

ORIGINAL ARTICLE

Survey of Audience’s Media Preferences and Consumption Habits: the Case of Central and North Gondar Residents

Asmamaw Addis ¹²; (Ass. Prof); Mustofa Worku ² (Ass. Prof); Menychle Meseret ² (Ass. Prof); Getachew Mekonen²; Agegnehu Tesfa (PhD)¹; Seid Jibril (Ass. Prof)¹; Tegegne Deribe²; Getu Debalkie ²; Firdyiwok Abebe ²; Adane Mandie ²; Minychil Engida ³ and Emebet Hunegnaw ³

Abstract

This study was conducted in seven Districts of North Gondar Zone and Central Gondar Zone with the main objective of assessing audiences’ media preferences and consumption habits. The study was conducted using descriptive research design in which both quantitative and qualitative data were concurrently collected. Multistage and systematic sampling techniques were employed to collect quantitative data from 704 respondents. Additionally, 42 key informant interviews and 14 focused group discussions were used to collect the qualitative data. The findings of the study indicated that 36.1 % of the respondents indicated that they watch TV to obtain information while only 19.6 % use radio to seek information. The study also revealed that Amhara radio is the top radio station used by the majority of respondents. A large number of respondents also stated that they chose to tune to radio stations from morning 6:00 am – 8:00 am and evening 6:00 pm– 9:00 pm. Among the chosen program formats, majority of the respondents preferred programs that broadcast dialogue, discussions and interviews. In terms of content, many respondents chose programs that focus on health, education and agriculture. The study also recommended that radio programs can be successful if they focus on national peace, reconciliation, unity, entrepreneurship, good governance, and issues of family life that are produced by professional and ethical journalists.

Keywords: Audience need, Mass media, Source, Audience share, Media preference

የተደራሲያን የብዙሃን መገናኛ ፍላጎት እና አጠቃቀም ፍላጎት፤ በማዕከላዊ እና ሰሜን ጎንደር ዞን ነዋሪዎች ላይ የተደረገ የዳሰሳ ጥናት

አጠቃሎ (Abstract)

ይህ ምርምር በሰሜን እና ማዕከላዊ ጎንደር በሚገኙ ሰባት ወረዳዎች የአድማጮችን ፍላጎት እና የብዙሃን መገናኛ ምርጫቸውን መለየትን ዓላማ በማድረግ የተካሄደ ነው። የተከተለው የምርምር ንድፍ ገላጭ ሆኖ መጠናዊ እና አይነታዊ የምርምር ዘዴዎችን በኩል መጠን እና ጊዜ ተግባራዊ አድርጓል። የተራዘመ (multistage) እና ረድፋዊ (systematic) የንጥረ ዘዴዎችን በመጠቀም በ14 ቀበሌዎች ውስጥ ከሚኖሩ 704 መላሾችን መረጃ ሰብሳቢዎችን በመጠቀም መጠናዊ

- 1 Corresponding author
- 2 ጎንደር ዩኒቨርሲቲ
- 3 አማራ ብዙሃን መገናኛ



This journal is licensed under a creative common Attribution-Noncommercial 4.0. It is accredited to the University of Gondar, College of Social Sciences and Humanities.

DOI: <https://doi.org/10.20372/erjssh.2021.0702.04>

መረጃዎች ተሰብስቧል። በተጨማሪም ከ42 ቁልፍ መረጃ ሰጪዎች ጋር ቃለ-ምልልስ እና 14 ውሰን ተተኪሪ የቡድን ውይይት በማካሄድ አይነታዊ መረጃዎች ተካተዋል። የጥናቱ ውጤት እንደሚሰጠው 36.1% የሆኑት መላሾች ቴሌቪዥንን እንደቀዳሚ የመረጃ ምንጭ የጠቀሱ ሲሆን 19.6% የሚሆኑት ደግሞ ሬዲዮን መርጠዋል። የአማራ ሬዲዮ ከሚደመጡ የሬዲዮ ጣቢያዎች ውስጥ በ32.6% የመጀመሪያውን ስፍራ ይዟል። ከማለጻው 12:00 ሰዓት እስከ ጧት 2:00 ሰዓት እና አመቸሽ ላይ ከ12:00 እስከ ምቹቱ 3:00 ሰዓት ድረስ በብዙ አድማጮች ዘንድ ፕሮግራሞችን ለመከታተል አመች ሰዓት እንደሆነ ተለይቷል። ጭውውት፣ ውይይት እና ቃለመጠይቅ እንደፕሮግራም ማቅረቢያነት እንዲሁም ጤና፣ ትምህርት እና ግብርና ደግሞ እንደ ፕሮግራም ይዘት ከአንድ እስከ ሦስት በቅደም ተከተል ተመርጠዋል። በተጨማሪም የሬዲዮ ጣቢያዎች ከፍተኛ የሆነ ሙያዊ ችሎታ እና ሥነ-ምግባር ባላቸው ጋዜጠኞች በመታገዝ በሃገራዊ ሰላም እና አንድነት፣ በስራ ፈጠራ እና መልካም አስተዳደር እንዲሁም በቤተሰባዊ ህይወት ጉዳዮች ላይ አተኩረው ቢሰሩ በአካባቢው ከፍተኛ ተደማጭነት እንደሚኖራቸው ተጠቁሟል።

ቁልፍ ቃላት፡ የአድማጭ ፍላጎት፣ ብዙሃን መገናኛ፣ የመረጃ ምንጭ፣ የአድማጭ ድርሻ፣ የይዘት ምርጫ

መግቢያ

ብዙሃን መገናኛ ለዜጎች የመረጃ፣ የትምህርት እና የመዝናኛ መንገድ በመሆን ከፍተኛ ሚና ይጫወታሉ። በዚህ ባለንበት ዘመን ላይ በየትኛውም የዓለም ክፍል የሚከናወኑ ድርጊቶች እና ክስተቶች ለመላው ዓለም በፍጥነት ይደርሳሉ። ነገር ግን አብዛኛዎቹ የመገናኛ ብዙሃን መረጃን ለተጠቃሚዎች ማድርስን ብቻ ታላቢ አድርገው በመስራታቸው የመረጃ ፍላጎት አንድ መንገድን (one-way) ወይም ከብዙሃን መገናኛ ወደ ተደራሲያን (አድማጮች፣ ተመልካቾች እና አንባቢዎች) ያጋደለ ሆኗል። የቴሌቪዥን እና የሬዲዮ ጣቢያ ስርጭት አለመኖር ወይንም ለሁሉም እኩል ተደራሽ አለመሆን በሀገር ግንባታ እና ልማት ላይ ከፍተኛ ተግዳሮት ፈጥሯል። ይህ ሁኔታ የመገናኛ ብዙሃን መረጃን በፍጥነት የማሰራጨት አቅማቸው አናሳ እና ዓለምን ከአንድ የተወሰነ አቅጣጫ ብቻ እንድንመለከት የሚያደርግ ነው (Turow, 2009) ። ይህን ችግር ለመቅረፍም የተለያዩ መፍትሔዎች እየተወሰዱ ይገኛሉ።

ከእነዚህ የመፍትሄ እርምጃዎች መካከል የቅርንጫፍ ወይም አዳዲስ ብዙሃን መገናኛ ተቋማትን በማቋቋም የተለያዩ የማህበረሰብ ክፍሎችን ተደራሽ ማድረግ ይጠቀሳል። ስለዚህ የብዙሃን መገናኛ ድርጅቶች ጥናት በማድረግ አዳዲስ የብዙሃን መገናኛ ድርጅቶችን አዋጭነት እና ውጤታማነት ለመገምገም ከተደራሲያን የሚገኝ መረጃን መሰረት ያደርጋሉ (McLeish, 2005) ። ተደራሲያንን የማጥናት ፍላጎት የተጀመረው በ19ኛው ክፍለ ዘመን መጀመሪያ አካባቢ በመዘየሞች እንደነበር የKelly (2005) ጥናት ያሳያል። ይህን ልማድ የብዙሃን መገናኛዎች ተጠቅመው እነማን እንደሚያዳምጧቸው እና በመጠን ምን ያህል እንደሆኑ ጥናት በማድረግ የገቢ ምንጫቸው ለሆኑት ለማስታወቂያ ድርጅቶች የተደራሲያቸውን ብዛትና የስርጭት ሽፋናቸውን ማቅረብ ጀመሩ (McQuil, 2003) ። ይሁን እንጂ እስከ 1960ዎቹ ባሉት ጊዜያት በአደጉ ሀገራት የገበሩ የብዙሃን መገናኛ ተቋማት ለተደራሲያውያን ፍላጎት እና ስሜት ትኩረት የሰጡ እንዳልነበሩ መረዳት ይቻላል (Stavitsky &Huntsberger, 2010) ። ለዚህም እንደምክንያት የተጠቀሱት ተደራሲያን እራሱን ማሻሻል እና ማስተማር እንዳለበት ተማሪ (audience as pupils) የመቁጠር እና የተሰጣቸውን ሁሉ እንደሚወስዱ ፍዝ ተቀባይ (audience as passive recipients) የማየት ዝንባሌ እንደሆነ ነው። ነገር ግን ብዙሃን መገናኛ ምን ያህል ለህዝብ ጠቃሚ እና ዋጋ ያለው ስራ እንደሚሰሩ ለማሳየት እና በጀት ከመንግስት ለማስመደብ ሲሉ ተደራሲያንን የተመለከተ የዳሰሳ ጥናት መስራት መጀመራቸውንም አያይዘው ገልፀዋል።

ከ1960ዎቹ በኋላ ደግሞ የሬዲዮ ጣቢያዎች የገጠማቸው ፈተና አዳዲስ የቴክኖሎጂ ፈጠራዎች ከመምጣታቸው ጋር የተያያዘ እና የሚዲያ ፉክክር እንደሆነ ይታመናል (Albarranet al., 2007) ። በመሆኑም ከጋዜጦች እና ከመጽሔቶች በተጨማሪ ከቴሌቪዥን፣ ከኢንተርኔት፣ ከMP3፣ እንዲሁም በአሁኑ ጊዜ ከማህበራዊ ትስስር (twitter፣ podcasts እና facebook) ጠንካራ ፉክክር እየገጠማቸው ይገኛል። የእነዚህ አዳዲስ ቻናሎች መምጣት ሬዲዮ ብሮድካስተሮቹ ተተኪሪ አድማጫቸውን እንዲለዩ እና መርሃ ግብራቸውን አድማጮች በሚፈልጉት መልኩ ማዘጋጀት እንዳለባቸው እንዲሁም ጥናታቸውም በየጊዜው መካሄድ እንዳለበት ተረድተዋል። ነገር ግን የStavitsky እና Huntsberger (2010) ጥናት ውጤት እንደተመለከተው የአድማጭ ጥናት የሚሰራው ለገብያ ተብሎ እንጅ የሚዲያ ተቋማት ማህበራዊ፣ ባህላዊ እና ሞራላዊ ግዴታቸውን ለመወጣት በመፈለግ የሚሰሩ ስራ አለመሆኑ ሌላ ፈተና እንደሆነ ጠቅሷል።

ይሁን እንጂ ብሮድካስተሮቹ የአድማጮችን የፍላጎት ዳሰሳ ጥናት በማድረግ ወቅታዊና ጊዜውን የሚመስል ፕሮግራሞች ይዘው በመቅረብ የተደቀኑባቸውን ፈተናዎች በስኬት እንደተወጡ ጥናቶች ያሳያሉ (Berry, 2016) ። ለምሳሌ ባለፉት ጥቂት አመታት የሬዲዮ ጣቢያዎች ከማህበራዊ ትስስር የሚገጥማቸውን ፈተና የተወጡት

እራሱን ማህበራዊ ትስስርን በመጠቀም እና አድማጫቸውን በማህበራዊ ትስስር አማካኝነት ተደራሽ በማድረግ ነው (Bonini & Sellas, 2014)። በዚህም አድማጭ ማህበረሰብን በመገንባት ላይ ይገኛሉ። ይህም ማለት የራዲዮ ጣቢያዎች ማህበራዊ ትስስርን መጠቀማቸው አድማጮቻቸው ተጨማሪ እድል ፈጥሮላቸዋል እርስበርስ እንዲተዋወቁና በሚቀርቡ ፕሮግራሞች ላይ ሃሳባቸውን፣ ስሜታቸውን፣ አስተያየታቸውን እና ትዝብቶቻቸውን በቀላሉ ማካፈል አስችሏቸዋል (Bonini, 2014)።

የብዙሃን መገናኛ ሀላፊዎች እና አዘጋጆች የአድማጮችን እርካታ ለመለካት እና የሚያሰራጩትን የፕሮግራም ጥራት ለመመዘን የአድማጮች ጥናትን እንደ ዋና የብዙሃን መገናኛ ስራ መመልከት የጀመሩት የህልውና ጉዳይ በመሆኑ ነው (Lacey, 2002። የትኛውም የመገናኛ ብዙሃን ድርጅት ለአድማጮች ሳቢ ያልሆኑ ይዘቶችን ይዞ በስራው ላይ መቀጠል አይችልም። በብዙሃን መገናኛ የሚተላለፉ የፕሮግራሞች እና መርሀግብራቸው ልክ ለተጠቃሚዎች እንደሚቀርቡ ሌሎች ቁሳቁሶች እና አገልግሎቶች ታሳቢ ይደረጋሉ (Turow, 2009። የአድማጮችን ቁጥር መጨመር የብዙሃን መገናኛን እድገት እንደሚያሳልጥ እና ትኩረት እንዲሰጡት እንዳደረጋቸው ተጠቅሷል (Stavitsky & Huntsberger, 2010።

በአሁን ጊዜ የአድማጭ ጥናት ውስብስብ የሆነ ይመስላል። ምክንያቱም ምን ያህል አድማጭ አለኝ? ከማለት ምን አይነት አድማጮች ነው ያሉኝ? በሚል፤ ግላዊ መረጃዎችን፣ አመለካከታቸውን፣ ዝንባሌያቸውን እና ምን አይነት ፕሮግራም በምን አይነት አቀራረብ እንደሚፈልጉ ለመለየት የሚሞክር የጥናት መስክ ሆኗል። በመሆኑም እንደ Stavitsky እና Huntsberger (2010) ዝገባ ከሆነ በአድማጮች እና በብዙሃን መገናኛ መካከል ያለው ግንኙነት አንዱ በአንዱ ላይ ጥገኛ (interdependent) እንደሆነ እና አድማጮች ለብዙሃን መገናኛ ተቋማት የባህልና ገንዘብ ምንጭ የሚል ሁኔታ። ከዚህም የተነሳ በአሁኑ ጊዜ በብዙ ሀገሮች የአድማጭ ተመልካች ጥናት የሚያጠኑ እራሳቸውን የቻሉ ብዙ ተቋማት ተፈጥረዋል። እነዚህ አጥኝዎች ሰዎች ምን ያክል ጊዜ የመገናኛ ብዙሃን ይከታተላሉ? የትኞቹ የመገናኛ ብዙሃን መርሀግብሮች በምን ያክል ሰዎች እና በየትኛው ሰዓት በብዛት ይደመጣሉ ወይንም ይታያሉ? የተለያዩ የማህበረሰብ ክፍሎችን ተደራሽ መሆን የሚፈልግ ማስታወቂያ በየትኛው ሰዓት የተሻለ ታዳሚ ያገኛል? እንዲሁም በተማሩ እና ሙያተኛ በሆኑ ሰዎች ተመራጭ የሆኑ መርሀግብሮች የትኞቹ ናቸው? በሚሉ ጥያቄዎች ዙሪያ የተለያዩ ትንታኔዎች ያቀርባሉ።

በተጨማሪም በብዙሃን መገናኛ ታዳሚዎች ላይ የሚደርግ ጥናት እና ምርምርን ተደራሽነትን መወሰን፣ የቀደመ ትውውቅ ተዋፅኦ እና የመገናኛ ብዙሃን ታዳሚዎች የሚገኙበት ነባራዊ ሁኔታን እንደሚያጠቃልል Mytton (1992) ይገልጻል። መረጃ በመሰብሰብ እና በመተንተን ለመርሀግብር ማሰራጫ ተቋማት ወይም ለብዙሃን መገናኛ ድርጅት የታወቁ ተግባራትን ለማከናወን ወይንም ሲያስተላልፏቸው የነበሩትን መርሀግብሮች ስኬት እንዲለኩ እና ፈጠራ የታከለባቸውን መርሀግብሮችን ለመቅረፅ እገዛ ያደርጋል።

በብዙሃን መገናኛ ታዳሚዎች ላይ የሚደርግ ጥናት እና ምርምር ተቋማቱ በህብረተሰብ ላይ ያሳደሩትን ተጽዕኖ ለመገምገምም ይረዳል። የአንድን መርሀግብር ጠቃሚነት፣ መሳልበት ያለበት የመገናኛ ብዙሃን አካሄድ፣ ሊካተቱ የሚገባቸውን ይዘቶች እና መልዕክቶች ለመወሰንና የተመረጠው የመገናኛ መንገድ አዋጭነትን ለማረጋገጥ የዚህ አይነት ጥናት እና ምርምሮች የማይተካ ሚና አላቸው። ስለዚህም የብዙሃን መገናኛ ድርጅቶች በታዳሚዎቻቸው ብዛት፣ ተዋፅኦ እንዲሁም ልምድ ላይ በቅድሚያ ጥናት በማድረግ ስለዓቅዱት መርሀግብር አዋጭነት፣ ማህበራዊ፣ ባህላዊ እና ስነ-ልቦናዊ አስተዋፅኦዎች መተንበይ ይችላሉ (Gunter, 2000; McQuail, 2003; MacLeish, 2005።

የተደራሲያን ጥናት በኢትዮጵያ በተጠናከረ እና በዳቦረ መልኩ የሚሰራ ዋነኛ የብዙሃን መገናኛ ስራ ነው ለማለት አያስደፍርም። ቢሆንም ግን የሚዲያ የዳሰሳ ጥናት አልፎ አልፎ የሚካሄድ ሲሆን የመጀመሪያው የአድማጭ ጥናት በ1966 እ.አ.አ በአለም አቀፍ ደረጃ ታዋቂ በሆነው የፊሊፒንስ ካምፖኒ ከኢትዮጵያ ሬዲዮ ጋር በመተባበር ያደረገው ጥናት ነው (Head, 1968)። ይህም ጥናት የፊሊፒንስ ተቋም የንግድ ፍላጎት የነበረበት እንደሆነ ከጥናቱ የመረጃ መሰብሰቢያ ዘዴዎች መመልከት ይቻላል። ስለሆነም ሬዲዮንን (radio sets) ለማስተዋወቅና ለመሸጥ በማሰብ ለመጠይቁ መላሾች ሬዲዮን በሽልማት መልክ አቅርቦ ነበር።

ሆኖም የኢትዮጵያ ሬዲዮ ጣቢያ ከዚህ ጊዜ ጀምሮ የአድማጮች ግንኙነት የሚል ክፍል (Department) በማቋቋም የአድማጮችን ምርጫ (preference)፣ የማድመጥ ልምድ (habit) እና ዝንባሌ (attitude) የሚጠይቁ ዝርዝር መረጃዎችን ተሰብስበው ለጣቢያው ኃላፊዎች ስለሚቀርቡ በመረጃ የተመሰረተ ውሳኔ ለመስጠት ተጠቅመውበታል (Head, 1968)። በጥናቱም አድማጮች የማስታወቂያ፣ የቴክኒክ ጥራት፣ የአቀራረብ፣ የመርሀ ግብር እና የጋዜጠኞች የቋንቋ ላዛ እንዲሻሻል እንደጠየቁ እና የጣቢያው ኃላፊዎችም በዚህ መሰረት የተለያዩ

አሰራሮችን እንዳሻሻሉ ተመልክቷል። ለአብነትም የሬዲዮ ጣቢያው የቴክኒክ ጥራቱን በማሻሻል የሞገድ ጥራት በመጨመር በብዙ የሀገሪቱ አካባቢዎችተደራሽ እንዲሆን ጥናቱ እገዛ እንዳበረከት ተገልጿል (Head, 1968) ።

በተመሳሳይም የAsmamaw (2011) ጥናት እንዳመለከተው የኢትዮጵያ ሬዲዮ፣ የላገዳዲ ሬዲዮ፣ የጀርመን ድምጽ፣ የአሜሪካ ድምጽ እና ሬዲዮ ፋና የአድማጮች ጥናት በተለያዩ ጊዜ በተለያዩ ምክንያት እንደሰሩ ይገልጻል። ለምሳሌ ሬዲዮ ፋና በተደጋጋሚ በራሱ በተቋሙ ባሉ ሙያተኞች ጥናቶችን አሰርቷል። ይሁን እንጂ ልክ እንደ ሬዲዮ ፋና በሚዲያው የሚሰሩ ጥናቶች የሚያመጡት ውጤት ታላማኒነቱ በጣም አነስተኛ ነው። በ2005 ዓ.ም ደግሞ የኢትዮጵያ ብሮድካስት ባለስልጣን አንድ የዳሰሳ ጥናት አድርጓል። የዚህ የዳሰሳ ጥናት ዋና አላማ መገናኛ ብዙሃን የዘርፉን ሕግ እና ደንብ አክብረው በመሥራት የነብረተሰቡን ፍላጎት በማርካት ዙሪያ በሞያቸው እያደረጉ ያሉትን እንቅስቃሴ ለመቃኘትና በሥራቸው ሂደት ያጋጠሙ ችግሮች በመዳሰስ እና ለውጤታማነታቸው የሚያግዙ የመፍትሄ ሃሳቦችን ለማመንጨት በሚል ነበር (የኢትዮጵያ ብሮድካስት ባለስልጣን፣ 2005 ዓ.ም) ። ነገር ግን ይህ ጥናት በአዲስ አበባ ብቻ መወሰኑ፣ ጥቅል እና ዳሰሳዊ ስልትን ብቻ መጠቀሙ የታሰበለትን ግብ መምታቱ ያጠራጥራል። ከላይ ከተጠቀሱት የተደራሲያን ጥናት አኳያ ይህ ጥናት በጎንደር ዩኒቨርሲቲ እና በአማራ ብዙሃን መገናኛ ሙያተኞች በጥምር በመሰራቱ፣ ከተለያዩ ቦታዎች ከተመረጡ ወካይ የማህበረሰቡ ክፍሎች መረጃ በመውሰዱ እና ድብልቅ የጥናት ዘዴን በመከተሉ የውጤቱን ተአማኒነት የተሻለ ያደርገዋል ብለን እናስባለን። በመሆኑም ይህ ጥናት ለሚከተሉት ጥያቄዎች ምላሽ ሰጥቷል።

በሰሜንና ማዕከላዊ ጎንደር ዞን የሚገኙ ነዋሪዎች፡ -

- ምን አይነት የብዙሃን መገናኛ ፍላጎቶች አሏቸው?
- ለአድማጮች የብዙሃን መገናኛ መርሃ ግብሮችን ለመከታተል አመች ጊዜያት የትኞቹ ናቸው?
- የአድማጮች የይዘት፣ የጊዜ እርዝማኔ እና የአቀራረብ ምርጫቸው ምን ይመስላል?
- አድማጮች ብዙሃን መገናኛዎች ምን ምን አይነት ማህበራዊ፣ ኢኮኖሚያዊ እና አስተዳደራዊ ችግሮች ላይ እንዲያተኩሩ ይፈልጋሉ?

የአጠናን ዘዴ

የጥናቱ ገደብ ገላጭ ነው። በዚህም የአድማጮችን ፍላጎትና ልምድ ከተለያዩ አቅጣጫ በተለያዩ ዘዴ የሚገልጽ ነው። ይህ ጥናት በሰሜን እና ማእከላዊ ጎንደር ዞኖች የሚገኙ የብዙሃን መገናኛ አድማጮችን ተዋዕል እንዲሁም የብዙሃንን መገናኛ መርሃግብሮችን የመከታተል ልማድን የሚያጠና እንደመሆኑ አይነታዊ እና መጠናዊ የምርምር ዘዴዎችን በኩል መጠን እና ጊዜ ተግባራዊ አድርጓል። የአድማጮችን የብዙሃን መገናኛ አጠቃቀም እና ልምድ በተመለከተ እንደሚደረጉ እጅግ ተቀያይረ / ተለዋዋጭ ውጤት ሊመጣቸው የሚችሉ የጥናት አይነቶችን በአንድ የጥናት ዘዴ ላይ ብቻ በመመርኮዝ ማጥናት በጥናቱ ላይ የታዳሚነት እና የትክክለኝነት ጥያቄዎችን በአግባቡ ለመመለስ አያስችልም። ይህን ሃሳብ ከግምት ውስጥ በማስገባት ጥናቱ አይነታዊ እና መጠናዊ የጥናት ዘዴዎችን አንድ ላይ በማጣመር የጥናቱን ርዕሰ ጉዳይ የተሻለ ስፋት እና ጥልቀት እንዲኖረው ለማድረግ ተሞክሯል።

የናሙና ብዛት፡-የጥናቱ ተሳታፊዎች በሰሜን እና ማእከላዊ ጎንደር ዞኖች በሚገኙ ወረዳዎች ማለትም ደባርቅ፣ ወገራ፣ ጎንደር ዙሪያ፣ ምስራቅ በለሳ፣ አዲአርቃአይ (ዛሪማ) ፣ ጃናሞራ እና ጎንደር ከተማ ላይ የሚኖሩ ሲሆን፣ የአካባቢውን ስነምግባር ታሳቢ በማድረግ የዞኖችን ነዋሪዎች እንደሚወክሉ ስለታመነበት ነው። በ Yemane (1976) እንደተመለከተው 95% የመተማመኛ መጠን ታሳቢ በማድረግ እንዲሁም በአካባቢው ከዚህ ቀደም ተመሳሳይ የጥናት ውጤት አለመኖሩን ግምት ውስጥ በማስገባት 384 የናሙና ብዛት የተወሰነ ሲሆን ጥናቱ የተራዘመ/ተደጋጋሚ ስልትን የተከተለ በመሆኑ ሊኖር የሚችለውን የንድፍ ስህተት ለማካከስ እጥፍ በማድረግ 768 የናሙና ብዛት ተወስዷል።

የንጥናት ቅደም ተከተል፡- Onwuegbuzie & Leed (2007) እንደሚገልጹት ጥናቱ የሚከናወነበት አካባቢ ነዋሪዎች ቁጥር ከፍተኛ ከሆነ ሁለት ወይም ከዛ በላይ የሆነ የተራዘመ ወይንም ተደጋጋሚ የንጥናት መንገድን መጠቀም እንደሚመረጥ ይመክራሉ። ስለዚህም የተራዘመ ወይንም ተደጋጋሚ የንጥናት ዘዴ በዚህ ጥናት ጥቅም ላይ ውሏል። በመሆኑም ሁሉንም የህብረተሰብ ክፍል በተሻለ መልኩ መወከል የሚችሉ ሰዎች በጥናቱ ውስጥ እንዲካተቱ እድል ፈጥሯል። ለዚህም በመጀመሪያ ጥናቱ የሚካሄድላቸው ወረዳዎች ውስጥ የሚገኙ ቀበሌዎችን በሁለት መደብ (ከተማ እና ገጠር) በመለየት 7 የከተማ እና 7 የገጠር በድምሩ 14 ቀበሌዎችን መርጧል። በመጨረሻም በእያንዳንዱ ቀበሌ ውስጥ የሚኖረውን የህዝብ ብዛት ከግምት ውስጥ በማስገባት ከብዛቱ ጋር ተመጣጣኝ የሆነ መጠን ያለው ናሙና ረድፋዊ ዘዴን በመከተል በጥናቱ እንዲካተቱ ሆኗል።

መረጃ መሰብሰቢያ መሳሪያዎች

ጥናቱ በገጠርም በከተማም ክልል በሚኖሩ ሰዎች ላይ የተሰራ ሲሆን፤ በትክክል የሁለቱንም አካባቢ ነዋሪዎች የሚወክል መረጃ ለመሰብሰብ ጥረት ተደርጓል። ከአይነታዊ የመረጃ መሰብሰቢያ ዘዴዎች ውስጥ በዚህ ጥናት ቁልፍ ቃለመጠይቅ እና ውስን ተተኳሪ የቡድን ውይይት ጥቅም ላይ ውለዋል። በዚህ መሰረት ስለማሕበረሰቡ የጠለቀ ዕውቀት እና ሙያን ታሳቢ በማድረግ ከተመረጡ 42 የማህበረሰብ መሪዎች፣ ጋዜጠኞች፣ የህዝብ ግንኙነት ባለሙያዎች፣ የህግ ባለሙያዎች፣ የጤና ሙያተኞች፣ የግብርና ሙያተኞች፣ መምህራን፣ የባህሪ እና ቱሪዝም ሙያተኞች፣ የልዩ ፍላጎት እና የአካቶ ባለሙያዎች ጋር ቁልፍ ቃለመጠይቅ በማድረግ አስፈላጊ መረጃዎች ተሰብስበዋል። 14 ውስን ተተኳሪ የቡድን ውይይቶች ማለትም በእያንዳንዱ ለጥናት በተመረጡ ወረዳዎች ሁለት ሁለት ቡድን ተኮር ውይይቶች ተካሂደዋል።

በሌላ በኩል መረጃ ሰብሳቢዎች እና የጽሁፍ መጠይቅን በመጠቀም መጠናዊ መረጃዎች ተሰብስበዋል። የጽሁፍ መጠይቅ የተሳታፊዎችን ግላዊ፣ ስነ-ልቦናዊ፣ ስነ-ባህሪያዊ እና ማህበራዊ ፍላጎቶቻቸውን፣ ለመለየት በሚያስችል መልኩ ዝግ እና ነፃ ጥያቄዎችን በአንድ ላይ ባካተተ መልኩ ተዘገጅቷል።

የመረጃ መተንተኛ ዘዴዎች፡- ሁለቱንም አይነት (አይነታዊ እና መጠናዊ) መረጃዎች ጥራታቸውን በጠበቀ መልኩ ለመተንተን የተሞከረ ሲሆን መጠናዊ መረጃዎችን በገላጭ ስታትስቲክስ ማለት ድግግሞሽ/ ብዛት፣ መቶኛ እና አማካይ ውጤትን በመጠቀም ተተንትኗል። አይነታዊ መረጃዎች ደግሞ ዘርፋዊና ትረካዊ ዘዴዎችን በመጠቀም ቀርበዋል።

መረጃ አቀራረብ፡ ትንተናና ማብራሪያ

ግለሰባዊ መረጃዎች

የመላሾች የመኖሪያ ቦታ በፆታ

ምንም እንኳን በጥናቱ ከ768 ተሳታፊዎች በጽሁፍ መጠይቅ መረጃ ለመሰብሰብ ቢሞክርም፤ በትክክል እና በተሟላ መልኩ ምላሻቸውን የሰጡት 704 መላሾች ብቻ ናቸው። ከነዚህም ውስጥ 482 (68.4%) የሚሆኑት ወንዶች ሲሆኑ ቀሪዎቹ 222 (31.6%) ደግሞ ሴቶች ናቸው። ከዚህ በታች የቀረበው ሰንጠረዥ ቁጥር 1 ይህን እና መላሾች የሚኖሩበትን ወረዳ በዝርዝር ያሳያል።

ሰንጠረዥ (1) የመላሾች የመኖሪያ ቦታ እና ፆታ

		የመላሾች የመኖሪያ አካባቢ (ወረዳ)						ምስ/ በለሳ	አጠ/ ድምር
		ጎንደር	ጎንደር ዙሪያ	አዲአርቃይ	ወገራ	ደባርቅ	ጃንአሞራ		
የመላሾች ፆታ	ወንድ	68	73	82	62	75	67	55	482
	ሴት	32	27	17	42	26	37	41	222
አጠ/ ድምር		100	100	99	104	101	104	96	704

የመላሾች የእድሜ ሁኔታ

በዚህ ጥናት ከተሳተፉት ሰዎች ውስጥ በእድሜ ትንሹ 14 ሲሆን ትልቁ ደግሞ 84 ነው። የተሳታፊዎቹ አማካኝ እድሜ ደግሞ 34 ሆኖ ተመዝግቧል። በተጨማሪም አስራ ስምንት ዓመት እና ከዚያ በታች የሆኑት 1.5%፣ ከ19-35 ዓመት ባለው ክልል ውስጥ ያሉ መላሾች 64.6%፣ ከ36-35 ዓመት ደግሞ 28.4% ሲሆን ቀሪዎቹ 5.6% ደግሞ እድሜያቸው 55 እና ከዚህ በላይ ነው።

የመላሾች የትምህርት ደረጃ እና የስራ ሁኔታ

ሰንጠረዥ (2) የመላሾች የትምህርት እና የስራ ሁኔታ

		የመላሾች የትምህርት ሁኔታ * የመላሾች የስራ ሁኔታ የሚያሳይ							
		የመላሾች የስራ ሁኔታ							አጠ/ ድምር
		በግብርና	በንግድ	በመንግስት ስራ	በጉልበት ስራ	ጡረተኛ	ተማሪ	ስራ የለኝም	
የመላሾች የትምህርት ሁኔታ	ማንበብና መጻፍ የማይችሉ	52	14	1	13	0	1	13	94
	ማንበብና መጻፍ የሚችሉ	25	14	15	11	7	1	7	80
	የመጀመሪያ ደረጃ ትምህርት ያጠናቀቁ	13	9	24	11	3	6	11	77
	10ኛን/12ኛን ክፍል የጨረሱ	6	47	38	7	6	51	38	193
	የከፍተኛ ትምህርት ያጠናቀቁ	2	20	184	5	8	10	10	250
አጠ/ድምር		98	104	262	47	24	69	90	694

የተሳታፊዎችን የትምህርት ደረጃ በተመለከተ የተሰበሰበው መረጃ እንደሚያሳየው 94ቱ ማንበብ እና መጻፍ የማይችሉ፣ 80ዎቹ ማንበብና መጻፍ የሚችሉ፣ 77ቱ የመጀመሪያ ደረጃ ትምህርታቸውን ያጠናቀቁ፣ 193ቱ 10ኛን ወይንም 12ኛን ክፍል ያጠናቀቁና አብዛኛዎቹ ማለትም 250 የሚሆኑት ደግሞ የኮሌጅ ወይም ከዚያ በላይ ያለ የትምህርት ደረጃን የተከታተሉ ናቸው። በተጨማሪም በሰንጠረዥ እንደተመለከተው አብዛኛቹ (262) መላሾች የመንግስት ስራተኞች ሲሆኑ 104 ነጋዴዎች፣ 98 አርሶ አደሮች፣ 90 ስራ ፈላጊዎች፣ 69 ተማሪዎች፣ 47 በቀን ስራ ላይ የተሰማሩ እና 24ቱ ደግሞ ጡረተኞች ናቸው።

የተሳታፊዎች የብዙሃን መገናኛ ምርጫ

የዚህ ጥናት ተሳታፊዎች ቀዳሚ የመረጃ ምንጭ የሆኗቸውን የመገናኛ አውታሮች ለማወቅ ያለመ ጥያቄ የቀረበላቸው ሲሆን አዘውትረው የሚጠቀሙበትን የመረጃ ምንጭ በተመለከተ ብዙዎች መላሾች ቴሌቪዥን (36.1%) እና ሬዲዮ (19.6%) እንደሚጠቀሙ ገልጻል። በተጨማሪም ኢንተርኔት፣ ጋዜጣ እና የሃይማኖት ተቋማት በቅደም ተከተል እንደ መረጃ ምንጭነት በመላሾች የተጠቀሱ ሲሆኑ በሰንጠረዥ ሶስት (3) በዝርዝር ተቀምጧል። ከላይ የተገኘው የጥናት ውጤት ቀደም ብለው ከተሰሩ ሌሎች ጥናቶች ጋር ተመሳሳይ የሆነ ግኝት እንዳለው ተረድተናል። እንደ አብነት በ2005 ዓ/ም በኢትዮጵያ ብሮድካስት ባለስልጣን የተደረገ ጥናት ውጤት እንደሚያመለክተው ቴሌቪዥን እና ሬዲዮን በቅደም ተከተል ቀዳሚ የመረጃ ምንጭ እንደሆኑ ያሳያል። በተጨማሪም የተደራሲያን የብዙሃን መገናኛ አጠቃቀም (Media consumption) ላይ የተሰሩ የጥናት ውጤቶች እንደሚያሳዩት በዓለም አቀፍ ደረጃ የቴሌቪዥን ጣቢያዎች ቀዳሚ የመረጃ ምንጭ እንደሆኑ እና ተደራሲያኑ የተለያዩ የብዙሃን መገናኛ ስራዎችን ወይም ይዘቶችን እንደሚጠቀሙ ያሳያሉ (Geniets, 2010; Mander & Young, 2017; Pew Research, 2018)።

በሌላ በኩል ደግሞ ዓለም አቀፍ የዜና አጠቃቀም ልምድን ለማወቅ በስምንት (8) የተለያዩ ሀገራት በተደረገ ጥናት መሰረት በታዳጊ ሀገራት የሚኖሩ አድማጮች በአካባቢያቸው ያሉ ብዙሃን መገናኛ (local media) ጣቢያዎች መረጃን በቀላሉ ማግኘት እንደሚፈልጉ እና ትኩስና ወቅታዊ የሆኑ መረጃዎችን ለማግኘት ደግሞ ዓለም አቀፍ ብዙሃን መገናኛዎችን (International Media) መጠቀም ምርጫቸው እንደሆነ ተመልክቷል (Geniets, 2010)። እኒሁ አድማጮች ምንም እንኳን የኢንተርኔት ዋጋ እጅግ ወድቶ ሲሆንም ሬዲዮ ለማድመጥ የእጅ ስልካቸውን መጠቀም እንደሚመርጡ የሚያደምጡትም ወደ ስራ ቦታቸው በሚሄዱበት ጊዜ እንደሆነም ተመልክቷል። በተመሳሳይም የPew Research Center (2018) ጥናት ውጤት እንደሚያሳየው ከሆነ በአደጉ ሀገራትም ብዙ ቁጥር ያላቸው (53%) ተደራሲያን በተለይ እድሜያቸው ከ18 - 49 የሆኑት መረጃን በኢንተርኔት ማግኘት የሚፈልጉ ሲሆን የሚከታተሉት ሚዲያ ዘርፍ ደግሞ ሬዲዮ እንደሆነ ያሳያል።

ሰንጠረዥ 3 የመላሾች ቀዳሚ የመረጃ ምንጮች

የመላሾች ቀዳሚ የመረጃ ምንጮች ስርጭት				
		መለሶች		% of Cases
		N	%	
የቀዳሚ የመረጃ ምንጮች	ሬዲዮ	149	19.6%	30.9%
	ጋዜጣ	19	2.5%	3.9%
	ኢንተርኔት	144	18.9%	29.9%
	ግለሰቦች	63	8.3%	13.1%
	ሀይማኖት ተቋማት	112	14.7%	23.2%
	ቴሌቪዥን	275	36.1%	57.1%
አጠ/ ድምር		762	100.0%	158.1%

ሬዲዮ የሚከታተሉ መላሾች የዕድሜ ክልል

ሰንጠረዥ አራት እንደሚያሳየው የጥናቱ ተሳታፊዎች የሬዲዮ ፕሮግራሞችን የመከታተል ልምዳቸውን ተጠይቀው ብዙዎቹ (567/79.7%) እከታተላለሁ ያሉ ሲሆኑ፣ ቀሪዎቹ (147/20.1%) በተለያዩ ምክንያቶች እንደማይከታተሉ ገልጸዋል። የሬዲዮ ፕሮግራም እንደሚከታተሉ ከተናገሩት ውስጥም 495 ወንዶች እና 157 ሴቶች ናቸው። ከእድሜ አኳያ ሲታይ ደግሞ ብዙዎቹ የሬዲዮ አድማሮች ከ19-35 (426) እና 36-55 (187) ያሉት ናቸው። ከዚህ ጥናት ውጤት ለመረዳት የሚቻለው አብዛኛው የአካባቢው ኗሪዎች ሬዲዮን የመከታተል ልምድ ያላቸው ሲሆን አብዛኞቹ ደግሞ በወጣትና ጎልማሳ የዕድሜ ክልል ውስጥ የሚገኙ ናቸው።

ሰንጠረዥ 4 ሬዲዮ የሚከታተሉ መላሾች ብዛትና የዕድሜ ክልል

የዕድሜ ክልል * ሬዲዮ ፕሮግራሞችን መከታተል				
የዕድሜ ክልል		ሬዲዮ ፕሮግራሞችን መከታተል		አጠ/ ድምር
		እከታተላለሁ	አልከታተልም	
የዕድሜ ክልል	18 እና ከዚህ በታች	6	4	10
	19-35	349	77	426
	36-55	144	43	187
	ከ55 በላይ	29	7	36
አጠ/ ድምር		528	131	704

ሬዲዮን እንደ መረጃ ምንጭነት ላለመጠቀማቸው የተሰጡ ምክንያቶች

ከመላሾች በተገኘው መረጃ መሰረት የሬዲዮ ፕሮግራሞችን የማይከታተሉ ሰዎች እንደምክንያት ካቀረቧቸው ውስጥ በዋናነት የሬዲዮ አለመኖር (36.9%) እና የጊዜ እጥረት (28.9%) ተጠቅሰዋል። በተጨማሪም 21.5% የፍላጎት አለመኖር፣ 8.7% የሬዲዮ ስርጭት ሞገድ አለመኖር እንዲሁም 4% የሬዲዮ ማድመጥ ጠቀሜታ ስሌለው የሚሉ ምክንያቶች ጠቅሰዋል።

የሬዲዮ ፕሮግራም የመከታተል ልምድ

በጥናቱ የሬዲዮ ፕሮግራም እንከታተላለን ያሉትን መላሾች የመከታተል ልምዳቸውን አስመልክቶ መረጃ ለመሰብሰብ የሞከረ ሲሆን ዝርዝሩ ከታች በሰንጠረዥ 5 ተመልክቷል።

ሰንጠረዥ 5 የአድማጮች ሬዲዮ ፕሮግራሞችን የመከታተል ልምድ

		ድግሞሽ	%
አድማጮች የሬዲዮ የማድመጥ ልማድ በዓመት ሲገለፅ	ከ5 ዓመት በታች	218	38.8
	6-10 ዓመት	193	34.3
	11-15 ዓመት	72	12.8
	16-20 ዓመት	44	7.8
	ከ21 ዓመታት በላይ	35	6.2
አጠ/ ድምር		562	100.0

የሬዲዮ ጣቢያዎች በአካባቢው ያላቸው የአድማጭ ብዛት (Audience share)

ሰንጠረዥ 6: በአካባቢው የሚዘወተሩ ሬዲዮ ጣቢያዎች

በአካባቢው ተደራሽ የሆኑ የሬዲዮ ጣቢያዎች		የአድማጭ ብዛት	
		N	Percent
	አማራ ሬዲዮ	128	32.6%
	ሬዲዮ ፋና	107	27.2%
	ኢትዮጵያ ሬዲዮ	96	24.4%
	አሜሪካ ድምጽ	40	10.2%
	የጀርመን ሬዲዮ	22	5.6%
አጠ/ ድምር		393	100.0%

ከላይ በሰንጠረዥ 6 ላይ እንደተመለከተው የሬዲዮ ፕሮግራሞችን ከሚከታተሉ የጥናቱ ተሳታፊዎች ውስጥ ብዙዎቹ የአማራ (32.6%) እና የፋና (27.2%) የሬዲዮ ጣቢያዎችን የሚያዘወተሩ ሲሆን ቀሪዎቹ ደግሞ የኢትዮጵያ ሬዲዮ (24.4%)፣ የአሜሪካ ድምፅ (10.2%) እና የጀርመን (5.6%) ድምፅ ምርጫቸው እንደሆነ ገልፀዋል።

አድማጮች የመረጡትን የሬዲዮ ጣቢያ የመረጡበት ምክንያት

የጥናቱ ተሳታፊዎች የሬዲዮ ፕሮግራሞችን ለመከታተል ታሳቢ ከሚያደርጓቸው ምክንያቶች ውስጥ በቀዳሚነት (38.9%) የፕሮግራሞችን ይዘት ሲሆን ጣቢያዎቹ የማህበረሰብን ችግር ለመፍታት ትኩረት የሚያደረጉ ፕሮግራሞችን ማሰራጨታቸው (19.5%) ደግሞ በሁለተኛነት ተጠቅሷል። በተጨማሪም 14.6% እና 12.1% የሚሆኑት አድማጮች የጋዜጠኞችን ሙያዊ ብቃት እና የዘፈን ምርጫን በቅደምተከተል እንደምክንያት አቅርበዋል።

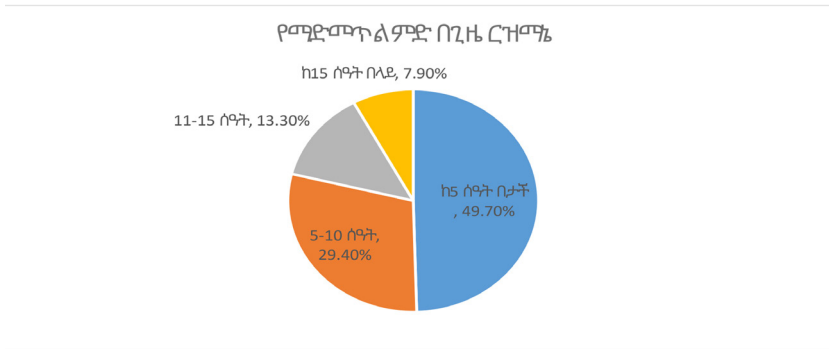
ሰንጠረዥ 7: የሬዲዮ ጣቢያዎቻችን የመረጡበት ምክንያት

ምክንያቶች	ድግግሞሽ	%
በሙዚቃ ምርጫቸው	69	12.1
በፕሮግራም አቅራቢዎች ጥራት	83	14.6
የሚቀርቡት ይዘቶች ተስማሚናጠቃሚ መሆናቸው	222	38.9
የሬዲዮ ግንዛቤ በጥራት በአካባቢያችን ስለሚሰማ	39	6.8
ጣቢያው የማህበረሰቡን ችግር ለመፍታት ጥረት ስለሚያደርግ	111	19.5
በአካባቢው ምንም ሌላ አማራጭ ጣቢያ ስለሌለ	46	8.1
አጠ/ ድምር	570	100.0

የአድማሎች የማድመጥ ልምድ በጊዜ ርዝማኔ

የዚህ ጥናት ተሳታፊዎች በሳምንት ውስጥ ለምን ያክል ሰዓት ሬዲዮ የማድመጥ ልምድ እንዳላቸው ተጠይቀው የሰጡት ምላሽ ከዚህ በታች በፓይ ቻርት ተቀምጧል።

ቻርት 1 የማድመጥ ልምድ በጊዜ ርዝማኔ



የአድማሎች የማዳመጥ ልምድ በድግግሞሽ

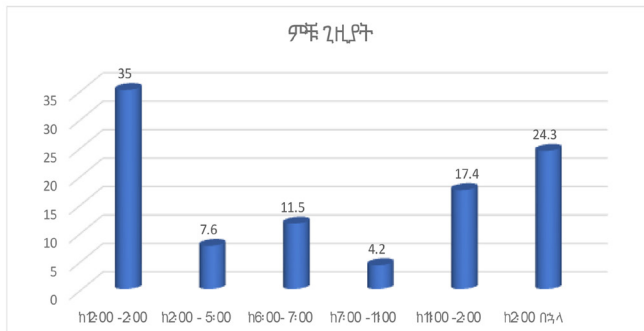
የአድማሎችን የማዳመጥ ድግግሞሽን በተመለከተ የተገኘው መረጃ እንደሚያሳየው 44.1% የሚሆኑት መላሾች በየቀኑ ሬዲዮ እንደሚከታተሉ ሲሆኑ 32% ተገኝተው ደግሞ በሳምንት ውስጥ በአማካኝ 4-6 ቀናት አንዲሁም ቀሪ 23.9% ተገኝተው ደግሞ ከ1-3 ቀናት የሬዲዮ ፕሮግራም እንደሚያዳመጡ ምላሽ ሰጥተዋል።

ሬዲዮ ፕሮግራሞችን ለመከታተል ተመራጭ/ምቹ ጊዜያት

የሬዲዮ ፕሮግራሞች ስኬታማ እንዲሆኑ ለታለሙ ተተካሪ አድማሎች (target audience) በምቹ ጊዜያት መቅረብ ይኖርባቸዋል። ይህም የሚፈለገውን ግብ ለመምታት ከማስቻሉም በተጨማሪ ፕሮግራሞቹ አድማሎ አልባ እንዳይሆኑ ያደርጋል። በተለይ እንደ ኢትዮጵያ ላሉ ሰፊው ህብረተሰብ በግብርና ስራ በሚተዳደሩባቸው ሀገሮች የሚቀርቡ የሬዲዮ ፕሮግራሞች ይህን ማህበረሰባዊ ሁኔታ ግምት ውስጥ ያስገቡ መሆን ይኖርባቸዋል።

በዚህም መሰረት ብዙሃኑ (35%) አድማሎች ከማለዳው 12:00 እስከ 2:00 ሰዓት ድረስ የሬዲዮ ፕሮግራሞችን ለመከታተል አመች ጊዜ እንደሆነላቸው የጠቀሙ ሲሆን፣ ሌሎች ተመራጭ ሰዓታት እና የአድማሎች ብዛት የያዘ ዝርዝር ከዚህ በታች በቀረበው ባር ግራፍ ላይ ተመልክቷል።

ግራፍ 1: ሬዲዮ ለማድመጥ ምቹ የሆነው ጊዜ



በተመሳሳይ በተደረጉ የቃለ መጠይቅ እና የውስን ተተኳሪ ቡድን ውይይቶች ከተሳታፊዎች በተገኘው መረጃ መሰረት በቀን ውስጥ ሶስት ምቹ ጊዜያትን (ጠዋት 12:00 - 2:00፣ ምሳ ሰዓት እኩለ ቀን፣ ምሽት 12:00 - 3:00 ሰዓት) መለየት ተችሏል። ከዕለታት ውስጥ ደግሞ ቅዳሜ እና እሁድ ተመራጭ የሬዲዮ ፕሮግራሞችን የመከታተያ ቀናት ሆነው ተገኝተዋል።

የአድማጮች የፕሮግራም አቀራረብ ምርጫ

ከዚህ ጥናት ተሳታፊዎች በተገኘው መረጃ መሰረት በጭውውት መልኩ የሚቀርቡ ፕሮግራሞች የተሻለ ተመራጭነት እንዳላቸው ሲያሳይ፣ በውይይት እና በድራማ የሚቀርብ ደግሞ በሁለተኛ እና በሶስተኛነት ደረጃ ተመራጭ ናቸው። የተሳታፊዎቹን የፕሮግራም አቀራረብ ምርጫዎች ዝርዝር መረጃ ከዚህ በታች በሰንጠረዥ 8 ቀርቧል።

ሰንጠረዥ 8: የፕሮግራም አቀራረብ ፍላጎት

የፕሮግራም አቀራረብ አይነት	ምላሽ	
	ድግግሞሽ	%
በጭውውት	120	17.2%
በውይይት	108	15.5%
በቃለ-መጠይቅ	100	14.4%
በድራማ	93	13.4%
በሬዲዮ ዘጋቢ	83	11.9%
በወግ	66	9.5%
በትንታኔ	41	5.9%
በትረካ	34	4.9%
በቀጥታ ስልክ ውይይት	27	3.9%
በማስታወቂያ	24	3.4%
አጠ/ ድምር	696	100.0%

የአድማጮች የፕሮግራም ይዘት ፍላጎት

መላሾች የሬዲዮ ጣቢያዎች ምን ዓይነት ይዘት ወይም ርዕሰ ጉዳይ ላይ ትኩረት ሰጥተው ቢሰሩ እንደሚመረጡ በተጠየቁት መሰረት አብዛኞቹ መልስ ሰጭዎች ጤና (21.5%) እና ትምህርትን (14.4%) የመረጡ ሲሆን በሌሎች ይዘቶች ላይ የሰጡት ምላሽ በሰንጠረዥ 9 ተዘርዘሯል። በሌላ በኩል Head (1968) ከአዲስ አበባ ነዋሪዎች ላይ በሰበሰበው መረጃ መሰረት የአብዛኞቹ አድማጮች ምርጫ ዜና፣ ስፖርት እና ሙዚቃ እንደነበር አመልክቷል።

ሰንጠረዥ 9 የፕሮግራም ይዘት ፍላጎት

የአድማሮች የይዘት ምርጫ	ምላሽ	
	ድግግሞሽ	%
ጤና	149	21.5%
ትምህርት፣ ሳይንስናቴክኖሎጂ	100	14.4%
ግብርና	98	14.1%
ህግ (ፍትህ፣ መልካም አስተዳደርና ፀጥታ)	91	13.1%
ማህበራዊ ጉዳዮች (ማህበራዊ ግንኙነት፣ ትዳር፣ ልጅ አስተዳደር፣ ስነልቦና እና ሥነ-ምግባር)	84	12.1%
ባህልና ቱሪዝም (ተፈጥሯዊና ባህላዊ ሀብቶች፣	38	5.5%
አካባቢ እና አየር ንብረት	35	5.1%
መዝናኛ	28	4.1%
ስፖርት	27	3.9%
ፖለቲካ	22	3.2%
ንግድና ምጣኔ ሀብት	21	3%
አጠ/ ድምር	693	100%

አሜሪካዊው የሚዲያ ተመራማሪ Turow (2009) የትኛው የብዙሃን መገናኛ ስራ ያለ አድማሮችን የሚሰብ ይዘት ገብያ ላይ ሊቆይ አይችልም ይላል። የዚህ የዳሰሳ ጥናት ዋና አላማዎች ከሆኑት ጉዳዮች ውስጥ አንዱ ጥናቱ በተካሄደባቸው አካባቢዎች የሚኖሩ ነዋሪዎችን የራዲዮ ፕሮግራሞች የይዘት ፍላጎት መረዳት ነው።

በዚህ የዳሰሳ ጥናት አድማሮች በቀረበላቸው መጠይቅ አማካኝነት በአካባቢያቸው ካሉ ችግሮች እና በሌሎች ብዙሃን መገናኛዎች በቂ ሽፋን አላገኙም ብለው ያሰቧቸውን የሚከተሉትን ርዕሰ ጉዳዮች ዘርዘረዋል።

- በሀገረዊ አንድነት እና ሰላም ዙሪያ የዘረኝነት አስተሳሰብ እንዲቀንስ
- በስራ አጥነት እና የስራ እድል ፈጠራ እንዲሁም የንግድ አሰራርን ስለማዘመን
- በመልካም አስተዳደር፣ ፀጥታ እና ደህንነት ላይ
- ስለወጣቶች የወደፊት ህይወት ራዕይ፣ የዕረፍት እና የስፖርት ማዘውተሪያ ስፍራዎች
- ስለ ሀገር ፍቅር እና ብሔራዊ ጀግኖች እንዲሁም ታዋቂ ሰዎች
- ስለ ሀገር ማስተዋወቅ ስለ አዳዲስ መስህቦች
- በአደንገብ ዕዕ እና ሱሰኝነት ላይ
- በወቅታዊ ሃገራዊ ጉዳዮች ላይ
- ሽልማት የሚያስገኙ ፕሮግራሞች
- በወንጀል እና የፍትህ ስርዓቱ ዙሪያ
- በትዳር ህይወት እና ልጆች አስተዳደር እንዲሁም የቤተሰብ ምጣኔ ላይ
- በአሰሪ እና ሰራተኛ ግንኙነት እንዲሁም ኤጀንሲዎች ዙሪያ
- በኋላ ቀር ወይም ጎጆ ልማዳዊ ድርጊቶች ላይ
- ስለተዛቡ የታሪክ ውቅሮች
- ስለ አድጎ ሃገራት ልምድ እና ተሞክሮ
- ስለ ህገወጥ ስደት፣ የህፃናት ፍልሰት እና ዝውውር እንዲሁም ስርቆት
- ስለ ሰዎች የኑሮ ሁኔታ በተለይም (ስለ አረጋዊያን፣ ፖሊስ፣ ወታደር)
- የምርምራ ጋዜጠኝነትን መሰረት ያደረጉ ፕሮግራሞች በተለይም መንግስት ተቋማት እና አሰራሮቻቸው ዙሪያ
- ስለ ግል እና አካባቢ ንፅህና
- ስለ አካል ጉዳተኞች
- ስለ ኑሮ ውድነት
- ስለ ስራ እና ሙያ ስነ ምግባር

- የስራ ቅጥር ማስተወዳደሪያ የሚገልፅ ፕሮግራም
- ስለ ተፈጥሮ ሃብት እንክብባቤ እና አጠቃቀም
- ስለ ሥነ-ጥበብ እና ሥነ-ጽሁፍ
- የአድማጮችን ስብዕና እና ስነ-ልቦና ግንባታ
- ስለ ሃገር በቀል እውቀቶች እና ጥበቦች

በተጨማሪም የቃለ መጠይቅ እና የተተካሪ ውስን የቡድን ውይይት ተሳታፊዎችም የሚከተሉትን ርዕሰ ጉዳዮች በፕሮግራም ይዘትነት እንዲካተቱላቸው ተናግረዋል። እነርሱም፡-

- ታሪካዊ፣ አንድነት፣ አብሮነትና መቻቻል ርዕሰ ጉዳዮች
- ወንጀል፣ ግድያና የጸጥታ መደፍረስ ላይ
- ሙስናና ስርቆት
- ልምድ ልውውጥ ላይ ቢሰራ
- ሱስ
- አዕምሮ ልማት
- የንጽህና ችግር
- ኪነ-ጥበብ
- የማንበብ ባህል

በተመሳሳይም ተሳታፊዎች በበቂ ሁኔታ በሌሎች የሬዲዮ ጣቢያዎች ሽፋን ያላገኙ እና በአካባቢው ችግር የሆኑ ጉዳዮችን እንዲለዩ እና በችግሮች ላይ ያሏቸውን ሃሳቦች እንዲሰጡ በተጠየቁት መሰረት የተለያዩ ፕሮግራሞች ግብአት የሚሆኑ ሃሳቦችን አንስተዋል።

ለአብነትም በጥናቱ ከተሳተፉ መምህራን መካከል አንዱ እንደዚህ ብለዋል።

ህግ ላይ በበቂ ሁኔታ ፕሮግራሞች አልተሰራም በዚህም ምክንያት ግለሰቦች ህግን ካለማወቅ ለብዙ ችግሮች ሲዳረጉ ይስተዋላል። አዲስ በሚከፈተው የሬዲዮ ጣቢያ ህግን በስፋት ሽፋን ብትሰጡ፤ ሌላው የወጣቶች ሥነ-ምግባር ላይም እንዲሁም ቢሰራ፤ በተጨማሪም የማህበረሰቡ አጉል የሆነ ኋላ ቀር አስተሳሰብ የሚቀርፉ ፕሮግራሞች ብትሰሩ ጥሩ ይሆናል የሚል ሃሳብ አለኝ (ቃለመጠይቅ፣ ጥር 24፣ 2011) ።

ከላይ ከተገለፀው ሃሳብ ጋር ተቀራራቢ የሆነ ምላሽ የሰጡት ሌላኛው የጥናቱ ተሳታፊ የሆኑ የባህልና ቱሪዝም ባለሙያ እንዲህ ብለዋል፡፡

አንዱ አሁን ከዚህ ከወቅቱ ጋር ተያይዞ ያለው ያለ-መከባበር ነገር ነው። ይህ ነገር እሴት የሚያሳድፍ ነገር ስለሆነ መቀረፍ ያለበት ችግር ነው። ሰው በሰውነቱ ነው መከበር ያለበት ከየትም ይምጣ ከየት አንድ ሰው በሰውነቱ መከበር አለበት። ሰው ወደ አይደለም ከአሮጭ፣ ከትግራይ ወይም ከአማራ የሚወለደው፣ ሰው በሰውነቱ መለካት መቻል አለበት። የሚለካውም በአስተሳሰቡ መሆኑ ታወቆ በዚህ ዙሪያ መሰራት መቻል አለበት። ሌላው ከፍተኛ የሆነ የኢኮኖሚ ድቀት እየመጣ ነው። ግድያና ጥይት ተኩሶ በአካባቢያችን ከፍተኛ የሆኑ ችግሮች ናቸው። በነዚህ ላይ ትኩረት ተሰጥቶ ቢሰራ ጥሩ ነው። ሙስናና ስርቆትም እንዲዘሁ። ከግብርናና ከትምህርት ጥራት ጋር ያሉ ነገሮችም ቢሰራባቸው አዋጭነት አላቸው። (ቃለመጠይቅ፣ ጥር 23፣ 2011) ።

ሌላው የፖሊስ ባለሙያ የሆኑት የጥናቱ ተሳታፊ ደግሞ፤ አዲስ የሚከፈተው የጎንደር 105.1 ኤፍ.ኤም እንዲያቀርብላቸው የሚፈልጉት መረጃ እንደሀገርም፣ እንደወረዳቸውም፣ እንደክልልም የህብረተሰቡን መልካም ስራዎችና ህብረተሰብ በምን አግባብ መሄድ እንዳለበት ምን መስራት እንዳለበት ጥሩ ጥሩ ነገሮችን ነው። ለዚህ ደግሞ አዲሱ ጣቢያ “በአብዛኛው ህግ፣ ጤና፣ መሰረተ ልማቶችና የህብረተሰቡን መልካም አስተዳደራዊ ጥያቄዎችን ተቀብሎ ለሚመለከተው አካል ማድረስ ጥቅም የሚሰጥ ስለሆነ ትኩረት ሰጥቶ በነዚህ ላይቢሰራ ጥቅም የሚሰጥ ይሆናል” ብለዋል።

እንዲሁም ሌላኛው የማህበረሰብ መሪ እና የጥናቱ ተሳታፊ የሆኑ ግለሰብ “ለህብረተሰቡም ለእኛም መሳጭ የሆኑ ፕሮግራሞች ቢቀርቡበት ጥሩ ነው። በጤናው ዘረፍ ለባለሙያውም ለህብረተሰቡም ጤናነክ ፕሮግራሞችና ዜናዎች ቢሰሩ ጥሩ ነው በጤናም ቅድመ መከላከል ላይ ያተኩሩ ፕሮግራሞች ቢቀርቡ እመርጣለሁ።” የሚል ማብራሪያ ሰጥተዋል። በተጨማሪም የጤና ባለሙያ የሆኑ የጥናቱ ተሳታፊ የሚከተለውን እንደሚፈልጉ ጠቁመዋል፤

የጎንደር ኤፍ. ኤም 105.1 ቢያተኩር ጥሩ ነው ብዬ የማስበው ክሮኒክ በሽታዎች ላይ ነው። ካለዚያ ማህበረሰብ ለምሳሌ እንደሰካር በሽታ ያሉ በሽታዎችን ለመቋቋም ሊወሰድ የሚገባውን እንክብካቤና ጥንቃቄ ማወቅ አይቻልም። ለምሳሌ ወደ ወገራ ብንሄድ ከጤና ነክ ጉዳዮች አንፃር እነዚህ ክሮኒክ የሚባሉት የልብ፣ የሰካር... በሽታዎችን በተመለከተ ሊወሰዱ የሚገባቸው ጥንቃቄዎችና ህክምናዎች ብዙ አይታወቁም። ስለዚህ በእነዚህ ላይ ባለሙያዎች እያነጋገሩ ለማህበረሰቡ ትምህርት ቢሰጥ ጠቀሚታ አላቸው ብዬ እላለሁ (ቃለመጠይቅ፣ ጥር 28፣ 2011)።

በተመሳሳይ የጤና ባለሙያ የሆኑ ተሳታፊ ደግሞ ተላላፊ ያልሆኑ በሽታዎች እና ታሪክ አዲስ በሚከፈተው የFM ጣቢያ ትኩረት ቢደረግ ሲሉ እንደሚከተለው ጥቆማ ሰጥተዋል።

አንደኛ የሰው ልጅ በዋነኝነት ደረጃ ጤናውን መንከባከብና መቆጣጠር የሚችልበትን መንገድ አስተማሪ በሆነ ፕሮግራም ቢቀርብለት የጤና ባለሙያዎችን የስራ ጫና ይቀንሳል። ባጭሩና በቀላሉም ከሬዲዮ ትምህርት ሊያገኝ ይችላል። ሌላው ይህ በታሪክ ዙሪያ ብዙ ያልተሰራበት አካባቢ ነው። የነበሩትን እሴቶች ለማበልፀግ የሚያስችሉን የታሪክ ሁኔታዎች እንዲቀርቡ ቢደረግ። ትምህርትና ዜና ቢተላለፍ እና የራሱን አካባቢ የሚታዘብበት ሁኔታ ይፈጥራል ብዬ አምናለሁ (ቃለመጠይቅ፣ ጥር 22፣ 2011)።

በሌሎች አካባቢዎች ያነጋገርናቸው የጥናቱ ተሳታፊዎች ያለአቻ ጋብቻ፣ ቅርስጥበቃ፣ መጤ ባህሎች፣ የወጣቶች ፍላጎት፣ የህፃናት ፍልሰት፣ የገበሬው ምርታማነት፣ ትምህርት ማቋረጥ፣ የወጣቶች ስነ-ምግባር፣ የህብረተሰቡን ጎሳ ቀር አመለካከት መቀየር፣ የኢኮኖሚ ትስስር፣ የጦር መሳሪያ አጠቃቀም፣ ባህር ማዶ ኪነ-ጥበብ፣ ስለአካል ጉዳተኞች፣ ብርቱ ወግ፣ ስለ በሽታዎች ግንዛቤ መፈጠር፣አገር በቀል እውቀት (Indigenous Knowledge)፣ የወጣቶች ሱስኝነት አዳጋ እና የህፃናት አስተዳደግና እንክብካቤ ላይ እንዲሰራ ሃሳባቸውን ሰጥተዋል።

በወጣቶች የስራ እድል ፈጠራ ላይ ያተኮሩ ፕሮግራሞች ብዛት ከዚህ ግባ የሚባል እንዳልሆነ በአንዳንድ ተሳታፊዎች ቢገለፅም ሌሎች የጥናቱ ተሳታፊዎች ደግሞ ይህ ጉዳይ በበቂ ሁኔታ የተሰራበት እንደሆነ እና ይልቁንም በወጣቱ ጤና ላይ ያተኮሩ ፕሮግራሞች እንብዛም እንደሆኑ ያነሳሉ።

አድማጮች በሚከታተሏቸው ፕሮግራሞች (ሬዲዮ ጣቢያዎች) የተስተዋሉ ውስንነቶች

አንድ የሬዲዮ ጣቢያ ፕሮግራሞችን ማሰራጨት ከመጀመሩ በፊት የታለሙ ተተካሪ አድማጮች በሌሎች ጣቢያዎች እና ፕሮግራሞች ላይ ያስተዋሏቸውን የአቀራረብ ውስንነቶች ማወቅ አዲስ ለሚከፈት ሬዲዮ ጣቢያ ትልቅ ጠቀሜታ እንዳለው ይታመናል። በዚህ ጉዳይ ላይ በቃለ መጠይቅ እና በተተካሪ ውስን ቡድን ውይይት አማካኝነት መረጃዎችን ለመሰብሰብ ተሞክሯል። በዚህም የጋዜጠኞች የቋንቋ አጠቃቀም ችግር፣የሚዲያዎች የተአማኝነት መንገድ፣ ጋዜጠኞች በሚያቀርቧቸው ፕሮግራሞች ላይ ነገሮችን በጥልቀት እና ከተለያየ አቅጣጫ አለማየት፣ የሚዲያ ተቋማት ወይም ፕሮግራሞች የሚሰሩት በማህበረሰቡ ውስጥ ችግሮች ሲፈጠር ብቻ መሆኑ (የሚፈጠሩ ችግሮችን መከተል)፣ የፕሮግራሞች አየር ሰዓት ርዝመት በትክክል አለመመጠን (መንዛዛት ወይንም ማጠር)፣ የጋዜጠኞች ዘገባ ሚዛናዊነት ማጣት (ማጋነን ወይም ማቃለል፣መደገፍ ወይም መጥላት)፣ የመዝናኛ ፕሮግራሞች ላይ ብቻ ማተኮር፣ ህብረተሰብን የሚያቀራርቡ ፕሮግራሞችን አለማዘጋጀት እና ትክክለኛ መረጃን አለማቅረብ እንደውስንነት የተጠቀሱ ነጥቦች ናቸው።

የሬዲዮ ፕሮግራሞች ጠቀሜታ በአድማጮች እይታ

የሬዲዮ አድማጮች በሦስት (3) ዋና ዋና ጠቀሜታዎች ምክንያት የሬዲዮ ፕሮግራሞችን እንደሚከታተሉ ይታሰባል። እነዚህም ጠቀሜታዎች አዳዲስ መረጃን ለማግኘት፣ ለመዝናኛነትእና ትምህርት ለመውሰድናቸው። በዚህ ጥናትም አድማጮች የተለያዩ የሬዲዮ ፕሮግራሞችን ለምን ጠቀሜታ እንደሚያደምጡ እና እንደሚከታተሉ ቃለ መጠይቅ እና ውስን ተተካሪ የቡድን ውይይት ተካሂዷል። ተሳታፊዎቹም የሬዲዮ ፕሮግራሞችን ማዳመጣቸው የተለያዩ ጠቀሜታዎች እንዳስገኙላቸው ተናግረዋል። ለምሳሌ የአንድ ወረዳ ጤና ጣቢያ ሃላፊ እንደገለፁት የሚያዳምጧቸው ፕሮግራሞች የግል ኑሮአቸውን እንዴት መምራት እንዳለባቸው ወይም እንዳስቻላቸው እንደሚከተለው አብራርተዋል።

በሬዲዮ የማዳምጣቸው ፕሮግራሞች አንደኛ ማህበራዊ ህይወት ላይ ትልቅ አዎንታዊ አስተዋፅዖ እያበረከቱልኝ ነው ያለ። ሁለተኛ በግሌ እኔ ኑሮየን እንዴት መምራት እንዳለብኝ፣ ያለውን ነባራዊ ሁኔታ በተለይ በሌሎች ከተሞች የሚሰሩትን ስራ እኔ ከምኖርበት ከተማ አንፃር፡- የጤና ሁኔታ እንዴት እየሄደ ነው የሚለውን ነገር እንድንዘብ እረድቶኛል (ቃለመጠይቅ፣ ጥር 22፣ 2011)።

ሌላኛው የዚህ ጥናት ተሳታፊ የሆኑት የባህልና ቱሪዝም ባለሙያ ብዙ ጊዜ መረጃዎችን ከቴሌቪዥን የሚያገኙ ቢሆንም ሬዲዮ ፕሮግራሞች መከታተላቸው ደግሞ ያስገኙላቸውን ጠቀሜታ እንዲህ ብለው ተናግረዋል።

ሬዲዮ መከታተል ያለውን ወቅታዊ ሃገራዊ ሁኔታ እንድትረዳ እና ካለው ሁኔታ ጋር አብረህ እንድትሄድ ያደርግሃል። በሰማ በለው መረጃ ከምታገኝ ይልቅ በቀጥታ ከዚያው ከምንጩ መረጃውን እንድትገኝ ያደርግሃል። ስለዚህ ሰው በአሉባልታ ሊያጠፋህ በፈለገ ጊዜ ያገኘኸውን መረጃ ለሰው ግንዛቤ ማስጨበጥ፣ ለሰውም አይ ከዚያ ሚዲያ ላይ እኔ ይህንን ነው ያገኘሁት በማለት ሌላውን ለመናገር ያመቻል ስለዚህ ባጭሩ የእውቀት ባለቤት እንድትሆን ያደርግሃል (ቃለመጠይቅ፣ ጥር 23፣ 2011)።

ሌላኛው የፋርማሲ ባለሙያ ደግሞ የሚከተለውን ይላሉ፤

ሬዲዮ ማዳመጥ የሀገር ሁኔታንና የአካባቢ ሁኔታን ለመገመት ያስችላል። መረጃ ትክክለኛ መረጃን የሚያስተላልፍ ሲሆን ደግሞ ለልጆች ሁሉ ይጠቅማል። ሬዲዮ መረጃን ለማንኛውም ህብረተሰብ ለማስተላለፍ አግባብነት ያለው ስለሆነ ከአካባቢ ሁኔታ ጋር ለመቀጠል ይጠቅማል። ሁለተኛ በጤናው ዙሪያ ብንሄድ ለምሳሌ አፍሪካ ውስጥ ባለው ሁኔታ ከሳራ በታች ባሉ ሀገራት ለምሳሌ በኤች አይቪ ኢድስ ኢትዮጵያ አንዷ ችግር ውስጥ ያለች ሀገር ናት። ስለዚህ ስርጭቱ ምን ይመስላል? ምንድነው የሚደረገው? የተላላፊ በሽታዎች ሁኔታ የሚሲኔም ጉል ምን አስተዋጽኦ ማድረግ እችላለሁ የሚሉትን ለመለየት ሬዲዮ ማዳመጥ ይጠቅማል።

ህግ ነክ ፕሮግራሞችን ማዳመጥ የሚወዱት የፖሊስ ባለሙያው “ከህግ አንጻር ሰው ባላወቀው ነገር ላይ ተነስቶ በዘፈቀደ ፍርድ የሚያሰጥበት አግባብ አለመሆኑንና በህግ አንፃር መታየት እንዳለበት ያስተምራል፤ ሰው ከህግ አንፃር ምን መጠቀም እንዳለበት እንዲረዳ ማስቻሉ ጠቀሜታ አለው።” ሲሉ አንድ የማህበረሰብ መሪ የሆኑ ግለሰብ ደግሞ ወቅታዊ ዜናዎችን መከታተል ግንዛቤያቸውን ከፍ ለማድረግ እንደሚያስችላቸው ገልጸዋል።

በተመሳሳይ የመጀመሪያ ደረጃ መምህሩ ሬዲዮ ማዳመጣቸው ያስገኛላቸውን ጠቀሜታ እንደሚከተለው ያብራራሉ፡

አንደኛ ከሌሎች ሰዎች የህይወት ጎዳና እና ተሞክሮዎችን በመቅሰም ለህወቱ ጠቃሚ የሆኑ ነገሮችን እውቅናላቸው። ሁለተኛ አንድአንድ በውይይት ጊዜ፣ ከጓደኞቹ ጋር በምሆንበት ስዓት ከሬዲዮ ያደመጥኳቸውን ጉዳዮች ለሃሳቤ ድጋፍ (አስረጅ) የማደርግበት ሁኔታ አለ። ባጠቃላይ ግላዊ ህይወቱን ለማዳበር ልምድ እንድወስድ ጠቅሞኛል። በራስ መተማመን እንዲኖረኝም አድርጎኛል። ያደመጥኩት ነገር እኔም በዚያ መንገድ ሂጅ ስራ እንድሰራ የሆነ መንገድ ስለሚከፍትልኝ በጣም ጥሩ ልምድ አስገኝቶልኛል። ለዚያ ነው ሬዲዮ ፕሮግራሞችን የማዳምጠው (ቃለመጠይቅ፣ ጥር 24፣ 2011) ።

በተተኳሪ ቡድን ውስን ውይይቱ እንዲሁም በቃለ መጠይቁ የተሳተፉ ሌሎች ተጠኝዎችም አዳዲስ እና ወቅታዊ የሆኑ መረጃዎችን ለማወቅ፣ ሙዚቃዎችን ለማድመጥ፣ አዳዲስ የሳይንስና ቴክኖሎጂ ውጤቶችን እንደትምህርት ለመውሰድ ሬዲዮ ፕሮግራሞችን እንደሚከታተሉ ተናግረዋል።

ማጠቃለያ

ይህ ጥናት በሰባት ወረዳዎች ላይ ከሚገኙ ነዋሪዎች መረጃዎችን በመሰብሰብ በጥናቱ የአድማጮችን የብዙሃን መገናኛ ፕሮግራም ፍላጎቶች፣ ተመራጭ ስዓት፣ የአቀራረብ እና ሊዳሰሱ ይገባል ያሏቸውን ጉዳዮች ለመለየት ሞክሯል። በጥናቱ ከተሳተፉት ውስጥ 704ቱ በትክክል መጠይቁን ሞልተው የመለሱ ሲሆን አብዛኛቹ (68.4%) ወንዶች ሲሆኑ ቀሪዎቹ (31%) ደግሞ ሴቶች ናቸው። ከእድሜ አኳያ የጥናቱ ተሳታፊዎች ከ14-84 ዓመት ሲሆኑ አማካኝ የእድሜ መጠናቸውም 35 ነው። በተጨማሪም ተሳታፊዎቹ በተለያዩ የስራ መስክ እና የትምህርት ደረጃ ላይ እንዳሉ የጥናቱ ውጤት ያሳያል። ከላይ ከተጠቀሱት የመጠናዊ መረጃ ሰጭዎች በተጨማሪም ከ42 ቁልፍ መረጃ ሰጪዎች ጋር ቃለ-ምልልስ እና 14 ውስን ተተኳሪ የቡድን ውይይቶችን በማድረግ አይነታዊ መረጃ አካቷል።

ቴሌቪዥን እንደዋነኛ የመረጃ ምንጭነት በተሳታፊዎች በአንደኛነት የተመረጠ ሲሆን፣ ሬዲዮ ደግሞ በሁለተኛነት ይካተላል። ወደ ሰማኒያ ፕሮሰንት የሚሆኑ የጥናቱ ተሳታፊዎች ሬዲዮ የማዳመጥ ልምድ እንዳላቸው የገለጹ ሲሆን፣ የአማራ ሬዲዮ ጣቢያ፣ ሬዲዮ ፋናን በማስከተል በቀዳሚነት ይደመጣል። በአንፃር ደግሞ የሬዲዮ ፕሮግራም የማዳመጥ ልምድ የሌላቸው መላሾች የሬዲዮ አለመኖርን እና የጊዜ ማጣትን እንደዋነኛ ምክንያት ጠቅሰዋል።

ብዙሃኑ መላሾች የሬዲዮ ፕሮግራም የማዳመጥ ልምዳቸው አስር ዓመት እና ከዚያ በታች ሲሆን፣ ጥቂት የማይባሉ አድማጮች ግን ከአስራ አምስት ዓመት በላይ ልምድ እንዳላቸው ለማወቅ ተችሏል። ግማሽ የሚሆኑት የጥናቱ ተሳታፊዎች በየቀኑ የሬዲዮ ፕሮግራም የመከታተል ልምድ እንደላቸው እና በቀን ግን ከአንድ ስዓት እስከ 50 ደቂቃ ብቻ እንደሚያዳምጡ ተናግረዋል። ከማለባው 12 ስዓት እስከ ጥዋቱ 2:00 ስዓት እና አመሻሽ ላይ ደግሞ

ከ12:00 እስከ ምሽቱ 3:00 ሰዓት ድረስ ተመራጭ የሬዲዮ ፕሮግራም የማድመጫ ጊዜያት መሆናቸውን በጣም ብዙ መላሾች ይሰማሙባቸዋል።

አድማጮች የሬዲዮ ፕሮግራሞችን ለመምረጥ ታሳቢ ከሚያደርጓቸው ውስጥ የይዘት ጥራት፣ የጣቢያዎች ችግር ፈችነት (የማህበረሰብን ችግር ለመፍታት በሚያደርጉት ጥረት) እና የፕሮግራም አቅራቢዎች ሙያዊ ብስለት በቀዳሚነት ተለይተዋል። ከዚህ ጋር በተያያዘ በጭውውት፣ በውይይት እንዲሁም በድራማ መልኩ የሚቀርቡ ፕሮግራሞች የብዙዎችን አድማጮች ትኩረት እንደሚስብ የተጠቆመ ሲሆን ጤና፣ ትምህርት እና ግብርና በቅደም ተከተል ተመራጭ የሆኑ የፕሮግራም ይዘት በመሆን ተለይተዋል።

ሀገራዊ እደገትና ሰላምን ማስፈን፣ የስራ ዕድል ፈጠራ እና የወጣቶች ህይወት፣ ወንጀል መከላከል እና ሁለተኛዊ እድገት ላይ ትኩረት ያደረጉ ፕሮግራሞች በስፋት እንዲሰራባቸው ከተከረዘሩት ብዙ ጉዳዮች ውስጥ በቀዳሚነት ተጠቁመዋል። በመጨረሻም ጥናቱ በሌሎች ሬዲዮ ጣቢያዎች ከታዩ ውስንነቶች ውስጥ የጋዜጠኞች የቋንቋ አጠቃቀም እና ሙያዊ ስነ-ምግባር ዋነኛ ችግሮች እንደሆኑ ጥናቱ ያሳያል።

ምክረ ሃሳብ

መረጃው እንደሚጠቁመው የአብዛኞቹ መላሾች የሬዲዮ የማድመጥ ልምድ አስር ዓመት እና በታች ነው። ይህም የኤፍ. ኤም ጣቢያዎች ከመከፈት እና መስፋፋት ጋር ግንኙነት እንዳለው መረዳት ይቻላል። ከዚህም በመነሳት አድማጭን መሳብ የሚችሉ ይዘቶች እና የስርጭት ጥራት ያላቸው ጣቢያዎች መክፈት ከተቻለ አሁንም ተጨማሪ አዳዲስ የሬዲዮ አድማጮችን በአካባቢዎቹ ማፍራት እንደሚቻል ነው።

ምንም እንኳን አሁን ባለው መረጃ መሰረት የአማራ ሬዲዮ ቀዳሚ ተመራጭ ቢሆንም ከአጠቃላይ መላሾች አንድ ሶስተኛ በታች ነው። ስለዚህ ሬዲዮ ጣቢያው የበለጠ ጠንክሮ እና ጥራትን ማዕከል አድረጎ በመስራት ሰፊ የሆነ አድማጭ ማገኘት ይችላል።

በጥናቱ ተሳተፊዎች እንደተመለከተው ብዙሃኑ አድማጭ ጀርድን የሚሰጠው ጥሩ የፕሮግራም ይዘት እና ችግር ፈች ለሆኑ የሬዲዮ ጣቢያዎች ስለሆነ በተመለከቱት ጉዳዮች ላይ ከፍተኛ ትኩረት ሰጥቶ መስራት ያሻል። በተጨማሪም የጋዜጠኞች የቋንቋ አጠቃቀም እና ሙያዊ ስነ-ምግባር እንዲሻሻል በማድረግ ብዛት ያለው የአድማጭ ቁጥር እና ተመራጭነት ያለው ጣቢያ ማድረግ ይቻላል።

ከማለጃው 12:00 ሰዓት እስከ ጧት 2:00 ሰዓት እና ከምሽቱ 12:00 ሰዓት እስከ 3:00 ሰዓት ድረስ ለብዙሃኑ አድማጭ የሬዲዮ ፕሮግራሞችን ለመከታተል አመች ስለሆነ የሬዲዮ ጣቢያው የበለጠ ትኩረት እንዲሰጣቸው የሚፈልጋቸውን ፕሮግራሞች በነዚህ ሰዓት ውስጥ ቢያስተላልፍ የመደመጥ እድሉን ከፍ ያደርገዋል።

አብዛኛው አድማጭ እንደ ጭውውት፣ ውይይት እና ቃለምልልስ አይነት ላሉት የአቀራረብ መንገዶች ትኩረት ቅድሚያ ሰለሚሰጥ በተቻለ መጠን እንደነዚህ አይነት የፕሮግራም ማቅረቢያ መንገዶች ተግባራዊ ቢደረጉ ለጣቢያው ውጤታማነት ከፍተኛ አስተዋፅኦ ይኖራቸዋል።

ጥናቱ በተደረገባቸው አካባቢዎች ላይ የሚገኙነዋሪዎች ትኩረት ተደርጎ ቢሰራባቸው ካላቸው ጉዳዮች ውስጥ ጤና፣ ትምህርት እና ግብርና ቀዳሚውን ክፍል ስለሚይዙ የሬዲዮ ጣቢያዎች እነዚህን ጉዳዮች በፕሮግራም ቀረፃ እና የአየር ሰዓት ድልድል ላይ ከግምት ውስጥ አስገብተው ቢሰሩ።

ዋቢ ጽሑፎች (References)

- Albarran B. A., Anderson T, Bejar G. L., Bussart A. L., Daggett E., Gibson S., & et al. (2007). "What Happened to our Audience?" Radio and New Technology Uses and Gratifications Among Young Adult Users. *Journal of Radio Studies*.14(2), 2 -11. Broadcast Education Association, USA.
- Asmamaw Addis. (2011). *A Study of Audience Research by Broadcasters: The Case of Radio Fana*. (Master Thesis), Addis Ababa University.
- Berry, R. (2016). Podcasting: Considering the evolution of the medium and its association with the word 'radio'.*The Radio Journal: International Studies in Broadcast and Audio Media*. 14 (1), 7-22. DOI: http://dx.doi.org/10.1386/rjao.14.1.7_1
- Bonini T. (2014). Doing radio in the age of Facebook. *The Radio Journal – International Studies in Broadcast & Audio Media*, 12(1&2), 73–87. Intellect Ltd. doi: 10.1386/rjao.12.1-2.73_1.
- Bonini, T. & Sellas, T. (2014). Twitter as a public service medium? A content analysis of the Twitter use made by Radio RAI and RNE, *Communication & Society*, 27(2), pp. 125-146.
- Cameron, R. (2009). A sequential mixed model research design: Design, analytical and display issues. *International Journal of Multiple Research Approaches*, 3(2), 140-152.
- Creswell, J. W. (2007). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. (3rd. Ed). London: SAGE Publications.
- Central Statistical Authority, (2007).The 2007 Population and Housing Census of Ethiopia: Statistical Report for Amhara Region, Part I: Population Size and Characteristics, Addis Ababa, Ethiopia.
- Dawson, C. (2007). *A Practical Guide Research Methods: A User-Friendly Guide to Mastering Research Techniques and Projects*. Oxford: London.
- Geniets, A. (2010). The Global News Challenge: Assessing Changes in International Broadcast News Consumption in Africa And South Asia. *Working Paper*. Reuters Institute for the study of journalism, London.
- Guba, E. (1990). *The Paradigm Dialog*. Thousand Oaks CA: Sage.
- Gunter, B. (2000). *Media Research Methods*. London: Sage Publications.
- Head, S. W. (1998). The Beginnings of Broadcast Audience Research in Ethiopia. *Journal of Ethiopian Studies*, 6 (2), 77-92.
- Kelly, L. (2005). Evaluation, Research and Communities of Practice: Programme Evaluation in Museums. *Archival Science*. 4(1-2), 45 - 69.

- Lacey, N. (2002). *Media Institutions and Audiences: Key Concepts in Media Studies*. New York
- Mander, J & Young, K. (2017). *Digital vs. Traditional Media Consumption: Analyzing time devoted to online and traditional forms of media at a global level, as well as by age and across countries*. Global Web Index (GWI), London: Trend stream Limited.
- McLeish, R. (2005). *Radio Production. A manual for Broadcasters* (5th ed.) Focal Press publications.
- McQuail, D. (2003). *McQuail's Mass Communication Theory*. (4th ed). California: SAGE publications Ltd.
- Mytton, G. (1992). *Handbook on Radio and Television Audience Research*. BBC World Service.
- Onwuegbuzie, A.J. & Leech, A.L. (2007). A Call for Qualitative Power Analyses. *Quality & Quantity*. 41, 105–121.
- Pew Research Center. (2018). American Still Prefer Watching than Reading the News, and Mostly Still through Television. Retrieved from www.journalism.org.
- Stavitsky G. A. & Huntsberger M. (2010). "With the Support of Listeners Like You": Lessons from U.S. Public Radio. Retrieved from http://digitalcommons.linfield.edu/mscmfac_pubs/3
- Turow, J. (2009). *Media Today: An Introduction to Mass Communications*. (3rd ed.). New York: Routledge.
- Ward, D. & Selam Ayalew (2011). *Audience Survey Ethiopia 2011*. Report, Electoral Reform International Services.
- MacLeish, R. (2005). *Radio Production*. 5th ed. Amsterdam: Focal press publications. Palgrave.
- McQuail, D. (2003). *McQuail's Mass Communication Theory*. (4th ed.) London: Sage Publications Ltd.
- Yamane, T. (1964). *Statistics: An Introductory Analysis*. New York: Harper and Row.
- የኢትዮጵያ ብሮድካስት ባለስልጣን. (2005 ዓ.ም). የመገናኛ ብዙሃን አገልግሎት አሰጣጥና የጎብኪ ተሰባሳቢ ተጠቃሚነት፣ የዳሰሳ ጥናት፣ አዲስ አበባ፣ ኢትዮጵያ**