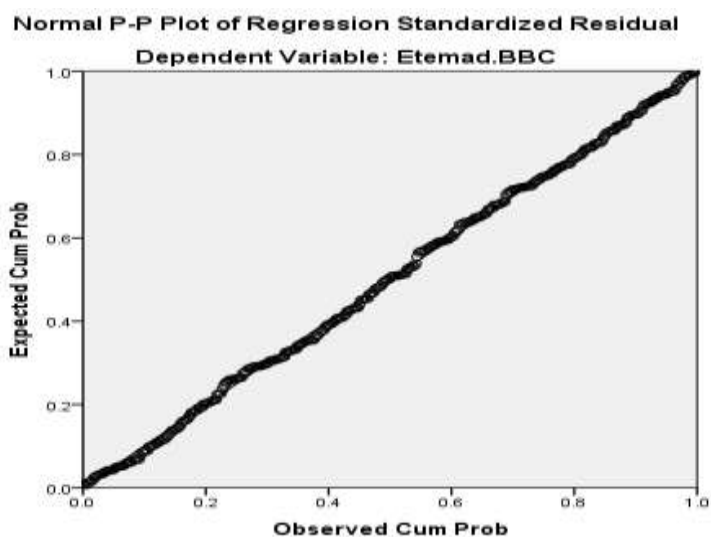
اعتماد به اخبار	تعداد	میانگین	کمیت t	درجه آزادی	معنی‌داری t	تفاوت میانگین
BBC فارسی	۳۸۶	۱۷/۷۵	۲/۹۸	۷۶۷	۰/۰۰۳	۱/۱۴
VOA فارسی	۳۸۳	۱۶/۶۰				

جدول ۳ - خلاصه نتایج آزمون‌های آماری سنجش رابطه اعتماد به اخبار رسانه‌های BBC و VOA با متغیرهای پژوهش

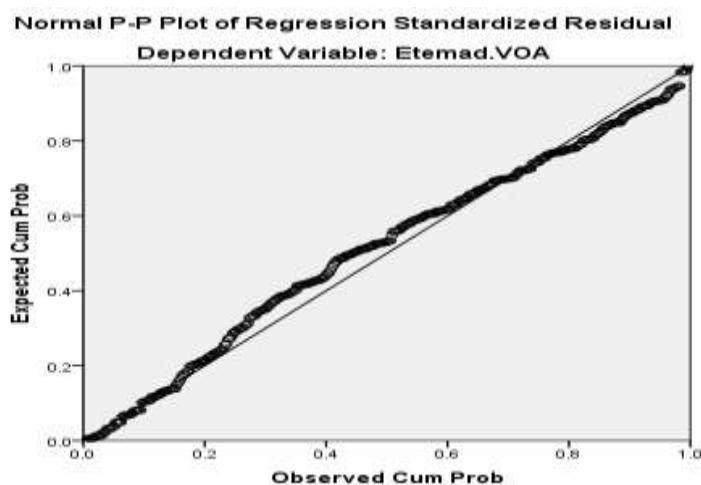
متغیرهای مستقل						آزمون R پیرسون	
ضریب همبستگی		سطح معنی‌داری		رابطه یا عدم رابطه			
VOA	BBC	VOA	BBC	VOA	BBC		
۰/۳۱۹	۰/۳۰۷	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	رابطه متوسط و مستقیم وجود دارد	رابطه متوسط و مستقیم وجود دارد	میزان استفاده از رسانه خارجی	
-۰/۱۰۱	۰/۰۹۲	۰/۰۵۰	۰/۰۷۶	رابطه ضعیف و غیرمستقیم وجود دارد	رابطه ضعیف و غیرمستقیم وجود ندارد	ارزیابی مثبت از عملکرد صدا و سیما	
متغیرهای مستقل						آزمون R پیرسون	
ضریب همبستگی		سطح معنی‌داری		رابطه یا عدم رابطه			
VOA	BBC	VOA	BBC	VOA	BBC		
۰/۰۸۱	-۰/۰۰۸	۰/۱۱۳	۰/۸۷۰	رابطه وجود ندارد	رابطه وجود ندارد	میزان مشارکت مدنی	
۰/۰۷۳	۰/۰۶۳	۰/۱۵۹	۰/۲۲۷	رابطه وجود ندارد	رابطه وجود ندارد	میزان انسجام اجتماعی	
۱/۱۹۶	-۰/۱۵۴	۰/۰۰۰	۰/۰۰۳	رابطه ضعیف و غیرمستقیم وجود دارد	رابطه ضعیف و غیرمستقیم وجود دارد	میزان دینداری	
متغیر مستقل						آزمون t مستقل	
میانگین		مقدار t		سطح معنی‌داری		تفاوت یا عدم تفاوت معنی‌داری	
VOA		BBC		VOA	BBC		
زن	مرد	زن	مرد	VOA	BBC		
۱۲	۲۰	۱۲	۲۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	تفاوت معنی‌داری وجود دارد	
۱۶	۱۵	۱۹	۱۵	۰	۰	تفاوت معنی‌داری وجود ندارد	

جدول ۴ - خلاصه اطلاعات رگرسیونی مدل اعتماد به رسانه‌های BBC و VOA فارسی

مدل اعتماد به اخبار رسانه VOA فارسی					مدل اعتماد به اخبار رسانه BBC فارسی				
ضریب همبستگی چندگانه: ۰/۴۳۲ ضریب تبیین: ۰/۱۸۶ ضریب تبیین تصحیح شده: ۰/۱۸۱ اشتباه معیار: ۵/۰۲ مقدار F: ۲۶/۰۲ سطح معنی داری: ۰/۰۰۰					ضریب همبستگی چندگانه: ۰/۴۲۵ ضریب تبیین: ۰/۱۸۰ ضریب تبیین تصحیح شده: ۰/۱۷۳ اشتباه معیار: ۴/۷۹ مقدار F: ۲۵/۱۰ سطح معنی داری: ۰/۰۰۰				
متغیرها	ضریب B	ضریب b	مقدار T	معنی داری	متغیرها	ضریب B	ضریب b	مقدار T	معنی داری
استفاده از رسانه خارجی	۵/۱۲	۰/۳۶۵	۵/۹۱	۰/۰۰۰	استفاده از رسانه خارجی	۵/۱۶	۰/۳۷۱	۶/۱۵	۰/۰۰۰
جنسیت	-۳/۱۷	-۰/۲۸۶	-۴/۷۵	۰/۰۰۰	جنسیت	-۲/۶۷	-۰/۲۴۷	-۴/۱۰	۰/۰۰۰



نمودار ۱ - توزیع نرمال باقیمانده‌ها برای مدل رگرسیونی متغیر اعتماد به اخبار BBC



نمودار (۲): توزیع نرمال باقیمانده‌ها برای مدل رگرسیونی متغیر اعتماد به اخبار VOA

## فهرست منابع

۷(۱۳۸۸) «اعتماد و مشارکت: بررسی رابطه بین اعتماد و مشارکت اجتماعی در شهر تهران»، جامعه‌شناسی ایران، ۱۰: ۱۰۹-۱۳۵.

علوی‌تبار، علی‌رضا (۱۳۷۹). «بررسی الگوی مشارکت شهروندان در اداره امور شهرها». **مرکز مطالعات برنامه‌ریزی شهری**، تهران، جلد ۱.

غلام‌زاده، خلیل و محمود شارع‌پور (۱۳۸۸)، «رابطه عضویت در انجمن‌های داوطلبانه با میزان اعتماد اجتماعی در میان دانشجویان دانشگاه مازندران»، **فصلنامه علمی-پژوهشی رفاه اجتماعی**، ۳۸: ۲۴۳-۲۲۱.

فاضل، رضا، حسین رضایی، حدیثه رمضان‌فر و هاجرامینی ولشانی (۱۳۹۱)، «بررسی تاثیر وسایل ارتباط جمعی برون مرزی بر انواع اعتماد»، **فصلنامه علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی شوشتر**، ۲۰: ۱۶۸-۱۳۱.

محسنی تبریزی، علیرضا و اسماعیل شیرعلی (۱۳۸۸)، «عوامل موثر بر اعتماد اجتماعی دانشجویان ایرانی خارج از کشور: مورد پژوهشی دانشگاه‌های کشور آلمان»، **فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی**، ۵۲: ۱۷۶-۱۵۱.

معیدفر، سعید و پرویز جهانگیری (۱۳۸۸)، «اعتماد اجتماعی تعمیم‌یافته و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن مطالعه موردی شهر ارومیه»، **دانشنامه علوم اجتماعی**، ۱: ۶۷-۴۸.

نوری، محسن (۱۳۹۰)، «بررسی عوامل مرتبط با میزان اعتماد جوانان شهر قم به اخبار ۳۰: ۲۰، اخبار شبکه استانی قم و شبکه ماهواره‌های BBC فارسی»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته علوم ارتباطات، **دانشگاه علامه طباطبایی**.

هاشم‌زهی، نوروز و سمیه سادات مهدوی (۱۳۹۱)، «عوامل موثر بر اعتماد شهروندان کرمانی به اخبار شبکه یک تلویزیون» **مطالعات رسانه‌ای**، ۱۸: ۱۹۴-۱۷۷.

هزارجریبی، جعفر و نادر مروتی (۱۳۹۰)، «عوامل موثر بر شکل‌گیری اعتماد اجتماعی مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه علامه‌ی طباطبایی و دانشگاه تهران»،

**برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی**، ۷: ۶۵-۲۷.

Avery, James A (2009). «The Influence of the News Media on Political Trust». *The International Journal of Press/Politics*. Pages 1-24.

Fiser, Suzana Milic & Kutaja Udir

ابراهیمی‌لویه، عادل (۱۳۸۵)، «اعتماد اجتماعی و عوامل موثر بر آن در بین مردم شهر گرمسار»، **پیک‌نور**، شماره ۳: ۶۸-۸۴.

احمدی، پژمان و سید احمد حسینی (۱۳۹۰). «میزان اعتماد اجتماعی و عوامل مرتبط با آن در بین جانبازان بنیاد شهید و امور ایثارگران شهر ری»، **فصلنامه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی**، ۸: ۱۲۱-۹۰.

افشانی، سیدعلیرضا، سمیه فاضل نجف‌آبادی، محمد حیدری، و محمد نوریان نجف‌آبادی (۱۳۸۹)، «پژوهشی درباره‌ی رابطه‌ی دینداری و اعتماد اجتماعی»، **فصلنامه علوم اجتماعی**، ۴۹: ۲۱۷-۱۸۵.

ذوالفقاری، ابوالفضل، حجت سپهوند، خدانظر دریکوند و فرهاد امام جمعه (۱۳۹۱)، «عوامل اجتماعی مؤثر بر میزان اعتماد اجتماعی دبیران متوسطه شهر خرم آباد»، **فصلنامه علوم اجتماعی**، ۶۰: ۲۱۷-۲۴۲.

حسینی، علی‌اصغر (۱۳۸۹)، «عوامل موثر بر اعتماد اجتماعی در بابل»، **معرفت**، ۱۹، ۱۵۱: ۴۲-۳۱.

ساروخانی، باقر و جعفر عبدالملکی (۱۳۸۹)، «بررسی میزان اعتماد مردم سندج نسبت به منابع خبری رسانه‌های جمعی»، **مطالعات میان فرهنگی**، ۶: ۳۳-۱.

ساعی، علی و فیض‌الله حیاتی (۱۳۹۲)، «تحلیل جامعه‌شناختی اعتماد به پلیس در شهرستان شیراز»، **مطالعات امنیت اجتماعی**، شماره ۳۵: ۴۵-۱۳.

شجاعی زند، علیرضا (۱۳۸۴)، «مدلی برای سنجش دین‌داری»، **نامه جامعه‌شناسی ایران**، ۱: ۶۶-۳۴.

گیدنز، آنتونی (۱۳۸۴)، «چشم‌اندازهای جهانی»، ترجمه حمیدرضا پورجلالی، انتشارات طرح نو.

عبدالمملکی، احمد (۱۳۸۷)، «بررسی اعتماد اجتماعی و عوامل موثر بر آن و چگونگی نقش رسانه در افزایش آن»، **پژوهش‌های ارتباطی**، ۵۳: ۱۲۸-۹۵.

علی‌زاده اقدم، محمدباقر، کمال کوهی، محمد عباس‌زاده و مرتضی مبارک بخشایش (۱۳۹۲)، «رابطه عمل به احکام اسلامی و سرمایه اجتماعی در بین دانشجویان دانشگاه تبریز»، **توسعه راهبرد**، ۳۵: ۱۶۳-۱۲۵.

علی‌پور، پروین، محمد جواد زاهدی و ملیحه شیبانی

- Misic (2014). «Trust in Media and Perception of the Role of Media in Society among the Students of the University of Maribor», Public Relations Review, Page 1-3.
- Krishna, Anirudh & Elizabeth Sharder. (2000). «Cross- Cultural Measure of Social Capital: Tool and Result from India and Panama». Washington DC, World Bank Capital Initiative, No. 21, October, Pages: 12- 121.
- Matthes, Jorg and Matthias Kohring. (2007). «Trust in News Media, Communication Research, Vol.34, No.2.
- Maruice, Magnum (2010). «Explaining Political Trust among African Americans: Examining Demographic, Media, and Social Capital and Social Networks Effects». The Social Science Journal, Vol. 48, 589-596
- Roumeliotou, Myrsine & Kostas rontos (2013). «Social Trust in Local Communities and Its Demographic, Socioeconomic Predictors: The Case of Kalloni, Lesvos, Greece». International Journal of Criminology and Sociological Theory, Vol. 2, No. 1, June 2009, 230-250.
- Twenge, Jean M, W.Keith Campell, and Nathan T. Carter (2014). «Declines in Trust in Others and Confidence in Institutions Among American Adults and Late Adolescents, 1972-2012». Psychological Science, 1-12.48, 589-596.
- Uslaner eric M (1998). «Social Capital, Television, and the Mean World: Trust, Optimism, and Civic Participation». Political Psychology (December, 1998), Department of Government and Politics University of Maryland-College Park. Pages 1-48.



**Trust and Media: Research Based on Factors that Affect Trust in  
Exterritorial Media BBC Persian and VOA Persian News with Comparative  
Approach (Case of Study: Citizens of Tabriz)**

**Saber Jafari**

**Abstract**

This article has been completed based on information gained from the trend sociological study of BBC Persian and VOA Persian degree of trust in their news in the Tabriz city. In this research, target population were in the age range of 15 -34 that all of them were the citizens of Tabriz and all of them were 579694, of which 400 people were selected through. The data were collected by questionnaire then for data analysis SPSS statistical analysis software were used. Based on the results, the trust in the BBC Persian news was medium (ordinary) and the confidence on the VOA Persian news was relatively low. The results of independent sample T-test show that trust in BBC Persian and VOA Persian news is different base on gender of respondents, and the results of Pearson correlation test for dependent variable of trust in BBC Persian news show that the variables of the use of external media, the positive evaluation of the performance of the internal media and religiousness are related to this variable and variables of use of the external media and religiousness were related with variable of trust of VOA news. The results of multiple regression analysis showed that among independent variables, the gender of respondents and the use of external and foreign media like BBC Persian and VOA news variables on the trust were recognized.

**Keywords:** Trust in the news, Sex, The use of external media and positive evaluation of the performance the internal media, Religiousness.