

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

بسمه تعالی

تأییدیه اعضای هیأت داوران حاضر در جلسه دفاع از پایان نامه کارشناسی ارشد

اعضای هیأت داوران نسخه نهایی پایان نامه آقای امیر ساکی تحت عنوان " بررسی نقش شبکه استانی افلاک در تقویت فرهنگ بومی استان لرستان" را از نظر فرم و محتوی بررسی نموده و پذیرش آن را برای تکمیل درجه کارشناسی ارشد پیشنهاد می کنند.

امضاء	رتبه علمی	نام و نام خانوادگی	اعضای هیأت داوران
		دکتر محمد علی هرمزی زاده	۱- استاد راهنما
		دکتر سید محمد دادگران	۲- استاد مشاور
		دکتر محمد علی حکیم ارا	۳- استاد داور
		دکتر ابراهیم فیاض	۴- استاد داور
		دکتر امیر حسین فراهانی	۵- نماینده اداره تحصیلات تکمیلی

## آئین نامه چاپ پایان نامه دانشجویان دانشکده صدا و سیما

نظر به اینکه چاپ و انتشار پایان نامه تحصیلی دانشجویان دانشکده صدا و سیما، مبین بخشی از فعالیتهای علمی- پژوهشی دانشکده است. بنابراین به منظور آگاهی و رعایت حقوق دانشکده، دانش‌آموختگان این دانشکده نسبت به رعایت موارد ذیل متعهد می‌شوند:

**ماده ۱:** در صورت اقدام به چاپ پایان نامه خود، مراتب را قبلاً به طور کتبی به معاونت پژوهشی دانشکده اطلاع دهد.

**ماده ۲:** در صفحه سوم کتاب ( پس از برگ شناسنامه) عبارت ذیل را چاپ کند:

"کتاب حاضر، حاصل پایان نامه کارشناسی ارشد نگارنده امیر ساکی در رشته ارتباطات است که در سال ۱۳۸۷ در گروه ارتباطات دانشکده صدا و سیما به راهنمایی جناب آقای دکتر محمد علی هرمزی زاده و مشاوره جناب آقای دکتر سید محمد دادگران دفاع گردیده است."

**ماده ۳:** به منظور جبران بخشی از هزینه‌های انتشارات دانشکده، تعداد یک درصد شمارگان کتاب ( در هر نوبت چاپ) را به معاونت پژوهشی دانشکده اهدا کند. دانشکده می‌تواند مازاد نیاز خود را در معرض فروش قرار دهد.

**ماده ۴:** در صورت عدم رعایت ماده ۳، ۵۰٪ بهای شمارگان چاپ شده را به عنوان خسارت به دانشکده صدا و سیما تأدیه کند

**ماده ۵:** دانشجو تعهد و قبول می‌کند در صورت خودداری از پرداخت بهای خسارت، دانشکده می‌تواند خسارت مذکور را از طریق مراجع قضایی مطالبه و وصول کند؛ به علاوه به دانشکده حق می‌دهد به منظور استیفای حقوق خود، از طریق دادگاه، معادل وجه مذکور در ماده ۴ را از محل توقیف کتابهای عرضه شده نگارنده برای فروش، تأمین نماید.

**ماده ۶:** اینجانب امیر ساکی دانشجوی رشته ارتباطات مقطع کارشناسی ارشد تعهد فوق و ضمانت اجرایی آن را قبول کرده، به آن ملتزم می‌شوم.

نام و نام خانوادگی: امیر ساکی تاریخ و امضاء:



دانشکده صداوسیما جمهوری اسلامی ایران

پایان نامه دوره کارشناسی ارشد ارتباطات

گرایش تحقیق در ارتباطات

**بررسی نقش شبکه استانی افلاک در تقویت فرهنگ بومی**

**استان لرستان**

**امیر ساکی**

استاد راهنما:

**دکتر محمد علی هرمزی زاده**

استاد مشاور:

**دکتر سید محمد دادگران**

پاییز ۱۳۸۷

تقدیم به

# مادر فداکارم

پدر دلسوزم

و

خواهر مهربانم

## قدردانی و سپاس

بر خود لازم می دانم که از همه بزرگوارانی که مرا در تکمیل تحصیلات و تدوین این رساله یاری کردند تشکر نمایم. از خانواده ام که همیشه راهنما و مشوق من بوده اند سپاس دارم. از استادان گرانمایه جناب آقای دکتر محمد علی هرمزی زاده که در این رساله به عنوان استاد راهنما و جناب دکتر سید محمد دادگران که در این رساله به عنوان استاد مشاور مرا یاری کردند و همچنین از خانم گنجی مدیر محترم واحد تحقیقات صدا و سیما مرکز لرستان به خاطر زحماتی که در جهت تکمیل این رساله کشیده اند نهایت امتنان خود را ابراز می دارم.

## چکیده

هدف کلی این پژوهش بررسی نقش شبکه استانی افلاک در تقویت فرهنگ بومی استان لرستان است. روش تحقیق، پیمایشی است. جامعه آماری کلیه افراد ۱۵ سال به بالای ساکن شهر خرم آباد است که از این میان، تعداد ۴۰۰ نفر با استفاده از فرمول کوکران به روش نمونه گیری خوشه ای چند مرحله ای انتخاب شدند و در نهایت ۴۰۰ پرسشنامه جمع آوری و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. اعتبار صوری پرسشنامه با کسب نظر گروهی از متخصصان و اعتبار ساختاری آن با استفاده از تکنیک تحلیل عاملی مورد بررسی قرار گرفت و اصلاحات لازم در آن به عمل آمد. پایایی پرسشنامه با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ برابر ۹۲٪ به دست آمد. نتایج تحقیق نشان می دهد که:

بین مدت زمان تماشای شبکه استانی افلاک و میزان آگاهی از فرهنگ بومی رابطه مستقیم وجود دارد، به این معنی که با افزایش میزان تماشای شبکه استانی افلاک، میزان آگاهی مخاطبان از بیشتر مولفه های فرهنگ بومی افزایش می یابد.

بین مدت زمان تماشای شبکه استانی افلاک و میزان علاقه به فرهنگ بومی رابطه مستقیم وجود دارد، به این معنی که با افزایش میزان تماشای شبکه استانی افلاک، میزان علاقه مخاطبان به بیشتر مولفه های فرهنگ بومی افزایش می یابد.

بنابراین می توان نتیجه گرفت که شبکه افلاک در تقویت بیشتر مولفه های فرهنگ بومی استان لرستان موفق بوده است.

**واژگان کلیدی:** فرهنگ بومی، صنایع دستی محلی، اشعار محلی، گویش محلی، ضرب المثل های محلی، موسیقی محلی، شبکه استانی افلاک.

## فصل اول: کلیات تحقیق

۲	۱-۱- طرح مسئله .....
۴	۱-۲- اهمیت و ضرورت تحقیق .....
۵	۱-۳- هدف اصلی تحقیق .....
۵	۱-۳-۱- اهداف فرعی تحقیق .....
۵	۱-۴- سؤالهای اصلی تحقیق .....
۵	۱-۴-۱- سؤالهای فرعی تحقیق .....
۶	۱-۵- فرضیه های اصلی تحقیق .....
۶	۱-۵-۱- فرضیه های فرعی تحقیق .....
۷	۱-۶- تعریف مفاهیم تحقیق .....

## فصل دوم: مبانی نظری تحقیق

۱۲	۲-۱- بررسی تحقیقات پیشین .....
۱۲	۲-۱-۱- تحقیقات خارجی .....
۱۳	۲-۱-۲- تحقیقات انجام شده در ایران .....
۱۶	۲-۲- نظریه های مربوط به موضوع تحقیق .....
۱۶	۲-۲-۱- نظریه تزریقی .....
۱۷	۲-۲-۱-۱- انتقادهای وارده به نظریه تزریقی .....
۱۷	۲-۲-۲- نظریه تقویت یا تأثیر محدود .....
۱۹	۲-۲-۲-۱- انتقادهای وارده به نظریه تقویت .....
۱۹	۲-۲-۳- نظریه برجسته سازی .....
۲۰	۲-۲-۳-۱- کارکرد برجسته سازی .....
۲۱	۲-۲-۳-۲- چارچوب زمانی برجسته سازی .....
۲۲	۲-۲-۳-۳- انتقادهای وارده به نظریه برجسته سازی .....
۲۲	۲-۲-۴- نظریه کاشت .....
۲۳	۲-۲-۴-۱- تقسیم بندی بینندگان تلویزیون توسط گرنر .....
۲۳	۲-۲-۴-۱-۱- بینندگان پر مصرف .....



- ۲۳-۱-۴-۲-۲-۲- بینندگان کم مصرف ..... ۲۳
- ۲۳-۲-۴-۲-۲- روش پژوهش در نظریه کاشت ..... ۲۳
- ۲۴-۱-۴-۲-۲- متداول سازی ..... ۲۴
- ۲۴-۲-۴-۲-۲- تشدید ..... ۲۴
- ۲۵-۲-۲- نظریه وابستگی مخاطبان ..... ۲۵
- ۲۶-۱-۵-۲- انتقاد وارده بر نظریه وابستگی مخاطبان ..... ۲۶
- ۲۶-۲-۲- نظریه نیاز جویی مخاطبان : استفاده و بهره مندی ..... ۲۶
- ۲۷-۱-۶-۲- انتقاد وارده به نظریه نیاز جویی ..... ۲۷
- ۲۸-۲-۲- نظریه شکاف آگاهی ..... ۲۸
- ۲۸-۱-۷-۲- انتقاد وارده به نظریه شکاف آگاهی ..... ۲۸
- ۲۹-۳-۲- چارچوب نظری تحقیق ..... ۲۹
- ۲۹-۱-۳-۲- مدیریت محتوای برنامه های محلی ..... ۲۹
- ۲۹-۱-۳-۱- توجه به مسائل زبانی ..... ۲۹
- ۲۹-۲-۳-۱- ایجاد ارتباط با سنت ها ..... ۲۹
- ۲۹-۳-۳-۱- توسعه مبادله محتوای اینترنتی و سیستم های پخش ..... ۲۹
- ۳۰-۱-۳-۱- تقویت توانایی سازگاری سازمان های بومی و محلی ..... ۳۰
- ۳۰-۱-۳-۱-۴- بها دادن به محتوای بومی و محلی ..... ۳۰
- ۳۱-۲-۳-۱-۴- ایجاد مهارت های لازم برای سازگاری و انطباق ..... ۳۱
- ۳۱-۳-۳-۱-۴- ارتقای مالکیت و مشارکت محلی ..... ۳۱
- ۳۱-۴-۳-۱-۴- توجه به فعالیتهای مشترک ..... ۳۱
- ۳۱-۵-۳-۱-۴- تقویت اساس مهارت های محلی ..... ۳۱
- ۳۲-۲-۳-۲- محتوای بومی برنامه ها ..... ۳۲
- ۳۳-۳-۳-۲- شناخت محتوای بومی و محلی ..... ۳۳
- ۳۴-۴-۳-۲- طبقه بندی محتوای بومی و محلی ..... ۳۴
- ۳۵-۱-۴-۳-۲- تقسیم بندی چهارگانه از محتوا ..... ۳۵
- ۳۷-۴-۳-۲- تفاوت های موجود در محتوای طبقه بندی شده ..... ۳۷
- ۴۰-۵-۳-۲- بررسی وضعیت عرضه و تقاضا ..... ۴۰
- ۴۰-۱-۳-۵-۲- عرضه قوی جهانی ..... ۴۰
- ۴۰-۲-۳-۵-۲- عرضه ضعیف محتوای محلی ..... ۴۰

- ۲-۳-۵-۲-۱- اولویت بندی فعالیت ها برای تولید و عرضه محتواهای مناسب بومی و محلی..... ۴۱
- ۲-۳-۵-۲-۲- ایجاد انگیزه برای بیان محتوای بومی به منظور استفاده و کاربرد بومی و محلی..... ۴۱
- ۲-۳-۵-۲-۳- ایجاد انگیزه برای تولید محتوای اینترنتی و ارتباطات اینترنتی برای استفاده محلی و جهانی..... ۴۲
- ۲-۳-۶- حوزه‌های پنجگانه اطلاعات در فضای مجازی..... ۴۲
- ۲-۳-۶-۱- حوزه اقتصادی - ژئوپلیتیکی..... ۴۲
- ۲-۳-۶-۲- حوزه میراث جغرافیایی..... ۴۲
- ۲-۳-۶-۳- حوزه عمومی - اجتماعی..... ۴۳
- ۲-۳-۶-۴- حوزه تجارتي..... ۴۳
- ۲-۳-۶-۵- فضای فردی..... ۴۳

## فصل سوم: روش تحقیق

- ۳-۱- مقدمه..... ۴۶
- ۳-۲- روش تحقیق..... ۴۶
- ۳-۳- متغیر های تحقیق..... ۴۷
- ۳-۴- جامعه آماری..... ۴۸
- ۳-۵- محاسبه حجم نمونه..... ۴۸
- ۳-۶- روش نمونه گیری..... ۴۸
- ۳-۷- شیوه گرد آوری اطلاعات..... ۴۹
- ۳-۸- ابزار گردآوری اطلاعات..... ۴۹
- ۳-۹- تعاریف عملیاتی..... ۵۰
- ۳-۱۰- اعتبار پرسشنامه..... ۵۳
- ۳-۱۰-۱- اعتبار صوری..... ۵۳
- ۳-۱۰-۲- اعتبار ساختاری..... ۵۳
- ۳-۱۱- پایایی..... ۵۹
- ۳-۱۲- روشهای تجزیه و تحلیل آماری..... ۶۱

## فصل چهارم: یافته های تحقیق

- ۶۴-۱-۴- مقدمه.....
- ۶۴-۲-۴- مشخصات پاسخگویان.....
- ۶۸-۳-۴- میزان تماشای شبکه افلاک.....
- ۷۱-۴-۴- میزان آگاهی از گویش محلی.....
- ۷۴-۵-۴- میزان علاقه به گویش محلی.....
- ۷۷-۶-۴- میزان آگاهی از موسیقی محلی.....
- ۸۰-۷-۴- میزان علاقه به موسیقی محلی.....
- ۸۳-۸-۴- میزان آگاهی از صنایع دستی محلی.....
- ۸۶-۹-۴- میزان علاقه به صنایع دستی محلی.....
- ۸۹-۱۰-۴- میزان آگاهی از ضرب المثل‌های محلی.....
- ۹۲-۱۱-۴- میزان علاقه به ضرب المثل‌های محلی.....
- ۹۵-۱۲-۴- میزان آگاهی از اشعار محلی.....
- ۹۸-۱۳-۴- میزان علاقه به اشعار محلی.....
- ۱۰۱-۱۴-۴- ضرایب همبستگی و رگرسیونی بین متغیرهای مستقل و وابسته.....

## فصل پنجم: نتیجه گیری

- ۱۱۶-۱-۵- مقدمه.....
- ۱۱۶-۲-۵- نتایج مبتنی بر فرضیه های تحقیق.....
- ۱۲۴-۳-۵- پیشنهادها.....
- ۱۲۸- فهرست منابع و مآخذ.....
- ۱۳۳- ضمائم.....
- چکیده انگلیسی\*\*\*

## فهرست جداول

عنوان	صفحه
جدول ۱-۳ متغیر های ترکیبی تحقیق.....	۴۷
جدول ۲-۳ تحلیل عاملی سه سؤال مربوط به متغیر "میزان آگاهی از گویش محلی".....	۵۴
جدول ۳-۳ تحلیل عاملی سه سؤال مربوط به متغیر "میزان آگاهی از موسیقی محلی".....	۵۴
جدول ۴-۳ تحلیل عاملی سه سؤال مربوط به متغیر "میزان آگاهی از ضرب المثل های محلی".....	۵۵
جدول ۵-۳ تحلیل عاملی سه سؤال مربوط به متغیر "میزان آگاهی از اشعار محلی".....	۵۵
جدول ۶-۳ تحلیل عاملی سه سؤال مربوط به متغیر "میزان آگاهی از صنایع دستی محلی".....	۵۶
جدول ۷-۳ تحلیل عاملی سه سؤال مربوط به متغیر "میزان علاقه به گویش محلی".....	۵۶
جدول ۸-۳ تحلیل عاملی سه سؤال مربوط به متغیر "میزان علاقه به موسیقی محلی".....	۵۷
جدول ۹-۳ تحلیل عاملی سه سؤال مربوط به متغیر "میزان علاقه به ضرب المثل های محلی".....	۵۷
جدول ۱۰-۳ تحلیل عاملی سه سؤال مربوط به متغیر "میزان علاقه به اشعار محلی".....	۵۸
جدول ۱۱-۳ تحلیل عاملی سه سؤال مربوط به متغیر "میزان علاقه به صنایع دستی محلی".....	۵۸
جدول ۱۲-۳ ضریب آلفای کرونباخ متغیر های تحقیق.....	۶۰
جدول ۱۳-۳ تفسیر ضرایب همبستگی پیرسون.....	۶۲
جدول ۱-۴ توزیع پاسخگویان بر حسب جنس.....	۶۴
جدول ۲-۴ توزیع پاسخگویان بر حسب سن.....	۶۵
جدول ۳-۴ توزیع پاسخگویان بر حسب تحصیلات.....	۶۶
جدول ۴-۴ توزیع پاسخگویان بر حسب وضعیت تاهل.....	۶۶

- جدول ۴-۵ توزیع پاسخگویان برحسب نوع فعالیت..... ۶۷
- جدول ۴-۶ توزیع پاسخگویان برحسب اصالت..... ۶۸
- جدول ۴-۷ توزیع پاسخگویان برحسب تماشای شبکه افلاک..... ۶۸
- جدول ۴-۸ تعداد روزهای تماشای برنامه های شبکه افلاک در هفته..... ۶۹
- جدول ۴-۹ توزیع پاسخگویان برحسب تعداد ساعات تماشای برنامه های شبکه افلاک در روز..... ۷۰
- جدول ۴-۱۰ توزیع پاسخگویان برحسب میزان آشنایی با زبان محلی..... ۷۱
- جدول ۴-۱۱ توزیع پاسخگویان برحسب میزان آشنایی با کلمات اصیل محلی..... ۷۲
- جدول ۴-۱۲ توزیع پاسخگویان برحسب میزان امتیاز از آشنایی با کلمات اصیل محلی..... ۷۳
- جدول ۴-۱۳ توزیع پاسخگویان برحسب میزان علاقه به صحبت کردن به زبان محلی..... ۷۴
- جدول ۴-۱۴ توزیع پاسخگویان برحسب میزان علاقه صحبت کردن فرزندان به زبان محلی..... ۷۵
- جدول ۴-۱۵ توزیع پاسخگویان برحسب میزان علاقه به پخش شدن برنامه های رادیو تلویزیون به زبان محلی..... ۷۶
- جدول ۴-۱۶ توزیع پاسخگویان برحسب میزان آشنایی با موسیقی محلی..... ۷۷
- جدول ۴-۱۷ توزیع پاسخگویان برحسب میزان آشنایی با خوانندگان محلی..... ۷۸
- جدول ۴-۱۸ توزیع پاسخگویان برحسب میزان آشنایی با نوازندگان موسیقی محلی..... ۷۹

- جدول ۴-۱۹ توزیع پاسخگویان برحسب میزان علاقه به موسیقی محلی..... ۸۰
- جدول ۴-۲۰ توزیع پاسخگویان برحسب میزان علاقه به پخش موسیقی محلی از رادیو تلویزیون..... ۸۱
- جدول ۴-۲۱ توزیع پاسخگویان برحسب میزان ترجیح دادن موسیقی محلی به موسیقی فارسی..... ۸۲
- جدول ۴-۲۲ توزیع پاسخگویان برحسب میزان آشنایی با صنایع دستی..... ۸۳
- جدول ۴-۲۳ توزیع پاسخگویان برحسب میزان امتیاز از آشنا بودن به صنایع دستی محلی..... ۸۴
- جدول ۴-۲۴ توزیع پاسخگویان برحسب میزان آشنایی با مراحل ساخت صنایع دستی محلی..... ۸۵
- جدول ۴-۲۵ توزیع پاسخگویان برحسب میزان علاقمندی به صنایع دستی محلی..... ۸۶
- جدول ۴-۲۶ توزیع پاسخگویان برحسب میزان علاقه به استفاده از صنایع دستی محلی در تزیین خانه..... ۸۷
- جدول ۴-۲۷ توزیع پاسخگویان برحسب میزان علاقه به سوغات بردن صنایع دستی محلی برای دوستان..... ۸۸
- جدول ۴-۲۸ توزیع پاسخگویان برحسب میزان آشنایی با ضرب المثل‌های محلی..... ۸۹
- جدول ۴-۲۹ توزیع پاسخگویان برحسب میزان آشنایی با ضرب المثل‌های محلی پرسیده شده..... ۹۰
- جدول ۴-۳۰ توزیع پاسخگویان برحسب میزان استفاده از ضرب المثل‌های محلی..... ۹۱
- جدول ۴-۳۱ توزیع پاسخگویان برحسب میزان علاقه مندی به ضرب المثل‌های محلی..... ۹۲
- جدول ۴-۳۲ توزیع پاسخگویان برحسب میزان تمایل به آشنا شدن فرزندان با ضرب المثل‌های محلی..... ۹۳
- جدول ۴-۳۳ توزیع پاسخگویان برحسب میزان مایل بودن به یادگیری ضرب المثل‌های محلی..... ۹۴

- جدول ۳۴-۴ توزیع پاسخگویان برحسب میزان آشنایی با اشعار محلی لرستان..... ۹۵
- جدول ۳۵-۴ توزیع پاسخگویان برحسب میزان امتیاز به خواندن چند بیت شعر محلی..... ۹۶
- جدول ۳۶-۴ توزیع پاسخگویان برحسب میزان امتیاز از نام بردن چند شاعر محلی..... ۹۷
- جدول ۳۷-۴ توزیع پاسخگویان برحسب میزان علاقمندی به اشعار محلی..... ۹۸
- جدول ۳۸-۴ توزیع پاسخگویان برحسب میزان علاقمندی به آشنایی فرزندان با اشعار محلی..... ۹۹
- جدول ۳۹-۴ توزیع پاسخگویان برحسب میزان زمزمه کردن اشعار محلی..... ۱۰۰
- جدول ۴۰-۴ ضریب همبستگی بین میزان تماشای شبکه افلاک و "میزان آگاهی از گویش محلی"..... ۱۰۱
- جدول ۴۱-۴ خلاصه مدل برای میزان آگاهی از گویش محلی..... ۱۰۱
- جدول ۴۲-۴ ضرایب رگرسیون برای میزان آگاهی از گویش محلی..... ۱۰۲
- جدول ۴۳-۴ ضریب همبستگی بین میزان تماشای شبکه افلاک و میزان علاقه به گویش محلی..... ۱۰۲
- جدول ۴۴-۴ خلاصه مدل برای میزان علاقه به گویش محلی..... ۱۰۳
- جدول ۴۵-۴ ضرایب رگرسیون برای میزان علاقه به گویش محلی..... ۱۰۳
- جدول ۴۶-۴ ضریب همبستگی بین میزان تماشای شبکه افلاک و میزان آگاهی از موسیقی محلی..... ۱۰۴
- جدول ۴۷-۴ ضریب همبستگی بین میزان تماشای شبکه افلاک و میزان علاقه به موسیقی محلی..... ۱۰۴
- جدول ۴۸-۴ خلاصه مدل برای میزان علاقه به موسیقی محلی..... ۱۰۴
- جدول ۴۹-۴ ضرایب رگرسیون برای میزان علاقه به موسیقی محلی..... ۱۰۵
- جدول ۵۰-۴ ضریب همبستگی بین میزان تماشای شبکه افلاک و میزان آگاهی از صنایع دستی محلی..... ۱۰۵
- جدول ۵۱-۴ خلاصه مدل برای میزان آگاهی از صنایع دستی محلی..... ۱۰۶
- جدول ۵۲-۴ ضرایب رگرسیون برای میزان آگاهی از صنایع دستی محلی..... ۱۰۶

- جدول ۴-۵۳ ضریب همبستگی بین میزان تماشای شبکه افلاک و میزان علاقه به صنایع دستی محلی.....۱۰۷
- جدول ۴-۵۴ خلاصه مدل برای میزان علاقه به صنایع دستی محلی.....۱۰۷
- جدول ۴-۵۵ ضرایب رگرسیون برای میزان علاقه به صنایع دستی محلی.....۱۰۷
- جدول ۴-۵۶ ضریب همبستگی بین میزان تماشای شبکه افلاک میزان آگاهی از ضرب المثل‌های محلی.....۱۰۸
- جدول ۴-۵۷ خلاصه مدل برای میزان آگاهی از ضرب المثل های محلی.....۱۰۸
- جدول ۴-۵۸ ضرایب رگرسیون برای میزان آگاهی از ضرب المثل های محلی.....۱۰۹
- جدول ۴-۵۹ ضریب همبستگی بین میزان تماشای شبکه افلاک و میزان علاقه به ضرب المثل‌های محلی.....۱۰۹
- جدول ۴-۶۰ ضریب همبستگی بین میزان تماشای شبکه افلاک و میزان آگاهی از اشعار محلی.....۱۰۹
- جدول ۴-۶۱ خلاصه مدل برای میزان آگاهی از اشعار محلی.....۱۱۰
- جدول ۴-۶۲ ضرایب رگرسیون برای میزان آگاهی از اشعار محلی.....۱۱۰
- جدول ۴-۶۳ ضریب همبستگی بین میزان تماشای شبکه افلاک و میزان علاقه به اشعار محلی.....۱۱۱
- جدول ۴-۶۴ خلاصه مدل برای میزان علاقه به اشعار محلی.....۱۱۱
- جدول ۴-۶۵ ضرایب رگرسیون برای میزان علاقه به اشعار محلی.....۱۱۱
- جدول ۴-۶۶ ضریب همبستگی بین میزان تماشای شبکه افلاک و میزان آگاهی از فرهنگ بومی.....۱۱۲
- جدول ۴-۶۷ خلاصه مدل برای میزان آگاهی از فرهنگ بومی.....۱۱۲
- جدول ۴-۶۸ ضرایب رگرسیون برای میزان آگاهی از فرهنگ بومی.....۱۱۳
- جدول ۴-۶۹ ضریب همبستگی بین میزان تماشای شبکه افلاک و میزان علاقه به فرهنگ بومی.....۱۱۳
- جدول ۴-۷۰ خلاصه مدل برای میزان علاقه به فرهنگ بومی.....۱۱۴
- جدول ۴-۷۱ ضرایب رگرسیون برای میزان علاقه به فرهنگ بومی.....۱۱۴



## فهرست اشکال

صفحه

عنوان

شکل ۱-۲ الگوی استفاده و بهره مندی «کتز» و «بلومر»..... ۲۷

شکل ۲-۲ فراگرد مشکل کمک‌های عمومی..... ۲۸

شکل ۳-۲ تعامل میان رسانه، انتظارات مخاطبان و محتوای بومی..... ۳۲

## فهرست نمودارها

صفحه	عنوان
۳۴.....	نمودار ۱-۲ طبقه بندی محتوای بومی و محلی.....
۳۷.....	نمودار ۲- ۲ محتوای اطلاعات محدوده رسانه بومی.....
۳۸.....	نمودار ۲- ۳ شیوه تبادل اطلاعات بین محدوده‌ها.....
۳۸.....	نمودار ۲- ۴ جریان چرخش اطلاعات بین محدوده‌ها.....
۳۹.....	نمودار ۲- ۵ چگونگی تبادل اطلاعات.....

# فصل اول

## کلیات تحقیق

## ۱-۱- طرح مسئله

دوران کنونی را می توان عصر ارتباطات دانست. افزایش روزافزون وسایل ارتباطی و پیشرفته تر شدن آنها و ارائه نظریه جهانی شدن<sup>۱</sup> و به تبع آن طرح گفتگوی تمدنها و برخورد تمدنها همگی نوید دهنده روزگاری بس نوین در تاریخ بشر امروزی هستند. اگر چه تنها صد سال پیش، روزنامه ها و مطبوعات، آنهم با آن شرایط و اوضاع و احوال، تنها وسایل ارتباطی سریع بین مردمان بودند، ولی امروزه رادیو، تلویزیون، ماهواره و از همه مهمتر اینترنت این وظیفه را به نحوی بسیار مطلوب تر و سریع تر انجام می دهند. در این بین و خصوصا در کشورهای جهان سوم بدلیل ضعف امکانات اینترنتی، رادیو و تلویزیون نقشی اساسی تر و عمومی تر بر عهده دارند و اکثر مردم با استفاده از این دو وسیله ارتباطی، اطلاعات مورد نیاز خود را در تمامی زمینه ها بدست می آورند.

از زمان پیدایش تلویزیون همواره این انتظار فزاینده وجود داشته است که ملت ها بتوانند از این رسانه پر طرفدار برای ارتقای فرهنگ ملی خود استفاده نمایند.

در حال حاضر، با هجوم گسترده رسانه های دیداری و شنیداری بین المللی از طریق ماهواره های مختلف در اقصی نقاط جهان، کلیه ارزشهای فرهنگی و سنتها و آثار بومی مناطق مختلف جهان تحت تاثیر این رسانه ها قرار گرفته اند. پاسداری از فرهنگ ملی و بومی و ارزشهای مرتبط با آن به عنوان یکی از وظایف مهم مسئولین فرهنگی جوامع به شمار می آید، به گفته تافلر (۱۹۸۰) تغییرات سریع در جامعه اطلاعاتی در حال تاثیر گذاری بر هویت فرهنگی<sup>۲</sup> و ایجاد یک جامعه مسخ شده است. در طول دو دهه قبل، توسعه فناوری اطلاعات سبب تغییرات گسترده ای در روش زندگی انسان در کل جهان شده (Mcluhan, 1964) و یک محیط رسانه ای نوین از طریق ماهواره ها و بزرگراههای عظیم رسانه ای<sup>۳</sup> ایجاد شده است (Canter, 2005). ویلر<sup>۴</sup> معتقد است که رشد و گسترش رسانه های نوین بین المللی اغلب به عنوان بخشی از پی آمدهای فرهنگ جهانی سازی مورد پذیرش قرار می گیرد ولی پیدایش این رسانه های بین المللی سبب شده است که فرهنگ های بومی اغلب به

---

<sup>1</sup> - Globalization.

<sup>2</sup> - Cultural Identity.

<sup>3</sup> - Superhighways.

<sup>4</sup> - Wheeler.