

نظرسنجی از مخاطبان نشریه «طنین روستا»

کریم نعمتی اقدم

چکیده

فصلنامه **طنین روستا** ارگان مطبوعاتی مدیریت ترویج و مشارکت مردمی سازمان جهاد کشاورزی استان تهران است که با هدف برقراری ارتباط دو سویه بین نظام ترویج و مخاطبان آن در سطح استان منتشر می شود و پس از گذشت ۴ سال از آغاز نشر آن مطالعه کارکرد و ساز و کار آن ضروری می باشد.

بر این اساس با استفاده از نظریات بنیادین علوم ارتباطات وقواعد رسانه های ترویجی مسائل اساسی مورد نظر این نشریه تبیین و تأثیر ارتباطات و قواعد رسانه های ترویجی مسائل اساسی مورد نظر این نشریه تبیین و تأثیر آن در عمل مورد پژوهش و بررسی قرار گرفت.

این کار که یک تحقیق کاربردی است به صورت پیمایشی و با استفاده از پرسشنامه کتبی پس از تعیین جمعیت مناسب نمونه از طریق پایلوت نظریات و آراء مخاطبان مورد کندوکاو و تحلیل قرار گرفت و ضمن تعیین میزان انطباق روند جاری نشریه با اهداف موضوعه مشکلات موجود مشخص و پیشنهادات لازم در جهت بهبود و پیشرفت آن ارائه گردیده است.

نتایج:

- ۱- تمام بخش های مجله مورد علاقه خوانندگان می باشد.
- ۲- به دست اندرکاران نشریه توصیه می شود تا مقولات کاربردی بیشتر تقویت گردد.
- ۳- بازبینی و اصلاح روند جاری نشریه از طریق مطالعات نوبتی دائماً ضروری خواهد بود.

کلید واژه ها: ارتباطات جمعی - رسانه - نشریات ترویجی - پیام - رضایت انتقال دانش - اثربخشی - بازخورد

Magazine poll of the audience, "echoes the village".

Abstract

Quarterly press agency echoed village promotion management and public participation Agriculture Organization of Tehran province with the aim of two-way communication between the extension and its audience are published at the provincial level and, after ۴ years of the publication of function and the it is necessary.

The basic theories of communication using media rules extension of the fundamental issues of this publication to explain the effect of media, communications and rules of the substantive issues of this publication to explain the extension and its impact on practice and research were studied.

It is an applied research survey using a questionnaire after determining the appropriate population sample through a pilot explore ideas and audience votes were analyzed and determine the applicability of the current process of paper with the objectives of the statute specified problems Proposals should be presented in order to improve it.

The results:

- ۱- all parts of the magazine is of interest.
- ۲- College administrators are recommended to more practical issues to be strengthened.
- ۳- reviewing and reforming the current publication of the studies will be necessary to shift constantly.

Keywords: media, mass communication issues promote the message of satisfaction, knowledge transfer effectiveness of feedback

مقدمه

سازمان جهاد کشاورزی استان شعبه استانی وزارت جهاد کشاورزی کشور می باشد که با مجموع سازمانی خود و ادارات کل تابعه سیاستگذاری و هدایت تولید و بهره برداری کشاورزی و زیر بخش های تابعه آن را برعهده دارد و این وظیفه را از طریق ارگان های ستادی، اجرایی، تحقیقاتی و آموزشی خود انجام می دهد. مدیریت ترویج و مشارکت مردمی از طریق شیوه ها و متدهای خاصی که نوعاً مدرن محسوب می شود، وظیفه تسهیل روابط ارگان های اجرایی و علمی این سازمان را با روستائیان و کشاورزان عهده دار است. از جمله این متدها فعالیت هایی انتشاراتی است که با هدف آموزش روستائیان و بومی سازی دانش روز یک ارتباط دو سویه میان کشاورزان و نظام ترویج را دنبال می کند.

نشریه ترویجی طنین روستا در محدوده منطقه ای استان تهران ضمن اینکه کشاورزان و روستائیان را به عنوان مخاطب خاص مورد هدف قرار داده سایر قشرها و گروه های اجتماعی را که به نوعی در حلقه های ارتباطی آنان قرار می گیرند از مدیریت های سازمان تا آموزش گران و کارشناسان و پژوهشگران حوزه کشاورزی را به عنوان مخاطبان عام مورد نظر قرار می دهد. نادر از این طریق در یک بستر فراگیر یا بهره گیری از تمام امکانات را ابراز لازم سازد و کار تولید و بهره وری روستایی را در جهت رشد و ارتقاء و سرانجام توسعه سیوروت بخشد.

بدیهی است همانگونه که هر فعالیت و عمل سازمان یافته مستلزم بازبینی و بررسی دقیق جهت اصلاح و بهبود روش‌ها و عملکرد است، این فعالیت ارتباطی نیز از طریق پژوهش‌های علمی قابل بررسی و شناخت خواهد بود. بنابراین نگارنده با استفاده از تعاریف علمی و نظریات تخصصی حوزه ارتباطات نقش و عملکرد این نشریه را در بین مخاطبان سنجیده و از دیدگاه آنها تأثیر و توفیق آن را در دستیابی به اهداف موضوع مورد بررسی قرار داده‌ام. در نتیجه این تحقیق ضمن تأیید توفیق نسبی این نشریه در رابطه با اهداف مورد نظر، برخی اشکالات و راه کارهای مناسب نیز که نوعاً جنبه اصلاحی دارد - تدوین و پیشنهاد شده که امید است در جهت بهبود روند نشریه مفید واقع شود.

تبیین مسأله:

ترویج^۱ شاخه‌ای از علوم اجتماعی است که طی آن مأموران و عوامل اجرایی دولت به آموزش و گسترش دانش و فناوری نوین تولید در حوزه‌های بهداشت - کشاورزی - صنعت و ... می‌پردازند.

این روش به نوبه خود از شیوه‌های نوین تولید و حلقه‌های نهایی انتقال یافته‌های تحقیقاتی و اجرایی سازی و بسط و گسترش آن در سطح جامعه محسوب می‌گردد که از طریق متدها و واسطه‌های متعدد ارتباطی و آموزشی بهره می‌جوید.

یکی از واسطه‌های ارتباطی در ترویج، نشر مطبوعات چاپی در گروهها و اقشار اجتماعی هدف است که در برنامه کلان و منطقه‌ای توسعه مشخص می‌گردد. نشریات متناوب و یا متوالی که در امر ترویج به کار می‌رود علاوه بر محتوای آموزشی یافته‌های علمی و تحقیقاتی مورد نظر از بخش‌ها و نکته‌های فرهنگی و هنری دیگری نیز برخوردار است که در ایجاد زمینه و نفوذ در جامعه مخاطب برای آماده سازی آن برای «تغییرات اجتماعی»^۲ مناسب توسعه به کار می‌رود.

^۱ - Extension ,Promotion

^۲ - Social Change

تولید و پرداخت این مطالب و ترکیب درست و سنجیده نشریات ترویجی علاوه بر دانش و علوم پایه‌ای لازم، مطالعات و بررسی‌های ویژه‌ای را می‌طلبد که طی آن بسترها و مهارت‌های دقیق ارتباطی به دست آید تا در پرتو این بسترها و مهارت‌ها ارتباط درست و کامل برقرار و نتایج مفید و کارآمد به دست آید.

این بررسی‌ها که در فرآیند ارتباط به عنوان «پیش فرست^۳» و «پس فرست^۴» از آن یاد می‌شود از طرق گوناگون انجام می‌شود که طیف نسبتاً گسترده‌ای از ارتباط ساده شناختی نظیر ارتباط رودررو^۵ تا پروژه‌های دقیق پژوهش علمی را شامل می‌گردد.

گزارش پیش رو حاصل یک تحقیق میدانی از همین دست است که در منطقه استان تهران و در زمینه نشریه آموزشی - ترویجی «طنین روستا» - ارگان مدیریت ترویج و مشارکت مردمی سازمان جهاد کشاورزی استان تهران - صورت پذیرفته است.

اصولاً این کار پس از درخواست مسئولین نشریه «طنین روستا» مبنی بر شناخت و بررسی دیدگاهها و بازخوردهای مشترکان و مخاطبان این نشریه در قالب ۳ مسأله اساسی هدف گذاری و تبیین گردید. این سه مسأله عبارتند از:

۱- سنجش اثربخشی مجله در میان مخاطبان

منظور ما از طرح این مسأله این بود که ببینیم آیا اساساً این مجله برای مخاطبان آن مفید بوده و دریافت و مطالعه آن را برای خود و فعالیت‌های جاری شان لازم می‌دانند. برای این کار به منظور تدقیق و صحت پاسخ‌های دریافتی موضوعات نشریه را که از تنوع نسبتاً زیادی برخوردار است، در قالب ۴ دسته عمده تقسیم و میزان استفاده هر یک از مخاطبان از این دسته موضوعات بررسی شده است. بنابراین مسائل فرعی این بخش عبارتند از:

۱-۱- میزان استفاده از مطالب تخصصی؛

۱-۲- میزان استفاده از مطالب آموزشی - کاربردی؛

۱-۳- میزان استفاده از گزارش‌های خبری؛

^۳- Feed Forward

^۴- Feed Back

^۵- Face to Face

۴-۱- میزان استفاده از مطالب سرگرمی؛

۲- میزان رضایت مخاطبان از محتوای مجله

منظور از این مسأله ورود بیشتر به دیدگاه مخاطبان و بررسی عمیق تر آراء آنان در خصوص جزئیات بیشتر نشریه بوده است. بنابراین لازم بود محتوای نشریه از نظر مقولات و آیتم های موضوعی دسته بندی و هر کدام از آنها به صورت مستقل و مجزا مورد تجزیه و تحلیل و بررسی قرار گیرد و بازنگری لازم برای بهبود و اصلاح ترکیب محتوای نشریه به عمل آید. بنابراین مسائل فرعی این بخش نیز عبارتند از:

۲-۱- مطلوبیت مقوله سرمقاله در بین مخاطبان

۲-۲- مطلوبیت مقوله مطالب اخلاقی در بین مخاطبان

۲-۳- مطلوبیت مقوله مقالات تخصصی در بین مخاطبان

۲-۴- مطلوبیت مقوله آموزشی - کاربردی در بین مخاطبان

۲-۵- مطلوبیت مقوله گزارش های خبری در بین مخاطبان

۲-۶- مطلوبیت مقوله سرگرمی در بین مخاطبان

۳- سنجش نیاز روستائیان از محتوای مجله

پس از بررسی آراء و نظریات مخاطبان در خصوص نشریه موجود و سنجش بازخورد^۶ آنان در مورد محتوای کنونی، اقدام به بهره برداری از افکار و نظریات جامعه مخاطب نمودیم تا در جهت بهبود و رشد این مجله برای دستیابی به سطوح بالاتر از اهداف مورد نظر قالب ها و گونه های فراتر از محصول موجود و ایده آل های مورد نظر مخاطبان نیز شناخته و در راستای تأمین آن تغییرات ضروری صورت پذیرد.

بنابراین در دو طیف «فرم» و «محتوا» نشریه به صورت باز و بنیانی نظرات مخاطبان را خواستار شدیم.

این امر ما را به دو مسأله فرعی در این بخش رهنمون گشت که:

۳-۱- نظر مخاطبان نشریه برای بهبود فرم از حیث قطع، تیراژ، دوره نشر و... چیست؟

^۶- Attitude

۳-۲. نظر مخاطبان نشریه در مورد ارتقاء محتوای مجله و تغییرات لازم در موضوعات و مقولات مندرج در

این نشریه چیست؟

علاوه بر این موارد محقق در کنار کشف پاسخ برای مسائل مطروحه، ساختار و ترکیب جمعیت مورد مطالعه را نیز مورد نظر قرار داده و اطلاعات کلی از حیث ویژگی‌های اجتماعی مخاطبان نشریه (نظیر: جنس، سن، تحصیلات و وضعیت اشتغال آنان) نیز به دست داده است.

نگارنده در این راه پس از شناسایی محتوا و اهداف نشریه و همچنین شمارگان و گروه مخاطب، با استفاده از روش‌های سیستماتیک پژوهش‌های میدانی از طریق مکاتبه پستی؛ جامعه آماری را شناسایی و بازخورد آنان را در مورد نشریه مورد سنجش قرار دادم و علاوه بر این قالبها و سوژه‌های مورد نظر آنها را نیز در جهت اصلاح و بهبود کیفیت نشریه تبیین نموده ام.

اطلاعات به دست آمده ضمن ارائه یک ساختار نسبتاً منسجم در بین مخاطبان از حیث شناخت و عقاید، تنوع نسبتاً وسیعی از ایده‌ها به عنوان نیاز اطلاعاتی در سطح ساده و روان نیز ابراز می‌نماید که انشاءالله عنایت و توجه مسوولان مربوطه موجبات رشد و تعالی این حرکت مفید و سازنده را در جهت توفیق بیشتر برای تغییرات اجتماعی و اقتصادی مورد نظر ایجاد خواهد کرد.

روش تحقیق

نوع تحقیق: کاربردی است و طی آن دیدگاه‌های مخاطبین مجله طنین روستا در مورد محتوا و فرم مجله مورد بررسی قرار می‌گیرد و الگوی مناسب از این منظر ترسیم می‌شود.

روش تحقیق: پیمایشی و از طریق مصاحبه کتبی و مکاتبه پستی این نظرگاهها به دست آمده است.

متغیرها:

متغیر مستقل: محتوای مجله،

معرف‌ها: مقولات (پرسش ب - ۲)، دوره انتشار (پرسش ب - ۵)

متغیر تابع: رضایت مخاطبین،

معرف‌ها: اعلام رضایت مخاطبین (پرسش ب - ۴) ، نوع استفاده از مجله (پرسش ب - ۳) ، نظر مخاطبین در مورد دوره انتشار (پرسشهای ب - ۵ و ب - ۶) ، تیپ ایده آل نشریه (پرسشهای ب - ۷ و ب - ۸) جامعه آماری: ۲/۰۰۰ نفر مجموع مخاطبین نشریه که به صورت مشترک همه شماره‌ها برای آنها ارسال می‌گردد. شامل بهره‌برداران روستائی (۹۸۰ نفر) و کارشناسان بخش اجراء (۱۰۲۰ نفر) حجم نمونه: ۲۱۵ واحد که این عدد با استفاده از فرمول کوکران (قضیه حد مرکزی) و جمعیت گزیده (Pilot) به دست آمده و برای این کار پس از تهیه پرسش نامه ابتدا به تعداد ۳۰ واحد^۷ پرسش نامه طبق جمعیت قابل دسترس تکمیل و با استفاده از سئوالات حائز بیشترین واریانس، حجم بهینه مورد نیاز محاسبه و آن گاه از طریق مکاتبه پستی برای حصول اطمینان با احتساب سهمی از پرسش‌نامه‌ها که انتظار می‌رفت در موعد مقرر بازگشت نداشته باشند برای جبران کمبود جمعیت آماری در هنگام ارسال حدود ۵۰ درصد اضافه بر جمعیت پرسشنامه ارسال و پس از دریافت حد لازم پاسخ‌ها اقدام به استخراج پرسشنامه‌ها نمودیم.

ابزار جمع‌آوری داده‌ها: پرسشنامه کتبی از طریق مکاتبه پستی

تکنیکهای تجزیه و تحلیل داده‌ها:

- ۱- آزمون کای اسکوئر^۸ - این آزمون به منظور سنجش ارتباط میان دو مقوله در سطح اسمی استفاده می‌شود و در پرسش‌های کنترلی برای تشخیص صحت (Acuracy) داده‌های پرسش نامه است.
- ۲- آزمون برابری میانه‌ها^۹ - در سنجش ارتباط میان دو مقوله در سطح رتبه ای به کار می‌رود.
- ۳- جدول تقاطعی^{۱۰} - برای توصیف ارتباط کمی میان فراوانی و درصد توافق پاسخهای واقعی دو

پرسش

آمار استنباطی:

رابطه میان جنس با میزان تحصیلات ($Q_{۱۳} \times Q_{۱۲}$):

- ۱- بر اساس قضیه حد مرکزی کوکران تعداد نمونه بالای ۳۰ به صورت ۱۰۰٪ قابل اطمینان انتخاب تصادفی محسوب می‌گردد.

^۷- Chi-Square Test

^۸- Median Test

^{۱۰}- Crosstabulation Table

با دریافت ۱۹۴ پاسخ و ۲۱ نفر بدون پاسخ (missing value)، آزمون با احتمال خطای صفر و ضریب اطمینان ۱۰۰٪ میان جنسیت با سطح تحصیلات رابطه را اعلام می کند. این امر به این معنی است که در مورد سطح تحصیلات پاسخ گویان تفاوت معنی داری میان زن و مرد وجود دارد.

رابطه میان جنس و میزان اشتغال ($Q_{12} * Q_{14}$):

به دلیل احتمال وجود انتخاب های بیش از یک گزینه در پاسخ شماره ۴ (اشتغال) رابطه میان جنسیت (Q_{12}) با هر یک از گزینه های پرسش الف - ۴ - اشتغال (Q_{14}) از طریق جدول تقاطعی بررسی شده است. بر اساس داده های حاصل نسبت جنس زن و مرد به تفکیک هر یک از مشاغل به شرح جدول ذیل بدست آمده است:

شغل	مرد	زن
پژوهشگر	۰	۰
تولید کننده	۷۸ (۵۹٫۵٪)	۲۳ (۲۲٫۸٪)
کارمند دفتری	۳ (۲/۳٪)	۰
مدیر	۲ (۱/۵٪)	۴ (۶/۶٪)
مروج و مربی	۵۰ (۳۸/۲٪)	۳۷ (۶۰/۷٪)
بیکار	۳ (۲/۳٪)	۱ (۱/۶٪)

رابطه میان سطح تحصیلات با نوع اشتغال پاسخ گویان ($Q_{13} * Q_{14}$):

در ارتباط میان سطح تحصیلات (Q_{13}) و نوع اشتغال پاسخ گویان (Q_{14}) نیز به دلیل مشکل فوق الذکر، هریک از گزینه های اشتغال را به طور جدا گانه با سطح تحصیلات مورد سنجش قرار داده ایم. در نتیجه بر اساس داده های جدول تقاطعی زیر حاصل، الگوی سطح تحصیلات نسبت به نوع شغل به شرح جدول زیر توزیع شده است:

تحصیلات	ابتدایی	راهنمایی و	دیپلم	کاردانی	لیسانس و

شغل	متوسطه	بالاتر	بالاتر	متوسطه	بالاتر
پژوهشگر	۰	۰	۰	۰	۰
تولید کننده	۱۳(۹/۹۲٪)	۶(۳/۳۳٪)	۲۷(۳۶/۳۶٪)	۶۵(۶۷/۶۷٪)	۱(۲۰/۲۰٪)
کارمند دفتری	۰	۰	۰	۳(۳/۱۳٪)	۰
مدیر	۰	۰	۵(۶/۷٪)	۱(۱/۱٪)	۰
مریی و مروج	۱(۷/۱٪)	۱۳(۲/۷۲٪)	۴۷(۶۲/۷۷٪)	۲۹(۲۹/۹۷٪)	۳(۶۰/۶۰٪)
بیکار	۰	۰	۰	۳(۳/۱۳٪)	۱(۲۰/۲۰٪)

آزمون χ^2 پرشش الف - ۳ - سطح تحصیلات با نوع شغل " تولید کننده" (Q_{142}) رابطه شدید را اظهار می کند ($\chi^2 =$).

این آزمون برای سایر مشاغل نیز همین داده را می دهد. در نتیجه میان سطح تحصیلات و نوع شغل پاسخ گویان رابطه ی کامل وجود دارد.

رابطه میان سن پاسخ گویان با مقولات مورد علاقه آنها در نشریه ($Q_{11} * Q_{12}$):

سرگرمی	گزارش های خبری	آموزشی - کاربردی	مقالات تخصصی	مطالب اخلاقی	سر مقاله	مقولات گروه
۱	۸(۸٪)	۱(۱۶٪)	۳(۱۰۰٪)	۱۱(۱۰٪)	۲۲(۱۱٪)	کمتر از ۲۰ سال
۰	۳۲(۳۴٪)	۱(۱۷٪)	۰	۲۰(۱۸٪)	۵۳(۲۵٪)	۲۰ تا ۲۹ سال
۱	۴۲(۴۴٪)	۴(۶۶٪)	۰	۴۲(۳۸٪)	۸۵(۴۱٪)	۳۰ تا ۳۹ سال
۲	۱۱(۱۲٪)	۰	۰	۲۷(۲۴٪)	۳۶(۱۷٪)	۴۰ تا ۴۹ سال
۰	۲(۲٪)	۰	۰	۱۱(۱۰٪)	۱۳(۶٪)	۵۰ سال و بالاتر

در هر یک از گروه های سنی پاسخ گویان میزان گرایش به مقولات نشریه به شرح ذیل توزیع می گردد:

همانطور که مشاهده می شود، در میان مقولات ششگانه ی محتوای نشریه، "سرمقاله" و "مطالب اخلاقی" بیشترین خواننده را در میان پاسخ گویان دارد و "مقالات تخصصی" کمترین آنها از این حیث می باشد. از دیدگاه گروه های سنی، گروه سنی میانی (۳۰ تا ۳۹ سال)، بیشترین حجم مطالعه از مقولات (به ویژه چهار مقوله: سر مقاله، مطالب اخلاقی، آموزشی - کاربردی و گزارش های خبری) را داراست و این رابطه تا حدی طبیعی به نظر می رسد که این گروه سنی به صورت قویتری نسبت به سایر گروه های سنی "فعال" در عرصه کشاورزی محسوب می گردد.

رابطه میان مقولات نشریه با نوع استفاده هایی که از آن شده است (Q_{۲۲}:Q_{۲۳}): برای هر یک از مقولات با نوع استفاده ای که از نشریه می شود و یک جدول توافقی برای تبیین انتخاب های "مشترک" یا "مجزا" و یا "عدم انتخاب هر دو" ترسیم و آزمون کای اسکور برای سنجش رابطه میان هر یک از مقولات با نوع استفاده به عمل آورد. در نتیجه آمار حاصل به طور خلاصه در جداول ذیل مندرج می گردد:

۱- سر مقاله:

نوع استفاده	ارزش χ^2	درجه آزادی (df)	احتمال خطا	ضریب اطمینان	وجود رابطه (H _۱)	عدم وجود رابطه (H _۰)
کاربردی	۱۱/۸۸۶	۲	۰/۰۰۳	بالای ۰/۹۵	تأیید	رد
علمی	۱/۶۸۳	۲	۰/۴۳۱	بالای ۰/۹۵	رد	تأیید
اطلاعاتی - خبری	۳/۰۶۳	۲	۰/۲۱۶	بالای ۰/۹۵	رد	تأیید
سرگرمی	۰/۱۸۰	۲	۰/۹۱۴	بالای ۰/۹۵	رد	تأیید

در نتیجه از سر مقاله طنین روستا استفاده "کاربردی" می شود.

۲- مطالب اخلاقی:

نوع استفاده	ارزش χ^2	درجه آزادی (df)	احتمال خطا	ضریب اطمینان	وجود رابطه (H _۱)	عدم وجود رابطه (H _۰)
کاربردی	۰/۴۶۴	۱	۰/۴۹۶	بالای ۰/۹۵	رد	تأیید

علمی	۶/۷۰۱	۱	۰/۰۱	بالای ۹۵٪	تأیید	رد
اطلاعاتی - خبری	۱/۹۷۷	۱	۰/۱۶۰	بالای ۹۵٪	رد	تأیید
سرگرمی	۰/۴۳۲	۱	۰/۵۱۱	بالای ۹۵٪	رد	تأیید

بنابراین مطالب اخلاقی نشریه طنین روستا از جانب خوانندگان به صورت علمی استفاده می شود.

۳- مقالات تخصصی:

نوع استفاده	ارزش χ^2	درجه آزادی (df)	احتمال خطا	ضریب اطمینان	وجود رابطه (H_1)	عدم وجود رابطه (H_0)
کاربردی	۰/۲۵۵	۱	۰/۶۱۴	بالای ۹۵٪	رد	تأیید
علمی	۳۲/۵۸۶	۱	۰	بالای ۹۵٪	تأیید	رد
اطلاعاتی - خبری	۰	۱	۰/۹۸۹	بالای ۹۵٪	رد	تأیید
سرگرمی	۰/۶۱۶	۱	۰/۴۳۳	بالای ۹۵٪	رد	تأیید

نتیجه می گیریم، مقالات تخصصی این نشریه، مورد استفاده "علمی" مخاطبان قرار دارد.

۴- مطالب آموزشی - کاربردی:

نوع استفاده	ارزش χ^2	درجه آزادی (df)	احتمال خطا	ضریب اطمینان	وجود رابطه (H_1)	عدم وجود رابطه (H_0)
کاربردی	۴۳/۳۱۳	۱	۰	بالای ۹۵٪	تأیید	رد
علمی	۴/۳۰۷	۱	۰/۰۳۸	بالای ۹۵٪	تأیید	رد
اطلاعاتی - خبری	۱/۰۳۱	۱	۰/۳۱۰	بالای ۹۵٪	رد	تأیید
سرگرمی	۰/۳۵۹	۱	۰/۵۴۹	بالای ۹۵٪	رد	تأیید

بر اساس داده های حاصل از جدول فوق، میان مقالات آموزشی - کاربردی با هدف بهره برداری

"کاربردی" و همچنین "علمی" از آنها مورد استفاده قرار می گیرد.

۵- گزارش های خبری:

نوع استفاده	ارزش χ^2	درجه آزادی (df)	احتمال خطا	ضریب اطمینان	وجود رابطه (H_1)	عدم وجود رابطه (H_0)
کاربردی	۴/۵۲۳	۱	۰/۰۳۳	بالای ۹۵٪	تأیید	رد
علمی	۰/۵۷۶	۱	۰/۴۴۸	بالای ۹۵٪	رد	تأیید
اطلاعاتی - خبری	۰/۴۳۲	۱	۰/۲۶۳	بالای ۹۵٪	رد	تأیید
سرگرمی	۱/۲۵۰	۱	۰/۲۶۳	بالای ۹۵٪	رد	تأیید

طبق ضرایب و قضیه‌های به دست آمده اخیر تنها استفاده کاربردی از گزارش‌های خبری مجله "طنین روستا" به عمل آمده است و نکته جالب این که خوانندگان این مجله با وجود اینکه بعضاً از اخبار و گزارشات مجله استفاده کرده‌اند، ولی این نشریه جنبه خبری برای آنها ندارد.

بنابراین می‌توان این طور نتیجه‌گیری کرد که بر اساس تعریف، برای مخاطبان این نشریه، استفاده کاربردی این گزارشات، بیشتر از جنبه‌های خبری آن اهمیت داشته است.

۶- سرگرمی:

نوع استفاده	ارزش χ^2	درجه آزادی (df)	احتمال خطا	ضریب اطمینان	وجود رابطه (H_1)	عدم وجود رابطه (H_0)
کاربردی	۱/۲۸	۱	۰/۲۵۸	بالای ۹۵٪	رد	تأیید
علمی	۴/۱۸	۱	۰/۰۴۱	بالای ۹۵٪	تأیید	رد
اطلاعاتی - خبری	۰/۰۱۰	۱	۰/۹۱۹	بالای ۹۵٪	رد	تأیید
سرگرمی	۲۷/۳۶۶	۱	۰	بالای ۹۵٪	تأیید	رد

همانطور که از داده‌های جدول فوق ملاحظه می‌شود از مطالب سرگرم کننده نشریه هم استفاده سرگرمی شده و هم استفاده علمی. این موضوع ناشی از محتوای مطالب سرگرم کننده (مثلاً مسابقه ترویجی) نشریه می‌باشد که ظاهراً با اهداف آموزشی صورت می‌پذیرد و خوانندگان این نشریه از دانش مستتر در این بخش استفاده نموده‌اند.

در بررسی رابطه میان نوع مقولات با عدم استفاده از آنها (پاسخ "هیچ" در پرسش ب-۳) بر اساس ضرایب بدست آمده هر یک از مقولات موجود در نشریه - که ما در شش دسته تقسیم کردیم - کم و بیش مورد استفاده مخاطبان قرار داشته‌اند و هیچکدام غیر قابل استفاده نبوده‌اند.

رابطه میان هر یک از مقولات مجله با میزان رضایت پاسخ‌گویان:
از طریق آزمون کای اسکوئر، میزان ارتباط مقولات نشریه با رضایت پاسخ‌گویان مورد ارزیابی و سنجش قرار داده‌ایم. برای این کار ابتدا برای هر یک از سطوح (بسیار کم تا بسیار زیاد) نمره طبیعی ۱ تا ۵ قرار دادیم. آنگاه نتایج حاصل را در جدول ذیل خلاصه نموده‌ایم:

مقولات	ارزش χ^2	درجه آزادی (df)	احتمال خطا	ضریب اطمینان	وجود رابطه (H_1)	عدم وجود رابطه (H_0)
سر مقاله	۷/۲۴۰	۴	۰/۱۲۴	بالای ۹۵٪	رد	تأیید
مطالب اخلاقی	۹/۹۳۴	۴	۰/۰۴	بالای ۹۵٪	تأیید	رد
مقالات تخصصی	۹/۱۴۳	۴	۰/۰۵۸	بالای ۹۵٪	رد	تأیید
آموزشی - کاربردی	۲۱/۳۳۳	۴	۰	بالای ۹۵٪	تأیید	رد
گزارش‌های خبری	۲۳/۰۶۱	۴	۰	بالای ۹۵٪	تأیید	رد

در نتیجه میزان رضایت خوانندگان مجله "طنین روستا" با "سرمقاله" و همچنین "مقالات تخصصی" این نشریه ارتباط ندارد و در عوض این میزان یا محتوای "مطالب اخلاقی" و "آموزشی - کاربردی" و همچنین "گزارش‌های خبری" این نشریه وابستگی بسیار زیاد دارد.

با سنجش ارتباط میان دو آیتم "زمان آشنایی پاسخ گویان با مجله" با "میزان رضامندی آنها از مجله"، بر اساس "آزمون میانه" سهم سوابق آشنایی در رضامندی خوانندگان مشخص شده است. دلیل استفاده از "آزمون میانه" در اینجا، مستقل بودن دو جامعه آماری (پاسخ گویان سوال اول با پاسخ گویان سوال چهارم در قسمت ب). می باشد.

داده های بدست آمده به شرح ذیل می باشد:

بر اساس ضریب خطای $0/014$ و با ضریب اطمینان 95% ، میزان ارتباط میان سابقه آشنایی با مجله و میزان علاقه مندی پاسخ گویان به مجله رابطه قوی دارد ولی در جهت معکوس. [ضریب هم بستگی این دو، $0/17$ - به دست آمده است.]

Archive of SID

نتیجه گیری:

داده‌های حاصل از تحقیق حاضر از جنبه‌های مختلف قابل تحلیل و نتیجه‌گیری است و این امر بستگی به دیدگاه‌ها و منظرهای متفاوتی دارد که هر کس از جایگاه ویژه خود به این مسأله توجه می‌کند. هر کس بر اساس نیاز یا هدف خاص خود می‌تواند برداشت ویژه‌ای از این اطلاعات به دست آورد و تبیین خود را ارائه نماید.

تعریف و تجزیه و تحلیل «مخاطب» می‌تواند صورت خاصی از تبیین در این تحقیق باشد. از این دیدگاه گروه مخاطبان و نوع گروه‌های اجتماعی مشترکان نشریه مورد نظر است و کسانی که به عنوان هدف در این نشریه تعیین شده‌اند محور بررسی این مطالعه می‌باشد. آنگاه بر این اساس ترکیب جنسی، شغلی یا تحصیلی مخاطبان و یا ساختار گروهی آنها از حیث بخش‌های اقتصادی (خصوصی یا دولتی) یا... مورد نظر قرار می‌گیرد.

تحلیل محتوای نشریه از نظر کیفی و در نتیجه بررسی دقیق و عمیق مقولات و مطالب، آیتم‌ها، عناصر اطلاعاتی و ضریب نفوذ یا قابلیت اعتبار هر کدام از آنها به صورت مجزا مورد دیگر تبیین می‌تواند باشد. در این منظر آنچه که مورد نظر تحلیل‌گر قرار دارد میزان و نحوه تأثیراتی است که هر یک از موضوعات و مطالب مندرج در این نشریه در گروه‌های مخاطبان دارد و سطح اقبال و پذیرش آنها از هر یک از بخش‌های نشریه این میزان را منعکس می‌کند.

یا گونه‌های دیگری که از محتوای این داده‌ها می‌توان استخراج نمود می‌تواند مورد نظر هر محقق قرار گیرد. اما ما بر حسب اهداف ویژه این پژوهش پاسخ به سئوالات سه گانه مطروح در طرح پژوهش را سر لوحه خود قرار داده و از دیدگاه این اهداف اطلاعات موجود را مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌دهیم:

۱- سنجش میزان اثربخشی مجله در میان مخاطبین

همانطور که در بخش آمار توصیفی و آمار استنباطی ملاحظه شد اغلب پاسخ‌گویان به استفاده‌ی گوناگونی که از یک نشریه می‌توان انتظار داشت اذعان نموده و بلااستثناء وجود نشریه را برای خود و جامعه تولیدکنندگان و بهره‌برداران کشاورزی مفید ارزیابی نموده‌اند. این امر در نحوه استفاده پاسخ‌گویان از مقولات و مندرجات نشریه نیز قابل دریافت است زیرا تقریباً تمام مقولات این نشریه نوعاً استفاده کاربردی و یا علمی برای آنها دارد و این یعنی اثربخشی مجله در میان مخاطبین قابل توجه و اطمینان است.

به بیان دیگر جامعه نمونه آماری هر یک از بخش‌های نشریه را کم و بیش مورد توجه و لازم تشخیص داده‌اند و تمام قسمت‌ها را به نوعی رافع بخش از نیازهای اطلاعات خود دانسته‌اند (به آمار استنباطی پوشش ۳-ب مراجعه شود). البته نوع استفاده پاسخ‌گویان از نشریه متفاوت بوده، برخی از آن بیشتر استفاده کاربردی نموده‌اند و برخی استفاده اطلاعاتی و خبری و برخی هم استفاده علمی داشته‌اند و گروهی نیز از سرگرمی‌های نشریه بهره برده‌اند و هیچکدام از مقولات غیر قابل استفاده نبوده‌اند. (مراجعه شود به آمار استنباطی $Q22 \times Q23$)

۲- سنجش بازخورد مخاطبان نسبت به محتوای مجله

با نگاهی به داده‌های حاصل از این تحقیق معلوم می‌شود دسته‌بندی مقولات از نظر درجه به ترتیب: ۱- سرمقاله، ۲- مطالب اخلاقی و ۳- گزارش‌های خبری، در اولویت مطالعه قرار گرفته و پس از آنها ۴- «آموزش‌های کاربردی» و ۵- «سرگرمی» و در آخر ۶- «مقالات تخصصی» قرار دارند.

از حیث رضایت نیز بخش‌های سرگرمی و گزارش‌های خبری جذاب‌ترین بخش‌های مجله برای مخاطبین بوده‌اند و این امر در هدایت گردانندگان نشریه (ارتباط گران^{۱۱}) برای ارتقاء سطح مطلوبیت نشریه می‌تواند راه‌گشا باشد. از این طریق که قالب‌های ارائه مطالب علمی و آموزشی در ظاهر سرگرمی (نظیر مسابقات و...) و یا اطلاعات و اخبار (گزارش‌های مستند) می‌تواند نفوذ بیشتری در میان مخاطبین داشته باشد. پس بر این اساس به دست اندرکاران نشریه توصیه می‌شود تا مطالب کاربردی و علمی خود را در قالب‌های مطلوب‌تری که جنبه سرگرمی و جذابیت بیشتری داشته باشد ارائه نمایند. از جمله تکنیک‌های لازم می‌توان جذابیت‌هایی به صورت عکس و تفصیلات رنگی و تبیین روایی، تاریخی در نگارش مقالات را می‌توان پیشنهاد کرد.

۳- سنجش نیاز روستائیان از محتوای مجله

آنطور که پاسخ‌گویان اظهار نموده‌اند محتوای کنونی مجله مورد استفاده و تأمین‌کننده بخشی از نیازهای آنها می‌باشد اما موارد خاصی نیز برای عرضه در نشریه از جانب آنها پیشنهاد شده که قابل استفاده می‌باشد. اولاً از

^{۱۱}- Communicators

نظر فرم نشریه نه «قطع و ظاهر» آن و نه دوره نشر یا تیراژ مورد انتقاد و تجدیدنظر از جانب آنها نمی باشد. اما بعضاً وجود تصاویر رنگی و اطلاعات تصویری مورد نظر پاسخ گویان بوده است.

بنابراین پیشنهاد می شود این مجله برای امور صفحه آرایی با استفاده از شیوه های مدرن مقبولیت بیشتری برای جذب مخاطبان به دست آورد.

و از نظر محتوا از درج مقالات خیلی تخصصی اجتناب شود و مطالب علمی و آموزشی و یا کاربردی هم در حد امکان با زبان ساده و به کمک تکنیک های مختلف آموزش سهل الهضم و جذاب تر ارائه شود.

و در خاتمه لازم به ذکر است پویایی و حفظ اهمیت و تأثیرگذاری هر نشریه به ویژه این نوع نشریات در بازمینی و کنترل مداوم دسته روند جاری از طریق بررسی آراء و نظریات مخاطبین حاصل خواهد شد.

«در طول اجرای فعالیت های ارتباطی، کنترل و ارزیابی مداوم ضروری است. کارآیی سیستم توزیع (نشر) باید کنترل شود. ممکن است فعالیت های ارتباطی دارای تأثیر مطلوب نباشند و سوء تفاهم به وجود آید. در این صورت طراحی و مواد مورد استفاده برای رساندن پیام باید طبق نیازهایی که با کنترل و ارزیابی مداوم مشخص شده است، مورد تجدیدنظر قرار گیرد.

اگر لازم باشد، باید این کار تا زمانی که روش برخورد و مواد به طور کلی درک و فهمیده شود، تکرار شود». (بورن: ۱۳۷۹: صص ۲۴۷ - ۲۴۶)

به امید موفقیت دست اندرکاران این نشریه و گسترش رفاه و عدالت در سطح همه طبقات و اقشار جامعه اسلامی ایران.

فهرست منابع

- ۱- مصطفی ازکیا - «جامعه شناسی توسعه» - نشر کلمه: ۱۳۸۰.
 - ۲- آد. بورن، «بعد فرهنگی ارتباطات برای توسعه»، ترجمه: مهرسیما فلسفی، نشر: مرکز تحقیقات و مطالعات و سنجش برنامه‌های صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، تهران، ۱۳۷۹.
 - ۳- اورت. ام. راجرز و اف. فلویید شومیکر. «رسانش نوآوری‌ها» ترجمه: عزت‌اله کرمی و ابوطالب فنایی، شیراز، دانشگاه شیراز: ۱۳۷۶.
 - ۴- عبدالعظیم آجیلی، «بررسی ابعاد آموزش و کارایی ترویجی مجله»، پایان نامه دانشنامه مدرسی در رشته ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ۱۳۷۰.
 - ۵- عزت‌اله سام آرام، «میزان بهره‌مندی روستائیان ایران از رسانه‌های جمعی با تکیه بر مطبوعات»، انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها
 - ۶- بورتون. ئی. سوانسون و دیگران، ترجمه: اصغر باقری و توحید صیامی، ناشر: انتشارات باغ اندیشه، اردبیل، ۱۳۸۱.
 - ۷- اسماعیل شهبازی، «توسعه و ترویج روستایی»، ناشر: مؤسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران، زمستان ۱۳۵۷.
 - ۸- کاظم معتمدنژاد، «سیری در مطالعات ارتباطی»، مقدمه کتاب «ارتباط شناسی»، تألیف مهدی محسنیان راد، تهران، انتشارات سیروس: ۱۳۷۸.
 - ۹- مهدی محسنیان راد، «ارتباط جمعی و توسعه روستائی»، تهران، معاونت ترویج و مشارکت مردمی وزارت جهاد سازندگی: ۱۳۷۴.
 - ۱۰- کریم نعمتی اقدم، «بررسی نقش ارتباطات در اشاعه نوآوریهای کشاورزی در ایران» پایان نامه فوق لیسانس در رشته علوم ارتباطات اجتماعی، تهران، دانشگاه علامه طباطبائی (ره): ۱۳۸۲.
- ۱۱- Ansah, Paul, Faul cheriff et al, Rural Journalism in Africa. Reports and papers on mass communication, No, ۸۸. Pariss: UNESCO: ۱۹۸۱.

۱۲- UNESCO, To reach the village, Unesco ar Rural: ۱۹۷۴.

Archive of SID