



การรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อมวลชนของเกษตรกร
ในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

ธีรพงษ์ นันทะคำ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาพัฒนบริหารการชนบท

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้

พ.ศ. 2559

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อมวลชนของเกษตรกร
ในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

ธีรพงษ์ นันทะคำ

วิทยานิพนธ์นี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาพัฒนบริหารการชนบท

พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก



(อาจารย์ ดร.พุมิสรรค์ เครือคำ)

วันที่ ๒ เดือน ๖.๑. พ.ศ. ๒๕๖๑

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พหล ศักดิ์คะทัศน์)

วันที่ ๒ เดือน ๖.๑. พ.ศ. ๒๕๖๑

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม



(รองศาสตราจารย์ ดร.นเรศ รังควิต)

วันที่ ๒ เดือน ๖.๑. พ.ศ. ๒๕๖๑

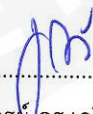
ประธานอาจารย์ประจำหลักสูตร



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สายสกุล พงมูล)

วันที่ ๒ เดือน ๖.๑. พ.ศ. ๒๕๖๑

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว



(รองศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ เม่งอำพัน)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ ๑ เดือน ๖.๑. พ.ศ. ๕๖

ชื่อเรื่อง	การรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อมวลชนของเกษตรกรในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่
ชื่อผู้เขียน	นายธีรพงษ์ นันทะคำ
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาศาสตร์พยาบาล
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	อาจารย์ ดร.พุดิสสรค์ เครือคำ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมของเกษตรกรในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ 2) ศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อมวลชนของเกษตรกรในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อมวลชนของเกษตรกรในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ 4) ศึกษาปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อมวลชนของเกษตรกรในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 290 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและวิเคราะห์พหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 41 ปี จบการศึกษาระดับประถมศึกษาภาคบังคับ มีสถานภาพสมรส สมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 3.76 คน มีรายได้เฉลี่ย 7,787 บาทต่อเดือน มีที่ดินทำกินเฉลี่ย 11.84 ไร่ ใช้เงินทุนส่วนตัวของตนเองในการลงทุน มีประสบการณ์ในการประกอบอาชีพเกษตรกรรมเฉลี่ย 22.08 ปี มีการเข้าร่วมเป็นสมาชิกในกลุ่มต่างๆ ของชุมชน เกษตรกรมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรเฉลี่ย 16.76 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่ได้เข้ารับการฝึกอบรมอยู่ระหว่าง 1 – 2 ครั้งต่อปี มีการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ด้านการเกษตรเฉลี่ย 1.72 ครั้งต่อปี ส่วนใหญ่ไม่มีตำแหน่งทางสังคม และเกษตรกรส่วนใหญ่มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรในช่วงเวลาหลัง 17.01 น. เป็นต้นไป

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อมวลชนของเกษตรกรในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ แบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ 1) พฤติกรรมการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชนของเกษตรกรพบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากโทรทัศน์มากที่สุด (ร้อยละ 91.7) รองลงมาคือวิทยุ (ร้อยละ 71.4) อินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 28.6) และสิ่งพิมพ์ (ร้อยละ 16.2) 2) การรับรู้ด้านความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อมวลชน พบว่าในภาพรวมทุกสื่อมีระดับการรับรู้ด้านความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรในระดับปานกลาง

(เฉลี่ย 2.69) 3) ทักษะที่มีต่อสื่อสารมวลชนของเกษตรกรทั้ง 6 ด้าน พบว่าในภาพรวมระดับทัศนคติที่มีต่อสื่อสารมวลชนของเกษตรกรอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.18 ผลการสอบถามผู้รู้ พบว่าตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ด้านความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตร ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ และตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อสื่อสารมวลชนของเกษตรกรในอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ อายุ การศึกษา และรายได้ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\text{sig} < 0.05$)

ปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับการใช้สื่อสารมวลชนของเกษตรกร พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีการศึกษาค่อนข้างต่ำทำให้เกษตรกรบางคนอ่านหนังสือไม่ออก ไม่รู้จักวิธีเข้าถึงข้อมูลข่าวสารนวัตกรรมใหม่ๆ ไม่รู้ช่วงเวลาในการนำเสนอรายการด้านการเกษตร รวมไปถึงพื้นที่ที่เกษตรกรอาศัยอยู่มีจุดให้บริการข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรไม่เพียงพอต่อความต้องการ ส่วนข้อเสนอแนะของเกษตรกรในอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ คือ เกษตรกรรับรู้ข่าวสารด้านการเกษตรผ่านทางโทรทัศน์และวิทยุจำนวนมาก ดังนั้นภาครัฐและเอกชนควรเข้ามาสนับสนุนให้ความรู้วิชาการด้านการเกษตรผ่านสื่อโทรทัศน์และวิทยุอย่างจริงจังเพื่อให้เกษตรกรสามารถรับข้อมูลข่าวสารได้อย่างเต็มที่ ด้านสื่อสิ่งพิมพ์ องค์กรภาครัฐและเอกชนควรเร่งส่งเสริมและสนับสนุนการศึกษาให้แก่เกษตรกรเพื่อให้เกษตรกรสามารถอ่านออกเขียนได้และปลูกฝังให้เกษตรกรมีนิสัยรักการอ่าน ส่วนในด้านของอินเทอร์เน็ตนั้นควรสนับสนุนให้มีแหล่งศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมเนื่องจากอินเทอร์เน็ตนั้นเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสาร เทคโนโลยีด้านการเกษตรที่หลากหลายเพื่อให้เป็นอีกทางเลือกหนึ่งของเกษตรกร

Title	Perception on Agricultural Data through Mass Media of Farmers in Sansai District, Chiangmai Province
Author	Mr. Theeraphong Nantakham
Degree	Master of Science in Rural Resources Development
Advisor Committee Chairperson	Dr. Phutthisun Kruekum

ABSTRACT

The objectives of this study were to investigate: 1) socio-economic attributes of farmers in Sansai district, Chiangmai province; 2) agricultural data perception through mass media of the farmers; 3) relationships between socio-economic attributes of the farmers and their agricultural data perception; and 4) problems encountered and suggestions of the farmers. A set of questionnaires was used for data collection administered with a sample group of 250 farmers in Sansai district, Chiangmai province. Obtained data were analyzed by using the Statistical Package.

Results of the study revealed that most of the respondents were male, 41 years old on average, elementary school graduate, and married. The respondents had 3.76 family members on average and their household income was 7,787 baht per month on average. They owned 11.84 rai of cultivated land on average and they used their own capital/loans from the Bank of Agriculture and Agricultural Cooperatives for investment. The respondents had 22.08 years of experience in agricultural occupations. They were members of various groups in the community. Within one month, it was found that the respondents perceived agricultural data for 16.76 times on average. Most of them attended an agricultural training for once or twice per year and they contacted agriculture staff for 1.72 times per year on average. Most of the respondents did not hold social position. More than one-half (55.5%) of the respondents had exposure to agricultural data after 05.01 p.m.

Agricultural information perception of the respondents was classified into 3 aspects: 1) most of the respondents perceived it through television most (91.7%), followed by internet (28.6%) and printed media (16.2%); 2) as a whole, appropriateness of the content presented by all media was found at a moderate level ($\bar{X} = 2.63$); and 3) the respondents had attitude toward mass media at a moderate level ($\bar{X} = 2.18$). Regarding the hypothesis testing, it was found that the respondent perception about appropriateness of the content and agricultural information had relationship with age, educational attainment and incomes. Their attitude towards mass media had statistically significant relationships with age, educational attainment and incomes (sig < 0.05).

Regarding problems encountered, it was found that most of the respondents had low educational attainment. Some of them was illiterate and could not access to new innovation. Beside, their residential areas did not have enough places providing agricultural information. The following were suggestions: 1) the public and private sectors should truly support on knowledge about agriculture through television and radio; 2) the public and private sectors should promote and support the respondents on literacy; and the public and private sectors should encourage the respondents to use internet as an alternative of learning source.

กิตติกรรมประกาศ

ในการทำวิจัยเรื่อง การรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อมวลชนของเกษตรกรในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ข้าพเจ้า ขอกราบขอบพระคุณ ดร.พุมิสรรค์ เครือคำ ซึ่งได้รับเป็นประธานกรรมการที่ปรึกษา ได้ให้คำปรึกษาในการวางแผนการดำเนินงานวิจัย ได้กรุณาให้คำแนะนำ ตรวจสอบแก้ไข และช่วยเหลือตักเตือนในเรื่องของการทำงานวิจัยให้กับข้าพเจ้าตลอดมา ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พหล ศักดิ์คะทศน์ รองศาสตราจารย์ ดร. นครเศร รังควิต กรรมการที่ปรึกษา ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ ตรวจสอบแก้ไข งานวิจัยฉบับนี้ของข้าพเจ้าสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี รวมทั้งในการสอบวิทยานิพนธ์ที่ได้ช่วยชี้แนะแนวทางในการวิจัยนี้ให้เป็นวิทยานิพนธ์อย่างสมบูรณ์

ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา ที่ได้สนับสนุนค่าใช้จ่ายในการศึกษาเล่าเรียนมาโดยตลอด ขอขอบพระคุณทุกคนในครอบครัวที่คอยเป็นกำลังใจให้ตลอดระยะเวลาในการศึกษาและรวมไปถึงขอขอบพระคุณ พี่ๆบุคลากรสาขาพัฒนาทรัพยากรชนบท คณะผลิตกรรมการเกษตรมหาวิทยาลัยแม่โจ้ ที่ได้ช่วยติดต่อประสานงานให้คำแนะนำสนับสนุนคอยเป็นกำลังใจที่ดีให้กับข้าพเจ้าคอยให้ความช่วยเหลืออยู่เบื้องหลังตลอดระยะเวลาในการทำงานวิจัยในครั้งนี้และทำให้งานวิจัยฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ขอขอบพระคุณครับ

ธีรพงษ์ นันทะคำ

ธันวาคม 2559

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(3)
ABSTRACT	(5)
กิตติกรรมประกาศ	(7)
สารบัญ	(8)
สารบัญตาราง	(10)
สารบัญภาพ	(12)
บทที่ 1 บทนำ	1
ปัญหาในการวิจัย	2
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
ขอบเขตของการวิจัย	5
นิยามศัพท์ทั่วไป	5
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	7
แนวคิดเกี่ยวกับสื่อเพื่อการส่งเสริมการเกษตร	7
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา	18
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมมนุษย์	24
แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ	30
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม (KAP)	37
ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่ของสื่อมวลชน	39
ทฤษฎีการรับรู้	42
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	45
ภาคสรุป	47
กรอบแนวคิดในการวิจัย	48
สมมติฐานการวิจัย	49
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	50
สถานที่ดำเนินการวิจัย	50
ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง	50

	หน้า
เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมเก็บข้อมูล	52
การรวบรวมข้อมูล	53
การทดสอบเครื่องมือ	53
การวิเคราะห์ข้อมูล	54
บทที่ 4 ผลการวิจัยและวิจารณ์	57
ตอนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมของเกษตรกรใน อำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่	58
ตอนที่ 2 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อมวลชน และทัศนคติที่มีต่อสื่อมวลชนของเกษตรกร	67
ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และ สังคม กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรและทัศนคติที่มีต่อ สื่อมวลชนของเกษตรกรในอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่	93
ตอนที่ 4 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้าน การเกษตรจากสื่อมวลชนของเกษตรกรในอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่	100
บทที่ 5 สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ	102
สรุปผลการวิจัย	102
อภิปรายผลการวิจัย	107
ข้อเสนอแนะ	109
บรรณานุกรม	111
ภาคผนวก	115
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	116
ภาคผนวก ข ประวัติผู้วิจัย	129

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนของเกษตรกรกลุ่มตัวอย่างทั้ง 6 ตำบล ตำบลละ 2 หมู่บ้าน	52
2	จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูลจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล	60
3	จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูลจำแนกตามลักษณะทางเศรษฐกิจ	62
4	จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูลจำแนกตามลักษณะทางสังคม	65
5	พฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อสิ่งพิมพ์ของเกษตรกร	69
6	พฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากโทรทัศน์ของเกษตรกร	72
7	พฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากวิทยุของเกษตรกร	75
8	พฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากอินเทอร์เน็ตของเกษตรกร	78
9	ตารางระดับความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารรวม	80
10	จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อสิ่งพิมพ์เกษตรกร	83
11	จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากโทรทัศน์ของเกษตรกร	84
12	จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากวิทยุของเกษตรกร	85
13	จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากอินเทอร์เน็ตของเกษตรกร	86
14	ตารางระดับทัศนคติที่มีต่อสื่อมวลชนรวม	87
15	จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับทัศนคติที่มีต่อสื่อมวลชนของเกษตรกร	90

ตารางที่		หน้า
16	ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาการรับรู้ด้านความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูล ข่าวสารด้านการเกษตร และทัศนคติที่มีต่อสื่อสารมวลชนของเกษตรกรใน อำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่	94
17	เมตริกซ์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามที่ใช้ในการ วิเคราะห์	95
18	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และทาง สังคม กับระดับการรับรู้ด้านความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสาร ด้านการเกษตรของ	97
19	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และทาง สังคม กับระดับทัศนคติที่มีต่อสื่อสารมวลชนของเกษตรกร	99

สารบัญภาพ

ภาพที่

หน้า

1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

48



บทที่ 1

บทนำ

การติดต่อสื่อสารคือปัจจัยหลักในการดำรงชีวิตของคนในสังคม ในอดีตมนุษย์เริ่มมีการติดต่อกันมาช้านานทั้งการเผชิญหน้าโดยตรงผ่านการพูดคุย รวมถึงการสื่อสารผ่านสื่อซึ่งยังคงมีไม่มากนักและยังไม่ทันสมัยเหมือนเช่นทุกวันนี้เพราะทุกวันนี้สื่อถูกสร้างขึ้นมากมายจนบางครั้งมนุษย์เองยังต้องวิ่งตามทันบ้างไม่ทันบ้าง การสื่อสารจึงเป็นสิ่งที่สำคัญในการดำรงชีวิตของมนุษย์ด้วยเหตุแห่งการดำรงชีวิตในลักษณะนี้จึงหนีไม่พ้นที่จะต้องมียูทิลิตี้เพื่อใช้สื่อสารกันในกลุ่มกับนอกกลุ่มและในบางครั้งอิทธิพลของสื่อเหล่านี้ได้กลายเป็นเข็มทิศที่คอยกำหนดวิถีชีวิตให้กับมนุษย์แบบไม่รู้ตัวก็เป็นได้ในอดีต สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ล้วนอยู่คู่กับสังคมไทยมาช้านาน จนกระทั่งปัจจุบันได้มีโทรคมนาคมสื่อออนไลน์เสริมเข้ามากลายเป็นสื่อที่มีบทบาทอย่างมากในสังคมจึงปฏิเสธไม่ได้ว่า ณ เวลานี้อิทธิพลของสื่ออาจแทรกซึมเข้ามาในตัวทั้งภายในและภายนอก ทั้งทางด้านจิตใจ ความคิด ทัศนคติ การยอมรับ การแลกเปลี่ยน การนำไปปรับใช้อาจกล่าวได้ว่าสื่อในปัจจุบันจึงมีอิทธิพลต่อการดำรงชีวิตมนุษย์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ในปัจจุบันสื่อทางการเกษตรได้เข้ามามีบทบาทในการดำรงชีวิตของประชากรไทยอย่างมาก เนื่องจากประชากรส่วนใหญ่ของประเทศไทยนั้นประกอบอาชีพเกี่ยวกับการเกษตร ไม่ว่าจะเป็นปลูกพืช เลี้ยงสัตว์ สื่อจึงเป็นแหล่งค้นคว้าหาความรู้และข้อมูลที่สำคัญของเกษตรกรในประเทศไทย การสื่อสารเพื่อถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีทางการเกษตรได้มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นเทคโนโลยีการเกษตรที่เกี่ยวกับพืช สัตว์ประมง การเพิ่มผลผลิตทางการเกษตรการควบคุมป้องกันโรค และแมลงที่จะทำลายผลผลิตทางการเกษตรรวมถึงเทคโนโลยีเครื่องจักรกลการเกษตรเพื่อที่จะทำให้เทคโนโลยีทางการเกษตรได้รับการเผยแพร่และเป็นที่ยอมรับของเกษตรกร (ศุภพร ไทยภักดี และ พันธจิตต์ พรประทานสมบัติ, 2547: 2)

เกษตรกรไทยส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในชนบทดำเนินชีวิตดำเนินชีวิตและประกอบอาชีพตามแบบที่บรรพบุรุษถ่ายทอดให้แต่ดั้งเดิม จึงส่งผลให้เกษตรกรเหล่านั้นไม่มีความรู้ความเข้าใจในวิทยาการสมัยใหม่ไม่ทราบข่าวสารความเคลื่อนไหวทางด้านการเกษตรและเหตุการณ์ต่างๆ ทำให้ไม่สามารถรับทราบและนำข้อมูลข่าวสารความรู้เหล่านั้นมาปรับใช้ให้เกิดในชีวิตประจำวันได้ ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของผลผลิตรายบุคคลและผลผลิตรวมของชาติ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องเสริมข้อมูลข่าวสารต่างๆให้กับเกษตรกรด้วย (ลัดดา จิตตคุตตานนท์, 2542: 13)

ในยุคที่มีการสื่อสารแบบไร้พรมแดนสื่อหลายประเภทที่ใหข่าวสารข้อมูลได้มีการปรับปรุงพัฒนาเนื้อหาสาระรูปแบบการนำเสนอกระบวนการผลิตตลอดจนความเร็วในการเผยแพร่สามารถนำเสนอข่าวสารไปยังผู้รับสารในเวลาที่รวดเร็วและทันเหตุการณ์สื่อที่เป็นที่ยอมรับและได้รับความนิยมจากผู้รับสารมากที่สุดสื่อหนึ่งคือ สื่อมวลชน เช่น สื่อวิทยุ โทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ รวมไปถึงสื่อออนไลน์เนื่องจากสื่อเหล่านี้สามารถเข้าถึงผู้คนได้จำนวนมาก ช่องทางและเครื่องมือที่ใช้เผยแพร่ข่าวสารไปยังสถานที่ต่าง ๆ นั้นมีความทันสมัยเกษตรกรจึงสามารถเข้าถึงสื่อเหล่านี้ได้สะดวกขึ้น จึงทำให้เกษตรกรเกิดการรับรู้ตื่นตัวและสนใจในนวัตกรรมต่าง ๆ อันจะนำไปสู่การนำเทคโนโลยีเหล่านั้นไปศึกษาค้นคว้า ทดลอง พัฒนาและนำไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ตามความต้องการของเกษตรกรเพื่อให้เกษตรกรได้ศึกษาเรียนรู้และนำความรู้ที่ได้รับไปปรับปรุงและพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของตนเองและครอบครัวให้ดีขึ้นต่อไป

ปัญหาในการวิจัย

ในการทำการเกษตรจากอดีตจนถึงปัจจุบัน เราพบว่าสื่อ (Media) มีบทบาทและเป็นองค์ประกอบสำคัญในการดำเนินงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งช่วงเวลาที่มีการส่งเสริมการเกษตรจะต้องมีการติดต่อสื่อสารเผยแพร่ประชาสัมพันธ์หรือถ่ายทอดความรู้ต่างๆให้กับเกษตรกร เพื่อให้เกษตรกรเกิดการเรียนรู้และนำความรู้ที่ได้รับไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน เพราะสื่อทำหน้าที่เป็นตัวนำข้อมูลข่าวสารการเกษตรถ่ายทอดไปสู่เกษตรกรและหากขาดสื่อหรือพาหะนำข้อมูลข่าวสารดังกล่าวนี้แล้ว การติดต่อสื่อสารและการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ รวมถึงการถ่ายทอดความรู้ต่างๆก็ไม่สามารถไปสู่ผู้รับหรือตัวเกษตรกรได้และทำให้การดำเนินงานดังกล่าวไม่บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้และสภาพการณ์ปัจจุบันที่งานส่งเสริมการเกษตรได้เข้าสู่ยุคการทำงานบนฐานความรู้ (knowledge Based) โดยมีการจัดการความรู้ (knowledge Management : KM) เป็นเครื่องมือสำคัญในการทำงานให้บรรลุผลสำเร็จ ซึ่งสื่อก็ได้เข้าไปมีบทบาทสำคัญในขั้นตอนคลังความรู้ (knowledge Assets : KA) โดยทำหน้าที่เป็นตัวนำองค์ความรู้ที่ได้จากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้นำไปใช้ประโยชน์ โดยการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในรูปแบบวิทยุ โทรทัศน์ สิ่งตีพิมพ์ เว็บไซต์ ชุมชนธุรการ และเวทินำเสนอผลงาน เป็นต้น การจัดการความรู้ (knowledge Management) การใช้สื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร (กิจกรรมองค์ความรู้ในงานส่งเสริมการเกษตร: ระบบออนไลน์)

ในปัจจุบันสื่อมวลชนได้มีการพัฒนารูปแบบให้มีความทันสมัยและมีความหลากหลายของรูปแบบ ประสิทธิภาพ และคุณภาพของสื่อนับว่ามีคุณภาพและประสิทธิภาพดีขึ้นเรื่อยๆ สื่อจึงกลายเป็นเครื่องมือด้านการสื่อสารที่สำคัญและมีบทบาทสำคัญต่อมนุษย์อย่างมากเลยทีเดียว ซึ่งสื่อสามารถเข้าสู่การดำเนินชีวิตของบุคคลในสังคมโดยไม่รู้ตัวและสื่อกลายเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลในสังคมของ

คนทุกเพศทุกวัย (กฤษณ์ ทองเลิศ, 2540: 131) ในสภาวะปัจจุบันการสื่อสารนับว่าเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างมากในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารวิทยาการเทคโนโลยีมีความเจริญก้าวหน้ามากขึ้น จึงทำให้สื่อมวลชนได้เข้ามามีบทบาทในการถ่ายทอดความรู้ทางการเกษตรและกลายเป็นที่ยอมรับของเกษตรกร (มานัส จันตรา, 2550: 3)

อำเภอสนทรายเป็นอำเภอหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ประชากรในพื้นที่ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลักเนื่องจากลักษณะพื้นที่ที่เอื้ออำนวยในการประกอบอาชีพเกษตรกรรมและยังเป็นอาชีพที่สืบทอดมาตั้งแต่สมัยบรรพบุรุษ ปัจจุบันการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรนั้นเป็นไปอย่างรวดเร็วทำให้การขาดแคลนพื้นที่อยู่อาศัย จึงเกิดการขยายชุมชนเมืองออกไปสู่ชนบทซึ่งเป็นแหล่งเพาะปลูกทางการเกษตรอันอุดมสมบูรณ์ซึ่งส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของเกษตรกรเป็นอย่างมาก เมื่อมีพื้นที่ทำการเกษตรน้อยลงเกษตรกรจึงต้องหาวิธีเพื่อเพิ่มผลผลิตทางการเกษตรให้ได้มากและรวดเร็ว โดยอาศัยข้อมูลข่าวสารเทคโนโลยีใหม่ๆ โดยเฉพาะข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชนเพราะเป็นสื่อที่กระจายข่าวสารได้รวดเร็วและทันต่อสถานการณ์ ไม่ว่าจะเป็น สื่อวิทยุ โทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ รวมไปถึงสื่อทางอินเทอร์เน็ตที่เข้ามามีบทบาทต่อการประกอบอาชีพของเกษตรกร ซึ่งเกษตรกรส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ ความเข้าใจ ขาดช่องทางในการสื่อสาร ไม่ทราบช่วงเวลาในการนำเสนอข่าวสาร รวมไปถึงการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชนบางชนิดนั้นต้องเสียค่าใช้จ่ายในการรับรู้ข่าวสาร ทำให้เกษตรกรไม่สามารถรับรู้ข่าวสารด้านการเกษตรได้ตรงตามความต้องการและในปัจจุบันนั้นยังไม่มีการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารจากสื่อสารมวลชนของเกษตรกรในอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่อย่างจริงจังจึงส่งผลให้ไม่สามารถรับรู้ถึงปัญหาและความต้องการเกษตรกร

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อมวลชนของเกษตรกรในอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ ที่ส่งผลต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของเกษตรกร ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การนำสื่อไปใช้ประโยชน์ รวมไปถึงผลกระทบของสื่อที่ส่งผลต่อเกษตรกรในเขตอำเภอสนทราย อนึ่ง เพื่อสะท้อนให้เห็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งผลดีและผลเสียของสื่อมวลชนประเภทต่างๆซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการวางแผนเพื่อเป็นการพัฒนาและแก้ไขปัญหาด้านการเกษตรสำหรับเกษตรกรอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อมวลชนของเกษตรกรในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมของเกษตรกรในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรและทัศนคติที่มีต่อสื่อมวลชนของเกษตรกรในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรและทัศนคติที่มีต่อสื่อมวลชนของเกษตรกรในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่
4. เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อมวลชนของเกษตรกรในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การวิจัยเรื่อง การรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อมวลชนของเกษตรกรในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ คาดว่าจะมีประโยชน์ต่อหน่วยงานและบุคคลที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. หน่วยงานทางด้านส่งเสริมการเกษตรสามารถนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปเป็นแนวทางในการวางแผนการใช้สื่อเพื่อพัฒนาการเกษตรได้อย่างเหมาะสม
2. นักพัฒนาสื่อสามารถนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปปรับใช้ในการพัฒนาสื่อให้เหมาะสมกับความต้องการของเกษตรกร
3. เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรสามารถนำสื่อต่างๆมาใช้ในการส่งเสริมและถ่ายทอดความรู้ให้แก่เกษตรกรอย่างได้เหมาะสม
4. เกษตรกรสามารถรับรู้จากหน่วยงานทางการเกษตรผ่านสื่อต่างๆที่มีความเหมาะสมมากขึ้น

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษารวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการศึกษาในเขตพื้นที่อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย 12 หมู่บ้าน ได้แก่ บ้านโป่ง บ้านศรีวังซ้าย บ้านทุ่งยาว บ้านปาลานบ้านสันนาเม็ง บ้านสันหลวง บ้านสันศรี บ้านแม่ดาว บ้านห้วยเกียง บ้านทุ่งหมื่นน้อย บ้านบอกเปาและบ้านทุ่งข้าวตอก

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

2.1 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อมวลชนของเกษตรกรในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย พฤติกรรมในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตร ความเหมาะสมของเนื้อหาข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตร ทักษะคิดที่มีต่อสื่อมวลชน ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้สื่อสารมวลชนของเกษตรกรในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

2.2 สื่อมวลชน ในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วยสื่อมวลชน 4 ชนิด ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต

3. ขอบเขตด้านประชากร การวิจัยครั้งนี้เก็บข้อมูลเฉพาะเกษตรกรในเขตพื้นที่อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 9,709 ครัวเรือน กลุ่มตัวอย่าง 290 ครัวเรือน ครัวเรือนละ 1 คน

นิยามศัพท์ทั่วไป

เกษตรกร หมายถึง เกษตรในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

สื่อมวลชน หมายถึง วิทยุ โทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต

สื่อวิทยุ หมายถึงวิทยุ วิทยุกระจายเสียง โดยมีการแพร่สัญญาณเสียงออกอากาศเพื่อส่งสารกระจายข่าวสารด้านการเกษตรไปถึงเกษตรกรที่อยู่ในถิ่นต่างๆในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ เช่น วิทยุ ม.ก. AM 612 KH มหาวิทยาลัยแม่โจ้ FM 99.5 MH วิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย 95.75MH และวิทยุมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ FM 100 MH เป็นต้น

สื่อโทรทัศน์ หมายถึง ระบบการส่งภาพและเสียงไปพร้อมๆกันด้วยเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้การสื่อสารตามเป้าประสงค์ โดยส่งผ่านสื่อโทรทัศน์ต่างๆไม่ว่าจะเป็นช่อง เคเบิลทีวี ทีวี่ดิจิตอล ThaiPBS ช่อง 7 ช่อง 9 ช่อง 5 และช่องอื่นๆ

สื่อสิ่งพิมพ์ หมายถึง ข้อความ ข้อเขียน หรือภาพที่เกี่ยวกับแนวความคิด ข้อมูล สารคดีที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร ซึ่งถ่ายทอดด้วยการพิมพ์ลงบนกระดาษ ฟิล์ม หรือวัสดุพื้นเรียบอันเกิดเป็นชิ้นงานที่มีลักษณะเหมือนต้นฉบับขึ้นหลายสำเนาเพื่อเป็นสิ่งที่ทำการติดต่อหรือชักนำให้บุคคลอื่นให้เห็นหรือทราบข้อมูลต่างๆ สิ่งพิมพ์เกี่ยวกับการเกษตรมีหลายชนิด

สื่ออินเทอร์เน็ต หมายถึง เครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ที่มีการเชื่อมต่อระหว่างเครือข่ายหลายๆ เครือข่ายทั่วโลก โดยใช้ภาษาที่ใช้สื่อสารกันระหว่างคอมพิวเตอร์ผู้ใช้เครือข่ายนี้สามารถสื่อสารถึงกันได้ในหลายๆทาง อาทิเช่น อีเมลล์ เว็บบอร์ด และสามารถสืบค้นข้อมูลและข่าวสารต่างๆ

การรับรู้ หมายถึง การแปลความหมายจากการสัมผัสโดยเริ่มตั้งแต่การมีสิ่งเร้ามากระทบกับอวัยวะรับสัมผัสทั้งห้าและส่งกระแสประสาทไปยังสมองเพื่อการแปลความ กระบวนการของการรับรู้ (Process) เป็นกระบวนการที่คาบเกี่ยวกันระหว่างเรื่องความเข้าใจ การคิด การรู้สึก (Sensing) ความจำ (Memory) การเรียนรู้ (Learning) การตัดสินใจ (Decision making)

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

การศึกษาวิจัยเรื่อง การรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อมวลชนของเกษตรกรในอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตรวจเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางการวิจัยโดยครอบคลุมเนื้อหา ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อเพื่อการส่งเสริมการเกษตร
2. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา
3. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมมนุษย์
4. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม (KAP)
6. ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่ของสื่อมวลชน
7. ทฤษฎีการรับรู้
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
9. ภาคสรุป
10. กรอบแนวคิด
11. สมมติฐานการวิจัย

แนวคิดเกี่ยวกับสื่อเพื่อการส่งเสริมการเกษตร

การสื่อสารมวลชนเป็นกระบวนการส่งข่าวสารความรู้สึคนึกคิดไปยังคนจำนวนมากตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า Mass Communication Mass หมายถึง มวลชนหรือประชาชนผู้รับสารทั่วไป ซึ่งมีจำนวนมาก ส่วนคำว่า Communication หมายถึงการสื่อสารหรือการสื่อความหมาย ดังนั้นความหมายโดยทั่วไปของการสื่อสารมวลชนจึงหมายถึง การสื่อสารหรือการสื่อความหมายระหว่างกลุ่มบุคคลหรือองค์กรหนึ่งกับประชาชนทั่วไปเป็นกระบวนการสื่อสารที่มีความซับซ้อน เนื่องจากมีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องหลายอย่างมีปริมาณของข่าวสารมากจำเป็นต้องใช้เครื่องมือ บุคลากร หรือสื่อ (Media) ที่มีประสิทธิภาพสูงเพียงพอที่จะนำข่าวสารไปถึงผู้รับจำนวนมากสื่อที่ใช้เป็นตัวกลางในการส่งข่าวสารของการสื่อสารมวลชนจึงเรียกว่าสื่อมวลชน (Mass Media) (อนันต์ธนา อังกินันท์ และ เกื้อกุล คุปรัตน์, 2532: 7)

วรทัศน์ อินทรคัมพร (ม.ป.ป.) กล่าวใน“การติดต่อสื่อสารการเกษตร: การส่งเสริมแบบมวลชน” ว่าสื่อมวลชนแบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆคือ

1. สื่อมวลชนประเภทสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร เป็นต้น
2. สื่อมวลชนประเภทอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ วีดิทัศน์ ภาพยนตร์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น

สื่อมวลชนแบ่งตามประเภทของการใช้ได้ดังนี้

1. สิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วารสาร หนังสือ โปสเตอร์ และสิ่งพิมพ์ประเภทอื่นๆ
2. ภาพยนตร์ชนิดต่างๆ เช่น สารคดีภาพยนตร์เรื่อง ภาพยนตร์ทางการเกษตร
3. วิทยุกระจายเสียงระบบ AMFM ระบบเสียงตามสาย
4. วิทยุโทรทัศน์ ทั้งประเภทออกอากาศและส่งเสียงตามสาย
5. การสื่อสารโทรคมนาคม การส่งข้อความ เสียง ภาพ สัญลักษณ์ต่างๆครอบคลุมการสื่อสารผ่านดาวเทียม โทรภาพ โทรพิมพ์
6. วัสดุบันทึก ได้แก่ เทปบันทึกภาพ แผ่นบันทึกเสียง แผ่นบันทึกภาพ

หนังสือพิมพ์ (Newspaper)

หนังสือพิมพ์ (Newspaper) คือ สิ่งพิมพ์เสนอข่าวการเคลื่อนไหวทั้งภายในและภายนอกประเทศ มีกำหนดออกที่แน่นอนตายตัวโดยส่วนใหญ่จะออกเป็นรายวัน นอกจากนี้แล้วยังมีหนังสือพิมพ์รายสามวัน รายปักษ์ รายเดือน เนื้อหาหลักของหนังสือพิมพ์ ข่าวสารบ้านเมืองและเหตุการณ์ปัจจุบันในด้านต่างๆ เช่น ข่าวการเกษตร การเมือง อาชญากรรม เศรษฐกิจ กีฬา และบันเทิง โดยจะใช้รูปประกอบเนื้อหาทำให้เนื้อหาชัดเจนมากขึ้น นอกจากนี้อาจมีส่วนเพิ่มเติมพิเศษ เช่น พยากรณ์อากาศและการ์ตูน เป็นต้น ประเภทของหนังสือพิมพ์สามารถจำแนกออกได้ดังนี้

จำแนกตามเนื้อหา

1. หนังสือพิมพ์ประชานิยม (Popular Newspapers)
2. หนังสือพิมพ์คุณภาพ (Quality Newspapers)

จำแนกตามกลุ่มผู้อ่าน

1. หนังสือพิมพ์มวลชน (Mass Newspapers)
2. หนังสือพิมพ์ผู้นำ (Leader/Elite Newspapers)

จำแนกตามระยะเวลาที่ออกเผยแพร่

1. หนังสือพิมพ์รายวัน
2. หนังสือพิมพ์ราย 2-3 วัน
3. หนังสือพิมพ์รายสัปดาห์
4. หนังสือพิมพ์รายปักษ์

จำแนกตามพื้นที่จำหน่ายหรือเผยแพร่

1. หนังสือพิมพ์ระดับชาติ (National Newspapers)
2. หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น/ต่างจังหวัด (Local/Provincial Newspapers)
3. หนังสือพิมพ์ชุมชน (Community Newspapers)

จำแนกตามขนาดของหนังสือพิมพ์

1. หนังสือพิมพ์ขนาดใหญ่ (Broadsheet/Standard)
2. หนังสือพิมพ์ขนาดเล็ก (Tabloid)

คุณสมบัติของหนังสือพิมพ์

1. ความสามารถในการนำเสนอไปสู่ผู้รับสารต้องใช้ความสามารถในการอ่านของผู้รับสาร
2. ความรวดเร็วในการสื่อสารช้ากว่าวิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ หนังสือพิมพ์รายวัน มีช่วงห่าง 12-24 ชั่วโมง
3. ความถี่ในการสื่อสารทำได้วันละ 1-2 ครั้ง
4. ความทันต่อเหตุการณ์ ไม่ทันต่อเหตุการณ์
5. ความดึงดูดใจน้อย เพราะไม่มีเสียง ไม่มีภาพเคลื่อนไหว คุณภาพการพิมพ์ต่ำกว่านิตยสาร
6. การให้รายละเอียดของข่าว เจาะลึกได้มากกว่าสื่อมวลชนชนิดอื่น
7. ราคาต่อฉบับไม่สูง
8. ความแพร่หลายเฉพาะในเมือง
9. การอ้างอิง สามารถเก็บไว้ได้นาน แต่กระดาษจะลดคุณภาพลงเป็นเอกสารทางประวัติศาสตร์ได้
10. ความคงทนมีอายุตามกำหนดการออกของหนังสือพิมพ์สามารถอ่านเมื่อไรก็ได้ตามที่ต้องการ

หนังสือพิมพ์ภาษาไทยที่จำหน่ายในประเทศไทยได้แก่ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เดลินิวส์ มติชน มติชนรายวัน คมชัดลึก ข่าวสด สยามรัฐ แนวหน้า ไทยโพสต์ โพสต์ทูเดย์ สำนักข่าวไทย กรุงเทพธุรกิจ ฐานเศรษฐกิจ บางกอกโพสต์ บ้านเมือง ประชาชาติธุรกิจ ผู้จัดการ และสยามกีฬา อีกทั้งยังมีหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นของไทย ประกอบด้วย

1. ภาคเหนือ: เชียงใหม่นิวส์ ไทยนิวส์
2. ภาคใต้: โฟกัสภาคใต้ สมิลาทัวร์ ทางไท เสียงใต้
3. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ: โคราขรายวัน คนอีสาน ไทอีสาน ข่าวจังหวัดกาฬสินธุ์

รวมทั้งหนังสือพิมพ์ภาษาต่างประเทศในประเทศไทยภาษาอังกฤษ ได้แก่ The Nation, Daily Express, Bangkok Post, ภาษาจีน ได้แก่ Tonghuayidpao Daily News และสากล ภาษาญี่ปุ่น ได้แก่ BangkokshuhoNewspaper

นิตยสาร (Magazine)

นิตยสาร คือ สิ่งตีพิมพ์ที่เป็นหนังสือออกมาเป็นคราวๆเป็นรายคาบ เช่น รายสัปดาห์ รายปักษ์ รายเดือน ราย 3 เดือน รวบรวมเนื้อหาประเภทต่างๆเข้าด้วยกัน จัดทำโดยผู้ประกอบการเพื่อมุ่งหวังผลกำไรทางการค้า เนื้อหาส่วนใหญ่เกี่ยวกับความบันเทิง นิตยสารแยกได้ เช่น แยกตามขนาด หนาของนิตยสาร แยกตามความถี่ของนิตยสาร หรือแยกตามความสนใจของเนื้อหาสาระ

ข้อได้เปรียบของนิตยสาร

1. ผู้โฆษณาสามารถเลือกกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการให้โฆษณาไปถึงได้
2. สามารถแสดงสีสันเกี่ยวกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์เพื่อดึงดูดความสนใจได้อย่างดี เนื่องจากใช้กระดาษดีกว่าหนังสือพิมพ์
3. สามารถใช้คุปองและแบบตอบรับในการโฆษณาได้อย่างดี เนื่องจากผู้อ่านมีเวลาได้นานกว่าหนังสือพิมพ์
4. ระยะในการอ่านมากกว่าสามารถอ่านได้หลายครั้ง เนื่องจากรูปเล่มกะทัดรัด ดึงดูดความสนใจ
5. การอ่านผู้อ่านมักอ่านในเวลาว่างทำให้โอกาสของการอ่านโฆษณามีมาก
6. การลงโฆษณาในนิตยสารบางเล่มเป็นการเพิ่ม Image ของสินค้า

ข้อเสียเปรียบของนิตยสาร

1. เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เฉพาะกลุ่ม
2. ไม่สามารถปรับปรุงเปลี่ยนแปลงข้อความโฆษณาหรือทำการโฆษณาได้จนถึงวันก่อนพิมพ์ออกจำหน่าย เนื่องจากจะกำหนดวันเวลาข้อความที่ต้องการส่งโฆษณาไว้ตั้งแต่เนิ่นๆ (4-6 อาทิตย์ก่อนออกจำหน่าย)
3. มีค่าใช้จ่ายในการโฆษณาสูง
4. ภาพต่างๆไม่มีการเคลื่อนไหว

ประเภทของนิตยสาร

1. จำแนกตามกลุ่มผู้อ่าน
 - 1.1 นิตยสารทั่วไปหรือเพื่อผู้บริโภค (General Interest or Consumer Magazine)
 - 1.2 นิตยสารเฉพาะด้าน (Special Magazine) ได้แก่ นิตยสารเกี่ยวกับเด็ก การ์ตูน วิชาการ การศึกษา ธุรกิจ การเงินการธนาคาร อุตสาหกรรม การเกษตร ขนส่ง วิทยาศาสตร์ แสดงความคิดเห็นหรืองานอดิเรก
 - 1.3 นิตยสารเฉพาะกลุ่ม(Class Magazine/Group Magazine) ได้แก่ Cosmopolitan แพรว เปรียวขวัญเรือน สกุลไทย เป็นต้น
2. จำแนกตามผู้ผลิต
 - 2.1 จัดทำโดยเอกชนหรือบริษัทธุรกิจการพิมพ์ต่างๆ
 - 2.2 นิตยสารหรือวารสารหรือออกโดยหน่วยงานราชการ สมาคมวิชาชีพ หรือสถาบันต่างๆที่เผยแพร่โดยไม่หวังผลกำไร

หนังสือ (Book)

หนังสือเป็นสิ่งที่รวบรวมของข้อมูลประเภทตัวอักษรและรูปภาพที่ลงในแผ่นกระดาษหรือวัสดุชนิดอื่นรวมเข้าด้วยกันด้วยวิธีการเย็บเล่มหรือทากาวเข้าด้วยกันที่บริเวณขอบด้านใดด้านหนึ่งโดยมีขนาดต่างๆกัน แต่มักจะไม่ทำให้ใหญ่กว่าการจับหรือเปิดอ่านสะดวก หนังสือมักจะเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลความรู้วรรณกรรมต่างๆหนังสืออาจจะเป็นแบบอิเล็กทรอนิกส์ (ElectronicBook) หรือ E - book

โปสเตอร์ (Poster)

โปสเตอร์ คือ ภาพขนาดใหญ่พิมพ์บนกระดาษออกแบบเพื่อใช้ติดหรือแขวนบนผนังหรือกำแพง อาจเป็นภาพพิมพ์ ภาพเขียน หรืออย่างใดอย่างหนึ่ง จุดประสงค์เพื่อให้สะดุดตาผู้ดูและสื่อสาร ข้อมูลโปสเตอร์จะใชในงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การโฆษณา แสดงศิลปะ งานดนตรี ภาพยนตร์ โฆษณาชวนเชื่อ การรณรงค์หรือสื่อสารความเชื่อต่อคนกลุ่มใหญ่ โปสเตอร์มีองค์ประกอบดังนี้

1. รูปภาพ (Picture)
2. หัวเรื่องใหญ่ (Headline)
3. หัวเรื่องรอง (Sub Headline, Sub Caption)
4. รายละเอียด (Body Text)
5. พิสูจน์กล่าวอ้าง (Proof)
6. ปิดท้าย (Closing)
7. ผู้พิมพ์และโฆษณา (Publishers)

วิทยุกระจายเสียง (Radio)

วิทยุ หมายถึง กระแสคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าชนิดที่เคลื่อนไปตามอากาศโดยไม่ต้องใช้สายและอาจเปลี่ยนเป็นเสียง เรียกเครื่องที่มีหน้าที่เปลี่ยนคลื่นเสียงให้เป็นคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าออกสู่อากาศว่า เครื่องส่งเรียกเครื่องที่มีหน้าที่เปลี่ยนคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าที่รับได้จากเครื่องส่งวิทยุให้กลับเป็นคลื่นเสียงตามเดิมว่า เครื่องรับวิทยุ (พจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน, 2542)

วิทยุกระจายเสียงคือการแพร่สัญญาณเสียงออกอากาศโดยใช้คลื่นวิทยุวิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อมวลชนที่มีบทบาทสำคัญในการเสนอข่าวสารไปสู่ประชาชนได้อย่างกว้างขวาง มีข้อได้เปรียบคือการเสนอข่าวได้รวดเร็วกว่าหนังสือพิมพ์ มีราคาถูกกว่าโทรทัศน์ สามารถออกอากาศได้ทันทีขณะที่เหตุการณ์เกิดขึ้นและสามารถติดตามรายงานเหตุการณ์เหล่านั้นได้อย่างต่อเนื่อง สามารถเสนอข่าวได้บ่อยครั้งทั้งในรูปรายการข่าวภาคย่อยที่กำหนดไว้ในทุกต้นชั่วโมง หรือทุกครั้งชั่วโมงและในภาคหลัก

ประเภทของวิทยุ แบ่งออกได้ดังนี้

1. แบ่งตามประเภทของการประกอบการ (License Classification)

1.1 วิทยุของรัฐ (State Radio)

1.2 รัฐบาลหรือรัฐต่อต้านวิทยุกระแสหลัก เช่น Radio Libras (ฝรั่งเศส) หรือ

Autonomai (อิตาลี)

1.3 วิทยุชุมชน (Community Radio)

1.4 รายการวิทยุที่มีเป้าหมายในการรักษาประโยชน์ของสาธารณะ องค์กร หรือสถาบันการศึกษา เช่น BBC (อังกฤษ) CBC (แคนาดา) ABC (ออสเตรเลีย) NSK (ญี่ปุ่น) PBS (สหรัฐอเมริกา) เป็นต้น

1.5 วิทยุของเอกชนหรือวิทยุเชิงพาณิชย์ (Private or Commercial Radio) เช่น วิทยุเครือข่ายแกรมมี่บีบีซี – เทโรเนชั่น เป็นต้น

2. แบ่งตามวัตถุประสงค์ของสถานี (Objective Classification)

2.1 สถานีแนวข่าวสารและสาระ ได้แก่ รายการข่าว วิเคราะห์ข่าว สารคดีข่าว

2.2 สถานีแนวการศึกษา

2.3 สถานีแนวบันเทิง ได้แก่ รายการละครวิทยุดนตรีเพลง สนทนา สารบันเทิง แข่งขันตอบปัญหา

3. แบ่งตามประเภทเนื้อหาหลักของสถานี (Format Classification)

3.1 สถานีเพลงและดนตรี (Music Radio)

3.2 สถานีข่าวและสาระ (News & Talk Radio)

3.3 สถานีกีฬา (Sports Radio) เช่น 99.0FM

3.4 สถานีชาติพันธุ์และภาษา (Ethnic Radio)

4. แบ่งตามกลุ่มผู้ฟัง (Audience Classification)

4.1 แบ่งตามอายุของผู้รับฟัง

4.2 แบ่งตามเพศของผู้รับฟัง

4.3 แบ่งตามลักษณะกลุ่มอาชีพหรือสถานภาพทางเศรษฐกิจ

4.4 แบ่งตามระดับการศึกษาของผู้ฟัง

4.5 แบ่งตามพื้นที่ภูมิประเทศหรือท้องถิ่นของผู้ฟัง ได้แก่ สถานีวิทยุAM (ชนบท) สถานีวิทยุFM (ในเมือง)

5. แบ่งตามประเภทเนื้อหารายการ (Content Classification)

5.1 ข่าวสารและสารคดีหรือรายการข่าวจากเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น

5.2 จินตคดี

5.3 การมีส่วนร่วมของผู้ฟัง

5.4 การโฆษณา

6. แบ่งตามขนาดของพื้นที่ครอบคลุมของสถานี (Geographical Classification)

- 6.1 สถานีวิทยุระดับชาติ (National Radio)
- 6.2 สถานีวิทยุระดับภูมิภาค (Regional Radio)
- 6.3 สถานีวิทยุระดับท้องถิ่น (Local Radio)
- 6.4 สถานีวิทยุระดับชุมชน (Community Radio)

คุณสมบัติของวิทยุ

- 1. ใช้เสียงเป็นตัวนำสาร ผู้รับฟังต้องสร้างจินตนาการเอง
- 2. รวดเร็ว สามารถออกอากาศไปสู่ผู้ฟังได้ทันที
- 3. ความถี่ในการสื่อสาร สามารถทำได้ตลอดเวลา
- 4. ความทันต่อเหตุการณ์ เสนอข่าวได้ตลอดเวลา รายงานข่าวสด

วิทยุโทรทัศน์ (Television)

วิทยุโทรทัศน์ หมายถึง การส่งรับภาพและเสียงโดยเครื่องส่งและเครื่องรับอิเล็กทรอนิกส์ ออกอากาศด้วยกระแสน์วิทยุที่ใช้พลังไฟฟ้าเป็นคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าจากเครื่องส่งไปยังเครื่องรับที่อยู่ห่างไกล วิทยุโทรทัศน์ที่ใช้ส่งและรับทางสายเคเบิลไม่ส่งออกอากาศไปไกลๆ เราเรียกว่า วิทยุโทรทัศน์วงจรปิด (Closed Circuit Television: CCTV)

ประเภทของโทรทัศน์ แบ่งออกได้ดังนี้

- 1. แบ่งตามประเภทของการประกอบการ (License Classification)
 - 1.1 โทรทัศน์ของรัฐ (State Television)
 - 1.2 โทรทัศน์สาธารณะหรือบริการสาธารณะ (Public or Public Service Television)
 - 1.3 โทรทัศน์ชุมชน (Community Television)
 - 1.4 โทรทัศน์เอกชนหรือเชิงพาณิชย์ (Private or Commercial Television)
 - 1.5 โทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก (Subscription Television)
- 2. แบ่งตามประเภทเทคโนโลยีในการแพร่ภาพ (Technology Classification)
 - 2.1 สถานีออกอากาศทางคลื่นภาคพื้นดิน (Terrestrial Television)
 - 2.2 สถานีออกอากาศทางสายเคเบิล (Cable Television)
 - 2.3 สถานีออกอากาศทางดาวเทียม (Satellite Television)

3. แบ่งตามขนาดของพื้นที่ที่ครอบคลุมสถานี (Geographical Classification)

- 3.1 สถานีโทรทัศน์ระดับชาติ (National Television)
- 3.2 สถานีโทรทัศน์ระดับภูมิภาค (Regional Television)
- 3.3 สถานีโทรทัศน์ระดับท้องถิ่น (Local Television)
- 3.4 สถานีโทรทัศน์ระดับชุมชน (Community Television)14

4. แบ่งตามวัตถุประสงค์ของสถานี (Objective Classification)

- 4.1 สถานีข่าวสารและสาระ
- 4.2 สถานีข่าวสารการศึกษา
- 4.3 สถานีบันเทิง

5. แบ่งตามกลุ่มผู้ชม (Audience Classification)

- 5.1 รายการที่แบ่งตามอายุของผู้รับชม
- 5.2 รายการที่แบ่งตามเพศของผู้รับชม
- 5.3 รายการที่แบ่งตามลักษณะกลุ่มอาชีพ/สถานภาพทางเศรษฐกิจ
- 5.4 รายการที่แบ่งตามระดับการศึกษาของผู้ชม
- 5.5 รายการที่แบ่งตามพื้นที่ภูมิประเทศหรือท้องถิ่นของผู้รับชม

6. แบ่งตามประเภทของเนื้อหารายการ (Content Classification)

- 6.1 รายการแนวข่าวสารและสารคดี
- 6.2 รายการแนวจินตคดีหรือบันเทิง
- 6.3 รายการแนวมีส่วนร่วมของผู้ชมและวิทยากรรับเชิญ
- 6.4 รายการโฆษณา

คุณสมบัติของโทรทัศน์

1. ความสามารถในการนำเสนอไปสู่ผู้รับสาร โทรทัศน์สามารถนำเสนอไปสู่ผู้ชมทางการเห็น และการได้ยินผู้รับสารมีจำนวนไม่จำกัด
2. ความรวดเร็วในการสื่อสาร เมื่อออกอากาศแล้วสามารถรับชมและรับฟังได้ทันที สามารถเสนอข่าวสารได้รวดเร็ว
3. ความถี่ในการสื่อสารได้ตลอดเวลาของการออกอากาศ
4. ความทันต่อเหตุการณ์ การเสนอข่าวทำได้ตลอดเวลาได้รับข่าวสารทันสมัย รวดเร็ว รายงานข่าวสารสด

5. ความดึงดูดใจมีมากที่สุด เพราะมีทั้งภาพเคลื่อนไหวและเสียงมีความหลากหลายของรายการ

6. การให้รายละเอียดของข่าว มีระยะเวลาในการเสนอข่าวที่จำกัด ให้รายละเอียดได้น้อยแต่มีภาพทดแทน

6.1 ราคาเครื่องรับราคาแพง

6.2 ความแพร่หลาย มีเฉพาะที่มีไฟฟ้าใช้

6.3 การอ้างอิง ต้องบันทึกเทปโทรทัศน์

6.4 ความยั่งยืนยาว ไม่มีความคงทน เว้นแต่บันทึกเทปโทรทัศน์ ปัจจุบันมีระบบทีวีและวิดีโอออนไลน์ซึ่งได้รับความนิยมอย่างมาก

อินเทอร์เน็ต (Internet)

อินเทอร์เน็ตกำเนิดขึ้นครั้งแรกในประเทศสหรัฐอเมริกา เมื่อ พ.ศ. 2512 โดยองค์การทางทหารของสหรัฐอเมริกามีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อให้มีระบบเครือข่ายที่ไม่มีวันตายแม้จะมีสงครามระบบการสื่อสารถูกทำลายหรือตัดขาดแต่ระบบเครือข่ายแบบนี้ยังทำงานได้ซึ่งระบบดังกล่าวจะใช้วิธีการส่งข้อมูลในรูปของคลื่นไมโครเวฟ ประเทศไทยได้เริ่มติดต่อกับอินเทอร์เน็ตในปี พ.ศ. 2530 ในลักษณะการใช้บริการจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แบบแลกเปลี่ยนถุงเมลเป็นครั้งแรก

ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตมีความสำคัญต่อชีวิตประจำวันของคนเราหลายๆด้าน ทั้งการศึกษา พาณิชยกรรม ธุรกรรม วรรณกรรม และอื่นๆดังนี้

ด้านการศึกษา

1. สามารถใช้เป็นแหล่งค้นคว้าหาข้อมูล ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลทางวิชาการ ข้อมูลด้านการบันเทิง ด้านการแพทย์ และอื่นๆที่น่าสนใจ
2. ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต จะทำหน้าที่เสมือนเป็นห้องสมุดขนาดใหญ่
3. นักศึกษาในมหาวิทยาลัย สามารถใช้อินเทอร์เน็ต ติดต่อกับมหาวิทยาลัยอื่นๆเพื่อค้นหาข้อมูลที่กำลังศึกษาอยู่ได้ ทั้งที่ข้อมูลที่เป็น ข้อความ เสียง ภาพเคลื่อนไหวต่างๆ เป็นต้น

ด้านธุรกิจและการพาณิชย์

1. ค้นหาข้อมูลต่างๆเพื่อช่วยในการตัดสินใจทางธุรกิจ
2. สามารถซื้อขายสินค้าผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
3. ผู้ใช้ที่เป็นบริษัท หรือองค์กรต่างๆก็สามารถเปิดให้บริการและสนับสนุนลูกค้าของตนผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ เช่น การให้คำแนะนำสอบถามปัญหาต่างๆให้แก่ลูกค้า แจกจ่ายตัวโปรแกรมทดลองใช้ (Shareware) หรือโปรแกรมแจกฟรี (Freeware) เป็นต้น

ด้านการบันเทิง

1. การพักผ่อนหย่อนใจสันทนาการ เช่น การค้นหาวารสารต่างๆผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ที่เรียกว่า Magazine o-nline รวมทั้งหนังสือพิมพ์และข่าวสารอื่นๆโดยมีภาพประกอบที่จอคอมพิวเตอร์เหมือนกับวารสารตามร้านหนังสือทั่วไป
2. สามารถฟังวิทยุผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้
3. สามารถดึงข้อมูล (Download) ภาพยนตร์ตัวอย่างทั้งภาพยนตร์ใหม่และเก่ามาดูได้

จากเหตุผลดังกล่าวพอจะสรุปได้ว่าอินเทอร์เน็ตมีความสำคัญในรูปแบบต่างๆดังนี้

1. ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic mail=E-mail) ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์หรือ E-mail เป็นการส่งจดหมายผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตโดยผู้ส่งสามารถส่งข้อความไปยังที่อยู่ของผู้รับในรูปแบบของอีเมล เมื่อผู้ส่งเขียนจดหมายแล้วส่งไปยังผู้รับ ผู้รับจะได้รับจดหมายภายในเวลาไม่กี่วินาที แม้จะอยู่ห่างกันคนละซีกโลกก็ตาม นอกจากนี้ยังสามารถส่งแฟ้มข้อมูลหรือไฟล์แนบไปกับอีเมลได้ด้วย
2. การขอเข้าระบบจากระยะไกลหรือเทลเน็ต (Telnet) เป็นบริการอินเทอร์เน็ตรูปแบบหนึ่ง โดยที่เราสามารถเข้าไปใช้งานคอมพิวเตอร์เครื่องหนึ่งที่อยู่ไกลๆได้ด้วยตนเอง เช่น ถ้าเราอยู่ที่โรงเรียนทำงานโดยใช้อินเทอร์เน็ตของโรงเรียนแล้วกลับไปที่บ้านเรามีคอมพิวเตอร์ที่บ้านและต่ออินเทอร์เน็ตไว้ เราสามารถเรียกข้อมูลจากที่โรงเรียนมาทำที่บ้านได้เสมือนกับเราทำงานที่โรงเรียนนั่นเอง
3. การโอนถ่ายข้อมูล (File Transfer Protocol หรือ FTP) เป็นบริการอีกรูปแบบหนึ่งของระบบอินเทอร์เน็ต เราสามารถค้นหาและเรียกข้อมูลจากแหล่งต่างๆมาเก็บไว้ในเครื่องของเราได้ ทั้งข้อมูลประเภทตัวหนังสือ รูปภาพ และเสียง
4. การสืบค้นข้อมูล (Gopher, Archie, World wide Web) หมายถึง การใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตในการค้นหาข่าวสารที่มีอยู่มากมายแล้วช่วยจัดเรียงข้อมูลข่าวสารหัวข้ออย่างมีระบบเป็นเมนู ทำให้สามารถหาข้อมูลได้ง่ายหรือสะดวกมากขึ้น
5. การแลกเปลี่ยนข่าวสารและความคิดเห็น (Usenet) เป็นการให้บริการแลกเปลี่ยนข่าวสารและแสดงความคิดเห็นที่ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตทั่วโลกสามารถพบปะกัน แสดงความคิดเห็นของตน โดยมีการจัดการผู้ใช้เป็นกลุ่มข่าวหรือนิวกรุป (Newsgroup) แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันเป็นหัวข้อต่างๆ เช่น เรื่องหนังสือ เรื่องการเลี้ยงสัตว์ ต้นไม้ คอมพิวเตอร์และการเมือง เป็นต้น

6. การสื่อสารด้วยข้อความ (Chat, IRC-Internet Relay chat) เป็นการพูดคุยกันระหว่างผู้ใช้อินเทอร์เน็ตโดยพิมพ์ข้อความตอบกัน ซึ่งเป็นวิธีการสื่อสารที่ได้รับความนิยมมากอีกวิธีหนึ่ง การสนทนากันผ่านอินเทอร์เน็ตเปรียบเสมือนเรานั่งอยู่ในห้องสนทนาเดียวกัน แต่ละคนก็พิมพ์ข้อความโต้ตอบกันไปมาได้ในเวลาเดียวกัน แม้จะอยู่คนละประเทศหรือคนละซีกโลกก็ตาม

7. การซื้อขายสินค้าและบริการ (E-Commerce = Electronic Commerce) เป็นการจับจ่ายซื้อ - สินค้าและบริการ เช่น ขายหนังสือ คอมพิวเตอร์ การท่องเที่ยว เป็นต้น ปัจจุบันมีบริษัทใช้อินเทอร์เน็ตในการทำธุรกิจและให้บริการลูกค้าตลอด 24 ชั่วโมง ในปี 2540 การค้าขายบนอินเทอร์เน็ตมีมูลค่าสูงถึง 1 แสนล้านบาท และจะเพิ่มเป็น 1 ล้านล้านบาทในอีก 5 ปีข้างหน้า ซึ่งเป็นโอกาสทางธุรกิจแบบใหม่ที่น่าสนใจและเปิดทางให้ทุกคนเข้ามาทำธุรกิจได้โดยใช้ทุนไม่มากนัก

8. การให้ความบันเทิง (Entertain) ในอินเทอร์เน็ตมีบริการด้านความบันเทิงในทุกรูปแบบต่างๆ เช่น เกมส์ เพลง รายการโทรทัศน์ รายการวิทยุ เป็นต้น เราสามารถเลือกใช้บริการเพื่อความบันเทิงได้ตลอด 24 ชั่วโมงและจากแหล่งต่างๆ ทั่วทุกมุมโลก ทั้งประเทศไทย อเมริกา ยุโรป และออสเตรเลีย เป็นต้น

โทษของอินเทอร์เน็ต

โทษของอินเทอร์เน็ตมีหลากหลายลักษณะทั้งที่เป็นแหล่งข้อมูลที่เสียหาย ข้อมูลไม่ดีไม่ถูกต้อง แหล่งซื้อขายประกาศของผิดกฎหมาย ขายบริการทางเพศ ที่รวมและกระจายของไวรัสคอมพิวเตอร์ต่างๆ

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

การสื่อสารเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของกระบวนการสังคม ในขณะที่สังคมกำลังอยู่ในขั้นตอนของกระบวนการพัฒนานั้น การสื่อสารจะถูกใช้เพื่อส่งเสริมและขยายการพัฒนา ตลอดจนทำให้งานพัฒนาดำเนินไปได้โดยสะดวก การสื่อสารจะทำหน้าที่เป็นกลไกที่จะผลักดันให้การพัฒนาประเทศเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ โดยมีบทบาทในการให้คำแนะนำข่าวสารทุกประเภทที่มีลักษณะยุ่งยากซับซ้อนหรือผู้รับเข้าใจยาก เป็นสื่อในการถ่ายทอดข่าวสารเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงไปยังผู้รับเพื่อให้เกิดการประเมินเนื้อหาและสนองตอบต่อข่าวสารนั้น (feedback) นอกจากนั้นยังมีบทบาทในการโน้มน้าวใจให้เกิดการแปลง ความรู้ (Knowledge) ทักษะคติ (Attitude) และการนำไปปฏิบัติ (Practice)

ความหมายของการสื่อสาร

สิน พันธุ์พินิจ (2544: 156) ได้ให้ความหมายของการสื่อสารไว้ว่า การสื่อสารมาจากคำว่า communist หรือ communes ซึ่งแปลว่า ร่วมกันหรือเหมือนกัน นั่นคือ การสื่อสารมุ่งทำให้เกิดความคิดความเข้าใจของผู้อื่นเหมือนกับความคิดความเข้าใจของเรา หรือทำอย่างไรจึงจะสื่อความรู้สึกนึกคิดของเราไปสู่ความคิดของผู้อื่นได้โดยให้ความรู้สึกนึกคิดตรงกับเรา เพราะโดยธรรมชาติคนเรานั้นแม้จะได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างเดียวกัน แต่ความเข้าใจและความรู้สึกนึกคิดต่อข่าวนั้นจะไม่เหมือนกัน การติดต่อสื่อสารที่ดีและมีประสิทธิภาพจึงต้องมุ่งเน้นที่จะทำให้ผู้รับข่าวสารมีความคิดและความเข้าใจตรงกับความคิดความเข้าใจของผู้ส่งสาร

ลนาลี งามดี (2546: 9) กล่าวว่า การสื่อสาร (COMMUNICATION) มีรากศัพท์มาจากภาษาละตินว่า COMMUNKIS แปลเป็นภาษาไทยว่า ความเหมือนกัน และการร่วมกัน เพราะฉะนั้นเมื่อใดก็ตามที่เราทำการสื่อสาร เรากำลังพยายามสร้างความร่วมมือกันหรือความเหมือนกันกับคนอื่น “การสื่อสาร” คือการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจร่วมกัน เพราะการสื่อสารระหว่างมนุษย์มิใช่การส่งสารเพื่อให้เกิดผลตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสารตามที่เข้าใจกันตามความหมายที่ใช้กันอยู่ทั่วไปเท่านั้น แต่รวมไปถึงการรับสาร การป้อนกลับ การโต้ตอบกัน ระหว่างผู้ส่งสารทั้งสองฝ่ายนำไปสู่ความรู้ ความเข้าใจ ในความหมายอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายๆอย่างการสื่อสารเป็นกระบวนการสองทาง (TWO WAY) อยู่ในตัวของมันเองเสมือนหนึ่งวงจรความสัมพันธ์ที่สร้างขึ้นมาเพื่อแลกเปลี่ยนความหมายอยู่ในสมองของบุคคลที่สื่อสารกัน

นรินทร์ชัย พัฒนพงศา (2542: 3) สรุปไว้ว่า การสื่อสารเป็นการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารโดยใช้สื่อหรือช่องทางต่างๆเพื่อมุ่งหมายโน้มน้าวใจให้เกิดผลในการรับรู้ ให้เปลี่ยนทัศนคติ หรือให้เปลี่ยนพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายๆอย่าง

เมื่อพิจารณาคำนิยามต่างๆของการสื่อสารข้างต้น จะเห็นได้ว่าการสื่อสารมีองค์ประกอบที่สำคัญ 6 ประการดังนี้

1. ผู้ส่งสาร (sender) หรือแหล่งสาร (source) หมายถึง บุคคล กลุ่มบุคคล หรือหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการส่งสาร หรือเป็นแหล่งกำเนิดสารที่เป็นผู้เริ่มต้นส่งสารด้วยการแปลสารนั้นให้อยู่ในรูปของสัญลักษณ์ที่มนุษย์สร้างขึ้นแทนความคิด ได้แก่ ภาษาและอากัปกิริยาต่างๆ เพื่อสื่อสารความคิด ความรู้สึก ข่าวสาร ความต้องการและวัตถุประสงค์ของตนไปยังผู้รับสารด้วยวิธีการใดๆ หรือส่งผ่านช่องทางใดก็ตามจะโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตามเช่น ผู้พูด ผู้เขียน กวี ศิลปินนักจัดรายการวิทยุโทรทัศน์ องค์กร สถาบัน สถานีวิทยุโทรทัศน์ กองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์หน่วยงานของรัฐบริษัท สถาบันสื่อมวลชน เป็นต้น ผู้ส่งสารที่ดีควรมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

- 1.1 เป็นผู้ที่มีเจตนาแน่วแน่ที่จะให้ผู้อื่นรับรู้จุดประสงค์ของตนในการสื่อสาร
- 1.2 เป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาของสารที่ต้องการจะสื่อออกไปเป็นอย่างดี
- 1.3 เป็นผู้ที่มีบุคลิกลักษณะที่ดี มีความน่าเชื่อถือ แคล่วคล่องเปิดเผยจริงใจ และมีความรับผิดชอบในฐานะเป็นผู้ส่งสาร

- 1.4 เป็นผู้ที่สามารถเข้าใจความพร้อมและความสามารถในการรับสารของผู้รับสาร
- 1.5 เป็นผู้รู้จักเลือกใช้กลวิธีที่เหมาะสมในการสื่อสารหรือนำเสนอสาร

2. สาร (message) หมายถึง เรื่องราวที่มีความหมายหรือสิ่งต่างๆที่อาจอยู่ในรูปของข้อมูล ความรู้ ความคิด ความต้องการ อารมณ์ ฯลฯ ซึ่งถ่ายทอดจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารให้ได้รับรู้ และแสดงออกมาโดยอาศัยภาษาหรือสัญลักษณ์ใดๆที่สามารถทำให้เกิดการรับรู้ร่วมกันได้ เช่น ข้อความที่พูด ข้อความที่เขียน บทเพลงที่ร้องรูปที่วาด เรื่องราวที่อ่าน ท่าทางที่สื่อความหมาย เป็นต้น

2.1 สัญลักษณ์ของสาร ได้แก่ ภาษา ท่าทาง หรือสัญญาณที่มนุษย์ใช้เพื่อแสดงออก

2.2 เนื้อหาของสาร หมายถึง บรรดาความรู้ ความคิดและประสบการณ์ที่ผู้ส่งสารต้องการจะถ่ายทอดเพื่อการรับรู้ร่วมกันแลกเปลี่ยนเพื่อความเข้าใจร่วมกันหรือโต้ตอบกัน

2.3 การจัดสาร หมายถึง การรวบรวมเนื้อหาของสารแล้วนำมาเรียบเรียงให้เป็นไปอย่างมีระบบเพื่อให้ได้ใจความตามเนื้อหาที่ต้องการด้วยการเลือกใช้สารที่เหมาะสม

3. สื่อหรือช่องทาง (media or channel) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการสื่อสารหมายถึง สิ่งที่เป็นพาหนะของสาร ทำหน้าที่นำสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ผู้ส่งสารต้องอาศัยสื่อหรือช่องทางทำหน้าที่นำสารไปสู่ผู้รับสาร

4. ผู้รับสาร (receiver) หมายถึง บุคคล กลุ่มบุคคล หรือมวลชนที่รับเรื่องราวข่าวสารจากผู้ส่งสาร และแสดงปฏิกิริยาตอบกลับ (Feedback) ต่อผู้ส่งสารหรือส่งสารต่อไปถึงผู้รับสารคนอื่น ๆ ตามจุดมุ่งหมายของผู้ส่งสาร เช่น ผู้เข้าร่วมประชุม ผู้ฟังรายการวิทยุ กลุ่มผู้ฟังการอภิปราย ผู้อ่านบทความจากหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

5. ผลที่เกิดจากการรับสาร (Effect) อาจเป็นผลบวก ผลลบ หรือเป็นผลในระยะสั้น หรือระยะยาวก็ได้

6. การสะท้อนกลับ (Feedback) หรือปฏิกิริยาตอบสนอง เป็นการได้ตอบสนองต่อสารที่ส่งมาบุคคลหรือองค์กรในกระบวนการสื่อสารจึงเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารในเวลาเดียวกัน

ความหมายของการพัฒนา

Rogers and Svenning (no date อ้างใน สุนีย์ โรจนโอฬารรัตน์, 2539) กล่าวว่า การพัฒนาหมายถึง การที่ความคิดใหม่ถูกนำมาใช้ในสังคมเพื่อให้รายได้ต่อหัวของประชากรเพิ่มขึ้น และมีคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น โดยใช้วิธีการผลิตที่ทันสมัยขึ้นตลอดจนมีสถาบันทางสังคมที่ดีขึ้น

กาญจนา แก้วเทพ (2543: 22-29) กล่าวว่า แนวคิดและแนวทางปฏิบัติของเรื่องการพัฒนาที่เริ่มตั้งแต่ราวทศวรรษ 1960 เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบันนี้ เราอาจแบ่งยุคสมัยของการพัฒนาดังกล่าวออกได้เป็น 3 ยุคใหญ่ๆตามลักษณะของกระบวนทัศน์ (paradigm) คือ

1. Dominant/modernization paradigm ได้แก่ช่วงทศวรรษ 1960-1970 ที่เน้นเรื่องการพัฒนาประเทศโลกที่สามให้มีความทันสมัยแบบตะวันตก

2. Dependency paradigm เป็นกระบวนทัศน์ที่ได้แย้งกระบวนทัศน์แรก โดยมีแนวคิดหลักว่า การพัฒนาความทันสมัยนั้นเป็นกระบวนการนำเอาประเทศโลกที่สามไปพึ่งพาขึ้นต่อประเทศตะวันตกที่พัฒนาแล้ว

3. Alternative/another development/multiplicity paradigm นับตั้งแต่ทศวรรษ 1980 มาจนถึงปัจจุบัน ได้เกิดกระบวนทัศน์ใหม่ในการพัฒนาที่อาจจะมีชื่อเรียกหลายๆชื่อ แต่ทว่าจุดร่วมของกระบวนทัศน์ใหม่นี้ก็คือ มิใช่เพียงการปฏิเสธกระบวนทัศน์หลัก (dominant paradigm) จากแบบชาวเป็นดำเช่นที่กระบวนทัศน์ที่สองกระทำเท่านั้น แต่เป็นการนำเสนอให้มีการเปลี่ยนแปลงตั้งแต่รากฐานและค่านิยมของการพัฒนากันเลยทีเดียว รวมทั้งยังได้มีการเสนอทัศนะใหม่ที่ท้าทายว่าการพัฒนาไม่จำเป็นต้องมีเพียงกระบวนทัศน์ที่ใช้กันอย่างเป็นสากลทั่วโลกหากแต่ทว่าในแต่ละที่แต่ละแห่งอาจจะมีกระบวนทัศน์เฉพาะของตน จึงเรียกว่า multiplicity paradigm

Sinha (no date อ้างใน ประมะ สตะเวทิน, 2530: 70) อธิบายว่า การพัฒนาเป็นกระบวนการเคลื่อนไหวจากสภาพที่ไม่น่าพอใจไปสู่สภาพที่น่าพอใจ การพัฒนาเป็นกระบวนการที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอไม่หยุดนิ่ง

Secrs (no date อ้างใน ประวิศพงษ์ ราม, 2549: 10) ได้ให้ความหมายของการพัฒนาว่า คือการมีอาหารกินอย่างเพียงพอและมีระดับรายได้ที่เพียงพอที่จะตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐาน ได้แก่ เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย มีงานทำ และมีความเสมอภาคในสังคม หากว่าประชาชนส่วนใหญ่อยากจนลงมีความว่างงานเพิ่มขึ้นหรือมีความอยุติธรรมในสังคมมากขึ้น แม้ว่ารายได้ต่อหัวของประชากรเพิ่มมากขึ้นจากเดิมเป็นสองเท่าก็ไม่สามารถเรียกได้ว่าการพัฒนาเกิดขึ้น แผนการใดๆที่ไม่มีเป้าหมายที่จะลดความยากจน ลดการว่างงาน และลดความไม่เสมอภาคกันในสังคมแล้ว ก็เป็นการยากที่จะเรียกแผนนั้นว่าการพัฒนา

ดังนั้นอาจสรุปได้ว่าการสื่อสารเพื่อการพัฒนา หมายถึง กลไกของการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารต่างๆเพื่อให้เกิดการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงในทางทางที่ดีขึ้น เช่น ด้านความคิด ทักษะ ค่านิยม การปฏิบัติ รวมไปถึงเป็นการยกระดับความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น

กระบวนการพัฒนาและกระบวนการด้านการสื่อสาร

กระบวนการ (Paradigm) ในการพัฒนานั้นได้นำกระบวนการด้านการสื่อสารโดยมีพัฒนาการดังต่อไปนี้

1. Dominant / Modernization Paradigm เน้นเรื่องการพัฒนาประเทศโลกที่สามให้มีความทันสมัยแบบตะวันตก ดัชนีชี้วัดความสำเร็จในการพัฒนามักเป็นเชิงปริมาณ เช่น อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ รายได้ต่อหัวของประชากร ฯลฯ รัฐบาลมองสังคมชนบทว่าเป็นผู้ “ว่างเปล่าในการพัฒนา” มีการนำนโยบาย แนวคิดการพัฒนาที่คิดจากเบื้องบนลงสู่ระดับล่าง การสื่อสารในช่วงนี้เป็นแบบ Top-Down Communication ผู้ส่งสาร(รัฐบาล,ราชการ) ออกแบบเนื้อหาสาร (ตามที่คิดเอาเองว่าประชาชนต้องการ) ผ่านช่องทางการสื่อสาร (สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ สื่อประเพณีและสื่อท้องถิ่น สื่อมวลชน) ไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมาย เกิดปรากฏการณ์ของการ “ยิ่งสื่อสารก็ยิ่งไม่เกิดผล” หรือเกิด KAP GAP หรือเกิดภาวะทันสมัยแต่ไม่พัฒนา เป็นต้น ยุคนี้เชื่อในสื่อมวลชนสมัยใหม่ว่ามีพลังอำนาจที่จะเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะ และการกระทำของบุคคลและสังคม ซึ่งมีบางประเทศที่เป็นรัฐเผด็จการได้ครอบครองสื่อ,จำกัดการรับรู้ของประชาชน และใช้สื่อมวลชนในการโฆษณาชวนเชื่อการทำงานของรัฐบาลเอง

2. Dependency Paradigm เชื่อว่าการพัฒนาที่แท้จริงจะเกิดขึ้นได้หากประเทศโลกที่สามปฏิเสธการพึ่ง พึ่งตะวันตก เป็นยุคที่ตรวจสอบพลังของสื่อและพบว่า สื่อมวลชนไม่ได้ทรงพลังอย่างที่คิดแต่มีอิทธิพลอย่างจำกัดและสื่อที่เป็นพระเอกปิดทองหลังพระมานานก็คือ สื่อบุคคล ทำให้เกิดทฤษฎีการไหล 2 จังหวะของข่าวสาร (Two Step Flow of Information) อิทธิพลของแนวคิดดังกล่าวปรากฏในทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการพัฒนา โดยเฉพาะเรื่องการแพร่ข่าวสารไปสู่สังคมชนบท

3. Alternative / Another Development / Multiplicity Paradigm เป็นกระบวนการทางและหลากหลายและไม่ได้ปฏิเสธกระบวนการแรกอย่างสิ้นเชิงดังเช่นกระบวนการที่สอง เป็นยุคที่สื่อโทรทัศน์ซึ่งเป็นสื่อที่มีลักษณะพิเศษกว่าสื่อชนิดอื่นๆกำลังขยายตัวมากขึ้น ความแพร่หลายของโทรทัศน์ทำให้นักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์หันกลับมาปรับปรุงผลกระทบของการสื่อสารอีกครั้ง โดยแบ่งเป็น 2 แนวทาง

3.1 แนวคิดพลังของสื่อในทัศนะใหม่ให้ข้อสรุปว่า ถึงแม้สื่อจะไม่ส่งพลังมากเท่าที่กล่าวไว้ในยุคแรกแต่สื่อมวลชนก็มีพลังอำนาจต่อสังคม เช่น สื่อสามารถกำหนดวาระความสนใจให้แก่บุคคล สื่อสามารถสร้างสถานภาพ สร้างภาพลักษณ์ให้แก่บุคคล และสถาบันต่างๆ เป็นต้น

3.2 แนวคิดเชิงวัฒนธรรม มีความเห็นว่าอิทธิพลของสื่อเป็นอิทธิพลในระยะยาวมีลักษณะค่อยเป็นค่อยไป ทำหน้าที่อบรมบ่มเพาะและเป็นตัวการสร้างโลกแห่งความเป็นจริงทางสังคม ล้อมรอบตัวบุคคล สื่อเป็นกลไกทางวัฒนธรรมที่สำคัญที่สุดในโลกสมัยใหม่หากผู้ใดครอบงำสื่อผู้นั้นก็เท่ากับสร้างสรรค์ความเป็นจริงและวัฒนธรรมทางสังคม สื่อจึงเท่ากับเป็นเครื่องมือในการเสริมสร้างพลังของคนแต่ละกลุ่ม

ยุคปัจจุบันนี้ “การพัฒนา” มิใช่เป็นเพียงแนวคิดเท่านั้น แต่จะต้องนำไปสู่การนำไปปฏิบัติ ดังนั้นการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลหรือการสื่อสารมวลชนถูกคาดหวังให้เข้ามามีบทบาท หนุนเสริม ในฐานะเป็นกลไกสำคัญหรือเครื่องมือ นอกจากนั้นได้คำนึงถึงประเด็นของ “การมีส่วนร่วม” ของกลุ่มเป้าหมาย การสื่อสารจึงเป็นแบบ Bottom-Up Communication และเป็น Two Way Communication คือ ทั้งรัฐบาล, ราชการ และประชาชน กลุ่มเป้าหมาย ต่างก็สวมทั้งบทบาทของผู้ส่งสารและผู้รับสารมี feed back ผ่านช่องทางการสื่อสาร โดยเนื้อหาสาระเป็นไปตามความต้องการของประชาชน

บทบาทของการพัฒนาที่ยั่งยืนจะเปลี่ยนจากเรื่องปริมาณของอัตราการเจริญเติบโต มาเป็นเรื่องคุณภาพชีวิตของประชาชน บทบาทของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาจะเปลี่ยนเป็นรูปแบบในแนวระนาบ ซึ่งเป็นลักษณะของการสื่อสารแบบสองทาง เป็นลักษณะแบบล่างขึ้นบน เป็นการสื่อสารที่วางแผนมาจากท้องถิ่น เพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชน McQuail (no date) ได้กล่าวถึงลักษณะที่สำคัญของการสื่อสารที่จะเข้ามามีบทบาทในการพัฒนาแนวใหม่คือ

1. การสื่อสารต้องมีลักษณะที่หลากหลาย (Multiplicity)
2. เป็นการสื่อสารขนาดเล็ก (Smallness of Scale)
3. สร้างและใช้อยู่ในท้องถิ่นเอง (Locality)
4. มีลักษณะที่ยืดหยุ่นได้และไม่เป็นสถาบัน (Deinstitutionalization)

ในความเป็นจริงสังคมไทยยังพบได้ว่ามีลักษณะของ Top -Down Approach หลงเหลืออยู่มาก แนวคิดการพัฒนาส่วนใหญ่ยังคงกำหนดมาจากเบื้องบนโดยนักการเมือง รัฐบาล ที่ปรึกษานักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะสาขา ตลอดจนนักบริหารการพัฒนาผ่านนโยบายสั่งการมาจากเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องซึ่งมักจะมีความรู้เฉพาะด้านนั้นๆ (เช่น ด้านการเกษตร สาธารณสุข) แต่บุคลากรดังกล่าวยังขาดทักษะและความรู้ในการติดต่อสื่อสาร จึงเป็นหน้าที่ของผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารที่จะต้องนำความรู้ด้านการสื่อสารมาใช้สนับสนุนงานพัฒนา มองทั้งในแง่การจัดหาวัสดุอุปกรณ์เพื่อการสื่อสาร การจัดอบรมทักษะด้านการสื่อสาร การออกแบบเนื้อหาสาระให้เหมาะสมกับ

กลุ่มเป้าหมาย การเลือกใช้สื่อเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด ฯลฯ เพื่อให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายเปลี่ยนพฤติกรรมไปอย่างที่ตั้งประสงค์

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมมนุษย์

พฤติกรรม หมายถึง กิจกรรมทุกประเภทที่มนุษย์กระทำขึ้นไม่ว่าสิ่งนั้นจะสังเกตได้หรือไม่ได้ เช่น การทำงานของหัวใจ การทำงานของกล้ามเนื้อการเดินการพูด การคิด ความรู้สึกความชอบ ความสนใจเป็นต้นนักจิตวิทยาเชื่อว่าพฤติกรรมเป็นผลที่เกิดจากการทำปฏิกิริยาของมนุษย์หรืออินทรีย์ (organise) กับสิ่งแวดล้อม (environment) (ประภาเพ็ญ สุวรรณ, 2538: 15 - 27) พฤติกรรมของอินทรีย์ที่ได้จากการทำปฏิกิริยากับสิ่งแวดล้อมนั้นจะมีผลออกมาในรูปแบบ ทั้งที่สังเกตได้ด้วยบุคคลอื่นและสังเกตไม่ได้แต่สามารถจะวินิจฉัยว่ามีหรือไม่มีโดยใช้วิธีการหรือเครื่องมือทางด้านจิตวิทยาพฤติกรรมดังกล่าวมีส่วนประกอบอยู่ 2 ส่วนด้วยกัน คือ

1. พฤติกรรมทางด้านพุทปัญญ (cognitive domain) พฤติกรรมด้านนี้เกี่ยวข้องกับความรู้ความจำ ข้อเท็จจริงต่างๆ รวมทั้งการพัฒนาความสามารถและทักษะทางสติปัญญาการใช้วิจารณญาณเพื่อประกอบการตัดสินใจ พฤติกรรมด้านพุทปัญญประกอบด้วยความสามารถในระดับต่างๆดังนี้

1.1 ความรู้ (knowledge) ความรู้ในที่นี้เป็นพฤติกรรมขั้นต้นซึ่งผู้เรียนเพียงแต่จำได้อาจจะโดยนึกได้หรือโดยการมองเห็น ได้ยินก็จำได้ ความรู้ในขั้นนี้ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับคำจำกัดความ ความหมายข้อเท็จจริง ทฤษฎีกฎ โครงสร้างวิธีแก้ปัญหาเป็นต้น

1.2 ความเข้าใจ (comprehension) เมื่อบุคคลได้มีประสบการณ์กับข่าวสารหนึ่งๆอาจจะโดยการฟังได้อ่าน หรือได้เขียน เป็นที่คาดว่าบุคคลนั้นจะทำความเข้าใจกับข่าวสารนั้นๆ ความเข้าใจนี้อาจจะแสดงออกในรูปของทักษะหรือความสามารถต่อไปนี้

1.2.1 การแปล (translation) หมายถึง ความสามารถในการเขียนบรรยายเกี่ยวกับข่าวสารนั้นๆโดยใช้คำพูดของตนเองซึ่งอาจจะออกมาในรูปที่แตกต่างจากเดิมหรือออกมาในภาษาอื่นแต่ความหมายยังเหมือนเดิม

1.2.2 การให้ความหมาย (interpretation) หมายถึงการให้ความหมายต่อสิ่งต่างๆหรือข่าวสารต่างๆซึ่งอาจออกมาในรูปความคิดเห็นหรือข้อสรุปตามที่บุคคลนั้นเข้าใจ

1.2.3 การคาดคะเน (extrapolation) หมายถึง ความสามารถในการตั้งความคาดหมายหรือคาดหวังว่าอะไรจะเกิดขึ้น ซึ่งความสามารถนี้จะเกิดจากความเข้าใจสภาพการณ์และแนวโน้มที่อธิบายไว้ในข่าวสารนั้นๆ

1.3 การประยุกต์หรือการนำความรู้ไปใช้ (application) หมายถึงในการนำความรู้ไปใช้เป็นพฤติกรรมขั้นหนึ่งในหมวดพุทธิปัญญาซึ่งจะต้องอาศัยความสามารถหรือทักษะด้านความเข้าใจการนำความรู้ไปใช้นี้อีกหนึ่งก็คือการแก้ปัญหาตนเอง

1.4 การวิเคราะห์ (analysis) ความสามารถในการวิเคราะห์เป็นขั้นหนึ่งของพฤติกรรมทางด้านพุทธิปัญญาซึ่งอาจแบ่งเป็นความสามารถขั้นย่อยๆได้ 3 ขั้นตอนด้วยกัน คือ

ความสามารถในขั้นที่ 1 ผู้เรียนสามารถแยกแยะองค์ประกอบของปัญหาหรือสภาพการณ์ออกเป็นส่วนๆเพื่อทำความเข้าใจกับสัดส่วนต่างๆให้ละเอียด

ความสามารถในขั้นที่ 2 ผู้เรียนสามารถมองเห็นความสัมพันธ์อย่างแน่ชัดระหว่างส่วนประกอบเหล่านั้น

ความสามารถในขั้นที่ 3 ผู้เรียนสามารถมองหลักการผสมผสานระหว่างส่วนประกอบที่รวมกันเป็นปัญหาหรือสภาพการณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง ตัวอย่างความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหาหรือสภาพการณ์ได้แก่

1) ความสามารถในการแยกแยะข้อเท็จจริง (facts) ออกจากสมมติฐาน (hypothesis)

2) มองเห็นความเกี่ยวข้องหรือความสัมพันธ์ของความคิดต่างๆที่ประกอบเป็นปัญหาหรือสภาพการณ์นั้นๆ

3) มองเห็นความคิดหรือความเข้าใจที่ประกอบขึ้นเป็นปัญหาหรือสภาพการณ์นั้นๆสรุปแล้วความสามารถในการวิเคราะห์ คือ ความสามารถในการแยกส่วนประกอบย่อยๆของส่วนรวมออกเป็นส่วนๆเพื่อให้เข้าใจส่วนรวมได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น

1.5 การสังเคราะห์ (synthesis) หมายถึง ความสามารถในการนำเอาส่วนประกอบย่อยๆหลายๆส่วนมารวมกันเข้าเป็นส่วนรวมที่มีโครงสร้างที่แน่ชัด โดยทั่วไปแล้วความสามารถนี้จะเกี่ยวข้องกับการนำเอาประสบการณ์เก่ามารวมกับประสบการณ์ใหม่แล้วสร้างเป็นแบบแผนหรือหลักสำหรับปฏิบัติ ขบวนการในการรวมกันของส่วนต่างๆนั้นเป็นไปอย่างมีระเบียบแบบแผน ความสามารถในการสังเคราะห์นี้เป็นส่วนหนึ่งของพฤติกรรมทางพุทธิปัญญาที่ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์หรือความคิดริเริ่มในตัวผู้เรียน ความสามารถในการสังเคราะห์นี้จะต้องอาศัยความสามารถขั้นต่างๆหลายขั้นดังกล่าวมาแล้วคือความเข้าใจการนำความรู้ไปใช้และความสามารถในการวิเคราะห์

1.6 การประเมินผล (evaluation) ความสามารถในการประเมินผลนี้เกี่ยวข้องกับการให้ค่าต่อความรู้หรือข้อเท็จจริงต่างๆที่จะต้องใช้เกณฑ์หรือมาตรฐานอย่างใดอย่างหนึ่งเป็นส่วนประกอบในการประเมินผลมาตรฐานนี้ อาจจะออกมาในรูปคุณภาพและปริมาณและมาตรฐานที่ใช้นี้อาจจะมาจากการที่บุคคลนั้นตั้งขึ้นเองหรือมาจากมาตรฐานที่มีอยู่แล้ว ความสามารถในการประเมินผลนอกจากจะเป็นความสามารถขั้นสุดท้ายของพฤติกรรมทางด้านพุทธิปัญญาแล้วยังเป็น

ตัวเชื่อมที่สำคัญของพฤติกรรมทางด้านพุทธิปัญญากับพฤติกรรมทางด้านความรู้สึก (affective domain) ซึ่งจะกล่าวให้ละเอียดต่อไป ความสามารถในการประเมินผลนี้ไม่จำเป็นจะต้องเกิดขึ้นในขั้นสุดท้ายเสมอไปแต่อาจจะอยู่ในขั้นของความสามารถหรือทักษะต่างๆดังได้กล่าวมาแล้ว ข้อ 1) ถึง 5) ข้างต้นจะเห็นว่าพฤติกรรมทางพุทธิปัญญา (cognitive domain) ตั้งแต่ข้อ 2) ถึงข้อ 6) ดังกล่าวแล้ว เป็นพฤติกรรมที่แสดงถึงความสามารถหรือทักษะที่ต้องใช้สติปัญญาซึ่งสลับซับซ้อนมากกว่าพฤติกรรมขั้นแรกคือ ความรู้ (knowledge) ดังกล่าวไว้ในข้อ 1) และพฤติกรรมขั้นแรกนี้จะเป็นส่วนประกอบในการสร้างหรือก่อให้เกิดความสามารถหรือทักษะในขั้นต่อไป (เชิดชัย โชติสุทธิ, 2543: 9 - 14)

2. พฤติกรรมด้านทัศนคติค่านิยม ความรู้สึกความชอบ (affective domain) พฤติกรรมด้านนี้หมายถึงความถึง ความสนใจ ความรู้สึก ทำที่ความชอบ ไม่ชอบการให้คุณค่าการปรับเปลี่ยนหรือปรับปรุงค่านิยมที่ยึดถืออยู่พฤติกรรมด้านนี้ยากต่อการอธิบายเพราะเกิดภายในจิตใจของบุคคล ซึ่งต้องใช้เครื่องมือพิเศษในการวัดพฤติกรรมเหล่านี้เพราะความรู้สึกภายในของคนนั้นยากต่อการที่จะวัดจากพฤติกรรมที่แสดงออกมาภายนอกการเกิดพฤติกรรมด้านทัศนคติแบ่งออกเป็นขั้นตอนดังนี้

2.1 การรับรู้ (receiving)

2.2 การตอบสนอง (responding)

2.3 การให้ค่า (valuing)

2.4 การจัดกลุ่ม (organization)

การแสดงคุณลักษณะตามค่านิยมที่ยึดถือเพื่อให้เข้าใจส่วนประกอบของขั้นตอนของการเกิดพฤติกรรมทางด้านทัศนคติความรู้สึกให้ชัดเจนยิ่งขึ้นจะขยายความของขั้นตอนต่างๆให้ชัดเจนดังต่อไปนี้

1) การรับรู้หรือการใส่ใจ (receiving or attending) ขั้นของการรับหรือการใส่ใจนี้เป็นขั้นที่แสดงว่าบุคคลนั้นได้ถูกหรือมีภาวะจิตใจที่พร้อมที่จะรับสิ่งเร้านั้นหรือให้ความสนใจต่อสิ่งเร้านั้น การรับหรือการใส่ใจนี้เป็นขั้นของสภาพจิตใจขั้นแรกที่จะนำไปสู่สภาพจิตใจในขั้นต่อไปแต่เนื่องจากคนเรามีประสบการณ์เดิมซึ่งอาจจะได้จากการเรียนรู้ (ชนิดเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการก็ได้) จากประสบการณ์เดิมนี้องค์บุคคลนั้นอาจจะมีสภาพจิตใจขั้นของการรับหรือการใส่ใจพร้อมแล้วโดยไม่ต้องถูกกระตุ้นให้เกิดขึ้นก็ได้ในขั้นของการรับนี้มีส่วนประกอบอยู่ 3 ส่วน ซึ่งถือว่าเป็นส่วนประกอบที่จะเกิดต่อเนื่องกันส่วนประกอบย่อยมีดังนี้

1.1) ความตระหนัก (awareness) ความตระหนักนี้เกือบจะคล้ายพฤติกรรมขั้นแรกของพฤติกรรมด้านพุทธิปัญญา (cognitive domain) คือความรู้เกี่ยวกับข้อเท็จจริง (knowledge) ได้อธิบายมาแล้วแต่มีความแตกต่างตรงที่ว่าความตระหนักไม่ได้เกี่ยวข้องกับการจำหรือความสามารถที่จะระลึกได้แต่ความตระหนัก หมายถึงการที่บุคคลได้ถูกคิด หรือการเกิดขึ้นในความรู้สึกว่ามีสิ่งหนึ่งมีเหตุการณ์หนึ่งซึ่งการรู้สึกว่ามีหรือการได้คิดถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่งนี้เป็นความรู้สึกที่

เกิดขึ้นในสภาวะของจิตใจแต่ไม่ได้แสดงว่าบุคคลนั้นสามารถจำได้หรือระลึกได้ถึงลักษณะเฉพาะบางอย่างของสิ่งนั้น

1.2) ความยินหรือความเต็มใจที่จะรับ (willingness to receive) ในขณะที่ยุเรียนเกิดความพึงพอใจที่จะรับสิ่งที่มากระตุ้นความรู้สึกเอาไว้ เช่น การให้ความสนใจอย่างดีในขณะที่ผู้อื่นกำลังพูด เป็นต้น

1.3) การเลือกรับหรือการใส่ใจ (controlled or selected attention) สภาวะจิตใจในขั้นนี้เป็นผลสืบเนื่องมาจากการเกิดขึ้นที่ 1.1 และ 1.2 ดังกล่าวมาแล้วเมื่อมีสิ่งเร้ามาเร้าหรือมีสถานการณ์บางอย่างเกิดขึ้น บุคคลนั้นจะเลือกรับหรือเลือกใส่ใจเฉพาะสิ่งที่เขาชอบหรือสถานการณ์ที่เขาไม่ชอบพฤติกรรม พฤติกรรมในขั้นนี้อาจแสดงให้เห็นโดยจากการฟังดนตรีบุคคลนั้นสามารถบอกถึงความแตกต่างของอารมณ์บอกความหมายบอกได้ถึงเครื่องดนตรีชนิดต่างๆที่ใช้ประกอบการขึ้นเป็นเสียงดนตรี

2) การตอบสนอง (responding) พฤติกรรมในขั้นนี้เกิดขึ้นต่อเนื่องจากพฤติกรรมในขั้นที่ 1 คือการรับหรือการให้ความสนใจต่อสถานการณ์หรือต่อสิ่งเร้าต่างๆ ในขั้นนี้บุคคลจะถูกจูงใจให้เกิดความใส่ใจอย่างเต็มที่ซึ่งหมายความว่า บุคคลนั้นได้เกิดความรู้สึกผูกมัดตัวเองต่อสิ่งเร้าหรือสถานการณ์ที่มากระตุ้น ความรู้สึกผูกมัดนี้ยังเป็นเพียงความรู้สึกขั้นต้นจึงยืนยันไม่ได้แน่นอนว่าบุคคลนั้นมีทัศนคติหรือค่านิยมในทางใดทางหนึ่งต่อสถานการณ์หรือสิ่งเร้านั้นๆ ในขั้นนี้อาจกล่าวได้ว่าบุคคลเกิดความสนใจอย่างแท้จริงซึ่งถ้าความสนใจเกิดขึ้นก็หมายความว่า ผู้เรียนได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับหรือมีความรู้สึกผูกมัดกับวัตถุสิ่งของสถานการณ์หรือปรากฏการณ์ใดปรากฏการณ์หนึ่ง ซึ่งจะทำให้บุคคลนั้นพยายามทำปฏิกิริยาตอบสนองบางอย่างหรือได้รับความพึงพอใจจากการมีส่วนร่วมหรือจากการทำกิจกรรมนั้นพฤติกรรมขั้นการตอบสนองนี้มีส่วนประกอบย่อย 3 ส่วนประกอบ คือ

2.1) การยินยอมในการตอบสนอง (acquiescence in responding) ในขั้นนี้อาจใช้คำว่า “เชื่อฟัง” แทนพฤติกรรมที่แสดงว่ามีการยินยอมในการตอบสนอง แต่การทำปฏิกิริยาตอบสนองของบุคคลในขั้นนี้ไม่ได้แสดงว่าเขายอมรับถึงความจำเป็นหรือประโยชน์จากการทำปฏิกิริยานั้นๆ ตัวอย่างของพฤติกรรมในขั้นนี้ได้แก่ การยินยอมที่จะปฏิบัติตามกฎหมายทางด้านสุขภาพอนามัยเชื่อฟังกฎเกณฑ์การเล่นต่างๆ

2.2) ความเต็มใจที่จะตอบสนอง (willingness to respond) ในขั้นนี้บุคคลเกิดความรู้สึกผูกมัดที่จะทำปฏิกิริยาบางอย่างซึ่งไม่ใช่เพียงเพื่อจะหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ไม่พึงพอใจหรือหลีกเลี่ยงการลงโทษแต่จะเนื่องมาจากความเต็มใจของบุคคลนั้นจริงๆ อาจจะกล่าวได้ว่าบุคคลนั้นเกิดความสมัครใจที่จะกระทำซึ่งเป็นผลมาจากการเลือกของบุคคลนั้นเองตัวอย่างของพฤติกรรมในขั้นนี้ได้แก่ การยอมรับความรับผิดชอบในอันที่จะปรับปรุงสุขภาพของตนเองและความรับผิดชอบต่อสุขภาพอนามัยของบุคคลอื่น

2.3) ความพอใจในการตอบสนอง (satisfaction in respond) พฤติกรรมในขั้นนี้สืบเนื่องมาจากการเต็มใจที่จะตอบสนองเมื่อบุคคลทำปฏิกิริยาบางอย่างไปแล้วบุคคลนั้นเกิดความรู้สึกพอใจซึ่งเป็นสภาวะทางอารมณ์ของบุคคลอาจจะออกมาในรูปความพอใจความสนุกสนาน เป็นต้น ตัวอย่างพฤติกรรมในขั้นนี้ได้แก่การเกิดความรู้สึกยินดีในการอ่านหนังสือเกิดความรู้สึกพอใจในการได้สนทนากับบุคคลอื่น เป็นต้น

3) การให้ค่าหรือการเกิดค่านิยม (valuing) คำว่า “ค่านิยม” นี้มักจะถูกใช้บ่อยๆ ในการเขียนวัตถุประสงค์ทางการศึกษาซึ่งการที่เราให้ค่านิยมต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ภาวะการณ์ใดภาวะการณ์หนึ่งนั้นหมายถึงว่า สิ่งนั้นหรือสภาวะการณ์นั้นมีคุณค่าต่อตัวเราการให้ค่านี้นี้เกิดจากประสบการณ์และการประเมินค่าของบุคคลนั่นเองและขณะเดียวกันก็เป็นผลจากสังคมด้วยส่วนหนึ่งพฤติกรรมนี้อาจจะอธิบายให้ชัดเจนโดยใช้คำว่า “ความเชื่อ” หรือ “ทัศนคติ” ในขั้นนี้บุคคลกระทำปฏิกิริยาหรือพฤติกรรมซึ่งแสดงว่าเขายอมรับหรือรับรู้ว่าเป็นสิ่งที่มีคุณค่าสำหรับตัวเขา หรือแสดงว่าเขามีค่านิยมอย่างใดอย่างหนึ่งในขั้นนี้ เราจะไม่พิจารณาถึงความสัมพันธ์ของค่านิยมต่างๆ แต่จะพิจารณาเฉพาะถึงขบวนการยอมรับในตัวบุคคลเกี่ยวกับสิ่งที่เขาเกิดความตระหนักให้อยู่ในภาวะที่เขาสามารถบังคับได้หรือเป็นสิ่งที่เป็นอย่างแท้จริงพฤติกรรมขั้นนี้ส่วนมากมักจะใช้คำว่า “ทัศนคติ” และ “ค่านิยม”

4) การจัดกลุ่ม (organization) เมื่อบุคคลเกิดค่านิยมต่างๆ ขึ้นแล้วซึ่งหมายความว่าค่านิยมที่เขา มีนั้นจะมีหลายชนิดจึงมีความจำเป็นที่จะต้องจัดระบบของค่านิยมต่างๆ ให้เข้ากลุ่มโดยพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมเหล่านั้น การจัดกลุ่มนี้เป็นส่วนประกอบดังนี้

4.1) การจัดกลุ่มค่านิยม พฤติกรรมในขั้นนี้จะเป็นส่วนที่เกิดเพิ่มเติมของขั้นที่ 3 (การให้ค่า) บุคคลจะสามารถมองเห็นว่าสิ่งที่เขาให้ค่าใหม่นั้นมีส่วนสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับค่านิยมที่เขา มีอยู่เดิม หรือที่กำลังจะมีต่อไปอย่างไรบ้างการเกิดความคิดนี้อาจจะออกมาในลักษณะเป็นนามธรรมหรือออกมาในรูปสัญลักษณ์ก็ได้ ตัวอย่างพฤติกรรมในขั้นนี้ได้แก่การพยายามที่แสดงให้เห็นถึงลักษณะของสิ่งของบางอย่างซึ่งเกี่ยวข้องกับศิลปะที่เขา นิยมชมชอบ

4.2) การจัดระบบของค่านิยม ในขั้นนี้บุคคลจะนำค่านิยมต่างๆ ที่เขามีอยู่ มาจัดระบบ อาจเป็นการเรียงลำดับโดยพิจารณาถึงความสัมพันธ์ของค่านิยมเหล่านั้นซึ่งจะเป็นที่มาของการกำหนดปรัชญาของชีวิตของบุคคลนั้นหรืออาจจะออกมาในรูปแบบสภาวะค่านิยมต่างๆ และจากการสังเคราะห์นี้บุคคลนั้นก็จะได้ค่านิยมใหม่สำหรับตัวเองขึ้นมา ตัวอย่างพฤติกรรมในขั้นนี้ได้แก่การวางแผนเกี่ยวกับการพักผ่อนของตนเองเพื่อเป็นเกณฑ์ในการปฏิบัติและให้เกิดความสมดุลกับกิจกรรมอื่นๆ (เชิดชัยโชติสุทธิ, 2543: 21)

5) การแสดงลักษณะตามค่านิยมที่ยึดถือ (characterization by a value or value complex) พฤติกรรมนี้ถือว่าเป็นส่วนประกอบหนึ่งของกระบวนการซึมซับ ในขั้นนี้“ค่านิยม” ต่างๆจะอยู่ในส่วนประกอบของค่านิยมต่างๆของบุคคลเพราะถือว่าบุคคลมีค่านิยมหลายชนิด และบุคคลก็จัดอันดับค่านิยมเหล่านั้น อาจเรียงลำดับจากที่ดีที่สุดถึงด้อยที่สุดที่เราเรียกว่า “ลำดับค่านิยม” ค่านิยมเหล่านี้จะเป็นตัวควบคุมพฤติกรรมของบุคคล เชื่อกันว่าบุคคลจะแสดงปฏิกิริยาหรือพฤติกรรมต่างๆโดยมผลจากค่านิยมที่เขามีหรือรอบเอาไว้พฤติกรรมในขั้นนี้มีส่วนประกอบสองส่วนคือ

5.1) การวางหลักทั่วไป (generalized set) พฤติกรรมในขั้นนี้แสดงให้เห็นถึงความพร้อมที่จะปฏิบัติสิ่งหนึ่งสิ่งใดหรือในแนวทางใดแนวทางหนึ่ง อาจเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นโดยไม่รู้ตัวแต่เป็นสิ่งที่จะเป็นแนวทางของการปฏิบัติบางอย่างหลักทั่วไปที่จะเกิดขึ้นนี้จะปรากฏฐานของบุคคลในการที่จะแก้ไขหรือควบคุมปัญหาต่างๆในสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับตัวบุคคลนั้น และเป็นรากฐานให้เกิดการปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ ตัวอย่างของพฤติกรรมในขั้นนี้ได้แก่ ความพร้อมที่จะปรับปรุงแก้ไขกฎเกณฑ์ต่างๆและเปลี่ยนแปลงการปฏิบัติบางอย่างตามข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น (ประภาเพ็ญ สุวรรณ, 2538: 26)

5.2) การแสดงลักษณะ (characterization) พฤติกรรมในขั้นนี้เป็นพฤติกรรมขั้นสูงสุดของกระบวนการซึมซับ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงหรือสังเกตได้โดยบุคคลอื่น การแสดงลักษณะนี้จะเป็สิ่งที่ค่อนข้างถาวรซึ่งสืบเนื่องมาจากค่านิยมที่บุคคลนั้นยึดมั่นอยู่ พฤติกรรมในขั้นนี้อาจจะแสดงให้เห็นโดยผู้เรียนผ่านกระบวนการเรียนรู้ตัวอย่างพฤติกรรมในขั้นนี้ ได้แก่ การสร้างปรัชญาชีวิต สำหรับตัวเองการคิดกฎต่างๆในการปฏิบัติตนโดยพิจารณาถึงเหตุผลทางด้านศีลธรรม จรรยาและด้านหลักประชาธิปไตย

5.3) พฤติกรรมด้านการปฏิบัติ (psychomotor domain) พฤติกรรมด้านนี้เป็นการใช้ความสามารถที่แสดงออกทางร่างกายซึ่งรวมทั้งการปฏิบัติหรือพฤติกรรมที่แสดงออก และสังเกตได้ในสถานการณ์หนึ่งๆ หรืออาจจะเป็พฤติกรรมที่ล่าช้าคือบุคคลไม่ได้ปฏิบัติหน้าที่แต่คาดคะเนว่าอาจจะปฏิบัติในโอกาสต่อไป พฤติกรรมการแสดงออกนี้เป็นพฤติกรรมขั้นสุดท้ายที่เป็นเป้าหมายของการศึกษาที่จะต้องอาศัยพฤติกรรมระดับต่างๆที่ได้กล่าวมาแล้วเป็นส่วนประกอบ พฤติกรรมด้านนี้เมื่อแสดงออกมาจะสามารถประเมินได้ง่ายแต่กระบวนการจะก่อให้เกิดพฤติกรรมนี้ต้องอาศัยระยะเวลาและการตัดสินใจหลายขั้นตอน (เชิดชัย โชติสุทธิ, 2543: 22)

แนวคิดนี้เป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับตัวแปร 2 กลุ่ม โดยมีการสื่อสารเป็นตัวแปรต้นหรือตัวแปรอิสระส่วนตัวแปรตามคือ พฤติกรรม ความเหมาะสมของเนื้อหาข้อมูลข่าวสาร และทัศนคติ ในการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาอันผู้รับสารจะเกิดความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง เกิดทัศนคติที่คล้อยตาม สนับสนุนและยอมรับอันนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ซึ่งการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้จะเกิดขึ้นในลักษณะต่อเนื่องกันไป แต่ในความเป็นจริงแล้วบางครั้งทัศนคติและพฤติกรรมอาจจะไม่สัมพันธ์กัน

อย่างต่อเนื่องเสมอไปคือ เมื่อการสื่อสารก่อให้เกิดความรู้และทัศนคติในทางบวกต่อสิ่งที่เผยแพร่แล้วแต่ในขั้นการยอมรับปฏิบัติอาจมีผลในทางตรงข้ามกันก็ได้ แม้ว่าส่วนใหญ่เมื่อบุคคลมีทัศนคติอย่างไรแล้วจะมีความโน้มเอียงที่จะปฏิบัติตามทัศนคติของตนก็ตามแต่พฤติกรรมเช่นนี้ก็ไม่เกิดขึ้นเสมอไป กล่าวโดยสรุปก็คือในกรณีทั่วไปเมื่อบุคคลมีความรู้ทัศนคติเช่นไรก็จะแสดงพฤติกรรมไปตามความรู้และทัศนคติที่มีอยู่

แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

ทัศนคติเป็นแนวความคิดที่มีความสำคัญมากแนวทางจิตวิทยาสังคมและการสื่อสารมีการใช้คำนี้กันอย่างแพร่หลายสำหรับการนิยามคำว่าทัศนคตินั้น ได้มีนักวิชาการหลายท่านให้ความหมายไว้ดังนี้

Roger (1978: 208 – 209 อ้างใน สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533: 122) ได้กล่าวถึงทัศนคติว่าเป็นดัชนีชี้ว่าบุคคลนั้นคิดและรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง วัตถุหรือสิ่งแวดล้อมตลอดจนสถานการณ์ต่างๆ โดยทัศนคตินั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนคติจึงเป็นเพียงความพร้อม ที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้าและเป็นมิติของการประเมินเพื่อแสดงว่าชอบหรือไม่ชอบต่อประเด็นหนึ่งๆ ซึ่งถือเป็นการสื่อสารภายในบุคคล (Interpersonal Communication) ที่เป็นผลกระทบมาจากการรับสารอันจะมีผลต่อพฤติกรรมต่อไป

Rosenberg and Hovland (1960: 1) ได้ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า ทัศนคติโดยปกติสามารถนิยามว่าเป็นการมุ่งใจต่อแนวโน้มในการตอบสนองอย่างเฉพาะเจาะจงกับสิ่งที่เกิดขึ้น

Kendler (1963: 572) กล่าวว่าทัศนคติ หมายถึง สภาวะความพร้อมของบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรมออกมาในทางสนับสนุนหรือต่อต้านบุคคลสถาบันสถานการณ์หรือแนวความคิด

Good (1959: 48) ให้คำจำกัดไว้ว่าทัศนคติ คือ ความพร้อมที่จะแสดงออกในลักษณะใดลักษณะหนึ่งที่เป็นการสนับสนุนหรือต่อต้านสถานการณ์บางอย่างบุคคลหรือสิ่งใด ๆ

Newcomb (1854: 128) ให้คำจำกัดความไว้ว่าทัศนคติซึ่งมีอยู่ในเฉพาะคนนั้นขึ้นกับสิ่งแวดล้อม อาจแสดงออกในพฤติกรรมซึ่งเป็นไปได้ใน 2 ลักษณะคือ ลักษณะชอบหรือพึงพอใจซึ่งทำให้ผู้อื่นเกิดความรักใคร่อยากใกล้ชิดสิ่งนั้นๆหรืออีกลักษณะหนึ่งแสดงออกในรูปความไม่พอใจเกลียดชังไม่ยอมใกล้ชิดสิ่งนั้น

Munn (1971: 71) กล่าวว่า ทัศนคติ คือ ความรู้สึกและความคิดเห็นที่บุคคลมีต่อสิ่งของบุคคล สถานการณ์ สถาบัน และข้อเสนอใดๆ ในทางที่จะยอมรับหรือปฏิเสธซึ่งมีผลทำให้ บุคคลพร้อมที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบสนองด้วยพฤติกรรมอย่างเดียวกันตลอด

Murphy et al. (1973: 887) ให้ความหมายของคำว่า ทศนคติ หมายถึง ความชอบหรือไม่ชอบ พึงใจหรือไม่พึงใจที่บุคคลแสดงออกมาต่อสิ่งต่างๆ

เดโซ สวานานท์ (2512: 28) กล่าวถึง ทศนคติ ว่าเป็นบุคลิกภาพที่สร้างขึ้นได้ เปลี่ยนแปลงได้และเป็นแรงจูงใจที่กำหนดพฤติกรรมของบุคคลที่มีต่อสิ่งแวดล้อมต่างๆ

ศักดิ์ สุนทรเสณี (2531: 2) กล่าวถึง ทศนคติที่เชื่อมโยงไปถึงพฤติกรรมของบุคคลว่า ทศนคติ หมายถึง (1) ความสลับซับซ้อนของความรู้สึกหรือการมีอคติของบุคคล ในการที่จะสร้างความพร้อมที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ตามประสบการณ์ของบุคคลนั้นที่ได้รับมา (2) ความโน้มเอียง ที่จะมีปฏิกิริยาต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางที่ดีหรือ ต่อต้านสิ่งแวดล้อมที่จะมาถึงทางหนึ่งทางใด (3) ในด้านพฤติกรรม หมายถึง การเตรียมตัวหรือความพร้อมที่จะตอบสนองจากคำจำกัดความต่างๆ เหล่านี้ จะเห็นได้ว่ามีประเด็นร่วมที่สำคัญดังนี้คือ (1) ความรู้สึกภายใน (2) ความพร้อมหรือแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมในทางใดทางหนึ่ง

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ทศนคติเป็นความสัมพันธ์ที่คาบเกี่ยวกันระหว่างความรู้สึกและความเชื่อหรือการรู้ของบุคคลกับแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมโต้ตอบในทางใดทางหนึ่งต่อเป้าหมายของทศนคติ โดยสรุป ทศนคติในงานที่นี้เป็นเรื่องของจิตใจ ท่าที ความรู้สึกนึกคิด และความโน้มเอียงของบุคคลที่มีต่อข้อมูลข่าวสาร และการเปิดรับรายการกรองสถานการณ์ที่ได้รับมาซึ่งเป็นไปได้ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ทศนคติมีผลให้มีการแสดง พฤติกรรมออกมาจะเห็นได้ว่า ทศนคติประกอบด้วยความคิดที่มีผลต่ออารมณ์และความรู้สึกนั้นออกมาโดยทางพฤติกรรม

1. องค์ประกอบของทศนคติ

จากความหมายของทศนคติดังกล่าว Zimbardo and Ebbesen (1970 อ้างใน พรทิพย์ บุญนิพัทธ์, 2531 : 49) สามารถแยกองค์ประกอบของทศนคติได้ 3 ประการคือ

1.1 องค์ประกอบด้านความรู้ (The Cognitive Component) คือ ส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคลที่เกี่ยวกับสิ่งต่างๆทั่วไปทั้งที่ชอบและไม่ชอบหากบุคคลมีความรู้ หรือคิดว่าสิ่งใดดีมีกจะมีทศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น แต่หากมีความรู้มาก่อนว่าสิ่งใดไม่ดีก็จะมีทศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น

1.2 องค์ประกอบด้านความรู้สึก (The Affective Component) คือ ส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ที่เกี่ยวข้องเนื่องกับสิ่งต่างๆซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพของคนนั้นเป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละบุคคล

1.3 องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (The Behavioral Component) คือ การแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งหรือบุคคลหนึ่งซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึก

จะเห็นได้ว่า การที่บุคคลมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดต่างก็เนื่องมาจาก บุคคลมีความเข้าใจ มีความรู้สึก หรือมีแนวความคิดแตกต่างกันนั่นเอง ดังนั้นส่วนประกอบทางด้านความคิดหรือความรู้ ความเข้าใจ จึงนับได้ว่าเป็นส่วนประกอบขั้นพื้นฐาน ของทัศนคติและส่วนประกอบนี้จะเกี่ยวข้อง สัมพันธ์กับความรู้สึกของบุคคลอาจออกมาในรูปแบบแตกต่างกัน ทั้งในทางบวกและทางลบซึ่งขึ้นอยู่กับ ประสบการณ์และการเรียนรู้

2. การเกิดทัศนคติ (Attitude Formation)

Allport (1975) ได้ให้ความเห็นเรื่องทัศนคติว่าอาจเกิดขึ้นจากสิ่งต่างๆ ดังนี้เกิดจากการ เรียนรู้เด็กเกิดใหม่จะได้รับการอบรมสั่งสอนเกี่ยวกับวัฒนธรรมและประเพณีจากบิดามารดาทั้งโดย ทางตรงและทางอ้อมตลอดจนได้เห็นแนวการปฏิบัติของพ่อแม่แล้วรับมาปฏิบัติตามต่อไป

2.1 เกิดจากความสามารถในการแยกแยะความแตกต่าง คือ แยกสิ่งดีหรือไม่ดี เช่น ผู้ใหญ่กับเด็กจะมีการกระทำที่แตกต่างกัน

2.2 เกิดจากประสบการณ์ของแต่ละบุคคลซึ่งแตกต่างกันออกไป เช่น บางคนมี ทัศนคติไม่ดีต่อครูเพราะเคยตำหนิตน แต่บางคนมีทัศนคติที่ดีต่อครูคนเดียวกันนั้นเพราะเคยเชยชม ตนเสมอ

2.3 เกิดจากการเลียนแบบหรือรับเอาทัศนคติของผู้อื่นมาเป็นของตน เช่น เด็กอาจ รับทัศนคติของบิดามารดาหรือครูที่ตนนิยมชมชอบมาเป็นทัศนคติของตนได้

Krech and Crutchfield (1948) ได้ให้ความเห็นว่าทัศนคติอาจเกิดขึ้นจาก

1) การตอบสนองความต้องการของบุคคลนั้นคือ สิ่งใดตอบสนองความต้องการของตนได้ บุคคลนั้นก็มี ทัศนคติ ที่ดีต่อสิ่งนั้น หากสิ่งใดตอบสนองความต้องการของตนไม่ได้บุคคลนั้นก็จะมี ทัศนคติไม่ดีต่อสิ่งนั้น

2) การได้เรียนรู้ความจริงต่างๆอาจโดยการอ่านหรือจากคำบอกเล่าของผู้อื่นก็ได้ ฉะนั้นบาง คนจึงอาจเกิด ทัศนคติไม่ดีต่อผู้อื่นจากการฟังคำติฉินที่ใครๆมาบอกไว้ก่อนก็ได้

3) การเข้าไปเป็นสมาชิกหรือสังกัดกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง คนส่วนมากมักจะยอมรับเอาทัศนคติของ กลุ่มมาเป็นของตนหากทัศนคตินั้นไม่ขัดแย้งกับทัศนคติของตนเกินไป

4) ทัศนคติส่วนสำคัญกับบุคลิภาพของบุคคลนั้นด้วย คือ ผู้ที่มีบุคลิภาพสมบูรณ์มักมอง ผู้อื่นในแง่ดี ส่วนผู้ปรับตัวยากจะมีทัศนคติในทางตรงข้ามคือ มักมองว่ามีคนคอยอิจฉาริษยาหรือ คิดร้ายต่างๆต่อตน

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2520: 64 – 65) กล่าวถึงการเกิดทัศนคติว่า ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learning) จากแหล่งทัศนคติ (Source of Attitude) ต่างๆที่อยู่มากมายและแหล่งที่ทำให้คนเกิดทัศนคติที่สำคัญคือ

1) ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในทางที่ดีหรือไม่ดีจะทำให้เขาเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปในทิศทางที่เขาเคยมีประสบการณ์มาก่อน

2) การติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่น (Communication from others) จะทำให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้ข่าวสารต่างๆจากผู้อื่นได้ เช่น เด็กที่ได้รับการสั่งสอนจากผู้ใหญ่จะเกิดทัศนคติต่อการกระทำต่างๆตามที่เคยรับรู้มา

3) สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้ เช่น เด็กที่เคารพเชื่อฟังพ่อแม่ จะเลียนแบบการแสดงท่าชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งหนึ่งตามไปด้วย

4) ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) ทัศนคติหลายอย่างของบุคคลเกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น ครอบครัว โรงเรียน หรือหน่วยงาน เป็นต้น

ปัจจัยต่างๆของการก่อตัวของทัศนคติเท่าที่กล่าวมาข้างต้นนั้นในความเป็นจริงมิได้มีการเรียงลำดับตามความสำคัญแต่อย่างใดเลย ทั้งนี้เพราะปัจจัยแต่ละทางเหล่านี้ตัวไหนจะมีความสำคัญต่อการก่อตัวของทัศนคติ มากหรือน้อยย่อมสุดแล้วแต่ว่า การพิจารณาสร้างทัศนคติต่อสิ่งดังกล่าวจะเกี่ยวข้องกับปัจจัยใดมากที่สุด

3. ประเภทของทัศนคติ บุคคลสามารถแสดงทัศนคติออกได้ 3 ประเภทด้วยกัน คือ

3.1 ทัศนคติทางเชิงบวกเป็นทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงออกมีความรู้สึกหรืออารมณ์จากสภาพจิตใจได้ตอบในด้านดีต่อบุคคลอื่นหรือเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง รวมทั้งหน่วยงาน องค์กร สถาบัน และการดำเนิน กิจกรรมขององค์กรอื่นๆ เช่น กลุ่มชาวเกษตรกรย่อมมีทัศนคติทางบวกหรือมีความรู้สึกที่ดีต่อสหกรณ์การเกษตร และให้ความสนับสนุนร่วมมือด้วยการเข้าเป็นสมาชิกและร่วมในกิจกรรมต่างๆอยู่เสมอ เป็นต้น

3.2 ทัศนคติทางลบหรือไม่ดีคือทัศนคติที่สร้างความรู้สึกเป็นไปในทางเสื่อมเสีย ไม่ได้รับความเชื่อถือ หรือไว้วางใจ อาจมีความเคลือบแคลงระแวงสงสัยรวมทั้งเกลียดชังต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่งหรือหน่วยงานองค์กร สถาบัน และการดำเนินกิจกรรมขององค์กรและอื่นๆ เช่น พนักงาน เจ้าหน้าที่บางคนที่บางคนอาจมีทัศนคติเชิงลบต่อบริษัท ก่อให้เกิดอคติขึ้นในจิตใจของเขาจนพยายามประพฤติดุและปฏิบัติต่อต้านกฎระเบียบของบริษัทอยู่เสมอ

3.3 ประเภทที่สามซึ่งเป็นประเภทสุดท้าย คือ ทักษะที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็นในเรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่งหรือต่อบุคคล หน่วยงาน สถาบัน องค์กร และอื่นๆโดยสิ้นเชิง เช่น นักศึกษาบางคนอาจมีทัศนคติหนึ่งเฉยๆอย่างไม่มีความคิดเห็นต่อปัญหาใดเรื่องกฎระเบียบว่าด้วยรูปแบบของนักศึกษา

ทัศนคติทั้ง 3 ประเภทนี้ บุคคลอาจจะมีเพียงประการเดียวหรือหลายประการก็ได้ขึ้นอยู่กับความมั่นคงในความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อ หรือค่านิยมอื่นๆที่มีต่อบุคคล สิ่งของ การกระทำ หรือสถานการณ์

Katz (1960: 163 – 191) ได้อธิบายถึงหน้าที่หรือกลไกของทัศนคติที่สำคัญไว้ 4 ประการ ดังนี้คือ

1) เพื่อใช้สำหรับการปรับตัว (Adjustment) หมายความว่า ตัวบุคคลทุกคนจะอาศัยทัศนคติเป็นเครื่องยึดถือสำหรับการปรับพฤติกรรมของตนให้เป็นไปในทางที่จะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตนสูงที่สุดและให้มิผลเสียน้อยที่สุด ดังนี้ทัศนคติจึงสามารถเป็นกลไกที่จะสะท้อนให้เห็นถึงเป้าหมายที่พึงประสงค์และไม่พึงประสงค์ของเขาและด้วยสิ่งเหล่านี้เองที่จะทำให้แนวโน้มของพฤติกรรมเป็นไปในทางที่ต้องการมากที่สุด

2) เพื่อป้องกันตัว (Ego – Defensive) โดยปกติในทุกขณะคนทั่วไปมักจะมีแนวโน้มที่จะไม่ยอมรับความจริงในสิ่งซึ่งเป็นที่ยึดแย้งกับความนึกคิดของตน (Self – Image) ดังนี้ ทัศนคติจึงสามารถสะท้อนออกมาเป็น กลไกที่ป้องกันตัวโดยการแสดงออกเป็นความรู้สึก ถูกเหยียดหยามหรือตีฉุฉินินทาคนอื่น และขณะเดียวกันก็จะยกตนเองให้สูงกว่าด้วยการมีทัศนคติที่ถือว่าตนนั้นเหนือกว่าผู้อื่น การก่อตัวที่เกิดขึ้นมาของทัศนคติในลักษณะนี้จะมีลักษณะแตกต่างจากการมีทัศนคติเป็นเครื่องมือในการปรับตัวดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น กล่าวคือทัศนคติจะมีใช้พัฒนาขึ้นมาจากการมีประสบการณ์กับสิ่งนั้นๆโดยตรง หากแต่เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากภายในตัวผู้หนึ่งเองและสิ่งที่เป็นเป้าหมายของการแสดงออกมาซึ่งทัศนคตินั้นก็เป็นเพียงสิ่งที่เขาผู้นั้นหวังใช้เพียงเพื่อการ ระบายความรู้สึกเท่านั้น

3) เพื่อการแสดงความหมายของค่านิยม (Value Expressive) ทัศนคตินั้นเป็นส่วนหนึ่งของค่านิยมต่างๆ และด้วยทัศนคตินี้เองที่จะใช้สำหรับสะท้อนให้เห็นถึงค่านิยมต่างๆในลักษณะที่จำเพาะเจาะจงยิ่งขึ้น ดังนั้น ทัศนคติจึงสามารถใช้สำหรับอธิบายและบรรยายความเกี่ยวกับค่านิยมต่างๆได้

4) เพื่อเป็นตัวจัดระเบียบเป็นความรู้ (Knowledge) ทัศนคติจะเป็นมาตรฐานที่ตัวบุคคลจะสามารถใช้ประเมินและทำความเข้าใจกับสภาพแวดล้อมที่มีอยู่รอบตัวเขา ด้วยกลไกดังกล่าวนี้เองที่ทำให้ตัวบุคคลสามารถรู้และเข้าใจถึงระบบและระเบียบของสิ่งต่างๆที่อยู่ในรอบตัวเขาได้

4. การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Attitude Change)

Kelman (1967: 469) ได้อธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงทัศนคติโดยมีความเชื่อว่าทัศนคติอย่างเดียวกันอาจเกิดในตัวบุคคลด้วยวิธีที่ต่างกัน จากความคิดนี้เฮอร์เบิร์ตได้แบ่งกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติออกเป็น 3 ประการ คือ

4.1 การยินยอม (Compliance) จะเกิดได้เมื่อบุคคลยอมรับสิ่งที่มีอิทธิพลต่อตัวเขา และมุ่งหวังจะได้รับความพอใจจากบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลนั้น การที่บุคคลยอมกระทำตามสิ่งที่อยากให้เขากระทำนั้นไม่ใช่เพราะบุคคลเห็นด้วยกับสิ่งนั้น แต่เป็นเพราะเขาคาดหวังว่าจะได้รับรางวัลหรือการยอมรับจากผู้อื่นในการเห็นด้วยและกระทำตาม ดังนั้นความพอใจที่ได้รับจากการยอมกระทำตามนั้นเป็นผลมาจากอิทธิพลทางสังคม หรืออิทธิพลของสิ่งที่ก่อให้เกิดการยอมรับนั้นกล่าวได้ว่าการยอมกระทำตามนี้เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลง ทัศนคติซึ่งจะมีพลังผลักดันให้บุคคลยอมกระทำตามมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับจำนวนหรือความรุนแรงของรางวัลและการลงโทษ

4.2 การเลียนแบบ (Identification) เกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้น ซึ่งการยอมรับนี้เป็นผลมาจากการที่บุคคลต้องการจะสร้างความสัมพันธ์ที่ดีหรือที่พอใจระหว่างตนเองกับผู้อื่นหรือกลุ่มบุคคลอื่น จากการเลียนแบบนี้ทัศนคติของบุคคลจะเปลี่ยนไปมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับสิ่งเร้าให้เกิดการเลียนแบบ กล่าวได้ว่าการเลียนแบบเป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติซึ่งพลังผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนี้จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความน่าโน้มน้าวใจของสิ่งเร้าที่มีต่อบุคคลนั้น การเลียนแบบจึงขึ้นอยู่กับพลัง (Power) ของผู้ส่งสาร บุคคลจะรับเอาบทบาททั้งหมดของคนอื่นมาเป็นของตนเองหรือแลกเปลี่ยนบทบาทซึ่งกันและกัน บุคคลจะเชื่อในสิ่งที่ตัวเองเลียนแบบแต่ไม่รวมถึงเนื้อหาและรายละเอียดในการเลียนแบบทัศนคติของบุคคลจะเปลี่ยนไปมาก หรือน้อยขึ้นอยู่กับสิ่งเร้าที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

4.3 ความต้องการที่อยากจะเปลี่ยน (Internalization) เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับสิ่งที่มีอิทธิพลเหนือกว่าซึ่งตรงกับความต้องการภายในค่านิยมของเขา พฤติกรรมที่เปลี่ยนไปในลักษณะนี้จะสอดคล้องกับค่านิยมที่บุคคลมีอยู่เดิม ความพึงพอใจที่ได้จะขึ้นอยู่กับเนื้อหา รายละเอียดของพฤติกรรมนั้นๆ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวถ้าความคิดความรู้สึกและพฤติกรรมถูกกระทบไม่ว่าจะในระดับใดก็ตามจะมีผลต่อการเปลี่ยนทัศนคติ

นอกจากนี้องค์ประกอบต่างๆในกระบวนการสื่อสาร เช่น คุณสมบัติของผู้ส่งสารและผู้รับสาร ลักษณะของข่าวสาร ตลอดจนช่องทางในการสื่อสารล้วนแล้วแต่มีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ทั้งสิ้น นอกจากนี้ทัศนคติของบุคคลเมื่อเกิดขึ้นแล้วแม้จะคงทนแต่ก็ยังสามารถเปลี่ยนได้โดยตัวบุคคล สถานการณ์ ข่าวสาร การชวนเชื่อ และสิ่งต่างๆที่ทำให้เกิดการยอมรับในสิ่งใหม่ แต่จะต้องมีความสัมพันธ์กับค่านิยมของบุคคลนั้นนอกจากนี้อาจเกิดจากการยอมรับโดยการบังคับ เช่น กฎหมายข้อบังคับ

5. ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับพฤติกรรม (Attitude and Behavior)

ทัศนคติกับพฤติกรรมมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน กล่าวคือทัศนคติมีผลต่อการแสดงพฤติกรรมของบุคคล ในขณะที่เดียวกันการแสดงพฤติกรรมของบุคคลก็มีผลต่อทัศนคติของบุคคลด้วย อย่างไรก็ตามทัศนคติเป็นเพียงองค์ประกอบหนึ่งที่ทำให้เกิดพฤติกรรมทั้งนี้เพราะเทรียนดิส (Triandis, 1971) กล่าวว่า พฤติกรรมของบุคคลเป็นผลมาจากทัศนคติ บรรทัดฐานของสังคม นิสัย และผลที่คาด

6. การเปลี่ยนแปลงทัศนคติโดยการสื่อสาร (Attitude Change: Communication)

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526: 5) กล่าวว่า ทัศนคติของบุคคลสามารถถูกทำให้เปลี่ยนแปลงได้หลายวิธีอาจโดยการได้รับข้อมูลข่าวสารจากผู้อื่นหรือจากสื่อต่างๆ ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบของทัศนคติในส่วนของการรับรู้เชิงแนวคิด (Cognitive Component) และเมื่อองค์ประกอบส่วนใดส่วนหนึ่งเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบส่วนอื่นจะมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงด้วย กล่าวคือเมื่อองค์ประกอบของทัศนคติในส่วนของการรับรู้เชิงแนวคิดเปลี่ยนแปลงจะทำให้ องค์ประกอบในส่วนของอารมณ์ (Affective Component) และองค์ประกอบในส่วน of พฤติกรรม (Behavioral Component) เปลี่ยนแปลงด้วยการเปลี่ยนแปลงทัศนคติโดยการสื่อสารพิจารณาจากแบบจำลองการสื่อสารของ ลาสเวล (Lasswell, 1948) ซึ่งได้วิเคราะห์กระบวนการสื่อสารในรูปของ ใคร พูดอะไร กับใคร อย่างไร และได้ผลอย่างไร ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็นตัวแปรต้นและตัวแปรตาม กล่าวคือ ใคร (ผู้ส่งสาร) พูดอะไร (สาร) กับใคร (ผู้รับสาร) อย่างไร (สื่อ) ก็คือตัวแปรต้น ส่วนได้ผลอย่างไร (ผลของการสื่อสาร) ก็คือ ตัวแปรตาม

McGuire (no date อ้างใน อรรถธรณ์ ปิณฑน์โอวาท, 2537) กล่าวว่าตัวแปรทั้ง 4 ประการข้างต้นนี้ก่อให้เกิดตัวแปรตามคือผลของการสื่อสารเป็นไปตามลำดับขั้น 5 ขั้นหลักคือ

- 1) ความตั้งใจ/ความสนใจ (Attention)
- 2) ความเข้าใจ (Comprehension)
- 3) การยอมรับต่อสาร (Yielding)
- 4) การเก็บจำสารไว้ (Retention)
- 5) การกระทำ (Action)

โดยผู้รับสารต้องผ่านไปถึงขั้นเพื่อที่การสื่อสารจะสามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ครบถ้วนตามกระบวนการ ซึ่งในสภาพการณ์ปกติขั้นตอนแรกๆจะต้องเกิดขึ้นก่อนเพื่อที่ขั้นตอนต่อไปจะเกิดขึ้นได้ การเปลี่ยนแปลงทัศนคติโดยใช้อิทธิพลทางสังคม (Attitude Change: Social Influence) อิทธิพลทางสังคมมีผลอย่างมากต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและการตัดสินใจ เพราะในขณะตัดสินใจย่อมมีกลุ่มบุคคลที่มีความสำคัญต่อผู้ป่วยเข้ามาเกี่ยวข้องได้แก่บุคคลในครอบครัวญาติพี่น้อง และเพื่อนฝูง เป็นต้น

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรม (KAP)

ทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับตัวแปร 3 ตัว คือ ความรู้ (Knowledge) ทศนคติ (Attitude) และการยอมรับปฏิบัติ (Practice) ของผู้รับสารอันอาจมีผลกระทบต่อสังคมต่อไปจากการรับสารนั้นๆ การเปลี่ยนแปลงทั้งสามประเภทย่อมเกิดขึ้นในลักษณะต่อเนื่อง กล่าวคือเมื่อผู้รับสารได้รับสารก็จะทำให้เกิดความรู้ เมื่อเกิดความรู้ขึ้นก็จะไปมีผลทำให้เกิดทศนคติและขั้นสุดท้าย คือ การก่อให้เกิดการกระทำทฤษฎีนี้อธิบายการสื่อสารหรือสื่อมวลชนว่า เป็นตัวแปรต้นที่สามารถเป็นตัวนำการพัฒนาเข้าไปสู่ชุมชนได้ด้วย การอาศัย KAP เป็นตัวแปรตามในการวัดความสำเร็จของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533: 118)

จะเห็นว่าสื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญในการนำข่าวสารต่างๆ ไปเผยแพร่เพื่อให้ประชาชนในสังคมได้รับทราบว่าจะมีปัญหาคืออะไร เมื่อประชาชนได้รับทราบข่าวสารนั้นๆ ย่อมก่อให้เกิดทศนคติและเกิดพฤติกรรมต่อไป ซึ่งมีลักษณะสัมพันธ์กันเป็นลูกโซ่เป็นที่ยอมรับกันว่าการสื่อสารมีบทบาทสำคัญในการดำเนินโครงการต่างๆ ให้บรรลุผลสำเร็จตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ การที่คนเดินเท้ามีพฤติกรรมปฏิบัติตามกฎจราจรได้ก็ต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมืออันสำคัญในการเพิ่มพูนความรู้ สร้างทศนคติที่ดีและเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปในทางที่เหมาะสม โดยผ่านสื่อชนิดต่างๆ ไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมายซึ่งต้องประกอบด้วย (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533 : 120-121) ความรู้ (Knowledge) เป็นการรับรู้เบื้องต้นซึ่งบุคคลส่วนมากจะได้รับผ่านประสบการณ์โดยการเรียนรู้ จากการตอบสนองต่อสิ่งเร้า (S-R) แล้วจัดระบบเป็นโครงสร้างของความรู้ที่ผสมผสานระหว่างความจำ (ข้อมูล) กับสภาพจิตวิทยา ด้วยเหตุนี้ความรู้จึงเป็นความจำที่เลือกสรรซึ่งสอดคล้องกับสภาพจิตใจของตนเอง ความรู้จึงเป็นกระบวนการภายใน อย่างไรก็ตามความรู้ก็อาจส่งผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกของมนุษย์ได้และผลกระทบที่ผู้รับสารเชิงความรู้ในทฤษฎีการสื่อสารนั้นอาจปรากฏได้จากสาเหตุ 5 ประการคือ

1. การตอบข้อสงสัย (Ambiguity Resolution) การสื่อสารมักจะสร้างความสับสนให้สมาชิกในสังคม ผู้รับสารจึงมักแสวงหาสารสนเทศโดยการอาศัยสื่อทั้งหลายเพื่อตอบข้อสงสัยและความสับสนของตน
2. การสร้างทัศนคติ (Attitude Formation) ผลกระทบเชิงความรู้ต่อการปลูกฝังทัศนคตินั้นส่วนมากนิยมใช้กับสารสนเทศที่เป็นนวัตกรรม เพื่อสร้างทัศนคติ ให้คนยอมรับการแพร่วัตกรรมนั้นๆ (ในฐานะความรู้)
3. การกำหนดวาระ (Agenda Setting) เป็นผลกระทบเชิงความรู้ที่สื่อกระจายออกไปเพื่อให้ประชาชนตระหนักและผูกพันกับประเด็นวาระที่สื่อกำหนดขึ้น หากตรงกับภูมิหลังของปัจเจกชนและค่านิยมของสังคมแล้ว ผู้รับสารก็จะเลือกสารสนเทศนั้น

4. การพอกพูนระบบความเชื่อ (Expansion of Belief System) การสื่อสารสังคมมักกระจายความเชื่อ ค่านิยม และอุดมการณ์ด้านต่างๆไปสู่ประชาชน จึงทำให้ผู้รับสารรับทราบระบบความเชื่อถือ หลากหลาย และลึกซึ้งไว้ในความเชื่อของตนมากขึ้นไปเรื่อยๆ

5. การรู้แจ้งต่อค่านิยม (Value Clarification) ความขัดแย้งในเรื่องค่านิยมและอุดมการณ์เป็นภาวะปกติของสังคม สื่อมวลชนที่นำเสนอข้อเท็จจริงในประเด็นเหล่านี้นิยมทำให้ประชาชนผู้รับสารเข้าใจถึงค่านิยมเหล่านั้นจนชัดเจนขึ้น

Good (1973: 325 อ้างใน โสภิตสุตา มงคลเกษม, 2539: 42) กล่าวว่าความรู้เป็นข้อเท็จจริง (facts) ความจริง (truth) เป็นข้อมูลที่มนุษย์ได้รับและเก็บรวบรวมจากประสบการณ์ต่างๆ การที่บุคคลยอมรับหรือปฏิเสธสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้อย่างมีเหตุผล บุคคลควรจะต้องรู้เรื่องเกี่ยวกับสิ่งนั้นเพื่อประกอบการตัดสินใจ นั่นก็คือบุคคลจะต้องมีข้อเท็จจริงหรือข้อมูลต่างๆที่สนับสนุนและให้คำตอบข้อสงสัยที่บุคคลมีอยู่ชี้แจงให้บุคคลเกิดความเข้าใจและทัศนคติที่ดีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งรวมทั้งเกิดความตระหนักความเชื่อและค่านิยมต่างๆด้วย

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2520: 16) กล่าวว่าความรู้เป็นพฤติกรรมขั้นต้นซึ่งผู้เรียนเพียงแต่จำได้ อาจจะได้จากการนึกได้หรือโดยการมองเห็นหรือได้ยิน จำได้ ความรู้ขั้นนี้ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับคำจำกัดความ ความหมาย ข้อเท็จจริง ทฤษฎี กฎ โครงสร้าง และวิธีการแก้ปัญหาเหล่านี้

Meredith (1961: 10) ได้พูดถึงความรู้ว่า จำเป็นต้องมียอดประกอบ 2 ประการ คือ ความเข้าใจ (Understanding) และการคงอยู่ (Retaining) เพราะความรู้ หมายถึง ความสามารถจดจำได้ในบางสิ่งบางอย่างที่เราเข้าใจมาแล้ว

River et al. (1971: 283 อ้างถึงใน ประมว สตะเวทิน, 2540: 116-117; Burgoon, 1974: 64) ได้กล่าวถึงการศึกษาหรือความรู้ (Knowledge) ว่าเป็นลักษณะอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกันในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาที่ต่างกัน ในสาขาวิชาที่ต่างกันจึงย่อมมีความรู้สึนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่าง กันไป คนที่มีการศึกษาสูงหรือมีความรู้ดีจะได้เปรียบอย่างมากในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะคนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวางในหลายเรื่องมีความเข้าใจศัพท์มากและมีความเข้าใจสารได้ดี แต่คนเหล่านี้มักจะเป็นคนที่ไม่ค่อยเชื่ออะไรง่ายๆ

การเกิดความรู้ไม่ว่าระดับใดก็ตามย่อมมีความสัมพันธ์กับความรู้สึนึกคิดซึ่งเชื่อมโยงกับการเปิดรับข่าวสารของบุคคลนั่นเอง รวมไปถึงประสบการณ์และลักษณะทางประชากร (การศึกษา เพศ อายุ ฯลฯ) ของแต่ละคนที่เป็นผู้รับข่าวสาร ถ้าประกอบกับการที่บุคคลมีความพร้อมในด้านต่างๆ เช่น มีการศึกษามีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎจราจร ก็มีโอกาที่จะมีความรู้ในเรื่องนี้ และสามารถเชื่อมโยงความรู้นั้นเข้ากับสภาพแวดล้อมได้ สามารถระลึกได้ รวบรวมสาระสำคัญเกี่ยวกับกฎจราจร รวมทั้งสามารถวิเคราะห์ สังเคราะห์ รวมทั้งประเมินผลได้ต่อไป และเมื่อประชาชนเกิดความรู้เกี่ยวกับ

กฎจรรยาไม่ว่าจะในระดับใดก็ตามสิ่งที่เกิดตามมาก็คือ ทศนคติความคิดเห็นในลักษณะต่างๆ (ดราวรรณ ศรีสุโกโส, 2542 : 41)

ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่ของสื่อมวลชน

กาญจนา แก้วเทพ และ วิลาสินี พิพิธกุล (2539: 10) กล่าวว่า ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่ของสื่อมวลชนเป็นแนวทางการศึกษาแบบหนึ่งที่ใช้ศึกษาสื่อมวลชน ทฤษฎีนี้จัดอยู่ในประเภททฤษฎีทางสังคมวิทยาซึ่งเป็นการพยายามอธิบายถึงกิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้นอย่างซ้ำซากและกิจกรรมต่างๆเหล่านี้ถูกรวบรวมจัดขึ้นในรูปของความเป็นสถาบันด้วยเหตุผลในแง่ "ความจำเป็น" ของสังคม

สังคมนั้นถูกพิจารณาว่าเป็นระบบหนึ่งที่ส่วนต่างๆหรือระบบย่อยมีความเกี่ยวพันติดต่อกันซึ่งสื่อมวลชนก็เป็นส่วนหนึ่งของระบบด้วยระบบย่อยๆเหล่านี้แต่ละระบบจะช่วยกันผดุงรักษาระบบใหญ่เอาไว้ ในทฤษฎีนี้สื่อมวลชนถูกเน้นว่าเป็นตัวเชื่อมเพื่อทำให้เกิดการรวมตัวกันเข้าของทุกส่วนในสังคมเพื่อความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของสังคม สื่อมวลชนพยายามที่จะสนองต่อความต้องการของสมาชิกในสังคมทั้งที่เป็นรายบุคคลและที่เป็นกลุ่มก้อนอย่างสม่ำเสมอผลก็คือสื่อมวลชนได้ทำประโยชน์ให้แก่สังคมโดยไม่ได้ตั้งใจในแง่ที่สามารถรวมสมาชิกทั้งหมดเข้าไว้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ดังนั้นทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่จึงไม่ต้องยึดกับฐานคติที่เกี่ยวกับว่า สื่อมวลชนเป็นผู้ชี้แนะทางอุดมการณ์ที่ถูกกำหนดมาจากสถาบันอื่นในสังคมแต่สื่อมวลชนได้เป็นทั้งผู้ชี้แนะและผู้แก้ไขด้วยตัวของสื่อมวลชนเองภายใต้กฎเกณฑ์บางประการที่กำหนดมาจากสถาบันที่ควบคุมตัวสื่อมวลชนอยู่ ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่จึงแตกต่างจากทฤษฎีแนวความคิดเชิงมาร์กซิสต์ทั้งหลายอยู่หลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความแตกต่างในเรื่องของความไม่อคติ การไม่เอาตัวผู้ศึกษาเข้าไปเกี่ยวข้องกับเรื่องที่ตนศึกษา และการนำไปใช้ได้โดยทั่วไป ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่ไม่ได้มีความเกี่ยวข้องกับเรื่องทางการเมืองจึงเข้ากันได้กับโครงสร้างความคิดพื้นฐานทางด้านสังคมของกลุ่มพหุนิยมกับกลุ่มสมัครใจนิยม และทฤษฎีนี้ยังมีแนวที่เป็นอคติในแบบอนุรักษนิยมที่ต้องการให้สื่อมวลชนมีภารกิจในการผดุงรักษาสังคมมากกว่าที่จะเป็นตัวทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

นอกจากนี้แล้วในส่วนของทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่ยังเป็นทฤษฎีที่พยายามอธิบายถึงแนวความคิดที่ว่าสังคมคาดหวังที่จะได้รับอะไรบ้างจากกิจกรรมของสื่อมวลชน นั่นก็คือการกล่าวถึงภารกิจต่างๆของสื่อมวลชนทางด้านสังคมไม่ว่าจะเป็นบทบาทของสื่อมวลชนในแง่ที่เป็นตัวผลักดันให้เกิดการเคลื่อนไหวภายในสังคม ซึ่งเกือบทุกหนแห่งสื่อมวลชนมักถูกคาดหวังว่า เป็นตัวที่ปกป้องผลประโยชน์ของประเทศและให้การสนับสนุนค่านิยมหลักบางประการรวมทั้งรูปแบบของพฤติกรรมบางอย่างโดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาวะสงครามหรือยามวิกฤตในสังคมที่กำลังพัฒนาและในรัฐสังคมนิยม

บางรัฐบาลบาทหลักต้นให้เกิดการเคลื่อนไหวในสังคมมักจะถูกมอบหมายให้เป็นการกิจของสื่อมวลชน ซึ่งสามารถแยกพิจารณาภารกิจของสื่อมวลชนได้ดังต่อไปนี้

ภารกิจหรือหน้าที่พื้นฐานของสื่อมวลชนต่อสังคม ซึ่งสื่อมวลชนจะมีหน้าที่พื้นฐานต่อสังคม ดังนี้

1. ด้านสารสนเทศหรือให้ข่าวสาร (Information)

1.1 สื่อมวลชนมีหน้าที่ในการให้ข่าวสารหรือให้สาระเกี่ยวกับเหตุการณ์ และสภาพ หรือเงื่อนไขของสังคมและสถานการณ์ของโลก

1.2 สื่อมวลชนมีหน้าที่ในการบ่งชี้ถึงความสัมพันธ์ของอำนาจ

1.3 สื่อมวลชนมีหน้าที่ในการเผยแพร่วัฒนธรรม การปรับปรุงคุณภาพชีวิตและการพัฒนา (ความก้าวหน้า)

2. แสดงความสัมพันธ์หรือความเกี่ยวพัน (Correlation)

2.1 ให้คำอธิบาย แปลความหมายและให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความหมายของ เหตุการณ์และข่าวสาร

2.2 ให้การสนับสนุนต่อองค์การต่างๆ (ผู้ที่อยู่ในอำนาจ) ในสังคมและปทัสถานที่มี อยู่

2.3 ให้การอบรมบ่มนิสัยทางสังคม

2.4 ประสานสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมต่างๆในสังคมให้เข้าด้วยกัน

2.5 สร้างความสมานฉันท์ หรือสร้างประชาชาติ

2.6 จัดลำดับความสำคัญของชนชั้นต่างๆในสังคมหรือเป็นการกำหนดระดับ ความสำคัญและระบุสถานการณ์ที่แตกต่างกัน

3. นำเสนอความต่อเนื่อง (Continuity)

3.1 นำเสนอวัฒนธรรมหลักหรือวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อสังคม ตระหนักหรือ ยอมรับวัฒนธรรมย่อยๆที่เกิดขึ้นในส่วนต่างๆและการพัฒนาวัฒนธรรมใหม่ๆขึ้นมา

3.2 ส่งเสริมและรักษาค่านิยมที่ดี ๆ ในสังคม

4. ให้ความบันเทิง (Entertainment)

4.1 ให้ความสนุกสนาน ความบันเทิง ความหลากหลายและเป็นการพักผ่อนหย่อน ใจหรือเป็นวิธีผ่อนคลายอารมณ์

4.2 ลดความตึงเครียดในสังคม

5. การผลักดันให้เกิดการเคลื่อนไหวในสังคมหรือระดมสรรพกำลังในสังคม (Mobilization)

การรณรงค์โดยมีวัตถุประสงค์เกี่ยวกับเรื่องทางสังคมภายในขอบเขตหรือบรรยากาศทางการเมือง สงคราม การพัฒนาเศรษฐกิจ การทำงานและในบางครั้งก็เป็นเรื่องทางศาสนาทั้งนี้และทั้งนั้นเราควรจะเน้นว่าเราไม่สามารถกำหนดลำดับความสำคัญของจุดมุ่งหมายหรือภาระหน้าที่ของสื่อมวลชนเหล่านี้ได้ และเราก็ไม่สามารถแจกแจงความบ่อยครั้งที่เกิดขึ้นได้ ความสอดคล้องกันระหว่างภารกิจกับเนื้อหาไม่ตรงกันทีเดียว เพราะภารกิจหรือบทบาทหน้าที่อันหนึ่งอาจไปคาบเกี่ยวกับการกิจอีกอันหนึ่ง และจุดมุ่งหมายบางอย่างก็ครอบคลุมกว้างขวางมากกว่าจุดมุ่งหมายอีกอันหนึ่งเกินกว่าขอบเขตงานของสื่อมวลชน

กาญจนา แก้วเทพ และ วิลาสินี พิพิธกุล (2539: 19) กล่าวว่า ทฤษฎีนี้มีแนวทางมาจากทฤษฎีด้านสังคมวิทยาที่มีหลักการพื้นฐานว่า สังคมส่วนรวมประกอบด้วยสังคมสถาบันและระบบย่อยที่ต่างทำหน้าที่ของตนเอง เพื่อให้สังคมโดยรวมสามารถดำรงอยู่และสืบทอดต่อไปได้ สื่อมวลชนก็จัดเป็นสถาบันย่อยอันหนึ่ง การทำหน้าที่ของสื่อมวลชนนั้นจะเห็นได้จากการทำกิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้นซ้ำๆ ต่อเนื่อง และเป็นระบบ

นักทฤษฎีสื่อสารมวลชนหลายท่าน เช่น Lasswell and Wright (no date) ได้ประมวลหน้าที่พื้นฐานของสถาบันสื่อมวลชนพึงกระทำต่อสังคมโดยรวมดังนี้

1. ทำหน้าที่ดุจเป็นยามคอยเฝ้าสอดส่องดูแล อันได้แก่กิจกรรมเผยแพร่ข้อมูลและข่าวสารต่างๆ
2. ทำหน้าที่ตีความและอธิบายเรื่องราวต่างๆ เพื่อประสานความคิดของคนในสังคมให้ดำเนินไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อความมั่นคงเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของสังคมอันได้แก่หน้าที่ให้ความรู้แก่บุคคลต่างๆ
3. ทำหน้าที่สืบทอดมรดกวัฒนธรรมจากคนรุ่นหนึ่งไปยังคนอีกรุ่นหนึ่ง เพื่อให้สังคมมีชีวิตที่ต่อเนื่องยืนยาว
4. ให้ความบันเทิง สร้างสมดุลในชีวิตประจำวันของคนในสังคม
5. ทำหน้าที่ส่งเสริมสนับสนุนกิจการให้ขยายตัว
6. ทำหน้าที่ผลักดันให้สังคมเกิดการเคลื่อนไหว ไม่ว่าจะเป็นการเคลื่อนไหวทางความคิดหรือกิจกรรมเพื่อให้เกิดลักษณะพลวัตภายในสังคม เช่น สื่อมวลชนอาจเปลี่ยนแปลงความคิดของเกษตรกรได้ เป็นต้น

ทฤษฎีการรับรู้

การสื่อสารนั้นจัดได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งในชีวิตของมนุษย์นอกเหนือจากปัจจัยสี่ที่มีความจำเป็นต่อความอยู่รอดของมนุษย์ซึ่งได้แก่ อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่มและยารักษาโรค แม้ว่าการสื่อสารจะไม่ได้มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับความเป็นความตายของมนุษย์เหมือนกับปัจจัยสี่ แต่การที่จะให้ได้มาซึ่งปัจจัยสี่เหล่านั้นย่อมต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมืออย่างแน่นอน มนุษย์ต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจกรรมใดๆ ของตนและเพื่ออยู่ร่วมกับคนอื่นๆ ในสังคม การสื่อสารเป็นพื้นฐานของการติดต่อของกระบวนการสังคมยิ่งสังคมมีความสลับซับซ้อนมาก และประกอบด้วยคนจำนวนมากขึ้นเท่าใดการสื่อสารก็ยิ่งมีความสำคัญมากขึ้นเท่านั้น ทั้งนี้เพราะการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจอุตสาหกรรม และสังคมจะนำมาซึ่งความสลับซับซ้อนหรือความสับสนต่างๆ จนอาจก่อให้เกิดความไม่เข้าใจและไม่แน่ใจแก่สมาชิกของสังคม ดังนั้น จึงต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว (ยุพดี จิตติกุลเจริญ, 2537: 3)

ข่าวสารจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมต่างๆ ของมนุษย์ความต้องการข่าวสารจะเพิ่มมากขึ้นเมื่อบุคคลนั้นต้องการข้อมูลในการตัดสินใจหรือไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง นอกจากนั้นข่าวสารยังเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้เปิดรับมีความทันสมัยสามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ของโลกปัจจุบันได้ดียิ่งขึ้น ดังที่ Atkin (1973: 208) ได้กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมาก ย่อมมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมและเป็นคนทันสมัยทันเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

อย่างไรก็ตามบุคคลจะไม่รับข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านมาสู่ตนทั้งหมดแต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อตน ดังนั้น ข่าวสารที่หลั่งไหลผ่านเข้ามาไปยังบุคคลจากช่องทางต่างๆ นั้นมักจะถูกคัดเลือกตลอดเวลาข่าวสารที่น่าสนใจมีประโยชน์และเหมาะสมตามความนึกคิดของผู้รับสารจะเป็นข่าวสารที่ก่อให้เกิดความสำเร็จในการสื่อสาร (กิตติมา สุรสนธิ, 2533: 46-47) การเลือกสรรข่าวสารของบุคคลเป็นสิ่งที่อธิบายถึงพฤติกรรมการสื่อสารของแต่ละบุคคลว่าความแตกต่างกันทางสภาพส่วนบุคคลหรือสภาพจิตวิทยามีผลต่อการเปิดรับข่าวสาร โดยมีกระบวนการเลือกสรร (Selective Process) ที่แตกต่างกัน

Klapper (1960: 19-25) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วยกลั่นกรอง 4 ขั้นตอนตามลำดับดังต่อไปนี้

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสาร บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น การเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่งตามความสนใจและความต้องการของตน อีกทั้งทักษะและความชำนาญในการรับรู้ข่าวสารของคนเรานั้นก็ต่างกันบางคนถนัดที่จะฟังมากกว่าอ่าน ก็จะชอบฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือ เป็นต้น

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) ผู้เปิดรับข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจหรือ ทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance)

3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้วก็เชื่อว่ารับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสารเสมอไป เพราะคนเรามักเลือกรับรู้และตีความหมายสารแตกต่างกันไปตามความสนใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ ฉะนั้นแต่ละคนอาจตีความเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าว นอกจากจะทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไปยังมีการบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าพอใจของแต่ละบุคคลด้วย

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับ ความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมหรือไม่นำไปถ่ายทอดต่อในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วย หรือเรื่องที่ขัดแย้งค้ำกับความคิดของตนเอง ข่าวสารที่คนเราเลือกจดจำไว้นั้นมักมีเนื้อหาที่จะช่วยส่งเสริมหรือสนับสนุนความรู้สึคนึกคิด ทัศนคติ ค่านิยม หรือความเชื่อของแต่ละคนที่มีอยู่เดิมให้มีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงยากขึ้น เพื่อนำไปใช้เป็นประโยชน์ในโอกาสต่อไป ส่วนหนึ่งอาจนำไปใช้เมื่อเกิดความรู้สึกขัดแย้งและมีสิ่งที่ไม่สบายใจขึ้น

สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลนั้น Hunt and Ruben (1993: 65 อ้างใน ประมว สตะเวทิน, 2541: 122-124) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลไว้ดังนี้

1. ความต้องการ (Need) ปัจจัยที่สำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งในกระบวนการเลือกของมนุษย์คือ ความต้องการความต้องการทุกอย่างของมนุษย์ทั้งความต้องการทางกายและใจทั้งความต้องการระดับสูงและความต้องการระดับต่ำย่อมเป็นตัวกำหนดการเลือกของเรา เราเลือกตอบสนองความต้องการของเราเพื่อให้ได้ข่าวสารที่ต้องการ เพื่อแสดงรสนิยม เพื่อการยอมรับในสังคม เพื่อความพอใจ ฯลฯ

2. ทศนคติและค่านิยม (Attitude and Values) ทศนคติ คือ ความชอบและมีใจโน้มเอียง (Preference and Predisposition) ต่อเรื่องต่างๆ ส่วนค่านิยม คือหลักพื้นฐานที่เรายึดถือเป็นความรู้สึกที่ว่าเราควรจะทำหรือไม่ควรทำอะไรในการมีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมและคนซึ่งทศนคติและค่านิยมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำ

3. เป้าหมาย (Goal) มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมาย มนุษย์ทุกคนกำหนดเป้าหมายในการดำเนินชีวิตทั้งในเรื่องอาชีพ การเข้าสมาคม การพักผ่อน เป้าหมายของกิจกรรมต่างๆ ที่เรากำหนดขึ้นนี้จะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำเพื่อสนองเป้าหมายของตน

4. ความสามารถ (Capability) ความสามารถของเราเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งรวมทั้งความสามารถด้านภาษามีอิทธิพลต่อเราในการที่จะเลือกรับข่าวสาร เลือกตีความหมายและเลือกเก็บเนื้อหาของข่าวนั้นไว้

5. การใช้ประโยชน์ (Utility) กล่าวโดยทั่วไปแล้วเราจะให้ความสนใจและใช้ความพยายามในการที่จะเข้าใจและจดจำข่าวสารที่เราสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

6. สไตล์ในการสื่อสาร (Communication Style) การเป็นผู้รับสารของเรานั้นส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับสไตล์ในการสื่อสารของเรา คือ ความชอบหรือไม่ชอบสื่อบางประเภท ดังนั้นบางคนจึงชอบฟังวิทยุ บางคนชอบดูโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์ ฯลฯ

7. สถานะ (Context) สถานะในที่นี้หมายถึง สถานที่ บุคคล และเวลาที่อยู่ในสถานการณ์การสื่อสาร สิ่งต่างๆเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกของผู้รับสาร การมีคนอื่นอยู่ด้วยมีอิทธิพลตรงต่อการเลือกใช้สื่อและข่าวสาร การเลือกตีความหมายและเลือกจดจำข่าวสาร การที่เราต้องถูกมองว่าเป็นอย่างไร การที่เราคิดว่าคนอื่นมองเราอย่างไร เราเชื่อว่าคนอื่นคาดหวังอะไรจากเรา และการที่คิดว่าคนอื่นคิดว่าเราอยู่ในสถานการณ์อะไร ล้วนแต่มีอิทธิพลต่อการเลือกของเรา

8. ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit) ในฐานะของผู้รับสาร ผู้รับสารแต่ละคนพัฒนานิสัยการรับสารอันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในการรับข่าวสารของเรา เราพัฒนาความชอบสื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง รายการประเภทใดประเภทหนึ่ง ดังนั้นเราจึงเลือกใช้สื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง สนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตีความหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง และเลือกจดจำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

ส่วนขวัญเรือน กิติวัฒน์ (2531: 23-26) มีความเห็นว่าปัจจัยที่ทำให้บุคคลมีการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันคือ

ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคลมีแนวคิดที่ว่าคนเราแต่ละคนมีความแตกต่างเฉพาะตัวบุคคลอย่างมากในด้านโครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างไม่เหมือนกัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อระดับสติปัญญา ความคิด ทักษะคิด ตลอดจนกระบวนการของการรับรู้ การสนใจ ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม เนื่องจากคนเรามักจะยึดติดกับกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่เป็นกลุ่มอ้างอิง (Reference Group) ในการตัดสินใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมใดๆก็ตาม นั่นคือ มักจะคล้อยตามกลุ่มในแง่ความคิด ทักษะคิด และพฤติกรรมเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร เชื่อว่าลักษณะต่างๆ ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ทำให้เกิดความคล้ายคลึงของการเปิดรับเนื้อหาของการสื่อสารรวมถึงการตอบสนองต่อเนื้อหาดังกล่าวไม่แตกต่างกันด้วย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ยุพดี ชัยภักดิ์ (2524) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง “บทบาทของสื่อที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับฝ่ายพันธุ์ใหม่ของสมาชิกนิคมสร้างตนเองลำตะคอง จังหวัดนครราชสีมา” พบว่าระหว่างสื่อบุคคล สื่อการประชุมอบรม การทำไร่นาสัสนิต และสื่อมวลชนนั้น สื่อบุคคลมีบทบาทในการยอมรับนวัตกรรม การเกษตรของสมาชิกนิคมสร้างตนเองลำตะคองมากที่สุด โดยสื่อการประชุมอบรม สื่อมวลชน สื่อการทำไร่นาสัสนิต มีบทบาทต่อการยอมรับนวัตกรรมการเกษตรของสมาชิกนิคมสร้างตนเองลำตะคอง รองลงมาตามลำดับ ทั้งผู้รับนวัตกรรมเร็วและผู้รับนวัตกรรมช้าจะมีความถี่ในการเปิดรับสื่อมวลชนมากกว่าสื่อบุคคล สื่อมวลชนที่เปิดรับได้ทั่วประเทศมีบทบาทในการยอมรับนวัตกรรมการเกษตรของสมาชิกนิคมสร้างตนเองลำตะคองมากกว่าสื่อมวลชนที่เปิดรับในท้องถิ่น

ประชาติสิทธิ์ ใจกว้าง (2552) ได้ศึกษาอิทธิพลของการใช้สื่อเผยแพร่ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการทำเกษตรกรรมของเกษตรกรในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านแห อำเภองาว จังหวัดลำปาง พบว่าสื่อที่มีผลในขั้นรับความรู้ คือ สื่อโทรทัศน์ วิทยุ เกษตรอำเภอ และเกษตรตำบล สื่อที่มีผลต่อการโน้มน้าวใจ คือ บุคคลที่นับถือและเกษตรกรผู้ประสบผลสำเร็จ ในขั้นการตัดสินใจ คือ ปรากฏข่าวบ้าน การฝึกอบรม และการเยี่ยมชมแปลงสาธิต ในขั้นลงมือปฏิบัติคือ การฝึกอบรมและการเยี่ยมชมแปลงสาธิต ในขั้นยืนยัน คือ บุคคลในครอบครัว

ทวีศักดิ์ สุวรรณสินธุ์ (2527) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง “สื่อที่เหมาะสมในการถ่ายทอดความรู้แผนใหม่ทางการเกษตรเพื่อประกอบอาชีพของเกษตรกรอำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา” จากการศึกษาพบว่า สื่อบุคคลและการสาธิตประกอบเป็นสื่อที่ดีที่สุดในการถ่ายทอดเทคโนโลยีทางการเกษตรไปสู่เกษตรกร เกษตรกรเรียนรู้จากสื่อบุคคลคิดเป็นร้อยละ 45.83 ของจริงคิดเป็นร้อยละ 35.83 เอกสารคิดเป็นร้อยละ 12.5 การสาธิตประกอบคิดเป็นร้อยละ 4.17 และทัศนศึกษาดูงานคิดเป็นร้อยละ 1.67 และสื่อที่มีการนำไปใช้มากที่สุดในการถ่ายทอดเทคโนโลยี คือ สื่อบุคคล เอกสารเผยแพร่ และการสาธิตประกอบ ซึ่งสื่อที่ใช้ส่วนใหญ่ได้มาจากการส่งเสริมการเกษตร

ธิดาดาว ภัคดี (2525) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง “บทบาทของสื่อที่มีต่อการยอมรับการเลี้ยงกุ้งก้ามกรามของเกษตรกรจังหวัดกาฬสินธุ์” พบว่าสื่อบุคคลมีบทบาทมากที่สุดในการให้ความรู้ ชักจูงใจ ตัดสินใจ และยืนยันการตัดสินใจของสมาชิกในการเลี้ยงกุ้งก้ามกราม คุณสมบัติของผู้รับนวัตกรรมมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาการยอมรับเร็วและช้าคือ ผู้ที่รับเร็วจะมีคุณสมบัติทางการศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจ การเป็นผู้นำสูงกว่าผู้รับช้า ผู้รับเร็วมีความถนัดในการเปิดรับสื่อมวลชนมากกว่าสื่อบุคคล ส่วนผู้รับช้ามีความถนัดในการเปิดรับสื่อบุคคลมากกว่าสื่อมวลชน

อนุพร สุวรรณวาทกสิกิจ (2531) ได้ทำการศึกษาลงถึงปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพรายการความรู้ทางการเกษตร: กรณีศึกษาเฉพาะสถานีวิทยุ ม.ก. บางเขน พบว่า เกษตรกรรับความรู้ทางการเกษตรจากสื่อมวลชนประเภทวิทยุในระดับมาก ส่วนสื่อมวลชนประเภทเอกสารเผยแพร่ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชนที่ผู้รับฟังได้รับความรู้ทางการเกษตรอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนภาพยนตร์อยู่ในระดับน้อย

นฤชิต แวศรีผ่อง (2531) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง “ความต้องการสื่อของเกษตรกรเพื่อการพัฒนาการเกษตรและชนบทในเขตปฏิรูปที่ดินอำเภอสนามชัยเขต จังหวัดฉะเชิงเทรา” พบว่าสื่อมวลชนที่ผู้นำเกษตรกรและเกษตรกรทั่วไปนิยมมากที่สุด คือ วิทยุ ซึ่งส่วนใหญ่รับฟังแทบทุกวัน และสื่อที่ผู้นำเกษตรกรและเกษตรกรทั่วไปนิยมมากที่สุด คือ การประชุม - บรรยายสำหรับสื่อที่ใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของเกษตรกรที่เกษตรกรได้รับความรู้มากที่สุด คือ การฝึกอบรม ส่วนเอกสารคือสื่อที่ใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของเกษตรกรที่เกษตรกรได้รับความรู้น้อยที่สุด สำหรับสื่อที่ใช้เพื่อกิจกรรมเฉพาะอย่างในการส่งเสริมพบว่าสื่อเอกสารหรือสื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อที่ผู้นำเกษตรกรได้รับความรู้มากที่สุดในการประชุม อบรม และบรรยาย

ธนาวัลย์ ตรีนุสนธ์ (2543) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง ปัญหาและความต้องการทางด้านสื่อของเกษตรกรในจังหวัดกระบี่ พบว่า สื่อที่เกษตรกรมีความต้องการมากที่สุดคือ โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง เจ้าหน้าที่ส่งเสริม ป้ายประกาศ การสาธิตประกอบของจริง ทักษะศึกษาและดูงาน สำหรับสื่อที่เกษตรกรมีความต้องการปานกลาง คือ โปสเตอร์ สื่อสิ่งพิมพ์ ภาพพลิก หอกระจายข่าว เอกสารเผยแพร่ สไลด์ ภาพยนตร์ วีดิทัศน์ และของจำลอง

ผ่องพรรณ พัทธอง (2549) ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่สถานีเกษตรหลวงอ่างขาง โดยการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวไทยที่กำลังเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่เกษตรหลวงอ่างขาง ผลการวิจัยพบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการตื่นตัวมากที่สุด คือ สื่อโทรทัศน์ โดยให้ความสนใจต่อรูปแบบเนื้อหา รายละเอียด เมื่อรับทราบหรือพบเห็นสื่อในภาพรวมอันดับแรก

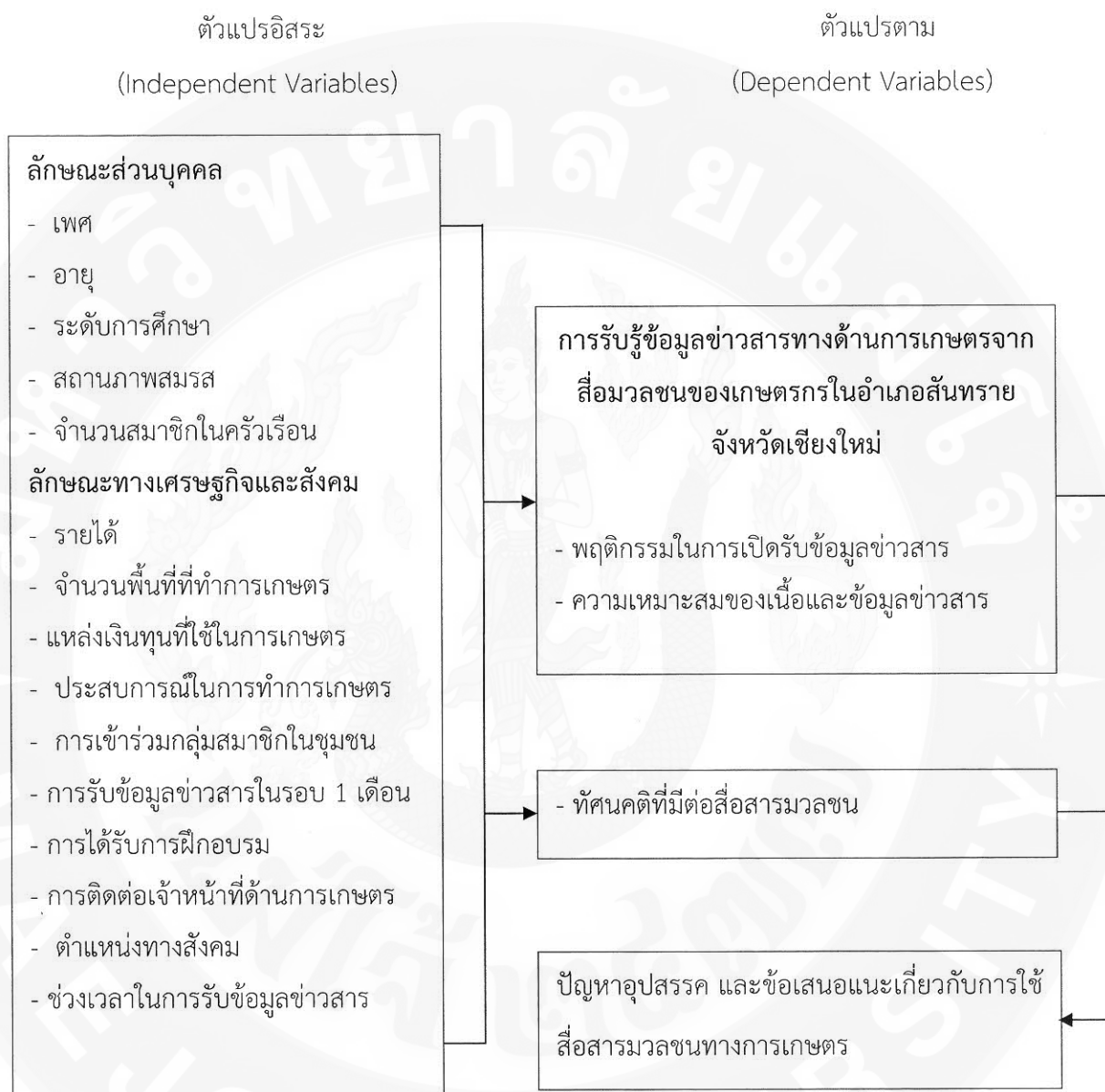
ภาคสรุป

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อมวลชนของเกษตรกรในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่” ผู้วิจัยได้รวบรวมเอกสาร แนวคิด และผลงานวิจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้อง สำหรับเป็นแนวทางในการค้นคว้าศึกษาวิจัยในครั้งนี้สรุปได้ว่า

สื่อมวลชนมีความสำคัญต่อการพัฒนาอย่างมากโดยเฉพาะสื่อมวลชนทางการเกษตรนั้นถือว่ามีความสำคัญกับเกษตรกรซึ่งในปัจจุบันสื่อทางการเกษตรได้เข้ามามีบทบาทในการดำรงชีวิตและเป็นแหล่งค้นคว้าหาความรู้และข้อมูลที่สำคัญของเกษตรกรในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีความสนใจในศึกษาค้นคว้าหาความรู้ใหม่ๆ เพื่อที่จะนำไปพัฒนาศักยภาพในการประกอบอาชีพของเกษตรกรในด้านต่างๆไม่ว่าจะเป็นการปลูกพืช เลี้ยงสัตว์ หรือการทำประมง เพื่อที่จะสามารถนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น เป็นที่ยอมรับกันว่าปัจจุบันสื่อได้เข้ามามีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของเกษตรกรอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เนื่องจากในการทำการเกษตรของเกษตรกรนั้น มีความจำเป็นต้องพึ่งพาสื่อต่างๆเพื่อการศึกษาหาความรู้ แนวคิด และเทคโนโลยีใหม่ๆอยู่ตลอดเวลา เพื่อเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการทำการเกษตรและเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ ซึ่งสื่อแต่ละประเภทนั้นมีคุณสมบัติและข้อจำกัดที่แตกต่างกัน การนำสื่อไปใช้นั้นควรมีการพิจารณาถึงความเหมาะสมอย่างละเอียดถี่ถ้วนก่อนที่จะนำสื่ออื่นๆไปใช้ให้ประโยชน์และเหมาะสมมากที่สุด

ดังนั้นการศึกษาในครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อมวลชนของเกษตรกรในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาสื่อมวลชนให้มีศักยภาพตรงกับความต้องการของเกษตรกรต่อไปในอนาคต

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

จากกรอบแนวคิดการวิจัยที่ได้จากการตรวจสอบเอกสาร แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถตั้งสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชนด้านความเหมาะสมของเนื้อและข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตร

ปัจจัยส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อสื่อมวลชนของเกษตรกรในอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่



บทที่ 3

วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อมวลชนของเกษตรกรในอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ ได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. สถานที่ดำเนินการวิจัย
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การทดสอบเครื่องมือ
6. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล
7. ระยะเวลาในการวิจัย

สถานที่ดำเนินการวิจัย

สถานที่ดำเนินการวิจัยครั้งนี้คือ อำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่มีปัจจัยในหลายๆด้านที่สนับสนุนทั้งด้านการติดต่อสื่อสาร การคมนาคม ระบบสาธารณูปโภค ซึ่งอำนวยความสะดวกในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของเกษตรกร มีจำนวนครัวเรือนเกษตรกรจำนวน 9,709 ครัวเรือน (สำนักงานเกษตรอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่, ม.ป.ป.)

ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ ครัวเรือนเกษตรกรในอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ โดยผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์หัวหน้าครอบครัวเป็นหลัก กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ เกษตรกรในอำเภอสนทรายจำนวน 9,709 ครัวเรือน สำหรับวิธีการสุ่มตัวอย่างครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Random Sampling) โดยมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 สุ่มตัวอย่างแบบง่ายด้วยวิธีการจับสลากจากจำนวนตำบลในอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 12 ตำบล จากการสุ่มแบบจับสลากได้ 6 ตำบล ได้แก่ ตำบลหนองแห้ง ตำบลหนองหาร ตำบลสันพระเนตร ตำบลสันนาเม็ง ตำบลสนทรายหลวงและตำบลป่าไผ่

ขั้นที่ 2 สุ่มตัวอย่างแบบง่ายด้วยวิธีการจับฉลากจำนวน 6 ตำบล ตำบลละ 2 หมู่บ้าน โดยการจับฉลากได้กลุ่มหมู่บ้านตัวอย่างทั้งหมด 12 หมู่บ้านได้แก่ บ้านโป่ง ศรีวังซ้าย พุ่งยาว ป่าลาน สันนาเม็ง สันหลวง สันศรี แม่ดาว ห้วยเกียง พุ่งหมื่นน้อย บอกเปา และพุ่งข้าวตอก

ขั้นที่ 3 สุ่มจำนวนครัวเรือนเกษตรกรกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มอย่างง่าย หลังจากนั้นทำการกำหนดขนาดกลุ่มโดยใช้สูตรของ Taro Yamane (Yamane, no date อ้างใน พิชิต ฤทธิ์จำรูญ, 2544) ในการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างดังนี้

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

โดยที่ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของครัวเรือนเกษตรกรที่ใช้ในการวิจัย

e = ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง

ในที่นี้ผู้วิจัยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 หรือ 0.05 เมื่อแทนค่าในสูตรได้ดังนี้

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

$$n = \frac{1,071}{1+1,071(0.05)^2}$$

$$= 290 \text{ ครัวเรือน}$$

เพราะฉะนั้นขนาดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมจะใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 290 ครัวเรือน ครัวเรือนละ 1 คน จากทั้งหมด 1,071 ครัวเรือน โดยแบ่งตามความเหมาะสมของแต่ละตำบล โดยได้ผลการสุ่มกลุ่มตัวอย่างดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนของเกษตรกรกลุ่มตัวอย่างทั้ง 6 ตำบล ตำบลละ 2 หมู่บ้าน

ลำดับ	ตำบล ตัวอย่าง	หมู่บ้าน ตัวอย่าง	จำนวนครัวเรือน เกษตรกร (ครัวเรือน)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง ที่ทำการคำนวณ (คน)
1	ป่าไผ่	บ้านโป่ง บ้านศรีวังซ้าย	153 110	41 30
2	สันทรายหลวง	บ้านทุ่งยาว บ้านป่าลาน	80 192	22 52
3	สันนาเม็ง	บ้านสันนาเม็ง บ้านสันหลวง	90 51	24 14
4	สันพระเนตร	บ้านสันศรี บ้านแม่ดาว	35 15	9 4
5	หนองหาร	บ้านห้วยเกียง บ้านทุ่งหมื่นน้อย	129 54	35 16
6	หนองแห่	บ้านบอกลา บ้านทุ่งข้าวตอก	93 69	25 18
รวม			1,071	290

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (questionnaire) ที่สร้างตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาที่ได้ระบุไว้ รูปแบบคำถามในแบบสอบถามมี 2 ลักษณะ คือ รูปแบบคำถามปลายปิด (close-ended form) แบบให้เลือกคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงหนึ่งคำตอบหรือหลายคำตอบ และรูปแบบคำถามปลายเปิด (open-ended form) ชนิดให้เติมข้อความลงในช่องว่าง ซึ่งผู้วิจัยเป็นผู้สร้างขึ้นโดยค้นคว้าจากตำราต่างๆพร้อมขอคำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัย โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสถานภาพสมรส จำนวนสมาชิกในครัวเรือน รายได้ จำนวนพื้นที่ทำการเกษตร แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการเกษตร ประสบการณ์ในการทำการเกษตร การเข้าร่วมกลุ่มสมาชิกในชุมชน การรับข้อมูลข่าวสารทาง

การเกษตร การได้รับการฝึกอบรม การติดต่อเจ้าหน้าที่ด้านการเกษตร ตำแหน่งทางสังคม และช่วงเวลาในการรับข้อมูลข่าวสารของเกษตรกรในอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิดและปลายเปิด

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางด้านการเกษตร ประกอบด้วย พฤติกรรมในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตร ความเหมาะสมของเนื้อหาข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตร และทัศนคติที่มีต่อสื่อมวลชนของเกษตรกรในอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ โดยลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิดและปลายเปิด

ตอนที่ 3 ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางด้านการเกษตร จากสื่อสารมวลชนของเกษตรกรในอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ โดยลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายเปิด

การรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสัมภาษณ์และแบบทดสอบที่สร้างขึ้น และผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยใช้แบบสอบถามเกษตรกรในอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ทำการวิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยรวบรวมข้อมูลจากรายงานเอกสารวิชาการและสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยจากห้องสมุดรวมไปถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
3. นำข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์วิเคราะห์ แผลผล และสรุปผลงานวิจัย

การทดสอบเครื่องมือ

ในการวิจัยเรื่องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางด้านการเกษตรจากสื่อมวลชนของเกษตรกรในอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้สามารถวัดสิ่งที่ต้องการจะศึกษาได้อย่างครอบคลุมและแม่นยำ ผู้วิจัยจึงได้ทดสอบเครื่องมือ ดังนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (validity) โดยสร้างแบบสอบถามแล้วนำไปปฐกษการกรมการที่ปรึกษาด้านระเบียบการวิจัย เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของคำถามและครอบคลุมในทุกประเด็นของวัตถุประสงค์ ทั้งในส่วนโครงสร้างเนื้อหาและภาษาที่ใช้ในแบบสอบถามแล้วนำไปแก้ไขปรับปรุงให้สมบูรณ์

2. การทดสอบความเชื่อมั่น (reliability) โดยวิธีการทดลองนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองกับเกษตรกรในอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริงในการวิจัย จำนวน 30 คน แล้วนำไปหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) ซึ่งเป็นการวัดประสิทธิภาพของเครื่องมือว่ามีลักษณะเชื่อถือได้เพียงใด โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของ ครอนบาค (Cronbach's Alpha-coefficient) หลังจากนั้นนำมาวิเคราะห์ข้อคำถาม ปรับปรุง แก้ไข ให้เหมาะสมพร้อมก็นำไปปรีกษากรรมการอีกครั้งเพื่อตรวจสอบก่อนนำไปใช้ในการวิจัยผลการทดสอบ

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{S_t^2} \right)$$

เมื่อ

α = สัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น

n = จำนวนข้อ

$\sum s_i^2$ = ผลรวมของคะแนนความแปรปรวนแต่ละข้อ

S_t^2 = คะแนนแปรปรวนทั้งฉบับ

ในการวิจัยครั้งนี้ กำหนดให้ค่าความเชื่อมั่นที่ได้ต้องมีค่าไม่น้อยกว่า 0.7 (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2534: 152) หมายความว่า เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีค่าความเที่ยงที่น่าเชื่อถือได้และสามารถนำไปทดสอบกับประชากร เวลา และสถานที่อื่นๆที่มีความใกล้เคียงกันได้โดยมีความเชื่อมั่นสูง ในการวิจัยครั้งนี้ได้ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น 0.789

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างในแบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้อง และจัดลำดับข้อมูลเพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาและแจกแจงความถี่ทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical package for the social science: SPSS for windows) เพื่อทำการแจกแจงข้อมูลที่ได้ในแต่ละส่วนดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ สังคมของเกษตรกรในอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) เพื่ออธิบายข้อมูลซึ่งประกอบด้วย ค่าสถิติร้อยละ (percentage) เพื่อแจกแจงความถี่และจัดลำดับ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (arithmetic means) เพื่อวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) เพื่อวัดการกระจายของข้อมูล

ตอนที่ 2 วิเคราะห์การรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อมวลชนของเกษตรกรในอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งหมด 3 ด้าน ดังนี้

วิเคราะห์พฤติกรรมในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เพื่ออธิบายข้อมูลซึ่งประกอบด้วยค่าสถิติร้อยละ (percentage) เพื่อแจกแจงความถี่และจัดลำดับ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (arithmetic means) เพื่อวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) เพื่อวัดการกระจายของข้อมูล

วิเคราะห์ระดับความเหมาะสมของเนื้อหาข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตร โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายข้อมูลโดยใช้คะแนนเฉลี่ย (Mean) โดยใช้มาตรวัดอันดับ (rating scale) เป็นแบบสอบถาม ที่มีลักษณะการตอบเป็นการประเมินความมากน้อย ใช้มาตรวัดของ Likert (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2531: 114) โดยกำหนดให้ โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้ คือ 5 = มากที่สุด 4 = ค่อนข้างมาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด จากนั้นคะแนนที่ผู้ให้ข้อมูลระบุมาคำนวณหาน้ำหนักเฉลี่ย (Weight Mean Score : WMS) โดยมีเกณฑ์ค่าคะแนนเฉลี่ยดังนี้

ระดับความเหมาะสมมากที่สุด	ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 – 5.00
ระดับความเหมาะสมมาก	ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 – 4.20
ระดับความเหมาะสมปานกลาง	ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.61 – 3.40
ระดับความเหมาะสมน้อย	ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.81 – 2.60
ระดับความเหมาะสมน้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.00 – 1.80

วิเคราะห์ระดับทัศนคติที่มีต่อสื่อมวลชนการเกษตรโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายข้อมูลโดยใช้คะแนนเฉลี่ย (Mean) โดยใช้แบบสอบถาม ที่มีลักษณะการตอบเป็นการประเมินความมากน้อย ใช้มาตรวัดของ Likert (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2531: 114) โดยกำหนดให้ โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้ คือ 3 = มาก 2 = ปานกลาง 1 = น้อย จากนั้นนำคะแนนที่ผู้ให้ข้อมูลระบุมาคำนวณหาน้ำหนักเฉลี่ย (Weight Mean Score : WMS) โดยมีเกณฑ์ค่าคะแนนเฉลี่ยดังนี้

ระดับทัศนคติที่มีต่อสื่อสารมวลชนมาก	ค่าคะแนนเฉลี่ย	2.34-3.00
ระดับทัศนคติที่มีต่อสื่อสารมวลชนปานกลาง	ค่าคะแนนเฉลี่ย	1.67-2.33
ระดับทัศนคติที่มีต่อสื่อสารมวลชนน้อย	ค่าคะแนนเฉลี่ย	1.00-1.66

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์การถดถอยพหุ (Multiple Regression) เพื่อทดสอบสมมติฐานโดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมกับระดับความเหมาะสมของเนื้อหาข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตร

ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมกับทัศนคติที่มีต่อ
สื่อมวลชนของเกษตรกรในอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 4 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูล
ข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อสารมวลชนของเกษตรกรในอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่



บทที่ 4

ผลการวิจัยและวิจารณ์

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งเน้นศึกษาเรื่องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อมวลชนของเกษตรกรในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเกษตรกรจำนวน 290 ราย ดำเนินการวิเคราะห์ แผลผล นำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบตาราง ข้อมูลประกอบคำบรรยายและวิจารณ์ผลการวิจัยในขอบเขตของข้อมูลที่รวบรวมมาได้ ดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมของเกษตรกรในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 2 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อมวลชนของเกษตรกรในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมกับความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสาร

ตอนที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมกับทัศนคติที่มีต่อสื่อมวลชนของเกษตรกรในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 5 ปัญหาอุปสรรค ตลอดจนข้อเสนอแนะของเกษตรกรในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อมวลชนของเกษตรกรในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมของเกษตรกรในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนบุคคล

ลักษณะส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ และระดับการศึกษามีรายละเอียดดังนี้

เพศ

จากการศึกษาพบว่า เกษตรกรผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 75.2 และเป็นเพศหญิงร้อยละ 24.8 (ตารางที่ 2)

จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าเพศชายนั้นเป็นกลุ่มที่มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรมาก ยังเป็นตัวแทนของครอบครัวในการให้ข้อมูลด้านต่างๆ ในฐานะหัวหน้าครอบครัวที่มีอำนาจหน้าที่ มีบทบาทในการตัดสินใจมากกว่าฝ่ายหญิง

อายุ

จากผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 38.6 รองลงมาคือ 31-40 ปี ร้อยละ 28.6 อายุมากกว่า 50 ปี ร้อยละ 19.3 อายุ 21-30 ปี ร้อยละ 10.7 และอายุไม่เกิน 20 ปี ร้อยละ 2.8 เกษตรกรผู้ให้ข้อมูลมีอายุดำสุดอยู่ที่ 17 ปี และอายุสูงสุดอยู่ที่ 68 ปี มีอายุเฉลี่ยอยู่ที่ 40.72 (SD= 9.99) (ตารางที่ 2)

จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าเกษตรกรมีอายุอยู่ในวัยกลางคนซึ่งเป็นวัยที่สั่งสมประสบการณ์ความรู้ไว้มาก ดังนั้นจึงมีโอกาสนำประสบการณ์ความรู้ไปใช้ในการตัดสินใจและแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้ดีกว่าผู้ที่มีอายุและประสบการณ์น้อยกว่า

ระดับการศึกษา

จากการศึกษาพบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ จบการศึกษาประถมศึกษาชั้นบังคับ มากที่สุดร้อยละ 51.0 รองลงมาคือ มัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 23.4 มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. ร้อยละ 14.5 ไม่ได้รับการศึกษา ร้อยละ 7.9 อนุปริญญาหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ร้อยละ 1.7 และปริญญาตรีขึ้นไป ร้อยละ 1.4 (ตารางที่ 2)

จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า เกษตรกรผู้ให้ข้อมูลมีระดับการศึกษาในระดับประถมศึกษาชั้นบังคับ เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่มีฐานะยากจนและในอดีตมีการกำหนดการศึกษาภาคบังคับไว้เพียงระดับประถมศึกษา เมื่อจบการศึกษาแล้วจึงต้องออกมาช่วยเหลืองานในครอบครัวซึ่งส่วนใหญ่เป็นงานเกษตรกรรม ทำให้ได้รับการศึกษาเพียงแค่ชั้นประถมศึกษาชั้นบังคับเท่านั้น

ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ บุญสม วราเอกศิริ (2529) ที่ระบุว่าสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ประชากรในชนบทเกษตร มีการศึกษาต่ำหรือขาดมาตรฐานการศึกษา เนื่องมาจากว่าชนบทเกษตรนั้นมักอยู่ห่างไกลความเจริญ ขาดแคลนสถานศึกษา รวมทั้งส่วนใหญ่มีปัญหาเรื่องรายได้ ทำให้ไม่มีเงินเรียนต่อ

สถานภาพ

การศึกษาสถานภาพของผู้ให้ข้อมูลพบว่าร้อยละ 78.6 มีสถานภาพสมรส เป็นหม้ายหรือหย่าร้างร้อยละ 10.1 และมีสถานภาพโสดร้อยละ 10.1 (ตารางที่ 2)

จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นบุคคลที่มีสถานภาพสมรสแล้ว ซึ่งผู้ที่สมรสแล้วย่อมต้องการสร้างฐานะทางครอบครัวให้มั่นคงและสามารถสร้างเสริมชีวิตให้ประสบความสำเร็จได้ เพราะการสมรสทำให้มีความรู้สึกนึกคิดที่สุขุมมีเหตุผลมากยิ่งขึ้น มีความรับผิดชอบสูงขึ้น และยังช่วยในการดำเนินกิจกรรมต่างๆในครอบครัว

จำนวนสมาชิกในครัวเรือน

การศึกษาจำนวนสมาชิกในครัวเรือนของผู้ให้ข้อมูลพบว่า ผู้ให้ข้อมูลร้อยละ 63.4 มีสมาชิกในครัวเรือนอยู่ในช่วงระหว่าง 3-4 คน รองลงมาร้อยละ 20.0 มีสมาชิกในครัวเรือนตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป และมีเพียงร้อยละ 16.6 ที่มีสมาชิกในครัวเรือนอยู่ในช่วงระหว่าง 1-2 คน

จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนอยู่ในช่วงระหว่าง 3-4 คน เนื่องจากสังคมไทยในปัจจุบันที่คนส่วนใหญ่นิยมมีบุตรไม่เกิน 2 คน ซึ่งสอดคล้องกับ วโรทัย โกศลพิศิษฐ์กุล (2550: ระบบออนไลน์) ที่กล่าวว่า สถานภาพทั่วไปของเกษตรกรไทยที่ชัดเจน คือพบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 51 ปี จบการศึกษาระดับประถมศึกษา มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 4 คน

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูลจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

(n = 290)

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	218	75.2
หญิง	72	24.8
อายุ (ปี)		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20	8	2.8
21 – 30	31	10.7
31 – 40	83	28.6
41 – 50	112	38.6
50 ปีขึ้นไป	56	19.3
$\bar{X} = 40.72$	Min – Max = 17 – 68	SD = 9.99
ระดับการศึกษา		
ไม่ได้รับการศึกษา	23	7.9
ประถมศึกษา	148	51.0
มัธยมศึกษาตอนต้น	68	23.4
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	42	14.5
อนุปริญญา / ปวส.	5	1.7
ปริญญาตรีขึ้นไป	2	1.4
สถานภาพ		
โสด	31	10.7
สมรส	228	78.6
หม้ายหรือหย่าร้าง	31	10.7
จำนวนสมาชิกครัวเรือน		
1 – 2 คน	48	16.6
3 – 4 คน	184	63.4
5 คนขึ้นไป	58	20.0
$\bar{X} = 3.76$	Min – Max = 1-7	SD = 1.21

ลักษณะทางเศรษฐกิจ

ในการศึกษาลักษณะทางเศรษฐกิจ ประกอบด้วย รายได้ จำนวนที่ดินทำกิน แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการเกษตร มีรายละเอียดดังนี้

รายได้ของครอบครัว

จากการศึกษาพบว่า เกษตรกรผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท ร้อยละ 68.6 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ร้อยละ 17.9 รายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท ร้อยละ 12.8 และรายได้ต่อเดือนมากกว่า 15,001 ขึ้นไป ร้อยละ 0.7 เกษตรกรผู้ให้ข้อมูลมีรายได้ต่ำสุดอยู่ที่ 1,000 บาทต่อเดือน และสูงสุดอยู่ที่ 20,000 บาทต่อเดือน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 7,787 บาท ($SD = 3,156.92$) (ตารางที่ 3)

จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีรายได้จากการเกษตรค่อนข้างต่ำ เนื่องจากภาคเกษตรกรรมไม่มีความแน่นอนทางด้านรายได้เพราะต้องอาศัยสภาพดิน ฟ้า อากาศ และปัจจัยในหลายๆด้าน

จำนวนที่ดินทำกิน

จากการศึกษาพบว่า เกษตรกรมีพื้นที่ในการทำการเกษตรส่วนมากอยู่ที่ 6-10 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 35.5 จำนวนที่ดินอยู่ที่ 11-15 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 21.0 จำนวนที่ดินอยู่ที่ 1-5 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 17.2 จำนวนที่ดินอยู่ที่ 16-20 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 14.5 และตั้งแต่ 21 ไร่ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 11.7 เกษตรกรมีพื้นที่ต่ำสุดในการผลิตอยู่ที่ 2 ไร่ สูงสุดอยู่ที่ 36 ไร่ เฉลี่ยเกษตรกรมีที่ดิน 11.84 ไร่ ($SD = 6.82$) (ตารางที่ 3)

จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีจำนวนพื้นที่ในการเกษตรค่อนข้างมาก ทั้งนี้เนื่องจากที่ดินส่วนใหญ่ได้รับสืบทอดมาจากบรรพบุรุษ

แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการเกษตร

จากการศึกษาพบว่า เกษตรกรทั้งหมด (ร้อยละ 100) ใช้ทุนส่วนตัวของตนเองในการลงทุนทำการเกษตร รองลงมาคือกู้จากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ร้อยละ 36.2 กู้เงินจากกองทุนหมู่บ้าน ร้อยละ 6.6 และอื่นๆ (เช่น กู้หนึ่นกระบะบ) ร้อยละ 1.7 (ตารางที่ 3)

จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า เกษตรกรทั้งหมดใช้เงินส่วนตัวของตนเองในการลงทุนทำการเกษตร ทั้งนี้เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่ทำการเกษตรลักษณะไร่นาสวนผสม มีการปลูกพืชต่างๆหลายชนิดในแต่ละปี เช่น ปลูกข้าว มะม่วง ลำไย หรือพืชผักต่างๆ ซึ่งจะก่อให้เกิดรายได้ให้แก่เกษตรกรอย่างต่อเนื่อง สำหรับการกู้ยืมจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร กองทุน

หมู่บ้าน หรือจากหนี้ในระบบจะเป็นลักษณะของการยืมมาใช้ในการผลิตในช่วงที่เงินทุนส่วนตัวไม่เพียงพอ ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นแหล่งเงินทุนที่เกษตรกรสามารถเข้าถึงได้ง่าย

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูลจำแนกตามลักษณะทางเศรษฐกิจ

(n = 290)

ลักษณะทางเศรษฐกิจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รายได้ของเกษตรกร		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	52	17.9
5,001 – 10,000 บาท	159	68.6
10,001 – 15,000 บาท	37	12.8
มากกว่า 15,000 บาทขึ้นไป	2	0.7
$\bar{X} = 7,787.93$	Min – Max = 1,000 – 20,000	SD = 3,156.92
จำนวนที่ดิน		
1 – 5 ไร่	50	17.2
6 – 10 ไร่	103	35.5
11 – 15 ไร่	61	21.0
16 – 20 ไร่	42	14.5
มากกว่า 20 ไร่ขึ้นไป	34	11.7
$\bar{X} = 11.84$	Min – Max = 2 – 36	SD = 6.82
แหล่งเงินทุนที่ใช้		
ทุนส่วนตัว	290	100
ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.)	105	36.2
กองทุนหมู่บ้าน	19	6.6
อื่นๆ (เช่น หนี้นอกระบบ)	5	1.7

ลักษณะทางสังคม

ลักษณะทางเศรษฐกิจ ที่ทำการศึกษได้แก่ ประสบการณ์ในการประกอบอาชีพ เกษตรกรรม การเข้าร่วมเป็นสมาชิกในกลุ่มต่างๆ การรับข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรในรอบ 1 เดือน ประสบการณ์ในการฝึกอบรมด้านการเกษตร การติดต่อเจ้าหน้าที่ด้านการเกษตร ตำแหน่งทางสังคม และช่วงเวลาในการรับข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อมวลชน

ประสบการณ์ในการประกอบอาชีพเกษตรกรรม

จากการศึกษาพบว่าเกษตรกรผู้ให้ข้อมูลมีประสบการณ์ในการประกอบอาชีพเกษตรกรรมมากที่สุดอยู่ระหว่าง 21 – 30 ปี ร้อยละ 30.3 รองลงมา มีประสบการณ์ในการประกอบอาชีพเกษตรกรรมอยู่ระหว่าง 11 - 20 ปี ร้อยละ 25.5 มีประสบการณ์ในการประกอบอาชีพเกษตรกรรมอยู่ระหว่าง 1 – 10 ปี ร้อยละ 20.7 มีประสบการณ์ในการประกอบอาชีพเกษตรกรรมอยู่ระหว่าง 31 – 40 ปี ร้อยละ 16.9 และมีประสบการณ์ในการประกอบอาชีพเกษตรกรรมมากกว่า 41 ปีขึ้นไป ร้อยละ 6.6 มีประสบการณ์ เกษตรกรมีประสบการณ์น้อยที่สุด 2 ปี มากสุด 55 ปี เฉลี่ยเกษตรกรมีประสบการณ์อยู่ที่ 22.08 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 11.91 (ตารางที่ 4)

จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า เกษตรกรมีประสบการณ์ในการทำเกษตรค่อนข้างสูง เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่ยึดอาชีพเกษตรกรรมเป็นอาชีพหลักที่สืบทอดมาตั้งแต่สมัยบรรพบุรุษ

การเข้าร่วมเป็นสมาชิกในกลุ่มของชุมชน

จากการศึกษาพบว่า เกษตรกรผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เข้าร่วมเป็นสมาชิกในกลุ่มต่างๆ เช่น กลุ่มออมทรัพย์ กลุ่มลูกค้า ธกส. และกลุ่มแม่บ้าน ร้อยละ 76.2 และไม่ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกในกลุ่ม ร้อยละ 23.8 (ตารางที่ 4)

จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการเข้าร่วมกลุ่มสมาชิกต่างๆ เช่น กลุ่มออมทรัพย์ กลุ่มลูกค้า กลุ่มแม่บ้าน เนื่องจากการเข้าร่วมกลุ่มดังกล่าวทำให้ได้รับสนับสนุนปัจจัยต่างๆเช่น ด้านเงินทุนให้กับเกษตรกรที่เป็นสมาชิก การกู้ยืมเงินมาลงทุนทำได้ง่าย เกษตรกรไม่จำเป็นต้องใช้หลักทรัพย์ในการค้ำประกันเงินกู้ผู้ที่เป็สมาชิกจะมีเงื่อนไขไม่มากนัก

การรับข่าวสารในรอบ 1 เดือน

จากการศึกษาพบว่า เกษตรกรผู้ให้ข้อมูลรับข้อมูลข่าวสารมากที่สุดอยู่ระหว่าง 11 – 20 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 54.8 รองลงมา รับข้อมูลข่าวสารระหว่าง 21 – 30 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 24.2 และรับข้อมูลข่าวสารระหว่าง 1 – 10 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 21.0 เฉลี่ยเกษตรกรมีการรับข้อมูลข่าวสารอยู่ที่ 16.76 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 6.68 (ตารางที่ 4)

จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีการรับข้อมูลข่าวสารอยู่ประจำ ทั้งนี้เนื่องจากในปัจจุบันข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรนั้นสามารถเข้าถึงได้ง่ายขึ้น และอีกทั้งยังมีความสำคัญในการประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นอย่างมาก

การได้รับการฝึกอบรม

จากการศึกษาพบว่า เกษตรกรผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ได้เข้ารับการฝึกอบรมอยู่ระหว่าง 1 – 2 ครั้งต่อปี ร้อยละ 65.9 รองลงมาไม่เคยเข้ารับการฝึกอบรมเลย ร้อยละ 26.6 เข้ารับการฝึกอบรมอยู่ระหว่าง 3 – 4 ครั้งต่อปี ร้อยละ 4.5 และเข้ารับการฝึกอบรมอยู่ระหว่าง 5 – 6 ครั้งต่อปี ร้อยละ 3.1 เฉลี่ยเกษตรกรเข้ารับการฝึกอบรมอยู่ที่ 1.07 ครั้ง ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.16 (ตารางที่ 4)

การติดต่อกับเจ้าหน้าที่ด้านการเกษตร

จากการศึกษาพบว่า เกษตรกรผู้ให้ข้อมูลมีการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ 1 – 2 ครั้งต่อปี ร้อยละ 60.0 ติดต่อกับเจ้าหน้าที่ 3 – 4 ครั้งต่อปี ร้อยละ 24.8 และไม่เคยติดต่อกับเจ้าหน้าที่เลย คิดเป็นร้อยละ 15.2 มีการติดต่อเฉลี่ย 1.72 ครั้ง ติดต่อต่ำสุดคือไม่เคยติดต่อเลย ติดต่อสูงสุด 4 ครั้ง (SD= 1.03) (ตารางที่ 4)

จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าเกษตรกรส่วนใหญ่มีการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ในรอบปีที่ผ่านมาค่อนข้างน้อย เนื่องจากช่วงเวลาและช่องทางในการติดต่อสื่อสารค่อนข้างมีจำกัดและจำนวนเจ้าหน้าที่มีน้อย (ตารางที่ 4)

ตำแหน่งทางสังคม

จากการศึกษาพบว่า เกษตรกรผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ไม่มีตำแหน่งทางสังคม ร้อยละ 92.1 และมีตำแหน่งทางสังคม เช่น ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน อาสาสมัครป้องกันภัยฝ่ายพลเรือน ร้อยละ 7.9 (ตารางที่ 4)

ช่วงเวลาในการรับสื่อ

จากการศึกษาพบว่า ช่วงเวลาที่เกษตรกรผู้ให้ข้อมูลเปิดรับข้อมูลข่าวสารช่วงเวลาหลัง 17.01 น. ร้อยละ 55.5 รองลงมาคือ ช่วงเวลา 05.00 น. – 08.00 น. ร้อยละ 35.2 ช่วงเวลา 12.01 น. – 17.00 น. ร้อยละ 7.9 และช่วงเวลา 08.01 น. – 12.00 ร้อยละ 1.4

จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ช่วงเวลาในการรับข้อมูลข่าวสารของเกษตรกรส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงหลัง 17.01 น. เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่เกษตรกรเลิกจากการทำการเกษตร (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูลจำแนกตามลักษณะทางสังคม

(n = 290)

ลักษณะทางสังคม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประสบการณ์ในการประกอบอาชีพเกษตรกรรม		
1 - 10 ปี	60	20.7
11 - 20 ปี	74	25.5
21 - 30 ปี	88	30.3
31 - 40 ปี	49	16.9
41 ปี ขึ้นไป	19	6.6
$\bar{X} = 22.08$	Min - Max = 2 - 55	SD = 11.91
การเข้าร่วมเป็นสมาชิกในกลุ่ม		
ไม่เป็นสมาชิก	69	23.8
เป็นสมาชิก	221	76.2
การรับข่าวสารในรอบ 1 เดือน		
1 - 10 ครั้ง	61	21.0
11 - 20 ครั้ง	159	54.8
21 - 30 ครั้ง	70	24.2
$\bar{X} = 16.76$	Min - Max = 9 - 30	SD = 6.68
การได้รับการฝึกอบรม		
ไม่เคยเข้ารับการฝึกอบรม	77	26.6
1 - 2 ครั้งต่อปี	191	65.9
3 - 4 ครั้งต่อปี	13	4.5
5 - 6 ครั้งต่อปี	9	3.1
$\bar{X} = 1.07$	Min - Max = 0 - 6	SD = 1.16
การติดต่อกับเจ้าหน้าที่		
ไม่เคยติดต่อเลย	44	15.2
1 - 2 ครั้ง	174	60.0
3 - 4 ครั้ง	72	24.8
$\bar{X} = 1.72$	Min - Max = 0-4	SD = 1.03

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ลักษณะทางสังคม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตำแหน่งทางสังคม		
ไม่มีตำแหน่งทางสังคม	267	92.1
มีตำแหน่งทางสังคม	23	7.9
ช่วงเวลาในการรับสื่อ		
05.00 – 08.00 น.	102	35.2
08.01 – 12.00 น.	4	1.4
12.01 – 17.00 น.	23	7.9
หลัง 17.00 น. เป็นต้นไป	161	55.5

ตอนที่ 2 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อมวลชน และทัศนคติที่มีต่อสื่อมวลชนของเกษตรกร

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อมวลชนของเกษตรกร

พฤติกรรมกรรมการรับข้อมูลข่าวสารของเกษตรกร

พฤติกรรมกรรมการรับข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อมวลชนประกอบด้วย สื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ และอินเทอร์เน็ต มีรายละเอียด ดังนี้

สื่อสิ่งพิมพ์

จากการศึกษาพบว่า เกษตรกรผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ไม่รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 83.8 และรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 16.2

จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า เกษตรกรผู้ให้ข้อมูลรับข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์น้อยมาก เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่มีการศึกษาค่อนข้างต่ำทำให้เกษตรกรบางคนอ่านหนังสือไม่ออก เพราะว่าการรับข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ต้องใช้ทั้งเวลาและสมาธิในการอ่าน

จากจำนวนเกษตรกรที่รับข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ทั้งหมด ร้อยละ 16.2 มีพฤติกรรมกรรมการรับข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตร ดังนี้

สื่อสิ่งพิมพ์ที่เกษตรกรอ่านบ่อยที่สุดคือ หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 11.7 รองมาเป็นนิตยสาร/วารสาร ร้อยละ 3.8 และหนังสือต่างๆร้อยละ 0.7

จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า เกษตรกรผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด ร้อยละ 16.2 ส่วนใหญ่รับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์มากที่สุด เนื่องจากหนังสือพิมพ์สามารถหาได้ง่ายกว่าสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ

เนื้อหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเกษตรที่อ่านจากสื่อสิ่งพิมพ์บ่อยที่สุดคือ บทความเกี่ยวกับการปลูกพืช คิดเป็นร้อยละ 10.7 รองลงมาเป็นการใช้ปุ๋ยและสารเคมี คิดเป็นร้อยละ 3.1 การเลี้ยงสัตว์ คิดเป็นร้อยละ 1.7 และเทคโนโลยีใหม่ๆคิดเป็นร้อยละ 0.7

จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า เกษตรกรผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด ร้อยละ 16.2 ส่วนใหญ่อ่านบทความเกี่ยวกับการปลูกพืชมากที่สุด เนื่องจากกิจกรรมทางการเกษตรที่เกษตรกรในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ทำก็คือการปลูกพืช

เกษตรกรใช้เวลาในการอ่านข้อมูลจากสื่อสิ่งพิมพ์วันเว้นวัน คิดเป็นร้อยละ 7.9 อ่านสัปดาห์ละครั้ง ร้อยละ 3.4 อ่านทุกวันและอ่านเดือนละครั้ง ร้อยละ 2.4

จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า เกษตรกรผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด ร้อยละ 16.2 ส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์วันเว้นวันเนื่องจากเกษตรกรไม่ค่อยมีเวลาอ่านและการอ่านหนังสือพิมพ์ต้องเสียค่าใช้จ่าย

ช่วงเวลาในการอ่านข้อมูลข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ของเกษตรกร ร้อยละ 12.1 อ่านช่วงเวลา 05.00 – 08.00 น. ร้อยละ 2.4 อ่านหลัง 17.01 น. เป็นต้นไป ร้อยละ 1.4 อ่านช่วงเวลา 12.01 – 17.00 น. และร้อยละ 0.3 อ่านช่วงเวลา 08.01 – 12.00 น.

จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า เกษตรกรผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด ร้อยละ 16.2 ส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์ในช่วงเช้าซึ่งเป็นช่วงก่อนที่เกษตรกรจะออกไปทำการเกษตร เนื่องจากช่วงเช้าหนังสือพิมพ์จะมีการอัปเดตข้อมูลข่าวสารใหม่ทุกวัน

รูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ที่เกษตรกรชอบที่สุดคือ ตอบปัญหาการเกษตรคิดเป็นร้อยละ 8.3 สัมภาษณ์คนที่ประสบความสำเร็จ ร้อยละ 4.5 เสนอแนะวิชาการใหม่ๆ ร้อยละ 1.4 สุดท้ายเป็นการบรรยายเรื่องราวอย่างละเอียดและการนำเสนอเนื้อหาพร้อมภาพประกอบ ร้อยละ 1.0

จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า เกษตรกรผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด ร้อยละ 16.2 ส่วนใหญ่ชอบรูปแบบการนำเสนอข่าวสารแบบตอบปัญหาทางการเกษตร เพราะว่าเกษตรกรสามารถจะนำไปแก้ไขปัญหาในการทำการเกษตรของตนเองได้

สถานที่เข้าถึงสื่อสิ่งพิมพ์ที่บ่อยที่สุดคือ จุดให้บริการของชุมชน คิดเป็นร้อยละ 10.7 รองลงมาคือสถานที่ราชการ ร้อยละ 2.4 บ้านพักและร้านค้า ร้อยละ 1.4 และสุดท้ายเป็นสถานที่ทำการเกษตร ร้อยละ 0.3

จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า เกษตรกรผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด ร้อยละ 16.2 ส่วนใหญ่อ่านสื่อสิ่งพิมพ์จากจุดให้บริการชุมชนมากที่สุดเพราะช่วยให้เกษตรกรสามารถลดค่าใช้จ่ายได้

จากผลการวิจัยพฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อสิ่งพิมพ์ของเกษตรกรโดยรวมแสดงให้เห็นว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ไม่รับข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อสิ่งพิมพ์เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่มีการศึกษาค่อนข้างต่ำทำให้เกษตรกรบางคนอ่านหนังสือไม่ออกและไม่ชอบที่จะอ่านหนังสือเพราะเหน็ดเหนื่อยจากการทำการเกษตรจึงต้องการพักผ่อน (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 พฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อสิ่งพิมพ์ของเกษตรกร

(n = 290)

ประเด็น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สื่อสิ่งพิมพ์		
ไม่อ่าน	243	83.8
อ่าน	47	16.2
สื่อสิ่งพิมพ์ที่อ่านบ่อยที่สุด		
หนังสือพิมพ์	34	11.7
นิตยสาร/วารสาร	11	3.8
หนังสือ	2	0.7
เนื้อหาข้อมูลข่าวสารที่อ่านบ่อยที่สุด		
การปลูกพืช	31	10.7
การเลี้ยงสัตว์	5	1.7
ปุ๋ยและสารเคมีต่างๆ	9	3.1
เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ	2	0.7
ความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสาร		
เดือนละครั้ง	7	2.4
สัปดาห์ละครั้ง	10	3.4
วันเว้นวัน	23	7.9
ทุกวัน	7	2.4
ช่วงเวลาในการรับข่าวสาร		
05.00 น. - 08.00 น.	35	12.1
08.01 น. - 12.00 น.	1	0.3
12.01 น. - 17.00 น.	4	1.4
17.01 น. เป็นต้นไป	7	2.4
รูปแบบการนำเสนอ		
ตอบปัญหาทางการเกษตร	24	8.3
เสนอแนะวิชาการใหม่ๆ	4	1.4
บรรยายเรื่องราวอย่างละเอียด	3	1.0

ตารางที่ 5 (ต่อ)

ประเด็น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สัมภาษณ์คนที่ประสบผลสำเร็จ	13	4.5
นำเสนอเนื้อหาพร้อมภาพประกอบ	3	1.0
สถานที่เข้าถึงสื่อ		
บ้านพัก	4	1.4
สถานที่ทำการเกษตร	1	0.3
จุดให้บริการชุมชน	31	10.7
ร้านค้า	4	1.4
สถานที่ราชการ	7	2.4

โทรทัศน์

จากการศึกษาพบว่า เกษตรกรผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่รับข้อมูลข่าวสารจากโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 91.7 และไม่รับข้อมูลข่าวสารจากโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 8.3

จากจำนวนเกษตรกรที่รับข่าวสารจากโทรทัศน์ทั้งหมด ร้อยละ 91.7 มีพฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตร ดังนี้

สถานีโทรทัศน์ที่เกษตรกรดูบ่อยที่สุดคือ ทีวีสิตีจิตอล คิดเป็นร้อยละ 52.4 รองมาเป็นช่อง ThaiPBS ร้อยละ 21.0 ช่อง 3 ร้อยละ 8.6 ช่อง 7 ร้อยละ 4.8 ช่อง 9 3.4 และช่อง 5 ร้อยละ 1.4

จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า เกษตรกรผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด ร้อยละ 91.7 ส่วนใหญ่ดูโทรทัศน์ผ่านช่องเคเบิลทีวีและทีวีสิตีจิตอลมากที่สุด เนื่องจากเป็นช่องที่มีรายการต่างๆ ให้เลือกหลากหลายและตรงตามความต้องการของเกษตรกร

เนื้อหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเกษตรที่รับชมผ่านโทรทัศน์บ่อยที่สุดคือ รายการเกี่ยวกับการปลูกพืช คิดเป็นร้อยละ 29.7 รองลงมาเป็นสภาพดิน ฟ้า อากาศ ร้อยละ 26.2 เทคโนโลยีใหม่ๆ ร้อยละ 16.9 การใช้ปุ๋ยและสารเคมี ร้อยละ 12.1 การเลี้ยงสัตว์ ร้อยละ 4.1 และการประมง ร้อยละ 2.8

จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า เกษตรกรผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด ร้อยละ 91.7 ส่วนใหญ่นิยมดูรายการเกี่ยวกับการปลูกพืชมากที่สุด เนื่องจากกิจกรรมทางการเกษตรที่เกษตรกรในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ทำก็คือการปลูกพืช

เกษตรกรใช้เวลาในการรับชมข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรผ่านทางโทรทัศน์ทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 57.9 รองลงมารับชมวันเว้นวัน ร้อยละ 30.7 และรับชมสัปดาห์ละครั้ง ร้อยละ 3.1

จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า เกษตรกรผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด ร้อยละ 91.7 ส่วนใหญ่ดูโทรศัพท์ทุกวันเนื่องจากโทรศัพท์เป็นสื่อที่เข้าถึงได้ง่ายและประหยัดค่าใช้จ่าย

ช่วงเวลาในการรับข้อมูลข่าวสารจากโทรศัพท์ของเกษตรกรคือ หลัง 17.01 น. เป็นต้นไป ร้อยละ 64.8 รองลงมาคือช่วงเวลา 05.00 – 08.00 น. ร้อยละ 25.9 และช่วงเวลา 08.01 – 12.00 น. ร้อยละ 1.0 จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า เกษตรกรผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด ร้อยละ 91.7 ส่วนใหญ่ดูโทรศัพท์ในช่วงเวลาหลัง 17.01 น. เป็นต้นไป เนื่องจากเป็นเวลาที่เกษตรกรเลิกจากการทำการเกษตร

รูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารจากโทรศัพท์ที่เกษตรกรชอบที่สุดคือ สัมภาษณ์คนที่ประสบความสำเร็จ ร้อยละ 56.9 ตอบปัญหาด้านการเกษตร ร้อยละ 21.4 เสนอแนะวิชาการใหม่ๆ ร้อยละ 8.3 การบรรยายเรื่องราวอย่างละเอียด ร้อยละ 2.8 และสุดท้ายเป็นการนำเสนอเนื้อหาพร้อมภาพประกอบ ร้อยละ 2.4

จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า เกษตรกรผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด ร้อยละ 91.7 ส่วนใหญ่ชอบการนำเสนอแบบสัมภาษณ์บุคคลที่ประสบความสำเร็จจากการทำการเกษตร เพราะเกษตรกรสามารถนำความสำเร็จจากคนอื่นมาเป็นแบบอย่างและเป็นแรงผลักดันให้ตัวเอง

ระยะเวลาที่เหมาะสมในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อโทรศัพท์คือ ประมาณ 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 58.6 รองลงมาประมาณ 45 นาที ร้อยละ 15.2 ประมาณ 60 นาที ร้อยละ 12.8 และมากกว่า 1 ชั่วโมง ร้อยละ 5.2

จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า เกษตรกรผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด ร้อยละ 91.7 ส่วนใหญ่ต้องการให้มีเวลาในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากโทรศัพท์ในแต่ละครั้งประมาณครึ่งชั่วโมง เนื่องจากการนำเสนอข่าวสารผ่านโทรศัพท์นั้นมียุทธศาสตร์สั้นมากไม่เพียงพอต่อความต้องการของเกษตรกร

สถานที่ที่เกษตรกรดูโทรศัพท์บ่อยที่สุดคือ บ้านพักอาศัย ร้อยละ 87.6 และรองลงมาเป็นร้านค้า ร้อยละ 4.1

จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า เกษตรกรผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด ร้อยละ 91.7 ส่วนใหญ่ดูโทรศัพท์ที่บ้านพักอาศัยของตนเอง

จากผลการวิจัยพฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากโทรศัพท์แสดงให้เห็นว่า เกษตรกรส่วนใหญ่รับข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากโทรศัพท์เนื่องจากโทรศัพท์เป็นสื่อที่เกษตรกรสามารถเข้าถึงได้ง่าย มีภาพประกอบ มีรูปแบบข่าวสารที่ทันสมัย และตรงตามความต้องการ (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 พฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากโทรทัศน์ของเกษตรกร

(n = 290)

ประเด็น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โทรทัศน์		
ไม่ดู	24	8.3
ดู	266	91.7
ช่องที่ดูบ่อยที่สุด		
ช่อง 3	25	8.6
ช่อง 5	4	1.4
ช่อง 7	14	4.8
ช่อง 9	10	3.4
ช่อง ThaiPBS	61	21.0
ทีวีดิจิตอล	152	52.4
เนื้อหาข้อมูลข่าวสารที่รับชมบ่อยที่สุด		
การปลูกพืช	86	29.7
การเลี้ยงสัตว์	12	4.1
การประมง	8	2.8
ปุ๋ยและสารเคมีต่างๆ	35	12.1
สภาพดิน ฟ้า อากาศ	76	26.2
เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ	49	16.9
ความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสาร		
สัปดาห์ละครั้ง	9	3.1
วันเว้นวัน	89	30.7
ทุกวัน	168	57.9
ช่วงเวลาในการรับข่าวสาร		
05.00 น. - 08.00 น.	75	25.9
08.01 น. - 12.00 น.	3	1.0
17.01 น. เป็นต้นไป	188	64.8

ตารางที่ 6 (ต่อ)

ประเด็น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รูปแบบการนำเสนอ		
ตอบปัญหาทางการเกษตร	62	21.4
เสนอแนะวิชาการใหม่ๆ	24	8.3
บรรยายเรื่องราวอย่างละเอียด	8	2.8
สัมภาษณ์คนที่ประสบผลสำเร็จ	165	56.9
นำเสนอเนื้อหาพร้อมภาพประกอบ	7	2.4
ระยะเวลาในการนำเสนอที่เหมาะสม		
30 นาที	170	58.6
45 นาที	44	15.2
60 นาที	37	12.8
มากกว่า 1 ชั่วโมง	15	5.2
สถานที่เข้าถึงสื่อ		
บ้านพัก	254	87.6
ร้านค้า	12	4.1

วิทยุ

จากการศึกษาพบว่า เกษตรกรผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่รับข้อมูลข่าวสารจากวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 71.4 และไม่รับข้อมูลข่าวสารจากวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 28.6

จากจำนวนเกษตรกรที่รับข่าวสารจากวิทยุทั้งหมด ร้อยละ 71.4 มีพฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตร ดังนี้

สถานีหรือรายการวิทยุที่เกษตรกรฟังบ่อยที่สุดคือ วิทยุมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ AM 612 KH คิดเป็นร้อยละ 34.8 รองมาเป็นรายการโรงเรียนเกษตรอินทรีย์(มหาวิทยาลัยแม่โจ้) FM 99.5 MH ร้อยละ 20.7 รายการทั่วทิศถิ่นไทย 95.75MH ร้อยละ 4.5 วิทยุมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ FM 100 MH ร้อยละ 4.5 และเกษตรกรไม่ทราบว่าฟังวิทยุรายการอะไร ร้อยละ 8.6

จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า เกษตรกรผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด ร้อยละ 71.4 ส่วนใหญ่ฟังวิทยุสถานี AM 612 KH ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เนื่องจากเป็นสถานีที่ให้ความรู้วิชาการเกี่ยวกับการเกษตรโดยตรง

เนื้อหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเกษตรที่รับฟังผ่านวิทยุบ่อยที่สุดคือ การใช้ปุ๋ยและสารเคมี ร้อยละ 31.0 รองลงมาเป็นสภาพดิน ฟ้า อากาศ ร้อยละ 19.7 การปลูกพืช คิดเป็นร้อยละ 14.8 เทคโนโลยีใหม่ๆ ร้อยละ 2.4 การเลี้ยงสัตว์ ร้อยละ 1.7 รายการอื่นๆเช่น การตลาดและการแปรรูป ผลผลิต ร้อยละ 1.4 และการประมง ร้อยละ 0.3

จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า เกษตรกรผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด ร้อยละ 71.4 ส่วนใหญ่ชอบฟังรายการเกี่ยวกับการใช้ปุ๋ยและสารเคมีมากที่สุด เช่น การทำปุ๋ยหมักปุ๋ยอินทรีย์ การทำสารกำจัดแมลงแบบชีวภาพ เพราะว่าเกษตรกรสามารถนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้

เกษตรกรส่วนใหญ่ใช้เวลาในการรับข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรผ่านทางวิทยุทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 49.7 รองลงมารับชมวันเว้นวัน ร้อยละ 14.8 สัปดาห์ละครั้ง ร้อยละ 5.9 และเดือนละครั้ง ร้อยละ 1.0

จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า เกษตรกรผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด ร้อยละ 71.4 ส่วนใหญ่ฟังวิทยุทุกวันเพราะวิทยุสามารถพกพาไปในที่ทำงานของเกษตรกรได้และยังประหยัดค่าใช้จ่ายอีกด้วย

ช่วงเวลาในการรับข้อมูลข่าวสารจากวิทยุของเกษตรกรคือ ช่วงเวลา 12.01 – 17.00 น. ร้อยละ 48.6 ช่วงเวลา 08.01 – 12.00 น. ร้อยละ 10.7 ช่วงเวลา 05.00 – 08.00 น. ร้อยละ 10.0 และหลัง 17.01 น. เป็นต้นไป ร้อยละ 2.1

จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า เกษตรกรผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด ร้อยละ 71.4 ส่วนใหญ่ชอบฟังวิทยุในช่วงพักเที่ยงเพราะเกษตรกรสามารถรับข่าวสารได้อย่างเต็มที่

รูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารจากวิทยุที่เกษตรกรชอบฟังที่สุดคือ ตอบปัญหาด้านการเกษตร ร้อยละ 44.1 สัมภาษณ์คนที่ประสบความสำเร็จ ร้อยละ 12.8 เสนอแนะวิชาการใหม่ๆ ร้อยละ 11.4 และการบรรยายเรื่องราวอย่างละเอียด ร้อยละ 3.1

จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า เกษตรกรผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด ร้อยละ 71.4 ส่วนใหญ่ชอบรายการตอบปัญหาด้านการเกษตร เพราะว่าเกษตรกรสามารถจะนำไปแก้ไขปัญหาในการทำเกษตรของตนเองได้

ระยะเวลาที่เหมาะสมในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากวิทยุคือ ประมาณ 60 นาที ร้อยละ 23.8 รองลงมาประมาณ 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 17.2 ประมาณ 45 นาที ร้อยละ 15.9 และมากกว่า 1 ชั่วโมงขึ้นไป ร้อยละ 14.5

จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า เกษตรกรผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด ร้อยละ 71.4 ส่วนใหญ่ต้องการให้มีการนำเสนอข่าวสารทางการเกษตรจากวิทยุประมาณ 1 ชั่วโมง จึงจะเพียงพอต่อความต้องการของเกษตรกร

สถานที่ที่เกษตรกรดูโทรทัศน์บ่อยที่สุดคือ สถานที่ทำการเกษตร ร้อยละ 56.9 รองลงมาเป็นบ้านพัก ร้อยละ 10.3 และจุดให้บริการของชุมชน ร้อยละ 4.1

จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า เกษตรกรผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด ร้อยละ 71.4 ส่วนใหญ่ฟังวิทยุในสถานที่ทำการเกษตรเพราะเกษตรกรสามารถฟังวิทยุและทำงานไปพร้อมกันได้

จากผลการวิจัยพฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากวิทยุแสดงให้เห็นว่า เกษตรกรส่วนใหญ่รับข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากวิทยุเนื่องจากวิทยุเป็นสื่อที่สามารถพกพาได้สะดวกและเกษตรกรสามารถฟังวิทยุในขณะที่ทำการเกษตรไปด้วยได้ (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 พฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากวิทยุของเกษตรกร

(n = 290)

ประเด็น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วิทยุ		
ไม่ฟัง	83	28.6
ฟัง	207	71.4
รายการหรือสถานีที่ฟังบ่อยที่สุด		
รายการทั่วทิศถิ่นไทย	13	4.5
รายการโรงเรียนเกษตรอินทรีย์ (แม่โจ้)	60	20.7
วิทยุมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	101	34.8
วิทยุมหาวิทยาลัยเชียงใหม่	8	2.8
ไม่ทราบว่าฟังวิทยุรายการอะไร	25	8.6
เนื้อหาข้อมูลข่าวสารที่รับฟังบ่อยที่สุด		
การปลูกพืช	43	14.8
การเลี้ยงสัตว์	5	1.7
การประมง	1	0.3
ปุ๋ยและสารเคมีต่างๆ	90	31.0
สภาพดิน ฟ้า อากาศ	57	19.7
เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ	7	2.4
อื่นๆ (เช่น การตลาด)	4	1.4

ตารางที่ 7 (ต่อ)

ประเด็น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสาร		
เดือนละครั้ง	3	1.0
สัปดาห์ละครั้ง	17	5.9
วันเว้นวัน	43	14.8
ทุกวัน	144	49.7
ช่วงเวลาในการรับข่าวสาร		
05.00 น. - 08.00 น.	29	10.0
08.01 น. - 12.00 น.	31	10.7
12.01 น. - 17.00 น.	141	48.6
17.01 น. เป็นต้นไป	6	2.1
รูปแบบการนำเสนอ		
ตอบปัญหาทางการเกษตร	128	44.1
เสนอแนะวิชาการใหม่ๆ	33	11.4
บรรยายเรื่องราวอย่างละเอียด	9	3.1
สัมภาษณ์คนที่ประสบผลสำเร็จ	37	12.8
ระยะเวลาในการนำเสนอที่เหมาะสม		
30 นาที	50	17.2
45 นาที	46	15.9
60 นาที	69	23.8
มากกว่า 1 ชั่วโมง	42	14.5
สถานที่เข้าถึงสื่อ		
บ้านพัก	30	10.3
สถานที่ทำการเกษตร	165	56.9
จุดให้บริการชุมชน	12	4.1

อินเทอร์เน็ต

จากการศึกษาพบว่า เกษตรกรผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ไม่รับข้อมูลข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 82.4 และรับข้อมูลข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 28.6

จากจำนวนเกษตรกรที่รับข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตทั้งหมด ร้อยละ 16.2 มีพฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตร ดังนี้

เกษตรกรที่ใช้อินเทอร์เน็ตค้นหาข่าวสารด้านการเกษตรผ่านทาง Facebook ร้อยละ 9.0 ผ่าน YouTube ร้อยละ 7.2 และอื่นๆ เช่น Line ร้อยละ 1.4

จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า เกษตรกรผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด ร้อยละ 16.2 ส่วนใหญ่รับข่าวสารผ่านทาง Facebook เพราะใน Facebook จะมีกลุ่มต่างๆที่มีการพูดคุยแลกเปลี่ยนข่าวสาร การเกษตรให้เกษตรกรศึกษาหาความรู้ได้ตลอดเวลา

เนื้อหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเกษตรที่รับจากอินเทอร์เน็ตบ่อยที่สุดคือ การปลูกพืช คิดเป็นร้อยละ 6.6 เทคโนโลยีใหม่ๆ ร้อยละ 4.8 การใช้ปุ๋ยและสารเคมี ร้อยละ 3.4 และอื่นๆ เช่น การตลาดและการแปรรูปผลผลิต ร้อยละ 2.8

จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า เกษตรกรผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด ร้อยละ 16.2 ส่วนใหญ่ชอบศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการปลูกพืชจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด เนื่องจากกิจกรรมทางการเกษตรที่เกษตรกรในอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ทำก็คือการปลูกพืช

เกษตรกรใช้เวลาในการรับข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรผ่านทางอินเทอร์เน็ตทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 15.9 และวันเว้นวัน ร้อยละ 1.7

จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า เกษตรกรผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด ร้อยละ 16.2 ส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตทุกวันเพราะอินเทอร์เน็ตนั้นให้ทั้งความรู้และความบันเทิง

ช่วงเวลาในการรับข้อมูลข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตของเกษตรกรคือ หลัง 17.01 น. เป็นต้นไป ร้อยละ 16.6 ช่วงเวลา 12.01 – 17.00 น. ร้อยละ 0.7 และช่วงเวลา 05.00 – 08.00 น. ร้อยละ 0.3

จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า เกษตรกรผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด ร้อยละ 16.2 ส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตในช่วงหลัง 17.01 น. มากที่สุดเพราะว่าเป็นช่วงที่เกษตรกรเลิกจากการทำการเกษตร

รูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตที่เกษตรกรชอบที่สุดคือ ตอบปัญหาด้านการเกษตร ร้อยละ 6.6 เสนอแนะวิชาการใหม่ๆ ร้อยละ 3.8 สัมภาษณ์คนที่ประสบความสำเร็จ ร้อยละ 3.8 นำเสนอเนื้อหาภาพรวมภาพประกอบ ร้อยละ 2.4 และบรรยายเรื่องราวอย่างละเอียด ร้อยละ 1.0

สถานที่ที่เกษตรกรใช้อินเทอร์เน็ตบ่อยที่สุดคือ บ้านพัก ร้อยละ 13.4 จุดให้บริการของชุมชน ร้อยละ 3.8 และร้านค้า ร้อยละ 1.0

จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า เกษตรกรผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด ร้อยละ 16.2 ส่วนใหญ่ชอบการตอบปัญหาทางการเกษตรมากที่สุดเพราะสามารถนำมาปรับใช้กับตนเองได้

จากผลการวิจัยพฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากอินเทอร์เน็ตโดยรวมแสดงให้เห็นว่าเกษตรกรส่วนใหญ่ไม่รับข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากอินเทอร์เน็ต เนื่องจากการใช้อินเทอร์เน็ตนั้นต้องเสียค่าบริการให้กับผู้ให้บริการทำให้เกษตรกรมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น และเกษตรกรส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ความเข้าใจในการใช้อินเทอร์เน็ตสืบค้นหาข้อมูล (ตารางที่ 8)

ตารางที่ 8 พฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากอินเทอร์เน็ตของเกษตรกร

(n = 290)

ประเด็น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อินเทอร์เน็ต		
ไม่ใช่	239	82.4
ใช่	51	17.6
เว็บไซต์ที่เข้าใช้บ่อยที่สุด		
Facebook.com	26	9.0
Youtube.com	21	7.2
อื่นๆ เช่น Line	4	1.4
เนื้อหาข้อมูลข่าวสารที่เข้าชมบ่อยที่สุด		
การปลูกพืช	19	6.6
ปุ๋ยและสารเคมีต่างๆ	10	3.4
เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ	14	4.8
อื่นๆ(เช่นการตลาด)	8	2.8
ความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสาร		
วันเว้นวัน	5	1.7
ทุกวัน	46	15.9

ตารางที่ 8 (ต่อ)

(n = 290)

ประเด็น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ช่วงเวลาในการรับข่าวสาร		
05.00 น. - 08.00 น.	1	0.3
12.01 น. - 17.00 น.	2	0.7
17.01 น. เป็นต้นไป	48	16.6
รูปแบบการนำเสนอ		
ตอบปัญหาทางการเกษตร	19	6.6
เสนอแนะวิชาการใหม่ๆ	11	3.8
บรรยายเรื่องราวอย่างละเอียด	3	1.0
สัมภาษณ์คนที่ประสบผลสำเร็จ	11	3.8
นำเสนอเนื้อหาพร้อมภาพประกอบ	7	2.4
สถานที่เข้าถึงสื่อ		
บ้านพัก	39	13.4
จุดให้บริการชุมชน	11	3.8
ร้านค้า	1	0.3

ความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตร

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับระดับความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อมวลชนทั้ง 4 ประเภท ดังนี้ 1) สื่อสิ่งพิมพ์ 2) โทรทัศน์ 3) วิทยู และ 4) อินเทอร์เน็ต โดยให้เกษตรกรแสดงระดับความเหมาะสมออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด มีค่าคะแนนเป็น 5 4 3 2 และ 1 ตามลำดับ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ผลการศึกษาเกี่ยวกับ ความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อมวลชนทั้ง 4 ประเภท พบว่าในภาพรวมทุกสื่อมีระดับความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.69) ซึ่งสื่อที่มีระดับความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรระดับมากใน 2 ประเภท ได้แก่ โทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 4.06) วิทยู (ค่าเฉลี่ย 3.45) และมีระดับความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรในระดับน้อยที่สุดใน 2 ประเภท ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 1.59) และอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 1.68) (ตารางที่ 9)

ตารางที่ 9 ตารางระดับความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารรวม

(n = 290)

ระดับความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารรวม	$\bar{X}$	SD	ระดับการรับรู้
1. สื่อสิ่งพิมพ์	1.59	0.99	น้อยที่สุด
2. โทรทัศน์	4.06	0.80	มาก
3. วิทยุ	3.45	1.13	มาก
4. อินเทอร์เน็ต	1.68	1.41	น้อยที่สุด
รวม	2.69	1.08	ปานกลาง

โดยมีรายละเอียดความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารของสื่อแต่ละประเภทดังต่อไปนี้

สื่อสิ่งพิมพ์

ผลการศึกษาระดับความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อสิ่งพิมพ์โดยรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 1.59) 1) สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ง่าย มีความสะดวกรวดเร็ว ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย (ค่าเฉลี่ย 1.43) 2) เนื้อหาของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับนั้นมีความทันสมัย ตรงกับความต้องการสอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 1.67) 3) ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารสามารถเข้าใจได้ง่ายไม่ซับซ้อนจนเกินไป (ค่าเฉลี่ย 1.67) 4) ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรนั้นมีความหลากหลายน่าสนใจและชวนให้ติดตาม (ค่าเฉลี่ย 1.58) และ 5) เป็นแหล่งที่สามารถศึกษาหาความรู้ข้อมูลข่าวสาร เทคโนโลยี และนวัตกรรมใหม่ๆ (ค่าเฉลี่ย 1.60)

ผลการศึกษาดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าในด้านความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อสิ่งพิมพ์อยู่ในระดับน้อยที่สุด เนื่องจากเกษตรกรไม่นิยมที่จะหาความรู้ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์เพราะเป็นสิ่งที่ยุ่งยากต้องใช้ทั้งเวลาและสมาธิในการอ่าน (ตารางที่ 10)

โทรทัศน์

ผลการศึกษาระดับความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากโทรทัศน์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) 1) สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ง่ายมีความสะดวกรวดเร็ว ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย (ค่าเฉลี่ย 4.44) 2) เนื้อหาของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับนั้นมีความทันสมัย ตรงกับความต้องการและสอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 3.92) 3) ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารสามารถเข้าใจได้ง่ายไม่ซับซ้อนจนเกินไป (ค่าเฉลี่ย 3.82) 4) ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรนั้นมีความ

ความหลากหลายน่าสนใจและชวนให้ติดตาม (ค่าเฉลี่ย 4.04) และ5) เป็นแหล่งที่สามารถศึกษาหาความรู้ข้อมูลข่าวสาร เทคโนโลยี และนวัตกรรมใหม่ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.09)

ผลการศึกษาดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ในด้านความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากโทรทัศน์อยู่ในระดับมาก เนื่องจากโทรทัศน์เป็นสื่อที่เกษตรกรสามารถเข้าถึงได้ง่าย สะดวกสบาย มีทั้งภาพและเสียง พร้อมทั้งยังเป็นสื่อที่มีความน่าเชื่อถือมาก (ตารางที่ 11)

วิทยุ

ผลการศึกษาระดับความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากวิทยุโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.45) 1) สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ง่ายมีความสะดวกรวดเร็ว ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย (ค่าเฉลี่ย 4.18) 2) เนื้อหาของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับนั้นมีความทันสมัย ตรงกับความต้องการและสอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 3.25) 3) ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารสามารถเข้าใจได้ง่ายไม่ซับซ้อนจนเกินไป (ค่าเฉลี่ย 3.31) 4) ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรนั้นมีความหลากหลายน่าสนใจและชวนให้ติดตาม (ค่าเฉลี่ย 3.18) และ5) เป็นแหล่งที่สามารถศึกษาหาความรู้ข้อมูลข่าวสาร เทคโนโลยี และนวัตกรรมใหม่ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.33)

ผลการศึกษาดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ในด้านความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากวิทยุอยู่ในระดับมาก เนื่องจากวิทยุเป็นสื่อที่เกษตรกรสามารถเข้าถึงได้ง่ายที่สุด เกษตรกรสามารถพกพาไปในสถานที่ต่างๆได้อย่างสะดวก โดยเกษตรกรส่วนใหญ่จะฟังวิทยุในขณะที่ทำการเกษตรไปด้วย (ตารางที่ 12)

อินเทอร์เน็ต

ผลการศึกษาระดับความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากอินเทอร์เน็ตโดยรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 1.68) 1) สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ง่าย มีความสะดวกรวดเร็ว ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย (ค่าเฉลี่ย 1.68) 2) เนื้อหาของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับนั้นมีความทันสมัย ตรงกับความต้องการสอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 1.67) 3) ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารสามารถเข้าใจได้ง่ายไม่ซับซ้อนจนเกินไป (ค่าเฉลี่ย 1.63) 4) ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรนั้นมีความหลากหลายน่าสนใจและชวนให้ติดตาม (ค่าเฉลี่ย 1.71) และ5) เป็นแหล่งที่สามารถศึกษาหาความรู้ข้อมูลข่าวสาร เทคโนโลยี และนวัตกรรมใหม่ๆ (ค่าเฉลี่ย 1.69)

ผลการศึกษาดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าในด้านความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากอินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับน้อยที่สุดเนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่มีอายุมากและการศึกษาค่อนข้างน้อยทำให้ขาดความรู้ความเข้าใจในการค้นหาข้อมูลข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ต อีกทั้ง การ

เข้าใช้บริการจากอินเทอร์เน็ตนั้นในบางครั้งต้องเสียค่าบริการต่างๆให้กับผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตจึงเป็นสื่อที่ไม่เกษตรกรไม่นิยมเท่าไรนัก (ตารางที่ 13)



ตารางที่ 10 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อสิ่งพิมพ์เกษตรกร
(n=290)

ประเด็น		ระดับความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสาร					$\bar{X}$	SD	ระดับการรับรู้
		ด้านการเกษตร							
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
สื่อสิ่งพิมพ์									
1.	สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ง่าย มีความสะดวกรวดเร็ว ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย	2 (0.7)	9 (3.1)	30 (10.3)	31 (10.7)	218 (75.2)	1.43	0.85	น้อยที่สุด
2.	เนื้อหาของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับนั้นมีความทันสมัย ตรงกับความต้องการสอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน	3 (1.0)	38 (13.1)	4 (1.4)	60 (20.7)	185 (63.8)	1.67	1.08	น้อยที่สุด
3.	ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารสามารถเข้าใจได้ง่ายไม่ซับซ้อนจนเกินไป	11 (3.8)	16 (5.5)	30 (10.3)	41 (14.1)	192 (62.2)	1.67	1.10	น้อยที่สุด
4.	ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรนั้นมีความหลากหลาย น่าสนใจ ชวนให้ติดตาม	8 (2.8)	24 (8.3)	15 (5.2)	33 (11.4)	210 (72.4)	1.58	1.09	น้อยที่สุด
5.	เป็นแหล่งที่สามารถศึกษาหาความรู้ ข้อมูลข่าวสาร เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ	3 (1.0)	32 (11.0)	13 (4.5)	40 (13.8)	202 (69.7)	1.60	1.06	น้อยที่สุด
รวม							1.59	0.99	น้อยที่สุด
หมายเหตุ	การแปรผลระดับความเหมาะสม	มากที่สุด	ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00		มาก	ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20			
		ปานกลาง	ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40		น้อย	ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.81- 2.60			
		น้อยที่สุด	ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80						

ตารางที่ 11 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากโทรศัพท์ของเกษตรกร (n=290)

ประเด็น	ระดับความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสาร					$\bar{X}$	SD	ระดับการรับรู้
	ด้านการเกษตร							
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
โทรศัพท์								
1. สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ง่าย มีความสะดวกรวดเร็ว ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย	181 (62.4)	84 (29.0)	6 (2.1)	11 (3.8)	8 (2.8)	4.44	0.92	มากที่สุด
2. เนื้อหาของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับนั้นมีความทันสมัย ตรงกับความต้องการสอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน	85 (29.3)	136 (46.9)	43 (14.8)	14 (4.8)	12 (4.1)	3.92	1.00	มาก
3. ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารสามารถเข้าใจได้ง่ายไม่ซับซ้อนจนเกินไป	69 (23.8)	140 (48.3)	52 (17.9)	18 (6.2)	11 (3.8)	3.82	0.99	มาก
4. ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรนั้นมีความหลากหลาย น่าสนใจ ชวนให้ติดตาม	117 (40.3)	106 (36.6)	39 (13.4)	18 (6.2)	10 (3.4)	4.04	1.05	มาก
5. เป็นแหล่งที่สามารถศึกษาหาความรู้ ข้อมูลข่าวสาร เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ	105 (36.2)	136 (46.9)	28 (9.7)	11 (3.8)	10 (3.4)	4.09	0.96	มาก
รวม						4.06	0.80	มาก
หมายเหตุ การแปลผลระดับความเหมาะสม								
มากที่สุด ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00					มาก ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20			
ปานกลาง ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40					น้อย ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.81- 2.60			
น้อยที่สุด ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80								

ตารางที่ 12 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากวิทยุของเกษตรกร (n=290)

ประเด็น	ระดับความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสาร					$\bar{X}$	SD	ระดับการรับรู้
	ด้านการเกษตร							
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
วิทยุ								
1. สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ง่าย มีความสะดวกรวดเร็ว ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย	176 (60.7)	42 (14.5)	42 (14.5)	9 (3.1)	21 (7.2)	4.18	1.22	มาก
2. เนื้อหาของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับนั้นมีความทันสมัย ตรงกับความต้องการสอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน	56 (19.3)	82 (28.3)	74 (25.5)	35 (12.1)	43 (14.8)	3.25	1.31	ปานกลาง
3. ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารสามารถเข้าใจได้ง่ายไม่ซับซ้อนจนเกินไป	55 (19.0)	93 (32.1)	72 (24.8)	27 (9.3)	43 (14.8)	3.31	1.29	ปานกลาง
4. ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรนั้นมีความหลากหลาย น่าสนใจ ชวนให้ติดตาม	47 (16.2)	79 (27.2)	85 (29.3)	36 (12.4)	43 (14.8)	3.18	1.27	ปานกลาง
5. เป็นแหล่งที่สามารถศึกษาหาความรู้ ข้อมูลข่าวสาร เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ	68 (23.4)	80 (27.6)	63 (21.7)	39 (13.8)	40 (13.8)	3.33	1.34	ปานกลาง
รวม						3.45	1.13	มาก
หมายเหตุ การแปรผลระดับความเหมาะสม								
มากที่สุด		ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00		มาก		ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20		
ปานกลาง		ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40		น้อย		ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.81- 2.60		
น้อยที่สุด		ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80						

ตารางที่ 13 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากอินเทอร์เน็ตของเกษตรกร (n=290)

ประเด็น	ระดับความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสาร					$\bar{X}$	SD	ระดับการรับรู้
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
อินเทอร์เน็ต								
1. สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ง่าย มีความสะดวกรวดเร็ว ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย	36 (12.4)	15 (5.2)	1 (0.3)	8 (2.7)	230 (79.3)	1.68	1.42	น้อยที่สุด
2. เนื้อหาของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับนั้นมีความทันสมัย ตรงกับความต้องการสอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน	34 (11.7))	17 (5.9)	-	6 (2.1)	233 (80.3)	1.67	1.41	น้อยที่สุด
3. ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารสามารถเข้าใจได้ง่ายไม่ซับซ้อนจนเกินไป	31 (10.7)	17 (5.9)	3 (1.0)	3 (1.0)	236 (81.4)	1.63	1.38	น้อยที่สุด
4. ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรนั้นมีความหลากหลาย น่าสนใจ ชวนให้ติดตาม	44 (15.2)	7 (2.4)	-	9 (3.1)	230 (79.3)	1.71	1.48	น้อยที่สุด
5. เป็นแหล่งที่สามารถศึกษาหาความรู้ ข้อมูลข่าวสาร เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ	41 (14.1)	10 (3.4)	-	6 (2.1)	233 (80.3)	1.69	1.46	น้อยที่สุด
รวม						1.68	1.41	น้อยที่สุด
หมายเหตุ การแปรผลระดับความเหมาะสม								
มากที่สุด		ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00		มาก		ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20		
ปานกลาง		ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40		น้อย		ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.81- 2.60		
น้อยที่สุด		ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80						

ทัศนคติที่มีต่อสื่อมวลชนของเกษตรกร

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับระดับทัศนคติที่มีต่อสื่อมวลชนของเกษตรกรในอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ทั้ง 6 ด้าน ดังนี้ 1) ความรู้ที่คาดหวังจากสื่อ 2) ความน่าสนใจของสื่อ 3) ความน่าเชื่อถือของสื่อ 4) ความเหมาะสมกับตัวเกษตรกร 5) การศึกษาหาความรู้เพิ่มจากสื่อ และ 6) ความสามารถนำสิ่งที่ได้ไปประยุกต์ใช้ โดยให้เกษตรกรแสดงระดับทัศนคติออกเป็น 3 ระดับ คือ มาก ปานกลาง และน้อย มีค่าคะแนนเป็น 3 2 และ 1 ตามลำดับ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ผลการศึกษาเกี่ยวกับระดับทัศนคติที่มีต่อสื่อมวลชนของเกษตรกรในอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ทั้ง 6 ด้าน พบว่า ในภาพรวมมีระดับทัศนคติที่มีต่อสื่อมวลชนของเกษตรกรอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.18) ซึ่งมีระดับทัศนคติระดับมากใน 2 ด้าน ได้แก่ ในด้านความน่าสนใจของสื่อและด้านความน่าเชื่อถือของสื่อ มีค่าเฉลี่ย 2.35 และ 2.75 ตามลำดับ และมีระดับทัศนคติอยู่ในระดับปานกลาง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ที่คาดหวังจากสื่อ ด้านความเหมาะสมกับตัวเกษตรกร ด้านการศึกษาหาความรู้เพิ่มจากสื่อ และด้านความสามารถนำสิ่งที่ได้ไปประยุกต์ใช้ มีค่าเฉลี่ย 2.07, 2.05, 1.89 และ 1.95 ตามลำดับ (ตารางที่ 14)

ตารางที่ 14 ตารางระดับทัศนคติที่มีต่อสื่อมวลชนรวม

(n = 290)			
ประเด็น	$\bar{X}$	SD	ระดับทัศนคติ
1. ความรู้ที่คาดหวังจากสื่อ	2.07	0.79	ปานกลาง
2. ความน่าสนใจของสื่อ	2.35	0.70	มาก
3. ความน่าเชื่อถือของสื่อ	2.75	0.50	มาก
4. ความเหมาะสมกับตัวเกษตรกร	2.05	0.69	ปานกลาง
5. การศึกษาหาความรู้เพิ่มจากสื่อ	1.89	0.71	ปานกลาง
6. สามารถนำสิ่งที่ได้ไปประยุกต์ใช้	1.95	0.85	ปานกลาง
รวม	2.18	0.71	ปานกลาง

โดยมีรายละเอียดระดับทัศนคติทัศนคติที่มีต่อสื่อมวลชนดังต่อไปนี้

ความรู้ที่คาดหวังจากสื่อสารมวลชน

ผลการศึกษาในระดับทัศนคติเกี่ยวกับ ความรู้ที่เกษตรกรคาดหวังจะได้รับจากสื่อมวลชนโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.07) 1) สื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 1.79) 2) โทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 2.45) 3) วิทยู (ค่าเฉลี่ย 2.34) และ 4) อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 1.72)

จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีความคาดหวังที่จะได้รับความรู้จากสื่อโทรทัศน์และวิทยุอยู่ในระดับมาก เนื่องจากเป็นสื่อที่เกษตรกรสามารถเข้าถึงได้ง่าย ให้ทั้งทั้งความรู้ สาระ ความบันเทิง และสะดวกสบาย (ตาราง 15)

ความน่าสนใจของสื่อสารมวลชน

ผลการศึกษาระดับทัศนคติเกี่ยวกับ ความน่าสนใจของสื่อมวลชนโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 2.35) 1) สื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 1.65) 2) โทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 2.76) 3) วิทยุ (ค่าเฉลี่ย 2.46) และ 4) อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 2.51)

จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ให้ความสนใจกับสื่อสารมวลชนแต่ละประเภทอยู่ในระดับมากยกเว้นสื่อสิ่งพิมพ์ที่เกษตรกรให้ความสนใจอยู่ในระดับน้อย ทั้งนี้เนื่องจากสื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อที่ต้องใช้เวลาและสมาธิอย่างมากในการอ่านจึงไม่เป็นที่น่าสนใจของเกษตรกรมากนัก (ตาราง 15)

ความน่าเชื่อถือของสื่อสารมวลชน

ผลการศึกษาระดับทัศนคติเกี่ยวกับ ความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชนโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 2.75) 1) สื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 2.81) 2) โทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 2.83) 3) วิทยุ (ค่าเฉลี่ย 2.77) และ 4) อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 2.60)

จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า สื่อสารมวลชนชนแต่ละประเภทมีความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับมากทั้งหมด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากสื่อมวลชนเป็นสื่อที่ส่งถึงผู้รับโดยตรงทำให้ข้อมูลข่าวสารอาจจะถูกบิดเบือนไปไม่มากนัก อีกทั้งแหล่งที่มาของสื่อส่วนใหญ่มาจากแหล่งที่มีความน่าเชื่อถือพอสมควร (ตารางที่ 15)

ความเหมาะสมกับตัวเกษตรกร

ผลการศึกษาระดับทัศนคติเกี่ยวกับสื่อมวลชนที่มีความเหมาะสมกับตัวเกษตรกรโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.05) 1) สื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 1.50) 2) โทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 2.73) 3) วิทยุ (ค่าเฉลี่ย 2.61) และ 4) อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 1.35)

ผลการศึกษาดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า โทรทัศน์กับวิทยุเป็นสื่อที่ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่คิดว่ามีความเหมาะสมกับตนเองอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากโทรทัศน์กับวิทยุเป็นสื่อที่เกษตรกรสามารถรับข่าวสารได้ง่ายเพราะเป็นสื่อที่อยู่ใกล้ตัวและมีอยู่แทบทุกครัวเรือน (ตาราง 15)

การศึกษาหาความรู้เพิ่มจากสื่อสารมวลชน

ผลการศึกษาระดับทัศนคติเกี่ยวกับการศึกษาหาความรู้เพิ่มจากสื่อมวลชนโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 1.89) 1) สื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 1.24) 2) โทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 2.42) 3) วิทยู (ค่าเฉลี่ย 2.51) และ 4) อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 1.38)

ผลการศึกษาดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่คิดว่าสามารถศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมจากสื่อสารมวลชนอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากสื่อสารมวลชนเป็นแหล่งที่รวบรวมความรู้วิชาการ ข่าวสารต่างๆไว้มากมายเพื่อให้เกษตรกรทุกคนสามารถศึกษาหาความรู้ได้ตลอดเวลา (ตารางที่ 15)

สามารถนำสิ่งที่ได้ไปประยุกต์ใช้

ผลการศึกษาระดับทัศนคติเกี่ยวกับความสามารถที่จะนำสิ่งที่ได้จากสื่อมวลชนไปประยุกต์ใช้โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 1.95) 1) สื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 1.84) 2) โทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 2.08) 3) วิทยู (ค่าเฉลี่ย 2.09) และ 4) อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 1.77)

ผลการศึกษาดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่คิดว่าสามารถนำความรู้ที่ได้จากสื่อสารมวลชนมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ เนื่องจากสื่อมวลชนเป็นสื่อที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปยังที่ต่างๆได้อย่างรวดเร็วทำให้เกษตรกรสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรได้ง่าย (ตารางที่ 15)

ตารางที่ 15 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับทัศนคติทัศนคติที่มีต่อสื่อมวลชนของเกษตรกร
(n = 290)

ประเด็น	ระดับทัศนคติ			$\bar{X}$	SD	ระดับการรับรู้ แปลผล
	มาก	ปานกลาง	น้อย			
สื่อมวลชนสามารถให้ความรู้ได้มากน้อย				2.07	0.79	ปานกลาง
1. สื่อสิ่งพิมพ์	68 (23.4)	93 (32.1)	129 (44.5)	1.79	0.80	ปานกลาง
2. โทรทัศน์	175 (60.3)	70 (24.1)	45 (15.5)	2.45	0.75	มาก
3. วิทยุ	156 (53.8)	78 (26.9)	56 (19.3)	2.34	0.78	มาก
4. อินเทอร์เน็ต	65 (22.4)	79 (27.3)	146 (50.3)	1.72	0.81	ปานกลาง
สื่อมวลชนมีความน่าสนใจในการศึกษามากน้อย				2.35	0.70	มาก
1. สื่อสิ่งพิมพ์	50 (17.3)	88 (30.3)	152 (52.4)	1.65	0.76	น้อย
2. โทรทัศน์	235 (81.1)	41 (14.1)	14 (4.8)	2.76	0.53	มาก
3. วิทยุ	187 (64.5)	50 (17.2)	53 (18.3)	2.46	0.79	มาก
4. อินเทอร์เน็ต	183 (63.1)	71 (24.5)	36 (12.4)	2.51	0.71	มาก

ตารางที่ 15 (ต่อ)

ประเด็น	ระดับทัศนคติ			$\bar{X}$	SD	ระดับการรับรู้ แปลผล
	มาก	ปานกลาง	น้อย			
สื่อมวลชนมีความน่าเชื่อถือมีมากน้อย				2.75	0.50	มาก
1. สื่อสิ่งพิมพ์	240 (82.8)	44 (15.1)	6 (2.1)	2.81	0.45	มาก
2. โทรทัศน์	245 (84.5)	40 (13.8)	5 (1.7)	2.83	0.42	มาก
3. วิทยู	231 (79.7)	50 (17.2)	9 (3.1)	2.77	0.49	มาก
4. อินเทอร์เน็ต	198 (68.3)	68 (23.4)	24 (8.3)	2.60	0.64	มาก
สื่อมวลชนมีความเหมาะสมกับท่านมากน้อย				2.05	0.69	ปานกลาง
1. สื่อสิ่งพิมพ์	45 (15.5)	56 (19.3)	189 (65.2)	1.50	0.75	น้อย
2. โทรทัศน์	224 (77.2)	53 (18.3)	13 (4.5)	2.73	0.54	มาก
3. วิทยู	215 (74.1)	37 (12.8)	38 (13.1)	2.61	0.71	มาก
4. อินเทอร์เน็ต	50 (17.2)	1 (0.3)	239 (82.4)	1.35	0.76	น้อย

ตารางที่ 15 (ต่อ)

ประเด็น	ระดับทัศนคติ			$\bar{X}$	SD	ระดับการรับรู้ แปรผล
	มาก	ปานกลาง	น้อย			
สามารถศึกษาหาความรู้สื่อมวลชนได้มากน้อย				1.89	0.71	ปานกลาง
1. สื่อสิ่งพิมพ์	19 (6.6)	31 (10.7)	240 (82.7)	1.24	0.56	น้อย
2. โทรทัศน์	165 (56.0)	82 (28.3)	43 (14.8)	2.42	0.74	มาก
3. วิทยุ	199 (41.7)	41 (20.3)	50 (37.9)	2.51	0.77	มาก
4. อินเทอร์เน็ต	52 (17.9)	6 (2.1)	232 (80.0)	1.38	0.77	ปานกลาง
สามารถความรู้ที่ได้จากสื่อมวลชนไปประยุกต์ใช้ได้มาก น้อย				1.95	0.85	ปานกลาง
1. สื่อสิ่งพิมพ์	80 (27.6)	84 (29.0)	126 (43.4)	1.84	0.83	ปานกลาง
2. โทรทัศน์	122 (42.1)	68 (23.4)	100 (34.5)	2.08	0.87	ปานกลาง
3. วิทยุ	130 (44.8)	55 (19.0)	105 (36.2)	2.09	0.90	ปานกลาง
4. อินเทอร์เน็ต	69 (23.8)	84 (29.0)	137 (47.2)	1.77	0.81	ปานกลาง
หมายเหตุ การแปรผลระดับทัศนคติ				ปานกลาง ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.67-2.33		
				มาก ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.34-3.00		
				น้อย ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.00-1.66		

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม กับการรับรู้ข้อมูล
ข่าวสารด้านการเกษตรและทัศนคติที่มีต่อสื่อมวลชนของเกษตรกร
ในอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่

การศึกษาครั้งนี้มีการวัดระดับอันตรภาค (Interval Scale) คือวัดระดับของค่าน้ำหนักคะแนนเฉลี่ย (Weight Mean Score) ส่วนตัวแปรอิสระมีระดับการวัดเป็นอัตราส่วนหรือมีค่าเป็น 0,1 (Dummy) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ความรู้และการปฏิบัติตามแนวการปฏิบัติเกษตรที่ดีที่เหมาะสมของเกษตรกรผู้ปลูกผักเชิงความสัมพันธ์ ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบปกติ (ตารางที่ 16)

การวิเคราะห์ครั้งนี้แบ่งเป็น 2 ส่วนคือ การวิเคราะห์การถดถอยพหุธรรมดา (Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างคุณสมบัติทั่วไปกับปัจจัยที่มีผลความสัมพันธ์กับการรับรู้ด้านความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตร และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อสื่อมวลชนของเกษตรกรว่ามีความสัมพันธ์กันหรือไม่อย่างไร และก่อนที่จะวิเคราะห์การถดถอยเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลความสัมพันธ์กับความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตร และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อสื่อมวลชนของเกษตรกรนั้น จะขอนำเสนอค่าสัมประสิทธิ์ของเพียร์สัน (Pearson's correlation)

ค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละตัวกับตัวแปรตาม (Partial correlation) การรับรู้ด้านความเหมาะสมของเนื้อหาที่สัมพันธ์ในทิศทางบวก ได้แก่ ระดับการศึกษา รายได้ จำนวนพื้นที่ที่ทำ การเกษตร สมาชิกในครัวเรือน ประสบการณ์ การได้รับการฝึกอบรม และการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ ส่วนตัวแปรอิสระที่เหลือมีความสัมพันธ์ทางกลับกันและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระต่างๆด้วยกันมีค่าค่อนข้างต่ำ เมื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามและความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามด้วยกันในแต่ละคู่พบว่า ไม่มีตัวแปรคู่ใดที่มีความสัมพันธ์กันสูงกว่า .80 ที่จะก่อให้เกิดปัญหา (Multicollinearity) อันเป็นการละเมิดเงื่อนไขเบื้องต้นในการวิเคราะห์การถดถอยพหุ (Regression)

ค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละตัวกับตัวแปรตาม (Partial correlation) ด้านทัศนคติที่สัมพันธ์ในทิศทางบวก ได้แก่ ระดับการศึกษา รายได้ จำนวนพื้นที่ทำการเกษตร ประสบการณ์ และการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ ส่วนตัวแปรอิสระที่เหลือมีความสัมพันธ์ทางกลับกันและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระต่างๆด้วยกันมีค่าค่อนข้างต่ำ เมื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามและความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามด้วยกันในแต่ละคู่พบว่า ไม่มีตัวแปรคู่ใดที่มีความสัมพันธ์กันสูงกว่า .80 ที่จะก่อให้เกิดปัญหา (Multicollinearity) อันเป็นการละเมิดเงื่อนไขเบื้องต้นในการวิเคราะห์การถดถอยพหุ (Regression)

ตารางที่ 16 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาการรับรู้ด้านความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตร และทัศนคติที่มีต่อสื่อสารมวลชนของเกษตรกรในอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่

ตัวแปร	รายละเอียด	การวัด
ตัวแปรตาม		
SUIT	การรับรู้ด้านความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตร	ค่าเฉลี่ย
ATTI	ทัศนคติที่มีต่อสื่อสารมวลชน	ค่าเฉลี่ย
ตัวแปรอิสระ		
SEX	เพศ	ชาย = 1 หญิง = 0
AGE	อายุ	จำนวนปี
EDU	การศึกษา	ชั้นประถมศึกษา = 1 อื่นๆ = 0
STATUS	สถานภาพ	สมรส = 1 อื่นๆ = 0
MEMBER	จำนวนสมาชิกในครัวเรือน	จำนวน (คน)
INC	รายได้	จำนวน (บาท)
LAND	จำนวนพื้นที่ที่ทำการเกษตร	จำนวน (ไร่)
FUND	แหล่งเงินทุนที่ใช้ทำการเกษตร	ทุนส่วนตัว = 1 อื่นๆ = 0
EXP	ประสบการณ์การในทำการเกษตร	จำนวน (ปี)
GROUP	การเข้าร่วมกลุ่มสมาชิกในชุมชน	เข้าร่วม = 1 ไม่เข้าร่วม = 0
INFO	การรับข่าวสารในรอบ 1 เดือน	จำนวน (ครั้ง)
TRAIN	การได้รับการฝึกอบรม	จำนวน (ครั้ง)
CONT	การติดต่อเจ้าหน้าที่ด้านการเกษตร	จำนวน (ครั้ง)
SOCIAL	ตำแหน่งทางสังคม	ไม่มี = 0 อื่นๆ = 1
EXPOSU	ช่วงเวลาในการรับข้อมูลข่าวสาร	หลัง 17.01 น. = 1 อื่นๆ = 0

ตารางที่ 17 เมตริกซ์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามที่ใช้ในการวิเคราะห์

ตัวแปร	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1)AGE	-.044													
2)EDU	.020	.420**												
3)STAT	.027	.014	.162**											
4)MEM	.056	.012	-.020	.158**										
5)INC	.011	-.339**	-.055	.225**	-.053									
6)LAND	.086	-.178**	.064	.139*	.072	.686**								
7)FUND	-.094	.052	-.041	-.061	.067	-.116*	-.066							
8)EXP	-.107	.798**	.394**	-.055	.046	-.444**	-.296**	.070						
9)GROUP	.091	.112	.126*	.114	.124*	.183**	.225**	-.147*	.078					
10)INFO	-.037	-.042	.159**	.131*	.077	-.009	.088	.024	.030	.058				
11)TRAIN	.012	.032	.031	.033	.020	.003	-.024	-.135*	-.047	.119*	-.002			
12)CONT	-.071	.033	.100	.024	-.012	.048	.052	.025	-.021	.008	-.148*	.106		
13)SOCAIL	.009	-.007	.109	.153**	.146*	.309**	.206**	-.086	-.042	.435**	.012	-.029	.079	
14)EXPOS	-.016	.036	-.039	-.055	.004	-.084	-.092	.574**	.044	-.155**	-.048	-.049	.069	-.081

หมายเหตุ * มีความสัมพันธ์ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ** มีความสัมพันธ์ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมกับการรับรู้ด้านความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรของเกษตรกรโดยรวม

สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม ประกอบด้วย 15 ตัวแปรได้แก่ เพศ (SEX) อายุ (AGE) ระดับการศึกษา (EDU) สถานภาพ (STATUS) จำนวนสมาชิกในครัวเรือน (MEMBER) รายได้ (INC) จำนวนพื้นที่ที่ใช้ทำการเกษตร (LAND) แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการเกษตร (FUND) ประสบการณ์ในการทำเกษตร (EXP) การเป็นสมาชิกกลุ่ม (GROUP) การรับข้อมูลข่าวสารในรอบ 1 เดือน (INFO) การฝึกอบรม (TRAIN) การติดต่อเจ้าหน้าที่ด้านการเกษตร (CON) ตำแหน่งทางสังคม (SOCAIL) และช่วงเวลาในการรับข้อมูลข่าวสาร (EXPOSURE) เพื่อต้องการทราบว่าเป็นไปตามกรอบแนวคิดหรือไม่โดยมีสมการแสดงความสัมพันธ์ ดังนี้

$$\text{SUIT} = b_0 + b_1 \text{SEX} + b_2 \text{AGE} + b_3 \text{EDU} + b_4 \text{STATUS} + b_5 \text{MEMBER} + b_6 \text{INC} + b_7 \text{LAND} + b_8 \text{FUND} + b_9 \text{EXP} + b_{10} \text{GROUP} + b_{11} \text{INFO} + b_{12} \text{TRAIN} + b_{13} \text{CON} + b_{14} \text{SOCAIL} + b_{15} \text{EXPOSURE}$$

โดยที่ b_0 คือ ค่าคงที่ และ $b_1, b_2, b_3, \dots, b_{15}$ เป็นค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพบว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามการรับรู้ด้านความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตร โดยรวม มี 3 ตัวแปร ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ โดยมีระดับนัยสำคัญที่ .009, .030 และ .000 ตามลำดับ และตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามหรือการรับรู้ด้านความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรได้ร้อยละ 26.1 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 73.9 เป็นอิทธิพลจากปัจจัยอื่นๆ (ตารางที่ 18)

แสดงให้เห็นว่า อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ มีความสัมพันธ์กับระดับการรับรู้ด้านความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตร เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่มีอายุมากทำให้เป็นอุปสรรคในการรับรู้และการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร เนื่องจากเกษตรกรที่มีอายุมากจะไม่ค่อยให้ความสำคัญเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสาร นวัตกรรม เทคโนโลยีต่างๆ เหมือนเกษตรกรรุ่นใหม่ ระดับการศึกษาที่ต่ำก็ยิ่งเป็นอุปสรรคในการรับรู้ข่าวสารซึ่งจะทำให้เกษตรกรส่วนใหญ่เข้าถึงข่าวสารใหม่ๆ ได้ยาก ไม่รู้วิธีเข้าถึงข้อมูลข่าวสารซึ่งจะแตกต่างกับเกษตรกรที่มีการศึกษาสูงเกษตรกรกลุ่มนี้จะสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ดีกว่า รายได้ก็เป็นตัวแปรสำคัญในการเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ยิ่งเกษตรกรมีรายได้มาก การเข้าถึงข่าวสารก็ทำได้ง่ายและสะดวกสบายยิ่งขึ้นเพราะในปัจจุบันการเข้าถึงข่าวสารจากสื่อมวลชนบางชนิดนั้นต้องมีภาระค่าใช้จ่ายพอสมควร

ตารางที่ 18 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และทางสังคม กับ
ระดับการรับรู้ด้านความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรของ

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม		
	การรับรู้ด้านความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตร		
	b	t	Sig
1. เพศ	-.006	-.093	.926
2. อายุ	-.013	-2.648	.009**
3. ระดับการศึกษา	-.136	-2.180	.030*
4. สถานภาพสมรส	-.040	-.576	.565
5. จำนวนสมาชิกในครัวเรือน	.036	1.567	.118
6. รายได้	6.498E-005	4.843	.000**
7. ที่ดินทำกิน	.027	1.368	.173
8. แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการเกษตร	.026	.378	.706
9. ประสบการณ์ในการทำการเกษตร	.005	1.164	.245
10. การเป็นสมาชิกกลุ่มต่างๆในชุมชน	.026	.351	.726
11. การรับข้อมูลข่าวสารในรอบ 1 เดือน	.002	.439	.661
12. การเข้าร่วมการฝึกอบรม	.029	1.201	.231
13. การติดต่อกับเจ้าหน้าที่	-.038	-1.402	.162
14. ตำแหน่งทางสังคม	-.026	-.226	.821
15. ช่วงเวลาในการรับสื่อ	-.070	-.989	.324
ค่าคงที่	2.488	10.200	.000
R ²		.261	26.1%
F		6.042	
Sig. F		.000	

หมายเหตุ * มีความสัมพันธ์ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ** มีความสัมพันธ์ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม กับระดับทัศนคติที่มีต่อสื่อมวลชนของเกษตรกรโดยรวม

สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม ประกอบด้วย 15 ตัวแปรได้แก่ เพศ (SEX) อายุ (AGE) ระดับการศึกษา (EDU) สถานภาพ (STATUS) จำนวนสมาชิกในครัวเรือน (MEMBER) รายได้ (INC) จำนวนพื้นที่ที่ใช้ทำการเกษตร (LAND) แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการเกษตร (FUND) ประสบการณ์ในการทำเกษตร (EXP) การเป็นสมาชิกกลุ่ม (GROUP) การรับข้อมูลข่าวสารในรอบ 1 เดือน (INFO) การฝึกอบรม (TRAIN) การติดต่อเจ้าหน้าที่ด้านการเกษตร (CON) ตำแหน่งทางสังคม (SOCAIL) และช่วงเวลาในการรับข้อมูลข่าวสาร (EXPOSURE) เพื่อต้องการทราบว่าเป็นไปตามกรอบแนวคิดหรือไม่โดยมีสมการแสดงความสัมพันธ์ดังนี้

$$ATTI = b_0 + b_1 SEX + b_2 AGE + b_3 EDU + b_4 STATUS + b_5 MEMBER + b_6 INC + b_7 LAND + b_8 FUND + b_9 EXP + b_{10} GROUP + b_{11} INFO + b_{12} TRAIN + b_{13} CON + b_{14} SOCAIL + b_{15} EXPOSURE$$

โดยที่ b_0 คือค่าคงที่ และ $b_1, b_2, b_3, \dots, b_{15}$ เป็นค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพบว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามทัศนคติที่มีต่อสื่อมวลชนของเกษตรกรโดยรวม มี 3 ตัวแปร ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ โดยมีระดับนัยสำคัญที่ .006, .025 และ .000 ตามลำดับ และตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามหรือทัศนคติที่มีต่อสื่อมวลชนของเกษตรกรได้ร้อยละ 25.4 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 74.6 เป็นอิทธิพลจากปัจจัยอื่นๆ (ตารางที่ 19)

แสดงให้เห็นว่า อายุ ระดับการศึกษา และรายได้มีความสัมพันธ์กับระดับทัศนคติที่มีต่อสื่อมวลชนของเกษตรกร เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วงวัยทำงานและต้องการความรู้เพื่อหาเลี้ยงครอบครัว เกษตรกรจึงให้ความสนใจสื่อมวลชนมากยิ่งขึ้นเพราะสื่อมวลชนเป็นสื่อที่มีการกระจายข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็วทำให้เกษตรกรหันมาให้ความสำคัญกับสื่อมวลชนมากขึ้น การศึกษาก็มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งทั้งนี้เมื่อเกษตรกรมีการศึกษาค่อนข้างต่ำจึงเป็นอุปสรรคต่อการรับข่าวสารจากสื่อมวลชน รายได้ในการประกอบอาชีพเกษตรกรนั้นเมื่อพิจารณาแล้วพบว่าเกษตรกรที่มีรายได้มากจะให้ความสำคัญในการศึกษาหาความรู้วิชาการใหม่เพื่อนำมาใช้ในกิจกรรมทางการเกษตรมากกว่าผู้ที่มีรายได้น้อย อีกทั้งรายได้ก็เป็นตัวแปรสำคัญในการเข้าถึงมูลต่างๆ ยิ่งเกษตรกรมีรายได้มาก การเข้าถึงข่าวสารก็ทำได้ง่ายและสะดวกสบายยิ่งขึ้น

ตารางที่ 19 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และทางสังคม กับ
ระดับทัศนคติที่มีต่อสื่อสารมวลชนของเกษตรกร

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม		
	ระดับทัศนคติต่อสื่อสารมวลชน		
	b	t	Sig
1. เพศ	.012	.191	.849
2. อายุ	-.014	-2.745	.006**
3. การศึกษา	-.142	-2.256	.025*
4. สถานภาพสมรส	-.050	-.714	.476
5. จำนวนสมาชิกในครัวเรือน	.033	1.434	.153
6. รายได้	6.342E-005	4.697	.000**
7. ที่ดินทำกิน	-.003	-.588	.557
8. แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการเกษตร	.024	.348	.728
9. ประสบการณ์ในการทำ การเกษตร	.005	1.197	.232
10. การเป็นสมาชิกกลุ่มต่างๆใน ชุมชน	-.018	-.241	.810
11. การรับข้อมูลข่าวสารในรอบ 1 เดือน	.002	.419	.676
12. การเข้าร่วมการฝึกอบรม	.028	1.167	.244
13. การติดต่อกับเจ้าหน้าที่	-.042	-1.566	.118
14. ตำแหน่งทางสังคม	-.010	-.083	.934
15. ช่วงเวลาในการรับสื่อ	-.075	-1.050	.295
ค่าคงที่	2.545	10.706	.000
R ²		.254	25.4%
F		6.233	
Sig. F		.000	

หมายเหตุ * มีความสัมพันธ์ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ** มีความสัมพันธ์ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

ตอนที่ 4 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตร จากสื่อมวลชนของเกษตรกรในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะของเกษตรกรในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของเกษตรกรรวมทุกด้านพบว่าปัญหาและอุปสรรคของเกษตรกรเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อสารมวลชน มีดังนี้

สื่อสิ่งพิมพ์

1. เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่มีการศึกษาค่อนข้างต่ำทำให้เกษตรกรบางคนอ่านหนังสือไม่ออก
2. พื้นที่ที่เกษตรกรอาศัยอยู่มีจุดให้บริการมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อสิ่งพิมพ์ไม่เพียงพอต่อความต้องการ
3. ความเหน็ดเหนื่อยจากการทำการเกษตรในแต่ละวันทำให้ไม่ยอมรับข่าวสารโดยการอ่าน
4. เนื้อหาจากสื่อสิ่งพิมพ์นั้นค่อนข้างเป็นวิชาการมากเกินไปทำให้เกษตรกรเกิดความไม่เข้าใจในเนื้อหา

โทรทัศน์

1. เกษตรกรไม่รู้ช่วงเวลาในการนำเสนอรายการด้านการเกษตรผ่านทางโทรทัศน์
2. เวลาในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรน้อยเกินไปไม่เพียงพอต่อความต้องการของเกษตรกร

วิทยุ

1. การฟังวิทยุในบางครั้งมักเกิดคลื่นสัญญาณรบกวน ทำให้เวลารับฟังข้อมูลข่าวสารเกิดการติดขัดและขาดความต่อเนื่อง
2. ไม่ได้ตั้งใจฟังเนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่จะฟังวิทยุในขณะที่ทำการเกษตรไปด้วย จึงทำให้ไม่สามารถจับใจความสาระสำคัญได้

อินเทอร์เน็ต

1. เกษตรกรไม่รู้จักวิธีค้นหาข้อมูลข่าวสารและพื้นที่ที่เกษตรกรอาศัยอยู่ไม่มีจุดให้บริการมูลข่าวสารด้านผ่านทางอินเทอร์เน็ต

2. ในการใช้อินเตอร์เน็ตนั้นจะต้องเสียค่าใช้จ่ายทำให้ไม่เป็นที่นิยมของเกษตรกร เนื่องจากเกษตรกรมีรายได้ค่อนข้างต่ำอยู่แล้วจึงไม่อยากจะเพิ่มภาระเพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะของเกษตรกร

ข้อเสนอแนะเกษตรกรในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่าเกษตรกรรับรู้ข่าวสารด้านการเกษตรผ่านทางโทรทัศน์และวิทยุจำนวนมาก ดังนั้นภาครัฐและเอกชนควรเข้ามาสนับสนุนให้ความรู้วิชาการด้านการเกษตรผ่านสื่อโทรทัศน์และวิทยุอย่างจริงจัง พร้อมทั้งเวลาในการนำเสนอข่าวสารควรจะเป็นช่วงวันหยุดหรือควรอยู่ในช่วงที่เกษตรกรเลิกจากการทำการเกษตรเพื่อให้เกษตรกรสามารถรับข้อมูลข่าวสารได้อย่างเต็มที่ ด้านสื่อสิ่งพิมพ์ องค์กรภาครัฐและเอกชนควรเร่งส่งเสริมและสนับสนุนการศึกษาให้แก่เกษตรกรให้เกษตรกรเพื่อให้เกษตรกรสามารถอ่านออกเขียนได้และปลูกฝังให้เกษตรกรมีนิสัยรักการอ่าน ส่วนในด้านของอินเตอร์เน็ตนั้นควรสนับสนุนให้มีแหล่งศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมเนื่องจากอินเตอร์เน็ตนั้นเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารเทคโนโลยีที่ไร้พรมแดนและเพื่อให้เป็นอีกทางเลือกหนึ่งของเกษตรกร

บทที่ 5

สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง เรื่องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อมวลชนของเกษตรกรในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ สามารถสรุปผลการศึกษาได้ ดังนี้

1. สรุปผลการศึกษา
2. อภิปรายผลการศึกษา
3. ข้อเสนอแนะการศึกษา

สรุปผลการวิจัย

ลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมของเกษตรกร

เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 41 ปี จบการศึกษาระดับประถมศึกษาภาคบังคับ มีสถานภาพสมรส สมาชิกภายในครัวเรือนเฉลี่ย 3.76 คน มีรายได้เฉลี่ย 7,787 บาทต่อเดือน มีที่ดินทำกินเฉลี่ย 11.84 ไร่ ใช้เงินทุนส่วนตัวของตนเองในการลงทุนและกู้ยืมธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร มีประสบการณ์ในการประกอบอาชีพเกษตรกรเฉลี่ย 22.08 ปี มีการเข้าร่วมเป็นสมาชิกในกลุ่มต่างๆของชุมชน ภายในระยะเวลา 1 เดือน พบว่า เกษตรกรมีการรับข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรเฉลี่ย 16.76 ครั้ง ส่วนใหญ่ได้เข้ารับการฝึกอบรมอยู่ระหว่าง 1 – 2 ครั้งต่อปี มีการติดกับเจ้าหน้าที่ด้านการเกษตรเฉลี่ย 1.72 ครั้งต่อปี ส่วนใหญ่ไม่มีตำแหน่งทางสังคม มีการรับข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรหลัง 17.01 น. เป็นต้นไป คิดเป็นร้อยละ 55.5

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อมวลชนของเกษตรกร

พฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสารของเกษตรกร

สื่อสิ่งพิมพ์

จากการศึกษาพบว่า เกษตรกรผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ไม่รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 83.8 และรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 16.2

จากจำนวนเกษตรกรที่รับข่าวสารทั้งหมดมีพฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตร ดังนี้ สื่อสิ่งพิมพ์ที่เกษตรกรอ่านบ่อยที่สุดคือ หนังสือพิมพ์ เนื้อหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเกษตรที่อ่านบ่อยที่สุดคือ บทความเกี่ยวกับการปลูกพืช เกษตรกรใช้เวลาในการอ่านข้อมูลข่าวสารวันเว้นวัน ช่วงเวลาในการอ่านข้อมูล คือช่วงเวลา 05.00 – 08.00 น. รูปแบบการนำเสนอ

ข้อมูลข่าวสารที่เกษตรกรชอบที่สุดคือ ตอบปัญหาการเกษตร สถานที่เข้าถึงสื่อสิ่งพิมพ์คือ จุดให้บริการของชุมชน

โทรทัศน์

จากการศึกษาพบว่า เกษตรกรผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่รับข้อมูลข่าวสารจากโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 91.7 และไม่รับข้อมูลข่าวสารจากโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 8.3

จากจำนวนเกษตรกรที่รับข่าวสารจากโทรทัศน์ทั้งหมด ร้อยละ 91.7 มีพฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตร ดังนี้ สถานีโทรทัศน์ที่เกษตรกรดูบ่อยที่สุดคือ สถานีอื่นๆ ได้แก่ เคเบิลทีวี ทีวี่ดิจิตอล เนื้อหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเกษตรที่รับชมบ่อยที่สุดคือ รายการเกี่ยวกับการปลูกพืช เกษตรกรใช้เวลาในการรับชมข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรผ่านทางโทรทัศน์ทุกวัน ช่วงเวลาในการรับข้อมูลข่าวสาร คือ หลัง 17.01 น. เป็นต้นไป รูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารจากโทรทัศน์ที่เกษตรกรชอบที่สุดคือ สัมภาษณ์คนที่ประสบความสำเร็จ ระยะเวลาที่เหมาะสมในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร คือ ประมาณ 30 นาที สถานที่ที่เกษตรกรดูโทรทัศน์บ่อยที่สุดคือ บ้านพักอาศัย

วิทยุ

จากการศึกษาพบว่า เกษตรกรผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่รับข้อมูลข่าวสารจากวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 71.4 และไม่รับข้อมูลข่าวสารจากวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 28.6

จากจำนวนเกษตรกรที่รับข่าวสารจากวิทยุทั้งหมด ร้อยละ 71.4 มีพฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตร ดังนี้ สถานีหรือรายการวิทยุที่เกษตรกรฟังบ่อยที่สุดคือ วิทยุมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เนื้อหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเกษตรที่รับฟังบ่อยที่สุดคือ การใช้ปุ๋ยและสารเคมี เกษตรกรรับข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรทุกวัน ช่วงเวลาในการรับข้อมูลข่าวสาร คือ ช่วงเวลา 12.01 น. – 17.00 น. รูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารชอบฟังที่สุดคือ ตอบปัญหาด้านการเกษตร ระยะเวลาที่เหมาะสมในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร คือ ประมาณ 60 สถานที่ที่เกษตรกรดูโทรทัศน์บ่อยที่สุดคือ สถานที่ทำการเกษตร

อินเทอร์เน็ต

จากการศึกษาพบว่า เกษตรกรผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ไม่รับข้อมูลข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 82.4 และรับข้อมูลข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 28.6

จากจำนวนเกษตรกรที่รับข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตทั้งหมด ร้อยละ 16.2 มีพฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตร ดังนี้ เกษตรกรส่วนใหญ่ที่ใช้อินเทอร์เน็ตค้นหาข่าวสารด้านการเกษตรผ่านทาง Facebook เนื้อหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเกษตรที่รับจากอินเทอร์เน็ตบ่อยที่สุดคือ การปลูกพืช เกษตรกรใช้เวลาในการรับข้อมูลข่าวสารทุกวัน ช่วงเวลาในการรับข้อมูลข่าวสาร

คือ หลัง 17.01 น. เป็นต้นไป รูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารชอบที่สุดคือ ตอบปัญหาด้านการเกษตร สถานที่ที่เกษตรกรใช้อินเตอร์เน็ตบ่อยที่สุดคือ บ้านพักอาศัย

ความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตร

ผลการศึกษาเกี่ยวกับความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อมวลชนทั้ง 4 ประเภท พบว่าในภาพรวมทุกสื่อมีระดับความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.69) ซึ่งสื่อที่มีระดับความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรระดับมากใน 2 ประเภท ได้แก่ โทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 4.06) วิทย์ (ค่าเฉลี่ย 3.45) และมีระดับความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรในระดับน้อยที่สุดใน 2 ประเภท ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 1.59) และอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 1.68) ดังนี้

สื่อสิ่งพิมพ์

ผลการศึกษาในระดับความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อสิ่งพิมพ์อยู่ในระดับน้อยที่สุดทุกด้าน ได้แก่ สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ง่ายมีความสะดวกรวดเร็วประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย เนื้อหาของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับนั้นมีความทันสมัยตรงกับความต้องการและสอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารสามารถเข้าใจได้ง่ายไม่ซับซ้อนจนเกินไป ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรนั้นมีความหลากหลายน่าสนใจและชวนให้ติดตามและเป็นแหล่งที่สามารถศึกษาหาความรู้ข้อมูลข่าวสารเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ

โทรทัศน์

ผลการศึกษาในระดับความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากโทรทัศน์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ประเด็นที่มีระดับเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารมากที่สุดคือ สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ง่ายมีความสะดวกรวดเร็วประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย สำหรับประเด็นมีระดับเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารมากได้แก่ เนื้อหาของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับนั้นมีความทันสมัยตรงกับความต้องการและสอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารสามารถเข้าใจได้ง่ายไม่ซับซ้อนจนเกินไป ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรนั้นมีความหลากหลายน่าสนใจและชวนให้ติดตาม และเป็นแหล่งที่สามารถศึกษาหาความรู้ข้อมูลข่าวสารเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ

วิทย์

ผลการศึกษาในระดับความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากวิทย์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ประเด็นที่มีระดับเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารมากคือ สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ง่ายมีความสะดวกรวดเร็วประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย สำหรับประเด็นมีระดับเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารปานกลางได้แก่ เนื้อหาของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับนั้นมี

ความทันสมัยตรงกับความต้องการและสอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารสามารถเข้าใจได้ง่ายไม่ซับซ้อนจนเกินไป ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรนั้นมีความหลากหลายน่าสนใจและชวนให้ติดตาม และเป็นแหล่งที่สามารถศึกษาหาความรู้ข้อมูลข่าวสารเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ

อินเทอร์เน็ต

ผลการศึกษาระดับความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากอินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับน้อยที่สุดทุกด้าน ได้แก่ สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ง่ายมีความสะดวกรวดเร็วประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย เนื้อหาของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับนั้นมีความทันสมัยตรงกับความต้องการและสอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารสามารถเข้าใจได้ง่ายไม่ซับซ้อนจนเกินไป ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรนั้นมีความหลากหลายน่าสนใจและชวนให้ติดตาม และเป็นแหล่งที่สามารถศึกษาหาความรู้ข้อมูลข่าวสารเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ

ทัศนคติที่มีต่อสื่อสารมวลชนของเกษตรกร

ผลการศึกษาเกี่ยวกับระดับทัศนคติที่มีต่อสื่อมวลชนของเกษตรกรทั้ง 6 ด้าน พบว่าในภาพรวมมีระดับทัศนคติที่มีต่อสื่อมวลชนของเกษตรกรอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.18 โดยมีระดับทัศนคติระดับมากใน 2 ด้าน ได้แก่ ในด้านความน่าสนใจของสื่อและด้านความน่าเชื่อถือของสื่อ มีค่าเฉลี่ย 2.35 และ 2.75 ตามลำดับ และมีระดับทัศนคติอยู่ในระดับปานกลาง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ที่คาดหวังจากสื่อ ด้านความเหมาะสมกับตัวเกษตรกร ด้านการศึกษาหาความรู้เพิ่มจากสื่อ และด้านสามารถนำสิ่งที่ได้ไปประยุกต์ใช้ มีค่าเฉลี่ย 2.07 2.05 1.89 และ 1.95 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ด้านความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรและด้านทัศนคติที่มีต่อสื่อสารมวลชนของเกษตรกรในอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ด้านความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตร และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อสื่อมวลชนของเกษตรกรในอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ มีดังนี้

1. ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ด้านความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตร พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรคือ อายุ ที่ระดับนัยสำคัญ .009 การศึกษา ที่ระดับนัยสำคัญ .030 และรายได้ ที่ระดับนัยสำคัญ .000

2. ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อสื่อมวลชน พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อสื่อมวลชน คือ อายุ ที่ระดับนัยสำคัญ .006 ระดับการศึกษา ที่ระดับนัยสำคัญ .025 และรายได้ ที่ระดับนัยสำคัญ .000

ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อสารมวลชนของเกษตรกรในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

ปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับการใช้สื่อสารมวลชนของเกษตรกร สื่อสิ่งพิมพ์

1. เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่มีการศึกษาค่อนข้างต่ำคือจบชั้นประถมศึกษาภาคบังคับทำให้เกษตรกรบางคนอ่านหนังสือไม่ออก
2. พื้นที่ที่เกษตรกรอาศัยอยู่มีจุดให้บริการข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อสิ่งพิมพ์ไม่เพียงพอต่อความต้องการ
3. ความเหน็ดเหนื่อยจากการทำการเกษตรในแต่ละวัน ทำให้เกษตรกรไม่ยอมรับข่าวสารโดยการอ่าน
4. เนื้อหาจากสื่อสิ่งพิมพ์นั้นค่อนข้างเป็นวิชาการมากเกินไปทำให้เกษตรกรเกิดความเบื่อหน่ายและไม่เข้าใจในเนื้อหา

โทรทัศน์

1. เกษตรกรไม่รู้ช่วงเวลาในการนำเสนอรายการด้านการเกษตรผ่านทางโทรทัศน์
2. เวลาในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรน้อยเกินไปไม่เพียงพอต่อความต้องการของเกษตรกร

วิทยุ

1. การฟังวิทยุในบางครั้งมักเกิดคลื่นสัญญาณรบกวน ทำให้เวลารับฟังข้อมูลข่าวสารเกิดการติดขัดและขาดความต่อเนื่อง
2. ไม่ได้ตั้งใจฟังเนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่จะฟังวิทยุในขณะที่ทำการเกษตรไปด้วย จึงทำให้ไม่สามารถจับใจความสาระสำคัญได้

อินเทอร์เน็ต

1. เกษตรกรไม่รู้จักรวีสืบหาข้อมูลข่าวสารและพื้นที่ที่เกษตรกรอาศัยอยู่ไม่มีจุดให้บริการข้อมูลข่าวสารด้านผ่านทางอินเทอร์เน็ต
2. ในการใช้อินเทอร์เน็ตนั้นจะต้องเสียค่าใช้จ่ายทำให้ไม่เป็นที่นิยมของเกษตรกรเนื่องจากเกษตรกรมีรายได้ค่อนข้างต่ำอยู่แล้วจึงไม่อยากจะมีการเพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะของเกษตรกร

ข้อเสนอแนะเกษตรกรในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรรับรู้ข่าวสารด้านการเกษตรผ่านทางโทรทัศน์และวิทยุจำนวนมาก ดังนั้นภาครัฐและเอกชน ควรเข้ามาสนับสนุนให้ความรู้วิชาการด้านการเกษตรผ่านสื่อโทรทัศน์และวิทยุอย่างจริงจัง พร้อมทั้ง เวลาในการนำเสนอข่าวสารควรจะเป็นช่วงวันหยุดหรือควรอยู่ในช่วงที่เกษตรกรเลิกจากการทำการเกษตรเพื่อให้เกษตรกรสามารถรับข้อมูลข่าวสารได้อย่างเต็มที่ ด้านสื่อสิ่งพิมพ์ องค์กรภาครัฐและเอกชนควรเร่งส่งเสริมและสนับสนุนการศึกษาให้แก่เกษตรกรให้เกษตรกรเพื่อให้เกษตรกรสามารถอ่านออกเขียนได้และปลูกฝังให้เกษตรกรมีนิสัยรักการอ่าน ส่วนในด้านของอินเทอร์เน็ตนั้นควร สนับสนุนให้มีแหล่งศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมเนื่องจากอินเทอร์เน็ตนั้นเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสาร เทคโนโลยีที่ไร้พรมแดนและเพื่อให้เป็นอีกทางเลือกหนึ่งของเกษตรกร

อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลการวิจัยครั้งนี้ได้นำเสนอตามประเด็นสำคัญคือ 1) ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อมวลชนของเกษตรกร 2) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมกับความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตร และความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมกับทัศนคติที่มีต่อสื่อมวลชนของเกษตรกร 3) ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะของเกษตรกรในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

1. ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อมวลชนของเกษตรกร ในด้านของ พฤติกรรมในการรับข้อมูลข่าวสาร ผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าเกษตรกรในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ มีพฤติกรรมในการรับรู้ข่าวสารจากโทรทัศน์และวิทยุในระดับมาก เนื่องจากเป็นสื่อที่ เกษตรกรสามารถเข้าถึงได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัจฉริยะ พิชวงศ์ (2558) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการฝึกอบรมวิชาชีพด้านการเกษตรกรรมหลักสูตรระยะสั้นของเกษตรกรใน อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า เกษตรในอำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ รับรู้ข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาเป็นสื่อวิทยุ

2. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมกับการรับรู้ด้านความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสาร แสดงให้เห็นว่า อายุ ระดับการศึกษา และรายได้มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ด้านความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสาร

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมกับทัศนคติที่มีต่อสื่อมวลชนของเกษตรกรในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ แสดงให้เห็นว่า อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อสื่อมวลชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมศักดิ์ คูหาสวรรค์เวช

(2552) ได้ทำการศึกษาการเปิดรับข่าวสารทางการเกษตรของเกษตรกรในกรุงเทพมหานครและจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า อายุ ระดับการศึกษา รายได้ การได้รับการฝึกอบรม และประสบการณ์ในการทำเกษตรผู้ให้ข้อมูล มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับทัศนคติในการเปิดรับข่าวสารทางการเกษตรของเกษตรกร

อายุ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ด้านความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสาร และทัศนคติที่มีต่อสื่อมวลชนของเกษตรกรในอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากเกษตรกรที่มีอายุน้อยหรือเกษตรกรรุ่นใหม่จะให้ความสำคัญกับข้อมูลข่าวสารมากกว่าเกษตรกรที่มีอายุมาก ทั้งนี้ก็เพื่อที่จะสามารถนำความรู้ที่ได้ไปพัฒนาอาชีพเกษตรกรรมเพื่อเลี้ยงดูสมาชิกในครอบครัวในอนาคต

ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ด้านความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสาร และทัศนคติที่มีต่อสื่อมวลชนของเกษตรกรในอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับชั้นประถมศึกษาจึงทำให้เป็นอุปสรรคในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ซึ่งแตกต่างจากเกษตรกรที่มีระดับการศึกษาที่สูงที่สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ง่ายมากยิ่งขึ้น

รายได้ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ด้านความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสาร และทัศนคติที่มีต่อสื่อมวลชนของเกษตรกรในอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้เนื่องจากเกษตรกรที่มีรายได้มากย่อมส่งผลต่อการรับรู้ข่าวสารเนื่องจากสื่อมวลชนบางประเภทเช่น สื่อสิ่งพิมพ์และอินเทอร์เน็ต การที่จะเข้าถึงข้อมูลข่าวสารจากสื่อเหล่านี้ได้นั้นจะต้องเสียค่าใช้จ่ายพอสมควรซึ่งเกษตรกรจะเป็นภาระสำหรับเกษตรกรที่มีรายได้ต่ำ

3. ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่มีการศึกษาค่อนข้างต่ำทำให้เกษตรกรบางคนอ่านหนังสือไม่ออก ไม่รู้จักวิธีเข้าถึงข้อมูลข่าวสารนวัตกรรมใหม่ๆ ไม่รู้ช่วงเวลาในการนำเสนอรายการด้านการเกษตร รวมไปถึงพื้นที่ที่เกษตรกรอาศัยอยู่มีจุดให้บริการข่าวสารด้านการเกษตรไม่เพียงพอต่อความต้องการ ดังนั้นภาครัฐและเอกชนควรเข้ามาสนับสนุนให้ความรู้วิชาการด้านการเกษตรผ่านสื่อมวลชนอย่างจริงจัง จัดให้มีการฝึกอบรมการค้นหาข้อมูลวิชาการ และเพิ่มจุดบริการข่าวสารให้กับชุมชนเพื่อให้เกษตรกรสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างเต็มที่ พร้อมทั้งให้ช่วยเหลือในด้านการประสานงานกับแหล่งเงินทุนเพื่อสนับสนุนด้านการพัฒนาการเกษตร การลงทุน การแปรรูปสินค้า การตลาด รวมไปถึงเทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อเพิ่มผลผลิตทางการเกษตรให้แก่เกษตรกร

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อมวลชนของเกษตรกรในอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นพื้นที่เป้าหมายในการศึกษาครั้งนี้ ซึ่งสามารถใช้ผลงานวิจัยครั้งนี้ไปเป็นข้อมูลสำหรับเจ้าหน้าที่ส่งเสริมและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการวางแผนส่งเสริมพัฒนาความรู้ให้แก่เกษตรกรต่อไป จากผลการวิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. จากผลการศึกษาลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม พบว่าเกษตรกรมีอายุเฉลี่ยค่อนข้างมาก และจบการศึกษาในระดับประถมศึกษาภาคบังคับ อาจทำให้การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและเทคโนโลยีใหม่ๆ ได้ค่อนข้างลำบาก ดังนั้นเจ้าหน้าที่ส่งเสริมควรมีวิธีการส่งเสริมที่เหมาะสมสำหรับอายุและการศึกษาของเกษตรกรเพื่อให้เกษตรกรมีความรู้ความเข้าใจในการใช้สื่อสารมวลชนที่มากขึ้น
2. องค์กรของรัฐและเอกชนควรให้การส่งเสริมสนับสนุนข้อมูลข่าวสารไม่ว่าจะเป็นรายการโทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต ให้กับเกษตรกร พร้อมทั้งเพิ่มจุดให้บริการข่าวสารในชุมชนเพื่อให้เกษตรกรสามารถค้นหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชนได้อย่างตลอดเวลา
3. เจ้าหน้าที่ส่งเสริมควรเข้าไปให้ความรู้ การสืบค้นข้อมูล แนะนำเทคนิค และวิธีการใช้สื่อสารมวลชนให้กับเกษตรกร มีการจัดทำสื่อในรูปแบบที่น่าสนใจแปลกใหม่เพื่อดึงดูดความสนใจของเกษตรกร

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อมวลชนของเกษตรกรในอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้นหากมีการศึกษาในครั้งต่อไปผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. ควรมีการศึกษาอิทธิพลของสื่อมวลชนที่ส่งผลต่อการพัฒนาอาชีพเกษตรกรของเกษตรกรในอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อที่จะได้ทราบถึงความต้องการและปัญหาอุปสรรคของเกษตรกรในภาพรวม
2. ควรมีการศึกษาทัศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อสื่อมวลชนด้านการเกษตรของเกษตรกรในอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่

3. ควรมีการศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อมวลชนของเกษตรกรจากสื่อมวลชนของเกษตรกรในภาคหรือจังหวัดอื่นๆ เพื่อเปรียบเทียบว่าเกษตรกรมีระดับรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรมีความแตกต่างกันหรือไม่ แตกต่างกันในปัจจุบันใด เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปอ้างอิงหรืออธิบายสรุปผลการวิจัยได้กว้างขึ้น



บรรณานุกรม

- กฤษณ์ ทองเลิศ. 2540. สื่อมวลชน การเมือง และวัฒนธรรมองค์กรรวมแห่งสายสัมพันธ์ของวิถีชีวิต. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ท้องถิ่นกรมการปกครอง.
- กาญจนา แก้วเทพ. 2543. สื่อเพื่อชุมชน: การประมวลองค์ความรู้. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- กาญจนา แก้วเทพ และวิลาสณี พิพิธกุล. 2539. การสำรวจสถานภาพแห่งองค์ความรู้ เรื่อง สตรีกับสื่อมวลชนในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กิตติชัย เหลี่ยมวานิช. 2548. ความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชนของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กิตติมา สุรสนธิ. 2553. ความรู้ทางการสื่อสาร. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ขวัญเรือน กิตติวัฒน์. 2531. พลศาสตร์ของการสื่อสาร หน่วยที่ 2. นนทบุรี: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิกราช.
- ชิดชนก ทองไทย. 2556. การรับรู้และทัศนคติที่มีผลต่อความพร้อมในการเข้าสู่ตลาดแรงงานประชาคมอาเซียนของนักศึกษาปริญญาโทมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. กรุงเทพฯ: สารนิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เชิดชัย โชติสทธิ. 2543. ทัศนะและพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยของผู้ใช้รถจักรยานยนต์: กรณีศึกษาผู้ใช้ รถจักรยานยนต์ในเขตพื้นที่สถานีตำรวจนครบาลมักกะสัน. กรุงเทพฯ: ภาคนิพนธ์ปริญญาโท. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- เดโช สวานานนท์. 2512. ปทานุกรมจิตวิทยา. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ธันชบุตร เพียรชนะ. 2555. อิทธิพลของสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารจานด่วนของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ธนาวัลย์ ตรีนุสนธ์. 2543. ปัญหาและความต้องการทางด้านสื่อของเกษตรกรในจังหวัดกระบี่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ธิดาดาว ักดี. 2525. บทบาทของสื่อที่มีผลต่อการยอมรับการเลี้ยงกึ่งก้ามกรามของสมาชิกโครงการส่งเสริมการเลี้ยงกึ่งก้ามกรามของเกษตรกรจังหวัดกาฬสินธุ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นรินทร์ชัย พัฒนพงศา. 2542. การสื่อสาร – วรรณคดีเชิงยุทธศาสตร์เพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมมนุษย์.

กรุงเทพฯ: ไร่เขียว.

นฤชิต แวศรีผ่อง. 2531. ความต้องการสื่อของเกษตรกรเพื่อพัฒนาการเกษตรและชนบทในเขต

ปฏิรูปที่ดิน อำเภอสยามชัยเขต จังหวัดฉะเชิงเทรา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท.

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ประมะ สตะเวทิน. 2530. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา. นนทบุรี:

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

ประชาสิทธิ์ ใจกว้าง. 2552. อิทธิพลของการใช้สื่อเผยแพร่ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงต่อการเปลี่ยน

เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการทำเกษตรกรรมของเกษตรกรในเขตองค์การบริหารส่วนตำบล

บ้านแหง อำเภองาว จังหวัดลำปาง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

ประภาเพ็ญ สวรรณ. 2526. ทศนคติ: การวัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย. กรุงเทพฯ:

โรงพิมพ์พระพัฒนา.

_____. 2538. ทศนคติ การวัด การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอนามัย. กรุงเทพฯ: ไทย

วัฒนาพานิช.

ประวิศา พงษ์อร่าม. 2549. ปัจจัยทางการสื่อสารที่มีผลต่อการลดหรือเลิกใช้สารเคมีของเกษตรกร

ตำบลป่าโมก อำเภอป่าโมก จังหวัดอ่างทอง. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโท.

มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

ผ่องพรรณ พักทอง. 2549. อิทธิพลของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของ

นักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่สถานีเกษตรหลวงอ่างขาง. ปัญหาพิเศษปริญญาโท.

มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

พรทิพย์ บุญนิพัทธ์. 2531. ทศนคติ. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

พรสวรรค์ อุทราวุฒิพงศ์. 2534. บทบาทหน้าที่ของกรมประชาสัมพันธ์ในฐานะองค์กร

สื่อสารมวลชน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มานัส จันตรา. 2550. สื่อที่เหมาะสมในการส่งเสริมการผลิตตามความคิดเห็นของเกษตรกรผู้ผลิต

ปาล์มน้ำมันอุตสาหกรรม จังหวัดชุมพร. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโท. มหาวิทยาลัยแม่

โจ้.

ยุพดี ชัยภักดิ์. 2524. บทบาทของสื่อที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับฝ่ายพันธุ์ใหม่ของสมาชิกนิคมสร้าง

ตนเองลำตะคลอง จังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. จุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย.

ยุพดี จิตติกุลเจริญ. 2537. ทฤษฎีการสื่อสาร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ลัดดา จิตตคุตตานนท์. 2542. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารและการใช้ประโยชน์จากข่าวสารด้านการเกษตรของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรในภาคเหนือ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วรทัศน์ อินทร์คัมพร. ม.ป.ป. การติดต่อสื่อสารการเกษตร: การส่งเสริมแบบมวลชน. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วัชรพงษ์ คุณยศยิ่ง. 2558. ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการสนับสนุนและส่งเสริมการผลิตกระเทียมของเกษตรกรตำบลแม่โป่ง อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

วีรวรรณ แซ่จ้าว. 2557. อิทธิพลของทัศนคติและความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อพฤติกรรมกาตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยว. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโท. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ศักดิ์ สุนทรเสณี. 2531. เจตคติ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์รุ่งวัฒนา.

ศุภพร ไทยภักดี และพันธ์จิตต์ พรประทานสมบัติ. 2547. สื่อมวลชนและสื่อบุคคลกับการยอมรับเทคโนโลยีการเกษตรของเกษตรกรใน อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี. นครปฐม: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน.

สินธุ์ พันธุ์พินิจ. 2544. การส่งเสริมการเกษตร. กรุงเทพฯ: รวมสาส์น.

สิริรัตน์ พิชิตพร. 2546. ความรู้และการปฏิบัติเกี่ยวกับการเกษตรทฤษฎีใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโท. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สุนีย์ โรจนโอฬารรัตน์. 2539. บทบาทของสื่อ และปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการดื่มไวน์ของผู้บริหารในองค์กรธุรกิจเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุรพงษ์ ไสชนะเสถียร. 2533. การสื่อสารกับสังคม. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อนันต์ธนา อังกนันท์ และ เกื้อกูล คุปรัตน์. 2532. ทฤษฎีของสื่อมวลชน. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

อนาสี งามดี. 2546. การเปิดรับสื่อ การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และความพึงพอใจต่อประโยชน์ของเว็บไซต์รักบ้านเกิดดอทคอม ของสมาชิกกลุ่มเกษตรกร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

อนุพร สุวรรณวาทกสิกิจ. 2531. ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพรายการความรู้ทางการเกษตร: กรณีศึกษาเฉพาะสถานีวิทยุ ม.ก. บางเขน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อัจฉริยะ พิชวงศ์. 2558. ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการฝึกอบรมวิชาชีพด้านการเกษตรกรรม
หลักสูตรระยะสั้นของเกษตรกรในอำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์
ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.





ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง การรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อมวลชนของเกษตรกรในอำเภอสนทราย
จังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้ตอบแบบสอบถาม นาย/นาง/นางสาว.....นางสกุล.....
บ้านเลขที่.....หมู่.....ตำบล.....อำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจง

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หรือเติมข้อความลงในช่องว่างให้ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม

1. เพศ () 1.ชาย
() 2.หญิง
2. อายุ ปี
3. ระดับการศึกษา
() 1.ไม่ได้เรียนหนังสือ
() 2. ประถมศึกษา
() 3. มัธยมศึกษาตอนต้น
() 4. มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.
() 5. ปวส. อนุปริญญาหรือเทียบเท่า
() 6. ปริญญาตรีขึ้นไป
4. สถานภาพสมรส
() 1. โสด
() 2. สมรส
() 3. หย่าร้าง/หม้าย
5. จำนวนสมาชิกในครัวเรือนทั้งหมด (รวมถึงผู้ให้ข้อมูล)คน
6. ปัจจุบันท่านมีรายได้จากการเกษตรเฉลี่ย..... บาทต่อเดือน
7. ท่านมีพื้นที่เพื่อประกอบอาชีพการเกษตร.....ไร่

8. แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการเกษตร(เลือกตอบเพียงข้อเดียว)
- () 1. ทุนส่วนตัว
 - () 2. ธนาคารเพื่อการเกษตร ธกส.
 - () 3. กองทุนหมู่บ้าน
 - () 4. อื่น ๆ
9. ท่านมีประสบการณ์ในการประกอบอาชีพเกษตรกรรมกี่ปี
10. ท่านได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกของกลุ่มต่างๆในชุมชนหรือไม่
- () 1. ไม่เข้าร่วม
 - () 2. เข้าร่วม กลุ่ม.....
11. ท่านรับข้อมูลข่าวสารทางการเกษตร..... ครั้งต่อเดือน
12. ท่านได้รับการฝึกอบรม ครั้งต่อปี
13. ท่านมีการติดต่อเจ้าหน้าที่ด้านการเกษตร ครั้งต่อปี
14. ท่านมีตำแหน่งทางสังคมหรือไม่ () ไม่มี () มี ระบุ.....
15. ช่วงเวลาในการรับสื่อของท่าน (เลือกตอบมากที่สุดเพียง 1 ข้อ)
- () 1. 05.00 น. -08.00 น.
 - () 2. 08.01 น. -12.00 น.
 - () 3. 12.01 น. -17.00 น.
 - () 4. หลัง 17.01 น. ขึ้นไป

ตอนที่ 2 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อมวลชนของเกษตรกรอำเภอสันทรายจังหวัดเชียงใหม่

2.1 พฤติกรรมในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อมวลชน

ก. สื่อสิ่งพิมพ์

1) ท่านรับข้อมูลข่าวสารทางด้านการเกษตรจากสื่อสิ่งพิมพ์หรือไม่

() 1. ไม่อ่าน เพราะ.....(ถ้าไม่อ่านข้ามไปตอบข้อ ข.)

() 2. อ่าน สื่อสิ่งพิมพ์ใดที่ท่านอ่านบ่อยที่สุด

() 1. หนังสือพิมพ์

() 2. นิตยสาร/วารสาร

() 3. หนังสือ

() 4. อื่นๆระบุ.....

2) เนื้อหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเกษตรที่ท่านได้อ่านจากสื่อสิ่งพิมพ์บ่อยที่สุด

() 1. การผลิตพืช

() 2. การผลิตสัตว์

() 3. การประมง

() 4. ปุ๋ยและสารเคมีต่างๆ

() 5. สภาพสิ่งแวดล้อม ดิน ฟ้า อากาศ

() 6. เทคโนโลยี นวัตกรรมใหม่ๆ

() 7. อื่นๆ(เช่น การตลาด) ระบุ.....

3) ท่านใช้เวลาในการอ่านข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อสิ่งพิมพ์บ่อยเพียงใด

() 1. อ่านเดือนละครั้ง

() 2. อ่านสัปดาห์ละครั้ง

() 3. อ่านเกือบทุกวัน

() 4. อ่านทุกวัน

4) ช่วงเวลาในการอ่านข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อสิ่งพิมพ์ของท่านคือช่วงเวลาใด

() 1. 05.00 น. - 08.00 น.

() 2. 08.01 น. - 12.00 น.

() 3. 12.01 น. - 17.00 น.

() 4. หลัง 17.01 น. ขึ้นไป

5) การนำเสนอข้อมูลข่าวสารการเกษตรจากสื่อสิ่งพิมพ์รูปแบบใดที่ท่านชอบอ่านมากที่สุด

() 1. ตอบปัญหาการเกษตร

() 2. เสนอแนะวิชาการใหม่ๆ

() 3. บรรยายเรื่องราวอย่างละเอียด

() 4. สัมภาษณ์คนที่ประสบความสำเร็จ

() 5. นำเสนอเนื้อหาพร้อมภาพประกอบ

() 6. อื่นๆ.....

6) ท่านอ่านข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อสิ่งพิมพ์จากสถานที่ใดบ่อยที่สุด

() 1. บ้านพัก

() 2. สถานที่ทำการเกษตร

() 3. จุดให้บริการของชุมชน

() 4. ร้านค้า

() 5. สถานที่ราชการหรือหน่วยงานต่างๆ

() 6. อื่นๆระบุ.....

ข. โทรทัศน์

1) ท่านรับข้อมูลข่าวสารการเกษตรจากสื่อโทรทัศน์หรือไม่

() 1. ไม่ได้ดูโทรทัศน์ เพราะ..... (ถ้าไม่ดูข้ามไปตอบข้อ ค.)

() 2. ดู ถ้าดูท่านดูโทรทัศน์ช่องใดบ่อยที่สุด

() 1. ช่อง 3

() 2. ช่อง 5

() 3. ช่อง 7

() 4. ช่อง 9

() 5. ช่อง Thai TBS

() 6. อื่นๆ(เช่น ทิวดีจิตอล)

รายการโทรทัศน์ที่รับชมบ่อยที่สุดคือรายการอะไร.....

2) เนื้อหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเกษตรที่ท่านได้รับจากโทรทัศน์บ่อยที่สุด

() 1. การผลิตพืช

() 2. การผลิตสัตว์

() 3. การประมง

() 4. ปุ๋ยและสารเคมีต่างๆ

() 5. สภาพสิ่งแวดล้อม ดิน พืช อากาศ

() 6. เทคโนโลยี นวัตกรรมใหม่ๆ

() 7. อื่นๆระบุ.....

3) ท่านใช้เวลาในการรับข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อโทรทัศน์บ่อยเพียงใด

() 1. ดูเดือนละครั้ง

() 2. ดูสัปดาห์ละครั้ง

() 3. ดูเกือบทุกวัน

() 4. ดูทุกวัน

4) ช่วงเวลาในการรับข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อโทรทัศน์ของท่านคือช่วงเวลาใด

() 1. 05.00 น. - 08.00 น.

() 2. 08.01 น. - 12.00 น.

() 3. 12.01 น. - 17.00 น.

() 4. หลัง 17.01 น. ขึ้นไป

5) ท่านคิดว่าระยะเวลาที่เหมาะสมในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อโทรทัศน์ควรมีการนำเสนอครั้งละกี่นาที

() 1. 30 นาที

() 2. 45 นาที

() 3. 60 นาที

() 4. มากกว่า 1 ชั่วโมง

6) การนำเสนอข้อมูลข่าวสารการเกษตรจากสื่อโทรทัศน์รูปแบบใดที่ท่านชอบดูมากที่สุด

- | | |
|------------------------------------|-------------------------------------|
| () 1. ตอบปัญหาการเกษตร | () 2. เสนอแนะวิชาการใหม่ๆ |
| () 3. บรรยายเรื่องราวอย่างละเอียด | () 4. สัมภาษณ์คนที่ประสบความสำเร็จ |
| () 5. นำเสนอเนื้อหาพร้อมภาพประกอบ | () 6. อื่นๆ..... |

7) ท่านรับข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อโทรทัศน์จากสถานที่ใดบ่อยที่สุด

- | | |
|---------------------------------------|--------------------------|
| () 1. บ้านพัก | () 2. สถานที่ทำการเกษตร |
| () 3. จุดให้บริการของชุมชน | () 4. ร้านค้า |
| () 5. สถานที่ราชการหรือหน่วยงานต่างๆ | () 6. อื่นๆระบุ..... |

ค. วิทย์

1) ท่านรับฟังข้อมูลข่าวสารการเกษตรจากสถานีวิทยุสถานีหรือไม่

- () 1. ไม่ฟัง เพราะ.....(ถ้าไม่ฟังข้ามไปตอบข้อ ง.)
- () 2. ฟัง ถ้าฟังรายการหรือสถานีวิทยุที่ท่านฟังบ่อยที่สุดบ่อยที่สุดคือ.....

2) เนื้อหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเกษตรที่ท่านได้จากการฟังวิทยุบ่อยที่สุด

- | | |
|--------------------------------------|--------------------------------|
| () 1. การผลิตพืช | () 2. การผลิตสัตว์ |
| () 3. การประมง | () 4. ปุ๋ยและสารเคมีต่างๆ |
| () 5. สภาพสิ่งแวดล้อม ดิน พืช อากาศ | () 6. เทคโนโลยี นวัตกรรมใหม่ๆ |
| () 7. อื่นๆระบุ..... | |

3) ท่านใช้เวลาในการฟังข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อวิทยุบ่อยเพียงใด

- | | |
|------------------------|--------------------------|
| () 1. ฟังเดือนละครั้ง | () 2. ฟังสัปดาห์ละครั้ง |
| () 3. ฟังเกือบทุกวัน | () 4. ฟังทุกวัน |

4) ช่วงเวลาในการฟังวิทยุของท่านคือช่วงเวลาใด

- | | |
|----------------------------|-----------------------------|
| () 1. 05.00 น. - 08.00 น. | () 2. 08.01 น. - 12.00 น. |
| () 3. 12.01 น. - 17.00 น. | () 4. หลัง 17.01 น. ขึ้นไป |

5) ท่านคิดว่าระยะเวลาที่เหมาะสมในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อวิทยุ ควรมีการนำเสนอครั้งละกี่นาที

- () 1. 30 นาที () 2. 45 นาที
() 3. 60 นาที () 4. มากกว่า 1 ชั่วโมง

6) การนำเสนอข้อมูลข่าวสารการเกษตรจากสื่อวิทยุรูปแบบใดที่ท่านชอบฟังมากที่สุด

- () 1. ตอบปัญหาการเกษตร () 2. เสนอแนะวิชาการใหม่ๆ
() 3. บรรยายเรื่องราวอย่างละเอียด () 4. สัมภาษณ์คนที่ประสบ

ความสำเร็จ

- () 5. นำเสนอเนื้อหาพร้อมภาพประกอบ () 6. อื่นๆ.....

7) ท่านรับข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อวิทยุจากสถานที่ใดบ่อยที่สุด

- () 1. บ้านพัก () 2. สถานที่ทำการเกษตร
() 3. จุดให้บริการของชุมชน () 4. ร้านค้า
() 5. สถานที่ราชการหรือหน่วยงานต่างๆ () 6. อื่นๆระบุ.....

ง. อินเทอร์เน็ต

1) ท่านใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูลข่าวสารการเกษตรหรือไม่

- () 1. ไม่ใช่ เพราะ.....(ถ้าไม่ใช่ข้ามไปตอบหน้า ข้อ 2.)

() 2. ใช่ ถ้าใช่ท่านค้นหาข่าวสารทางอินเทอร์เน็ตจากเว็บไซต์อะไรบ่อยที่สุด

- () 1. เว็บไซต์กระทรวงเกษตรฯ () 2. เว็บไซต์กรมส่งเสริมการเกษตร

- () 3. Facebook.com () 4. Youtube.com

- () 5. อื่นๆระบุ.....

2) เนื้อหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเกษตรที่ท่านได้รับจากอินเทอร์เน็ตบ่อยที่สุด

- () 1. การผลิตพืช () 2. การผลิตสัตว์
() 3. การประมง () 4. ปุ๋ยและสารเคมีต่างๆ
() 5. สภาพสิ่งแวดล้อม ดิน ฟ้า อากาศ () 6. เทคโนโลยี นวัตกรรมใหม่ๆ
() 7. อื่นๆระบุ.....

3) ท่านใช้อินเทอร์เน็ตค้นหาข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรบ่อยเพียงใด

() 1. เดือนละครั้ง

() 2. สัปดาห์ละครั้ง

() 3. เกือบทุกวัน

() 4. ทุกวัน

4) ช่วงเวลาในการค้นหาข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากอินเทอร์เน็ตของท่านคือช่วงเวลาใด

() 1. 05.00 น. - 08.00 น.

() 2. 08.01 น. - 12.00 น.

() 3. 12.01 น. - 17.00 น.

() 4. หลัง 17.01 น. ขึ้นไป

5) การนำเสนอข้อมูลข่าวสารการเกษตรจากสื่ออินเทอร์เน็ตรูปแบบใดที่ท่านชอบอ่านมากที่สุด

() 1. ตอบปัญหาการเกษตร

() 2. เสนอแนะวิชาการใหม่ๆ

() 3. บรรยายเรื่องราวอย่างละเอียด

() 4. สัมภาษณ์คนที่ประสบความสำเร็จ

() 5. นำเสนอเนื้อหาพร้อมภาพประกอบ

() 6. อื่นๆ.....

7) ท่านใช้สื่ออินเทอร์เน็ตค้นหาข่าวสารจากสถานที่ใดบ่อยที่สุด

() 1. บ้านพัก

() 2. สถานที่ทำการเกษตร

() 3. จุดให้บริการของชุมชน

() 4. ร้านค้า

() 5. สถานที่ราชการหรือหน่วยงานต่างๆ

() 6. อื่นๆระบุ.....

2.2 การรับรู้ด้านความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อมวลชนประเภทต่างๆ

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () ลงในช่องว่างให้ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

- 5 = เหมาะสมมากที่สุด
 4 = เหมาะสมมาก
 3 = เหมาะสมปานกลาง
 2 = เหมาะสมน้อย
 1 = เหมาะสมน้อยที่สุด

คุณลักษณะ	ระดับความเหมาะสม				
	5	4	3	2	1
ก. สื่อสิ่งพิมพ์					
1. สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ง่าย มีความสะดวกรวดเร็ว ประหยัดเวลา และค่าใช้จ่าย					
2. เนื้อหาของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับนั้นมีความทันสมัย ตรงกับความต้องการ สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน					
3. ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารสามารถเข้าใจได้ง่ายไม่ซับซ้อนจนเกินไป					
4. ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรนั้นมีความหลากหลาย น่าสนใจ ชวนให้ติดตาม					
5. เป็นแหล่งที่สามารถศึกษาหาความรู้ ข้อมูลข่าวสาร เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ					
ข. โทรทัศน์					
1. สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ง่าย มีความสะดวกรวดเร็ว ประหยัดเวลา และค่าใช้จ่าย					
2. เนื้อหาของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับนั้นมีความทันสมัย ตรงกับความต้องการ สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน					
3. ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารสามารถเข้าใจได้ง่ายไม่ซับซ้อนจนเกินไป					

คุณลักษณะ	ระดับความเหมาะสม				
	5	4	3	2	1
4. ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรนั้นมีความหลากหลาย น่าสนใจ ชวนให้ติดตาม					
5. เป็นแหล่งที่สามารถศึกษาหาความรู้ ข้อมูลข่าวสาร เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ					
ค. วิทย์					
1. สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ง่าย มีความสะดวกรวดเร็ว ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย					
2. เนื้อหาของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับนั้นมีความทันสมัย ตรงกับความต้องการสอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน					
3. ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารสามารถเข้าใจได้ง่ายไม่ซับซ้อนเกินไป					
4. ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรนั้นมีความหลากหลาย น่าสนใจ ชวนให้ติดตาม					
5. เป็นแหล่งที่สามารถศึกษาหาความรู้ ข้อมูลข่าวสาร เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ					
ง. อินเทอร์เน็ต					
1. สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ง่าย มีความสะดวกรวดเร็ว ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย					
2. เนื้อหาของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับนั้นมีความทันสมัย ตรงกับความต้องการสอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน					
3. ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารสามารถเข้าใจได้ง่ายไม่ซับซ้อนเกินไป					
4. ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรนั้นมีความหลากหลาย น่าสนใจ ชวนให้ติดตาม					
5. เป็นแหล่งที่สามารถศึกษาหาความรู้ ข้อมูลข่าวสาร เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ					

2.3 ทักษะที่มีต่อสื่อมวลชนของเกษตรกรในอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () ลงในช่องว่างให้ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

3 = มาก
2 = ปานกลาง
1 = น้อย

1. ปัจจุบันท่านคิดว่าสื่อมวลชนสามารถให้ความรู้กับท่านมากน้อยเพียงใด	ระดับทัศนคติ		
	3	2	1
- สื่อสิ่งพิมพ์			
- โทรทัศน์			
- วิทยุ			
- อินเทอร์เน็ต			
2. ปัจจุบันท่านคิดว่าสื่อมวลชนเหล่านี้มีความน่าสนใจในการศึกษามากน้อยเพียงใด	ระดับทัศนคติ		
	3	2	1
- สื่อสิ่งพิมพ์			
- โทรทัศน์			
- วิทยุ			
- อินเทอร์เน็ต			
3. ท่านคิดว่าสื่อต่างๆเหล่านี้มีความน่าเชื่อถือมีมากน้อยเพียงใด	ระดับทัศนคติ		
	3	2	1
- สื่อสิ่งพิมพ์			
- โทรทัศน์			
- วิทยุ			
- อินเทอร์เน็ต			
4. ท่านคิดว่าสื่อต่างๆเหล่านี้มีความเหมาะสมกับท่านมากน้อยเพียงใด	ระดับทัศนคติ		
	3	2	1
- สื่อสิ่งพิมพ์			
- โทรทัศน์			

- วิทย์			
- อินเตอร์เน็ต			
5. ท่านสามารถศึกษาหาความรู้เพิ่มจากสื่อต่างๆเหล่านี้ได้มาก น้อยเพียงใด	ระดับทัศนคติ		
	3	2	1
- สื่อสิ่งพิมพ์			
- โทรศัพท์			
- วิทย์			
- อินเตอร์เน็ต			
6. ท่านคิดว่าสามารถนำความรู้ที่ได้จากสื่อต่างๆเหล่านี้ไป ประยุกต์ใช้ได้มากน้อยเพียงใด	ระดับทัศนคติ		
	3	2	1
- สื่อสิ่งพิมพ์			
- โทรศัพท์			
- วิทย์			
- อินเตอร์เน็ต			

ตอนที่ 3 ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะของเกษตรกรในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

1. ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอในการรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์

.....

.....

.....

.....

.....

2. ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอในการรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์

.....

.....

.....

.....

.....

ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอในการรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อวิทยุ

.....

.....

.....

.....

.....

ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอในการรับข้อมูลข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต

.....

.....

.....

.....

.....



ภาคผนวก ข

ประวัติผู้วิจัย

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นายธีรพงษ์ นันทะคำ
เกิดเมื่อ	6 พฤศจิกายน 2529
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2555 ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนบริหารศาสตรบัณฑิต) คณะผลิตกรรมการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้ พ.ศ. 2551 ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (วทบ.) สาขาวิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย พ.ศ. 2548 มัธยมศึกษาตอนปลายศูนย์การศึกษานอกโรงเรียน อำเภอปากชม จังหวัดเลย