



تحلیل جنسیتی سطح استفاده از رسانه‌ها و منابع اطلاعاتی روستاییان شهرستان مراغه

حلیمه رزمی^۱، علی شمس^۲، ام‌البنین رضائزاد اصل^۳

چکیده

رسانه‌ها و منابع اطلاعاتی نقش مهمی در توسعه پایدار جوامع روستایی ایفا کرده و متناسب با نیازها و عوامل متعدد دیگری زنان و مردان روستایی در دسترسی و استفاده از این منابع اطلاعاتی تفاوت‌هایی با همدیگر دارند. هرگونه برنامه‌ریزی در این خصوص نیازمند شناخت وضعیت موجود و تفاوت‌های جنسیتی می‌باشد. لذا این تحقیق توصیفی پیمایشی با هدف تحلیل جنسیتی سطح استفاده از رسانه‌های و منابع اطلاعاتی روستاییان انجام شد. جامعه آماری تحقیق زنان و مردان روستایی شهرستان مراغه بود که با استفاده از فرمول کوکران ۴۴۸ نفر از زنان و مردان روستایی از طریق نمونه‌گیری چندمرحله‌ای تصادفی انتخاب و مورد مطالعه واقع شدند. ابزار تحقیق پرسشنامه محقق ساخته‌ای بود که روایی آن از طریق متخصصان موضوعی تأیید و با انجام پیش‌آزمون و محاسبه ضریب آلفا کرونباخ بزرگتر از ۰/۹ برای شاخص‌های ترکیبی مناسب تشخیص داده شد. نتایج تحقیق نشان داد که زنان و مردان روستایی مورد مطالعه از رسانه‌های جمعی و سایر منابع اطلاعاتی فردی در حد کمی استفاده می‌کنند و در کل سطح استفاده مردان بیشتر از زنان می‌باشد. مهمترین منبع اطلاعاتی با استفاده بیشتر هر دو گروه، همسایگان و بستگان می‌باشد. بین زنان و مردان در میزان دریافت اطلاعات در تمامی رسانه‌ها و منابع اطلاعاتی مورد استفاده به غیر از همسایگان تفاوت معنی‌دار در سطح یک درصد وجود داشت. سطح دریافت اطلاعات با متغیرهایی مانند تحصیلات، درآمد و بعد خانوار رابطه مثبت و معنی‌داری داشت.

کلمات کلیدی: ارتباطات بین فردی، تحلیل جنسیتی، رسانه‌ها، روستاییان، اطلاعات

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه زنجان

^۲ استادیار گروه ترویج ارتباطات و توسعه روستایی دانشگاه زنجان

^۳ دانشجوی کارشناسی ارشد گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه زنجان



مقدمه

درگیر کردن تمامی افراد و گروه‌ها در فرایند توسعه، مهم‌ترین وجه تمایز توسعه پایدار از تعاریف قبلی توسعه بوده و در تعریف جدید انسان محور توسعه محسوب می‌شود. اطلاعات یکی از عوامل سه‌گانه قدرت است که نقش محوری و حیاتی در توسعه جوامع دارد (مظفری، ۱۳۹۴). تمدن بشری مرهون ارتباطات برای تبادل اطلاعات است و افزایش سریع و گسترش جمعیت انسانی در سراسر جهان نیاز به رسانه‌های ارتباطی را برانگیخته است (Sen et al., ۲۰۱۶). به عبارت دیگر، ارتباطات جزء جدایی‌ناپذیر هر موجود زنده اجتماعی است (Sen et al., ۲۰۱۶ و صادقی و همکاران، ۱۳۹۲) و یکی از مهم‌ترین اجزا و عوامل محرک توسعه روستایی، ارتباطات است. فناوری‌های ارتباطی شامل رسانه‌های جمعی و فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی، با سلطه بر عرصه توسعه سبب ایجاد تغییر اجتماعی، اقتصادی و رفتاری مطلوب در میان ساکنان نواحی روستایی می‌شود (کلانتری و همکاران، ۱۳۹۱). ابزار انتشار اطلاعات فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی مجموعه‌ای پیچیده و متغیر از کالاها، ابزارها و خدمات برای تولید، توزیع، فرآیند کردن و انتقال داده‌ها و اطلاعات می‌باشند که شامل ارتباطات از راه دور، پخش رادیویی و تلویزیونی، خدمات کامپیوتری، سخت‌افزار و نرم‌افزار در رسانه‌های الکترونیکی نیز می‌شود (شعبانعلی فمی و همکاران، ۱۳۸۹) و علاوه بر ایجاد ارتباط میان افراد، در خود زنجیره فرایند ارتباطی و در ایجاد پیوند مؤثر هستند (کلانتری و همکاران، ۱۳۹۱).

بخش کشاورزی موتور اصلی رشد و توسعه اقتصادی در کشورهای در حال توسعه است که به سبب ارتباطات گسترده با سایر بخش‌های اقتصادی با رشد خود زمینه تولید ثروت، ایجاد بازار و ارزآوری و رشد صنعت را فراهم نماید (حاجی رستم‌لو و عارف‌نیا، ۱۳۹۲). ترویج کشاورزی یکی از ضروریات بخش کشاورزی است. نقش اولیه ترویج کشاورزی، توسعه منابع انسانی و انتقال فناوری و اطلاعات در بخش کشاورزی است و از پیش‌شرط‌های اساسی برای دستیابی به توسعه پایدار کشاورزی است. ارتباطات یکی از کارکردهای ترویج کشاورزی است. ترویج هر هدفی که در بخش کشاورزی داشته باشد از انتقال فناوری‌های نوین گرفته تا تسهیلگری در ایجاد تشکلهای و سازمان‌های محلی، برای تحقق اهداف خود نیاز به ابزار قوی ارتباطات دارد (شعبانعلی فمی، ۱۳۹۲). ترویج کشاورزی از یک طرف به علت وابستگی به مبادله اطلاعات بسیار میان کشاورزان، و از طرف دیگر به علت تعدد نقشی که در نظام دانش و اطلاعات کشاورزی دارد؛ به عنوان یک حوزه تمرکز فناوری اطلاعات شناخته شده است که می‌تواند تأثیر ویژه‌ای در جامعه روستایی و توسعه کشاورزی داشته باشد (سروش مهر ۱۳۹۰). داشتن ارتباطات نیازمند رسانه‌هایی جهت ایجاد ارتباطات است. بنابراین رسانه‌ها در کشاورزی و به ویژه ترویج کشاورزی و پیشرفت بخش‌های مختلف اقتصادی، نقش گسترده‌ای داشته (مؤیدی و حیاتی، ۱۳۹۴) و در ایجاد آگاهی و اطلاعات مربوط به فناوری و منابع طبیعی و محیط‌زیست در میان مردم روستایی نقش مهمی ایفا می‌کنند (سرادی پور و همکاران، ۱۳۹۲).

عصر حاضر را به سبب سرعت گرفتن و شبکه‌ای شدن روابط عصر ارتباطات می‌نامند. امروزه محیط پیرامون پیچیدگی‌های فراوانی دارد که دسترسی بی‌واسطه به اطلاعات را مشکل می‌کند (آقایی، ۱۳۸۷). رسانه وسیله انتقال اطلاعات می‌باشد (شهبازی و همکاران، ۱۳۸۹) و در عصر پیچیده امروزی و با گسترش رسانه‌ها و ورود آن‌ها به ابعاد مختلف زندگی، تجربه انسانی بیش از هر چیز متکی به رسانه است (بهار و حاجی محمدی، ۱۳۹۰). امروزه وسایل ارتباطی و اطلاعاتی (رسانه‌ها)، نقش مهمی در تغییرات زندگی و توسعه در مناطق روستایی و شهری دارد. تغییرات مذکور، تدریجی است و در بلندمدت خود را نشان می‌دهد، بنابراین، در حال حاضر همگان بر نقش و تأثیر رسانه‌ها در ایجاد تغییرات و دگرگونی‌های اجتماعی، جدا از شدت و ضعف و حدود آن، اذعان دارند (کلانتری و همکاران، ۱۳۹۱). رسانه‌ها از جهات گوناگون و در میان گروه‌های مختلف اجتماعی مورد توجه قرار گرفته است. به عبارت دیگر، گروه‌های مختلف اجتماعی بنابر متغیرهای مختلف اجتماعی، فرهنگی به گونه‌ای با رسانه‌ها پیوند خورده‌اند (کلانتری و همکاران، ۱۳۹۱). از آنجایی که بیشتر مردم آسیا و اقیانوسیه در مناطق روستایی زندگی می‌کنند، پر کردن شکاف دیجیتالی بین شهر و روستا یکی از مهم‌ترین وظایف در جهت خلق جامعه و مردم جهت‌دهی شده و به سوی جامعه اطلاعاتی است (رضائی و شبیری، ۱۳۹۴).

زنان به عنوان نیمی از جمعیت جامعه (مظفری، ۱۳۹۴ و روزی بیدگلی، ۱۳۸۲) تربیت‌کننده هر دونیمه جمعیت بوده (روزی بیدگلی، ۱۳۸۲) و نقش عمده‌ای در جامعه ایفا می‌کنند (مظفری، ۱۳۹۴). زنان در توسعه کشاورزی و روستایی نقش محوری داشته و پایه‌ای مردان در کارهای کشاورزی فعالیت می‌کنند (Singh et al., ۲۰۱۵). امروزه مشارکت زنان در توسعه پایدار نه یک مسئله اختیاری بلکه یک امر ضروری است. توسعه منابع انسانی، عامل کلیدی و از الزامات مهم برای دستیابی به توسعه پایدار روستایی به شمار می‌رود (فتوتی و همکاران، ۱۳۹۱). ولی باین وجود، سهم زنان در بخش کشاورزی از لحاظ عملیات و تصمیم‌گیری نادیده گرفته



می‌شود (Sharma et al., ۲۰۱۴). در واقع شرط تحقق توسعه پایدار حضور و مشارکت واقعی فعال زنان و مردان در فرآیند توسعه است. بی‌تردید حضور و مشارکت واقعی زنان وابسته به توانمندسازی آنهاست و توانمندسازی زنان مقدمه لازم برای حضور آنها در جریان توسعه است (مظفری، ۱۳۹۴). جنسیت از جمله مهم‌ترین متغیرهایی است که در تحلیل مخاطبان و استفاده‌های آنان از رسانه‌ها جایگاه خاصی دارد (کلانتری و همکاران، ۱۳۹۱). بنابراین بررسی تأثیر ویژگی‌های مزرعه و خانوار کشاورزان و منابع اطلاعاتی از جمله مسائل مهمی است که می‌تواند راهنمای برنامه‌ریزان و مسئولین امر جهت ارتقای پذیرش کشاورزان و روستائیان در بهره‌گیری از فناوری‌های نو در راستای کارآمدسازی فرآیند تولید باشد (گلباز و همکاران، ۱۳۹۴).

در خصوص موضوع تحقیق مطالعات متعددی صورت گرفته است که به برخی از این مطالعات اشاره می‌شود گلباز و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهش خود با عنوان تأثیر کسب اطلاعات از کانال‌های ارتباطی میان فردی انگورکاران بر مقدار صحیح کود در تاکستان‌های شهرستان خرمدره به این نتیجه رسیدند که می‌توان رفتار کشاورزان در مورد مصرف صحیح کود را از طریق متغیرهای سن باغداران، مداخله‌گری دولت و کسب اطلاعات از کارشناسان جهاد کشاورزی شهرستان، بازدیدهای انجام‌گرفته از تاکستان‌های خارج از روستا، فروشندگان سموم و نهاده‌های کشاورزی و کشاورزان نمونه و باتجربه تبیین نمود، بنابراین رفتار کشاورزان می‌تواند متأثر از منابع اطلاعاتی رسمی و غیررسمی باشد.

مؤیدی و حیاتی (۱۳۹۴) در پژوهش خود با عنوان اثربخشی برنامه‌های تلویزیونی کشاورزی از دیدگاه مخاطبان به این نتیجه رسیدند که درصد کمی از بهره‌برداران جزء مخاطبان این برنامه‌ها بودند و تلویزیون در بین منابع کسب اطلاعات کشاورزی مخاطبان در جایگاه چهارم قرار دارد.

موسوی و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهش خود با عنوان بررسی عوامل مؤثر بر رفتار اطلاع‌یابی کارشناسان جهاد کشاورزی و شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای کشاورزی شهرستان مشکین‌شهر به این نتیجه رسیدند که سه منبع اطلاعاتی کارشناسان، کتب فارسی، گزارش‌های علمی و فنی و پایگاه‌های اینترنتی هستند. دوره‌های آموزش ضمن خدمت، کتابخانه محل کار و تلویزیون سه مجرای مهم و ارتباطی آنها به شمار می‌روند.

اکبری و غلامی (۱۳۹۲) در مطالعه خود با عنوان بررسی نقش زنان در ترویج کشاورزی و تأثیر آن بر توسعه روستایی به این نتیجه رسیدند که زنان علاقه‌مندی بیشتری جهت شرکت در کلاس‌های ترویجی و آموزشی در جهت توسعه کشاورزی و روستایی دارند.

سرداری‌پور و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهش خود با عنوان نقش رسانه‌های جمعی در ارتقا آگاهی‌های زیست‌محیطی با تأکید بر توسعه پایدار در میان مردم روستا به این نتیجه رسیدند که باینکه رادیو یکی از قدیمی‌ترین رسانه‌های مورد استفاده در روستاها بوده ولی امروزه جایگاه خود را تا حد زیادی از دست داده است. تلویزیون و سخنرانی افراد صاحب‌نظر به‌عنوان ابزار اطلاعات توسط ۵۲/۵ درصد و ۴۷/۵ درصد از افراد ترجیح داده می‌شود. همچنین هیچ‌کدام از افراد از برنامه‌های رادیویی و روزنامه را به‌عنوان ابزار اطلاعات مورد استفاده قرار نمی‌دهند. ۷۰ درصد افراد از فناوری‌های جدید در حفظ منابع طبیعی اظهار بی‌اطلاعی می‌کردند. در نهایت به این نتیجه رسیدند که کانال‌های اطلاعاتی می‌تواند نقش مهمی را برای پر کردن شکاف میان علم و جامعه را بازی کند.

خواجانه‌نوری و همکاران (۱۳۹۲) به نقل از سایت اتحادیه بین‌المللی مخابرات درباره شکاف جنسیتی در سال ۲۰۱۳ بیان می‌کنند که مردان بیشتر از زنان از اینترنت مصرف می‌کنند.

مهردوست و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهش خود با عنوان مشارکت مردم روستایی در پروژه‌های آبخیزداری به این نتیجه رسیدند که اکثر پاسخگویان اطلاعات خود را از طریق مشاهده برنامه‌های آموزشی و ترویجی مرتبط با طرح‌های آبخیزداری از تلویزیون و صحبت و کسب اطلاع از دوستان و آشنایان و کمترین میزان اطلاعات را از طریق ارائه اطلاعات و آموزش از طرف بخش خصوصی و مطالعه نشریات ترویجی در خصوص آبخیزداری داشتند.

کلانتری و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهش خود با عنوان سنجش تأثیر جنسیت بر مصرف رسانه‌ای در ایران به این نتیجه رسیدند که در مجموع جنسیت - به استثنا اینترنت، که همانند اکثر نقاط جهان تحت سلطه مردان قرار دارد- در نوع رسانه مورد استفاده در ایران عاملی تعیین‌کننده محسوب نمی‌شود که می‌تواند دال بر برابری جنسیتی در ایران، دست‌کم از منظر مصرف رسانه‌ای باشد.

رضوانفر و همکاران (۱۳۹۱) در مطالعه خود به این نتیجه رسیدند که بیشتر کشاورزان از منابع اطلاعاتی و کانال‌های ارتباطی به میزان کم استفاده می‌کنند و اولویت‌بندی منابع اطلاعاتی و کانال‌های ارتباطی مورد استفاده برای کسب اطلاعات در خصوص راهکارهای آلودگی خاک، به ترتیب عبارت از تجارب قبلی، ارتباط با سایر کشاورزان و برنامه‌های رادیویی است.



فعلی و همکاران (۱۳۹۰) در پژوهش خود با عنوان عوامل مؤثر بر دانش کشاورزان زعفران کار شهرستان تربت جام به این نتیجه رسیدند که میزان استفاده اکثریت کشاورزان (۵۷/۹ درصد) از منابع اطلاعاتی در رابطه با محصول زعفران در سطح ضعیف و ۴۲/۰۶ درصد در سطح متوسط رو به بالا قرار دارند. خدمات ترویجی نقش مهمی در انتقال اطلاعات به کشاورزان در این منطقه ندارد و مسئولان ترویج کشاورزی منطقه نتوانستند کشاورزان را تحت پوشش خدمات آموزشی-ترویجی خود قرار دهند. رهبران محلی مهم‌ترین و فیلم‌های ترویجی کم‌اهمیت‌ترین منابع اطلاعاتی کشاورزان در زراعت زعفران می‌باشد.

رحمانی و بوذری (۱۳۸۸) در مطالعه خود با عنوان دستیابی به توسعه پایدار روستا با تأکید بر نقش محوری رسانه‌های جمعی به این نتیجه رسیدند که کارکرد وسایل ارتباط جمعی در افزایش آگاهی اقتصادی روستاییان در روستاهای استان قزوین علیرغم برخورداری از زیرساخت‌های نسبتاً مناسب ارتباطی و دسترسی به رسانه‌ها در حاشیه قرار دارد و مرکزیت با ارتباطات میان فردی و گروهی به صورت شفاهی است. هرچند که بر اساس یافته‌های به دست آمده این مسئله نمی‌تواند تعجب‌آور باشد. چرا که اولاً روستاییان در تهیه و تولید برنامه‌ها و محتوای آن‌ها هیچ نقشی ندارند و ثانیاً کارشناسان مربوطه، غالباً بدون توجه به نیاز روستاییان و عدم شناخت کافی از ویژگی‌های محیط روستایی به تهیه و تولید برنامه‌ها می‌پردازند که اکثراً برای روستاییان نامأنوس و غیرقابل استفاده می‌باشد. به همین خاطر روستاییان به منظور کسب آگاهی از شیوه‌های جدید تولید و بهره‌برداری از زمین، بازار و ... از تعاملات فردی و ارتباط با مروجان بیشتری استفاده را می‌برند. (به‌غیر از تعاملات فردی، سایر رسانه‌ها همچون تلویزیون، رادیو، تلفن و ... برخلاف انتظار، نقش بسیار ضعیفی را ایفا می‌نمایند. نقش رسانه‌هایی از قبیل اینترنت و ماهواره نیز برای کشاورزان نامأنوس است. جهانگیری و لهسایی زاده (۱۳۸۷) گزارش می‌کنند که دسترسی به رسانه‌های جمعی همبستگی معنی‌داری با فعالیت‌های اقتصادی زنان روستایی دارد.

Alemu (۲۰۱۵) در پژوهش خود با عنوان نابرابری جنسیتی در استفاده از خدمات ترویج کشاورزی در شمال غرب اتیوپی بیان می‌دارند که در سطح جهانی زنان روستایی جایگاه خاصی در تقسیم کار کشاورزی و روستایی دارند. ارائه خدمات ترویجی برای زنان روستایی جهت توسعه کشاورزی ضروری است و به این نتیجه رسیدند که زنان در مقایسه با مردان خدمات ترویجی کمتری دریافت می‌کنند.

Singh et al. (۲۰۱۵) در تحقیق خود با عنوان فاکتورهای تأثیرگذار در مشارکت، تجربه کشاورزی، وضعیت اقتصادی، مشارکت ترویج، منابع اطلاعاتی رابطه همبستگی مثبت با سطح مشارکت دارد.

با توجه به اینکه شهرستان مراغه یکی از قطب‌های مهم تولید باغی و زراعی در کشور محسوب می‌شود لذا هر گونه برنامه ریزی در خصوص توسعه روستایی نیازمند شناسایی منابع اطلاعاتی مورد استفاده روستاییان این شهرستان می‌باشد. هدف این پژوهش بررسی میزان استفاده و بهره‌مندی روستاییان شهرستان مراغه از رسانه‌های ارتباط جمعی و سایر منابع اطلاعاتی می‌باشد. هدف دیگر تحقیق تحلیل جنسیتی و مقایسه‌ای میزان استفاده و بهره‌مندی بین دو گروه مردان و زنان می‌باشد.

روش شناسی

تحقیق حاضر از لحاظ هدف کاربردی، از نظر نحوه گردآوری داده‌ها از نوع تحقیقات توصیفی (غیرآزمایشی) و از نظر میزان کنترل متغیرها از نوع میدانی است. ابزار تحقیق پرسشنامه محقق ساخته‌ای بود که روایی آن از طریق نظرات اعضای هیئت علمی متخصص در رشته‌های ترویج و آموزش کشاورزی و توسعه روستایی تأیید شد. برای تعیین پایایی با انجام پیش‌آزمون (۳۰ پرسشنامه خارج از نمونه-ی اصلی) و محاسبه ضریب آلفای کرونباخ بزرگتر از ۰/۹ برای دو شاخص ترکیبی مورد استفاده بدست آمد. پرسشنامه از دو بخش تشکیل شده بود. بخش اول به بررسی ویژگی‌های اقتصادی و اجتماعی اختصاص داشت. بخش دوم میزان استفاده پاسخگویان از رسانه‌های ارتباطی و نیز منابع اطلاعاتی فردی و جمعی را با استفاده از طیف ۴ سطحی (۰ = عدم استفاده تا ۴ = استفاده زیاد) می‌سنجید. جامعه آماری تحقیق کل خانوارهای روستایی شهرستان مراغه بودند که طبق سرشماری سال ۱۳۹۲ سازمان آمار ۲۲۵۶۴ خانوار روستایی در این شهرستان زندگی می‌کردند. تعداد خانوار به عنوان چارچوب نمونه‌گیری مدنظر قرار گرفت و از هر خانوار یک نفر انتخاب و مطالعه شد. در مجموع ۴۴۸ نفر به عنوان نمونه طبق فرمول کوکران بعد از انجام مطالعه مقدماتی و لحاظ کردن انحراف معیار متغیر وابسته تحقیق مشخص شد. با استفاده از روش نمونه‌گیری چندمرحله‌ای تصادفی ۲۲۴ نفر زن و ۲۲۴ نفر مرد روستایی انتخاب و مورد مطالعه واقع شدند. بر اساس تقسیمات کشوری سال ۱۳۹۲ مرکز آمار ایران، این شهرستان شامل دو بخش (مرکزی و سراجو)،



شش دهستان (سراجوی شمالی، سراجوی جنوبی، سراجوی شرقی، سراجوی غربی، قره‌ناز و قوری‌چای غربی) و ۱۷۸ آبادی می‌باشد. در مجموع چهار دهستان یعنی سراجوی شرقی، سراجوی جنوبی از بخش سراجو و دهستان‌های سراجوی شمالی و سراجوی غربی از بخش مرکزی به صورت تصادفی انتخاب گردیدند. در مرحله دوم از داخل هر دهستان چندین روستا به صورت تصادفی انتخاب و در مرحله سوم و آخر نیز بر اساس نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی متناسب با تعداد خانوارهای روستایی هر روستا تعداد مشخص شده مردان و زنان انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفتند. برای تجزیه و تحلیل داده‌های پرسشنامه از نرم‌افزار SPSS و Excel در دو بخش توصیفی و استنباطی استفاده گردید.

یافته‌ها و بحث

میانگین سنی پاسخگویان ۴۴/۵۴ سال با انحراف معیار ۱۲/۲ سال (میانگین سنی زنان ۴۳/۴۴ سال و مردان ۴۵/۷۳ سال) بود. تحصیلات اکثر (۵۷/۵ درصد) پاسخگویان در حد کم و ابتدایی بود (۲۸/۷ درصد بی‌سواد و ۲۸/۷ درصد سواد خواندن و نوشتن داشتند؛ نه درصد مردان بی‌سواد و ۳۴ درصد سواد خواندن و نوشتن داشتند. از بین زنان پاسخگو ۴۷/۵ درصد پاسخگویان بی‌سواد بودند و ۳۱/۸ درصد سواد خواندن و نوشتن داشتند). میانگین درآمد خانوار پاسخگویان ۱۵/۲۴ میلیون تومان بود.

جدول ۱: شاخصهای آماری استفاده از رسانه های ارتباطی توسط زنان و مردان روستایی

رسانه	کل پاسخگویان		زنان		مردان	
	میانگین	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار
دیدن برنامه‌های تلویزیونی ملی	۱/۱۵	۰/۹۴	۰/۶۲	۰/۷۰	۱/۶۸	۰/۸۵
دیدن برنامه‌های ماهواره‌ای	۰/۶۴	۰/۸۶	۰/۰۸	۰/۲۷	۱/۲۰	۰/۸۸
شنیدن برنامه‌های رادیو	۰/۵۷	۰/۸۲	۰/۰۲	۰/۱۶	۱/۱۲	۰/۸۵
مشاهده فیلم‌ها به صورت CD و DVD	۰/۴۵	۰/۷۰	۰/۰۲	۰/۰۰	۰/۸۹	۰/۷۷
مطالعه نشریه/بروشور چاپی/کتابچه/کتاب	۰/۴۰	۰/۶۸	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۸۱	۰/۷۸
دریافت پیامک یا SMS جمعی	۰/۳۲	۰/۶۳	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۶۵	۰/۷۷
اینترنت و ایمیل	۰/۳۱	۰/۶۲	۰/۰۰	۰/۰۹	۰/۶۲	۰/۷۶

مقیاس سنجش: هیچ (۰)، کم (۱)، تا حدودی یا متوسط (۲)، زیاد (۳)

با توجه به یافته‌های جدول ۱ میزان دریافت اطلاعات روستاییان از رسانه‌های جمعی در حد کم می‌باشد. که در راستا با نتایج حاصل از تحقیق رضوانفر و همکاران (۱۳۹۱) می‌باشد. با توجه به نتایج حاصل از تحقیق میزان دریافت اطلاعات مردان از رسانه‌های مختلف بیشتر از زنان است. تلویزیون رسانه‌ای است که همه پاسخگویان بیشترین میزان اطلاعات را از آن دریافت می‌کنند. دیدن برنامه‌های ماهواره‌ای و شنیدن برنامه‌های رادیو و مشاهده فیلم‌ها در قالب‌های CD و DVD بعد از تلویزیون منابع اطلاعاتی هستند که به ترتیب روستاییان بیشترین ارتباط و دریافت اطلاعات از آن‌ها را دارند. استفاده از اینترنت، دریافت پیامک و تلفن همراه و مطالعه نشریه/بروشور چاپی و کتاب منابعی هستند که روستاییان مورد مطالعه کمترین میزان تعامل و دریافت اطلاعات را با آن‌ها دارند. مواد چاپی مورد استفاده اکثر کشاورزان بروشورهایی است که به‌عنوان راهنمای استفاده محصولات و نهاده‌های مختلف کشاورزی در کارتن و بسته‌بندی این مواد قرار داده می‌شود. در این راستا سام آرام (۱۳۸۶) در مطالعه خود با عنوان بهره‌مندی روستاییان از مطبوعات و نقش آن در توسعه روستایی به این نتیجه رسیدند که حاکمیت فرهنگ شفاهی به‌ویژه در خانوارهای کشاورزی روستایی موجب می‌شود که روستاییان آمادگی و علاقه‌مندی بیشتری به استفاده از رسانه‌های شنیداری و دیداری مثل رادیو و تلویزیون داشته باشند و علاقه کمتری به استفاده از رسانه‌های کتبی از قبیل روزنامه، مجله و کتاب از خود نشان دهند (سام آرام، ۱۳۸۶).

با توجه به نتایج حاصل از جدول ۱ میزان استفاده روستاییان از رسانه‌های سمعی و بصری بیشتر از رسانه‌های چاپی می‌باشد. اینترنت و ایمیل رسانه‌ای است که کمترین استفاده را برای روستاییان دارد که این امر می‌تواند نشأت گرفته از سطح پایین سواد اطلاعاتی و ارتباطی روستاییان و نبود زیرساخت‌های لازم باشد. در این راستا کلاتری و همکاران (۱۳۹۱) گزارش می‌کنند که اینترنت



و ایمیل در ایران، هنوز در شهرها مصرف فراوانی دارد و با وجود نقش تأثیرگذاری که در توسعه دارد، هنوز به طور شایسته در مناطق روستایی ایران مورد استفاده واقع نمی‌شود. همچنین در این راستا صرامی و بهاری (۱۳۸۹) محدودیت‌های اصلی توسعه ICT در روستاها را فقدان رایانه‌های شخصی، عدم آشنایی روستاییان با کاربری رایانه و فقدان زیرساخت‌های مخابراتی عنوان کردند. استفاده از تلفن همراه یکی از رسانه‌های ارتباطی بسیار خوب و کم‌هزینه ترویجی است که زنان روستایی مورد مطالعه هیچ بهره از آن نمی‌برند و این یافته نشأت گرفته از عدم دسترسی زنان به گوشی تلفن همراه و پوشش‌های خدماتی است؛ در این راستا رحمان^۴ و همکاران (۲۰۱۶) گزارش کرده است که زنان نسبت به مردان به جهت اهداف مختلف از قبیل مدیریت مزرعه و غیره دسترسی کمتری به موبایل دارند.

جدول ۲: شاخصهای آماری استفاده از منابع اطلاعاتی مختلف توسط زنان و مردان روستایی

منبع اطلاعاتی	کل پاسخگویان		زنان		مردان	
	میانگین	انحراف	میانگین	انحراف	میانگین	انحراف
فروشنده‌گان و خریداران نهاده‌ها و محصولات کشاورزی	۰/۶۸	۰/۸۷	۰/۱۶	۰/۴۹	۱/۲۰	۰/۸۷
کارشناسان سازمان جهاد کشاورزی	۰/۷	۰/۹۶	۰/۰۱	۰/۱۳	۱/۵۲	۰/۸۴
همسایگان و آشنایان	۱/۴	۰/۸۲	۱/۵	۰/۷۶	۱/۴۴	۰/۸۸
کارشناسان مرکز خدمات جهاد کشاورزی	۰/۶۸	۰/۸۸	۰/۰۰	۰/۰۰	۱/۳۶	۰/۸۰

مقیاس سنجش: هیچ (۰)، کم (۱)، تا حدودی یا متوسط (۲)، زیاد (۳)

همانطوریکه مشاهده می‌شود، میزان دریافت اطلاعات روستاییان از منابع اطلاعاتی فردی در حد کم می‌باشد. روستائیان (کل پاسخگویان) بیشترین تعامل و دریافت اطلاعات را از همسایگان و آشنایان داشتند که بیشتر به صورت دانش بومی است که سینه‌به‌سینه و نسل به نسل انتقال داده می‌شود. بین مردان و زنان از لحاظ سطح دریافت اطلاعات تفاوت وجود دارد زنان و مردان بیشترین اطلاعات را از همسایگان و آشنایان دریافت می‌کنند که سطح دریافت اطلاعات زنان از همسایگان و آشنایان از مردان بیشتر است. در سایر منابع اطلاعاتی اشاره شده در جدول ۲ به غیر از همسایگان و آشنایان میزان دریافت اطلاعات مردان بیشتر از زنان است. بعد از همسایگان و آشنایان، روستاییان بیشترین میزان دریافت اطلاعات را به ترتیب از فروشنده‌گان و خریداران نهاده‌ها و محصولات کشاورزی، کارشناسان مرکز خدمات و سازمان جهاد کشاورزی داشتند. در این راستا گلباز و همکاران (۱۳۹۴) گزارش کردند که کشاورزان به ترتیب بیشترین کسب اطلاعات را از کارشناسان شرکت‌های خصوصی خدمات مشاوره، کارشناسان جهاد شهرستان - اداره باغبانی - مروجان جهاد کشاورزی شهرستان داشتند، درحالی که کسب اطلاعات از کارشناسان کلینیک‌های گیاه‌پزشکی و دانشگاهیان بسیار کم بود. همچنین در مطالعه‌ای دیگر مؤیدی و حیاتی (۱۳۹۴) ترتیب منابع دریافت اطلاعات کشاورزان مورد مطالعه را سایر کشاورزان، کارشناسان جهاد کشاورزی، آموزش‌های ترویجی، تلویزیون، شرکت‌ها و کلینیک‌های خصوصی، مزارع نمایشی، نشریات آموزشی ترویجی، اینترنت، نمایشگاه‌ها، ماهواره، رادیو، پیامک‌های تلفن همراه عنوان می‌کند. جلسات و فعالیت‌های ترویجی ترتیب داده شده توسط کارکنان میدانی ترویج کشاورزی ابزار مفیدی برای انتشار تکنیک‌های مدرن در میان کشاورزان است (Jaffaar et al., ۲۰۱۶) که زنان روستایی شهرستان مراغه به جهت عدم تعامل با این کارشناسان هیچ اطلاعاتی در زمینه کشاورزی و زندگی روستایی از آنان دریافت نکرده‌اند.



جدول ۳: نتایج آزمون مقایسه میانگین (t) برای مقایسه میزان دریافت اطلاعات از رسانه‌های مختلف در دو گروه زنان و مردان

Sig	t	منابع اطلاعاتی/ رسانه‌های ارتباطی
۰/۰۰	۱۵/۵۰	فروشنندگان و خریداران و دلان نهاده‌ها و محصولات کشاورزی
۰/۳۶	۰/۹۱	همسایگان و آشنایان
۰/۰۰	۲۶/۵۱	کارشناسان کشاورزی جهاد کشاورزی
۰/۰۰	۲۵/۳۸	کارمندان مرکز خدمات کشاورزی
۰/۰۰	۱۴/۲۰	دیدن برنامه‌های تلویزیونی ملی
۰/۰۰	۱۸/۱۸	دیدن برنامه‌های ماهواره‌ای
۰/۰۰	۱۸/۸۸	شنیدن برنامه رادیو
۰/۰۰	۱۶/۴۰	مشاهده فیلم‌ها به صورت DVD و CD
۰/۰۰	۱۵/۴۵	مطالعه نشریه/بروشور چاپی/کتابچه/کتاب
۰/۰۰	۱۲/۵۴	دریافت پیامک یا SMS جمعی
۰/۰۰	۱۱/۹۶	اینترنت و ایمیل

با توجه به جدول ۳ بین زنان و مردان به‌غیر از منبع اطلاعاتی همسایگان و آشنایان در میزان استفاده و دریافت اطلاعات از همه رسانه‌ها تفاوت معنی‌دار در سطح یک درصد وجود دارد.

جدول ۴: نتایج ضریب همبستگی میزان دریافت اطلاعات از رسانه و منابع اطلاعاتی بین فردی با متغیرهای مورد مطالعه

متغیرهای تصادفی مورد مطالعه	r	Sig	نوع ضریب
سن	۰/۰۶	۰/۱۵	اسپیرمن
درآمد	۰/۳۰	۰/۰۰	اسپیرمن
بعد خانوار	۰/۱۰	۰/۰۳	اسپیرمن
سطح تحصیلات	۰/۴۲	۰/۰۰	اسپیرمن

*و** معنی‌داری در سطح اطمینان ۹۵ و ۹۹ درصد

نتایج آزمون همبستگی بین میزان دریافت اطلاعات با متغیرهای مورد مطالعه (جدول ۴) نشان دارد که بین میزان دریافت اطلاعات و تحصیلات پاسخگویان در سطح یک درصد با اطمینان ۹۹ درصد رابطه همبستگی مثبت و معنی‌دار وجود دارد. میزان دریافت اطلاعات با متغیر بعد خانوار در سطح اطمینان ۹۵ درصد رابطه منفی و معنی‌دار و با درآمد خانوار در سطح اطمینان ۹۹ درصد رابطه منفی و معنی‌دار وجود دارد.

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

ارتباطات یکی از ضروریات زندگی بشر است. بخش کشاورزی به سبب تنوع و پیچیدگی که دارد نیازمند ارتباط و رسانه‌های ارتباطی برای انتقال یافته‌های جدید بین کنشگران و ذینفعان مختلف بخش کشاورزی است. رسانه‌ها وسیله‌های انتقال اطلاعات هستند که کارایی و میزان استفاده از رسانه‌ها نقش مهمی در انتقال اطلاعات دارد. روستاییان به نسبت مناطق شهری دسترسی کمتری به اطلاعات و رسانه‌های اطلاعاتی دارند و یک شکاف دیجیتالی بین مناطق شهری و روستایی وجود دارد. علاوه بر شکاف دیجیتالی بین شهر و روستا، در دسترسی و میزان استفاده از رسانه‌های مختلف شکاف جنسیتی وجود دارد. شکاف جنسیتی میزان استفاده از رسانه‌ها در روستاها برگرفته از عوامل مختلفی از قبیل عوامل فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و ناکارآمدی برخی از رسانه‌ها می‌باشد.

در حالت کلی با توجه به نتایج تحقیق میزان دریافت اطلاعات مردان و زنان روستایی شهرستان مراغه در حد کم می‌باشد که برگرفته از یکسری عوامل شخصی پاسخگویان از قبیل تحصیلات و برخی عوامل بیرونی از قبیل نبود زیرساخت‌های مناسب و برنامه‌های اطلاع‌رسانی مرتبط و مناسب با زندگی روستایی و بخصوص زنان روستایی می‌باشد. زنان با توجه به محدودیت فرهنگی اعتماد به



غریبه‌ها و مردان دسترسی کمتری به کارمندان و کارشناسان مختلف نهادهای اطلاع‌رسانی کشاورزی از قبیل کارشناسان ترویج و مروجان دارند لذا پیشنهاد می‌شود که در برنامه‌ریزی‌های زیربط به حضور کارشناسان خانم در مراکز خدمات جهاد کشاورزی توجه شود. با توجه به دسترسی کمتر زنان به رسانه‌های دیجیتال از قبیل تلفن همراه و رایانه توصیه می‌شود که برنامه‌ریزی‌های اطلاع‌رسانی برای زنان روستایی شهرستان مراغه این رسانه‌ها در اولویت قرار نگیرد و در صورت امکان ابتدا زمینه استفاده این رسانه‌ها در سطح زنان روستایی فراهم شود. همچنین با توجه به بی‌سوادی و کم‌سوادی اکثر زنان پیشنهاد می‌شود هر گونه برنامه‌های توانمندسازی و آگاهی‌رسانی برای زنان روستایی از طریق رسانه‌های دیداری بخصوص تلویزیون صورت بگیرد. همچنین سعی شود که این برنامه‌ها به زبان محلی باشد و در صورتی که این برنامه‌ها به زبان محلی نباشد با دوبلاژ برنامه‌های مهم در ارتباط با توانمندسازی از طریق صدا و سیما استان اقدام شود.

منابع

- آقایی، س.د. (۱۳۸۷). نقد و بررسی نظریه‌های مطرح درباره نقش رسانه‌ها در مدیریت بحران. پژوهش‌های ارتباطی، دوره ۵۶، شماره ۱۵، صص ۲۷-۷.
- اکبری، م.، و غلامی، م. (۱۳۹۲). بررسی نقش زنان در ترویج کشاورزی و تأثیر آن بر توسعه روستایی. کنفرانس پدافند غیرعامل در بخش کشاورزی، قشم، آبان ۱۳۹۲.
- بهار، م.، و حاجی محمدی، ع. (۱۳۹۰). مخاطبان و برنامه‌های تلویزیون: قرائت زنان از آگهی‌های بازرگانی تلویزیون. نشریه زن در توسعه و سیاست، دوره ۹، شماره ۴، صص ۷۲-۴۳.
- بیدآبادی، ب. (۱۳۸۳). ارتباطات بین بخشی و هدف‌گذاری افزایش اشتغال کشور. نشریه اقتصاد کشاورزی و توسعه، دوره ۱۲، شماره ۴۶، صص ۱۳۵-۱۰۷.
- جهانگیری، ج.، و لهسایی‌زاده، ع. (۱۳۸۷). نقش زنان روستایی در اقتصاد خانواده (مطالعه موردی: زنان روستایی استان فارس). مجله مطالعات اجتماعی ایران، دوره ۲، شماره ۱، صص ۱۱۷-۹۳.
- حاجی رستم‌لو، ب.، و مصطفی، ع. (۱۳۹۲). اهمیت بخش کشاورزی در رشد و توسعه اقتصادی. اولین همایش سراسری کشاورزی و منابع طبیعی پایدار، تهران، موسسه آموزش عالی مهر اروند، گروه ترویجی دست‌آوردان محیط‌زیست و انجمن حمایت از طبیعت ایران. قابل دستیابی از: http://www.civilica.com/Paper-NACONF01-NACONF01_1446.html
- خواجانه‌نوری، ب.، کریمی، م.، و کشاورزی، س. (۱۳۹۱). سنجش رابطه شکاف دیجیتالی و توانمندی زنان شهر شیراز. نشریه زن در توسعه و سیاست، دوره ۱۲، شماره ۱، صص ۳۸-۲۱.
- رحمانی‌فضلی، ع.، و بوذری، س. (۱۳۸۸). دستیابی به توسعه پایدار روستا با تأکید بر نقش محوری رسانه‌های جمعی مطالعه‌ی موردی: روستاهای استان قزوین. فصلنامه جغرافیا و توسعه، دوره ۷، شماره ۱۴، صص ۱۲۰-۱۰۱.
- رضوانفر، ا.، هاشمی، ف.، و شفیع، ف. (۲۰۱۳). بررسی عوامل مؤثر بر استفاده سبزی‌کاران از منابع اطلاعاتی و کانال‌های ارتباطی جهت پیشگیری از آلودگی خاک (مطالعه موردی شهرستان ری). تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، دوره ۴۳، شماره ۱، صص ۳۷-۲۷.
- سام‌آرام، ع. (۱۳۸۶). بهره‌مندی روستاییان از مطبوعات و نقش آن در توسعه روستایی. فصلنامه روستا و توسعه، دوره ۴۰، شماره ۱، صص ۱۷۷-۲۱۶.
- سرادی پور، ع.، کاک مدی، ح.، و حاجی صالحی، ع. (۱۳۹۲). نقش رسانه‌های جمعی در ارتقا آگاهی زیست‌محیطی با تأکید بر توسعه پایدار در میان مردم روستا. همایش ملی پژوهش‌های محیط‌زیست ایران، همدان ۹ آبان ۱۳۹۲.
- سروش مهر، ه. (۱۳۹۰). دانش بومی، گزینه فراموش شده ترویج کشاورزی جهت پیشروری به سوی توسعه پایدار کشاورزی. اولین همایش ملی راهبردهای دستیابی به کشاورزی پایدار، دانشگاه پیام نور استان خوزستان، خرداد ۱۳۹۰.
- شعبانعلی فمی، ح.، فلاح حقیقی، ن.، و اسدی، ع.، بیژنی، م. (۱۳۸۹). تحلیل جنسیتی مهارت‌های کاربری فناوری اطلاعات در امور ترویج کشاورزی استان گیلان. زن در توسعه و سیاست، دوره ۸، شماره ۴، صص ۹۶-۷۵.
- شعبانعلی فمی، ح. (۱۳۹۲). اصول ترویج و آموزش کشاورزی. تهران، انتشارات دانشگاه پیام نور.



- شهبازی، ط.، شبیری، س.م.، و زندی، ب. (۱۳۹۴). مطالعه نقش رسانه‌های ارتباط جمعی در آموزش مسائل محیط زیستی از دیدگاه معلمان مدارس راهنمایی شهرستان سرپل ذهاب. *علوم و تکنولوژی محیط زیست*، دوره ۱۷، شماره ۶۵، صص ۱۰۴-۹۵.
- صادقی لواسانی نیا، ن.، صدقی جلال، ه.، و احمدی، خ. (۱۳۹۲). نقش رسانه‌های ارتباط جمعی در آگاهی و پیشگیری از آیدز در بین دانشجویان. *مطالعات رسانه‌ای*، دوره ۸، شماره ۲۱، صص ۱۳۶-۱۲۳.
- صرامی، ح.، و بهاری، ع. (۱۳۸۹). نقش ICT در توسعه روستایی. *فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر*، شماره ۹، صص ۱۵۳-۱۲۹.
- فتوتی، ه.، برادران، م.، سلمان زاده، س.، و غنیان، م. (۱۳۹۱). تبیین نقش مشارکت زنان روستایی در توسعه روستایی (مطالعه موردی دهستان شاوور شهرستان شوش). *تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران*، دوره ۴۳، شماره ۴، صص ۶۹۹-۶۷۷.
- فعلی، س.، حسینی، ف.، پزشکی راد، غ.، و چیدری، م. (۱۳۹۰). عوامل مؤثر بر دانش کشاورزان زعفران کار شهرستان تربت جام درباره اصول علمی و صحیح کشت زعفران. *تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران*، دوره ۴۲، شماره ۳، صص ۳۴۷-۳۵۶.
- قلی پور، آ.، و روشن دل اربطانی، ط. (۱۳۸۵). نهادهای رسانه‌ای توسعه محور، محور توسعه روستایی: بررسی و تبیین ارتباط بین سازگاری برنامه‌های تلویزیونی شبکه استانی و توسعه روستایی در استان اردبیل. *فصلنامه روستا و توسعه*، دوره ۹، شماره ۴، صص ۱۷۶-۱۳۷.
- کلانتری، ع.، حسینی، ح.، غلیپور درواری، ا. (۲۰۱۳). سنجش تأثیر جنسیت بر مصرف رسانه‌ای در ایران (تحلیل ثانویه داده‌های پیمایشی ملی). *زن در توسعه و سیاست*، دوره ۱۰، شماره ۴، صص ۹۹-۷۹.
- کلانتری، ع.، رستمعلی زاده، ا.، و حسینی، و. (۲۰۱۳). تحلیل مقایسه‌ای استفاده از رسانه‌ها در مناطق شهری و روستایی ایران. *توسعه محلی (روستائی-شهری)*، دوره ۴، شماره ۲، صص ۱۳۸-۱۲۱.
- گلباز، س.ش.، کرمی دهکردی، ا.، و مجردی، غ. (۲۰۱۵). تأثیر کسب اطلاعات از کانال‌های ارتباطی میان فردی انگورکاران بر مقدار مصرف صحیح کود در تاکستان‌های شهرستان خرمدره. *تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران*، دوره ۴۶، شماره ۱، صص ۱۷۶-۱۶۷.
- مظفری، ا. (۱۳۹۴). نقش رسانه‌های جمعی در توسعه پایدار با رویکرد توانمندسازی زنان. *مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران*، دوره ۷، شماره ۳، صص ۱۳۷-۱۲۳.
- مهردوست، خ.، شمس‌ع.، و کرمی دهکردی، ا. (۱۳۹۲). عوامل مؤثر بر سطوح مشارکت مردم روستایی در پروژه‌های آبخیزداری (مطالعه موردی: حوزه‌های آبخیز درود فرمان و لعل آباد شهرستان کرمانشاه). *تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران*، دوره ۴۴، شماره ۳، صص ۴۰۹-۳۹۹.
- موسوی، م.، محمدزاده، م.، پویا، م.، و صفری، ب. (۲۰۱۵). بررسی عوامل مؤثر بر رفتار اطلاع‌یابی کارشناسان جهاد کشاورزی و شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای کشاورزی شهرستان مشکین‌شهر. *تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران*، دوره ۴۶، شماره ۳، صص ۵۶۸-۵۵۹.
- مؤیدی، م.، و حیاتی، د. (۱۳۹۴). ارزیابی اثربخشی برنامه‌های تلویزیونی کشاورزی از دیدگاه مخاطبان: مورد مطالعه استان فارس. *مجله علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران*، دوره ۱۱، شماره ۲، صص ۱۸۱-۱۶۵.

- Akter, R. (۲۰۱۵). Role of Women on Conservation of Homestead Plant Biodiversity. *Unpublished MS Thesis, Department of Agricultural Extension and Rural Development, Bangabandhu Sheikh Mujibur Rahman Agricultural University, Gazipur, Bangladesh.*
- Alemu, G. T. (۲۰۱۵). Gender Disparity in the Utilization of Agricultural Extension Services in Bure Woreda, North Western Ethiopia. *The Publication of College of Agriculture and Environmental Sciences Bahir Dar University, Ethiopia*, ۱(۱), ۲۹-۱۵.
- Ali, J., Siddiqui, B. N., & Ali, A. (۲۰۱۶). Farmer's perception regarding extension activities conducted by Agricultural Extension Field Staff in Barkhan District of Balochistan before and after Decentralization. *Int. J. Adv. Res. Biol. Sci.*, ۳(۴), ۱۷۶-۱۸۲.
- Rehman, A., Jingdong, L., Khatoon, R., & Hussain, I. (۲۰۱۶). Modern Agricultural Technology Adoption its Importance, Role and Usage for the Improvement of Agriculture. *American-Eurasian J. Agric. & Environ. Sci.*, ۱۶(۲), ۲۸۴-۲۸۸.
- Sen, U., Roy, S. B., Das, S., & Nayak, L. K. (۲۰۱۶). Extending Agricultural Advancements to Rural Bengal: Tools and Techniques. *International Research Journal of Engineering and Technology (IRJET)*, ۳(۱), ۲۸۳-۲۹۲.



-
- Sharma, A., Singh, D., & Solanki, G. S. (۲۰۱۶). Role of farm women in agricultural operations and decision making pattern. *Indian Research Journal of Extension Education*, ۱۴(۲), ۶۰-۶۳.
- Singh, S., Kushwah, S., Singh, V. B., & Daipuria, O. P. (۲۰۱۶). Factor Affecting the Participation of Rural Women in Agricultural Activities. *Indian Research Journal of Extension Education*, ۱۴(۱), ۸۱-۸۳.