

متغیرهای موثر بر استفاده‌ی روستاییان شهرستان ایلام از برنامه‌های رادیویی ترویج کشاورزی

خدابخش داودی نصر^۱، حسین آگهی^۲، امیر حسین علی بیگی^۳

۱- دانش آموخته کارشناسی ارشد، دانشکده کشاورزی، دانشگاه رازی، کرمانشاه

۲- دانشیار ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه رازی، کرمانشاه

۳- دانشیار ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه رازی، کرمانشاه

چکیده

شناخت مخاطبان و انتظارات‌های آنان از عوامل اساسی و موثر در طراحی و اجرای برنامه‌های رادیویی به شمار می‌روند. در این تحقیق علی-ارتباطی میزان استفاده‌ی روستاییان از برنامه‌های رادیویی ترویج کشاورزی در شهرستان ایلام و همچنین متغیرهای موثر بر رضامندی روستاییان از این برنامه‌ها، مورد مطالعه قرار گرفته‌است. جامعه آماری تحقیق ۳۵۴۶ تن از روستاییان شهرستان ایلام بود که بر پایه جدول کرجسی-مورگان ۳۴۶ تن از آنان با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای، گزینش شدند. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه محقق ساخته بود که روایی آن توسط گروهی از کارشناسان و پایایی آن نیز با استفاده از ضریب آلفای ترتیبی، مورد تایید قرار گرفت ($\alpha=0.75$). نتیجه‌ی به دست آمده از تحلیل رگرسیون ترتیبی نشان داد که چهار متغیر هم‌آهنگی و هم‌سویی برنامه‌های رادیویی با نیاز مخاطبان، ارتباط روستاییان با مرکز جهاد کشاورزی، وضعیت تاهل و کیفیت برنامه‌ها، قادرند ۵۰/۲ درصد از احتمال تغییرات متغیر میزان بهره‌مندی روستاییان از برنامه‌های رادیویی را تبیین نمایند.

نمایه واژگان: نیاز آموزشی روستاییان، برنامه‌ی رادیویی ترویج، ترویج کشاورزی

نویسنده‌ی مسئول: خدابخش داودی نصر

رایانامه: Mohandesin.ilam@gmail.com

دریافت: ۹۵/۴/۲ پذیرش: ۹۶/۸/۳۰

مقدمه

رسانه‌های جمعی و ارتباط جمعی می‌توانند به شیوه ی گسترده و برنامه ریزی شده برای هدف های توسعه، مورد استفاده قرار گیرند. دولت‌ها و حکومت‌ها می‌توانند از این ابزارها برای پوشش دادن جامعه (شهری و روستایی) استفاده کنند. نقش رسانه‌ها در توسعه، سه مولفه آگاهی بخشی، آموزشی و مشارکتی را شامل می‌شود. برای پیشرفت جامعه، تاثیرگذاری مناسب اجتماعی، سیاسی و اقتصادی، معیار اصلی محسوب می‌شود. به لحاظ آموزشی، می‌توان گفت که رسانه‌های جمعی، نقش مهمی در آموزش و تعلیم افراد دارند. آموزش مهارت‌های اساسی به افراد کمک می‌کند تا استانداردهای زندگی خود را افزایش دهند. به طور کلی مشارکت دائمی و داوطلبانه افراد جامعه برای توسعه، اهمیت بسیاری دارد. مشارکت، نیازمند آگاهی است که بخشی از آن از طریق بحث در باره مسائل جاری کسب می‌شود. رسانه‌ها می‌توانند زمینه مشارکت افراد را در مباحث گوناگون، فراهم کنند (کلانتری و همکاران، ۱۳۹۱).

تاثیر وسیله‌های ارتباط جمعی، از جمله رادیو، در انتقال اطلاعات کشاورزی به روستاییان تا حدود زیادی در کشورهای جهان، اعم از توسعه یافته یا در حال توسعه، به اثبات رسیده است.

پخش برنامه برای رسانه‌ها، هزینه‌های مالی، انسانی و تجهیزاتی فراوانی در پی دارد. رسانه‌ها در موردهای چندی به مخاطبان و جهان ذهنی آن‌ها توجه نمی‌کنند که در آن صورت، بخشی و یا در بیش تر موردها، تمامی برنامه، هز می‌رود. یعنی، یا مخاطب ندارد یا مخاطبان به متن پیام توجه نمی‌کنند و یا آن که توجه می‌کنند، اما آن را به کار نمی‌گیرند. رسانه اگر نتواند اعتماد عمومی را جلب کند در خلاء قرار می‌گیرد و فرآیند کمیت زدگی تا آن جا پیش می‌رود که دو تصویر متفاوت صوری و واقعی، پدید می‌آید (ساروخانی، ۱۳۹۴).

اولادل (۲۰۰۶)، اطلاعات کشاورزی را به دو قسمت فنی و شغلی تقسیم کرده و معتقد است که اطلاعات فنی برپایه ی کار کشاورزی و فعالیت‌های مرتبط با آن مانند تحلیل محیط، تهیه زمین، کاشت، داشت، برداشت، پس از برداشت و فرآوری محصولات می‌باشند و اطلاعات شغلی نیز سویگان اقتصادی بخش کشاورزی چون سرمایه، منابع

مالی و بازار را در بر می‌گیرد.

قربانی پیرعلیدهی و ولی زاده، ۱۳۹۴ به نقل از شاه ولی و همکاران (۱۳۸۱)، آموزش های عملی می‌توانند فرصت های خوبی برای ترکیب دانش نظری، دانش تجربی، دانش سازگاری ناشی از یادگیری تجربی، تفکر انتقادی و یادگیری به شیوه ی حل مسئله باشند.

در قرن ۲۱، اینترنت، تلفن همراه، رادیو و تلویزیون، مهمترین وسایل ارتباطی عرضه دانش و اطلاعات کشاورزی به روستاییان محسوب می‌شوند و با استفاده از این فن آوری‌ها، نتیجه های مثبت و مفیدی در زمینه ی توسعه ی کشاورزی در کشورهای مختلف، فراهم شده است (چاچهار و همکاران، ۲۰۱۴).

عباسی و نجفلو، ۱۳۹۴ به نقل از هد و ایسنبری (۲۰۱۱)، افزایش تولید و گسترش اطلاعات نه تنها تأمین کننده نیاز اطلاعاتی افراد نمی‌باشند، بلکه واقع شدن اطلاعات با ارزش در میان انبوه اطلاعات و داده های زائد، افراد را با چالش های فراوانی رو به رو می‌سازد. در چنین شرایطی، افراد ناچار هستند که در میان انبوه اطلاعات به استخراج منابع مورد نیاز خود پردازند. فرایند استخراج اطلاعات مطلوب در میان انبوه اطلاعات بی مورد، مستلزم صرف وقت است. فرد در فرایند جست و جوی اطلاعات، وارد مجاری اطلاعاتی می‌شود که برخاسته از نیازهای اطلاعاتی افراد است.

روستاییان و عشایر به عنوان بخش عمده‌ای از جمعیت کشور، به طور معمول برای تامین نیازها و ارتقای دانش و اطلاعات خود به مجراهای مختلف اطلاعاتی از جمله وسیله‌های ارتباط جمعی مراجعه می‌کنند و در این زمینه فعالانه از بین مجراها و منبع‌های مختلف، انتخاب می‌کنند. از سوی دیگر، رسانه‌ها نیز برای این که برنامه‌های کیفی و موثر را تولید و پخش کنند از راه‌های گوناگون در پی شناخت نیازها و انتظارهای مخاطبان خود هستند و تلاش می‌کنند تا بدانند آیا برنامه‌های پخش شده در راستای نیاز بهره برداران بوده اند یا نه؟

رادیو به دلیل آسانی دسترسی و برخورداری از پوشش وسیع و گسترده، می‌تواند با بهره‌گیری از الگوی برنامه‌ای مناسب هم به عنوان وسیله‌ی کمک آموزشی در اثر بخشی آموزش های رسمی نقش موثری ایفا کند و هم با آموزش های

رادییوی ترویج کشاورزی، همبستگی مثبت و معنی داری به دست آورده است.

حامدی اغولبیک (۱۳۷۴)، در پژوهش خود با عنوان بررسی چگونگی تاثیر وسایل ارتباط جمعی در افزایش اطلاعات و آگاهی‌های روستاییان و نقش آن در توسعه روستایی، دریافته است که بین نوع شغل اصلی و میزان استفاده از رادیو، رابطه معنی داری وجود دارد.

یعقوبی (۱۳۸۶)، با انجام مطالعه تحلیل پذیرش روش‌های زراعی پیرامون مدیریت مزرعه در بین گندم کاران شهرستان تفرش، بین میزان استفاده از رادیو و کاربردی بودن برنامه‌های رادیویی، رابطه معنی داری به دست آورده است.

عقیلی و همکاران (۱۳۹۰) با بررسی میزان بهره‌مندی دانشجویان کارشناسی رشته ارتباطات اجتماعی شهر تهران از برنامه‌های شبکه‌های رادیویی ایران و با هدف شناسایی عوامل تاثیرگذار بر میزان بهره‌مندی افراد، دریافته‌اند که بین زمان گوش دادن به رادیو و میزان استفاده از رادیو، همبستگی معنی داری وجود دارد.

با وجود این که توجه به پژوهش از سوی دست اندرکاران برنامه‌های رادیویی و یافتن پاسخ این پرسش که چرا مردم از رادیو استفاده می‌کنند، امری ضروری است اما، تاکنون در زمینه‌ی استفاده روستاییان از رادیو در استان ایلام، بررسی و ارزیابی دقیقی صورت نگرفته است. یعنی مدیران و برنامه سازان برنامه‌های رادیویی (سلام هام ولاتی و صدای عشایر)، در این زمینه که برنامه موجود را تداوم بخشند و یا تعدیل یا تعطیل کنند، اطلاعات کافی ندارند. به همین دلیل این تحقیق در جهت ارتقای کمی و کیفی برنامه‌های رادیویی و جهت‌گیری آن‌ها به سمت نیاز و خواسته‌ی مخاطبان و کمک به آینده‌نگری برنامه‌ریزان و قابلیت استفاده بیشتر رادیو در زندگی مردم، طراحی و اجرا شده است.

مرور نتایج بررسی‌های داخلی و خارجی نشان می‌دهد که بین متغیرهای جنس، سن و میزان تحصیلات و میزان استفاده‌ی روستاییان از برنامه‌های رادیویی، وضعیت یکسانی وجود ندارد. چرا که در بررسی‌های انجام شده گاهی، جهت این ارتباط، متفاوت بوده است و همین امر بر ضرورت بررسی برنامه‌های رادیویی در زمان‌ها، مکان‌ها

غیررسمی، گام‌های موثری در بالا بردن سطح آگاهی مردم، تسهیل و تسریع فرآیند توسعه، برقراری عدالت آموزشی و پاسخ‌گویی به نیازهای آموزشی لایه‌های مختلف اجتماعی بردارد (همراز و همکاران، ۱۳۹۳).

میزان موفقیت رادیو یا یک برنامه رادیویی به میزان زیادی به شناخت ویژگی‌های فردی، اقتصادی، اجتماعی و محیطی مخاطبان، روش‌های مورد استفاده برای ارسال پیام و تنوع کمی کیفی موضوع‌ها بستگی دارد که این مطلب نیز نیازمند مطالعه دقیق علمی و آگاهی از نیازها و انتظارات و به عبارتی نظر خواهی از جامعه مورد بررسی است تا مجریان، مدیران و برنامه سازان رادیو بتوانند به فراخور موقعیت و شرایطی که در آن به سر می‌برند، موضوع برنامه‌های خود را از نظر کمی و کیفی متناسب با نیاز مخاطبان، تعیین کنند و بر میزان بهره‌مندی (تاثیر بیش تر) آن‌ها، بیفزایند.

رضانی (۱۳۷۸)، با بررسی الگوی بهره‌مندی و انتظار روستاییان از برنامه‌های رادیویی جهاد سازندگی در استان اردبیل، تفاوت معنی داری بین گروه‌های شغلی از نظر میزان استفاده از رادیو، به دست آورده است.

زرنگار (۱۳۷۴)، با بررسی چگونگی بهره‌مندی روستاییان شهرستان ساری از برنامه‌ی رادیویی روستا در مازندران، نتیجه‌گیری کرده است که بین کاربردی بودن محتوای برنامه و میزان بهره‌مندی از رادیو، همبستگی وجود دارد. ارجمند سیاهپوش و حیدری (۱۳۹۱)، با بررسی تاثیر وسایل ارتباط جمعی بر سبک زندگی روستایی و عشایری شهرستان گیلان غرب، دریافته‌اند که بین سن و جنس و میزان بهره‌مندی از وسیله‌های ارتباط جمعی رابطه معنی داری وجود دارد.

اکوو و همکاران (۲۰۰۷)، با انجام بررسی و ارزیابی استفاده‌ی کشاورزان از رادیو در زمینه‌ی انتشار اطلاعات کشاورزی در نیجریه، بین متغیرهای میزان ارتقای دانش کشاورزان و هم سوئی و هم آهنگی برنامه‌های رادیویی با نیاز آنان و میزان استفاده از برنامه‌های رادیویی، رابطه معنی داری به دست آورده‌اند.

عمادی (۱۳۶۹)، با بررسی میزان بهره‌مندی کشاورزان نمونه ایران (منتخب سال ۱۳۶۷)، از فرصت‌های ترویجی و ارتباط آن با برخی ویژگی‌های فردی و اجتماعی آنان، بین سن کشاورزان نمونه کشوری و میزان استفاده از برنامه‌های

به منظور تحلیل داده‌ها در بخش آمار توصیفی از شاخص‌های در صد، درصد انباشته، میانگین، انحراف معیار، ضریب همبستگی اسپیرمن و ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد و در بخش آمار استنباطی از آماره‌های متناسب با مقیاس داده‌ها از جمله آزمون‌های من ویتنی و کروسکال والیس و رگرسیون ترتیبی استفاده شده است. از ضریب همبستگی پیرسون برای بررسی شدت و نوع رابطه بین سن و شمار اعضای خانوار (متغیرهای با مقیاس فاصله‌ای) با میزان استفاده‌ی روستاییان از برنامه‌های آموزش کشاورزی رادیو استفاده گردیده و برای بررسی همبستگی بین سطح تحصیلات روستاییان و میزان استفاده از برنامه‌های آموزشی رادیو، از ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شد. در نهایت، برای تعیین سهم هر یک از متغیرهای مستقل در تبیین تغییرات متغیر وابسته استفاده از برنامه‌های رادیویی کشاورزی از رگرسیون ترتیبی، استفاده شد.

یافته‌ها

نتایج به دست آمده از جدول ۱ نشان می‌دهد که ۴۶/۹ درصد از پاسخگویان بی‌سواد و یا در سطح ابتدایی، سواد داشته‌اند، شمار اعضای خانوار ۵۴/۸ در صد از پاسخگویان، ۵-۴ نفر بوده، ۵۵/۲ درصد به میزان زیاد و خیلی زیاد با جهاد کشاورزی ارتباط داشته و ۴۸/۴ درصد آن‌ها نیز به میزان زیاد برنامه آموزشی رادیو را شنیده‌اند.

پاسخ‌گویان همچنین در مورد برنامه‌های بهداشت جایگاه دام، پیش‌گیری از بیماری‌های مشترک انسان و دام، اصول مبارزه با بیماری‌های دام و طیور، پرورش ماهی، اصول تبدیل محصولات دامی و زراعت غلات گفته‌اند که مدت زمان پخش برنامه‌ها باید به بیش از ۳۰ دقیقه افزایش یابد. آنان مدت زمان پخش برنامه‌های زیر را حدود ۳۰ دقیقه گفتند.

-اصول باغداری و باغبانی

-حفاظت و بهره‌برداری بهینه از جنگل و مرتع

-پرورش دام، طیور و زنبور عسل

-آشنایی با بیمه دام و محصولات کشاورزی

-روش‌های مبارزه با آفات، بیماری‌ها و علف‌های هرز

گیاهان زراعی و باغی

و شرایط مختلف، می‌افزاید. در بررسی‌های پیشین، بیش تر به موضوع‌های تک سویه‌ای مانند چگونگی بهره‌مندی و شناخت انتظارهای روستاییان پرداخته شده که در این تحقیق افزون بر این، عامل‌های موثر در میزان استفاده روستاییان از برنامه‌های آموزشی رادیویی محلی ترویج کشاورزی به صورت جامع‌تری نیز مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته‌اند.

به منظور دستیابی به یک چارچوب نظری مطلوب، افزون بر مرور پیشینه‌ی تحقیق از مبانی نظری مرتبط با موضوع، از جمله نظریه‌ی استفاده و رضامندی و نظریه‌ی میدانی لوین (۱۹۶۳)، استفاده شد. بر پایه نظریه‌ی استفاده و رضامندی، مخاطب به عنوان یک فرد پویا و هدفمند از میان منبع‌های ارتباطی پر شمار و متناسب با نیاز خود به صورت آگاهانه دست به انتخاب می‌زند. بنابراین، مخاطب نه تنها یک فرد منفعل نیست بلکه دارای نیازها، علاقه‌ها و انتظارهای ویژه‌ای است که باید به دقت مورد ارزیابی قرار گیرند. بر این پایه در این تحقیق افزون بر ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای مخاطبان، ویژگی‌های برنامه‌های رادیویی نیز مورد بررسی قرار گرفته است.

روش شناسی

این تحقیق از نظر ماهیت از نوع تحقیقات کمی، از لحاظ هدف، کاربردی، از لحاظ روش گردآوری داده‌ها میدانی و از نظر آماری از نوع علی-ارتباطی است. جامعه آماری آن روستاییان سرپرست خانوار در محدوده سنی ۷۰-۲۰ سال ساکن روستاهای شهرستان ایلام که دست کم یک بار در هفته به برنامه‌های رادیویی از زمستان ۱۳۹۳ تا تابستان ۱۳۹۴ گوش داده‌اند بود. حجم نمونه با استفاده از جدول کرجسی-مورگان، ۳۴۶ تن برآورد شد و برای انتخاب آنان به دلیل تشابه ساختار اقتصادی-اجتماعی بین روستاها و تفاوت ساختار درونی آن‌ها از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای استفاده شد. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه بود که برای تعیین روایی آن از نظر سنجی متخصصان شامل رشته‌های ترویج و آموزش کشاورزی، ارتباطات و جامعه شناسی روستایی استفاده شد. پایایی ابزار تحقیق نیز با استفاده از ضریب آلفای ترتیبی مورد سنجش قرار گرفت و مقدار آن $\alpha = 0.75$ به دست آمد.

-حفاظت از منابع آب و خاک و بهره برداری بهینه از آنها
-اصول تعاونی‌ها و تشکل‌های روستایی و عشایری
-زنان روستایی و عشایری
-معرفی تولیدکنندگان نمونه روستایی و عشایری و
اسکان عشایر کوچنده

در جدول ۲، پاسخگویان بالاترین رتبه را به نمایش و پایین‌ترین رتبه را به بحث کارشناسی اختصاص داده‌اند.

جدول ۲- اولویت بندی قالب برنامه های رادیویی ترویج کشاورزی

رتبه	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین	قالب
۱	۳/۰۶	۱/۰۹	۳/۵۶	نمایش
۲	۳/۳۰	۱/۰۹	۳/۳۰	گزارش
۳	۳/۳۱	۱/۱۷	۳/۵۳	مصاحبه
۴	۳/۴۸	۱/۱۵	۳/۳۰	مسابقه
۵	۳/۶۳	۱/۱۶	۳/۹۰	گفتار
۶	۳/۶۷	۱/۲۲	۳/۳۲	بحث کارشناسی

بر اساس نتایج جدول ۳، نمایش، بالاترین کیفیت و گفتار مجری برنامه نیز، پایین‌ترین کیفیت را داشته است. قابل توجه است که پایین بودن میزان کیفیت گفتار به خاصیت کسل‌کنندگی آن بر می‌گردد.

جدول ۳- اولویت بندی قالب برنامه های رادیویی ترویج کشاورزی

رتبه	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین	قالب
۱	۳/۰۰	۱/۱۵	۳/۸۳	نمایش
۲	۳/۲۹	۱/۱۲	۳/۴۰	گزارش
۳	۳/۳۱	۱/۱۰	۳/۳۲	مسابقه
۴	۳/۳۳	۱/۰۹	۳/۲۷	مصاحبه
۵	۳/۸۰	۱/۲۱	۳/۱۸	بحث کارشناسی
۶	۳/۸۲	۱/۱۹	۳/۱۱	گفتار

میزان استفاده از رادیو با متغیر سن، همبستگی مثبت در حد $r = .193$ ، $p = 0/000$ داشت. میزان تحصیلات و شمار اعضای خانوار با میزان استفاده از رادیو، همبستگی معنی‌داری نداشتند. داده‌های به دست آمده از آزمون من وایت نی نشان داد که بین میزان استفاده زنان و مردان از رادیو، تفاوت معنی‌داری وجود دارد، همچنین آزمون کروسکال والیس حکایت از وجود اختلاف بین چهار گروه

جدول ۱- توزیع فراوانی پاسخگویان بر پایه‌ی ویژگی‌های شخصی و برنامه‌های رادیویی ترویج کشاورزی

متغیر	سطح	فراوانی	درصد	درصد انباشته	
جنس	مرد	۲۶۹	۷۷/۷		
	زن	۷۷	۲۲/۳		
سن	۲۰-۳۰	۳۹	۱۱/۳	۱۱/۳	
	۳۰-۴۰	۸۸	۲۵/۴	۳۶/۷	
	۴۰-۵۰	۱۲۶	۳۶/۴	۷۳/۱	
	۵۰-۶۰	۷۲	۲۰/۸	۹۳/۹	
	۶۰-۷۰	۲۱	۶/۱	۱۰۰	
تاهل	متاهل	۳۱۹	۹۱/۶		
	مجرد	۲۷	۸/۴		
سطح تحصیلات	بی سواد	۳۸	۱۱		
	ابتدایی	۱۲۴	۳۵/۹		
	راهنمایی	۵۴	۱۵/۶		
	متوسطه	۵۱	۱۴/۷		
	دیپلم و بالاتر	۷۹	۲۲/۸		
	شمار اعضای خانوار	۲-۳	۵۷	۱۶/۴	
	۵-۴	۱۸۷	۵۴/۸		
	۶-۷	۸۵	۲۴/۶		
	۸-۹	۱۷	۴/۹		
شغل اصلی	زارع	۱۲۳	۳۵/۵		
	دامدار	۱۱۹	۳۴/۴		
	باغدار	۷۳	۲۱/۱		
	سایر	۳۱	۹		
	ارتباط با مرکز جهاد کشاورزی	خیلی کم	۲۳	۶/۶	
	کم	۳۷	۱۰/۷		
	متوسط	۹۵	۲۷/۵		
	زیاد	۱۰۶	۳۰/۶		
میزان استفاده از رادیو	خیلی زیاد	۸۵	۲۴/۶		
	خیلی کم	۱۴	۴		
	کم	۳۰	۸/۶		
	متوسط	۱۳۵	۳۹		
	زیاد	۱۰۰	۲۹		
	خیلی زیاد	۶۷	۱۹/۴		
مدت زمان پخش برنامه (دقیقه)	۱۵	۳۸	۱۱		
	۳۰	۷۴	۲۱/۴		
	۴۵	۱۲۵	۳۶/۱		
	۶۰	۱۰۹	۳۱/۵		
میزان هم‌سویی و هم‌آهنگی برنامه‌های رادیویی با نیاز مخاطبان	خیلی کم	۱۲	۳/۴		
	کم	۲۲	۶/۴		
	متوسط	۸۴	۲۴/۳		
	زیاد	۱۳۸	۳۹/۹		
	خیلی زیاد	۹۰	۲۶		
		۱۰۰			

شغلی از نظر میزان استفاده از رادیو، دارد.

جدول ۴- تاثیر جنس و شغل بر میزان استفاده از برنامه رادیویی ترویج کشاورزی

متغیر	سطح	شمار	میانگین رتبه‌ای	نوع آزمون	سطح معنی‌داری
جنس	زن	۷۷	۱۲/۸	U=۴/۵۵	/۰۳
	مرد	۲۶۹	۳۲/۹		
شغل	زارع	۱۲۴	۳۱/۸	$\chi^2=۲۱/۰۸$	/۰۴
	دامدار	۱۱۹	۲۹/۸		
	باغدار	۷۲	۳۸/۸		
	سایر	۳۱	۸۹/۷		

است. در این جدول، معنی دار نبودن مقدار آماره‌های کای اسکویر، نشان دهنده این است که متغیرهای مستقل به خوبی می‌توانند احتمال تغییر پذیری‌های متغیر وابسته را پیش بینی کنند.

جدول ۶- آزمون نکویی برازش مدل

مدل	کای اسکویر	معنی‌داری
پیرسون	۱۱/۳۲	۰/۱۶
انحراف	۱۴/۲۳	۰/۲۵

برای محاسبه ضریب تعیین در رگرسیون ترتیبی از آماره‌های ضریب تعیین پزودو استفاده شد ضریب تعیین به دست آمده یعنی کاکس و اسنل (Cox and Snell)، ناگل کرک (Nagelkerke) و مک فادن (McFadden) به ترتیب ۰/۴۲، ۰/۵۰۲ و ۰/۴۸. نشان می‌دهد که متغیرهای مستقل توانسته‌اند بین ۰/۲-۵۰-۴۲ درصد از احتمال واریانس متغیر وابسته را تبیین کنند.

بر پایه جدول ۵، ضریب‌های به دست آمده از رگرسیون ترتیبی و سطح معنی‌داری برای تک تک متغیرهای مستقل تحقیق، محاسبه شد اما فقط ضریب‌های مربوط به چهار متغیر، معنی‌دار شدند. ضریب تعیین ناگل کرک، نشان می‌دهد که متغیرهای مستقل توانسته‌اند به طور تقریبی ۵۰/۲ درصد از احتمال تغییرات متغیر وابسته (میزان بهره مندی از رادیو) را پیش بینی کنند.

برای بررسی نقش متغیرهای مستقل پژوهش بر میزان استفاده از رادیو از رگرسیون ترتیبی، استفاده شد. به منظور انجام رگرسیون ترتیبی در آغاز، آزمون نسبت احتمال مدل بررسی شد. مقدار به دست آمده برای آماره کای اسکویر در جدول ۵ نشان می‌دهد که مدل رگرسیون، یک مدل مناسب است.

جدول ۵- آزمون نسبت احتمال مدل

مدل	Log likelihood	کای اسکویر	معنی‌داری
پایه	۵۳/۷	۳۱/۹	۰/۰۰
نهایی	۵۱/۴		

نتیجه‌ی آزمون نکویی برازش نیز در جدول ۶ آورده شده

جدول ۷- متغیرهای تاثیرگذار بر میزان استفاده روستاییان از برنامه‌های آموزشی رادیویی ترویج کشاورزی

متغیر	Exp	S. E	W	S
هم‌آهنگی برنامه‌ها با نیاز مخاطبان	/۴۲۷	/۰۳۳	۱۳	۰/۰۰
میزان ارتباط با مراکز	/۱۳۲	/۰۲۷	۴/۹	۰/۰۰
تاهل	/۰۳۸۹	/۱۰۶	۳/۷	۰/۰۰
کیفیت برنامه	/۰۱۶	/۰۰۸	۲	/۰۴۸

R^2 pseudo Nagelkerke=.502
 R^2 pseudo Cox and Snell=.42
 McFadden=.48 R^2 pseudo

هم‌خوانی دارد.

- یافته‌های به دست آمده از این تحقیق گویای وجود همبستگی مثبت و معنی‌دار بین سن و میزان استفاده از رادیو می‌باشد. که این موضوع با نتایج بررسی عمادی

بحث و نتیجه‌گیری

- یافته‌های این تحقیق در زمینه تفاوت بین گروه‌های شغلی از لحاظ میزان استفاده از رادیو با نتایج تحقیق رضانی (۱۳۷۸) و حامدی اغولبیک (۱۳۷۴)،

به برنامه‌های رادیویی را تفریح و سرگرمی و افزایش اطلاعات و دانش خود، ذکر کرده‌اند که برنامه‌سازان رادیویی باید بیش از پیش به موضوع‌های تفریحی و سرگرمی به عنوان مقدمه افزایش اطلاعات و دانش مخاطبان، توجه کنند.

- شصت و پنج درصد از پاسخگویان، زمان فعلی پخش برنامه‌ها (ساعت ۱۹-۲۰) را مناسب دانسته‌اند که در واقع حکایت از تطابق زمان پخش برنامه‌ها با اوقات فراغت پاسخگویان، دارد. تحقیق عقلی و همکاران (۱۳۹۰) این موضوع را تایید می‌کند.

با توجه به این نتایج پیشنهادهای زیر ارائه می‌شوند:

- توجه برنامه‌ریزان و مجریان برنامه‌های رادیویی به شرایط خاص اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و انتظارهای جامعه روستایی،

- در برنامه‌های رادیویی آتی زمان پخش کمتری به بحث کارشناسی و گفتار معمولی اختصاص داده شود.

- برای ترغیب و تشویق بیش تر افراد تحصیل کرده به کشاورزی، برنامه‌های رادیویی متناسب بر پایه‌ی یافته‌های پژوهشی به روز، تدوین و پخش شود.

- برای سایر اعضای خانوار روستایی نیز برنامه‌های رادیویی لازم و جالب مرتبط با روستا و کشاورزی، تدارک دیده شود.

- برنامه‌ریزان و مجریان، بیش تر از گذشته بر موضوع کاربردی بودن برنامه‌ها، تاکید نمایند و از ارائه‌ی بخش‌های تفریحی و سرگرمی در طول برنامه‌رادیویی، غفلت نکنند.

(۱۳۶۹) و ارجمند سیاهپوش و حیدری (۱۳۸۵) هم خوانی ولی با نتایج بررسی زرنگار (۱۳۷۴) هم خوانی ندارد. میانگین سنی ۴۴/۵ سال در این بررسی، بیانگر سن بالای مخاطبان و گرایش نداشتن افراد با سن پایین در فعالیت‌های کشاورزی دارد.

- بین شمار اعضای خانوار با میزان استفاده از رادیو، رابطه معنی‌داری وجود ندارد که نتیجه بررسی ارجمند سیاهپوش و حیدری (۱۳۸۵) این مطلب را تایید می‌کند. شاید یکی از دلایل نبود رابطه بین متغیرهای بالا این باشد که دیگر اعضای خانوار، نقش اصلی و کلیدی در فعالیت‌های کشاورزی ندارند.

- میزان بالای کاربردی بودن برنامه‌های رادیویی در این بررسی با نتایج به دست آمده از بررسی زرنگار (۱۳۷۴) و یعقوبی (۱۳۸۶) هم خوانی دارد. کاربردی بودن برنامه‌ها می‌تواند زمینه ساز به کارگیری مطلوب توصیه‌های کارشناسی توسط روستاییان باشد.

- یافته‌های این تحقیق در زمینه تاثیر هم‌آهنگی برنامه‌های رادیویی با نیاز مخاطبان بر روی میزان استفاده از رادیو با نتایج بررسی آکوو و همکاران (۲۰۰۷) هم خوانی دارد.

- گوش دادن به رادیو در منزل توسط ۶۷/۹ درصد از مخاطبان تا حدودی نشان دهنده هم‌سویی ساعت پخش برنامه‌های رادیویی با اوقات فراغت روستاییان می‌باشد، بنابراین تا حد امکان باید از ایجاد نوسان در ساعت پخش برنامه‌ها، پرهیز شود.

- حدود ۶۱ درصد از افراد مورد بررسی، هدف از گوش دادن

منبع‌ها

- ارجمند سیاهپوش، ا. و حیدری زرگوش، م. (۱۳۹۱). تاثیر وسایل ارتباط جمعی بر سبک زندگی روستایی و شهری شهرستان گیلان غرب. نشریه مطالعات توسعه اجتماعی ایران، سال چهارم، شماره ۴۵، صص ۸۹-۱۰۳.
- حامدی اغولبیک، ع. ا. (۱۳۷۴). بررسی چگونگی تاثیر وسایل ارتباط جمعی در افزایش اطلاعات و آگاهی‌های روستاییان و نقش آن در توسعه روستایی. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی رضائی، ع. (۱۳۷۸). بررسی الگوی بهره‌مندی و انتظار روستاییان از برنامه‌های رادیویی جهاد سازندگی در استان اردبیل. تهران، معاونت ترویج و مشارکت مردمی وزارت جهاد سازندگی
- زرنگار، ح. ر. (۱۳۷۴). بررسی چگونگی بهره‌مندی روستاییان شهرستان ساری از برنامه‌های رادیویی روستا در مازندران. پایان نامه کارشناسی ارشد، تهران، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی.
- ساروخانی، ب. (۱۳۹۴). رسانه‌ها و اعتماد اجتماعی. مجله رادیو تلویزیون، سال یازدهم، شماره ۲۷، صص ۹-۳۲

عباسی، ع. و نجفلو، پ. (۱۳۹۴). سواد اطلاعاتی دانشجویان تحصیلات تکمیلی کشاورزی دانشگاه تربیت مدرس. فصل نامه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، شماره ۳۴، صص ۸۹-۱۰۳

عقیلی، س. و.؛ مظفری، ا. و توکلی، ف. (۱۳۹۱). بررسی میزان بهره مندی دانشجویان رشته ارتباطات اجتماعی شهر تهران از برنامه‌های شبکه‌های رادیویی ایران. نشریه مطالعات رسانه‌ای، سال هفتم، شماره ۱۷، صص ۹-۲۰.

عمادی، م. ح. (۱۳۶۹). میزان بهره مندی کشاورزان نمونه کشوری از فرصت‌های ترویجی و ارتباط آن با برخی خصوصیات فردی و اجتماعی آنان. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده کشاورزی دانشگاه تهران

قربانی پیرعلیدهی، ف. و ولی زاده، ا. (۱۳۹۴). تأثیر درس‌های عملی کشاورزی در عملکرد دانشجویان علوم زراعی دانشگاه پیام نور دهلران. فصل نامه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، شماره ۳۴، صص ۲۸-۳۹

کلانتری، ع. و همکاران. (۱۳۹۱). تحلیل مقایسه‌ای استفاده از رسانه هادر مناطق شهری و روستایی ایران. مجله توسعه روستایی، سال چهارم، شماره ۲، صص ۱۲۱-۱۳۸.

همراز، و. و غنی زاده سیدلر، ف. (۱۳۹۳). ضرورت‌ها و کارکردهای رادیوی آموزشی در ایران. نشریه رسانه و فرهنگ، سال چهارم، شماره ۱، صص ۱۰۷-۱۳۹

یعقوبی، ا. (۱۳۸۶). تحلیل پذیرش روش‌های زراعی پیرامون مدیریت مزرعه در بین گندم کاران شهرستان تفرش. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده کشاورزی دانشگاه تربیت مدرس

Chhachhar, A. R., Qureshi, B., Khushk, G. M. and Ahmed, Sh. (2014). Impact of Information and Communication Technologies in Agriculture Development. Journal of Basic and Applied Scientific Research, 4 (1), 281-288.

Okwu, O. J., KUKU, A. A. and aba, J. I. (2007). An Assessment of Use of Radio in Agricultural Information Dissemination: a Case Study of Radio Benue in Nigeria. African Journal Agricultural Research, 2 (1), 14-18.

Oladele, O. I. (2006). Multilinguality of Farm Broadcast and Agricultural Information Access in Nigeria. Nordic Journal of African Studies, 15 (2), 199-205.

Variables Affecting on villagers Use of Agricultural Extension Radio programs in Ilam Township

Kh. Davodi Nasr¹, H. Agahi², A. H. Alibaygi³

1-M.Sc.Graduate, Faculty of Agriculture, Razi University, Kermanshah

2-Associate professor, Faculty of Agriculture, Razi University, Kermanshah

3-Associate professor, Faculty of Agriculture, Razi University, Kermanshah

Abstract

Audiences cognition and their expectations are fundamental and effective factors on designing and implementing radio programs.

The aim of this cause- correlational research, was to study the villagers use of agricultural extension radio programs in Ilam Township and also to determine the effective variables on rural satisfaction of these programs.

The statistical population consisted of 3546 rural in Ilam Township which 346 persons of them were randomly selected based on Krejcie and Morgan table and applying randomized cluster sampling technique. The data collection tool was a researcher – made questionnaire.

The validity of the questionnaire confirmed by a panel of Experts and its reliability was calculated through ordinal alpha coefficient ($\alpha=0.75$).

The ordinal regression analysis showed that four variables of ordination and alignment of Radio programs with audiences educational need, marital status, rural people linkages with Jihad- agriculture center and quality of programs, were explained 50.2% of variance of dependent variable of villagers use of radio programs.

Index Terms: villagers Educational Needs, Extension radio program, Agricultural Extension

Corresponding Author: Kh. Davodi Nasr

Email: mohandesin.ilam@gmail.com

Received: 19/9/2017 ; **Accepted:** 21/11/2017