

عنوان:

سنجش نگرش کشاورزان شهرستان کرمانشاه نسبت به مراکز ترویج و خدمات
جهاد کشاورزی

نویسنده گان:

حسین آگهی^۱، سید یعقوب هاشمی^۲

۱. دانشیار دانشکده کشاورزی دانشگاه رازی، نویسنده مکاتبه کننده hosseinagahi_raziuniversity@yahoo.com
۲. کارشناس ارشد توسعه روستایی دانشگاه رازی.

چکیده

از سه نیاز اساسی انسان یعنی غذا، پوشاک و مسکن محققاً غذا از مهمترین است چون بدون غذا اساساً انسان نمی تواند زنده بماند و زندگی کند. بخش کشاورزی مسئول تهیه غذا برای انبوه مردمی است که تعدادشان پیوسته افزایش نیز می یابد. توسعه کشاورزی در چارچوب توسعه ملی یک کشور مورد بحث قرار می گیرد و به عنوان یک بخش اقتصادی مهم نقش حیاتی در توسعه ملی ایفا می نماید. این پژوهش، از مفاهیم، نظریه ها و رهیافت های روانشناسی اجتماعی بهره می برد. هدف اصلی، سنجش نگرش کشاورزان شهرستان کرمانشاه نسبت به مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی و مروجین است. چارچوب نظری پژوهش، بر مبنای رهیافت سه مؤلفه ای نگرش و نظریه رفتاری برنامه ریزی شده «فیشبین» و «ایزن» استوار است. چهار متغیر تحقیق تحت عناوین «ارزیابی فایده»، «انتظار فایده»، «انتظار دیگران» و «انگیزه پیروی از انتظارات دیگران» از نظریه فوق استخراج شده اند. تحقیق حاضر از نوع توصیفی یا غیر آزمایشی و پیمایشی است. در این تحقیق از پرسشنامه ای مشتمل بر ۳۹ گویه با طیف لیکرت استفاده گردیده که قابلیت اعتماد آن به شیوه آلفای کرونباخ (۰/۹۰۹) و اعتبار آن از طریق مشورت با کارشناسان حاصل شده است. روش نمونه گیری چند مرحله ای و حجم نمونه با توجه به جدول مورگان ۳۸۵ نفر بدست آمد. نتایج در بخش توصیفی نشان می دهد که ارزیابی کشاورزان از مراکز خدمات و مروجین در سطح متوسط می باشد. بیشتر کشاورزان از مراکز خدمات انتظار فایده بالایی دارند، انتظارات دیگران را بالای متوسط و انسجام اجتماعی در روستاها بالاست. در بخش آمار تحلیلی یا استنباطی با استفاده از تحلیل عاملی، ۱۰ عامل از ۳۹ گویه که دارای بیشترین بار عاملی بودند استخراج شدند سپس از بین ۱۰ عامل، آنهایی که با همدیگر همبستگی معنی داری نداشتند وارد تحلیل رگرسیون چند گانه شدند. این فرایند منجر به ۲۲ جفت متغیر و در نتیجه ۲۲ معادله رگرسیون شد که می تواند در محاسبه نمره نگرش که همان متغیرهای مستقل تحلیل رگرسیون هستند، کمک باشد. تحلیل همبستگی بین ۳۹ گویه نشان می دهد که بیشتر گویه ها همبستگی بالا و معنی دار در سطح $p < 0.05$ و $p < 0.01$ دارند. همچنین همبستگی بین متغیرهای مستقل و نگرش کل در سطح $p < 0.01$ معنی دار هستند که خود تأیید کننده تئوری تحقیق می باشد.

واژه های کلیدی: سنجش نگرش، کشاورزان، مراکز ترویج و خدمات، کرمانشاه/شهرستان.

اهداف تحقیق

هدف کلی ار این تحقیق عبارت از اندازه گیری یا سنجش گرایش کشاورزان نسبت به مراکز ترویج و

خدمات جهاد کشاورزی در شهرستان کرمانشاه است. اهداف اختصاصی عبارتند از:

- ۱- سنجش «ارزیابی فایده» کشاورزان از مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی
- ۲- سنجش «انتظار فایده» کشاورزان از مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی
- ۳- سنجش «انتظارات دیگران» کشاورزان از مروجین و مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی
- ۴- سنجش «انگیزه فرد برای پیروی از انتظارات دیگران».

پیشینه پژوهش

تزیسه و کرومکا^۳ در تحقیقی پیرامون سنجش نگرش «کشاورزان پاره وقت» نسبت به اداره ترویج، در مورد

مسئله خاص خود، نگرش را به سه بعد تجزیه می کنند و معتقدند که نگرش در رابطه با موضوع آنها دارای سه دسته از عناصر است که عبارتند از: عنصر ادراکی، عنصر ارزشیابانه و عنصر عملی و رفتاری (رفیع پور، ۱۳۷۲).

روزن اشتیل^۴ نیز در آثار متفاوتش درباره کارایی و ارزیابی سازمانها به چند عامل مؤثر بر روی گرایش اشاره می کند:

- ارضاء نیاز
- تجربه
- رضایت افراد
- میزان دسترسی به اهداف تعیین شده
- کارایی بهتر برای حل مسایل

ارضاء نیاز و رضایت در واقع جزء ویژگی های نگرش هستند که روزن اشتیل در اینجا به ذکر آنها پرداخته است. میزان دسترسی به اهداف تعیین شده و کارایی بهتر برای حل مسایل را نیز می توان در واقع به عنوان اجزایی از همان متغیر یا مؤلفه «اریابی فایده» در تئوری فیش بین و ایزن در نظر گرفت. اما «تجربه» به عنوان عامل مؤثر بر روی نگرش می تواند مفید باشد.

به نظر **خانم هروثسکا^۵** دسترسی به هدف و ارضاء نیاز همواره با احساس رضایت، احساس خوشبختی و تجربیات مطبوع همراه است و بر عکس عدم ارضاء نیاز با نارضایتی و ارزش های منفی. این خاطرات همراه با احساسهای ارزشی آنها در حافظه باقی می ماند و آن چیزی را که ما «تجربه» می نامیم؛ می سازد. بدین ترتیب است تکرار و تراکم تجربه همراه با احساس ارزشی آن بر روی نگرش تأثیر می گذارد (همان).

آقای رفیع پور نیز در تحقیق خود با عنوان «سنجش گرایش روستاییان نسبت به جهاد سازندگی» که در سه استان اصفهان، فارس و خراسان انجام گرفته است؛ از تئوری رفتار برنامه ریزی شده استفاده نموده است. ما از این تحقیق در طراحی پرسش نامه بسیار استفاده ایم. البته یکی از فاکتورهای تئوری پیش گفته در تحقیق آقای رفیع پور از قلم افتاده است؛ که عبارت است از کنترل رفتاری ادراک شده که همانطور که می دانیم عبارت است از "سختی یا آسانی ادراک شده رفتار بر مبنای تجربیات پیشین و موانع پیش رو. نیز ایشان به جای واژه نگرش معادل فارسی گرایش را برگزیده اند که معادل چندان گویایی نبوده و بیشتر معادل واژه انگلیسی desire می باشد تا attitude. همچنین آقای شهرکی در سال ۱۳۸۴ در تحقیق خود با عنوان "از این تئوری استفاده نمودند (شهرکی، ۱۳۸۴). اسبرن. و دیر نیز در سال ۲۰۰۰ در تحقیق خود تحت عنوان «نگرش دانش آموزان علوم کشاورزی ایلی نويز و والدینشان در مورد

³ Ziche & Kromka

⁴ Rosenstiel

⁵ Hruschka

کشاورزی و برنامه های آموزش کشاورزی» از این تئوری استفاده کردند (Osborn & Dyer, 2000). دیگر محققان نیز از این تئوری در تحقیقات خویش بهره برده اند؛ که عبارت است از تحقیقاتی که توسط شپارد^۶، کورلند^۷، کرنر^۸، گراسمن^۹، کرنیا^{۱۰}، لئون^{۱۱}، پروجینی^{۱۲}، اركولانی^{۱۳}، ساتون^{۱۴}، مک وی^{۱۵} و گلانز^{۱۶}، در زمینه های متفاوت اهدا خون، سیگار کشیدن، تصمیمات اخلاقی، اشتغال و رأی دادن، کاهش وزن، خرید اتومبیل، مطالعه، اضطراب و..... طی سالهای ۱۹۹۵ تا ۱۹۹۹ انجام گرفته است (Feldman, 2001 Brehm and) (Kassim, 1996).

ساپ و هارود^{۱۷} نیز در تحقیق خود با عنوان «تمایل مردم و خوردن گوشت گاو» از این تئوری بهره برده اند. آنها در کنار متغیرهای تئوری فیش بین و ایزن، یک متغیر دیگر به نام **پذیرش اجتماعی**^{۱۸} در نظر گرفته اند. آنها معتقدند که انتظارات اجتماعی در پیدایش قصد و نیت مؤثر است. بدین منظور آنها به تئوری گروه مرجع رجوع می کنند و در این زمینه بالاخص برداشت و تعریف شیبتانی^{۱۹} از گروه مرجع را در نظر می گیرند. شیبتانی از اصطلاح گروه مرجع کلی^{۲۰} استفاده می کند و آن را گروهی می داند که «نقش یک چارچوب مرجع را ایفا می کند ... و عقاید یک سیستم اجتماعی وسیعتر را منعکس می سازد».

بدین ترتیب انسان، جهان اطراف خود را از دیدگاه گروه مرجع کلی ادراک می نماید. گروه مرجع می تواند بنابراین هر مجموعه از مردم (محل، روستا و ...) باشد. این گروه مرجع یک چارچوب ارزشیابی را بوجود می آورد؛ که بر اساس آن اعضاء سیستم اجتماعی یا گروه، خود و دیگران را ارزیابی و کنترل می نمایند. اما این تأثیر گروه مرجع شناخت جدیدی نیست که ساپ و هارود بخواهند یک تئوری جدید در مورد نگرش ارایه دهند (رفیع پور).

چارچوب نظری تحقیق

از آنجا که این تحقیق تأکید بر سنجش نگرش کشاورزان نسبت به مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی است، بنابراین سعی می شود تا تعریف جامعی از نگرش ارائه گردد. نگرش عبارتست از مجموعه های نسبتاً پایداری از افکار و اندیشه های بشری درباره افراد، اشیاء یا موضوعات خاص که مؤلفه های شناختی و عاطفی دارند. (Zick and Elton, 1985)

کریمی نگرش را واکنشی عصبی مثبت یا منفی، نسبت به یک معنی انتزاعی یا شیئی ملموس می داند (کریمی، ۱۳۸۱). رهیافت سه مؤلفه ای نگرش، شامل مؤلفه شناختی، عاطفی و رفتاری است (Flodman, 2001).

رابطه میان نگرش ها و رفتار در یک بستر وسیع قابل طرح است. "نگرش ها یکی از تعیین کننده های^{۲۱} رفتار اجتماعی هستند؛ تعیین کننده های دیگری نیز وجود دارند. این اساس تئوری عمل مستدل است" (Brehm and) (Kassim, 1996)

فاکتورهای محیطی نیز نقشی بسیار بارز در تئوری موسوم به **رفتار برنامه ریزی شده**^{۲۲} یا **عمل مستدل**^{۲۳} ایفا

6 Sheppard

7 Kurland

8 Kerner

9 Grossman

10 Courney

11 Leone

12 Perugini

13 Ercolani

14 Sutton

15 Mc Vey

16 Glanz

17 Sapp & Harrod

18 Social acceptability

19 Shibusani

20 Generalized reference group

21 determinant

22 Planned behavior

می نمایند. این تئوری اولین بار در سال ۱۹۸۰ توسط روان شناسان اجتماعی فیش باین و ایزن، تحت عنوان عمل مستدل، پیشنهاد کردند (Feldman, 2001) و بعداً به روایتی در اواسط دهه ۱۹۸۰ و به روایتی دیگر در سال ۱۹۹۱ توسط ایزن تحت عنوان تئوری رفتار برنامه ریزی شده بسط داده شد (Brehm and Kassim, 1996). ما از این تئوری به عنوان چارچوب نظری تحقیق استفاده نموده و متغیرهای تحقیق را از درون آن استخراج می نماییم. براساس تئوری فیشباین و ایزن متغیرهای تحقیق در دو دسته (شکل ۱) ذکر می شوند.

الف- متغیرهای نگرشی

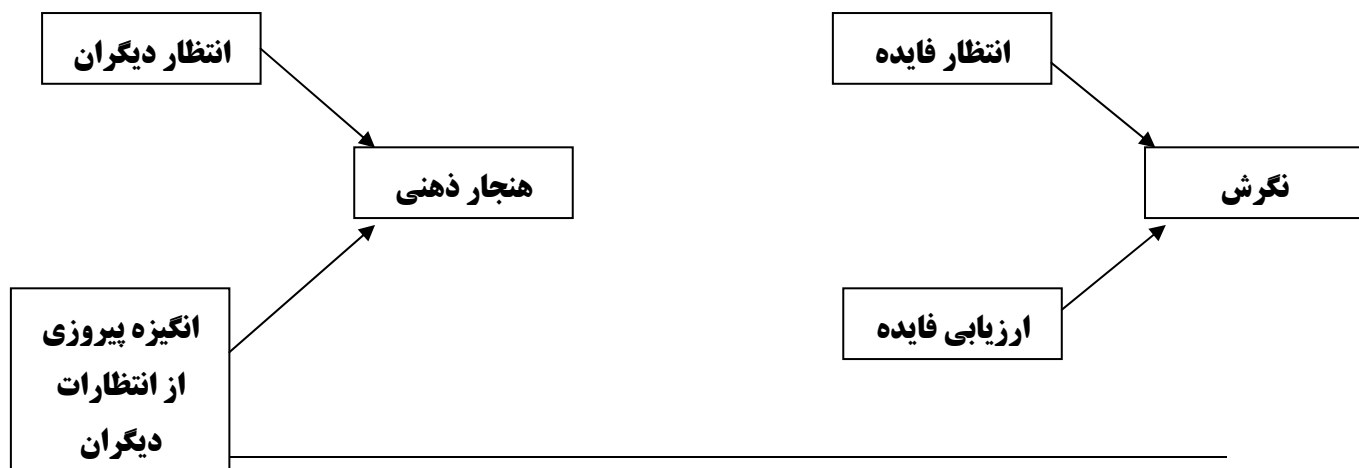
انتظار فایده: به معنی آن است که یک شخص تا چه حد از یک پدیده انتظار فایده دارد. مثلاً در یک روستا شخصی که به طور موقت و زود گذر در روستا سکنی گزیده و سپس آنجا را ترک می کند انتظار چندانی از مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی ندارد اما شخصی که به طور دائم در روستا بوده و از طریق کشاورزی امرار معاش می کند فکر می کند که مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی قاعدتاً برای او فایده دارد.

ارزیابی فایده: مفهوم این متغیر آشکار بوده و به معنای این است که به عنوان مثال دو شخص پیش گفته به طور کل مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی را چگونه ارزیابی می کنند؛ خوب یا بد.

ب- متغیرهای هنجار ذهنی

هنجارهای ذهنی در تئوری فیشباین و ایزن به معنای "فشار اجتماعی ادراک شده از سوی فرد مقابل اجرای رفتار می باشد." به عبارتی "شخص به آن توجه دارد که تا چه حد رفتارش مورد تأیید یا توبیخ افراد یا گروههای خاصی قرار خواهد گرفت. این افراد یا گروهها در واقع نقش یک مرجع هدایت کننده رفتار را دارند که ممکن است پدر و مادر، دوستان نزدیک و همکاران و یا اهالی یک محل باشند" (رفیع پور، ۷۲). انتظار دیگران: انتظار آنکه یک رفتار خاص از سوی "دیگر افراد مهم گروه" چگونه ارزیابی می شود. انگیزه پیروی از انتظارات دیگران: آیا اصولاً برای شخص، حرف، تأیید و یا توبیخ دیگران مهم است یا نه که درباره او چه می گویند.

شکل ۱- چارچوب نظری تحقیق



²³ Reasoned action

روش تحقیق

روش تحقیق مورد استفاده در این مطالعه، توصیفی و از نوع همبستگی است. هدف تحقیق کاربردی می باشد. از آنجا که هدف تحقیق سنجش نگرش کشاورزان نسبت به مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی است، از این روش تحقیق از نوع ارزشیابی است. متغیرهای مستقل تحقیق شامل، ارزیابی فایده، انتظار فایده، انتظارات دیگران و انگیزه پیروی از انتظارات دیگران است.

با توجه به اینکه تعداد کشاورزان شهرستان کرمانشاه (جامعه آماری) ۴۴۱۰۳ نفر می باشد با استفاده از جدول مورگان حجم نمونه ما ۳۸۵ نفر خواهد بود. به منظور جلوگیری از " ایجاد نگرش " به جای سنجش آن و سنجش نگرش هایی که " نیاز شخص را برآورده می کند "؛ " مهم بوده " و " قابلیت دسترسی به آن " (accessibility) آسان می باشد؛ و نیز " ناشی از تجربه مستقیم " است. تنها روستاهای تحت پوشش مراکز خدمات کشاورزی که جمعیت آنها بیش از ۵۰ خانوار است به عنوان جامعه آماری انتخاب شد؛ بدین ترتیب روستاهای جامعه آماری مطابق با آخرین و جدیدترین آمار در سال ۱۳۸۶، تعداد ۱۵۴ روستا می باشد.

با در نظر داشت اینکه محققان دیگری همچون تزیسه، و کرومکا (Ziche & Kromka) در تحقیقات مشابه خود در کشور آلمان فقط ۱۰ روستا و در هر روستا فقط ۱۰ پاسخگو را برگزیدند؛ و نیز آقای رفیع پور در تحقق خود، در سطح سه استان خراسان، اصفهان و فارس به ترتیب ۳۰، ۲۰ و ۲۰ روستا را برگزیدند؛ و همچنین آقای شهرکی در تحقیق خود در شهرستان کرمانشاه ۱۵ روستا را برگزیدند؛ تصمیم گرفته شد تا در این تحقیق تعداد ۱۵ روستا بعنوان نمونه انتخاب شود.

با استفاده از روش نمونه گیری طبقه ای (stratified sampling) و از نوع متناسب (proportional) تعداد ۱۵ روستا سه طبقه (سه بخش شهرستان) با توجه به تعداد روستاهای آنها توزیع شد. بدین ترتیب که در بخش فیروزآباد با ۲۳ روستا-تعداد ۳ روستا، در بخش ماهیدشت با ۲۹ روستا-تعداد ۳ روستا و در بخش مرکزی با ۱۰۲ روستا-تعداد ۹ روستا انتخاب شد. لازم به ذکر است که اعتماد پرسشنامه از طریق ضریب آلفای کرونباخ ۰.۹۰۹٪ بدست آمد که از نظر آماری قابل قبول بود و اعتبار پرسشنامه از طریق مشورت با اساتید و کارشناسان صورت پذیرفت. داده ها با کمک نرم افزار SPSS تحلیل شد که نتایج بدین شرح است.

یافته ها

۱- آمار توصیفی

جدول ۱، با عنوان « سنجش نگرش ارزیابی فایده » که با استفاده از طیف لیکرت (۵-۱) حاصل گردید نشان می دهد که حدود ۹۰ درصد از پاسخگویان با گویه « بودن و نبودن مرکز خدمات به حال ما فرقی نمی کند » مخالف یا کاملاً مخالف هستند. در مورد گویه « مرکز خدمات واقعاً برای مردم زحمت کشیده است. » حدود ۵۰ درصد پاسخگویان بی

نظر بودن خود را ابراز نمودند. همان گونه که دیده می شود نگرشها نسبت به مراکز خدمات واقعاً برای مردم زحمت کشیده است» حدود ۵۰ درصد پاسخگویان، بی نظر بودن خود را ابراز نمودند. همان گونه که دیده می شود نگرشها نسبت به مراکز خدمات کمی بالای متوسط می باشد.

جدول ۱- سنجش نگرش ارزیابی فایده مراکز n=۳۸۵

گویه	کاملاً موافق* F(%)	موافق F(%)	بی نظر F(%)	مخالف F(%)	کاملاً مخالف** F(%)
۱- بودن و نبودن مرکز خدمات به حال ما فرقی نمی کند.	۰/۰	۲/۶ (۱۰)	۱۷/۷ (۶۹)	۷۱/۴ (۲۷۴)	۸/۳ (۳۲)
۲- مراکز خدمات بهتر از اداره های دیگر است.	۰/۵ (۲)	۲۶/۶ (۱۰۳)	۳۳/۵ (۱۲۹)	۳۵/۳ (۱۳۶)	۱ (۵)
۳- مراجعه به مرکز خدمات وقت تلف کردن است.	۱۱/۹ (۴۶)	۲۸/۶ (۱۱۰)	۲۶/۸ (۱۰۳)	۳۱/۲ (۱۲۰)	۱/۶ (۶)
۴- مرکز خدمات واقعاً برای مردم زحمت کشیده است.	۱/۶ (۶)	۲۷/۳ (۱۰۴)	۴۹/۹ (۱۹۲)	۲۰/۳ (۷۸)	۱ (۵)
۵- وجود مرکز خدمات پول ها را به هدر می دهند.	۱ (۵)	۱۹/۷ (۷۶)	۱۷/۹ (۶۹)	۱۱/۵۷ (۲۲۰)	۴/۲ (۱۵)
۶- مرکز خدمات پول ها را به هدر می دهند.	۷/۳ (۲۸)	۲۰/۸ (۸۰)	۲۲/۱ (۸۵)	۳۸/۴ (۱۴۸)	۱۱/۴ (۴۴)
۷- حاضریم کمک کنیم منحل نشوند.	۰/۰	۱/۶ (۶)	۱۰/۱ (۳۹)	۲۷ (۱۰۴)	۶۱/۳ (۲۳۶)

* کاملاً موافق = ۵

** کاملاً مخالف = ۱

F = فراوانی

(منبع: یافته های پژوهش)

همان گونه که جدول های ۲ و ۳ نشان می دهند، پاسخگویان ارزیابی فایده متوسط و تقریباً مثبتی از مروجین دارند.

جدول شماره ۳- سنجش نگرش ارزیابی فایده مروجین n=۳۸۵

گویه های مربوط به ارزیابی فایده مروجین	کاملاً موافق* F(%)	موافق F(%)	بی نظر F(%)	مخالف F(%)	کاملاً مخالف** F(%)
--	-----------------------	---------------	----------------	---------------	------------------------

۱- آدمهای خوش رفتار و با محبتی هستند	(۶)۶/۲	(۲۵۵)۶۶/۲	(۶۵)۱۷/۱	(۳۹)۹/۹	(۲)۰/۵
۲- آدمهای بی حوصله ای هستند	(۶)۱/۶	(۶۴)۱۶/۶	(۷۶)۱۹/۷	۶۱ (۲۳۴)	(۵)۱
۳- احترام آدم را نگاه می دارند	(۲۸)۷/۳	(۲۴۴)۶۳/۴	(۱۰۷)۲۷/۸	(۶)۱/۶	(۰)۰
۴- خیلی ژست می گیرند؛ و مغرور هستند	(۲)۰/۵	(۹۰)۲۳/۴	(۴۶)۱۱/۹	(۲۴۱)۶۲/۶	(۶)۱/۶
۵- با مردم دوست و صمیمی هستند	(۸)۱/۲	(۱۸۸)۴۸/۸	(۱۲۵)۳۲/۵	(۵۶)۱۴/۵	(۸)۲/۱
۶- در کارشان کلک است	(۲)۰/۵	(۹۰)۲۳/۴	(۱۴۲)۳۶/۹	(۱۴۹)۳۸/۷	(۲)۰/۵
۷- زود کار آدم را راه می اندازند	(۱۰)۲/۶	(۱۲۱)۳۱/۴	(۱۲۲)۳۱/۷	(۱۱۲)۲۹/۱	(۲۰)۵/۲
۸- افراد تنبل و راحت طلبی هستند.	(۲۴)۶/۲	(۱۱۲)۲۹/۱	(۹۰)۲۳/۶	(۱۴۷)۳۷/۹	(۱۲)۳/۱
۹- به حرفشان عمل می کنند و انضباط دارند	(۵)۱	(۱۲۶)۳۲/۷	(۱۹۷)۵۱/۲	۱۴ (۵۲)	(۵)۱
۱۰- به فقیر ها بیشتر می رسند	(۵)۱	(۱۸۰)۴۶/۸	(۶۹)۱۷/۷	(۱۲۳)۳۲/۵	(۸)۲/۱
۱۱- بیشتر به خودی ها و آشنایانشان می رسند	(۳۰)۷/۸	(۱۰۴)۲۷/۳	(۴۵)۱۱/۷	(۲۰۰)۵۱/۷	(۶)۱/۶
۱۲- به کارشان خوب واردند و مهارت دارند	(۲)۰/۵	(۱۰۷)۲۷/۸	(۱۷۸)۴۶/۲	(۹۲)۲۳/۹	(۶)۱/۶
۱۳- مسایل شخصیمان را با آنها در میان می گذاریم	(۰)۰	(۳۹)۹/۹	(۱۴۴)۳۷/۴	(۱۶۳)۴۲/۹	(۳۹)۹/۹
۱۴- آدم از رفتن پهلوی آنها پشیمان می شود	(۶)۱/۶	(۱۰۷)۲۷/۸	(۷۳)۱۹	(۱۹۴)۵۰	(۵)۱
۱۵- هیچ فایده ای برای روستاها ندارند	(۱۲)۱/۳	(۸۸)۲۲/۹	(۶۹)۱۷/۷	(۲۰۴)۵۳/۲	(۱۲)۳/۱
۱۶- موقع گرفتاری به درد آدم می خورند	(۲)۰/۵	(۶۲)۱۶/۱	(۲۱۷)۵۶/۴	(۸۰)۲۱	(۲۴)۵/۲
۱۷- به آنها نمی شود اعتماد کرد	(۱۱)۲/۶	(۱۰۴)۲۷/۳	(۱۳۲)۳۴/۳	(۱۳۲)۳۴/۳	(۶)۱/۶

(منبع: یافته های پژوهش)

F = فراوانی

جدول شماره ۳ نمره کلی نگرش برای متغیر ارزیابی فایده مروجین n=۳۸۵

گویه	کاملاً موافق* F(%)	موافق F(%)	بی نظر F(%)	مخالف F(%)	کاملاً مخالف** F(%)
ارزیابی فایده مروجین	(۸)۲	۴۳ (۱۶۶)	(۱۱۱)۲۹	(۸۷)۲۲/۷	(۹۳)۳/۳

(منبع: یافته های پژوهش)

F = فراوانی

سنجش نگرش متغیر دوم: انتظار فایده

جهت اندازه گیری این متغیر از گویه اول متغیر اول (بودن و نبودن مراکز خدمات فرقی نمی کند ...) و همچنین گویه چهاردهم از متغیر ارزیابی فایده نسبت به شخص مروج استفاده شد. جدول ۴ نشان می دهد که ۵۰ درصد پاسخگویان با گویه «آدم از رفتن پهلوی آنها پشیمان می شود» مخالف هستند یا به عبارتی آنها تمایل دارند مجدداً به مراکز خدمات رجوع کنند. در مجموع کشاورزان انتظار فایده بالایی نسبت به مراکز خدمات دارند.

جدول ۴- سنجش نگرش انتظار فایده n=۳۸۵

گویه	موافق	بی نظر	مخالف
------	-------	--------	-------

کاملاً مخالف** F(%)	F(%)	F(%)	F(%)	کاملاً موافق* F(%)	
(۳۰)۸/۳	(۲۷۵)۷۱/۴	(۶۹)۱۷/۷	(۱۱)۲/۶	(۰)۰	۱- بودن و نبودن مرکز خدمات به حال ما فرقی نمی کند.
(۵)۱	(۱۹۴)۵۰	(۷۳)۱۹	(۱۰۷)۲۷/۸	(۶)۱/۶	۲- آدم از رفتن پهلوی آنها پشیمان می شود.

منبع: یافته های پژوهشی

F = فراوانی

سنجش نگرش متغیر سوم: انتظارات دیگران

همانگونه که جدول ۵ نشان می دهد، اکثر کشاورزان انتظار فایده بالایی از مراکز و مروجین دارند.

جدول ۵- سنجش نگرش انتظارات دیگران n=۳۸۵

کاملاً مخالف** F(%)	مخالف F(%)	بی نظر F(%)	موافق F(%)	کاملاً موافق* F(%)	گویه
(۶)۱/۶	(۱۲۵)۳۲/۵	(۱۳۰)۳۳/۸	(۱۲۲)۳۱/۷	(۰)۰/۵	۱- اگر مروج مجرد باشد کشاورزان حاضرند با او وصلت کنند؟
(۶)۱/۶	(۱۱۹)۳۲/۲	(۹۹)۲۵/۷	(۱۵۶)۴۰/۵	(۵)۱	۲- آیا کشاورزان حرف او را قبول دارند؟
(۰)۰	(۱۶)۴/۷	(۱۰۴)۲۶/۲	(۲۴۴)۶۳/۶	(۲۱)۵/۵	۳- آیا کشاورزان به او اطاق اجاره می دهند؟
(۶)۱/۳	(۱۶)۴/۲	(۳۵)۹/۴	(۱۷۰)۴۴/۲	(۱۵۸)۴۱	۴- آیا کشاورزان برای یک شب اقامت به او جا می دهند؟
(۲)۰/۵	(۹۱)۲۳/۶	(۴۷)۱۲/۲	(۲۳۹)۶۲/۱	(۶)۱/۶	۵- آیا خیلی از کشاورزان تمایل رفت و آمد با مروج را دارند؟
(۰)۰	(۵)۱	(۱۶)۴/۷	(۱۰۷)۲۷/۸	(۲۷۵)۶۶/۵	۶- اگر مروج به کمک نیاز داشته باشد، آیا کشاورزان به او کمک می کنند؟
(۶)۱/۶	(۱۰۷)۳۰/۳	(۷۳)۱۹	(۱۹۴)۵۰/۱	(۵)۱	۷- آیا کشاورزان واقعاً دوست دارند مروج در روستا بماند؟

منبع: یافته های پژوهشی

F = فراوانی

سنجش نگرش متغیر چهارم: انگیزه پیروی از انتظارات دیگران

با استفاده از هشت گویه: ۱- آیا شما روز اول عید به دید و بازدید می روید؟ ۲- کسی هم هست که شما حوصله دید و بازدید از او را نداشته باشید؟ ۳- به نظر شما مردم این ده بیشتر به خود فکر می کنند؛ یا فکر دیگران هم هستند؟ ۴- اگر اتفاق بدی برای شما بیفتد؛ چند نفر حاضرند به شما کمک کنند؟ ۵- آیا مردم روستا نسبت به یکدیگر اعتماد دارند؟ ۶- آیا مردم این روستا به راحتی بر سر یکدیگر کلاه می گذارند؟ ۷- از قدیم گفته اند یک دست صدا ندارد و باید دست ها را در دست یکدیگر قرار دهیم و با جماعت کارها را پیش ببریم (نظر شما چیست؟) ۸- هر کس باید گلیم خود را از آب بیرون کشد و به دیگران کاری نداشته باشد (نظر شما در این مورد چیست؟) انسجام اجتماعی بین روستائیان

اندازه گیری شد. نمره کل نگرش چهار متغیر از جمله متغیر انگیزه پیروی از انتظارات دیگران در جدول ۶ آمده است.

جدول ۶- نمره کلی چهار متغیر نگرش n=۳۸۵

ردیف	گویه	کاملاً موافق* F(%)	موافق F(%)	بی نظر F(%)	مخالف F(%)	کاملاً مخالف** F(%)
۱	ارزیابی فایده	۱۲/۳۱	۱۵۴/۳۹	۱۰۴/۲۷	۲۲/۳	۷/۷
۲	انتظار فایده	۲/۸	۵۹/۱۵	۷۵/۱۸	۶۰/۷	۴/۷
۳	انتظارات دیگران	۱۲۵/۳۲	۱۷۶/۴۵	۴۰/۱۰	۳۹/۱۰	۵/۱
	انگیزه پیروی از انتظارات دیگران	۱۳۴/۳۴	۱۷۶/۴۵	۴۰/۱۰	۶/۷	۲/۵

منبع: یافته های پژوهشی

F = فراوانی

تحلیل استنباطی

ضریب همبستگی بین نگرش نسبت به مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی و هر چهار متغیر مستقل در سطح ۰/۰۱ معنی دار و رابطه مثبت بوده است، که خود تأیید کننده تئوری تحقیق می باشد. تحلیل عاملی، به همبستگی تعداد زیادی از متغیرها می پردازد و در نهایت آنها را در قالب عوامل عمومی محدودی دسته بندی و تبیین می کند. هدف از کاربرد این روش، شناسایی متغیرهای مناسب از بین مجموعه زیادی از متغیرها (۳۹ متغیر)، به منظور استفاده از آنها برای تحلیل در رگرسیون چند گانه است. جدول ۷ که جدول « تجزیه واریانس تبیین شده» است، مقدار واریانس تبیین شده از سوی هر عامل را پس از دوران، نشان می دهد. همان طور که دیده می شود، ده عامل استخراج شده از تحلیل عاملی، در مجموع ۷۲/۱۳۸ درصد از واریانس کل را تبیین می کند.

جدول ۷- مقدار واریانس تبیین شده

ردیف	مؤلفه ها یا شاخص ها	علامت اختصاری	واریانس کل (پس از دوران)	درصد جمعی (پس از دوران)
۱	اگر در ده بماند خیلی ها با او رفت و آمد می کنند	X1	۲۸/۱۹	۲۸/۱۹
۲	خیلی ژست می گیرند؛ و مغرور هستند	X2	۹/۷۷	۳۷/۹۷
۳	اگر اتفاق بدی برای شما بیفتد؛ چند نفر حاضرند به شما کمک کنند؟	X3	۷/۰۲	۴۴/۹۹
	بهتر است با جماعت کارها را پیش ببریم	X4	۵/۸۹	۵۰/۸۹
	مراکز خدمات از اداره های دیگر بهتر است	X5	۵/۲۲	۵۶/۱۱
	برای یک شب خوابیدن به او جا می دهیم	X6	۴/۱۷	۶۰/۲۹
	مردم حرفشان را قبول دارند	X7	۳/۵۴	۶۳/۸۳
	مراجعه به مرکز خدمات یا شرکت در جلسات آنها فقط وقت تلف کردن است	X8	۲/۹۵	۶۶/۷۳
	اگر قرار باشد مراکز خدمات منحل شوند ما حاضریم به آنها کمک کنیم	X9	۲/۷۵	۶۹/۵۳
۱	به آنها نمی شود اعتماد کرد	X10	۲/۵۹	۷۲/۱۳

منبع: یافته های پژوهشی

در این مرحله جهت تغییر ده متغیر جایگزین و استخراج شده از تحلیل عاملی، از تکنیک رگرسیون چند گانه بهره گرفته شد. از آنجا که در تحلیل رگرسیون متغیر های مستقل نبایستی با همدیگر همبستگی معنی دار یا هم خطی داشته باشند، بنابراین از میان شاخص های استخراج شده، آنهایی که با همدیگر هم خطی ندارند، دو به دو وارد تحلیل رگرسیون شدند. ضمناً از این به بعد از علامت اختصاری مؤلفه ها استفاده خواهد شد.

جدول ۸- همبستگی میان ۱۰ عامل استخراج شده از تحلیل عاملی

X8	X7	X6	X5	X4	X3	X2	X1	متغيرها
							X10	X9
·/·١	·/٢٩	** ·/١٨	** ·/٤٤	** -/١٠	** ·/٣٢	* ·/٥	** ·/٧	١.....X1 ·/٤٢
·/٠٤	·/٢١	** ·/٠٦	** ·/٣٥	** -·/٠٩	** ١.....			X2 ·/٣٤
* -·/٠١	-·/٠٨	** -·/٠٣	-·/٠٦	١.....		·/١٣	-·/٠٤	X3 -·/٠٥
* ·/١٢	* ·/٢١	** ·/٣٢	** ١.....	** ١.....		-·/٠٣	·/١١	X4 ·/٩٩
-·/٠٥	·/١٤	** ١.....	*١.....			·/٠٦	·/٠٠	X5 ·/٣٢
·/٠٧	١.....	** ١.....				-·/٠٣	·/٠٩	X6 ·/٢٢
** ١.....	* ١.....					-·/١٤	-·/٠٩	X7 ·/١١
	*١.....							X8
						-·/٠٥	·/١٠	١.....
** ١.....						·/٢٦	١.....	X9
								X10
						١.....		

*** و ** به ترتیب معنی داری در سطح پنج درصد و یک درصد.**
(منبع: یافته های پژوهشی)

جدول ۸، همبستگی میان ده عامل (با استفاده از علامت اختصاری) را نشان می دهد، که بر طبق آن جفت های بدون همبستگی عبارتند از:

۱-X5.X6	۷-X8.X3	۱۳-X9.X3	۱۹-X7.X3
۲-X5.X3	۸-X8.X4	۱۴-X2.X4	۲۰-X7.X3
۳-X5.X4	۹-X9.X4	۱۵-X10.X6	۲۱-X7.X4
۴-X8.X9	۱۰-X9.X10	۱۶-X10.X3	۲۲-X6.X3
۵-X8.X10	۱۱-X9.X7	۱۷-X10.X4	۲۳-X1.X4
۶-X8.X6	۱۲-X9.X1	۱۸-X7.X6	

تحلیل و معادله رگرسیون

تحلیل رگرسیون برای بیست و دو زوج بر اساس جدول ذیل انجام می شود.
۱- میزان R تعدیل شده در جدول نشان می دهد که ۲۶/۶٪ از تغییرات متغیر وابسته یا نگرش توسط زوج متغیر مستقل اول تبیین می شود.

میزان آماره آزمون F در جدول ذیل که از (جدول تحلیل واریانس) یا ANOVA به دست آمده است، معنی داری رگرسیون را در سطح ۹۹٪ نشان می دهد. نتایج به دست آمده از این آماره، برای تمامی شانزده زوج معنی دار بوده که در جدول نشان داده شده است.

متغیر « از اداره های دیگر بهتر است» سهم بیشتری در تبیین متغیر وابسته دارد؛ چرا که بر اساس داده های ستون Beta یک واحد تغییر در انحراف معیار آن، انحراف معیار متغیر وابسته را به اندازه ۰/۵۱۷ واحد تغییر می دهد که از میزان مشابهنش برای متغیر دوم «... خواب...» بیشتر است.
بر اساس داده های ستون B، معادله رگرسیون عبارت است از:

$$Y = 40/295 + 3/5 \cdot X5 + 0/363 \cdot X6$$

که X5 و X6 علامت اختصاری دو متغیر بوده و Y نشان دهنده متغیر وابسته یا نگرش است.

B2	B1	B			معنی داری آزمون F	R تعدیل شده	موارد جفت ها یا زوج ها
		B2	B1	ثابت			
۰/۰۵	۰/۵۱	۰/۳۶	۳/۵۰	۲۹/۴۰	۰/۰۰	۰/۲۶	زوج اول
۰/۲۳	۰/۴۹	۲/۶۶	۳/۳۰	۲۹/۹۷	۰/۰۰	۰/۲۱	زوج دوم
۰/۳۷	۰/۴۸	۲/۵۶	۳/۳۱	۳۲/۶۴	۰/۰۰	۰/۴۰	زوج سوم

۰/۰۳	۰/۲۸	۰/۲۷	۱/۵۲	۴۷/۳۸	۰/۰۰	۰/۰۷	زوج چهارم
۰/۳۵	۰/۲۵	۲/۲۹	۱/۴۰	۴۱/۱۷	۰/۰۰	۰/۱۹	زوج پنجم
۰/۰۵	۰/۲۸	۰/۳۷	۱/۵۲	۴۶/۲۴	۰/۰۰	۰/۰۷ ^۲	زوج ششم
۰/۲۷	۰/۲۸	۳/۱۶	۱/۵۲	۳۳/۳۰	۰/۰۰	۰/۱۴	زوج هفتم
۰/۴۳	۰/۳۰	۲/۹۴	۱/۶۷	۳۶/۲۱	۰/۰۰	۰/۲۶	زوج هشتم
۰/۶۷	۰/۰۰	۴/۳۷	۰/۰۷	۳۷/۰۶	۰/۰۰	۰/۴۵	زوج نهم
۰/۳۷	۰/۰۳	۲/۳۹	۰/۲۳	۴۴/۴۴	۰/۰۰	۰/۱۳	زوج دهم
۰/۴۳	۰/۰۲	۲/۷۴	۰/۲۱	۴۳/۳۰	۰/۰۰	۰/۱۸	زوج یازدهم
۰/۶۵	۰/۰۰	۴/۲۵	۰/۰۴	۳۷/۵۵	۰/۰۰	۰/۴۲	زوج دوازدهم
۰/۲۷	۰/۰۲	۳/۱۴	۰/۱۷	۳۷/۴۱	۰/۰۰	۰/۰۷	زوج سیزدهم
۰/۴۱	۰/۶۷	۲/۸۱	۴/۳۷	۲۶/۴۸	۰/۰۰	۰/۶۲	زوج چهاردهم
۰/۰۶	۰/۳۷	۰/۴۴	۲/۴۱	۴۲/۸۹	۰/۰۰	۰/۱۳	زوج پانزدهم
۰/۲۶	۰/۳۶	۳/۰۹	۲/۳۷	۳۰/۷۰	۰/۰۰	۰/۲۰	زوج شانزدهم
۰/۳۸	۰/۳۴	۲/۶۲	۲/۱۹	۳۵/۴۳	۰/۰۰	۰/۲۸	زوج هفدهم
۰/۰۱	۰/۴۳	۰/۱۱	۲/۷۳	۴۳/۱۹	۰/۰۰	۰/۱۸	زوج هجدهم
۰/۲۳	۰/۴۱	۲/۷۱	۲/۶۱	۳۱/۶۲	۰/۰۰	۰/۲۳	زوج نوزدهم
۰/۳۸	۰/۴۰	۲/۶۱	۲/۵۸	۳۴/۲۱	۰/۰۰	۰/۳۳	زوج بیستم
۰/۲۷	۰/۰۲	۳/۱۱	۰/۱۵	۳۷/۱۹	۰/۰۰	۰/۰۷	زوج بیست و یکم
۰/۴۲	۰/۶۶	۲/۸۶	۴/۲۹	۲۶/۵۹	۰/۰۰	۰/۶۰	زوج بیست و دوم

جدول ۹-تحلیل رگرسیون برای ۲۲ زوج

(منبع: یافته های پژوهشی)

۲

۲- میزان R تعدیل شده در جدول نشان می دهد که ۲۱/۶٪ از تغییرات متغیر وابسته یا نگرش توسط زوج متغیر مستقل دوم تبیین می شود.

متغیر « از اداره های دیگر بهتر است » سهم بیشتری در تبیین متغیر وابسته دارد؛ چرا که بر اساس داده های ستون Beta یک واحد تغییر در انحراف معیار آن، انحراف معیار متغیر وابسته را به اندازه ۰/۴۹۸ واحد تغییر می دهد که از

میزان مشابهش برای متغیر دوم، بیشتر است.

بر اساس داده های ستون B، معادله رگرسیون، عبارت است از:

$$Y = 29/978 + 3/374X5 + 2/669X3$$

که X5 و X3 علامت اختصاری دو متغیر بوده و Y نشان دهنده متغیر وابسته یا نگرش است.

تحلیل رگرسیون برای زوج های دیگر را می توان به همین صورت انجام داد.

نتیجه گیری و پیشنهاد

نتایج حاصل از تجزیه تحلیل توصیفی نشان می دهد که به طور کلی نمرات نگرش برای چهار متغیر در سطح تقریباً بالا و بیشتر مثبت قرار دارد و از میان چهار متغیر مورد مطالعه، متغیر چهارم با ۸۰/۵ درصد بیشترین نمره نگرش را به خود اختصاص داده است.

نتایج حاصل از گویه های مربوط به ارزیابی فایده مراکز نشان می دهد که اکثر پاسخ گویان مراکز را متوسط ارزیابی می کنند. در میان این گویه ها، گویه «بودن و نبودن مرکز خدمات به حال ما فرقی نمی کند؛ ما هر کاری بخواهیم خودمان هم می توانیم بکنیم احتیاجی به مرکز خدمات نداریم» با ۷۹/۷ درصد بیشترین میانگین ارزیابی ها را به خود اختصاص داده است؛ البته مراد ما در اینجا از نگرش مثبت، نگرش پس از هم جهت نمودن است بدین معنی که فرضاً در مورد این گویه، ابتدا در جهت نشان دادن نگرش مثبت تغییر جهت پیدا نموده و سپس مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. بنابراین نگرش کاملاً مثبت نسبت به آن به منزله مخالفت کامل با آن بوده که خود نشان دهنده احساس نیاز شدید کشاورزان به مراکز خدمات تلقی می شود، و گویه «اگر قرار باشد مرکز خدمات به این خاطر منحل شود که دولت پول ندارد، ما حاضریم خودمان تا آنجایی که دستمان برسد یک کمکی به کارهای ده به مرکز خدمات بکنیم» با ۱/۶ درصد کمترین میانگین ارزیابی ها را به خود اختصاص داده است. از آنجائیکه اکثر روستاییان مورد مطالعه از وضع معیشتی خوبی برخوردار نبوده و به مسایل پولی حساس می باشند؛ اهمیت این نکته بیشتر آشکار میشود.

نتایج حاصل از گویه های مربوط به ارزیابی فایده مروجین نشان می دهد که اکثر پاسخگویان مروجین را متوسط و تقریباً مثبت ارزیابی می کنند. در میان این گویه ها گویه «آدمهای خوش رفتار و با محبتی هستند» با ۷۲/۴ درصد بیشترین میانگین ارزیابی ها را به خود اختصاص داده است و گویه «مسایل شخصیمان را با آنها در میان می گذاریم؛ راز دارند» با عدد ۹/۹ درصد کمترین میانگین را در ارزیابی ها به خود اختصاص داده است.

نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل متغیر دوم یا «انتظار فایده» نشان داد که ۷۱/۴ درصد از پاسخگویان شدیداً به مراکز خدمات احساس نیاز نموده و ۵۰ درصد آنان از رفتن به مراکز خدمات پشیمان نشده اند و به عبارتی باز هم به آنجا مراجعه خواهند نمود.

نتایج حاصل از گویه های مربوط به متغیر «انتظارات دیگران» نشان می دهد که اکثر پاسخگویان انتظارات دیگران را بالا ارزیابی می کنند. در میان این گویه ها، گویه «اگر یک وقت او به کمکی یا چیزی احتیاج داشته باشد؛ فکر می کنید چند نفر حاضر باشند به او کمک نمایند؟» با ۶۶/۵ درصد بیشترین میانگین ارزیابی ها را به خود اختصاص داده است و گویه «اگر فرض کنیم که او ازدواج نکرده باشد (و با مردم این ده هم دین باشد) و بخواهد در این ده با یک دختر/پسر ازدواج کند؛ فکر می کنید که خیلی ها حاضر باشند دخترشان/پسرشان را به او بدهند یا اصلاً هیچ کس حاضر نیست؟» با ۳۲/۲ درصد کمترین میانگین ارزیابی ها را به خود اختصاص داده است و نشان می دهد، که پاسخ گویان انتظارات و گرایش دیگران را نسبت به مروجین مثبت ارزیابی می کنند، و از آنجا که مروج نماینده مرکز است پس می توان این ارزیابی مثبت را در حد زیادی به مرکز نیز تعمیم داد.

نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل گویه های مربوط به متغیر چهارم نیز نشان می دهد که سؤالات «اگر اتفاق بدی برای شما بیفتد؛ چند نفر حاضرند به شما کمک کنند؟» و «آیا مردم این روستا نسبت به یکدیگر اعتماد دارند؟» هر کدام با ۶۶ درصد بیشترین نمره را به خود اختصاص داده اند و گویه «به نظر شما مردم این ده بیشتر به خود فکر می کنند؛ یا

فکر دیگران هم هستند؟» با ۱۱ درصد کمترین میانگین ارزیابی ها را به خود اختصاص داده است. به طور کل میزان انسجام و یکپارچگی در بین کشاورزان مورد تحقیق ما بالاست، و این امر اهمیت سنجش انتظارات دیگران را نشان می دهد که ما آن را با گویه های مربوط به متغیر سوم اندازه گرفتیم. انسجام بالا نشان می دهد که میزان تأثیرپذیری نگرش فرد از نگرش های افراد دیگر زیاد می باشد. در مجموع می توان نتایج آمار توصیفی را اینگونه بیان کرد، که کشاورزان، مراکز و مروجین را از لحاظ متغیر ارزیابی فایده متوسط، متغیر انتظار فایده را بالای متوسط و متغیرهای انتظارات دیگران و پیروی از انتظارات دیگران را بالا ارزیابی نمودند.

در این بخش همانطور که در فصل گذشته به طور مختصر اشاره شد به این نتیجه رسیدیم که میزان همبستگی گویه ها یا آیتم ها اکثراً بالا و در سطوح $p < 0.05$ و $p < 0.01$ معنی دار می باشد. همچنین نتایج حاصل از تحلیل همبستگی بین نگرش نسبت به مراکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی و تمام متغیرها (ارزیابی فایده نسبت به مراکز و مروجین، انتظار فایده، انتظارات دیگران و پیروی از انتظارات دیگران) در سطح 0.01 معنی دار می باشد. این نکته نشان دهنده اعتبار نظریه فیشبین و ایزن در جوامع روستایی شهرستان کرمانشاه و اثباتی بر وجود رابطه این متغیرها با نگرش می باشد، علاوه بر این تحلیل همبستگی به روش پیرسون رابطه چهار متغیر مستقل (اجرای نگرش) را با هم نیز در سطح 0.01 معنی دار نشان می دهد.

جهت خلاصه نمودن تعداد زیاد متغیرها در چند عامل از تحلیل عاملی استفاده نمودیم، با توجه به اینکه مقدار kmo آن 0.810 و نتیجه آزمون بارتلت نیز معنی داری آن را نشان می داد.

در بخش مربوط به **تحلیل عاملی** ۱۰ فاکتور یا متغیر جایگزینی که بیشترین تبیین از نگرش را به دست می دهند مشخص گشتند؛ که همان ۱۰ فاکتور تشکیل دهنده ۲۲ زوج داخل شده در تحلیل رگرسیون می باشند. از میان این ۱۰ فاکتور، ۵ تا متعلق به متغیر اول، ۳ تا متعلق به متغیر سوم و ۲ تا متعلق به متغیر چهارم می باشند. اما اگر این اعداد را نسبت گویه های مربوط به هر متغیر حساب نماییم: $0.20 = 5/24$ ، $0.43 = 3/7$ ، $0.25 = 2/8$ می بینیم که گویه های مربوط به متغیرهای سوم و چهارم سهم بیشتری از تغییرات نگرش را تبیین می نمایند.

از آنجائیکه متغیرهای سوم و چهارم جزء متغیرهای هنجار ذهنی در تئوری فیشبین و ایزن محسوب می شوند؛ می توان گفت که در این تحقیق، این متغیرها درصد بیشتری از تغییرات و نمرات نگرشی را تبیین نموده اند و این امر البته به دلیل انسجام بالا در محیط های روستایی مورد مطالعه، می باشد.

از نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون و معادلات بدست آمده نیز می توان جهت تبیین و محاسبه میزان نگرش به طور دقیق استفاده نمود. در این تحلیل بالاترین مجموع بتا مربوط به زوج چهاردهم یعنی گویه «به آنها نمی شود اعتماد کرد» و گویه «اگر فرض کنیم که او یک شب برای خوابیدن به جایی احتیاج داشته باشد؛ فکر می کنید چند نفر حاضرند به او یک شب جا بدهند؟» با مقدار $0.87 + 0.11 = 0.98$ و زوج بیست و دوم یعنی گویه «اگر (فرض کنیم) که او در این ده زندگی می کرد؛ فکر می کنید خیلی ها با او رفت و آمد می کردند؛ یا اینکه هیچ کس حاضر نبود با او رفت و آمد و معاشرت کند؟» و گویه «از قدیم گفته اند یک دست صدا ندارد باید دست ها را در دست یکدیگر قرار دهیم و با جماعت کارها را پیش ببریم (نظر شما چیست؟)» با مقدار $0.83 + 0.17 = 1.00$ که بالاترین تبیین از متغیر وابسته را نشان می دهند. میزان R تعدیل شده در جدول نشان می دهد که به ترتیب $62/2\%$ و $60/7\%$ از تغییرات متغیر وابسته یا نگرش توسط این دو زوج متغیر مستقل تبیین می شود.

۲-۵ پیشنهادات

- ۱- مروجین از ایجاد نگرش منفی حتی در یک شخص نیز خودداری به عمل آورند چرا که به سرعت به دیگر افراد نیز تسری پیدا می نماید.
- ۲- لازم است تا مراکز خدمات بیش از پیش به نیاز های خاص مردم توجه داشته باشند و هزینه های اقدامات خود را به طور ملموس و آشکار با مردم در جریان گذارند تا از ایجاد سوء تفاهم در قبال مسایل مالی جلوگیری به عمل آید.
- ۳- انتخاب مروجین مناسب و دارای رفتار پسندیده که با وجود مهارت بالا در فعالیت های مربوط به خود اصول اخلاقی را رعایت نمایند و به آداب و سنن روستاییان احترام گذارند. (رعایت منشور اخلاقی سازمان).
- ۴- افزایش اطلاعات کشاورزان در زمینه فعالیت های مراکز و آنها را متقاعد کنند که وجود مراکز به جهت مقابله با چالش های مربوط به کشاورزی آنها می باشد.
- ۵- نسبت به افراد متنفذ و رهبران محلی عنایت خاص مبذول گردد و در هنگام تصمیم گیری های مربوط به جامعه روستایی با آنها مشورت شود.
- ۶- مروجین در هنگام مشاوره با کشاورزان و ارائه خدمات دقت داشته باشند و از بیان مطالبی که به صحت شان اطمینان نیست پرهیزند، همچنین در ارائه خدمات بخصوص توزیع نهاده ها سوء گیری نداشته باشند.
- ۷- حضور مروجین در مراسمات سنتی و اعتقادی و رفت و آمد با کشاورزان به گونه ای که روستاییان آنها را عضوی از جامعه خود تلقی کنند.

منابع

۱. رفیع پور، فرامرز(۱۳۷۲). سنجش گرایش روستاییان نسبت به جهاد سازندگی، نشر مرکز تحقیقات و بررسی مسایل روستایی، تهران.
۲. زمانی پور، اسدالله.(۱۳۷۹). ترویج کشاورزی در فرایند توسعه. انتشارات دانشگاه فردوسی.
۳. سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور(۱۳۸۱). همایش چالش ها و چشم اندازهای توسعه در ایران. مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی.
۴. شهرکی، حسین.(۱۳۸۴). سنجش نگرش روستاییان شهرستان کرمانشاه نسبت به خانه های بهداشت. دانشکده کشاورزی دانشگاه رازی کرمانشاه.
۵. کریمی، یوسف. (۱۳۸۱)، روانشناسی اجتماعی، چاپ دهم، تهران: ارساباران.
6. Brehm S.S & Kassin. S.M. (1996), Social Psychology. (3rd .ed.), Boston: Houghton Miffling Copany.
7. Osborne, Edward & Dyer, James (2009). Attitude of Illinois Agriscience students and their parents toward agriculture and agricultural education programs. University of Florida.
8. S.Feldman (2001). Social Psychology (3rd .Ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hell.
9. Zick, R. & Elton, B.(1985), Psychology Being Human. (4th .ed.), New York: Hat per & Row.

The Measurement of Farmer's Attitude Toward Extension and Service of Agricultural Organization

H. Agahi²⁴, S. Y. Hashemi²⁵

23

It is obvious that among three basic needs of human: food, clothing and shelter, Food is the most important factor. Because human beings can't live without it. Agricultural is responsible for supplying the food for all of expanding population. Agricultural development is an important economic issue, and plays a crucial role in the national development. The purpose of the of this descriptive survey methodology was to measure the farmer's Attitude towards Extension and service centers of agricultural organization in Kermanshah city using social psychology concepts theories and approaches. The research instrument was questionnaire. Questionnaire included 39 items in "Lilert-Type-Scale". Cronbach's Alpha coefficients were calculated from the data collected in the pilot tests was 0.909, and its validity obtained by panel of experts. The ABC tripartite model of attitudes and theory of learned behavior of Martin Fishbein and Icek Ajzen were used as a basis of theatrical framework. Four research variables of our study were evaluation of outcome, expectation of outcome, expectation of significant others and motivation to comply with expectation of significant others. Sampling procedure was proportional stratified-sampling and sample size according to Morgan table was 385 person (n=385). Finding in descriptive analysis showed that farmer's Attitude toward service center and agents is medium. Most of the farmers have a high expectation of values from service center and with high to comply with the expectation of significant other in rural areas. In analytic or inferential statistics using factor analysis, extracted 10 factors among 39 items, that had highest factor loading, and then among 10 factors those that did nit have significant correlation, entered in the multiple regression analysis. This process led us to 22 pair of variables and as a result, 22 regression equations that can be used in the computation of attitude score, that is independent variable in the regression analysis. The correlation analysis between 39 items, showed that majority of them are highly and significantly correlated at 95% ($p < 0.05$) and 99% ($p < 0.01$) level. So correlation between independent variable and attitude are significant at 99% ($p < 0.01$) level, which is a confirmation of research theory.

Keywords: Measurement of Attitude, farmer, Extension and service centre, Kermanshah.

²⁴ - Associate Professor College of Agriculture, Razi University, Kermanshah

²⁵ - MSC. Of Rural Development, College of Agricultural, Razi University