



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและการยอมรับการพัฒนาที่ดินของเกษตรกรในจังหวัดน่าน ลำพูน กำแพงเพชร และขอนแก่น โดยมุ่งเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจของหน่วยงานอื่น และสื่อเฉพาะกิจของกรมพัฒนาที่ดิน ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน สื่อพื้นบ้าน ของเกษตรกรใน 4 จังหวัดดังกล่าว จำนวนทั้งสิ้น 320 คน และหลังจากวิเคราะห์ข้อมูลแล้ว ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

- ตอนที่ 1 : ลักษณะทั่วไปของเกษตรกร
- : พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน สื่อพื้นบ้าน สื่อเฉพาะกิจของหน่วยงานอื่น และสื่อเฉพาะกิจของกรมพัฒนาที่ดิน
 - : การยอมรับการพัฒนาที่ดิน
- ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐานต่อไปนี้
1. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของเกษตรกรใน 4 จังหวัดแตกต่างกัน
 2. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อพื้นบ้านของเกษตรกรใน 4 จังหวัดแตกต่างกัน
 3. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจของหน่วยงานอื่น ของเกษตรกรใน 4 จังหวัด แตกต่างกัน
 4. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจของกรมพัฒนาที่ดิน ของเกษตรกรใน 4 จังหวัด แตกต่างกัน
 5. ความสัมพันธ์ ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจกับการยอมรับการพัฒนาที่ดิน
 6. ความสัมพันธ์ ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจของหน่วยงานอื่นกับการยอมรับการพัฒนาที่ดิน
 7. ความสัมพันธ์ ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจของกรมพัฒนาที่ดินกับการยอมรับพัฒนาที่ดิน

ตอนที่ 1

ลักษณะทั่วไปของเกษตรกร

จากผลการวิจัย พบว่า เกษตรกรจำนวน 320 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุอยู่ในช่วง ระหว่าง 31 - 40 ปี ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในชั้นประถมศึกษาตอนต้น นับถือศาสนาพุทธ มีอาชีพหลักทำไร่ และทำนา เป็นอาชีพรอง รายได้ต่อคนต่อปีเป็นเงินประมาณ 5,000 - 10,000 บาท เกษตรกรส่วนใหญ่มีที่ดินเป็นของตนเองโดยมีขนาดเล็ก พื้นที่ตั้งแต่ 1-10 ไร่ เกษตรกรประมาณครึ่งหนึ่งพบว่า มีหนี้สิน และส่วนมากเป็นหนี้ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร การเป็นเจ้าของทรัพย์สินส่วนใหญ่มีวิทยุ รองลงมาคือ รถจักรยาน และอันดับสามคือ โทรทัศน์ขาวดำภูมิลาเนาเดิมของเกษตรกรพบว่า เกษตรกรอยู่ในท้องถิ่นเดิมมาตั้งแต่เกิดประมาณครึ่งหนึ่ง และพบว่าเคยย้ายถิ่นไปอยู่ที่อื่นจังหวัดใกล้เคียงจำนวนไม่มาก การมีประสบการณ์ภายนอกสังคม พบว่า ส่วนใหญ่เคยและชอบการเดินทาง สถานที่ไปเป็นประจำคือ ในตัวเมืองและจังหวัดอื่นใกล้เคียงกัน สถานภาพทางสังคม พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นสมาชิกกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งในหมู่บ้าน และพบว่า เกษตรกรสนใจเข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่มทุกครั้ง

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของเกษตรกร

หนังสือพิมพ์ พบว่า เกษตรกรเคยอ่านหนังสือพิมพ์จำนวนปานกลาง ส่วนใหญ่ชอบอ่านไทยรัฐ สาเหตุที่ชอบอ่านเพราะต้องการทราบข่าว ส่วนใหญ่มีเวลาอ่านไม่แน่นอน ใช้เวลาไม่นานนักแต่ละครั้ง สามารถหาหนังสือพิมพ์อ่านได้ตามที่อ่านหนังสือพิมพ์ประจำหมู่บ้าน และพบว่าเกษตรกรไม่ค่อยมีโอกาสได้อ่านหนังสือพิมพ์ฉบับอื่น

วิทยุ พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เคยฟังวิทยุ ชอบสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรุงเทพฯ สาเหตุที่ชอบฟังวิทยุเพราะต้องการทราบข่าว และได้ความรู้ส่วนใหญ่ฟังวิทยุเวลาเช้า ใช้เวลาฟังวิทยุ แต่ละครั้งน้อยกว่า 1 ชั่วโมง ส่วนใหญ่ฟังวิทยุที่บ้านตนเอง ฟังได้ทุกวัน

โทรทัศน์ พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เคยดูโทรทัศน์ ชอบสถานีโทรทัศน์สี กองทัพบกช่อง 7 สาเหตุที่ชอบดูโทรทัศน์ เพราะชอบดูข่าวและได้ความรู้ ส่วนใหญ่ดูโทรทัศน์ตอนเย็นถึงค่ำจนจบข่าว ใช้เวลาดูโทรทัศน์แต่ละครั้ง นาน 1-3 ชั่วโมง ส่วนใหญ่ดูโทรทัศน์ทุกวัน

สื่อพื้นบ้าน พบว่า เกษตรกรประมาณ ครึ่งหนึ่งชอบสื่อพื้นบ้าน ส่วนใหญ่ชอบสื่อพื้นบ้านเพื่อความบันเทิง ส่วนน้อยที่นำเรื่องที่คุณหรือฟังไปเป็นหัวข้อในการสนทนา เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อพื้นบ้านกับวิทยุ พบว่า เกษตรกรชอบฟังวิทยุมากกว่าและเปรียบเทียบกับสื่อพื้นบ้านกับโทรทัศน์ พบว่า เกษตรกรชอบดูโทรทัศน์มากกว่า

สื่อเฉพาะกิจของหน่วยงานอื่น พบว่า เกษตรกรส่วนน้อยเคยดูสื่อเฉพาะกิจที่เคยพบเป็นประเภทแผ่นพับ เนื้อหาสาระเป็นเรื่องการเกษตร ซึ่งรวมถึงเรื่องพืชและสัตว์ พบว่า เกษตรกรจำนวนน้อยสามารถใช้ประโยชน์จากสื่อเฉพาะกิจได้ และส่วนใหญ่ตอบว่าไม่ชอบสื่อเฉพาะกิจ ลักษณะเด่นของสื่อเฉพาะกิจที่เกษตรกรชอบ คือ เรื่องที่เกี่ยวกับอาชีพ และมีภาพสีประกอบ สำหรับความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ ส่วนใหญ่ตอบว่าเคยได้รับไม่บ่อย

สื่อเฉพาะกิจของกรมพัฒนาที่ดิน พบว่า เกษตรกรส่วนน้อย เคยได้รับสื่อเฉพาะกิจของกรมพัฒนาที่ดิน ส่วนใหญ่เคยรับความรู้เรื่องดินจากโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ วิทยุ และอันดับสามคือ จากเจ้าหน้าที่กรมพัฒนาที่ดิน ความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจของกรมพัฒนาที่ดิน พบว่า เกษตรกรจำนวนน้อยเคยได้รับสื่อเฉพาะกิจของกรมพัฒนาที่ดินเป็นประจำ

การยอมรับการพัฒนาที่ดินไปปฏิบัติ

พบว่า เกษตรกรจำนวนเกือบครึ่งสามารถนำความรู้ จากสื่อมวลชนไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาที่ดินได้ และพบว่า เกษตรกรส่วนน้อย เคยนำความรู้จากสื่อเฉพาะกิจ (สื่อสิ่งพิมพ์) ไปใช้ประโยชน์ได้ เรื่องปัญหาที่ดิน พบว่า เกษตรกรจำนวนไม่มากนักยอมรับว่ามีปัญหาเกี่ยวกับที่ดินเพื่อการเกษตร และพบว่า เกษตรกรมีวิธีการ แก้ไขปัญหาดินเพื่อการเกษตรด้วยวิธีการต่าง ๆ ส่วนมากนิยมใส่ปุ๋ยเคมีบำรุงดิน รองลงมานิยมทำเองด้วยประสบการณ์ของตน และศึกษาจากเพื่อนบ้าน อันดับสามตอบว่า ทำตามคำแนะนำของเจ้าหน้าที่กรมพัฒนาที่ดิน

ตอนที่ 2

การทดสอบสมมติฐานข้อ 1

เป็นการเปรียบเทียบพฤติกรรม การเปิดรับสื่อมวลชนของเกษตรกร
ใน 4 จังหวัด

พบว่า เกษตรกรในแต่ละจังหวัดมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนต่างกัน
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่เกษตรกรจังหวัดลำพูน มีพฤติกรรม
เปิดรับสื่อมวลชน ต่างจากเกษตรกรจังหวัดน่าน และเกษตรกรจำนวนขอนแก่นกับ
กำแพงเพชร มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนไม่แตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานข้อ 2

เป็นการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อพื้นบ้านของเกษตรกร
ใน 4 จังหวัด

พบว่า เกษตรกรในแต่ละจังหวัดมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อพื้นบ้านต่างกัน
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จากการทดสอบคู่ที่แตกต่างพบว่า มี 3 คู่ คือ
คู่ที่ 1 เกษตรกรจังหวัดขอนแก่นมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อพื้นบ้านต่างจาก
จังหวัดน่าน
คู่ที่ 2 เกษตรกรจังหวัดขอนแก่นมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อพื้นบ้านต่างจาก
จังหวัดลำพูน
คู่ที่ 3 เกษตรกรจังหวัดกำแพงเพชรมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อพื้นบ้าน
ต่างจากจังหวัดน่าน

การทดสอบสมมติฐานข้อ 3

เป็นการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจของหน่วยงานอื่น
ของเกษตรกรใน 4 จังหวัด

พบว่า เกษตรกรแต่ละจังหวัดมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ
ของหน่วยงานอื่น ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การทดสอบสมมติฐานข้อ 4

เป็นการเปรียบเทียบพฤติกรรม การเปิดรับสื่อเฉพาะกิจของกรมพัฒนาที่ดิน
ของเกษตรกรใน 4 จังหวัด

พบว่า เกษตรกรแต่ละจังหวัด มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ
ของกรมพัฒนาที่ดิน ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การทดสอบสมมติฐานข้อ 5

เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ
กับการยอมรับการพัฒนาที่ดิน

พบว่า มีความสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ
กลุ่มเกษตรกรที่มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ สูงจะมีการยอมรับการพัฒนาที่ดินสูง
และพบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .2295

การทดสอบสมมติฐานข้อ 6

เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ
ของหน่วยงานอื่นกับการยอมรับการพัฒนาที่ดิน

พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
และพบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .1097

การทดสอบสมมติฐานข้อ 7

เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ
ของกรมพัฒนาที่ดินกับการยอมรับการพัฒนาที่ดิน

พบว่า มีความสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ
กลุ่มเกษตรกรที่เคยเปิดรับสื่อเฉพาะกิจของกรมพัฒนาที่ดิน จะมีการยอมรับ
การพัฒนาที่ดินไปปฏิบัติสูงกว่ากลุ่มที่ไม่เคยรับสื่อเฉพาะกิจของกรมพัฒนาที่ดิน
และพบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .3236

อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ผลจากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า

1. พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อมวลชนของเกษตรกร 4 จังหวัดแตกต่างกัน
พบว่า เกษตรกรจังหวัดลำพูนมีพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อมวลชนต่างจากจังหวัดอื่น

ผลจากการวิจัยทำให้ทราบว่า เกษตรกรจังหวัดลำพูนมีคะแนนพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อมวลชนในระดับสูงเนื่องจาก เกษตรกรจังหวัดลำพูนมีความสนใจสื่อมวลชนไม่ว่าจะเป็นวิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ จากการสัมภาษณ์ในภาคสนามทำให้ทราบว่า เกษตรกรจังหวัดลำพูนสนใจและติดตามรับสื่อวิทยุ และสามารถจำชื่อผู้จัดรายการและสถานีวิทยุได้ มีจำนวนมากกว่าจังหวัดอื่น และเหตุผลที่เกษตรกรจังหวัดลำพูนมีต่อการเปิดรับสื่อมวลชน ส่วนใหญ่ตอบว่าต้องการทราบข่าวเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น และต้องการได้รับความรู้จากสื่อมวลชนซึ่งแนวความคิดนี้สอดคล้องกับคอมส์และเบ็คเคอร์ (Combs and Becker)¹ ในบางเรื่อง เช่น ต้องการรู้เหตุการณ์ ต้องการคำแนะนำ และเพื่อความบันเทิง

ผลจากการวิจัยทำให้ทราบว่า เกษตรกรเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อสนองความต้องการดังนี้ คือ

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ โดยการติดตามความเคลื่อนไหว และการสังเกตการณ์รอบตัวเพื่อจะได้รู้ว่าอะไรกำลังเกิดขึ้น เพื่อให้ทันเหตุการณ์ ทันสมัย และเรียนรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งที่สำคัญที่ควรรู้
2. เพื่อต้องการความรู้ ที่เป็นประโยชน์ในการดำรงชีวิต และการประกอบอาชีพ
3. เพื่อความบันเทิง เพื่อสร้างความรู้สึกว่าได้ร่วมอยู่ในเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นด้วย
4. เพื่อเสริมความคิดเห็น ช่วยเสริมความคิดเห็นเดิมให้มั่นคงยิ่งขึ้น หรือช่วยสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำลงไปแล้ว
5. เพื่อนำไปใช้ในการสนทนากับบุคคลอื่น

¹Maxwell Mc. Combs and Lee. B becker, Using Mass Communicaion theory, (Englewood Ciffs : N. J. prentice-Hall, 1979)

2. พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อพื้นบ้าน ของเกษตรกร 4 จังหวัดแตกต่างกัน พบว่า เกษตรกรจังหวัดขอนแก่น มีพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อพื้นบ้านต่างจากจังหวัดอื่น ผลการวิจัยทำให้ทราบว่า เกษตรกรจังหวัดขอนแก่นนิยมเปิดรับสื่อพื้นบ้าน ประเภทหมอลำมากไม่ว่าจะเป็นลำเพลิน หรือลำเรื่อง อีกทั้งสอดคล้องกับคตินิยม ของชาวอีสานที่ยึดถือขนบธรรมเนียมและประเพณีและความเชื่อมาแต่โบราณ จึงทำให้ สนใจสื่อพื้นบ้านที่มีอยู่ในสังคมมาก ไม่ว่าจะเป็นคนตรีหรือการละเล่นพื้นบ้านที่ได้รับ การถ่ายทอดมาแต่ครั้งบรรพบุรุษ สื่อพื้นบ้านต่าง ๆ มีประโยชน์ต่อการสื่อสาร เป็นอย่างมากเพราะเป็นความบันเทิงและเป็นกาสื่อสารระหว่างบุคคล การเปลี่ยน พฤติกรรมทำได้ดีกว่าเพราะมีการพบปะสังสรรค์กับศิลปินที่เป็นสื่อพื้นบ้านได้แบบตัวต่อตัว สื่อพื้นบ้านสามารถนำเสนอสาระด้านการพัฒนามาสู่สังคมของเกษตรกรได้ง่ายกว่า สื่อประเภทอื่น สื่อพื้นบ้านในจังหวัดขอนแก่นยังคงมีความสำคัญ ต่อเกษตรกรมากกว่า สื่อพื้นบ้านในจังหวัดอื่น ซึ่งถูกสื่อมวลชนเข้ามาแทนที่ เช่น เพลงชอในจังหวัดน่าน และลำพูน และลิเกในจังหวัดกำแพงเพชร ได้เสื่อมความนิยมลงไปเพราะมีสื่อมวลชน คือ วิทยุ และโทรทัศน์ เข้ามามีบทบาทแทน แต่นำสื่อพื้นบ้าน เช่น เพลงชอ ลิเก หมอลำ เผยแพร่ทางวิทยุ หรือโทรทัศน์ เกษตรกรจะนิยมมาก เพราะสะดวกในการ เปิดรับได้ง่ายกว่า

นอกจากนี้ สื่อพื้นบ้านยังเป็นการแสดงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของเกษตรกร ในท้องถิ่น นอกเหนือไปจากการให้ความบันเทิง สามารถแทรกข่าวสารที่เป็นวิถีชีวิต ที่เหมาะสม ซึ่งทำให้น่าสนใจได้มากกว่าการบรรยายหรือการประชุมที่แจ้ง และ ศิลปินที่เป็นสื่อจะต้องเป็นนักสื่อสารที่ดี จึงจะสามารถเผยแพร่ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ ให้ได้ผลดี ดังที่แนวความคิดของสุรพล วิจารณ์รัช ได้กล่าวถึงข้อควรพิจารณาที่จะใช้ สื่อพื้นบ้านในการเผยแพร่ข่าวสารการพัฒนามีหลายประการ เช่น สื่อพื้นบ้านนั้นเปิด โอกาสให้สอดแทรกข่าวสารได้มาก เป็นที่นิยมของคนหมู่มากและแสดงบ่อย ๆ เปิดโอกาสให้คนดูมีส่วนร่วมมาก และเหมาะที่จะสอดแทรกข่าวสารชนิดที่ต้องการ

"สุรพล วิจารณ์รัช, "สื่อพื้นบ้านเพื่อการพัฒนา," การสัมมนาเรื่อง การประชาสัมพันธ์เพื่อการพัฒนาแบบผสมผสาน, กองงานคณะกรรมการ ประชาสัมพันธ์แห่งชาติ, กรมประชาสัมพันธ์, เอกสารโรเนียว.

ผลการวิจัยทำให้ทราบว่า สื่อพื้นบ้านที่ออกอากาศทางสื่อมวลชนคือ วิทยุ และโทรทัศน์ เป็นความเปลี่ยนแปลงของสื่อพื้นบ้านในปัจจุบันที่ต้องปรับปรุงให้เหมาะสมกับสภาพของสังคมเพื่อความอยู่รอด ดังนั้นจะเห็นว่าสื่อมวลชนก็มีส่วนสำคัญในการผสมผสานระหว่างสื่อพื้นบ้านกับสื่อมวลชน ทำให้แพร่หลายไปสู่กลุ่มที่กว้างขวางขึ้น

พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อเฉพาะกิจของหน่วยงานอื่น และของกรมพัฒนาที่ดิน
ของเกษตรกรไม่แตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่าเกษตรกรใน 4 จังหวัด กล่าวคือ เกษตรกรทั้ง 4 จังหวัดเคยเปิดรับสื่อเฉพาะกิจไม่มากและไม่บ่อยต่างกัน ผลจากการวิจัยทำให้ทราบว่าสื่อเฉพาะกิจสามารถแพร่หลายได้น้อยไม่ว่าจะเป็น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อบุคคล คือเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานอื่นและของกรมพัฒนาที่ดินในท้องถิ่น แต่ละตำบลมีจำนวนน้อย ไม่สามารถเข้าถึงเกษตรกรซึ่งมีจำนวนมากได้ทั้งหมดบ้าน อีกทั้งเป็นเพราะความไม่เสมอภาคของการกระจายความช่วยเหลือไปสู่เกษตรกรในชนบทที่ยากจนได้แท้จริง เนื่องจากอุปสรรคในเรื่องของการคมนาคมเศรษฐกิจ และความสนใจของเกษตรกรเองที่ขาดความสนใจสื่อเฉพาะกิจประเภทสิ่งพิมพ์ ผลจากการวิจัยทำให้ทราบว่าเกษตรกรชอบสื่อเฉพาะกิจที่มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับการประกอบอาชีพ การเพิ่มรายได้หรือการเพิ่มผลผลิต และสามารถเข้าใจได้ง่าย ไม่ซับซ้อน จึงจะทำให้สื่อเฉพาะกิจนั้นเกิดสัมฤทธิ์ผลของการสื่อสารได้ตามที่ผู้ส่งสารต้องการ อย่างไรก็ตามการใช้สื่อเฉพาะกิจเพื่อเกิดผลในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบางประการต่อผู้รับสารนั้น ต้องคำนึงถึงความสนใจและความต้องการของเกษตรกร ซึ่งเป็นผู้รับสารเป็นสำคัญ

และอาจจะเป็นลักษณะทางสังคมของเกษตรกรเอง ซึ่งทำให้เปิดรับสื่อเฉพาะกิจน้อยลง สัญญา สัญญาวิวัฒน์^๓ กล่าวถึง ลักษณะทางสังคมของเกษตรกรในชนบทว่า การที่ต้องตกอยู่ในฐานะเปี้ยล่างของบุคคล กลุ่มอื่นอยู่ตลอดเวลา ทำให้ชาวชนบทเป็นคนเฉื่อยชา ไม่ค่อยคิดจะกระตือรือร้น ช่วยเหลือตนเองอีกต่อไป

^๓สัญญา สัญญาวิวัฒน์, การพัฒนาชุมชน (กรุงเทพมหานคร : ไทษวิธานพานิช, 2523), หน้า 73.

จากการวิจัย พบว่า เกษตรกรสนใจข่าวสารความรู้ ที่เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน โดยเฉพาะ รายการข่าวเพื่อเกษตรกรทางโทรทัศน์ ถ้ากรมพัฒนาที่ดิน สามารถเสนอสาระเรื่องการพัฒนาที่ดินผ่านทางโทรทัศน์ จะทำให้เกษตรกรได้รับความรู้ และสามารถนำไปปฏิบัติได้ดีกว่า

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อเฉพาะกิจกับการยอมรับการพัฒนาที่ดิน

พบว่า เกษตรกรที่มีระดับการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจสูง จะมีการยอมรับการพัฒนาที่ดินสูงตามไปด้วย เป็นการสอดคล้องกับการวิจัยของ เบญจมาศ วัชรเทวินทร์กุล^๕ ได้กล่าวถึงสื่อเฉพาะกิจว่าสื่อเฉพาะกิจมีบทบาทต่อการเผยแพร่ข่าวสาร ด้วยการใช้อยู่สื่อเฉพาะกิจนั้นใช้สำหรับส่งสารเพื่อบรรลุถึงวัตถุประสงค์เฉพาะเรื่องที่ตั้งไว้และจากการศึกษาของ เนิน นวนคงรอด^๖ พบว่าสื่อเฉพาะกิจที่ใช้มีบทบาทมากในโครงการเร่งรัดการป้องกัน และกำจัดหนูในนาข้าว

อย่างไรก็ตามการที่เกษตรกรจะตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมยังขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ผลการจากวิจัยพบว่าเกษตรกรไม่ยอมรับการพัฒนาที่ดินด้วยเหตุผลต่าง ๆ พอจะสรุปได้ดังนี้

1. เพราะความรู้ใหม่ เรื่องการพัฒนาที่ดินเป็นนวัตกรรมที่แพร่เข้าไปเกิดขัดกับค่านิยม ความเชื่อที่มีอยู่เดิมในสังคม บุคคลจะเกิดความรู้สึกต่อต้านไม่ตอบรับ
2. เพราะเกิดจากการที่บุคคลเคยชินกับแบบแผนชีวิตอย่างเก่า มีความรู้สึกว่าจะของเดิมคืออยู่แล้ว ไม่อยากเปลี่ยนแปลง

^๕เบญจมาศ วัชรเทวินทร์กุล, "บทบาทของสื่อและปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร : ศึกษาเฉพาะกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรจังหวัดนครปฐม," (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526), บทคัดย่อ.

^๖เนิน นวนคงรอด, "การศึกษาบทบาทของสื่อ ในโครงการเร่งรัดการป้องกันและกำจัดหนูเน้นหนักในนาข้าว ปี 2526 ในจังหวัดปทุมธานี," (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2528), บทคัดย่อ.

3. เพราะปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ เนื่องจากนวัตกรรมบางอย่างราคาแพงเกินกว่าที่บุคคลจะยอมรับซื้อเข้ามาได้ นอกเสียจากว่านวัตกรรมนั้นมีประโยชน์เป็นที่ต้องการจริง ๆ ถ้ารับไว้จะเกิดประโยชน์มากขึ้น

4. เพราะบุคคลจะต่อต้านของใหม่ที่ทำให้สภาพสังคมของเขาเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

5. เพราะความยุ่งยากซับซ้อนของนวัตกรรม ถ้านวัตกรรมนั้นมีวิธีการใช้ที่ยุ่งยาก ซับซ้อน บุคคลจะไม่เข้าใจ นวัตกรรมนั้นอาจถูกปฏิเสธ เพราะใช้ไม่เป็น

6. เพราะผลประโยชน์ ถ้านวัตกรรมนั้นไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้รับการยอมรับก็เป็นไปได้ยาก

เมื่อเปรียบเทียบการยอมรับการพัฒนาที่ดินของเกษตรกรใน 4 จังหวัด พบว่า เกษตรกรจังหวัดกำแพงเพชรมีระดับการยอมรับการพัฒนาที่ดินระดับสูง จำนวนมากกว่าจังหวัดอื่น (ตารางที่ 47) จากการสำรวจในภาคสนามพบว่า เจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่ช่วยเหลือเกษตรกร เรื่องการช่วยไถพรวนดินให้ อธิง การยอมรับการพัฒนาที่ดินของเกษตรกรพิจารณาจากคำถามที่ว่า เกษตรกรเคยนำความรู้ จากสื่อมวลชนหรือสื่อเฉพาะกิจไปใช้ประโยชน์หรือไม่ และใช้ประโยชน์ได้อย่างไร รวมทั้งถามว่าเกษตรกรมีปัญหาเรื่องดินที่ทำการเพาะปลูกหรือไม่ และมีวิธีการแก้ไขปัญหายังไง การตอบคำถามในประเด็นต่าง ๆ พบว่า เกษตรกรเคยนำความรู้จากสื่อมวลชนได้ปฏิบัติได้ ร้อยละ 47.5 และเคยนำความรู้จากสื่อเฉพาะกิจไปปฏิบัติได้ร้อยละ 29.1 (ตารางที่ 39 และ 40) และเกษตรกรตอบว่า เคยมีปัญหาเรื่องดินร้อยละ 39.4 และไม่ตอบว่ามีปัญหาร้อยละ 60.6 เหตุผลที่ไม่ตอบเนื่องจากแก้ไขได้เองอยู่แล้วและอีกส่วนหนึ่งตอบว่า มีเจ้าหน้าที่มาช่วยเหลือคำแนะนำและแก้ไขปัญหาให้โดยการไถพรวนดิน ไม่ปรากฏวิธีการอื่น อาจเป็นเพราะวิธีการอื่น ๆ เช่น เรื่องแนะนำให้ใช้ปุ๋ย หรือเรื่องปลูกพืชชนิดอื่น เกษตรกรเข้าใจว่าเป็นของหน่วยงานอื่น เกษตรกรมีภาพพจน์เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่ของกรมพัฒนาที่ดินคือ การช่วยไถพรวนดินให้เท่านั้น

ผลการวิจัยครั้งนี้เป็นข้อมูลเบื้องต้นที่เกี่ยวข้องกับการเปิดรับสื่อต่าง ๆ ของเกษตรกร ประกอบด้วยข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับประชาชนเป้าหมายในพื้นที่ที่อยู่ในโครงการต่าง ๆ ของกรมพัฒนาที่ดิน โดยศึกษาถึงลักษณะของประชากร เช่น อายุ เพศ รายได้ อาชีพหลัก อาชีพรอง การศึกษา ศาสนา ลักษณะและขนาด การถือครองที่ดิน ภาวะหนี้สิน ภูมิลาเนา การย้ายถิ่น การมีประสบการณ์ภายนอก สังคม สถานภาพทางสังคม การเข้าร่วมกลุ่ม อีกส่วนหนึ่งคือศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสื่อต่าง ๆ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ สื่อพื้นบ้าน สื่อเฉพาะกิจทั้งของหน่วยงานอื่น และของกรมพัฒนาที่ดิน ข้อมูลเกี่ยวกับสื่อจะเป็นประโยชน์ต่องานประชาสัมพันธ์การพัฒนาที่ดิน ซึ่งกรมพัฒนาที่ดินกำลังดำเนินการอยู่ ทำให้ทราบว่ากลุ่มเป้าหมายคือเกษตรกรมีความรู้ เข้าใจและสนใจกิจกรรมหรือโครงการที่กรมพัฒนาที่ดินดำเนินการมากน้อยเพียงใดและเกษตรกรมีความคิดเห็นอย่างไร เป็นไปตามเป้าหมายของฝ่ายเผยแพร่และประชาสัมพันธ์มากน้อยเพียงไร

เนื่องจากวัตถุประสงค์ที่กรมพัฒนาที่ดินต้องการคือ เพื่อให้เกษตรกรเกิดความเข้าใจหลักการของการพัฒนาที่ดินและประโยชน์ที่เกษตรกรได้รับ จนสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การดำเนินงานให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว ต้องใช้เวลาใช้ทรัพยากร และใช้ความพยายามของเจ้าหน้าที่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ผลดังกล่าว

ฝ่ายเผยแพร่และประชาสัมพันธ์การพัฒนาที่ดิน มีหน้าที่ผลิตสื่อต่าง ๆ เพื่อการเผยแพร่ จากการศึกษาพบว่า มีสื่อต่าง ๆ ที่กรมพัฒนาที่ดินได้ผลิตออกมา เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ และสื่อที่เผยแพร่ทางสื่อมวลชน คือทางวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ รวมทั้งเจ้าหน้าที่จากกรมพัฒนาที่ดิน จากการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อต่าง ๆ ของเกษตรกรทั้ง 4 จังหวัด รวม 320 คน พบว่าสื่อวิทยุเป็นที่นิยมสูงสุด ร้อยละ 86.9 รองลงมาคือโทรทัศน์ ร้อยละ 85.6 อันดับสามคือสื่อพื้นบ้าน ร้อยละ 74.1 เมื่อพิจารณาเป็นรายจังหวัดพบว่า เกษตรกรจังหวัดลำพูน สนใจสื่อมวลชนมากกว่าจังหวัดอื่น และเกษตรกรจังหวัดขอนแก่น เคยและชอบสื่อพื้นบ้านสูงกว่าจังหวัดอื่น

ในการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจของแต่ละจังหวัดพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อย่างไรก็ตามพบว่าเกษตรกรทั้ง 4 จังหวัดเคยได้รับความรู้เรื่องการพัฒนาที่ดินจากสื่อมวลชน จากตารางที่ 38 ในบทที่ 4 แสดงจำนวน

4. เกษตรกรชอบรายการเพลงตามสมัยนิยมมาก แต่จังหวัดน่านยังมี
คนชอบฟังเพลงชอ และชอบแก่นรายการหมอลำยิ่งเป็นที่นิยมอยู่

5. สถานที่ที่เกษตรกรสามารถรับฟังได้เป็นประจำคือ สถานีวิทยุกระจายเสียง
แห่งประเทศไทยจากกรุงเทพฯ และสถานีเครือข่ายประจำจังหวัดต่าง ๆ

สำหรับสื่อโทรทัศน์นั้น สิ่งที่ต้องทราบคือ

1. เกษตรกรชอบดูโทรทัศน์ทุกวัน ตั้งแต่ตอนเย็นจนถึงค่ำ ดังนั้นการใช้
สื่อโทรทัศน์จะช่วยเผยแพร่ความรู้ เรื่องการพัฒนาที่ดินได้มากในช่วงเวลาดังกล่าว
คือ ในรายการความรู้ช่วงเย็นและรายการข่าวเพื่อเกษตรกร เพราะเกษตรกรส่วน
ใหญ่ดูโทรทัศน์เป็นประจำ ทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 และอีกหลายสถานี
ที่สามารถรับสัญญาณได้ชัด

2. เกษตรกรชอบดูข่าวที่มั่งคั่งจนถึงข่าวสองทุ่ม รวมทั้งละครหลังข่าว

3. หลังจากดูโทรทัศน์แล้ว เกษตรกรสามารถจำวิธีการได้จากภาพและ
เสียงที่ปรากฏจากโทรทัศน์ ถ้าขั้นตอนไม่ยุ่งยากซับซ้อน

สำหรับหนังสือพิมพ์ เกษตรกรส่วนใหญ่ขาดทักษะในการอ่านเพราะมีความรู้
ในระดับประถมศึกษาตอนต้นเป็นส่วนมาก แต่เกษตรกรบางส่วนสนใจหาความรู้จาก
ที่อ่านหนังสือพิมพ์ประจำหมู่บ้าน ทำให้ทราบว่า

1. เกษตรกรชอบอ่านไทยรัฐ ดูภาพก่อนแล้วจึงอ่านรายละเอียด

2. ชอบอ่านเรื่องราวเหตุการณ์ประจำวัน ถ้าเป็นบทความชอบอ่านเรื่อง
การปลูกต้นไม้ ชอบเรื่องที่สามารถเพิ่มผลผลิต หรือเพิ่มรายได้ให้ครอบครัว ชอบอ่าน
การ์ตูนในหนังสือพิมพ์

สื่อเฉพาะกิจประเภทสิ่งพิมพ์ พบว่า เกษตรกรสนใจ แผ่นพับ เนื้อหาสาระ
ควรเป็นเรื่องปลูกไม้ผล เช่น มะม่วง วิธีการปลูก วิธีการเตรียมดิน เตรียมปุ๋ย และ
พบว่าเกษตรกรสนใจสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีสีสวย มีภาพประกอบ ไม่ว่าจะเป็นภาพการ์ตูนหรือ
ภาพถ่าย เป็นที่น่าเสียดายว่า เกษตรกรไม่ค่อยได้รับสื่อเฉพาะกิจ ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์
แต่พอจะหาอ่านได้ตามสถานีพัฒนาที่ดิน ที่ตั้งอยู่ใกล้หมู่บ้านและที่วัด

อย่างไรก็ตาม ถ้าต้องการเผยแพร่ความรู้ เรื่องการพัฒนาที่ดินให้ตรงกับ
ความสนใจของเกษตรกร ควรใช้สื่อมวลชนเพื่อสนับสนุนงานเฉพาะกิจ จะให้ผลดีกว่า
ใช้สื่อเฉพาะกิจประเภทสิ่งพิมพ์อย่างเดียว แต่ทั้งนี้สื่อบุคคลคือเจ้าหน้าที่ของ

และร้อยละของเกษตรกรที่เคยเปิดรับสื่อเฉพาะกิจของกรมพัฒนาที่ดิน จำแนกตามประเภทของสื่อ พบว่า เกษตรกรทั้งหมด 320 คน เคยได้รับความรู้เรื่องการพัฒนาที่ดินจากโทรทัศน์ เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือวิทยุ อันดับสามคือจากเจ้าหน้าที่ของกรมพัฒนาที่ดิน

ดังนั้น การผลิตสื่อเพื่อการเผยแพร่ทางสื่อมวลชน นับว่ามีความสำคัญ เพราะเกษตรกรสนใจสื่อมวลชน ไม่ว่าจะเป็นวิทยุหรือโทรทัศน์ ส่วนหนังสือพิมพ์มีอุปสรรคอยู่บ้างในเรื่องความสามารถในการอ่านของเกษตรกร การใช้สื่อมวลชนเพื่องานเฉพาะกิจของกรมพัฒนาที่ดินจึงมีความจำเป็น แม้ว่าในปัจจุบันฝ่ายเผยแพร่และประชาสัมพันธ์การพัฒนาที่ดินได้ดำเนินการอยู่แล้ว แต่พบว่าการออกแบบสื่อขึ้นอยู่กับเหตุผลและความจำเป็นของผู้ผลิตคือ ทางฝ่ายกรมพัฒนาที่ดินมากกว่าเพื่อความพอใจของเกษตรกรซึ่งเป็นผู้รับสาร ทราบได้จากผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรสามารถนำความรู้ที่ได้รับจากสื่อไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ หรือจากสื่อมวลชนมาปฏิบัติได้ไม่มากนัก เกษตรกรทั้งหมด 320 คน ตอบว่าเคยนำความรู้จากสื่อมวลชนไปปฏิบัติร้อยละ 47.5 และตอบว่าเคยนำความรู้จากสื่อเฉพาะกิจของกรมพัฒนาที่ดินไปปฏิบัติร้อยละ 29.1 ทั้งนี้ทราบว่าสาเหตุที่ไม่สามารถนำความรู้จากสื่อต่าง ๆ มาปฏิบัติได้ซึ่งมีผู้ตอบทั้งสิ้น ร้อยละ 39.4 ของเกษตรกรทั้งหมด ได้กล่าวถึง ปัญหาต่าง ๆ เช่น ไม่ตรงกับความสนใจ สภาพดินไม่เหมาะสมกับเรื่องที่ได้รับรู้ใหม่ วิธีการยุ่งยาก ซับซ้อน ไม่มีเครื่องมืออุปกรณ์ ต้องใช้เวลาและเงินมาก มีอัตราเสี่ยงสูง ฯลฯ จากตารางที่ 47 ในบทที่ 4

ปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้สามารถแก้ไขได้บางส่วน เมื่อได้ทราบความต้องการของเกษตรกรและผู้ผลิตสื่อสามารถแก้ไขได้ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อกลุ่มผู้รับสารอย่างแท้จริง สิ่งที่น่ามาพิจารณาในประเด็นของการหาข้อมูลเบื้องต้นมาประกอบการพิจารณาออกแบบสื่อเรื่องหนึ่งคือ ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการเสนอเรื่องราวของสื่อมวลชนเกษตรกรซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมาย มีพฤติกรรมและมีความนิยมในสื่อนั้นอย่างไร สิ่งที่ควรทราบเกี่ยวกับผู้ฟังเป้าหมายก่อนออกแบบสื่อวิทยุ คือ

1. เกษตรกรชอบฟังรายการข่าวเป็นประจำ ฟังได้ตลอดเวลาทั้งวันทั้งคืน สาย และเย็น ส่วนเวลาค่า สื่อโทรทัศน์จะมีอิทธิพลมากกว่า
2. เรื่องราวที่ชอบฟังมักจะเป็นข่าวสาร เหตุการณ์ในชีวิตประจำวัน และรายการที่ให้ความรู้
3. เกษตรกรส่วนใหญ่ชอบผู้จัดรายการข่าว ซึ่งแต่ละจังหวัดเกษตรกรมีความนิยมชื่อผู้จัดแตกต่างกัน ควรจะเลือกเพิ่มเติมชื่อผู้จัดรายการในภาคผนวก

กรมพัฒนาที่ดินประจำจังหวัดต่าง ๆ ก็มีความสำคัญมาก บางหมู่บ้านเกษตรกรสามารถ
จำชื่อเจ้าหน้าที่ที่มาช่วยไถพรวนดินให้

การเผยแพร่ความรู้ เรื่องการพัฒนาที่ดิน จำเป็นต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์
การพัฒนาที่ดินไปสู่ผู้รับการพัฒนาคือ เกษตรกร เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่เกษตรกรเอง
การยอมรับวิธีการพัฒนาที่ดินตามแบบที่กรมพัฒนาที่ดินต้องการเผยแพร่ ซึ่งจะต้องอาศัย
วิธีการที่มีประสิทธิภาพ เครื่องมือที่สำคัญอย่างหนึ่งคือ สื่อมวลชน ซึ่งจะเป็นทาง
หนึ่งที่ช่วยให้งานเผยแพร่ การประชาสัมพันธ์งานพัฒนาที่ดินในโครงการต่าง ๆ ที่
ดำเนินการอยู่ได้บรรลุเป้าหมายได้รวดเร็วและสัมฤทธิ์ผลมากขึ้น การเลือกใช้สื่อ
แต่ละชนิดให้เหมาะสมกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของเกษตรกรในแต่ละพื้นที่ จะช่วย
ให้เกษตรกรได้มีความรู้ และเข้าใจในการพัฒนาที่ดิน สามารถทำให้เกษตรกรมี
ทัศนคติที่ดีต่อกิจกรรมการพัฒนาที่ดินที่กำลังดำเนินการอยู่ เพื่อให้เกษตรกรร่วมมือ
ปฏิบัติงานเป็นที่ยอมรับของเกษตรกรในที่สุด

ผลจากการวิจัย ทำให้ทราบว่าเกษตรกรมีความรู้ ความเข้าใจเรื่องการพัฒนา
ที่ดินไม่ถูกต้องนัก และเป็นที่น่าสังเกตว่าเกษตรกรไม่สามารถแยกได้ชัดเจนว่า
เป็นสื่อเฉพาะกิจของหน่วยงานใด เนื่องจากสื่อเฉพาะกิจของกรมพัฒนาที่ดินยังไม่
เด่นชัดในสายตาของเกษตรกร ถ้าต้องการให้เกษตรกรได้ประโยชน์จากสื่อเฉพาะกิจ
ของกรมพัฒนาที่ดินได้เต็มที่ จำเป็นต้องมีการปรับปรุงการใช้สื่อมวลชนเพื่องาน
เฉพาะกิจของกรมพัฒนาที่ดินและนำมาใช้สนับสนุนการพัฒนาให้เหมาะสมกับความต้องการ
ของเกษตรกรในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย ให้เกิดประโยชน์ต่อเกษตรกรโดยตรง
และมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย