



واکاوی نگرش روستائیان نسبت به اثربخشی آموزشهای برنامه‌های رادیویی کشاورزی (مورد مطالعه: روستاهای بخش جنوبی تهران)

مهرداد خیاطی^۱ دکتر رضا موحدی^۲

چکیده:

تحقیق حاضر با هدف واکاوی نگرش روستائیان نسبت به اثر بخشی آموزش‌های برنامه رادیویی کشاورزی. روش تحقیق، پیمایشی و از نوع توصیفی - همبستگی به منظور تعیین رابطه متغیرهای مستقل و وابسته می‌باشد که برای گردآوری اطلاعات از پرسشنامه استفاده شده است. جامعه آماری مورد مطالعه، روستائیان بخش جنوبی استان تهران، مورد مطالعه: بخش آفتاب بودند که این برنامه را از طریق صدای جمهوری اسلامی ایران دریافت می‌نمودند. تعداد نمونه مورد مطالعه بر اساس جدول کرجسی- مورگان به تعداد ۱۰۰ نفر بر اساس روش نمونه گیری طبقه‌ای تصادفی، انتخاب شدند. ابزار تحقیق از لحاظ روائی ظاهری و محتوایی آن توسط پانلی از اساتید ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه بوعلی سینا همدان مورد تأیید قرار گرفت. برای تعیین پایایی پرسشنامه نیز آزمونی مقدماتی در بین ۳۰ نفر از روستائیان غیر از روستاهای مورد مطالعه به انجام رسید و مقدار آلفای کرونباخ با استفاده از نرم افزار SPSS ۱۸ بین ۰/۸۲-۰/۷۱ محاسبه شد. نتایج نشان داد که دیدگاه روستائیان نسبت به مولفه‌های اثربخشی از برنامه در حد متوسطی قرار داشت (میانگین: ۳/۳۳) و از بین گویه‌های متعدد اثربخشی، بخش استفاده از برنامه‌های آموزشی به عنوان بالاترین گویه و بخش گفتار در پایین‌ترین سطح قرار گرفتند. نتایج بدست آمده از همبستگی نیز نشان داد که متغیرهای سن، بهره‌گیری از مسائل فنی کشاورزی و بخش‌های انگیزشی با اثربخشی برنامه همبستگی معنی‌داری داشتند در نهایت نتایج رگرسیون چند گانه به روش گام به گام نشان داد که متغیرهای مربوط به عوامل فنی کشاورزی و متغیر بخش انگیزشی برنامه در کل ۴۸/۵ درصد از واریانس متغیر وابسته (اثربخشی برنامه رادیویی اقتصاد کشاورزی) را تبیین نمودند.

واژگان کلیدی: رادیو، برنامه اقتصاد کشاورزی، اثربخشی

^۱ دانشجوی دکتری دانشگاه بوعلی سینا همدان- رشته ترویج و آموزش کشاورزی

^۲ عضو هیات علمی دانشگاه بوعلی سینا- رشته ترویج و آموزش کشاورزی



مقدمه

توسعه کشاورزی و حفظ محیط زیست هر کشوری در درجه اول نیازمند برخورداری از نیروی انسانی آگاه و تعلیم دیده می‌باشد تا با بهره‌گیری از نیروی دانش در جریان آخرین پیشرفت‌های تکنولوژیک کشاورزی قرار گرفته و بتوانند منشأ تغییرات مفیدی واقع گردند. ولی متأسفانه جوامع روستایی، بویژه روستائیان کشورهای جهان سوم در مسیر رشد و توسعه خود با موانع بزرگی همچون فقر فرهنگی، آموزشی و تکنیکی روبرو هستند. به بیان واضحتر، فقر، بیماری، بیسوادی و شهرگرایی چهارمشکل اساسی‌اند که گریبان روستائیان کشورهای جهان سوم را محکم می‌فشارد. (مالکی و همکاران ۱۳۸۳)

در این راستا افزایش سطح آگاهی و آموزش جوامع روستایی یکی از مهمترین و کارآمدترین راهکارهایی است که می‌تواند بسیار مؤثر واقع گردد ولی لازم بذکر است این مسئله‌ای نیست که با اقدامات غیر مستمر و فردی ممکن و عملی باشد. بلکه می‌بایستی از روش‌هایی که در کوتاه مدت و با هزینه اندک بتواند تعداد افراد بیشتری را تحت آموزش‌های ضروری قرار دهد استفاده گردد. (توحیدی، ۱۳۸۵)

در میان رسانه‌های جمعی، رادیو و تلویزیون از لحاظ آموزش غیر رسمی، جایگاه ویژه‌ای دارند. این وسایل به دلیل حیطه نفوذ وسیع، یکی از بهترین وسایل آموزشی محسوب شده‌اند. آموزش غیر رسمی از طریق این کانال‌های ارتباطی، می‌تواند در تمام ساعات شبانه روز شیوه‌های صحیح کشاورزی، دامداری، بهداشت و ... را ارائه نموده و در بهبود وضع جامعه مؤثر باشد. (موحدی و همکاران، ۱۳۹۲)

با توجه به بررسی‌های انجام شده در کشورهای جهان سوم، رادیو بهترین وسیله برای نیل به این مقصود است مشروط بر آنکه از این وسیله به طور اصولی استفاده گشته و از حداکثر ظرفیت آن جهت ارتقاء سطح فنی - کشاورزی، فرهنگی، اقتصادی روستائیان و علی‌الخصوص کشاورزان استفاده گردد (خاتون آبادی، ۱۳۷۴).

رادیو به مثابه ابزاری استثنایی به آموزش دهنده این امکان را می‌دهد تا پیام خود را به دورترین مناطق و آن سوی صعب‌العبورترین راه‌ها ارسال کند. امروزه هیچ روستایی آنقدر دورافتاده نیست که رادیو به آن نرسد (زمانی و همکاران، ۷۳) زیرا رادیو با ویژگی‌های منحصر به فردی که داراست توانسته فاصله‌ها را از بین برده و هدف خود را که همانا، ایجاد تغییر در رفتار مخاطب است محقق سازد. در ایران نیز نه تنها در بین رسانه‌های عمومی رادیو پیشاتر از بقیه می‌باشد بلکه دسترسی مردم به ویژه روستائیان نیز به این وسیله بیشتر از سایر رسانه‌هاست (Beltran, ۱۹۷۱).

با توجه به این نکته که همیشه رادیو به عنوان رسانه‌ای اثرگذار و تاثیر پذیر از جامعه مطرح بوده و دائماً یک رابطه ملموسی میان پیام دهندگان و پیام گیران برقرار نموده است. آگاهی از دیدگاه‌ها و نظرات مردم برای ادامه فعالیت‌های ثمربخش آن امری ضروری به نظر می‌رسد که مسئولان و تهیه کنندگان اینگونه برنامه‌ها بایستی توجهی جدی به آن مبذول دارند (ایران منش و همکاران، ۸۷). ولی لازم به ذکر است که تصمیم در انتخاب موضوع و قالب‌های مناسب برای یک برنامه رادیویی نه تنها مشکل ما بلکه مشکل مسئولان رادیویی در اکثر کشورهاست و هریک به نوعی به فراخور موقعیت و شرایطی که در آن بسر می‌برند موضوع برنامه‌های خود را تعیین می‌کنند.

سازنده برنامه باید به طور نسبی از ارجحیت قالب‌های رادیویی برای ارائه موضوع‌های مختلف مطلع باشد. به عنوان مثال ممکن است یک موضوع خاص را با استفاده از قالب گفتار یعنی صحبت مستقیم گوینده، موضوع دیگر را با حضور چند کارشناس به شکل میزگرد و یا موضوع بعدی را با مصاحبه حضوری در جمع کشاورزان و در محیط روستا تدارک ببیند و ارائه کند. در هر حال تعیین این یا آن قالب خاص برای ارائه موضوع‌های مختلف در یک برنامه رادیویی کشاورزی در مناطق گوناگون از مواردی است که صرفاً از طریق مطالعه و بررسی دقیق امکانپذیر خواهد بود.

در این مطالعه، برنامه رادیویی اقتصاد کشاورزی که از مرکز صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، تهیه و پخش می‌گردد مورد نقد و بررسی قرار گرفته زیرا این برنامه رادیویی با تهیه و پخش قسمت‌های مختلفی که عمدتاً مسائل فرهنگی، اجتماعی و فنی - کشاورزی روستائیان منطقه را در بر می‌گیرد مطمئناً می‌تواند نقش غیر قابل انکاری در رشد و توسعه فرهنگ و دانش روستائیان منطقه ایفا نماید و روستائیان استان به عنوان کسانی که بهتر از دیگران می‌توانند در تعیین الگویی مناسب تهیه‌کنندگان این گونه برنامه‌ها را یاری دهند به عنوان جامعه مورد مطالعه در نظر گرفته شده‌اند.



بیان مسئله

رسانه‌ها رابطه پیچیده دوجانبه و در عین حال اجتناب‌ناپذیر دارند (نیازی و همکاران، ۱۳۹۰). هدف کلی از تهیه و اجرای برنامه‌های رادیویی کشاورزی، افزایش سطح آگاهی‌های عمومی کشاورزان و بالاخص افزایش مهارت‌های فنی آنان در تولید محصولات کشاورزی و در نهایت بهزیستی جامعه روستایی است، لذا برای استفاده بهینه از این وسیله باید با ماهیت و فرهنگ استفاده بهینه از آن آشنا گشته و همچنین با زمان‌بندی درست برنامه‌ها طوری که برای روستاییان بیشترین استفاده را داشته باشد و محتوای مناسبی را نیز شامل گردد، آشنا شد (Seya and Yao., ۱۹۷۷).

تقریباً در خلال نیم قرن که از شروع تولید و پخش برنامه‌های رادیویی کشاورزی می‌گذرد (در ایران آغاز این فعالیت‌ها سال ۱۳۳۵ می‌باشد) (رمضانی، ۷۸). همپای پیدایش تحول در روستاها و بویژه فنون و تکنولوژی کشاورزی تکنیک‌های مورد استفاده در برنامه‌های کشاورزی نیز متحول گشته است زیرا کشاورزی از شکل اولیه آن در مزارع کوچک چند محصوله خارج و به سمت پیدایش واحدهای بزرگ کشاورزی در حال حرکت است. تعداد افرادی که در صنایع جنبی کشاورزی مشغول به کارند رو به فزونی است. ترکیب صنعت با کشاورزی به سوی هر چه پیچیده‌تر شدن گام بر می‌دارد و به این ترتیب نیازها، باورها و سلیقه‌های جدیدی را نیز خلق می‌نمایند که برنامه‌های رادیویی و کشاورزی نمی‌تواند بر حذر از این تحولات باشند و بر سیاق همیشگی خود تولید شوند. ضرورت توجه به این تحقیق می‌تواند از دو جنبه مورد لحاظ قرار گیرد. نخست یافتن شناخت علمی در زمینه میزان رضایت و بهره‌مندی روستائیان از محتوای وسایل ارتباط جمعی بالاخص رادیو و دوم رفع ابهامات و جوابگویی نسبت به پرسش‌هایی نظیر اینکه به چه علت روستائیان بیش از سایر رسانه‌ها از رادیو بهره می‌گیرند؟ چرا بعضی از برنامه‌های رادیویی نسبت به سایر برنامه‌های آن شنوندگان بیشتر و بعضی مخاطبان کمتری را توانسته‌اند جذب نمایند؟ آیا محتوی و زمان پخش برنامه‌ها، مناسب با علائق و اوقات روستائیان می‌باشد یا نه؟ و سولاتی دیگر از این دست که باعث می‌گردد ضرورت انجام این تحقیق بیش از پیش گردد.

پس بنابر این با توجه به مطالب مذکور، ارزشیابی از برنامه‌های رادیویی و نقد و بررسی این گونه برنامه‌ها از طریق نظر سنجی از مخاطبان اصلی آن که همانا روستائیان می‌باشد ما را با مسائلی از قبیل زمان مناسب پخش برنامه‌ها و شناسایی الگوهای صحیح انتخاب موضوع‌ها و قالب‌های مناسب آشنا ساخته و امید است انجام این تحقیق بتواند مسئولان و تولیدکنندگان برنامه‌های رادیویی را در جهت تولید یک برنامه رادیویی موثر بویژه برنامه‌های رادیویی روستایی کمک شایانی نماید.

حال با توجه به مطالب بالا که در باب اهمیت بررسی و ارزشیابی از برنامه‌های رادیویی بویژه در جوامع روستایی جهت هر چه بیشتر پر بار نمودن این گونه برنامه‌ها بیان گردید، لازم است جهت دستیابی به این مهم، چالش‌های فراروی، کامل و دقیق شناسایی و با بررسی و مطالعه دقیق آنها، عوامل موثر در این زمینه شناخته گردند که ذیلاً برخی از مطالعات انجام یافته در این خصوص بیان می‌گردد.

مروری بر مطالعات پیشین

رادیو و ارزشیابی از برنامه‌های رادیویی در سال‌های اخیر مورد توجه بیشتری بوده است و آغاز این گونه تحقیقات را می‌توان دهه ۱۹۷۰ میلادی دانست که مطالعات انتقادی وسیعی در حوزه رسانه‌ها critical media study و وسایل ارتباط جمعی پا به عرصه وجود نهاد (خجسته، ۸۷).

یکی از نتایج مطالعه رمضانی و همکارانش در خصوص برنامه‌های رادیویی که در سال ۱۳۷۸ به انجام رسید بیان داشت که درصد شنوندگان رادیو در مناطق شهری از بینندگان تلویزیون کمتر می‌باشد و در مناطق روستایی عکس حالت مذکور صادق است که آن را می‌توان معلول عوامل اجتماعی جامعه دانست.

کیا (۱۳۶۱) و همکارانش طی مطالعه‌ای به این نتیجه رسیدند که حدود ۸ درصد افراد هستند که به برنامه‌های رادیویی روستایی گوش نمی‌دهند و اهم دلایل آنها نداشتن وقت کافی، دوست نداشتن و جالب نبودن برنامه‌ها، یکطرفه بودن برنامه‌ها و نداشتن رادیو می‌باشد.

طی تحقیقی که در صدای مرکز آذربایجان (۱۳۶۴) با عنوان بررسی نظرات روستائیان نسبت به برنامه ویژه روستایی به انجام رسید زمان پخش مناسب برنامه به گونه‌ای که بیشترین تطابق را با اوقات کار و استراحت روستائیان داشته باشد بعنوان مهمترین عامل افزایش بازدهی برنامه‌های رادیویی روستایی بیان گردید و همچنین طی این تحقیق مشخص گردید ۶۲ درصد روستائیان به برنامه‌های



ویژه روستائیان که از رادیو پخش می‌گردد گوش فرا می‌دهند و بطور کلی رضایت خوبی از برنامه‌ها داشتند.

طی تحقیقی که توسط سلیمی و فارونی (۱۳۹۰) تحت عنوان تدوین شاخصهای تهیه کنندگی برنامه های ترویج کشاورزی در رادیو با استفاده از دیدگاه تهیه کنندگان و مروجین جهاد کشاورزی در استان کرمانشاه انجام شد، با توجه به نقش رادیو، در آموزش و ترویج کشاورزان، سعی نموده با ارائه ی شاخص های مناسب به تهیه کنندگان رادیو موجب افزایش کیفیت برنامه های ترویج کشاورزی رادیو، جلب رضایت و افزایش مخاطبان محلی شود، و از اعمال سلاقی کامل شخصی تهیه کنندگان در تهیه ی این گونه برنامه ها بکاهد.

در تحقیقی که توسط پناهی و همکاران در سال (۱۳۹۴) تحت عنوان میزان رضایتمندی روستائیان از برنامه های کشاورزی و تلویزیونی شبکه استانی سهند انجام شد، متغیر های مستقل تحقیقشان عبارتند از: سن، سواد، مشارکت روستائیان در ساخت برنامه ها، زمان پخش برنامه، محتوای برنامه، تناسب برنامه با زبان و فرهنگ مردم ساکن روستا، قابل اعتماد بودن برنامه ها و تنوع برنامه ها و غیره. متغیر وابسته میزان رضایت مندی از برنامه های کشاورزی و روستائی رادیو و تلویزیون بوده و بطور اختصار نتایج تحقیق شامل، متغیرهای مستقل مشارکت روستائیان در تهیه ی محتوا، کاربردی بودن محتوا، مناسب بودن زمان پخش برنامه، تعداد دام، کیفیت صدا و تصویر برنامه در منطقه و مدت زمان استفاده از برنامه با میزان رضایت مندی از برنامه ها به عنوان متغیر وابسته رابطه دارد و ۵۴ درصد تغییرات آن را پیش بینی می نمایند. بر اساس یافته های تحقیق همبستگی -معنی داری بین میزان رضایت مندی و ویژگی های اقتصادی، اجتماعی و ویژگی های محتوایی برنامه ها وجود دارد. در این تحقیق فرضیه ای مبنی بر وجود تفاوت در میزان رضایت مندی در روستاهای مختلف اثبات شد.

به این ترتیب مقاله حاضر با اهداف به شرح زیر طراحی و اجرا گردید:

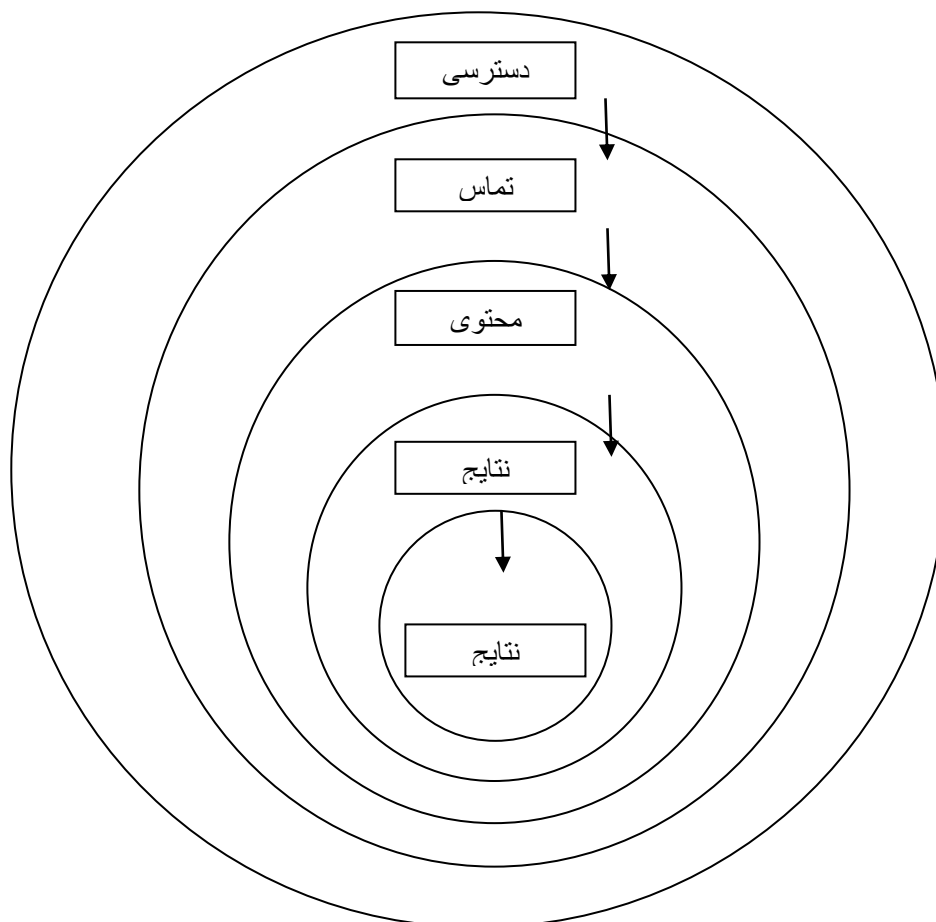
- هدف کلی این تحقیق واکاوی نگرش روستائیان نسبت به اثربخشی برنامه رادیویی کشاورزی (مورد مطالعه: روستاهای بخش جنوبی استان تهران، بخش آفتاب) می‌باشد که اهداف اختصاصی این تحقیق عبارتند از:
- بررسی رابطه ویژگی‌های شخصی پاسخگویان با میزان کارایی و اثربخشی برنامه رادیویی اقتصاد کشاورزی
 - بررسی رابطه ویژگی‌های ساختاری و محتوایی برنامه با میزان کارایی و اثر بخشی برنامه رادیویی اقتصاد کشاورزی
 - بررسی میزان کارایی و اثربخشی برنامه اقتصاد کشاورزی و عوامل مؤثر بر افزایش آن

مواد و روش‌ها

این تحقیق از نظر ماهیت، توصیفی - همبستگی و از نظر هدف، تحقیقات کاربردی می‌باشد. جامعه آماری این تحقیق روستائیان ساکن روستاهای بخش جنوبی استان تهران، بخش آفتاب بودند که ۱۰۰ نفر از آنها از طریق جدول کرجسی-مورگان به عنوان نمونه تحقیق انتخاب شدند. روش نمونه گیری برای انجام این مطالعه روش نمونه گیری خوشه‌ای دو مرحله‌ای تصادفی بود که در این رابطه دهستان‌ها و روستاهای بخش جنوبی استان تهران در دو مرحله به عنوان خوشه در نظر گرفته شدند. ابتدا یک دهستان به صورت تصادفی از بین دهستان‌ها انتخاب و در مرحله دوم از دهستان انتخاب شده سه روستا به صورت تصادفی از بین روستاهای آن دهستان مشخص گردید و در نهایت از هر روستا به طور میانگین ۳۳ نفر بعنوان پاسخگویان این تحقیق مورد مطالعه قرار گرفتند.

ابزار تحقیق پرسشنامه بوده است که از ۶ بخش تشکیل می‌شد که به ترتیب شامل سوالات عمومی (۱۶ سوال در قالب سوالات باز و بسته) بخش سنجش میزان اثر بخشی (۱۰ گویه)، بخش سوالات محتوایی برنامه (۱۹ گویه)، بخش سوالات ارتباطات (۷ گویه)، بخش سوالات انگیزشی برنامه (۱۰ گویه) و ویژگی‌های شخصی و حرفه‌ای (۷ گویه) می‌شد که تمامی این ۶ بخش به غیر از بخش سوالات عمومی در چهارچوب طیف لیکرت ۵ قسمتی مورد بررسی قرار گرفتند.

روایی محتوایی ابزار تحقیق با استفاده از نظرات تعدادی از اساتید رشته ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه بو علی سینا همدان تأیید و برای تعیین اعتبار پرسشنامه با انجام پیش آزمون، ضریب آلفا کرونباخ بین بخش‌های مختلف پرسشنامه بین ۰/۷۱-۰/۸۲ محاسبه شد. داده‌های جمع‌آوری شده با استفاده از نرم‌افزار SPSS پردازش و تحلیل گردید. روش‌های آماری مورد استفاده در این تحقیق شامل: آمار توصیفی میانگین، فراوانی، انحراف معیار و آمار استنباطی شامل آزمون T، آزمون F، همبستگی و آزمون رگرسیون می‌باشند.



شکل شماره ۱: مدل تأثیر رسانه‌های جمعی (منبع: لاری و همکاران)

جدول ۱- میزان بهره‌مندی از برنامه‌های رادیوئی

بهره‌مندی از برنامه‌های رادیوئی	فراوانی	درصد	درصد فراوانی
بهره‌مندی	۲۸۰	۹۳/۳	۹۳/۳
عدم بهره‌مندی	۲۰	۶/۷	۶/۷
جمع	۳۰۰	۱۰۰	۱۰۰

نتایج جدول شماره ۱ نشان دهنده بهره‌مندی درصد بالای روستائیان بخش جنوبی استان تهران از برنامه‌های رادیوئی می‌باشد (۹۳/۳). از آنجائی که تحقیق حاضر در راستای بررسی نگرش روستائیان نسبت به اثربخشی برنامه رادیوئی اقتصاد کشاورزی بود تنها ۱۰۰ نفر از این تعداد را که از مخاطبان برنامه مذکور بودند برای ادامه تحقیق انتخاب شدند زیرا بقیه جامعه نمونه در زمینه برنامه رادیوئی اقتصاد کشاورزی اطلاعات کافی نداشتند.



دلایل عدم بهره‌مندی روستائیان از برنامه رادیویی اقتصاد کشاورزی

با توجه به نتایج حاصل که در قالب جدول شماره ۲ به آنها اشاره گردیده، نداشتن وقت کافی به عنوان اصلی‌ترین عامل در عدم بهره‌مندی روستائیان از برنامه مذکور می‌باشد (۵۰/۷۱ درصد) و عامل اختلال در صدای دریافتی برنامه کمترین درصد را در بین گزینه‌ها به خود اختصاص می‌دهد (۶/۶۹ درصد).

جدول ۲- دلایل عدم بهره‌مندی از برنامه اقتصاد کشاورزی

دلایل عدم بهره‌مندی از برنامه	فراوانی	درصد
عدم دسترسی به رادیو	۲۰	۹/۵۶
نداشتن وقت کافی	۱۰۶	۵۰/۷۱
نا متناسب بودن وقت برنامه	۲۱	۱۰/۰۴
اختلال در صدای برنامه	۱۴	۶/۶۹
وجود سایر روش‌های گذران اوقات فراغت	۴۸	۲۲/۹۶
جمع	۲۰۹	۱۰۰

نتایج و بحث

ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای

بر اساس یافته‌های بدست آمده، از لحاظ سنی اکثریت مخاطبان در گروه سنی ۳۱-۴۰ سال قرار داشتند که میانگین سنی آنها تقریباً ۴۴/۴۹ سال محاسبه گردید. از لحاظ جنسیت، بیشتر شنوندگان را زن‌ها تشکیل داده بودند (۵۴ درصد). بیشترین درصد پاسخگویان دارای خانواده‌ای ۴-۶ نفری بودند (۶۵ درصد) و مخاطبانی با تعداد اعضای خانواده بالای ۶ نفر کمترین درصد را بین پاسخگویان به خود اختصاص داده بودند (۸ درصد) که بطور میانگین تعداد اعضای خانوارها حدود ۴ نفر محاسبه شد. در رابطه با مدرک تحصیلی نیز افراد بیسواد بیشترین درصد (۲۹ درصد) و افرادی دارای مدرک دانشگاهی کمترین درصد (۱۱ درصد) را در بین پاسخگویان به خود اختصاص داده بودند. همچنین نتایج این تحقیق نشان داد در بین پاسخگویان بیشترین پاسخگویان متأهل بوده (۸۹ درصد) و شغل اصلی مخاطبان در این تحقیق را افرادی با شغل آزاد (برای مردان: مغازه داری و خرید و فروش احشام و... و برای زن‌ها: خانه داری و نگهداری از احشام و...) تشکیل داده بودند. بیشترین خانوارهای مورد مطالعه این تحقیق زمین‌های با مساحت بین ۱-۳ هکتار را دارا بودند (۳۲ درصد) که در این بین خانوارهایی با کمتر از یک هکتار (۱۹/۶ درصد) و بالای پنج هکتار (۱۷/۵) کمترین درصد را در بین خانوارهای مخاطب به خود اختصاص دادند.



جدول ۳- ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای مخاطبان (n=۱۰۰)

متغیر	سطوح متغیر	فراوانی	درصد	میانگین	انحراف معیار	کمینه	بیشینه
سن (سال)	۲۰-۳۰ سال	۱۷	۱۷	۴۴/۴۹	۱۳/۶۶	۲۱	۷۷
	۳۱-۴۰ سال	۲۵	۲۵				
	۴۱-۵۰ سال	۲۰	۲۰				
	۵۱-۶۰ سال	۲۲	۲۲				
	<۶۰ سال	۱۶	۱۶				
جمع		۱۰۰	۱۰۰				
جنسیت	مرد	۴۶	۴۶				
	زن	۵۴	۵۴				
جمع		۱۰۰	۱۰۰				
تعداد اعضاء خانواده	۱-۳ نفر	۲۷	۲۷	۴/۴۰	۱/۳۷	۲	۸
	۴-۶ نفر	۶۵	۶۵				
	>۶ نفر	۸	۸				
جمع		۱۰۰	۱۰۰				
میزان تحصیلات	بیسواد	۲۹	۲۹				
	خواندن و نوشتن (ابتدائی)	۱۷	۱۷				
	سیکل	۱۵	۱۵				
	دیپلم	۲۸	۲۸				
	دانشگاهی	۱۱	۱۱				
جمع		۱۰۰	۱۰۰				
وضعیت تاهل	مجرد	۱۱	۱۱				
	متاهل	۸۹	۸۹				
جمع		۱۰۰	۱۰۰				
شغل اصلی	زارع	۲۰	۲۰				
	باغدار	۴	۴				
	دامدار	۱۵	۱۵				
	ترکیبی	۲۵	۲۵				
	کارمند	۸	۸				
	غیر کشاورزی (آزاد)	۲۸	۲۸				
جمع		۱۰۰	۱۰۰				
زمین (هکتار)	>۱	۱۹	۱۹/۶	۲/۴۵	-	۰/۵	۷
	۱-۳	۳۲	۳۳				
	۳/۱-۵	۲۹	۲۹/۹				
	<۵	۱۷	۱۷/۵				
جمع		۹۷	۱۰۰				

مأخذ: یافته‌های تحقیق



میزان اثر بخشی از برنامه رادیویی اقتصاد کشاورزی

طبق داده‌های حاصل از تحقیق (جدول ۴) استفاده از برنامه‌های آموزشی، گزارش از روستا و نمایش رادیویی توسط نمونه مورد مطالعه بیش از سایر بخش‌ها اثر بخش بوده و از طرف دیگر بخش‌هایی همچون گفتار و فرهنگ محلی از جمله بخش‌هایی بودند که در حد کمتری مورد توجه نمونه مورد مطالعه قرار گرفته.

جدول ۴- مقیاس سنجش عملکرد برنامه رادیویی اقتصاد کشاورزی

رتبه	گویه	میانگین	انحراف معیار	ضریب تغییرات
۱	استفاده از برنامه های آموزشی	۳/۸۱	۰/۹۸۴	۰/۲۵۷۶
۲	گزارش از روستا	۳/۷۷	۰/۹۷۶	۰/۲۵۸۵
۳	نمایش	۳/۶۲	۰/۹۵۳	۰/۲۶۱۱
۴	موسیقی	۳/۴۳	۰/۹۲۷	۰/۲۶۹۷
۵	مشارکت متخصصان در اجرای برنامه رادیویی	۳/۲۸	۰/۹۰۴	۰/۲۷۴۵
۶	استفاده از برنامه های تفریحی و سرگرمی	۳/۲۲	۱/۰۳۳	۰/۳۲۷۶
۷	بحث کارشناسی	۳/۰۸	۱/۱۳۶	۰/۳۵۷۵
۸	فرهنگ محلی	۳/۰۳	۱/۰۰۶	۰/۳۴۴۶
۹	گفتار	۲/۷۶	۰/۸۸۴	۰/۳۷۵۲

استفاده از طیف لیکرت ۵ قسمتی: خیلی کم=۱... و خیلی زیاد=۵

همبستگی متغیرهای مستقل با متغیر میزان اثربخشی برنامه اقتصاد کشاورزی

طبق نتایج حاصل از تحقیق، بین متغیر مستقل میزان سن با ضریب همبستگی ($r=0/306$ و $p=0/014$) با متغیر وابسته میزان اثربخشی برنامه رادیویی اقتصاد کشاورزی رابطه مثبت و معنی داری در سطح پنج درصد بدست آمد. بدین معنی که هر اندازه سن مخاطبان افزایش پیدا کند تمایل فرد به گوش دادن به رادیو بیشتر خواهد بود. یافته‌های تحقیق نشان داد که بین متغیر مستقل میزان بهره‌گیری از مسائل و موضوعات فنی کشاورزی (مسائلی از جمله زنبورداری، شیلات و...) با ضریب همبستگی ($r=0/428$ و $p=0/000$) و اثربخشی برنامه رادیویی اقتصاد کشاورزی رابطه مثبت و معنی داری در سطح یک درصد وجود دارد. همچنین نتایج حاصله نشانگر وجود رابطه‌ای مثبت و معنی داری در سطح یک درصد بین متغیر مستقل میزان استفاده از بخش‌های انگیزشی جهت جذب مخاطب (مسابقه تلفنی، مسابقه کتبی، ارتباط تلفنی با مخاطبان و...) با متغیر اثر بخشی داشت ($r=0/604$ و $p=0/000$). متغیرهایی از جمله متغیرهای مستقل تعداد اعضای خانوار و میزان اراضی به ترتیب با ضرایب همبستگی $-0/24$ و $-0/168$ - رابطه‌ای در خلاف متغیر وابسته تحقیق (اثربخشی برنامه رادیویی اقتصاد کشاورزی) نشان دادند به این ترتیب که با افزایش تعداد افراد خانوارها و همچنین وجود اراضی بیشتر باعث عدم توجه مناسب از سوی مخاطبان به برنامه گشته و کاهش اثر بخشی در برنامه رادیویی را باعث می‌گردیدند.

جدول ۵- همبستگی متغیرهای مستقل با متغیر اثر بخشی

متغیر مستقل	ضریب همبستگی "r"	معنی داری
سن	* $0/306$	$0/014$
تعداد اعضاء خانواده	$-0/24$	$0/076$
زمین	$-0/168$	$0/166$
درآمد	$0/215$	$0/084$
میزان بهره‌گیری از مسائل و موضوعات فنی کشاورزی	** $0/428$	$0/000$
میزان استفاده از بخش‌های انگیزشی جهت جذب مخاطب	** $0/604$	$0/000$
میزان دسترسی به رسانه ها، منابع اطلاعاتی و کانال‌های ارتباطی	$0/175$	$0/143$



مقایسه میزان اثربخشی برنامه های رادیویی در بین گروه های مورد مطالعه

برای مطالعات مقایسه ای از آزمون T برای مقایسه دو گروه و آزمون F (مقایسه بیش از دو گروه) استفاده شده است. نتایج آزمون T که طی جدول شماره ۶ آورده شده است حاکی از این است که از لحاظ جنسیت و زمان پخش برنامه (کسانی که که زمان پخش برنامه را مناسب دانسته و کسانی که زمان آن را مناسب ندانسته اند) تفاوت معنی داری در سطح ۵ درصد وجود دارد. از لحاظ وضعیت تأهل نیز تفاوت معنی داری در سطح یک درصد وجود دارد.

جدول ۶- نتایج مقایسه میانگین ها بر حسب آزمون T

متغیر	مقدار	سطح معنی داری
جنسیت	*-۲/۲۵۵	۰/۰۳۲
وضعیت تأهل	**۳/۴۴۵	۰/۰۰
زمان پخش برنامه	*۲/۳۰۵	۰/۰۲۸

معنی داری در سطح ۵ درصد *معنی داری در سطح ۱ درصد

نتایج آزمون F نیز نشان داد که بین پاسخگويانی با سطح سواد مختلف و فعالیت در مشاغل گوناگون با میزان اثر بخشی برنامه رادیویی اقتصاد کشاورزی در سطح ۱ درصد تفاوت معنی داری وجود دارد (جدول ۷). بر طبق این یافته تفاوت معنی داری بین افرادی که دارای سطوح تحصیلاتی مختلف هستند و همچنین در مشاغل کشاورزی گوناگونی به فعالیت مشغول هستند از نظر نگرش آنان نسبت به اثربخشی برنامه رادیویی اقتصاد کشاورزی وجود دارد.

جدول ۷- نتایج مقایسه میانگین ها بر حسب آزمون F

متغیرها	مقدار	سطح معنی داری
میزان تحصیلات	**۲/۵۷۹	۰/۰۰
شغل اصلی	**۷/۴۱۲	۰/۰۰

**معنی داری در سطح ۱ درصد

جدول ۸- ضرایب رگرسیون چند متغیره گام به گام- متغیر وابسته تحقیق (اثر بخشی برنامه رادیویی اقتصاد کشاورزی)

مراحل	متغیر مستقل	B	SEB	Beta	t	Sig	R	R ²
۱	مسائل و موضوعات فنی	۳/۴۳	۰/۷	۰/۴۱۸	۴/۲۵۴	۰/۰۰۰	۰/۶۴	۰/۴۴۵
۲	بخش های انگیزشی	۱/۶۲۴	۰/۵۴۲	۰/۳۰۵	۳/۰۶۶	۰/۰۰۲	۰/۶۸۸	۰/۴۸۵
	Constnt	-۴۴/۱۰۶	۲۲/۸۳۴	-	-۳/۰۲۳	۰/۰۳۸		

تحلیل رگرسیونی عوامل مؤثر بر اثر بخشی برنامه

بمنظور بررسی و تحلیل مهمترین عوامل تأثیر گذار بر میزان نگرش مخاطبان نسبت به اثر بخشی برنامه رادیویی از رگرسیون چند گانه استفاده شده است. روشی که برای شناخت مدل رگرسیون بکار گرفته شد روش، گام به گام (Stepwise) است. پس از ورود کلیه متغیرهای مستقل دارای همبستگی معنی دار با متغیر وابسته (شامل سن و میزان بهره گیری از موضوعات فنی کشاورزی و استفاده از بخش های انگیزشی جهت جذب مخاطب) نتایج حاصل از جدول شماره ۸ نشان می دهد که در گام اول، متغیر بهره گیری از مسائل و موضوعات فنی کشاورزی به عنوان مهمترین متغیر تأثیر گذار بر اثربخشی برنامه رادیویی اقتصاد کشاورزی وارد مدل شده است. گام دوم رگرسیون نیز نشان دهنده این است که دومین متغیر تأثیر گذار بر اثر بخشی برنامه رادیویی بخش های انگیزشی موجود در برنامه



می‌باشند. در پایان گام دوم با توجه به آنکه خطای آزمون به ۵ درصد رسیده و مدل رگرسیون به صورت نهائی در آمده است. بر این اساس در مجموع، تنها دو متغیر در مدل رگرسیون وارد شده‌اند و پس از استاندارد نمودن ضرایب رگرسیون مدل نهائی به صورت زیر ارائه می‌گردد.

$$Y = -44/106 + 3/43X_1 + 1/624X_2$$

که در آن:

Y = اثربخشی برنامه

X_1 = مسائل و موضوعات فنی

X_2 = بخش‌های انگیزشی

مدل فوق نشان می‌دهد که مهمترین متغیر تأثیرگذار بر اثر بخشی از برنامه رادیوئی اقتصاد کشاورزی، ابتدا بکارگیری و میزان بهره‌مندی برنامه از مسائل و موضوعات فنی و در مرحله بعدی میزان بهره‌گیری برنامه از بخش‌های انگیزشی می‌باشد. نتایج ارائه شده در جدول ۶ نشان می‌دهد که R^2 در گام اول ۰/۴۴۵ و در گام دوم برابر با ۰/۴۸۵ می‌باشد که نشان می‌دهد دو متغیر وارد شده در مدل در مجموع توانسته‌اند ۴۸/۵ درصد از میزان تغییرات عملکرد برنامه رادیوئی اقتصاد کشاورزی در جهت اثربخش نمودن برنامه‌ها تبیین کنند و بعبارتی دیگر ۵۱/۵ درصد از نوسانات مربوط به تأثیر گذاری سایر عواملی است که در این تحقیق مورد مطالعه قرار نگرفته است.

نتیجه‌گیری

بر اساس یافته‌های تحقیق نتایجی به شرح زیر ارائه می‌گردد:

بر طبق اطلاعات جمع‌آوری شده حضور مخاطبانی با تحصیلات بسیار پائین (بیسواد) و دیپلمه که به ترتیب ۲۹ و ۲۸ درصد از مخاطبان را تشکیل می‌دادند مشخص ساخت شنوندگان برنامه از طیف تحصیلاتی خاصی نبوده و مخاطبان برنامه در یک گستره تحصیلاتی بسیار وسیعی حضور دارند.

نتایج بررسی نشان داد حضور مخاطبان زن (۵۴ درصد) نسبت به مخاطبان مرد (۴۶ درصد) از درصد بالاتری برخوردار می‌باشد که البته می‌توان دلیل آن را حضور مردها در سر کار و یا فعالیت‌های دیگر هنگام پخش برنامه دانست.

یافته‌ها حاکی از آنست که جنسیت، وضعیت تأهل، زمان پخش برنامه، میزان تحصیلات و فعالیت شغلی مخاطبان از جمله عواملی بودند که نگرش مخاطبان نسبت به اثربخشی برنامه‌ها تأثیرگذار بوده و بایستی در طراحی و تهیه برنامه‌ها توجه مناسبی به آنها نمود.

با توجه به نتایج حاصل از ارزیابی اثر بخشی برنامه رادیوئی اقتصاد کشاورزی مشخص گردید به طور کلی مخاطبان رضایتی در حد متوسط از بخش‌های مختلف برنامه داشتند (میانگین ۳/۳۳).

طبق داده‌های حاصل، استفاده از برنامه‌های آموزشی (۳/۸۱)، گزارش از روستا (۳/۷۷) و نمایش (۳/۶۲) به عنوان بخش‌های پر شنونده و در بین بخش‌های مختلف برنامه سه رتبه برتر را از آن خود ساختند و در مقابل بخش گفتار و فرهنگ محلی به ترتیب با ۲/۷۶ و ۳/۰۳ کم مخاطب‌ترین بخش‌های برنامه را تشکیل می‌دادند.

در تدوین معادله رگرسیون متغیرهای میزان بهره‌گیری از مسائل و موضوعات فنی کشاورزی و استفاده از بخش‌های انگیزشی از جمله برگزاری انواع مسابقات تلفنی و ...، توانائی تبیین ۴۸/۵ درصد از تغییرات متغیر اثربخشی برنامه رادیوئی را داشتند. با استفاده از معادله بدست آمده می‌توان میزان عملکرد بخش‌های مختلف برنامه را در جلب توجه مخاطبان تخمین زد.

بر اساس نتایج بالا پیشنهاداتی به شرح زیر ارائه می‌گردد:

پیشنهادات:

با توجه به حضور مخاطبانی با سطح تحصیلاتی مختلف پیشنهاد می‌گردد در تهیه بخش‌های مختلف تنها به یک قشر خاص تحصیلی توجه ننموده و در استفاده از اصطلاحات علمی، این مطلب را در نظر گیرند که یکی از بیشترین درصد شنوندگان برنامه را



افراد کم سواد تشکیل می‌دهند و بایستی در طراحی بخش‌ها بویژه دیالوگ مجری با کارشناسان و بخش بحث‌های فنی کشاورزی بسیار با اندیشه و طراحی درست و مناسب برنامه ریزی نمایند.

پیشنهاد می‌گردد با توجه به درصد بالای شنوندگان زن در برنامه قبل از تهیه، یک نیازسنجی دقیقی بویژه از نیازهای زنان روستائی بعمل آید تا در تهیه بخش‌های مختلف برنامه به نیازهای این قشر از مخاطبان که مطمئناً دارای خواسته‌های متمایزی نسبت به شنوندگان مرد خواهند داشت توجه بعمل آید.

از آنجائی که وضعیت تأهل، فعالیت‌های شغلی مخاطبان و زمان پخش برنامه از جمله مواردی بودند که از دیدگاه شنوندگان برنامه تفاوت معنی داری را نشان می‌دادند پیشنهاد می‌گردد در زمان پخش برنامه بایستی تجدید نظر مناسب صورت گیرد و با توجه به عواملی از جمله اقلیم منطقه جنوبی تهران، فصل کاری و غیر کاری روستائیان، زمان استراحت مردها بعد از بازگشت از سر کار و ... زمان پخش برنامه تغییر نماید و همچنین با توجه به درصد بالای شنوندگان متأهل برنامه استفاده از آیتم‌هایی که به آموزش مهارت-های زندگی می‌پردازد بسیار ضروری بنظر می‌رسد.

با توجه به رضایت نسبی شنوندگان برنامه از بخش‌های مختلف که رضایت در حد متوسطی را طی تحقیق بعمل آمده از برنامه ابراز داشتند، نباید نواقص و کمبودها را نادیده گرفت و در جهت جبران عدم رضایت از برخی بخش‌ها از جمله فرهنگ محلی و... که کمتر مورد قبول شنوندگان بود بایستی کوشید و با تقویت و حتی حذف و یا با اضافه نمودن بخش‌های جدید درصد اثربخشی برنامه را افزایش داد.

با توجه به همبستگی مثبت و معنی داری بین سن و متغیر اثر بخشی برنامه پیشنهاد می‌گردد از اقشار مختلف سنی مردم قبل از طراحی و ساخت هر گونه برنامه‌ای نیازسنجی دقیقی بعمل آید تا حدالامکان نیازهای بخش بیشتری از روستائیان تأمین گردد. با توجه به وجود همبستگی مثبت و معنی دار بین میزان بهره‌گیری از مسائل و موضوعات فنی کشاورزی و همچنین بخش‌های انگیزشی در جلب مخاطب پیشنهاد می‌گردد با توجه دقیق‌تر به عمده فعالیت‌های شغلی ساکنین روستاهای منطقه و انجام نیازسنجی مناسب از مسائل مورد نیاز یادگیری کشاورزان از بخش‌های پربارتر فنی - کشاورزی در برنامه استفاده گردد.

در یک جمع‌بندی کلی پیشنهاد می‌گردد در تمامی مراحل ساخت برنامه (طراحی تا اجرا) به ویژه در مناطق روستائی حتماً از کارشناسان متبحر در انجام نیازسنجی‌های اجتماعی و فنی استفاده گردد و همچنین از نقطه نظرات خود روستائیان در تهیه و اجرای هر چه بهتر برنامه بهره گرفته شود زیرا تجربیات گذشته نشان داده برنامه‌ریزی‌های یک سویه (از بالا به پائین) که حالت یک قالب خشک برنامه را دیکته می‌نماید از کارائی مناسبی در جلب مخاطبان برخوردار نمی‌باشند.

منابع

ایران منش، م.، و خسروانی، م. (۱۳۸۷). نظر های مردمی در باره برنامه های رادیویی و تلویزیونی. مرکز تحقیقات اجتماعی. توحیدی، الف. (۱۳۸۳). آموزش از راه دور از طریق تلفن. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید باهنر کرمان. توسلی، ه.، ظریفیان، ش.، یادآور، حسن. (۱۳۹۴). میزان رضایتمندی روستائیان از برنامه های کشاورزی و تلویزیونی شبکه استان سهند. قابل دسترسی در آدرس اینترنتی:

<http://ganj.irandoc.ac.ir/articles/۸۴۸۷۰۲>

خاتون آبادی، الف. (۱۳۷۴). رادیو و ایجاد ارتباطات. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

رضائی، الف. (۱۳۷۸). بررسی الگوی بهره مندی روستائیان و انتظار از برنامه های رادیویی جهاد (مطالعه موردی: شهرستان اردبیل). معاون توسعه و همکاری گروه شقایق روستا.

خجسته، ه. (۱۳۸۴). صدا شناسی در رادیو. پژوهش و ارزیابی. شماره ۲۶، صص ۲۵-۱۹.

سلیمی، ا.، فارونی، ع. (۱۳۹۰). تدوین شاخص های تهیه کنندگی برنامه های ترویج کشاورزی در رادیو با استفاده از دیدگاه تهیه کنندگان و مروجین جهاد کشاورزی (استان کرمانشاه). قابل دسترسی در آدرس اینترنتی:

<http://ganj.irandoc.ac.ir/articles/۵۵۸۴۸۳>

کیا، ف.، و یآوری، ه. (۱۳۶۱). ارزیابی نظر مردم از اصفهان در مورد برنامه های رادیو و تلویزیون. مرکز تحقیقات اجتماعی.

یآوری، الف. (۱۳۹۳). شبکه رادیویی اقتصاد. قابل دسترسی در آدرس اینترنتی:

Radio network economics.www.radio.ir/percian/modoulespage



- مالکی، ب.، و عسگری، م. (۱۳۸۲). توسعه با کمک رادیو و تلویزیون. انتشارات جام جم.
- مویدی، م.، حیاتی، د.، رضایی مقدم، ک.، زمانی میاندشت، ناصر. (۱۳۹۲). اثر بخشی برنامه های رادیویی و تلویزیونی کشاورزی شبکه استانی از دیدگاه مخاطب و کارکنان حرفه ای سازمان جهاد کشاورزی استان فارس،
<http://ganj.irandoc.ac.ir/articles/670838>
- نیازی، م.، ولایتی، ا. (۱۳۹۰). نقش برنامه های دینی تلویزیون در هویت دینی مطالعه (موردی شهروندان شهر اصفهان)
journals.sabz.ac.ir/.../godadmin-A-10-2-2-5f2c0c9.pdf.
- Audio center of east Azerbaijan. (۱۹۸۲). Reporting the evaluation design of villagers' comments toward rural-radio programs from east Azerbaijan province. Center of studies and audio publication from east Azerbaijan
- Beltran, L. (۱۹۷۱). Communication and Domination: The Case of Latin America. Paper read at the seminario Interamerican de Education Y Communication Social, Mexico City.
- Seya, P., and F. Yao. (۱۹۷۷). Television for Rural African Village Studies of Audiences and Impact in the Ivory Coast. Washington, DC.: Academy for Educational Development.