

چکیده

اطلاع رسانی و آگاهی بخشی از رسالت های برجسته ی رسانه های ارتباط جمعی است و مستندهای سیاسی و اجتماعی یکی از قالب های تاثیرگذار در انجام این وظیفه ی اساسی به ویژه بر روی قشر جوان و تحصیل کرده می باشد؛ لذا هدف اصلی این پژوهش ، بررسی دیدگاه دانشجویان علوم ارتباطات در خصوص برنامه های مستند سیاسی و اجتماعی سیمای جمهوری اسلامی با تاکید بر رویکرد استفاده و رضامندی است. روش انتخاب شده برای این تحقیق پیمایش می باشد و جامعه آماری آن دانشجویان علوم ارتباطات دانشکده ی علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی و دانشکده ی صدا و سیما می باشد. در این تحقیق پرسشنامه به عنوان ابزار گردآوری اطلاعات بین افراد نمونه جامعه آماری توزیع گردید و در نهایت پرسشنامه جمع آوری و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج تحقیق نشان می دهد، حدود ۵۷ درصد یعنی اکثریت دانشجویان از برنامه های مستند سیاسی اجتماعی به طور متوسط استفاده می کردند. همچنین بر مبنای یافته های تحقیق ، حدود ۴۲ درصد دانشجویان (اکثریت) میزان رضایت کمی نسبت به برنامه های مستند ابراز داشته اند. با توجه به مهم ترین ابعاد رضایت از دیدگاه مک کوئیل ، بلامر و براون از رسانه که مبتنی بر چهار نیاز سرگرمی، روابط شخصی، هویت شخصی و اطلاعاتی است ، نیاز اطلاعاتی، توسط برنامه های مستند سیاسی اجتماعی، تا حد زیادی برآورده شده ، اما سایر نیازها به میزان کمی برآورده شده است. بنابراین برنامه های فوق بیشتر قادر به برآورده ساختن نیازهای اطلاعاتی (۳۷ درصد زیاد) دانشجویان بوده است. از دیگر یافته های تحقیق می توان به نوع دیدگاه پاسخگویان نسبت به برنامه های مستند اشاره کرد؛ که ۲۸.۸ درصد منفی، و ۲۶.۵ درصد مثبت، ۴۴.۸ درصد بینابین بوده است. بنابراین اکثریت دانشجویان دیدگاه بینابینی نسبت به برنامه های مستند داشته اند.

واژگان کلیدی:

مستندهای سیاسی و اجتماعی سیمای جمهوری اسلامی، استفاده و رضامندی، دانشجویان ارتباطات

فهرست مطالب

| صفحه | عنوان |
|---------|--|
| ۱..... | فصل اول : کلیات تحقیق |
| ۲..... | ۱- ۱- طرح مسئله..... |
| ۴..... | ۲- ۱- اهمیت و ضرورت تحقیق..... |
| ۷..... | ۳- ۱- اهداف تحقیق..... |
| ۷..... | ۴- ۱- سوالات تحقیق..... |
| ۸..... | ۵- ۱- فرضیات تحقیق..... |
| ۸..... | ۶- ۱- تعریف مفاهیم..... |
| ۱۱..... | فصل دوم: مبانی نظری تحقیق |
| ۱۲..... | ۱- ۲- تحقیقات پیشین |
| ۱۲..... | ۱- ۱- ۲- تحقیقات داخلی |
| ۱۵..... | ۲- ۱- ۲- تحقیقات خارجی:..... |
| ۱۶..... | ۲- ۲- مباحث نظری |
| ۱۶..... | ۱- ۲- ۲- نظریات متفاوت در باره مخاطب |
| ۱۹..... | ۲- ۲- ۲- مخاطب؛ منفعل یا فعال؟..... |
| ۲۰..... | ۳- ۲- ۲- نظریه کارکردگرایی |

- ۲۰..... ۱-۳-۲-۲ - کارکردگرایی و رسانه
- ۲۲..... ۲-۳-۲-۲ - قوت و ضعف رویکرد کارکردی
- ۲۳..... ۴-۲-۲ - فیلم مستند
- ۲۴..... ۱-۴-۲-۲ - تاریخچه مستند تلویزیونی
- ۲۵..... ۱-۱-۴-۲-۲ - در ایران
- ۲۷..... ۲-۴-۲-۲ - جهان
- ۲۸..... ۵-۲-۲ - نظریات عمده مستند سازی
- ۲۹..... ۱-۵-۲-۲ - جان گریسون
- ۳۰..... ۲-۵-۲-۲ - رابرت فلاهرتی
- ۳۱..... ۳-۵-۲-۲ - رودلف آرنه‌ایم
- ۳۲..... ۴-۵-۲-۲ - یوریس ایونس
- ۳۳..... ۶-۲-۲ - انواع فیلم مستند
- ۳۴..... ۱-۶-۲-۲ - شیوه ی شاعرانه
- ۳۵..... ۲-۶-۲-۲ - شیوه ی تفسیری-توضیحی
- ۳۵..... ۳-۶-۲-۲ - شیوه مشاهده ای
- ۳۵..... ۴-۶-۲-۲ - شیوه مشارکتی
- ۳۶..... ۵-۶-۲-۲ - شیوه انعکاسی
- ۳۷..... ۶-۶-۲-۲ - شیوه نمایشی

- ۳۷..... ۲-۲-۷- مستند تلویزیونی و اشکال آن
- ۳۸..... ۲-۲-۷-۱- تقسیم بندی برنامه‌های مستند سیما
- ۴۰..... ۲-۲-۸- مستند سیاسی
- ۴۱..... ۲-۲-۹- رویکرد استفاده و رضامندی
- ۴۱..... ۲-۲-۹-۱- تاریخچه رویکرد استفاده و رضامندی
- ۴۲..... ۲-۲-۹-۲- دیدگاه روزنگرن
- ۴۵..... ۲-۲-۹-۳- دیدگاه مک گوآیر
- ۴۵..... ۲-۲-۹-۴- مبانی استفاده و رضامندی
- ۴۷..... ۲-۲-۹-۵- عناصر الگوی استفاده و رضامندی
- ۴۹..... ۲-۲-۹-۶- رضامندی
- ۵۰..... ۲-۲-۹-۷- مقولات رضامندی
- ۵۱..... ۲-۲-۹-۸- تلویزیون و استفاده و رضامندی
- ۵۳..... ۲-۲-۹-۹- ابعاد فعال بودن
- ۵۴..... ۲-۲-۹-۱۰- انتقادات نظریه استفاده و رضامندی
- ۵۶..... فصل سوم: روش تحقیق
- ۵۷..... ۳-۱- روش پیمایش
- ۵۷..... ۳-۱-۱- جامعه آماری
- ۵۸..... ۳-۱-۲- روش نمونه گیری

- ۳-۱-۳- حجم نمونه ۵۹
- ۳-۱-۴- تعریف متغیرهای تحقیق ۵۹
- ۳-۱-۵- اعتبار(روایی) و پایایی(اعتماد) ۶۱
- ۳-۱-۵-۱- بررسی پایایی مقیاس میزان استفاده ۶۴
- ۳-۱-۵-۲- بررسی پایایی مقیاس میزان رضایت ۶۵
- ۳-۱-۵-۳- بررسی پایایی مقیاس میزان جذابیت ۶۶
- ۳-۱-۵-۴- بررسی پایایی مقیاس نوع نیاز ۶۶
- ۳-۱-۵-۵- بررسی پایایی مقیاس دیدگاه ۶۷
- ۳-۱-۶- تکنیک گردآوری داده ها ۶۸
- ۳-۱-۷- تجزیه و تحلیل اطلاعات ۶۸
- فصل چهارم: یافته‌های تحقیق ۶۹
- ۴-۱- یافته‌های تحقیق ۷۰
- ۴-۱-۱- یافته‌های توصیفی ۷۰
- ۴-۱-۲- یافته‌های تحلیلی ۱۶۸
- فصل پنجم: نتیجه‌گیری و پیشنهادها ۱۷۱
- ۵-۱- مروری بر پژوهش ۱۷۲
- ۵-۲- نتیجه‌گیری ۱۷۳
- ۵-۳- پیشنهادها ۱۷۹

۱-۳-۵- پیشنهادهای کاربردی..... ۱۷۹

۲-۳-۵- پیشنهادات پژوهشی..... ۱۸۰

۴-۵- محدودیت‌های تحقیق..... ۱۸۰

فهرست منابع..... ۱۸۱

ضمائم..... ۱۸۸

ضمیمه الف(پرسشنامه)..... ۱۸۹

فهرست جداول

| عنوان | صفحه |
|---|---------|
| جدول شماره ۱-۳-: ضریب مربوط به به آزمون مقیاس سنجش متغیر مستقل میزان استفاده..... ۶۴ | |
| جدول شماره ۲-۳-: ضریب مربوط به آزمون مقیاس سنجش متغیر مستقل " میزان رضایت از برنامه‌های مستند " | ۶۵..... |
| جدول ۳-۳- ضریب مربوط به آزمون مقیاس سنجش متغیر مستقل " میزان جذابیت " | ۶۶..... |
| جدول شماره ۴-۳-: ضریب مربوط به آزمون مقیاس سنجش متغیر مستقل "چهار نیاز مک کوئیل" ۶۶ | |
| جدول شماره ۵-۳-: ضریب مربوط به آزمون مقیاس سنجش متغیر مستقل "نوع دیدگاه"..... ۶۷ | |
| جدول شماره ۱-۴- توزیع فراوانی بر حسب سن پاسخگویان..... ۷۰ | |
| جدول شماره ۲-۴- توزیع فراوانی بر حسب جنس پاسخگویان..... ۷۲ | |
| جدول شماره ۳-۴- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان تحصیلات..... ۷۳ | |
| جدول شماره ۴-۴- توزیع فراوانی بر حسب وضعیت تاهل..... ۷۴ | |
| جدول شماره ۵-۴- درصد و توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب مدت زمان تماشای برنامه‌های مستند سیاسی و اجتماعی تلویزیون در طول هفته..... ۷۵ | |
| جدول شماره ۶-۴- درصد و توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب موضوعات مورد علاقه در برنامه های مستند سیاسی..... ۷۶ | |
| جدول شماره ۷-۴- درصد و توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب موضوعات مورد علاقه در برنامه‌های مستند اجتماعی تلویزیون..... ۷۷ | |

- جدول شماره ۸-۴ - درصد و توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب علت تماشای برنامه‌های مستند
 ۷۸..... سیاسی و اجتماعی
- جدول شماره ۹-۴ - درصد و توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب نحوه ی استفاده از برنامه‌های
 ۷۹..... مستند
- جدول شماره ۱۰-۴ درصد و توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان تماشای برنامه‌های مستند...
 ۸۰.....
- جدول شماره ۱-۱۰-۴ شوک.....
 ۸۰.....
- جدول شماره ۲-۱۰-۴ انقلاب اسلامی در قاب غرب.....
 ۸۱.....
- جدول شماره ۳-۱۰-۴ آژیر.....
 ۸۲.....
- جدول شماره ۴-۱۰-۴ هزارشایدوباید.....
 ۸۳.....
- جدول شماره ۵-۱۰-۴ روایت فتح.....
 ۸۴.....
- جدول شماره ۶-۱۰-۴ فریاد ابوذرها.....
 ۸۵.....
- جدول شماره ۷-۱۰-۴ شاخص.....
 ۸۶.....
- جدول شماره ۸-۱۰-۴ تصاویر و خاطره ها.....
 ۸۷.....
- جدول شماره ۹-۱۰-۴ به روایت تفنگچیان.....
 ۸۸.....
- جدول شماره ۱۰-۱۰-۴ بزرگان جوان.....
 ۸۹.....
- جدول شماره ۱۱-۱۰-۴ جنایات عبدالمالک ریگی.....
 ۹۰.....
- جدول شماره ۱۲-۱۰-۴ آشپزخونه.....
 ۹۱.....
- جدول شماره ۱۳-۱۰-۴ سال‌های مشروطه.....
 ۹۲.....

- جدول شماره ۱۴-۱۰-۴ موج ۹۳
- جدول شماره ۱-۱۱-۴-شوک ۹۴
- جدول شماره ۲-۱۱-۴-انقلاب اسلامی در قاب غرب ۹۵
- جدول شماره ۳-۱۱-۴-آزیر ۹۶
- جدول شماره ۴-۱۱-۴-هزارشایدوباید ۹۷
- جدول شماره ۵-۱۱-۴-روایت فتح ۹۸
- جدول شماره ۶-۱۱-۴-فریاد ابوذرها ۹۹
- جدول شماره ۷-۱۱-۴-شاخص ۱۰۰
- جدول شماره ۸-۱۱-۴-تصاویر وخاطره ها ۱۰۱
- جدول شماره ۹-۱۱-۴-به روایت تفنگچیان ۱۰۲
- جدول شماره ۱۰-۱۱-۴-بزرگان جوان ۱۰۳
- جدول شماره ۱۱-۱۱-۴-جنایات عبدالمالک ریگی ۱۰۴
- جدول شماره ۱۲-۱۱-۴-آشپزخونه ۱۰۵
- جدول شماره ۱۳-۱۱-۴-سالهای مشروطه ۱۰۶
- جدول شماره ۱۴-۱۱-۴-موج ۱۰۷
- جدول شماره ۱۲-۴- درصد و توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان تمرکز و توجه شما
 هنگام تماشای برنامه‌های مستند سیاسی و اجتماعی ۱۰۸

- جدول شماره ۱۳-۴- درصد و توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب برآورده شدن نیاز آنها در صورت تماشای برنامه‌های مستند ۱۰۹
- جدول شماره ۱-۱۳-۴- شوک ۱۰۹
- جدول شماره ۲-۱۳-۴- انقلاب اسلامی در قاب غرب ۱۱۰
- جدول شماره ۳-۱۳-۴- آژیر ۱۱۱
- جدول شماره ۴-۱۳-۴- هزارشایدوباید ۱۱۲
- جدول شماره ۵-۱۳-۴- روایت فتح ۱۱۳
- جدول شماره ۶-۱۳-۴- فریاد ابوذرها ۱۱۴
- جدول شماره ۷-۱۳-۴- شاخص ۱۱۵
- جدول شماره ۸-۱۳-۴- تصاویر و خاطره ها ۱۱۶
- جدول شماره ۹-۱۳-۴- به روایت تفنگچیان ۱۱۷
- جدول شماره ۱۰-۱۳-۴- بزرگان جوان ۱۱۸
- جدول شماره ۱۱-۱۳-۴- جنایات عبدالملک ریگی ۱۱۹
- جدول شماره ۱۲-۱۳-۴- آشپزخونه ۱۲۰
- جدول شماره ۱۳-۱۳-۴- سال‌های مشروطه ۱۲۱
- جدول شماره ۱۴-۱۳-۴- موج ۱۲۲
- جدول شماره ۱۴-۴- درصد و توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان جذابیت برنامه‌های مستند ۱۲۳
- جدول شماره ۱-۱۴-۴- شخصیت‌ها و بازیگران ۱۲۳

- جدول شماره ۲-۱۴-۴ دکوراسیون ۱۲۴
- جدول شماره ۳-۱۴-۴ کیفیت تصاویر و صدا ۱۲۵
- جدول شماره ۴-۱۴-۴ موضوعات برنامه ها ۱۲۶
- جدول شماره ۵-۱۴-۴ محتوای برنامه ۱۲۷
- جدول شماره ۶-۱۴-۴ گوینده یا مجری ۱۲۸
- جدول شماره ۷-۱۴-۴ موسیقی ۱۲۹
- جدول شماره ۱۵-۴- درصد و توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان نتایج و آثار استفاده از برنامه‌های مستند سیاسی و اجتماعی ۱۳۰
- جدول شماره ۱۶-۴- درصد و توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب نوع فعالیت هنگام تماشای برنامه‌های مستند سیاسی و اجتماعی ۱۳۱
- جدول شماره ۱۷-۴- درصد و توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب برآورده شدن نیازهای آنها با تماشای برنامه‌های مستند سیاسی و اجتماعی سیما ۱۳۲
- جدول شماره ۱-۱۷-۴- اطلاعات اجتماعی و سیاسی ۱۳۲
- جدول شماره ۲-۱۷-۴- سرگرمی و فراغت ۱۳۳
- جدول شماره ۳-۱۷-۴- ارزیابی و شناخت بهتر خود ۱۳۴
- جدول شماره ۴-۱۷-۴- روابط شخصی ۱۳۵
- جدول شماره ۱۸-۴- درصد و توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب شما میزان پخش برنامه‌های مستند سیاسی سیما ۱۳۶

- جدول شماره ۱۹-۴ - درصد و توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان پخش برنامه‌های مستند اجتماعی سیما ۱۳۷
- جدول شماره ۲۰-۴ - درصد و توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب بهترین زمان پخش برنامه‌های مستند ۱۳۸
- جدول شماره ۲۱-۴ - درصد و توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان موافقت یا مخالفت با گویه های زیر: ۱۳۹
- جدول شماره ۱-۲۱-۴ - گویه "دوست دارم با شخصیت‌های برنامه یکی شوم" ۱۳۹
- جدول شماره ۲-۲۱-۴ - گویه "درباره برنامه با دیگران صحبت کنم" ۱۴۰
- جدول شماره ۳-۲۱-۴ - گویه "دوست دارم تصور کنم که چطور با موقعیت‌های دشوار روبرو شوم" ۱۴۱
- جدول شماره ۵-۲۱-۴ - گویه "دیگران را در تماشای برنامه همراهی کنم" ۱۴۳
- جدول شماره ۶-۲۱-۴ - گویه "برای فرار از واقعیات زندگی روزمره برنامه را تماشا می‌کنم" ۱۴۴
- جدول شماره ۷-۲۱-۴ - گویه "این برنامه‌ها جنبه بدآموزی هم دارد" ۱۴۵
- جدول شماره ۸-۲۱-۴ - گویه "سلیقه ام را بهتر می‌کند" ۱۴۶
- جدول شماره ۹-۲۱-۴ - گویه "برای آنکه بدانم در کشورم چه اتفاقی افتاده" ۱۴۷
- جدول شماره ۱۰-۲۱-۴ - گویه "برای شرکت کردن در بحث دوستان برنامه را تماشا می‌کنم" ۱۴۸
- جدول شماره ۱۱-۲۱-۴ - گویه "باتماشای این برنامه‌ها آرامش می‌یابم" ۱۴۹
- جدول شماره ۱۲-۲۱-۴ - گویه "سبب می‌شود کمتر احساس تنهایی کنم" ۱۵۰
- جدول شماره ۱۳-۲۱-۴ - گویه "تماشای این برنامه‌ها باعث می‌شود به دولتمردان اعتماد کنم" ۱۵۱

- جدول شماره ۱۴-۲۱-۴- گویه " دوست دارم چیزهای تازه بدانم "..... ۱۵۲
- جدول شماره ۱۵-۲۱-۴- گویه "نگرانی هایم را فراموش می کنم"..... ۱۵۳
- جدول شماره ۱۶-۲۱-۴- گویه "دراین گونه برنامه ها نسبت به مردم احساس احترام می کنم"..... ۱۵۴
- جدول شماره ۱۷-۲۱-۴- گویه " این برنامه ها آرامشم را به هم می زند "..... ۱۵۵
- جدول شماره ۱۸-۲۱-۴- گویه " این گونه برنامه ها وقت تلف کردن است "..... ۱۵۶
- جدول شماره ۱۹-۲۱-۴- گویه "فقط از روی عادت تماشا می کنم"..... ۱۵۷
- جدول شماره ۲۰-۲۱-۴- گویه " تماشای این گونه برنامه ها ایجاد هیجان می کند "..... ۱۵۸
- جدول شماره ۲۱-۲۱-۴- "گاه کمک می کند زندگی ام را بهتر بفهمم"..... ۱۵۹
- جدول شماره ۲۲-۲۱-۴- گویه "به یاد چیزهایی می افتم که برای خودم اتفاق افتاده است"..... ۱۶۰
- جدول شماره ۲۳-۲۱-۴- "به حل مسائل اجتماعی و خانوادگی ام می کند"..... ۱۶۱
- جدول شماره ۲۴-۲۱-۴- گویه " باعث افزایش اطلاعات اجتماعی سیاسی ام می شود"..... ۱۶۲
- جدول شماره ۲۵-۲۱-۴- گویه "این گونه برنامه ها گرایش سیاسی مطلوب دارد"..... ۱۶۳
- جدول شماره ۲۲-۴- میزان استفاده از برنامه های مستند..... ۱۶۴
- جدول شماره ۲۳-۴- درصد و توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان رضایت از برنامه های مستند..... ۱۶۵
- جدول شماره ۲۴-۴- درصد و توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان برآورده کردن نیازهای اجتماعی، سیاسی، سرگرمی، ارزیابی و شناخت از خود و روابط شخصی توسط برنامه های مستند..... ۱۶۶
- جدول شماره ۲۵-۴- درصد و توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب نوع دیدگاه آنها نسبت به برنامه ها..... ۱۶۷

جدول شماره ۲۶-۴- رابطه بین میزان استفاده افراد از برنامه‌های مستند و میزان رضایت آنها از برنامه‌های مستند..... ۱۶۸

جدول شماره ۲۷-۴- رابطه بین میزان استفاده افراد از برنامه‌های مستند و نوع دیدگاه آنها نسبت به برنامه‌ها ۱۶۹

جدول شماره ۲۸-۴- رابطه بین میزان استفاده افراد از برنامه‌های مستند و میزان برآورده شدن نیازهای اجتماعی، سیاسی، سرگرمی، ارزیابی و شناخت از خود و روابط شخصی توسط برنامه‌های مستند..... ۱۷۰

فهرست نمودارها

| عنوان | صفحه |
|---|------|
| نمودار ۱-۴- توزیع فراوانی سن افراد..... | ۷۱ |
| نمودار ۲-۴- توزیع فراوانی جنس پاسخگویان..... | ۷۳ |
| نمودار ۳-۴- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان تحصیلات..... | ۷۴ |
| نمودار ۴-۴- توزیع فراوانی بر حسب وضعیت تاهل..... | ۷۵ |
| نمودار ۵-۴- میزان رضایت از برنامه‌های مستند سیاسی و اجتماعی..... | ۱۶۵ |
| نمودار ۶-۴- میزان برآورده کردن نیازهای اجتماعی، سیاسی، سرگرمی، ارزیابی و شناخت از خود و روابط شخصی توسط برنامه‌های مستند..... | ۱۶۶ |
| نمودار ۷-۴- نوع دیدگاه افراد نسبت به برنامه‌ها..... | ۱۶۷ |

فهرست شکل ها

| صفحه | عنوان |
|---------|---|
| ۴۴..... | شکل ۱-۳ مدل استفاده و خشنودی روزنگرن..... |
| ۴۸..... | شکل ۲-۳ الگویی از رویکرد استفاده و خشنودی |

فصل اول : کلیات تحقیق

۱-۱- طرح مسئله

رسانه‌های جمعی، بدون شک از پدیده‌های بارز جهان معاصر به شمار می‌آید. سهم آنها در تحولات فرهنگی، اجتماعی، سیاسی جامعه‌ی بشری در صد سال گذشته به حدی بوده است، که دوران کنونی را عصر ارتباطات نامیده‌اند (سرکیسیان، سعیدیان، شیخ، نیکو، ۱۳۸۱) وسایل ارتباط جمعی هر کشور می‌تواند آئینه‌ی تمام نمای زندگی سیاسی، اجتماعی و فرهنگی آن کشور باشد که ویژگی اصلی آنها قدرت و شعاع عمل گسترده است. (کازنو، ۱۳۶۷)

تلویزیون جاذب‌ترین و جامع‌ترین وسیله‌ی ارتباط جمعی به شمار می‌رود که نه تنها امکان حضور و پخش آن در همه جا بلکه ماهیت آن نیز حائز اهمیت است تا آنجا که از نظر مک لوهان تصویر تلویزیون تماشاگر را با تمام وجود به مشارکت برمی‌انگیزاند گویی تماشاگر صحنه تلویزیون را باچشمان خود لمس می‌کند. (کازنو، ۱۳۶۴)

گزارش کمیسیون مک براید سازمان یونسکو اذعان می‌دارد که پیدایش تلویزیون رویداد بسیار جالب بوده است و شاید این وسیله بهتر از هر یک از رسانه‌های جمعی دیگر پیشرفتهایی را که در امر ارتباط پدید آمده در خود خلاصه می‌کند. (مک براید، ۱۳۶۹)

گیدنز (۱۳۷۴) با اشاره به ظهور تلویزیون، نقش آن را در فرهنگ و اطلاعات بیان می‌کند:

تلویزیون با فراهم ساختن چارچوبهای تجربی، نگرش‌های کلی فرهنگی که در درون آن افراد در جوامع امروزی اطلاعات را تفسیر کرده و سازمان دهند، کمک می‌کند. تلویزیون در گسترش شکل‌های غیر مستقیم ارتباط در عصر حاضر به همان اندازه کتاب مجلات و روزنامه‌ها مهم است. (ص ۴۷۵)

بیرکف (۱۳۷۲) در کتاب "تلویزیون و دکترین‌های آن در غرب" خصوصیات تلویزیون را از سایر رسانه‌ها و روش اطلاعاتی متمایز می‌سازد چنین برمی‌شمارد:

اول: تلویزیون همزمان دوحس بینایی و شنوایی را متاثر می‌کند و همین ویژگی آن را در جایگاهی برتر از رادیو و مطبوعات قرار می‌دهد. و دوم: تلویزیون قادر است اخبار داغ را با سرعت نور به اطلاع بینندگان برساند. سوم: یک برنامه تلویزیونی برای رسیدن به نظر مخاطب خود نیازی به واسطه ندارد؛ مثلاً فیلم مستلزم سالن نمایش است. چهارم: تلویزیون قادر است، همزمان تعداد کثیری را تحت پوشش قرار دهد. پنجم: تلویزیون به علت ارتباط مستقیم و فوری با بیننده و نشان دادن رویدادها به هنگام وقوع، رسانه‌ای غیر قابل رقابت است. (ص ۱۳)

با توجه به اهمیت و نقش تلویزیون پژوهش‌های زیادی در خصوص ابعاد مختلف این رسانه صورت گرفته است و دامنه‌ی پژوهش در حوزه‌ی مرتبط با تلویزیون با توجه به موازات تکامل فنی استفاده از آن گسترش یافته است. یکی از این حوزه‌ها به نقش و اهمیت مخاطب در فرایند ارتباطی می‌پردازد بویژه اینکه زمانی تلویزیون محراب اتاق نشیمن بود و نو بودن رسانه از یک سو و نبود رقیب و تنوع رسانه‌ها موجب می‌شد که در بسیاری از موارد مخاطب بدون توجه به نیاز و علاقه‌ی خود به تماشای تلویزیون بپردازد. اما امروزه تنوع رسانه‌ها و تعدد شبکه‌ها که به صورت رقابتی با یکدیگر عمل می‌کنند، سبب شده است مخاطب فعال دست به گزینش بزند. (نیکو و دیگران، ۱۳۸۱) امروزه مخاطب فعال رسانه‌ها بر مبنای نیازها انتظارات، زمینه‌های جامعه شناختی و روان شناختی خود، رسانه‌ی خاص را انتخاب می‌کنند بر این اساس رسانه بر او اثر می‌گذارد و این زمینه ساز استفاده‌ی مجدد او از رسانه می‌شود این انتخاب و استفاده باعث رقابت رسانه‌ها با یکدیگر می‌شود و در نتیجه بر مبنای نیاز و انتظارات مخاطبان بالقوه خود محتوا، قالب، نحوه‌ی ارائه و... را تغییر می‌دهند تا با خواست و نیاز مخاطب هم خوانی داشته باشند.

در نتیجه، در مطالعات رسانه‌ای و حتی برای دست اندرکاران تلویزیون این سوال مطرح می‌شود که انگیزه‌ی مخاطب در انتخاب رسانه چیست؟ و به چه دلیل برنامه‌ی خاص و رسانه‌ی خاص را

انتخاب می‌کند و اینکه مخاطبان با چه قصد و نیتی به تلویزیون رجوع می‌کنند و تا چه حد تلویزیون نیازهای مخاطب را برآورده می‌سازد؟

رویکرد استفاده و رضامندی در واقع برای پاسخگویی به این سولات پاگرفت و در این تحقیق نیز با توجه به اهمیت و کاربردی که این رویکرد در تحقیقات در حیطه‌ی مخاطب دارد از دید مخاطب به تلویزیون نگریسته می‌شود و انگیزه‌هایی را که موجب استفاده‌ی آنها از این رسانه می‌گردد مد نظر قرار می‌دهد.

اما در این تحقیق با مد نظر قرار دادن رویکرد استفاده و رضامندی به بررسی قالب مستند به عنوان یکی از قالب‌های مهم تلویزیونی می‌پردازد که در حالت صادقانه‌ی خویش هدف سرگرم کردن را ندارد بلکه به مخاطبان خود سواد، معرفت و بینش می‌آموزد. (ضابطی جهرمی، ۱۳۷۷)

در میان انواع مستند تلویزیونی به مستندهای سیاسی و اجتماعی پرداخته می‌شود چرا که بی تردید مسائل اجتماعی و سیاسی از پرمناقشه‌ترین مسائلی هستند که فرا روی زندگی مدنی افراد در جامعه قرار دارد. تاکنون تحقیقات گوناگونی در باره‌ی قالب مستند انجام شده است؛ اما مقوله‌ی مستند سیاسی و اجتماعی به طور خاص و روشن آن هم بارویکرد مخاطب محوری در این فضای رقابتی که استفاده مخاطبان از برنامه‌ها شرط موفقیت یک رسانه است مورد توجه قرار نگرفته است. بنابراین مسئله‌ی اصلی تحقیق، با نگاهی به رویکرد استفاده و رضامندی و پرداختن به دیدگاه مخاطبان در خصوص مستندهای سیاسی و اجتماعی این است که دانشجویان به عنوان یکی از گروه‌های اجتماعی مهم که مخاطب برنامه‌های تلویزیونی هم هستند و علی‌الظاهر باید از برنامه‌های جدی و آموزنده مثل مستندها نسبت به سایر افراد توجه بیشتری داشته باشند چه دیدگاهی نسبت به برنامه‌های مستند سیاسی و اجتماعی دارند؟ بنابراین با در نظر گرفتن جنبه‌های گوناگون فرایند استفاده و رضامندی این تحقیق به بررسی انگیزه‌های دانشجویان برای استفاده از برنامه‌های مذکور و رضامندی حاصل از آن می‌پردازد.

۲-۱- اهمیت و ضرورت تحقیق

مخاطبان در میان رسانه‌های مختلف نسبت به تلویزیون واکنش خاص و متفاوتی دارند. سروان شرایبر نویسنده‌ی کتاب "نیروی پیام" با اشاره به واکنش اکثریت نسبت به برنامه‌های تلویزیونی می‌نویسد:

برنامه خوب باشد یا بد، مردم جلوی تلویزیون می‌نشینند و حتی وقتی برنامه بیش از حد بد باشد آنها شکایت می‌کنند اما از تماشای آن چشم نمی‌پوشند. (شرایبر، لویی، ۱۳۷۱، ص ۳۱۲)