

สื่อมวลชนกับการยอมรับ วิทยาการแผนใหม่ (นวัตกรรม) และทัศนคติบางประการ ของ เกษตรกรในจังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 1

นรินทร์ชัย พัฒนพงศา

ภาควิชาส่งเสริม และ เผยแพร่การเกษตร
คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

บทนำและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ก. ความสำคัญของปัญหา

การแพร่ขยายของสื่อสารมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และภาพยนตร์ จากสังคมเมืองไปสู่สังคมเกษตรกรรมนั้นจะทวีขึ้นทุกที ได้มีผู้วิจัย และให้ความเห็นถึงอิทธิพลของสื่อมวลชนดังกล่าวต่อเด็ก เยาวชน และประชากรวัยอื่น ๆ ในเชิงที่จะทำให้เกิดผลดีและผลเสียต่อชีวิต ความเป็นอยู่ของประชากรผู้รับสารดังกล่าว ได้มากมาย Berelsen and others ได้ศึกษาการเลือกตั้งปี 1940 ในสหรัฐอเมริกาซึ่งรายงานไว้และมีการศึกษาตาม Trenaman and Mac Quail (1961) ถึงการเลือกตั้งในสหราชอาณาจักรอีก 20 ปีต่อมา ต่างก็พบว่าสาระสำคัญของการรณรงค์ทางสื่อมวลชน เป็นสิ่งที่มีผลทำให้ผู้รับข่าวทางสื่อมวลชนนั้นได้ทราบและตัดสินใจเกี่ยวกับการเลือกตั้ง ทางด้านการโฆษณาสินค้าก็เช่นกัน Stewart (1964) พบว่าหนังสือพิมพ์นิตยสารและโทรทัศน์ ที่ใช้โฆษณามีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับสิ่งที่ประชาชนทราบถึงชนิดและยี่ห้อสินค้าเหล่านั้น ในเรื่องขอการให้ข่าวสารเกี่ยวกับประเทศต่าง ๆ Holaday and Stoddard (1933) พบว่า เด็กอเมริกันเชื่อว่าสิ่งที่เห็นจากภาพยนตร์เกี่ยวกับประเทศต่าง ๆ นั้นเป็นสิ่งที่สะท้อน

เรื่องราวของประเทศดังกล่าว ในขณะที่ญี่ปุ่นจัดแข่งกีฬาโอลิมปิกนั้น ได้มีการใช้สื่อมวลชนกระจายเรื่องราวขอความช่วยเหลือ ประสานงานจากกลุ่มชนต่าง ๆ ซึ่งการวิจัยของ Fujitake (1963) ก็พบว่าความเกี่ยวข้องของกลุ่มชนเป็นไปตามเนื้อหา และความเข้มข้นของการใช้สื่อมวลชน

นายนิโคลัส เบนเนต ที่ปรึกษาฝ่ายการศึกษาขององค์การยูเนสโกซึ่งคลุกคลีและเข้าใจถึงปัญหาการจัดการศึกษาในประเทศด้อยพัฒนา เกือบทั่วโลกทั้งในลาตินอเมริกา แอฟริกา และเอเชีย ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับสื่อมวลชนต่อการพัฒนาชนบทในหนังสือการศึกษาในประเทศด้อยพัฒนาว่า "สื่อมวลชนใหม่ ๆ เหล่านี้ ในปัจจุบันมีแนวโน้มที่จะอยู่ภายใต้ การควบคุมของกลุ่มชนชั้นสูงในเมืองมากกว่า และเหตุนี้เองจึงถ่ายทอดค่านิยมต่าง ๆ ที่ไม่เป็นผลดีโดยตรงต่อการพัฒนาเปลี่ยนแปลงชนบทอย่างรวดเร็วและคงเส้นคงวานัก.... (เบนเนต 1975) เมื่อได้ศึกษาวิจัยถึงสื่อสารมวลชนมานานกว่า 20 ปี กลุ่มนักสังคมวิทยา ด้านการสื่อสารความหมายแห่งโคลัมเบีย ซึ่งนำโดย Lazarsfeld and Merton (ปรากฏในหนังสือของ W. Schramm and A.F. Roberts 1971 pp. 554 - 578) จึงได้กล่าวสรุปถึงอิทธิพลของวิทยุกระจายเสียงว่ามีอิทธิพลเทียบได้กับระเบิดปรมาณูทีเดียว

จากผลการวิจัยและการให้ความเห็นของผู้วิจัยต่าง ๆ ที่กล่าวมา แสดงถึงอิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อการดำรงชีวิตของผู้รับสื่อมวลชนอย่างมาก ทำให้เป็นสิ่งที่น่าพิจารณาที่จะวิจัยเพิ่มเติมว่าอิทธิพลดังกล่าวจะมีผลต่อการเผยแพร่วิทยาการใหม่ ๆ ทางเกษตรต่อค่านิยมเรื่องราวเชื่อถือโชคลางต่อความไม่พอใจในสภาพชีวิต สภาพเศรษฐกิจสังคมที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน จนอาจฝันใฝ่ที่จะค้นรณสรรหาการเปลี่ยนแปลงในทางต่าง ๆ ด้วยหรือไม่ ซึ่งการวิจัยนี้เมื่อได้ทราบผลก็จะวิเคราะห์เสนอแนะข้อแก้ไขปรับปรุง การให้บริการด้านสื่อสารมวลชนแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป

ข. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

โดยสรุปแล้ว วัตถุประสงค์ของการวิจัยมีดังนี้.-

1. เพื่อทราบถึงสภาพการใช้เทคโนโลยีการเกษตร และการรับสื่อสารมวลชนต่าง ๆ ตลอดจนความคิดในการอนุรักษ์ธรรมชาติ ความพอใจในวิถีชีวิตที่ตนเป็นอยู่ ตลอดจนการเชื่อถือโซคกลาง
2. เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างบทบาทของสื่อมวลชน กับการยอมรับวิทยาการเกษตรแผนใหม่ในเรื่องการปลูกข้าว ปลูกถั่วเหลือง ปลูกลำไย และการเลี้ยงสัตว์
3. เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างบทบาทของสื่อมวลชนกับเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับการครองชีพ การตั้งเป้าหมายในชีวิต ความพอใจในชีวิต ความเป็นอยู่ของตน และบ้านเมือง ความเชื่อถือโซคกลาง การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และความต้องการอพยพไปสู่ในเมือง
4. เพื่อนำผลการวิจัยและหลักทฤษฎี จัดเป็นข้อเสนอ เพื่อการพัฒนาการใช้สื่อมวลชนให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

ค. สมมุติฐานในการวิจัย

ข้อสมมุติฐานในการวิจัยที่เป็นแกนสำคัญมีดังนี้.-

1. เกษตรกรเพศชาย จะมีการรับสื่อมวลชนประเภทภาพและเสียง และประเภทสิ่งพิมพ์มากกว่าเกษตรกรเพศหญิง ในขณะเดียวกันที่เกษตรกรเพศหญิง จะมีการรับสื่อมวลชนประเภทเสียง (เช่น วิทยุ) มากกว่าเกษตรกรชาย
2. เกษตรกรที่รับสื่อมวลชนประเภทข่าวหรือความรู้ทั่วไป และประเภทพักผ่อนหรือบันเทิงมาก จะมีความคิดที่จะอพยพไปอยู่ในตัวเมืองมากกว่า เกษตรกรที่รับสื่อประเภทเดียวกันนั้นน้อย

3. อายุของเกษตรกรจะมีความสัมพันธ์ในทางลบกับสื่่อมวลชนโดยทั่วไป ขณะที่เดียวกันที่เกษตรกรมีระดับการศึกษาสูง และเกษตรกรที่มีระดับการครองชีพดี มีความสัมพันธ์ในทางมวลชนทุกประเภท

4. การรับฟังข่าวด้านการเกษตรและการประกอบอาชีพ จะมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการใช้เทคโนโลยีทางเกษตรแผนใหม่

5. การรับสื่่อมวลชนต่าง ๆ จะมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการตั้งเป้าหมายในชีวิต

6. การรับสื่่อมวลชนต่าง ๆ จะมีความสัมพันธ์ทางลบกับความพอใจ ในชีวิตความเป็นอยู่ของตนเอง

7. การรับสื่่อมวลชนด้านพักผ่อนหรือบันเทิง จะมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความเชื่อถือในโชคกลาง

8. การรับสื่่อมวลชนด้านพักผ่อน หรือบันเทิง จะมีความสัมพันธ์ทางลบ กับแนวคิดในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ง. ความหมายของคำศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยนี้ได้กำหนดคำศัพท์ที่ใช้เพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะขึ้น ขอนำมาเป็นตัวอย่าง 2 เรื่องดังนี้.-

1. วิทยาการเกษตรแผนใหม่ : หมายถึง การเพาะปลูกข้าว ถั่วเหลือง ลำไย และการเลี้ยงสัตว์ โดยในทั้ง 4 กิจกรรมนี้ เกษตรกรรายใดได้ทำตามคำแนะนำในการส่งเสริมการเกษตรมากน้อยเพียงใด ก็ให้คะแนนเป็นกิจกรรมไป เช่น การปลูกข้าว การใช้ข้าวพันธุ์ดีที่ราชการส่งเสริม การใส่ปุ๋ยคอก การใส่ปุ๋ยเคมี และการปลูกโดยชิงเชือกให้ข้าวขึ้นเป็นแถวเป็นแนว เกษตรกรที่ปฏิบัติใน 4 ประการนี้ ก็ได้คะแนน 4 คะแนน ในวิทยาการเกษตรแผนใหม่ การปลูกข้าว การปลูกถั่วเหลืองและลำไยก็ให้คะแนนเช่นเดียวกับการปลูกข้าวต่างกันเฉพาะปลูกลำไยให้คะแนนที่การตัดแต่งกิ่งแทนการปลูกโดยชิงเชือก

สำหรับการเลี้ยงสัตว์ให้คำแนะนำการถ่ายพยาธิ การฉีดวัคซีน การให้อาหาร เสริมและทำความสะอาดเรือนโรงเป็น 4 คะแนน แก่ผู้ปฏิบัติใน 4 ประการนี้ จากนั้นก็นำคะแนนของกิจกรรมปลูกข้าว ปลูกถั่วเหลือง ปลูกลำไย และเลี้ยงสัตว์ มารวมกันแล้ว คิดค่าเฉลี่ยของคะแนนวิทยาการเกษตรแผนใหม่ คือ.-

$$\text{วิทยาการเกษตรแผนใหม่} = \frac{\text{คะแนนปลูกข้าว+ถั่วเหลือง+ลำไย+การเลี้ยงสัตว์}}{4}$$

หากเกษตรกรปฏิบัติเพียง 3 กิจกรรมก็จะคิดคะแนนเฉลี่ยเพียง 3 กิจกรรม เช่น

$$\text{วิทยาการเกษตรแผนใหม่} = \frac{\text{คะแนนปลูกข้าว+ปลูกลำไย+การเลี้ยงสัตว์}}{3}$$

2. การรับสื่อมวลชน :

สื่อมวลชนที่นำมาพิจารณาในที่นี้แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม

ก. ประเภทเสียง ได้แก่ วิทยุ

ข. ประเภทภาพและเสียง ได้แก่ โทรทัศน์

ค. ประเภทสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ ตลอดจนเอกสารเผยแพร่ ทางเกษตรต่าง ๆ

ทั้งนี้ ได้สอบถามจำนวนเวลาที่เกษตรกรรับสื่อทั้ง 3 กลุ่มนี้ใน 1 เดือนแล้วคิดค่าเฉลี่ยออกมา

ส่วนเนื้อหาการรับฟังสื่อมวลชนก็จัดแบ่งเป็น 3 กลุ่มด้วยกันกล่าวคือ

ก. เนื้อหาประเภทข่าว หรือความรู้ทั่วไป

ข. เนื้อหาประเภทการเกษตรและการประกอบอาชีพ

ค. เนื้อหาประเภทการพักผ่อนและบันเทิง

โดยสอบถามเกษตรกรว่าในแต่ละ 1 เดือน รับสื่อที่มีเนื้อหาแต่ละกลุ่มนี้ เป็นจำนวนชั่วโมงเท่าไรแล้วนำมาใช้วิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

จ. ทฤษฎีและหลักการด้านสื่อสารและการเผยแพร่ความรู้

มีทฤษฎีหลายทฤษฎีที่เกี่ยวกับการกระจายข่าวสารเพื่อให้มีการยอมรับวิทยาการเกษตรแผนใหม่ หรือที่เรียกว่า นวัตกรรม เช่น ทฤษฎี "Two - step flow of communication" ซึ่งกล่าวถึงการที่ข่าวสารจะผ่านไปยังกลุ่มผู้นำความคิดเห็นแล้ว จากนั้นจึงจะผ่านไปยังสมาชิกผู้ติดต่อกับผู้นำเหล่านั้น นอกจากนี้ยังมีทฤษฎีที่เป็นที่รู้จักมากอีกทฤษฎีหนึ่ง คือ "Adoption-diffusion" ซึ่งกล่าวถึงขั้นตอนที่บุคคลจะยอมรับนวัตกรรม มักต้องผ่านขั้นตอนรับทราบ (awareness) สนใจ (interest) ไตร่ตรองหรือประเมิน (evaluation) ลองทำ (trial) นำไปใช้ (adoption) และนักทฤษฎีการติดต่อสื่อสารจำนวนหนึ่ง (ที่สำคัญคือ Rogers and Shoemaker) ได้แบ่งขั้นตอน การแพร่กระจายนวัตกรรมเป็นรูป Innovation Decision Process โดยพิจารณาปัจจัยก่อนหน้าและกระบวนการ 4 ระยะ ได้แก่ ขั้นรับความรู้ (Knowledge) ขั้นสนใจ (persuasion) ขั้นตัดสินใจ (decision) และขั้นยืนยันการตัดสินใจ (confirmation) นอกจากนี้ทฤษฎี S-M-C-R-E ของ Lasswell คือ "process-effects" ก็ควรคำนึงถึง เพราะกล่าวถึงขั้นตอนที่ข่าวสารจะผ่านไปถึงผู้รับโดยช่องทางใดและมีผลออกมาเป็นอย่างไร ดังคำกล่าว "Who says what to whom over what channel and with what effect"

นอกจากการมองการสื่อสารมวลชนในแง่ที่จะนำวิทยาการแผนใหม่ ไปสู่บุคคลเป้าหมายแล้ว ยังมีผู้คิดกันว่า สื่อมวลชนมีบทบาทในการเผยแพร่วิทยาการแผนใหม่ โดยแท้จริงสักเพียงใด Carpenter (1972) กล่าวว่า มีบทบาทมากที่สื่อมวลชน อาจสิ้นวัฒนธรรมได้เลยทีเดียว "...media are so powerful, they swallow cultures" บ้างก็ว่าสื่อมวลชนเป็นตัวสร้างบรรยากาศแห่งการยอมรับ "promoting a climate of acceptance" เป็นตัวให้สังคมกรณ์ (socialization) และเป็นตัวสร้างความมุ่งหวังในชีวิต "raising aspiration" เป็นต้น

โดยที่บทบาทของสื่อมวลชนมีผลกระทบต่อชีวิตประชาชนอยู่มาก ซึ่งส่วนใหญ่มอง
มองไปในแง่ที่จะใช้กระจายเทคโนโลยีใหม่และข่าวสารต่าง ๆ ไปสู่กลุ่มบุคคลเป้าหมาย
ได้เป็นจำนวนมาก และในเวลาที่รวดเร็ว เช่น Trenaman และ Mac Quail (1961)
Holladay และ Stoddard (1933) Fujitake (1963) นิโคลาส เบนเนต
(1975) Schramm และ Robert (1971) นอกจากนี้ Braid (1975) ได้กล่าวถึง
ปัญหาการใช้สื่อมวลชนในเอเชียว่าสื่อมวลชนได้สร้างความต้องการใหม่ให้เกิดขึ้น ในขณะที่
ความจำเป็นขั้นพื้นฐาน (basic needs) ยังไม่อาจสนองได้พอเพียง ซึ่งจะเป็นสาเหตุ
ให้ผู้ชมหรือผู้ฟังสื่อมวลชนเกิดความเครียดและความวุ่นที่ไม่อาจสนองความต้องการ ที่เกิด
ขึ้นใหม่ ๆ จากการเผยแพร่ของสื่อมวลชนได้ หนังสือของ Susan Gorge (1976)
ในเรื่อง "How The Other-Half Die-The Real Reason for World Hunger"
ได้ชี้ให้เห็นว่าการบริโภคคนในสหรัฐในช่วงปี 1959 - 70 ได้ลดลง 20 เปอร์เซ็นต์ ขณะที่
เครื่องดื่มประเภทน้ำอัดลมเพิ่มการขายขึ้น 79 เปอร์เซ็นต์ ทั้งนี้เนื่องจากอิทธิพลของการ
หุ่่มโฆษณาเครื่องดื่มน้ำอัดลม สิ่งนี้ทำให้เห็นถึงข้อเท็จจริงที่ว่า แม้ความต้องการขั้นพื้นฐาน
(เครื่องดื่มที่มีประโยชน์ เช่น นม) ยังไม่อาจสนองได้พอเพียง แต่สื่อมวลชนได้กระตุ้นให้
กลุ่มชนเกิดความต้องการสิ่งที่ไม่ถึงกับอยู่ในขั้นจำเป็น (เช่น เครื่องดื่มประเภทน้ำอัดลม)จน
ถึงขั้นมีพฤติกรรมตามที่สื่อมวลชนกระตุ้น

(ต่อฉบับหน้า)