

نظرسنجی

از دانشجویان تهران درباره برنامه‌های رادیو

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
۱۳۳۳، اسفند ۱۳۸۱

مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌های صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران

● حمیده هاتفی

نظرها و سایر ویژگی‌های مخاطبان آن مورد توجه قرار گیرد. مطمئن‌ترین راه آگاه شدن از این مسائل، کسب اطلاع از بازخوردهای ناشی از تعامل مخاطبان با رسانه است. دانشجویان به عنوان یکی از مهم‌ترین گروه‌های مخاطب رادیو، دارای نیازها، انتظارات و سلیقه‌های خاصی هستند. این قشر از

برای رادیو به عنوان یک رسانه فراگیر این امکان وجود دارد که در اختیار گروه کثیری از مردم در مکان‌های متعدد و در اقصی نقاط کشور و حتی فراسوی مرزها قرار گیرد؛ رسانه‌ای با این حجم بالای پوشش جغرافیایی، زمانی در رسالت حرفه‌ای خود موفق خواهد بود که از پتانسیل‌های آن استفاده مؤثر شود و نوع خواسته‌ها،

جدول ۱- میزان متوسط شنونده های شبکه های رادیویی

راديو	فراوانی	درصد شنونده ها (در حد زياد)	در صد كل (نمونه)
راديو سراسري	۲۲۴	۲۹/۲	۱۲/۲
راديو جوان	۳۱۰	۴۰/۴	۱۶/۹
راديو معارف	۸۱	۱۰/۵	۴/۴
راديو ورزش	۱۹۴	۲۵/۳	۱۰/۶
راديو پيام	۴۸۸	۶۳/۵	۲۶/۷
راديو قرآن	۷۴	۹/۶	۴/۰۵
راديو فرهنگ	۹۱	۱۱/۸	۴/۹
راديو تهران	۱۲۷	۱۶/۵	۶/۹

مخاطبان به سبب برخورداری از دیدگاه‌های خاص در مسائل مختلف به رادیو نیز از زاویه‌ای متفاوت با سایر اقشار جامعه می‌نگرند. چنانچه رادیو در ارتباط با این قشر خاص بخواهد رضایت مندی آنان را جلب نماید، ناگزیر از کسب نظرها و

۸۹/۵٪ پاسخ گویان به پخش موسیقی از رادیو علاقه مند هستند و موسیقی‌های مورد علاقه دانشجویان برای پخش از رادیو به ترتیب: موسیقی اصیل ایرانی، موسیقی پاپ، موسیقی حماسی، موسیقی جاز غربی و موسیقی محلی است.

نیازمندی‌های آنهاست تا با برنامه‌ریزی درست و حساب شده به نقش‌های رسانه‌ای خود بهتر عمل کند.

نظرسنجی‌ای که خلاصه نتایج آن خواهد آمد، با هدف بررسی میزان گوش دادن دانشجویان به رادیو، مقایسه میزان استفاده از شبکه‌های مختلف رادیو، بررسی میزان رضایت مندی از این رادیو، شناسایی جایگاه رادیو در مقایسه با سایر رسانه‌ها و ارائه راهکارهایی برای آینده فعالیت رادیو در ارتباط با دانشجویان، در میان این قشر صورت گرفته است. جامعه آماری این پژوهش که در تاریخ ۱۰ اسفند ۱۳۸۱ انجام شده است، ۱۸۲۴ نفر از دانشجویان

دانشگاه‌های تهران است.

بررسی‌های اولیه درخصوص جامعه آماری این پژوهش حاکی از آن است که ۵۱٪ از جامعه آماری را مردان و ۴۹٪ آن را زنان تشکیل می‌دهند.

همچنین ۷۷/۱٪ از دانشجویان در مقطع کارشناسی، ۱۷/۳٪ در مقطع کارشناسی ارشد، ۸/۲٪ در مقطع دکترا و ۳/۳٪ در مقطع کاردانی مشغول به تحصیل بوده‌اند.

یافته‌های پژوهش

میزان استفاده دانشجویان از رسانه‌های مختلف به ترتیب عبارت است از: تلویزیون با ۵۹/۴٪ بیننده دارای بیشترین مخاطب، اینترنت

مهم‌ترین دلایل استفاده نکردن دانشجویان از برنامه‌های رادیو عبارتند از: «نداشتن وقت» (۴۱/۶٪)، «عدم علاقه» (۲۸/۳٪) و «بهتر بودن رسانه‌های دیگر» (۱۱/۹٪).

(۱۵/۳٪)، مطبوعات (۱۴/۳٪)، ماهواره (۱۵/۶٪) و رادیو (۴/۸٪). از مجموع پاسخگویان ۱۴٪ در حد «زیاد و خیلی زیاد» و ۵۹/۷٪ در حد «کم و خیلی کم» شنونده رادیو هستند و ۲۴/۳٪ آنها نیز اصلاً

جدول ۲- میزان متوسط مخاطبان شبکه های رادیویی (درصد)

راديو	فراوانی	درصد شنونده ها (در حد زياد)	در صد كل (نمونه)
راديو سراسري	۹۷	۱۲/۶	۵/۳۱
راديو جوان	۱۳۲	۱۷/۲	۷/۲
راديو معارف	۲۲	۲/۹	۷/۲
راديو ورزش	۵۵	۷/۲	۳/۰۱
راديو پيام	۳۶۴	۴۷/۴	۱۹/۹
راديو قرآن	۲۰	۲/۶	۷/۰۹
راديو فرهنگ	۴۶	۶	۲/۵
راديو تهران	۳۱	۴	۷/۶
جمع درصد	-	۱۰۰	-

جدول ۳ - برنامه های پیشنهادی و مورد علاقه پاسخگویان بر اساس موضوع به ترتیب علاقه مندی پاسخگویان

موضوع برنامه	فراوانی	درصد
برنامه های علمی	۱۱۴۷	۶۲/۹
اجتماعی	۱۰۳۲	۵۶/۶
هنری و ادبی	۹۵۹	۵۲/۶
خانوادگی	۸۱۴	۴۴/۶
ورزشی	۷۸۷	۴۳/۱
سیاسی	۶۴۶	۳۵/۴
تاریخی	۶۴۸	۳۵/۵
اقتصادی	۶۱۳	۳۳/۶
مذهبی	۴۲۶	۲۵/۳

به برنامه های رادیو گوش نمی دهند.

مهم ترین دلایل استفاده نکردن دانشجویان از برنامه های رادیو عبارتند از: «نداشتن وقت» (۴۷/۶٪)، «نداشتن علاقه» (۲۸/۳٪) و «بهرتر بودن رسانه های دیگر» (۱۷/۹٪).

بین جنسیت و استفاده از رسانه رابطه ای معنی دار وجود دارد، به این صورت که مردان بیش از زنان از رادیو، مطبوعات، ماهواره و اینترنت استفاده می کنند و در عوض زنان بیش از مردان بیننده تلویزیون هستند. این رابطه بین مقطع تحصیلی و محل سکونت افراد نیز مشاهده می شود. دانشجویان مقطع تحصیلی کارشناسی ارشد بیش از سایر مقاطع و دانشجویان شهرستانی بیش از دانشجویان تهرانی شنونده رادیو هستند.

در بررسی میزان متوسط شنونده های رادیو در میان دانشجویان، نتایج زیر در جدول ۱ به دست آمده است.

از جدول ۱ می توان چنین استنباط کرد که رادیو پیام با ۶۳/۵٪ و رادیو جوان با ۴۰/۴٪ شنونده در حد «زیاد» پرمخاطب ترین و رادیو قرآن با ۹/۶٪، رادیو معارف با ۱۰/۵٪ و رادیو فرهنگ با ۱۷/۸٪ شنونده کم ترین مخاطب را دارند.

در بخشی از این نظرسنجی از پاسخگویان خواسته شد از میان شبکه های رادیویی، انتخابی به عمل آورند که نتایج حاصل از این سؤال در جدول ۲ آمده است.

دلایل عمده ای که از سوی شنونده ها برای انتخاب این شبکه ها عنوان شده است عبارتند از: پخش موسیقی، تنوع و جذابیت برنامه ها، جوان پسند بودن و استفاده از اخبار و اطلاعات.

در بررسی میزان رضایت از شبکه های رادیویی، پاسخگویان از عملکرد رادیوهای پیام، جوان و ورزش بیش از سایر شبکه ها ابراز رضایت کرده اند. درخصوص میزان برآورده شدن نیازهای مخاطبان از طریق برنامه های رادیویی نیز تنها، نیاز پاسخگویان در حیطه خبر و اطلاع رسانی در حد قابل قبولی (۶۴/۲٪) در حد زیاد و خیلی زیاد» برآورده می شود، اما در بخش های علمی، آموزشی، تفریحات و سرگرمی این نیازها چندان برآورده نمی شوند.

بین جنسیت و استفاده از رسانه رابطه ای معنی دار وجود دارد، به این صورت که مردان بیش از زنان از رادیو، مطبوعات، ماهواره و اینترنت استفاده می کنند و در عوض زنان بیش از مردان بیننده تلویزیون هستند. این رابطه بین مقطع تحصیلی و محل سکونت افراد نیز مشاهده می شود. دانشجویان مقطع تحصیلی کارشناسی ارشد بیش از سایر مقاطع، و دانشجویان شهرستانی بیش از دانشجویان تهرانی شنونده رادیو هستند.

در انتها، در ارزیابی ای که این پژوهش در مورد میزان علاقه مندی به پخش انواع موسیقی به عمل آورده است نتایج طبق جدول شماره ۴ حاصل شد.

۸۹٪ پاسخ گویان به پخش موسیقی از رادیو علاقه مند هستند و

جدول ۴ - میزان علاقه مندی به پخش انواع موسیقی

نوع موسیقی	فراوانی	درصد
موسیقی اصیل ایرانی	۱۱۸۵	۷۲/۳
موسیقی پاپ	۱۰۰۰	۶۱/۲
جاز غربی	۵۹۱	۳۶/۲
موسیقی محلی	۶۷۰	۴۱
موسیقی حماسی	۴۱۹	۲۵/۷

موسیقی های مورد علاقه دانشجویان برای پخش از رادیو به ترتیب عبارتند از: موسیقی اصیل ایرانی، موسیقی پاپ، موسیقی حماسی، موسیقی جاز غربی و موسیقی محلی.