

# بررسی تطبیقی محتوای مجله جهاد روستا با مجله آرمانی جوانان روستا

حبیب... افزونی\* - کارشناس ارشد ترویج و توسعه روستایی



## چکیده

پژوهش حاضر، با هدف بررسی تطبیقی محتوای مجله جهاد روستا با «مجله آرمانی جوانان روستا» انجام گرفته است. ابزار مورد استفاده برای جمع آوری داده‌های این پژوهش یک پرسشنامه با ۲۷ گویه بود. علاوه بر آن، از روش تحلیل محتوا نیز برای بررسی مجلات از جنبه‌های مختلف استفاده شد. جامعه آماری پژوهش تمامی مخاطبان مجله جهاد روستا است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز از آمارهای توصیفی مانند فراوانی، درصد، میانگین و آمار استنباطی مانند «خی دو» استفاده شد. نتایج بدست آمده از این پژوهش در مورد دیدگاه‌های مخاطبان درباره محتوای آرمانی مجله -جهاد روستا نشان می‌دهد که پاسخ‌دهندگان مطلب مربوط به دین و مذهب را به عنوان اولویت اول خود در نظر گرفته‌اند. طبق این پژوهش مطالعه مطالب مربوط به بهداشت و سلامتی در اولویت دوم قرار گرفته است. سومین و چهارمین اولویت مطالب از دیدگاه مخاطبان به ترتیب مربوط به مطالبی در زمینه آداب معاشرت با مردم و مطالب مربوط به خانواده است. نتایج این پژوهش در بخش تحلیل محتوا نیز نشان می‌دهد؛ مجله جهاد روستا در ارائه بیشتر از قالب مقاله استفاده می‌کند. بعد از آن، گزارش در رتبه دوم قرار گرفته است. (۴۱٪ درصد) از محتوای مجله جهاد روستا از نوع مطالب آموزش دهنده، (۳۳٪/۴۹ درصد) از نوع مطالب آگاه‌کننده و (۱۶٪/۳۱ درصد) نیز از نوع مطالب سرگرم‌کننده است. از لحاظ

موضوع پنج اولویت اول مجله جهاد روستا به ترتیب مربوط به موضوع آموزش و ترویج (۱۹۲ درصد)، فرهنگ و هنر با (۹۲۰ درصد)، بهداشت و تغذیه با (۸۶۸ درصد)، آب و خاک با (۱۸۳ درصد) و کشاورزی و منابع طبیعی با (۷۱۲۰ درصد) است. در ارتباط با شیوه ارائه محتوای مجله (۷۲/۴۹ درصد) به محتوای نوشتاری و (۲۷/۵۰ درصد) به محتوای تصویری اختصاص یافته است. در میان تصاویر نیز عکس، (۲۳/۹۷ درصد) دارای بیشترین حجم است.

واژه‌های کلیدی: ارتباطات، مجله، روستا، رسانه، مخاطبان

#### مقدمه

اصولاً مبادله اطلاعات و اخبار و اندیشه‌ها برای افراد انسانی از ضروریات زندگی اجتماعی - اقتصادی است. این مبادله و ارتباط مستلزم وسایل و امکانات خاصی است که انسان‌ها بتوانند با کمک آن پیام‌ها و اطلاعات جدید را فراگیرند، تا با محیط زندگی اجتماعی - اقتصادی خود هر چه بیشتر آشنا شوند و خود را با آن هماهنگ نمایند و یا برای بهبود وضعیت خود اقدام کنند. امروزه پیشرفت وسایل ارتباط جمعی و توسعه شرایط اجتماعی - اقتصادی جوامع مدیون وسایل ارتباطی است و یکی از این وسایل ارتباطی، که نقش سازنده و مطمئن در پیشرفت جوامع انسانی داشته است، مجلات و نشریات نوشتاری است. از طرف دیگر نظام اجتماعی - اقتصادی کشور و همچنین سیاست‌گذاری‌ها و خط‌مشی دولت و مسئولان نظام بر آن قرار گرفته است که برای رشد و توسعه کشور، باید توجه را معطوف توسعه روستاها کرد. اما از آنجایی که مشکلات عمده جوامع روستایی قبل از اینکه اقتصادی باشند، فرهنگی و اجتماعی است و رشد فرهنگی و اجتماعی، بخصوص در جوامع روستایی زمینه توسعه اقتصادی - اجتماعی است و بنابراین عدم توجه به مسائل فرهنگی و اجتماعی، پیشرفت چندانی در زمینه توسعه اقتصادی و اجتماعی در سطح روستا حاصل نخواهد شد. در این راستا، نقش مطبوعاتی که مخاطبان روستایی دارند، در ایجاد تحول و رشد فرهنگی جوامع روستایی و آموزش و ترویج کشاورزی انکارناپذیر است. از میان مجله‌های یاد شده می‌توان به مجله «جهاد روستا» اشاره کرد که از طریق آن دستاوردهای آموزشی - ترویجی، علمی و فنی جدید در اختیار جوانان روستایی (مخاطبان) قرار می‌گیرد. اما از آنجایی که مخاطبان مجله «جهاد روستا»، خود دارای خصوصیات و ویژگی‌های بارزی می‌باشند و از طرفی دست‌اندرکاران مجله کمتر آفاق روشنی نسبت به مخاطبان مجله دارند، همچنین برای آنها مشخص نیست که قالب‌ها و مطالب ارائه شده در مجله تا چه اندازه خواست و نیازهای جوانان روستایی را برآورده می‌کند، و از طرف دیگر مطالب ارائه شده در مجله تا چه اندازه

برای جوانان روستایی مفید بوده و کاربرد عملی داشته است. و یا اینکه زبان نوشتاری مجله به چه میزان رسا و مورد استفاده مخاطبان بوده است و تا چه اندازه از مطالب آموزشی-ترویجی آن بهره گرفته اند؟ بنابراین توجه به امکانات و نیروی انسانی و همچنین هزینه هایی که برای تهیه و انتشار و توزیع مجله صرف می شود، لازم است با عنایت به موارد پیشگفته، ارزیابی نسبت به کم و کیف مطالب این مجله صورت گیرد تا با استفاده از اطلاعات و یافته های بدست آمده بتوان در جهت ارتقاء سطح کیفیت مطالب مجله و همچنین رفع نقاط ضعف و تقویت نقاط مثبت آن گام های اساسی برداشت و به مجله ای دست یافت که مورد نیاز مخاطبان باشد. همچنین امکانات و دست اندر کاران مجله به جهتی مفید سوق داده شوند تا در نهایت بتوان به رهیافتی مناسب و مطلوب در جهت حصول به اهداف مورد نظر سود جست.

### مروری بر پیشینه تاریخی مجله «جهاد روستا»

در مرداد ماه سال ۱۳۵۹ در کمیته فرهنگی جهاد سازندگی سابق، نخستین شماره مجله «جهاد روستا» به عنوان اولین نشریه سراسری روستاییان، با هدف ابلاغ پیام های انقلاب اسلامی و جهاد سازندگی سابق به روستاهای سراسر کشور و افزایش دانش، بینش و آگاهی روستاییان منتشر شد. در آن زمان جهاد روستا در قطع نصف روزنامه و با همان کیفیت، هر دو هفته یک بار در هشت صفحه منتشر می شد. استقبال شدید روستاییان و حجم زیاد مطالب سبب شد تا پس از ۱۰ شماره، نشریه به صورت هفتگی و از شماره ۶۰ به بعد در ۱۶ صفحه ادامه حیات دهد. پس از این مرحله، به تدریج این اندیشه در گردانندگان نشریه شکل گرفت که برای افزایش کیفیت و جذابیت آن، جهاد روستا را در قالب یک مجله به خوانندگان خود عرضه کنند. این فکر در مهر ماه سال ۱۳۶۲، با انتشار یکصد و چهل و پنجمین شماره جهاد روستا به مرحله عمل درآمد و فاصله زمانی انتشار آن به دو هفته یکبار افزایش یافت. (آجیلی ۱۳۷۰) تصویب اساسنامه جهاد سازندگی سابق در مجلس شورای اسلامی در اواخر سال ۱۳۶۲ و تشکیل وزارت جهاد سازندگی سابق، محدودیت هایی را در وظایف و اختیارات این وزارتخانه سبب شد که از جمله مهمترین آنها انتزاع بخش فرهنگی از جهاد سازندگی سابق بود. این امر، سرمنشأ ایجاد تحولی در مجله جهاد روستا نیز شد. چرا که مطابق قانون محتوای این مجله باید در چارچوب وظایف وزارتخانه تنظیم می گردید و لذا مجله جهاد روستا از یک نشریه سیاسی-فرهنگی به یک نشریه آموزشی-ترویجی تغییر رویه داد. آخرین تغییر دوره ای مجله نیز از شماره ۲۵۵ در سال ۱۳۶۷ بر آن اعمال شد و از آن زمان تاکنون جهاد روستا به صورت ماهانه به دست خوانندگان خود رسیده است. به طور خلاصه می توان گفت که جهاد روستا امروز از سه مشخصه کلی برخوردار است: اول آن که یک مجله روستایی است. دوم آن که مجله ای برای جوانان روستایی است و سوم آن که در چارچوب اهداف و وظایف وزارت جهاد کشاورزی به تنظیم مطالب خود برای این قشر خاص می پردازد.

### چارچوب نظری تحقیق

با توجه به این که بسیاری از رسانه ها و مجراهایی که برنامه ریزان ارتباطات به کار می گیرند از نوع ارتباطات جمعی (از جمله مجله) هستند، لذا ابزارها، نظریه ها و مفاهیم و الگوهایی که برنامه ریزان و

محققین به کار می‌برند نتیجه پژوهش در باب ارتباطات جمعی است. ارتباطات جمعی، نظریه‌هایی را مورد بحث قرار می‌دهد که از «قاعده هارولد لاسول» (۱۹۴۸) پیروی می‌کند، به این صورت که چه کسی از چه چیزی در چه مجرای با چه کسی و با چه تأثیری سخن می‌گوید؟ به این ترتیب در ارتباطات جمعی نظریه‌های مورد بحث قرار می‌گیرند که با عناصر زیر در ارتباط باشند:

### ارتباط‌گر - فرستنده - رسانه - پیام - گیرنده - اثرات

ارتباط‌گر، بخشی از ساختارهای ارتباطی و ساختارهای اجتماع محلی، اداری یا سازمانی است که با انتخاب یک رسانه، پیامی را که ارتباط‌گر و مخاطب در آن اشتراک نظر دارند با تغییر اثرات از پیش تعیین شده به گیرندگان و ارباب رجوع بالقوه خود منتقل می‌کند. با توجه به محتوای تحقیق حاضر، آنچه که خود را بیش از بقیه عناصر نمود می‌دهد، پیام‌ها و محتوای پیام‌هایی است که یک ساختار سازمانی تمایل دارد در اختیار ارباب رجوع بالقوه خود (روستاییان و جوانان روستایی) قرار دهد. در الگوها ارتباط جمعی، پیام به نوعی، مکانی را بین فرستنده و گیرنده اشغال می‌کند. در برخی از الگوها، پیام چنان ترسیم شده است که گویی وجودی فی‌نفسه دارد و مجزا از فرستنده و گیرنده است. این امر، تا حدودی گمراه‌کننده است، چرا که پیام بخشی از فرستنده است که آن را تولید می‌کند، و نیز بخشی از گیرنده است که با گرفتن پیام، آن را درونی و به درجاتی کم یا زیاد، بازسازی می‌کند. محققانی که ارتباطات جمعی را مطالعه می‌کنند، بر تحلیل محتوای کمی و کیفی پیام تکیه می‌کنند. به اعتقاد استم پل<sup>۱</sup> (۱۹۸۹) چنین تحلیل‌هایی می‌توانند مطالب زیادی را درباره ارتباط واقعی آشکار کنند. از جمله: درک ارتباط‌گر از واقعیت؛ واقعیتی که در رسانه‌ها به تصویر کشیده می‌شود اغلب تا حد زیادی، با واقعیت عینی و آشنای پیرامون ما فرق دارد. ساختن قالب‌های کلیشه‌ای در مورد گروه‌های اجتماعی و منابع و مطالب مورد نیاز آنها، اغلب سبب تولید پیام‌هایی می‌شوند که مورد انتظار مخاطبان نیست. به هر حال تحلیل محتوا از سرمقاله‌ها، آگهی‌ها، تبلیغات، اخبار و نوشته‌ها در یک مجله و مقایسه آن با خواست‌های آرمانی مخاطبان، برنامه ریزان ارتباطی را از نحوه برخورد مخاطبان با آن و پیش‌بینی اثرات آن یاری خواهد داد. سون ویندال و همکاران<sup>۲</sup> (۱۹۹۲) به نقل از شنک (۱۹۸۷)، تحلیل محتوا را وسیله مناسبی برای تعیین و تبیین ضعف مواد و مصالح پیکار ارتباطی می‌دانند. وی اعتقاد دارد تحلیل محتوای می‌تواند به پرسش‌هایی مانند آنچه که در زیر می‌آید پاسخ دهد. ۱- آیا متن یکدست است یا متناقض؟ ۲- آیا متن خواناست؟ ۳- آیا متن ارزش‌ها و زبان گروه‌های اجتماعی هدف را منعکس می‌کند؟ ۴- آیا گروه‌های اجتماعی مختلف به طور همزمان مورد مخاطب قرار گرفته‌اند؟ ۵- آیا مطالب مورد نظر و درخواست مخاطبان بوده است؟

توجه روزافزون به نشانه‌شناسی<sup>۳</sup> و ساخت‌گرایی در پژوهش‌های ارتباط جمعی ابزارهای تازه و باارزشی را برای بررسی پیام به عنوان پیام پدید آورده است. به اعتقاد فرای و فرای<sup>۴</sup> (۱۹۸۶) این رویکرد بر این اندیشه استوار است که: «قبل از آنکه پیام اثری داشته باشد (صرف نظر از تعریف

اثر)، باید «نیازی» را برآورده کند یا به «کاری» آید. با این تفاسیر، به نظر می‌رسد یکی از پیش نیازهای ارتباط موثر این است که مخاطب پیام‌ها را بفهمد و تحقیق درباره درک پیام، تعامل پیچیده‌ای را میان پیام و پیام‌گیر نشان می‌دهد. ویندال و همکاران (۱۹۹۲) به نقل از فیندال و هوی جر (۱۹۸۴) در بحث درباره درک محتوای رسانه‌های گروهی، یادآوری می‌کند که ویژگی‌هایی مانند جنس، سن، شغل و آموزش، شرایط آگاهی از واقعیت را معنی می‌کنند. البته، تنها عوامل مربوط به گیرنده نیستند که بر فهم و درک پیام‌ها تأثیر می‌گذارند، بلکه عوامل مربوط به پیام از جمله تازگی اطلاعات، رضایت بخش بودن اطلاعات و مبتنی بر نیاز بودن پیام‌ها هم بر میزان درک و رضایت‌مندی از رسانه تأثیر می‌گذارد. ویندال و همکاران (۱۹۹۲) استدلال‌های سودمندی را مورد توجه برنامه‌ریزان ارتباطی قرار داده است که برای محققان ارتباطی نیز می‌تواند موثر باشند، شامل:

- پیام‌ها باید آگاهی بخش باشند، یعنی واجد محتوایی باشند که قبلاً نامعلوم بوده است، در غیر این صورت گیرنده از روی ملامت و بی‌اعتنایی با آن روبه‌رو می‌شود.  
- اطلاعاتی که فهمیده می‌شوند، لزوماً جالب نیستند.

- اگر برنامه‌ریز ارتباطی، مخاطب را خوب بشناسد می‌تواند تشخیص دهد متن در کجا برای مخاطب ملال‌انگیز یا پیچیده می‌شود.

- می‌توان با تهیه پیام‌هایی که اطلاعات بهتری در آنها است، گیرندگان را ترغیب کرد که بیش از حد معمول به متن توجه کنند.

سوالاتی که در این مطالعه و بررسی مطرح است بدین قرار است:

- ۱- ویژگی‌های فردی و اجتماعی مخاطبان مجله جهاد روستا کدامند؟
- ۲- میزان علاقه مخاطبان به هر کدام از بخش‌های مجله جهاد روستا چقدر است؟
- ۳- محتوای مجله جهاد روستا شامل چه موضوعاتی است؟
- ۴- مجله آرمانی مخاطبان شامل چه موضوعاتی است؟
- ۵- آیا بین محتوای مطالب ارائه شده در مجله روستا و مجله آرمانی مخاطبان تطابقی وجود دارد؟

## اهداف تحقیق

### الف - هدف کلی :

هدف کلی تحقیق عبارت است از: «بررسی تطبیقی محتوای مجله جهاد روستا با مجله آرمانی جوانان روستا»

### ب - اهداف اختصاصی

- شناخت ویژگی‌های فردی، اجتماعی جوانان روستایی (مخاطبان مجله جهاد روستا)
- بررسی میزان علاقه مخاطبان به هر کدام از بخش‌های مجله جهاد روستا.
- بررسی محتوای بخش‌های گوناگون مجله جهاد روستا از نظر ساختار موضوعی و قالب ارائه که شامل: مقاله، خبر، گزارش‌های خبری، داستان، پرسش و پاسخ، گفتگو و... است.

## روش پژوهش

در انجام پژوهش حاضر از روش پژوهش پیمایشی استفاده شده است. این پژوهش از نظر هدف جزئی از پژوهش‌های کاربردی به شمار می‌رود. همچنین از نظر نحوه جمع‌آوری داده‌ها جزو پژوهش‌های توصیفی (غیرآزمایشی) محسوب می‌شود. روش پژوهش پیمایشی برای بررسی توزیع ویژگی‌های جامعه آماری استفاده می‌شود. از این روش می‌توان برای پاسخ دادن به سوال‌های پژوهشی از نوع زیر استفاده کرد:

- ماهیت شرایط موجود چگونه است؟

- چه رابطه‌ای میان رویدادها وجود دارد؟

- وضعیت موجود چگونه است؟

از آنجا که معمولاً بررسی تمام جامعه آماری برای مشخص کردن ویژگی‌های آن جامعه ممکن نیست، به ناچار باید از نمونه‌گیری استفاده کرد. در روش پیمایشی با استفاده از شیوه‌های نمونه‌گیری مناسب می‌توان نتایج به دست آمده از نمونه آماری را به کل جامعه تعمیم داد و نیازی نیست که پژوهشگر تمام جامعه آماری را یک به یک بررسی کند. پژوهش پیمایشی از نظر بزرگی و گال به سه دسته مقطعی، طولی و دلفی تقسیم می‌شود (سرمد، ۱۳۷۸)، که در پژوهش حاضر از روش مقطعی استفاده شده است. در روش مقطعی گردآوری داده‌ها در باره یک یا چند صفت در یک مقطع از زمان، از طریق نمونه‌گیری از جامعه انجام می‌شود. این گونه پژوهش به توصیف جامعه بر اساس یک یا چند متغیر می‌پردازد. برای بررسی محتوای مجله‌های منتشر شده طی یک سال از روش تحلیل محتوا استفاده شد. روش «تحلیل محتوا» مناسب‌ترین روش برای شناخت نسبتاً دقیق محتوای مجله جهاد روستا به شمار می‌رود. تحلیل محتوا<sup>۱</sup> به صورت یک روش مدون، نخستین بار توسط برنارد برلسون<sup>۲</sup> در سال ۱۹۵۲ ارائه شد. او در تعریفی که برای این روش ارائه داد از صفاتی چون «عینیت<sup>۳</sup>»، «سیستماتیک<sup>۴</sup>» و «کمیت<sup>۵</sup>» استفاده کرد و تحلیل محتوا را یک روش تحقیق برای توصیف عینی، سیستماتیک و کمی از تجلی<sup>۶</sup> محتوای ارتباطات تعریف کرد. (Bertson, ۱۹۵۲) برای تعیین سطح خوانایی مجلات از روش «مک لافلین» استفاده شد. برای تعیین سطح خوانایی به روش مک لافلین، به صورت زیر عمل می‌کنیم:

۱- ده جمله متوالی از ابتدا، ده جمله متوالی از وسط و ده جمله متوالی از انتهای یک مطلب انتخاب می‌شود.

۲- در این نمونه ۳۰ جمله‌ای، تمام کلمات دارای سه هجا یا بیشتر شمارش می‌شود.

۳- جمع کلمات چندهجایی را به دست آورده و سپس جذر آن محاسبه می‌شود. هر گاه این عدد جذر کاملی به دست نداد، نزدیک‌ترین عدد به آن که دارای جذر کامل است، انتخاب می‌شود. برای مثال: اگر مجموع کلمات چندهجایی ۶۱ باشد. نزدیک‌ترین عددی که جذر کامل به دست می‌دهد ۶۴ است که جذر آن ۸ می‌شود.

۴- اگر عدد ۳ به جذر به دست آمده اضافه شود، عدد به دست آمده توانایی خواندن خواننده مطلب را از نظر سطح کلاسی که باید در آن قرار داشته باشد، تعیین می‌کند.

جدول شماره ۱- مشخصات کتابشناختی مجله جهاد روستا

ردیف	ناشر و محل انتشار	شماره	سال انتشار	زمان انتشار	تعداد صفحات
۱	وزارت جهاد کشاورزی، معاونت ترویج و نظام بهره‌برداری گروه رسانه‌های ترویجی (تهران)	۴۰۹	۲۲	اسفند ۱۳۸۰	۴۸
۲		۴۱۰	۲۲	فروردین ۱۳۸۱	۴۸
۳		۴۱۱	۲۲	اردیبهشت ۱۳۸۱	۴۸
۴		۴۱۲	۲۲	خرداد ۱۳۸۱	۴۸
۵		۴۱۳	۲۲	تیر ۱۳۸۱	۴۸
۶		۴۱۴	۲۳	مرداد ۱۳۸۱	۴۸
۷		۴۱۵	۲۳	شهریور ۱۳۸۱	۴۸
۸		۴۱۶	۲۳	مهر ۱۳۸۱	۴۸
۹		۴۱۷	۲۳	آبان ۱۳۸۱	۴۸
۱۰		۴۱۸	۲۳	آذر ۱۳۸۱	۴۸
۱۱		۴۱۹	۲۳	دی ۱۳۸۱	۴۸
۱۲		۴۲۰	۲۳	بهمن ۱۳۸۱	۴۸

(منبع: یافته‌های تحقیق)

جامعه و نمونه آماری پژوهش دانشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
در بخش پیمایش جامعه آماری پژوهش حاضر تمامی مخاطبان مجله جهاد روستا است. در این پژوهش کل جامعه آماری به عنوان نمونه در نظر گرفته شد و به همه آنها پرسشنامه ارسال شد که ۴۱۰ نفر از آنها پرسشنامه ارسال شده را تکمیل و عودت دادند که به عنوان نمونه آماری مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

در بخش تحلیل محتوا جامعه آماری ۱۲ شماره مجله جهاد روستا منتشر شده از اسفند ۱۳۸۰ تا بهمن ماه ۱۳۸۱ است که همه آنها به عنوان نمونه آماری مورد تحلیل قرار گرفتند. مشخصات کتابشناختی شماره‌های مورد بررسی در جدول شماره یک آمده است.

### روش و ابزار جمع‌آوری داده‌ها

برای جمع‌آوری داده‌های پژوهش حاضر در بخش پیمایش از یک پرسشنامه به عنوان ابزار پژوهش استفاده شد. پرسشنامه‌ها همراه با مجله جهاد روستا برای مخاطبان از طریق پست جواب قبول ارسال و از آنان خواسته شد، پس از تکمیل پرسشنامه آن را به دفتر مجله ارسال کنند. برای تشویق و ترغیب

مخاطبان به پاسخگویی و نیز تسهیل ارسال توسط آنان، پرسشنامه‌ها را براساس قراردادی با اداره پست منطقه ۱۴ تهران به صورت جواب قبول ارسال شد. در این وضعیت، مخاطبان نیازی به پرداخت هزینه پستی ندارند و نشانی مجله نیز روی برگه چاپ شده است. در پرسشنامه ۲۷ گویه مطرح شد. از پاسخ دهندگان خواسته شد که میزان گرایش خود را به هر یک از گویه‌ها، با انتخاب یکی از گزینه‌ها مشخص سازند. برای محاسبه میانگین پاسخ‌های پاسخ‌دهندگان، مقیاس ترتیبی استفاده شده در پرسشنامه، با دادن امتیازهای از صفر تا ۳ به مقیاس فاصله‌ای تبدیل شد. برای تعیین گویه‌های مطرح شده در پرسشنامه ابتدا با توجه به مشورت‌های انجام شده با کارشناسان و دست‌اندرکاران مسائل آموزشی - ترویجی، موضوعات محوری و اساسی که در برنامه‌های آموزشی و ترویجی مورد توجه قرار دارند، استخراج گردید. سپس موضوعات یاد شده طبقه‌بندی شده که در نهایت تمامی موضوعات در ۲۷ دسته تنظیم و در قالب گویه‌های لازم تدوین و در پرسشنامه گنجانیده شود. همچنین در پرسشنامه محلی در نظر گرفته شد و از پاسخ‌دهندگان خواسته شد موضوعاتی را که دوست دارند علاوه بر گویه‌های مطرح شده در پرسشنامه، در مجله چاپ شده بنویسند.

با توجه به یافته‌های مطالعه حاضر در تعداد پرسشنامه‌هایی که از استان‌های مختلف اصل شده است، تفاوت‌های قابل‌تأملی مشاهده می‌شود. در حالی که از استان خراسان ۷۱ پرسشنامه اصل شده است؛ اما از سه استان گیلان، قزوین و هرمزگان هیچ پرسشنامه‌ای اصل نشده است و از بعضی استان‌ها نیز پرسشنامه‌های کمی رسیده است که در این میان استان‌های قم و کردستان با ۲ و ۱ پرسشنامه در پایین‌ترین رتبه قرار دارند. تفاوت‌های چشمگیر در بین استان‌ها از لحاظ بازپس‌فرستادن پرسشنامه‌ها، می‌تواند دو علت داشته باشد: دلیل اول، را می‌توان در تمایل نداشتن پاسخ‌دهندگان به پاسخ دادن و ارسال پرسشنامه جست و جو کرد که این امر ممکن است ناشی از علت‌هایی نظیر نبود فرهنگ همکاری و مشارکت، یا عدم دسترسی به پست و ... باشد. دلیل دوم، عدم ارسال پرسشنامه از بعضی استان‌ها را می‌توان به توزیع نامناسب مجله در بعضی از استان‌ها نسبت داد، که قضاوت دقیق در این مورد، نیاز به بررسی‌های بیشتر دارد. در بخش بررسی مجلات، آنها از لحاظ محتوا، ساختار، مشارکت مخاطبان و قالب ارائه محتوا به شرح زیر مورد بررسی قرار گرفتند:

### ۱- تحلیل ساختاری مجلات

اصولاً برای بررسی و تحلیل ساختار نشریات آیتم‌های گوناگونی در اختیار است. در این تحقیق برای تحلیل ساختاری مجلات جهاد روستا از آیتم‌های زیر استفاده شده است:

- ۱- تحلیل تصاویر جلد (چهار صفحه جلد) ۲- تحلیل ساختار صفحات مجله ۳- تحلیل زبان و خط نگارش ۴- تحلیل زبان تصویری (ترکیب و هماهنگی تصاویر در صفحات مجلات) ۵- تحلیل بررسی کمی مطالب ۶- تعیین سطح خوانایی مطالب (به روش مک لافلین)

### ۲- تحلیل موضوعی محتوای مجلات

در این بخش از تحقیق، مطالب نشریات مورد بررسی از ابعاد موضوع از جمله، کشاورزی، منابع



طبیعی، دامداری، صنایع دستی، اشتغال و امثال آن مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته است.

### ۳- تحلیل مشارکت مخاطبان

در این بخش، محتوای مجلات جهاد روستا از دیدگاه میزان مشارکت مخاطبان در تدوین مطالب مجلات مورد بررسی قرار گرفته است.

### ۴- تحلیل قالب ارائه محتوا

برای بررسی شکل (قالب) ارائه مطالب، از الگوی استفاده شده در مقاله‌های «محسنیان راد»، در پژوهش بررسی مطبوعات روستایی استفاده شد. بر اساس این الگو، مطالب (محتوا) در چهار شکل زیر دسته‌بندی شده‌اند: ۱- مطالب آگاه‌کننده (خبر، اطلاعیه، گزارش، مصاحبه، ارائه عملکرد) ۲- مطالب آموزش‌دهنده (پیام‌های آموزشی - ترویجی، پیام‌های مذهبی، مقاله) ۳- مطالب سرگرم‌کننده (شعر، جدول، طنز و شوخی، ضرب‌المثل، مسابقه، داستان) ۴- سایر مطالب (پاسخ به نامه‌ها و ...). به طور کلی در این بررسی محتوایی، از صفحه به عنوان واحد اندازه‌گیری استفاده شده است و عناصر تحلیل محتوا از دو دیدگاه اصلی «روزنامه‌نگاری» و «اصول طراحی و تولید رسانه‌های چاپی آموزشی - ترویجی» انتخاب شده، مورد توجه قرار گرفته است. برای تحلیل محتوا پس از تعریف و طبقه‌بندی مقولات، فرم‌هایی تهیه شده و در اختیار کدگذاران قرار گرفت. پس از کدگذاری اطلاعات فرم‌ها جمع‌بندی و به صورت جداول مختلف تدوین شد.

### روایی و پایایی پرسشنامه

برای بالا بردن روایی صوری پرسشنامه، محتوای پرسشنامه توسط چند تن از کارشناسان ارشد، مورد بررسی قرار گرفت و اصلاحات و بازبینی‌های لازم انجام شد. برای بررسی پایایی پرسشنامه نیز از روش آلفای کراباخ استفاده شد که ضریب آلفا برابر ۰/۹۸ به دست آمد. برای تعیین پایایی تحلیل محتوا، نمونه مورد نظر در اختیار سه کدگذار قرار گرفت و کدگذاران هر کدام به طور مستقل متن مورد نظر را کدگذاری کردند. برای محاسبه ضریب پایایی بین کدگذاران از فرمول زیر استفاده شد:

$$\frac{\text{تعداد واحدهایی که در یک طبقه کدگذاری شده‌اند}}{\text{مجموع کل تعداد واحدهای کدگذاری شده}} - \text{ضریب پایایی}$$

پس از محاسبه ضریب پایایی به این روش میزان توافق بین کدگذاران برابر ۷۵ درصد به دست آمد. همچنین پایایی پرسشنامه با استفاده از روش دو نیم کردن نیز محاسبه شد. ضریب پایایی محاسبه شده برای نیمه اول با ۱۳ آیتم و نیمه دوم با ۱۴ آیتم با ۰/۹۷ به دست آمد.

### روش‌های آماری

برای تحلیل داده‌های پژوهش حاضر از روش‌های آمار توصیفی و استنباطی استفاده شده است. از

این روش برای نشان دادن شاخص های گرایش مرکزی و تغییر پذیری نظیر میانگین و همچنین درصد فراوانی بهره گرفته شد. در روش آمار استنباطی نیز از آزمون ناپارامتری «خی دو» برای نشان دادن معنی داری تفاوت بین فراوانی های مشاهده شده و فراوانی های مورد انتظار پاسخ دهندگان به پرسشنامه تحقیق استفاده شد. تجزیه و تحلیل داده ها نیز با استفاده از نرم افزار (Spss) انجام گرفت.

### یافته های تحقیق نتایج تحلیل محتوا

نتایج بررسی و تحلیل محتوای مجله جهاد روستا را به شرح زیر می توان جمع بندی کرد: مجله جهاد روستا در ارائه مطالب بیشتر از قالب مقاله استفاده می کند که از مجموع ۵۷۶ صفحه مطالب مجله ۳۵۹۹ صفحه (۶۲/۴۸ درصد) مطالب در این قالب ارائه شده است. بعد از آن، گزارش با ۷۲ صفحه (۱۲/۵۰ درصد) در رتبه دوم قرار گرفته است. ۲۴۰/۲۲ صفحه (۴۷/۷۰ درصد) از محتوای مجله جهاد روستا از نوع مطالب آموزش دهنده، ۲۸۵/۳۵ صفحه (۴۹/۵۳ درصد) از نوع مطالب آگاه کننده و ۲۰/۸۳ صفحه (۳/۶۱ درصد) نیز از نوع مطالب سرگرم کننده است. از لحاظ موضوع پنج اولویت اول مجله جهاد روستا به ترتیب مربوط به موضوع آموزش و ترویج (۵۷/۱۷ صفحه (۹/۹۲ درصد) فرهنگ و هنر با ۵۳ صفحه (۹/۲۰ درصد)، بهداشت و تغذیه با ۵۰ صفحه (۸/۶۸ درصد)، آب و خاک با ۴۵/۱۵ صفحه (۷/۸۳ درصد) و کشاورزی و منابع طبیعی با ۴۷/۵۰ صفحه (۷/۲۰ درصد) است. این موضوعات روی هم رفته (۴۲/۸۳ درصد) حجم مطالب را شامل می شوند. در ارتباط با شیوه ارائه محتوای مجله گفتنی است که از مجموع ۵۷۶ صفحه حجم مجله جهاد روستا ۴۱۷/۵۷ صفحه (۷۲/۴۹ درصد) به محتوای نوشتاری و ۱۵۸/۴۳ صفحه (۲۷/۵۰ درصد) به محتوای تصویری اختصاص یافته است. در میان تصاویر نیز عکس، ۱۳۷/۰۹ صفحه (۲۳/۹۷ درصد) دارای بیشترین حجم است. در مورد موضوع صفحات جلد باید گفت که ۲۴ صفحه (۵/۰ درصد) از موضوع صفحات مجله های مورد بررسی مربوط به موضوعات ترویجی و ۳ صفحه (۶/۲۵ درصد) مربوط به موضوعات مذهبی و ۱۱ صفحه (۲۲/۹۱ درصد) مربوط به موضوعات اطلاع رسانی و ۱۰ صفحه (۲۰/۸۳ درصد) مربوط به موضوعات تزئینی است. شماره های مورد بررسی مجله جهاد روستا ۱۹۶ عنوان مقاله دارد که میانگین صفحات هر مقاله برابر ۱/۸۷ صفحه است. سطح خوانایی مجله جهاد روستا برابر با ۱۰/۹۱ است. این رقم نشان می دهد مجله جهاد روستا برای افرادی که سطح سواد آنها در حد سالیهای اول و دوم دبیرستان است مناسب است. در کل ۲۸۲/۵۶ صفحه (۴۹/۰۵ درصد) از مطالب مجله توسط هیئت تحریریه ۲۶۴/۱۱ صفحه (۴۵/۸۴ درصد) توسط کارشناسان، ۱۷/۶۶ صفحه (۳/۰۶ درصد) توسط مخاطبان تهیه شده است. همچنین ۱۷/۶۷ صفحه (۲/۰۲ درصد) از مطالب مجله مستقیماً از سایر منابع نقل شده است.

### بررسی وضعیت بهره مندی و محتوای مورد انتظار مخاطبان مشخصات پاسخ دهندگان

#### - جنسیت

نمونه آماری پژوهش حاضر شامل ۴۱۰ نفر است که توزیع آنها از لحاظ جنسیت در جدول شماره (۳) آمده است. ۳۶۵ نفر (۸۹/۰۲ درصد) از پاسخ دهندگان به پرسشنامه ها مردان روستایی و ۳۸ نفر (۹/۲۶ درصد)

جدول شماره ۲- مطالب نشریه جهاد روستا به تفکیک موضوع

ردیف	موضوعات	تعداد صفحه	درصد
۱	آموزش و ترویج	۵۷/۱۷	۹/۹۲
۲	فرهنگ و هنر	۵۳	۹/۲۰
۳	بهداشت و تغذیه	۵۰	۸/۶۸
۴	آب و خاک	۴۵/۱۵	۷/۸۳
۵	کشاورزی و منابع طبیعی	۴۱/۵۰	۷/۲۰
۶	زراعت	۳۷/۳۴	۶/۴۸
۷	تشکله‌ها	۲۹/۱۷	۵/۰۶
۸	صنایع دستی	۲۷	۴/۶۸
۹	باغبانی	۲۶/۲۴	۴/۵۵
۱۰	اقتصاد کشاورزی	۲۳	۳/۹۹
۱۱	دام و طیور	۱۸/۳۳	۳/۱۸
۱۲	اشتغال جوانان	۱۴/۸۴	۲/۵۷
۱۳	حوادث غیر مترقبه	۱۴	۲/۴۳
۱۴	نمونه‌های روستایی	۱۳/۵۰	۲/۳۴
۱۵	محیط زیست	۱۲	۲/۰۸
۱۶	جوانان	۱۰	۱/۷۳
۱۷	صنایع غذایی	۹/۳۳	۱/۶۱
۱۸	اجتماعی	۸	۱/۳۸
۱۹	آفات و بیماری‌های گیاهی	۷	۱/۲۱
۲۰	مسائل و مشکلات زنان روستایی	۶	۱/۰۴
۲۱	ورزش	۵	۰/۸۶

## ادامه جدول شماره ۲- مطالب نشریه جهاد روستا به تفکیک موضوع

۰/۶۹	۴	تکنولوژی اطلاعات	۲۲
۰/۶۹	۴	مرتعداری	۲۳
۰/۶۹	۴	نگهداری محصولات	۲۴
۰/۶۹	۴	بیمه	۲۵
۰/۴۰	۲/۳۳	شیلات و آبزیان	۲۶
۰/۳۴	۲	گیاهان دارویی	۲۷
۰/۳۴	۲	بهره‌وری	۲۸
۰/۳۴	۲	مسائل تربیتی	۲۹
۰/۲۸	۱/۶۷	تحقیقات کشاورزی	۳۰
۰/۱۷	۱	طرح بسیج سازندگی	۳۱
۰/۱۷	۱	خانه‌داری	۳۲
۰/۱۷	۱	مذهبی	۳۳
۰/۱۷	۱	گردشگری	۳۴
۰/۱۱	۰/۶۷	ماشین‌آلات کشاورزی	۳۵
۶/۵۵	۳۷/۷۶	سایر	۳۶
۱۰۰	۵۷۶	جمع	

(منبع: یافته‌های تحقیق)

از آنان رازنان روستایی تشکیل می‌دهند. ۷ نفر (۱۷۰ درصد) از پاسخ دهندگان نیز جنس خود را ذکر نکرده‌اند.

## - سن

توزیع سنی پاسخ دهندگان، در جدول شماره (۴) آمده است. همان طور که در این جدول مشاهده می‌شود، ۹۴ نفر (۲۲/۹۲ درصد) زیر ۲۵ سال، ۱۲۵ نفر (۲۸/۰۴ درصد) بین سنین ۲۶ تا ۳۵ سال، ۹۷ نفر (۱۶/۵ درصد) بین سنین ۳۶ تا ۴۵ سال و ۵۵ نفر (۱۳/۱۴ درصد) از پاسخ دهندگان نیز سن خود را ذکر نکرده‌اند.

جدول شماره ۳- توزیع پاسخ دهندگان بر اساس جنسیت

جنس	فراوانی	درصد
مرد	۳۶۵	۸۹/۰۲
زن	۳۸	۹/۲۶
بدون پاسخ	۷	۱/۷۰
جمع	۴۱۰	۱۰۰

(منبع: یافته‌های تحقیق)

همان طور که در جدول مشخص شده است، اکثر پاسخ دهندگان (۵۷/۰۷ درصد) در گروه سنی بین ۲۶ تا ۴۵ سال قرار دارند.

جدول شماره ۴- توزیع پاسخ دهندگان بر اساس سن

سن	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
۲۵ سال و کمتر	۹۴	۲۲/۹۲	۲۲/۹۲
۲۶ تا ۳۵ سال	۱۱۵	۲۸/۰۴	۵۰/۹۶
۳۶ تا ۴۵ سال	۹۷	۲۳/۶۵	۷۴/۶۱
۴۶ تا ۵۵ سال	۵۵	۱۳/۴۱	۸۸/۰۲
بالای ۵۶ سال	۳۴	۸/۲۹	۹۶/۳۱
بدون پاسخ	۱۵	۳/۶۵	۱۰۰
جمع	۴۱۰	۱۰۰	

(منبع: یافته‌های تحقیق)

#### - سطح سواد

توزیع سطح سواد پاسخ دهندگان، در جدول شماره (۵) آمده است. از ۴۱۰ نفر پاسخ دهنده ۲۴ نفر (۵/۸۵ درصد) سطح سوادی در حد خواندن و نوشتن دارند و سطح سواد ۹۱ نفر (۲۲/۱۹ درصد) در حد دوره ابتدایی است. همچنین ۷۳ نفر (۱۷/۸۰ درصد) سطح سوادی در حد راهنمایی، ۹۵ نفر (۲۳/۱۷ درصد)

جدول شماره ۵- توزیع پاسخ‌دهندگان براساس سطح سواد

سطح سواد	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
خواندن و نوشتن	۲۴	۵/۸۵	۵/۸۵
در حد دوره ابتدایی	۹۱	۲۲/۱۹	۲۸/۰۴
در حد دوره راهنمایی	۷۳	۱۷/۸۰	۴۵/۸۴
در حد دبیرستان	۹۵	۲۳/۱۷	۶۹/۰۱
بالتر از دیپلم	۱۱۳	۲۷/۵۶	۹۶/۵۷
بدون پاسخ	۱۴	۳/۴۱	۱۰۰
<b>جمع</b>	<b>۴۱۰</b>	<b>۱۰۰</b>	

(منبع: یافته‌های تحقیق)

سطح سوادی در حد دوره دبیرستان و ۱۱۲ نفر (۲۷/۵۶ درصد) سطح سواد بالاتر از دیپلم دارند. ۱۴ نفر (۴/۱ درصد) از پاسخ‌دهندگان نیز سطح سواد خود را ذکر نکرده‌اند.

#### - شغل

جدول شماره (۶) توزیع پاسخ‌دهندگان را از لحاظ شغل آنان نشان می‌دهد. همان‌طور که در جدول نشان داده شده است، شغل ۱۸۷ نفر (۴۵/۶۰ درصد) از پاسخ‌دهندگان کشاورزی و دامداری است که تقریباً نیمی از پاسخ‌دهندگان را شامل می‌شود. ۹۴ نفر (۲۲/۹۲ درصد) از پاسخ‌دهندگان شغل کارمندی دارند. همچنین ۴۸ نفر (۱۱/۷۰ درصد) شغل آزاد، ۲۲ نفر (۵/۳۶ درصد) دانش‌آموز، ۱۲ نفر (۲/۹۲ درصد) دانشجو، ۱۱ نفر (۲/۶۸ درصد) بیکار و ۸ نفر (۱/۹۵ درصد) خانه‌دارند. ۱۸ نفر (۴/۳۹ درصد) از پاسخ‌دهندگان نیز شغل خود را ذکر نکرده‌اند.

#### - محل سکونت

استان خراسان با ۷۱ نفر (۱۷/۳۱ درصد) پاسخ‌دهنده به پرسشنامه‌های مورد بررسی در رتبه اول و استان کردستان با یک نفر (۰/۲۴ درصد) پاسخ‌دهنده در رتبه آخر قرار دارد. استان اصفهان با ۴۶ نفر (۱۱/۲۱ درصد)، استان فارس با ۲۴ نفر (۵/۸۵ درصد)، استان آذربایجان شرقی با ۲۳ نفر (۵/۶۰ درصد)، استان یزد با ۲۲ نفر (۵/۳۶ درصد)، استان همدان با ۲۱ نفر (۵/۱۲ درصد) و استان آذربایجان غربی با ۲۱ نفر (۵/۱۲ درصد) بیشترین پاسخ‌دهنده را به خود اختصاص داده‌اند. همچنین، از سه استان «گیلان، قزوین و هرمزگان» هیچ پرسشنامه‌ای دریافت نشده است. فراوانی و درصد پاسخ‌دهندگان به تفکیک استان محل سکونت آنان در جدول شماره (۷) آمده است.

جدول شماره ۶- توزیع پاسخ دهندگان بر اساس شغل

ردیف	شغل	فراوانی	درصد
۱	کشاورز و دامدار	۱۸۷	۴۵/۶۰
۲	کارمند	۹۴	۲۲/۹۲
۳	آزاد	۴۸	۱۱/۷۰
۴	دانش آموز	۲۲	۵/۳۶
۵	دانشجو	۱۲	۲/۹۳
۶	بیکار	۱۱	۲/۶۸
۷	خانه دار	۸	۱/۹۵
۸	کتابدار	۶	۱/۴۶
۹	سرباز سازندگی	۳	۰/۷۳
۱۰	روحانی	۱	۰/۲۴
۱۱	بدون پاسخ	۱۸	۴/۳۹
	جمع	۴۱۰	۱۰۰

(منبع: یافته‌های تحقیق)

یافته‌های پژوهش حاضر در مورد دیدگاه‌های مخاطبان درباره محتوای آرمانی مجله جهاد روستا نشان می‌دهد که پاسخ دهندگان، مطالب مربوط به دین و مذهب را به عنوان اولین اولویت خود در نظر گرفته‌اند. طبق این مطالعه مطالب مربوط به بهداشت و سلامتی در اولویت دوم قرار گرفته است. سومین و چهارمین اولویت مطالب از دیدگاه مخاطبان به ترتیب مربوط به مطالبی در زمینه آداب معاشرت با مردم و مطالب مربوط به خانواده است. اولویت سایر موضوعات از دیدگاه مخاطبان در جدول شماره (۸) آمده است. چنان که در جدول مشاهده می‌شود، موضوعاتی نظیر اشتغال و خوداشتغالی جوانان روستایی و محیط زیست در اولویت‌های نخست مخاطبان قرار می‌گیرد. در حالی که مطالبی نظیر درج نامه‌ها، خانه‌داری، تاریخ و فرهنگ و داستان‌هایی از نویسندگان ایرانی و خارجی از نظر مخاطبان در اولویت‌های آخر قرار گرفته است. با این حال میانگین پاسخ‌ها در هیچ یک از موضوعات، پایین‌تر از عدد یک نیست. بالاترین میانگین پاسخ‌ها (۲/۷۶) مربوط به موضوع دین و مذهب و بهداشت و سلامتی است که نشان دهنده گرایش خیلی زیاد مخاطبان به این موضوع است. مقایسه رتبه‌ای مطالب مجلات مورد بررسی با اولویت مطالب مورد نیاز پاسخ دهندگان در جدول شماره ۹ آمده است.

جدول شماره ۷- توزیع پاسخ‌دهندگان براساس استان محل سکونت

ردیف	استان	فراوانی	درصد
۱	خراسان	۷۱	۱۷/۳۱
۲	اصفهان	۴۶	۱۱/۲۱
۳	فارس	۲۴	۵/۸۵
۴	آذربایجان شرقی	۲۳	۵/۶۰
۵	یزد	۲۲	۵/۳۶
۶	همدان	۲۱	۵/۱۲
۷	آذربایجان غربی	۲۱	۵/۱۲
۸	زنجان	۱۹	۴/۶۳
۹	سیستان و بلوچستان	۱۸	۴/۳۹
۱۰	چهارمحال و بختیاری	۱۶	۳/۹۰
۱۱	لرستان	۱۵	۳/۶۵
۱۲	اردبیل	۱۴	۳/۴۱
۱۳	ایلام	۱۴	۳/۴۱
۱۴	بوشهر	۱۴	۳/۴۱
۱۵	مازندران	۱۴	۳/۴۱
۱۶	مرکزی	۱۲	۲/۹۲
۱۷	گلستان	۱۲	۲/۹۲
۱۸	خوزستان	۸	۱/۹۵
۱۹	سمنان	۵	۱/۲۱
۲۰	کرمان	۵	۱/۲۱
۲۱	کرمانشاه	۵	۱/۲۱
۲۲	تهران	۴	۰/۹۷
۲۳	کهگیلویه و بویراحمد	۴	۰/۹۷
۲۴	قم	۲	۰/۴۸
۲۵	کردستان	۱	۰/۲۴
	جمع	۴۱۰	۱۰۰

(منبع: یافته‌های تحقیق)



جدول شماره ۸- مقایسه رتبه‌ای مطالب مجلات مورد بررسی با اولویت مطالب مورد نیاز پاسخ‌دهندگان

ردیف	موضوع	وضع موجود	وضع مطلوب	تفاوت
۱	دین و مذهب	۳۳	۱	۳۲
۲	بهداشت و سلامتی	۳	۲	۱
۳	آداب معاشرت با مردم	۱۸	۳	۱۵
۴	خانواده	۳۲	۴	۲۸
۵	اشتغال جوانان روستایی	۱۲	۵	۷
۶	خوداشتغالی جوانان روستایی	۰	۶	۶
۷	محیط زیست	۱۵	۷	۸
۸	تهیه و تولید محصولات کشاورزی	۲۴	۸	۱۶
۹	معرفی جوانان موفق روستایی	۱۴	۹	۵
۱۰	اخبار	-	۱۰	۱۰
۱۱	کتاب و کتابخوانی	-	۱۱	۱۱
۱۲	ایجاد تشکل‌ها و تعاونی‌های تولیدی و خدماتی	۷	۱۲	۵
۱۳	معرفی نهادها و سازمان‌های مختلف مرتبط با جوانان روستایی	-	۱۳	۱۳
۱۴	صنایع دستی	۸	۱۴	۶
۱۵	آشنایی با روستاهای کشور	-	۱۵	۱۵
۱۶	سرگرم کننده	-	۱۶	۱۶
۱۷	مسائل سیاسی ایران و جهان	-	۱۷	۱۷
۱۸	آشنایی با علوم جدید	-	۱۸	۱۸
۱۹	ورزش	۲۱	۱۹	۲
۲۰	مسائل حقوقی	-	۲۰	۲۰
۲۱	تحصیل در مدارس و دانشگاه‌ها	-	۲۱	۲۱
۲۲	شعر و ادب فارسی	۲	۲۲	۲۰
۲۳	گردشگری یا توریسم روستایی	۳۴	۲۳	۱۱
۲۴	درج نامه‌ها	۳۶	۲۴	۱۲
۲۵	خانه‌داری	۳۲	۲۵	۷
۲۶	تاریخ و فرهنگ	۲	۲۶	۲۴
۲۷	داستان‌هایی از نویسندگان ایرانی و خارجی	-	۲۷	۲۷

(منبع: نتایج حاصل از یافته‌های تحقیق)

### نتیجه‌گیری

از پژوهش حاضر که با هدف مخاطب‌شناسی و پی بردن به نظرات مخاطبان درباره محتوای مورد علاقه آنان صورت گرفت، نتایج زیر حاصل شد:

۱- اکثر مخاطبان مجله جهاد روستا (۸۹/۰۲ درصد) را مردان روستایی تشکیل می‌دهند و تنها کمتر از (۱۰ درصد) از مخاطبان مجله جهاد روستا زنان هستند. از این رو در تهیه محتوای مجله اولویت اول با مطالبی است که با نیازهای مردان روستایی مرتبط باشد.

۲- اکثر مخاطبان مجله جهاد روستا (۷۶/۶۳ درصد) در گروه سنی زیر ۲۵ تا ۴۵ سال قرار دارند. با توجه به این امر محتوای مجله باید بر اساس خصوصیات، ویژگی‌ها، علایق و نیازهای این گروه سنی تهیه و تنظیم شود.

۳- سطح سواد اکثر مخاطبان مجله جهاد روستا (۹۰/۸۳ درصد) بالاتر از دوره ابتدایی است. سطح سواد یکی از عواملی است که می‌تواند بهره‌گیری مخاطب از رسانه را متاثر سازد. رسانه‌های برای مخاطب قابل استفاده خواهد بود که محتوای آن با سطح سواد او هماهنگی داشته باشد. بر این اساس ضرورت دارد دست‌اندرکاران مجله، محتوای مجله را با سطح سواد مخاطبان خود هماهنگ سازند.

۴- بر اساس نتایج مطالعه حاضر، نزدیک به نیمی از مخاطبان مجله جهاد روستا (۴۵/۶۰ درصد) در زمینه کشاورزی و دامداری فعالیت می‌کنند و بقیه مخاطبان، مشاغلی به غیر از کشاورزی دارند. با توجه به این موضوع محتوای مجله باید به گونه‌ای تهیه شود که علاوه بر کشاورزان، مورد استفاده سایر مخاطبان یا دیگر مشاغل نیز قرار گیرد.

۵- با توجه به نتایج پژوهش حاضر، تفاوت‌های چشمگیری بین استان‌های مختلف از لحاظ تعداد پرسشنامه‌های بازپس فرستاده شده مشاهده می‌شود. این امر احتمال دارد ناشی از عدم توزیع مناسب مجله در استان‌های مختلف باشد. بدین لحاظ لازم است بررسی‌هایی صورت گیرد تا علت واقعی چنین تفاوت‌هایی مشخص شود.

۶- نتایج تحلیل محتوا نشان می‌دهد که پنج اولویت اول مجله جهاد روستا به ترتیب مربوط به آموزش و ترویج، فرهنگ و هنر، بهداشت و تغذیه، آب و خاک و کشاورزی و منابع طبیعی است. در حالی که مخاطبان مطالب مذهبی و بهداشتی و اجتماعی را به عنوان اولویت‌های اول خود انتخاب کرده‌اند و دیگر مطالب را در اولویت‌های بعدی قرار داده‌اند. بنابراین لازم است تهیه‌کنندگان مجله جهاد روستا به این امر توجه کنند و محتوای مجله را در جهت خواست و نیاز مخاطبان تهیه کنند.

با توجه به یافته‌ها و نتایج پژوهش حاضر، پیشنهاد‌های زیر برای بهبود تهیه و انتشار مجله جهاد روستا ارائه می‌شود:

۱- محتوای مجله جهاد روستا بر اساس اولویت‌هایی که توسط مخاطبان تعیین شده است، تهیه و ارائه شود. از نظر مخاطبان موضوعات مذهبی، بهداشتی و اجتماعی در اولویت‌های اول و بقیه مطالب در اولویت‌های بعدی قرار می‌گیرند.

۲- محتوای مجله جهاد روستا با سطح سواد مخاطبان هماهنگ شود. زمانی محتوای رسانه برای مخاطب قابل استفاده خواهد بود که با سطح سواد او همخوانی داشته باشد. از آن جا که بیشتر مخاطبان

- مجله جهاد روستا را افرادی تشکیل می‌دهد که سوادی در حد دوره دبیرستان و بالاتر از دیپلم دارند، بنابراین تناسب محتوای مجله با سطح سواد مخاطبان ضروری است.
- ۳- با توجه به این که اکثر مخاطبان مجله جهاد روستا در گروه سنی زیر (۲۵ تا ۴۵) سال قرار دارند، پیشنهاد می‌شود که محتوای مجله در جهت نیازها و علایق این گروه سنی تهیه و ارائه شود.
- ۴- با توجه به این که بیش از نیمی از مخاطبان مجله کشاورز و دامدارند و تعداد زیادی از مخاطبان نیز خواهان چاپ مطالبی در این زمینه‌اند، بر این اساس یکی از اولویت‌های مجله باید پرداختن به زمینه کشاورزی و دامداری باشد.
- ۵- با توجه به این که اکثر مخاطبان مجله جهاد روستا را مردان تشکیل می‌دهند، بنابراین در تهیه محتوا باید اولویت با مطالبی باشد که پاسخگوی نیازهای این گروه باشد. با این حال باید توجه کرد که در حدود ۱۰ درصد از مخاطبان مجله، زنان روستایی‌اند که نباید آنها را نادیده گرفت.
- ۶- از آن جا که مجله جهاد روستا از معدود مجله‌هایی است که برای جوانان روستایی تهیه می‌شود، پیشنهاد می‌شود تیراژ مجله زیادتر شود تا تعداد بیشتری از روستاییان بتوانند از مجله استفاده کنند.
- ۷- لازم است درباره تفاوت فاحش تعداد پرسشنامه‌های دریافت شده از استان‌های مختلف علت‌یابی شود. این امر احتمالاً ناشی از توزیع نامناسب مجله در استان‌های مختلف است.
- ۸- برای منطبق ساختن محتوای مجله با نیازها و علایق مخاطبان، ضروری است در مقاطع زمانی مختلف از مخاطبان نظر سنجی شود.
- ۹- مطالب مجله با توجه به اولویت‌های مشخص شده از طرف مخاطبان تهیه شود تا بهتر بتواند نیازهای مخاطبان را برآورده سازد.
- ۱۰- در ارائه مطالب مجله بیشتر از قالب مقاله استفاده شده است که برای ارائه مطالب آموزشی قالب مناسبی است و پیشنهاد می‌شود همین روند ادامه یابد.
- ۱۱- در تحلیل مجلات مشخص شد که مطالب آگاه‌کننده در رتبه اول، مطالب آموزش‌دهنده در رتبه دوم و مطالب سرگرم‌کننده در رتبه سوم قرار دارد. با توجه به اهمیت مطالب آموزش‌دهنده در ارتقای دانش مخاطبان پیشنهاد می‌شود حجم مطالب آموزش‌دهنده افزایش یافته و در اولویت نخست قرار گیرد.
- ۱۲- در ارتباط با شیوه ارائه محتوای مجله، تحلیل مجلات نشان می‌دهد که اکثر مطالب به صورت نوشتاری ارائه شده است و در حدود ۳۰ درصد مطالب به صورت تصویر ارائه شده است، با توجه به این که تقریباً یک سوم مطالب مجله به صورت تصویری ارائه شده است نسبت مطالب نوشتاری و تصویری منطقی می‌باشد و پیشنهاد می‌شود این روند ادامه داشته باشد. با این حال باید از تصاویری استفاده شود که ارتباط مستقیم با مطالب نوشتاری داشته و در راستای تسهیل فهم این مطالب به کار گرفته شود.
- ۱۳- موضوع نیمی از صفحات جلد به موضوعات ترویجی اختصاص یافته است. اختصاص این حجم برای مجله قابل قبول است و بهتر است ادامه داشته باشد.
- ۱۴- سطح خوانایی مجله جهاد روستا برابر با ۱۰/۹۱ است. با توجه به مخاطبان مجله این رقم مناسب به نظر می‌رسد و پیشنهاد می‌شود این روند ادامه یابد.

- ۱۵- اغلب مطالب مجله توسط هیئت تحریریه و کارشناسان تهیه شده است و سهم خوانندگان در تهیه مطالب اندک (در حدود ۳ درصد) می باشد. پیشنهاد می شود سهم مخاطبان در تهیه مطالب مجله به طرق مناسب افزایش یابد و مخاطبان در تهیه مطالب مشارکت داده شوند.
- ۱۶- پیشنهاد می شود حداقل هر پنج سال یکبار مجله های منتشر شده جهاد روستا تحلیل محتوا شود و نیز دیدگاه های مخاطبان از طریق نظرسنجی مورد بررسی قرار گیرد.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

### منابع

- ۱- اسدی، علی و مهرداد، هرمز (۱۳۵۵). نقش رسانه‌ها در پشتیبانی توسعه فرهنگی، پژوهشکده علوم ارتباطی و توسعه ایران، تهران.
- ۲- بدیعی، نعیم (۱۳۶۱). گزارش تحلیلی و پژوهشی مستند در رسانه‌های همگانی، انتشارات دانشکده علوم اجتماعی علامه طباطبایی، تهران.
- ۳- بنیادی، نسرین (۱۳۶۳). صفحه‌آرایی پلی بین نویسنده و خواننده، فصلنامه رسانه، سال اول، شماره ۱، تهران.
- ۴- جان بست (۱۳۶۷). روش‌های تحقیق در علوم تربیتی و رفتاری، مترجمان، پاشا شریفی، حسن و طالقانی، نرگس، انتشارات رشد، چاپ دوم، تهران.
- ۵- جان‌ای. آر.لی (۱۳۵۶). به سوی سیاست‌های ارتباطی واقع‌بینانه، ترجمه خسرو جهاننداری، سروش، چاپ اول، تهران.
- ۶- حمزه‌لو، بیژن و هماپور، ناصر، نقش رسانه‌ها در پشتیبانی توسعه اقتصادی، پژوهشکده علوم ارتباطی و توسعه ایران.
- ۷- رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۶۷). کندوکاوها و پنداشته‌ها، شرکت سهامی انتشارات، چاپ دوم، تهران.
- ۸- ژان کازنو (۱۳۶۵). جامعه‌شناسی وسایل ارتباط جمعی، مترجمان، ساروخانی، باقر و محسن، منوچهر، موسسه اطلاعات، چاپ اول، تهران.
- ۹- ساروخانی، باقر (۱۳۶۸). جامعه‌شناسی، ارتباطات، انتشارات اطلاعات، چاپ دوم، تهران.
- ۱۰- ظهیری، جواد (۱۳۶۲). ارتباطات و رسانه‌های ارتباط جمعی، دانشکده صدا و سیما، تهران.
- ۱۱- محسنیان‌راد، مهدی (۱۳۶۵). ارتباطات انسانی، انتشارات دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی، تهران.
- ۱۲- محسنیان‌راد، مهدی (۱۳۶۲). ارتباط‌شناسی، انتشارات سروش، چاپ اول، تهران.
- ۱۳- ملک‌محمدی، ایرج (۱۳۶۲). مبانی ترویج کشاورزی، مرکز نشر دانشگاهی، تهران.
- ۱۴- معتمدنژاد، کاظم و منصفی، ابوالقاسم (۱۳۶۸). روزنامه‌نگاری، مرکز نشر سپهر، چاپ سوم، تهران.
- ۱۵- معتمدنژاد، کاظم (۱۳۵۶). روش تحقیق در محتوای مطبوعات، انتشارات دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی، چاپ اول، تهران.
- ۱۶- معتمدنژاد، کاظم (۱۳۵۵). وسایل ارتباط جمعی، انتشارات دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی، جلد ۱. تهران.
- ۱۷- نادری، عزت‌اله و سیف‌نراقی، مریم (۱۳۶۸). روش‌های تحقیق و چگونگی ارزشیابی آن در علوم انسانی، دفتر تحقیقات و انتشارات بدر، چاپ اول، تهران.
- ۱۸- وثوقی، منصور (۱۳۶۶). جامعه‌شناسی روستایی، انتشارات کیهان، تهران.
- ۱۹- هیبرت، ری و دیگران (۱۳۶۵). کاربرد وسایل ارتباط جمعی، مترجم فرهاد رادپور، انتشارات مرکز تحقیقات و ارزشیابی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، تهران.
- ۲۰- محسنیان‌راد، مهدی (۱۳۷۴). ارتباط جمعی و توسعه روستایی، انتشارات معاونت ترویج و مشارکت مردمی وزارت جهاد سازندگی سابق، چاپ اول، تهران.

cation Research and information centre Singapore.

22- "interational course on Rural Extension", (1986). Glossary (Draft), wageningen, The Netherlands.

23- P. Oakley and C. Garforth. (1985). "Guide to Extension Training, F.A.O. Rome.

24- A.W.Vanden Ban and H.S. Hawkins (1988). "Agricultural Extension" New yourk P: 129

25- Extension Education in community Development, Directorate of Extension, ministry of Food and Agriculture (1981). Government of India, New Delhi.

26- Schramm, Wilbur (1960). the Process and Effects of mass Communication, University of Vol, I (11) Nois Press, Urbna

27- Lass Well (1982). The structure and function of Communication in Society, P: 118.

28- Bernard Berelson (1952). content Analysis in Communication Research - Glemcoe, the free press, P.18.

29- Bernard Berelson (1952). "Conernt Analysis" in lindzey, Hand book of Psychology, Addison- Wesley, Reading.

30- Merlin L. Defleur & Everett E. Dennis Houghton nifflin. (1988). "Understanding mass communication", P. 542.

31- Stemple. G.H. (1989). Content Analysis. In: G.H. Stemple and B.H. Westly (1922). "Research Methods in Mas, Communication". Englewood cliffs: Orentice Hall.

32- Windahl, S., B.Signnitzer and I.T. Olson. (1992). Using Communication Theory Newbyry Park: Sage Publications. p: 225-321.

33- Fry. D.L. and V.H. Fry. (1986). A Semiotic Model for the study of Mas, Communication In: Mclaughlin (Ed.), Mas Communication year Book. Newbury Park: Sage Publication.

#### پی نوشت:

- 1 . Stempel
- 2 . Sven windha et.al.
- 3 . Schenk
- 4 . Semiotics
- 5 . Fry and Fry
- 6 . Findhal and Hoijer

- 7 . Content Analysis
- 8 . Bernard Berlson
- 9 . Objective
- 10 . Systematic
- 11 . Quantitive
- 12 . Manifest



شرویشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی