

สื่อมวลชนกับการยอมรับกับวิทยาการ
แผนใหม่ (นวัตกรรม) และทัศนคติบางประการ
ของเกษตรกรในจังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 2

นรินทร์ชัย พัฒนพงศา

ภาควิชาส่งเสริม และ เผยแพร่การเกษตร

คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

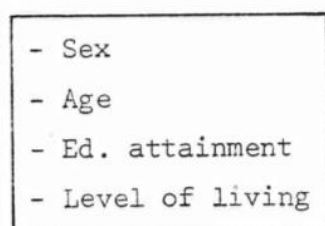
วิธีการวิจัย

ก. แผนการวิจัย

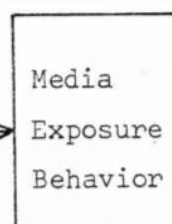
การวิจัยนี้เชื่อว่าจะได้รับความรู้และความเข้าใจใน 2 ลักษณะ คือ

1. ความสัมพันธ์ระหว่าง เพศ อายุ การอ่านออกเขียนได้ ระดับการ
ครองชีพ กับพฤติกรรมการรับสิ่งต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ ดังนี้

Independent variable



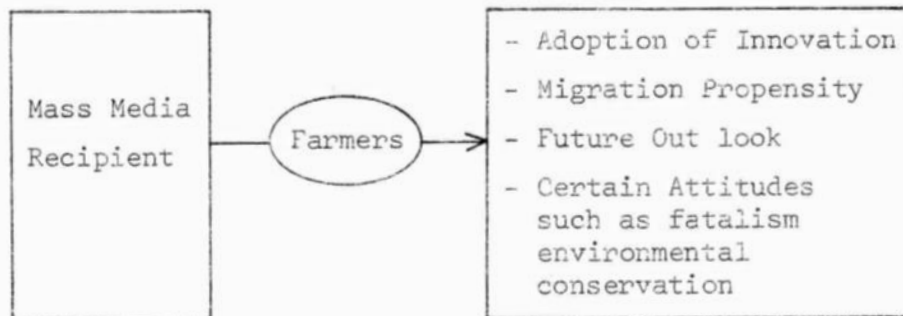
Dependent variable



2. จะค้นหาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมในการรับสื่อมวลชนกับการรับนวัตกรรม แนวความคิดที่จะออกแบบ ทดแทนดี เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ที่คนคิดเกี่ยวกับ การมุ่งหวังในชีวิต และเชื่อถือโยคกลาง ฯลฯ ดังนี้

Independent variable

Dependent variable



ข. สถานที่และกลุ่มตัวอย่าง

ได้ใช้วิธีสัมภาษณ์เกษตรกร ณ บ้านหมู่ที่ 1 บ้านขี้เหล็กน้อย ตำบลขี้เหล็ก อำเภอมะขาม จังหวัดเชียงใหม่ ในช่วงเดือน ธันวาคม 2526 และ มกราคม 2527 โดยสุ่มตัวอย่าง แบบ Simple Random Sampling มา 50% ได้กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้ 137 ครอบครัว เป็นชาย 90 คน หญิง 47 คน

ผลของการวิจัยและข้อเสนอแนะ

ลักษณะของเกษตรกรในกลุ่มตัวอย่าง อายุเฉลี่ยเกือบ 40 ปี ส่วนใหญ่จบ การศึกษาชั้นประถมศึกษา และประกอบอาชีพการเกษตร โดยปลูกข้าว ปลูกถั่วเหลือง ปลูกกล้วย และเลี้ยงสัตว์ เป็นกิจกรรมสำคัญ พบว่าด้านการปลูกพืชนี้ การใช้พันธุ์พืชที่

และการใส่ปุ๋ยเคมีเป็นสิ่งที่กระทำแพร่หลายแล้ว ส่วนปุ๋ยคอกยังไม่มีผู้ใช้เท่าที่ควร ทางด้านการเลี้ยงสัตว์ พบว่า ใช้วิทยาการแผนใหม่น้อยกว่าการปลูกพืช ซึ่งควรต้องเร่งให้เผยแพร่ความรู้ให้มาก คือการให้วัคซีนสัตว์ และการให้อาหารเสริม ซึ่งจะเป็นรากฐานสำคัญของการเพิ่มจำนวนสัตว์เลี้ยงให้มากขึ้นได้

การทดสอบสมมุติฐานในการวิจัย

ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ได้ใช้สถิติ pearson productmoment correlation และ t-test เพื่อทดสอบ ซึ่งปรากฏผลคือ

1. เกษตรกรชายจะรับสื่อภาพ และเสียง (โทรทัศน์) มากกว่าเกษตรกรหญิง จากการตรวจสอบ โดย t-test ก็ยืนยันว่าสมมุติฐานนี้เป็นความจริง ได้ค่า $t = 3.42$ ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.001

และสมมุติฐานที่ว่า เกษตรกรชายรับสื่อด้านสิ่งพิมพ์ (อ่านหนังสือพิมพ์ และเอกสารต่าง ๆ) มากกว่าเกษตรกรหญิง ก็พิสูจน์ โดย t-test ว่าเป็นความจริง คือได้ค่า $t = 1.78$ ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.081

ส่วนสมมุติฐานว่า เกษตรกรหญิงรับสื่อมวลชนประเภทเสียง (วิทยุ) มากกว่าเกษตรกรชาย ปรากฏผลมาในทางตรงกันข้าม ชายรับฟังสื่อประเภทวิทยุมากกว่าหญิง โดยมีค่า $t = 2.02$ ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.48

2. เกษตรกรที่รับสื่อประเภทข่าว หรือความรู้ทั่วไปมาก จะมีแนวคิดที่จะอพยพไปอยู่ในเมืองมากกว่าเกษตรกรที่รับสื่อด้านนี้น้อย (ทั้งนี้การรับสื่อด้านข่าวนั้น คิดคำนวณเวลาที่รับสื่อทั้งจากวิทยุ วิทยุโทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์รวมกัน) ปรากฏว่าสมมุติฐานไม่เป็นความจริง ค่าของ $t = 0.81$ ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.424

เกษตรกรที่รับซื้อค่าน้ำผักผ่อนหรือปั่นแห้งมาก จะมีแนวคิดที่จะอพยพไปอยู่ในเมืองมากกว่าผู้รับข้าวไม่บ่อย ก็ปรากฏว่าสมมุติฐานนี้ไม่เป็นความจริง โดยมีค่าของ $t = 1.53$ ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.132

โดยสรุปการทดสอบสมมุติฐานในข้อ 1 และ ข้อ 2 ที่กล่าวมามีค่าต่าง ๆ ปรากฏในตารางที่ 1 .

3. อายุของเกษตรกรมีความสัมพันธ์ในทางลบ กับการรับซื้อมวลขนต่าง ๆ สมมุติฐานนี้ไม่เป็นความจริง ค่า correlation ที่ได้ คือ +0.0993 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.235

ระดับการศึกษาของเกษตรกรมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับการรับซื้อมวลขนต่าง ๆ สมมุติฐานนี้ ไม่เป็นความจริง นั่นคือค่า correlation ที่ได้คือ +0.1709 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.106

ระดับการครองชีพของเกษตรกรมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับการรับซื้อมวลขนต่าง ๆ สมมุติฐานนี้ไม่เป็นความจริง นั่นคือค่า correlation ที่ได้คือ +0.1342 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.164

4. การรับข้าวทางเกษตรจากลุ่มชนิดต่าง ๆ จะมีความสัมพันธ์ในทางบวก กับการใช้เทคโนโลยีการเกษตรแผนใหม่ ปรากฏว่าสมมุติฐานนี้เป็นความจริง โดยมีค่า correlation ที่ +0.1937 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.078

5. การรับซื้อมวลขนชนิดต่าง ๆ จะมีความสัมพันธ์ในทางบวก กับการตั้งเป้าหมายในอีวีต กล่าวคือ ถ้ารับซื้อมวลขนมากก็จะตั้งเป้าหมายในอีวีตสูง ปรากฏว่าสมมุติฐานนี้ไม่เป็นความจริง โดยค่า correlation ได้ +0.0727 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.299

ตารางที่ 1 ผลการใช้ t-test ตรวจสอบสมมติฐานการรับสื่อต่าง ๆ และเพศ
ตลอดจนสื่อต่าง ๆ และแนวความคิดการอพยพไปทำงานในเมือง

สมมติฐานที่ทดสอบ	ค่าของ t ที่ได้	ระดับความเชื่อมั่น
ชายรับสื่อโทรทัศน์มากกว่าหญิง	3.42	.001***
ชายรับสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าหญิง	1.78	.081*
ชายรับสื่อวิทยุมากกว่าหญิง	2.02	.048**
รับสื่อข่าวทั่วไปมากจะคิดอพยพ ไปในเมืองมาก	0.81	.424 ^{NS}
รับสื่อบันเทิงมากจะคิดอพยพไป ในเมืองมาก	1.53	.132 ^{NS}

* ระดับความเชื่อมั่น 90% ขึ้นไป

** ระดับความเชื่อมั่น 95% ขึ้นไป

*** ระดับความเชื่อมั่น 99% ขึ้นไป

6. การรับสื่อมวลชนชนิดต่าง ๆ จะมีความสัมพันธ์ในทางลบกับความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ของตนเอง นั่นคือผู้ที่รับสื่อชนิดต่าง ๆ มาก จะทราบถึงชีวิตความเป็นอยู่ในระดับดีกว่าตนเองอย่างมาก จนเกิดความไม่พอใจในชีวิตความเป็นอยู่ของตนเอง ปรากฏว่าสมมุติฐานนี้ไม่เป็นความจริง โดยค่า correlation ได้ -0.0439 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.375

7. การรับสื่อมวลชนด้านพักผ่อน หรือบันเทิง จะมีความสัมพันธ์ในเชิงกลาง นั่นคือผู้ที่ฟังหรืออ่าน สื่อประเภทบันเทิง จะโดยทางวิทยุ วิทยุโทรทัศน์ หรือหนังสือพิมพ์ ก็ดี ผู้วิจัยมีสมมุติฐานว่าจะโน้มน้าวใจให้เกิดความเชื่อถือในเชิงกลางมากขึ้น ปรากฏว่าสมมุติฐานนี้ไม่เป็นความจริง ได้ค่า correlation ที่ +0.0968 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.241

8. การรับสื่อมวลชนด้านพักผ่อนหรือบันเทิง จะมีความสัมพันธ์ในทางลบกับแนวคิดในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม นั่นคือ มีสมมุติฐานว่าสื่อมวลชนด้านพักผ่อนหรือบันเทิงนี้จะดึงใจให้มุ่งแต่วัตถุนิยม จนมองเห็นการกระทำด้านอนุรักษ์ธรรมชาติโดยคุณค่าลงไป ปรากฏว่าสมมุติฐานนี้ไม่เป็นความจริง ค่า correlation ที่ได้ อยู่ที่ระดับ -0.1104 ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.211

โดยสรุปแล้ว การหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ โดยใช้ Pearson product-moment correlation เป็นเครื่องตรวจสอบสมมุติฐาน ปรากฏในตารางที่ 2

โดยทั่วไปจะเห็นว่า ทางด้านการรับสื่อมวลชนโทรทัศน์มีการรับมากขึ้น จนเกือบใกล้เคียงกับวิทยุ (รับเฉลี่ยเดือนละ 28.65 ชั่วโมง เทียบกับ 31.74 ชั่วโมงของการรับฟังวิทยุ) การรับสื่อสิ่งพิมพ์มีปริมาณผู้ไม่รับเลย จำนวนมาก (37.96 %)

ตารางที่ 2 ผลการใช้ Pearson product-moment correlation ตรวจสอบ
สัมพันธภาพระหว่างตัวแปรต่าง ๆ

สัมพันธภาพที่ทดสอบ	ค่า correlation ที่ได้	ระดับความเชื่อมั่น
อายุสัมพันธ์ทางลบกับสื่อต่าง ๆ	+ .0993	.235 ^{NS}
ระดับการศึกษาสัมพันธ์ทางบวกกับสื่อต่าง ๆ	+ .1709	.106 ^{NS}
ระดับการครองชีพสัมพันธ์ทางบวกกับสื่อต่าง ๆ	+ .1324	.164 ^{NS}
การรับข่าวสารการเกษตรสัมพันธ์ทางบวกกับเทคโนโลยี	+ .1937	.078 [*]
การรับสื่อต่าง ๆ สัมพันธ์ทางบวกกับการตั้งเป้าหมาย	+ .0727	.299 ^{NS}
การรับสื่อต่าง ๆ สัมพันธ์ทางบวกกับความพอใจชีวิตตน	- .0439	.375 ^{NS}
การรับสื่อบันเทิงสัมพันธ์ทางบวกกับเชื้อโศกลาง	+ .0966	.241 ^{NS}
การรับสื่อบันเทิงสัมพันธ์ทางลบกับการอนุรักษ์ธรรมชาติ	- .1104	.211 ^{NS}

ระดับความเชื่อมั่น 90% ขึ้นไป

การตรวจสอบลุ่มมูติฐานด้านการใช้สื่อ พบว่าข่าวรับสื่อวิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ มากกว่าหญิง

การหาความสัมพันธ์ด้านอื่น พบว่าเกษตรกรที่รับข่าวด้านการเกษตร และการประกอบอาชีพมาก จะใช้วิทยุทางการทางเกษตรแผนใหม่มาก แต่ความสัมพันธ์ที่เชื่อกันว่าผู้มีระดับการศึกษาสูงและระดับการครองชีพสูง จะรับสื่อวิทยุ วิทยุโทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์มากขึ้น ยังไม่อาจพิสูจน์ได้ว่าเป็นความจริง นอกจากนี้ประเด็นความสัมพันธ์ระหว่างการรับสื่อต่าง ๆ เหล่านี้ กับการตั้งเป้าหมายชีวิต ความคิดที่จะอพยพไปอยู่ในเมือง ความพอใจในชีวิต ความเป็นอยู่ของตนเอง หรือของบ้านเมือง การเชื่อถือโศลกกลาง ตลอดจนการมีทัศนคติในทางอนุรักษ์ธรรมชาตินั้น ผลการพิสูจน์ก็ยังไม่ระบุว่าเป็นความจริง

จากลุ่มมูติฐานที่พิสูจน์ได้จึงเสนอแนะให้หาช่องทางที่จะให้เกษตรกรรับสื่อมวลชนทางเกษตรให้มาก เพื่อจะได้รับวิทยุการแผนใหม่มากขึ้น ทั้งนี้อาจโดยศึกษาช่วงเวลาที่เกษตรกรว่างที่จะรับฟัง และ/หรือ การจัดรายการต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับสภาพ และรสนิยมของเกษตรกรให้มากยิ่งขึ้น รวมถึงการจัดสื่ออื่น ๆ เช่น เทปตลับ รายการวิดีโอ เพื่อบริการความรู้ อาจโดยจำหน่ายหรือให้เช่าก็จะช่วยให้มีการรับสื่อมากขึ้นด้วย

เอกสารอ้างอิง

นิโคลัส เบนเนท. (1975). การศึกษาในประเทศด้อยพัฒนา. กรุงเทพฯ, บริษัท
 ลีลามปรินท์. 2518. (แปลโดย อรรถพร พงษ์ล่วกท).

Braid, F. and Lorangel, R. (1979). Communication Strategies
 for productivity improvement. Tokyo : Asian Productivity.

Carpenter, E. (1972). Oh, What a blow that phantom gave me.
 New York, Bantam Book.

Fujitake, S. (1963). In studies of broadcasting. Tokyo, NHK

Holaday, P.W. and Stoddard, G.W. (1933). Getting ideas from
 the movies. New York, Macmillan Printed.

Schramm, W. and Lerner, D. (1967). Communication and change
 in the developing countries. East-West Center, Honolulu.

Stewart, J.B. (1964). Repetitive advertising in newspapers.
 Boston : Division of Research, Harvard Graduate School of
 Business.

Susan, G. (1976). How the other half-dies-the real reason for
 world hanger. Middlesex : Penguin Books Ltd.