บทที่ 2

ทฤษฎีแนวความคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ไพรัตน์ เดชะรินทร์ ได้กล่าวไว้ว่า หลักการพัฒนาเศรษฐกิจ กำลังสำคัญอยู่ที่การนำความรู้ ความคิดใหม่ ๆ ในทางวิทยาการไปใช้ในการปรับปรุงวิธีการผลิต การดำเนินงานรวมทั้งระบบการบริหารให้ดีขึ้น ให้มีประสิทธิภาพสูงกว่าเดิม สิ่งเหล่านี้รวมกันเรียกว่า "นวกรรม" (Innovation)[1] และในการพัฒนาประเทศไทยให้มีฐานะทางเศรษฐกิจมั่นคง มีสังคมที่เจริญรุ่งเรือง มีความสงบสุขภายในประเทศก็ย่อมจะต้องตั้งต้นจากการเกษตร ทั้งนี้จากการสำรวจของกรมส่งเสริมการเกษตร เมื่อปี 2522 ปรากฏว่ามีจำนวนครัวเรือนเกษตร 5,910,446 ครัวเรือน จากครัวเรือนทั้งหมด 7,950,647 ครัวเรือน หรือคิดเป็นจำนวนครัวเรือนเกษตรกรประมาณร้อยละ 74.3 (จากการสำรวจของกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย พ.ศ.2522 มีประชากรทั่วประเทศ 46,113,756 คน) นั่นคือจะต้องเริ่มพัฒนาที่ตัวบุคคลผู้ประกอบอาชีพการเกษตรซึ่งเป็นประชาชนส่วนใหญ่ ของประเทศเป็นเบื้องแรกและการพัฒนาเพื่อให้บังเกิดผลก้าวหน้าก็จำเป็นต้องอาศัยวิทยาการเข้าไปเกี่ยวข้องด้วย วิทยาการในที่นี้ย่อมหมายถึงวิทยาการทางด้านการเกษตรที่นักวิทยาศาสตร์เกษตรได้ค้นคว้าขึ้นมา เช่น การค้นคว้าพืชพันธุ์ใหม่ สูตรปุ๋ยต่าง ๆ สารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชชนิดต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เป็นความรู้ ความคิดใหม่ ๆ หรือในปัจจุบันเรียกกันว่าเทคโนโลยีทางการเกษตร ซึ่งก็คือวิทยาการที่เกษตรกรนำไปใช้แล้วสามารถเพิ่มผลผลิตในไร่นาของตนได้สำเร็จ ก็ตรงกับทฤษฎีที่ ไพรัตน์ เดชะรินทร์ ได้กล่าวไว้

การวิจัยเกี่ยวกับการใช้สารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชอย่างปลอดภัยจึงเกี่ยว

---

[1]ไพรัตน์ เดชะรินทร์, <u>เศรษฐกิจชนบทไทย</u> (พระนคร : กรมพัฒนาชุมชน, 2513), หน้า 8.

ข้องกับวิทยาการด้านการเกษตรที่เป็นความรู้ ความคิดใหม่ ๆ และยังเกี่ยวข้องกับการเผยแพร่ โดยใช้สื่อหลายประเภทเพื่อให้ความรู้หรือความคิดใหม่ ๆ นี้ ถ่ายทอดไปถึงเกษตรกรเพื่อการพัฒนาการเกษตรในประเทศไทยซึ่งมีเกษตรกรรมเป็นพื้นฐานในการพัฒนาเศรษฐกิจ

บาร์เนต (Barnett) ได้นิยาม "นวกรรม" (Innovation) ว่าหมายถึงแนวความคิดต่าง ๆ แบบแผนพฤติกรรมหรือสิ่งของใหม่ ๆ ที่แตกต่างไปจากของที่มีอยู่เดิม ของใหม่ในที่นี้จึงครอบคลุมถึงเรื่องราวต่าง ๆ ได้อย่างกว้างขวาง ไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่มองเห็นสามารถสัมผัสได้ด้วยประสาททั้งห้า รวมทั้งที่เป็นแบบแผนพฤติกรรม ความประพฤติตามระบบสังคม ประเพณี วัฒนธรรมต่าง ๆ ตลอดจนสิ่งประดิษฐ์วิทยาการใหม่ ๆ และสิ่งที่ไม่เห็นเป็นวัตถุ [1]

และโรเจอรส์ (Rogers) ได้นิยามการเผยแพร่นวกรรมไว้ว่า การเผยแพร่นวกรรมเป็นส่วนหนึ่งของการสื่อสาร แต่เป็นการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับความคิดใหม่ สิ่งใหม่ หรือวิธีปฏิบัติใหม่ ๆ ถูกเผยแพร่หรือถูกถ่ายทอดจากแหล่งกำเนิดไปยังสมาชิกภายในระบบสังคม การเผยแพร่นวกรรมที่เกี่ยวข้องกับข่าวสารที่เป็นความคิดการกระทำหรือสิ่งของซึ่งบุคคลเห็นว่าเป็นของใหม่ ไม่ว่าความคิดนั้นจะเป็นของใหม่โดยนับเวลา ตั้งแต่แรกพบหรือไม่ แต่ขึ้นอยู่กับการที่บุคคลรับรู้ว่าสิ่งนั้นเป็นของใหม่โดยความเห็นของตนเอง ถ้าบุคคลเห็นว่าอะไรเป็นสิ่งใหม่สำหรับตน สิ่งนั้นก็จะเป็นนวกรรม [2]

จากความหมายของ "นวกรรม" ดังกล่าวข้างต้น จะเห็นว่า คำว่า "นวกรรม" เป็นคำที่มีความหมายได้อย่างกว้างขวาง ทั้งสิ่งที่มองเห็น สามารถสัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้งห้า เช่น สิ่งประดิษฐ์ เทคโนโลยีด้านต่าง ๆ และ

---

[1] H.C. Barnett, Innovation (New York : MC Graw - Hill Book Co., 1953), p7

[2] Everett M. Rogers with F. Floyd Shoemaker, Communication of Innivations 2d. ed. (New York : The Free Press, 1971), pp. 18-19.

สิ่งที่มองไม่เห็น เช่น ความเชื่อ ความรู้สึกนึกคิด ซึ่งสมาชิกในสังคมไม่เคยรู้ ไม่เคยเห็นหรือไม่เคยปฏิบัติมาก่อน สิ่งนั้นอาจเป็นของเก่าในสังคมอื่น แต่ถ้าเพิ่งจะเผยแพร่ไปยังอีกสังคมหนึ่ง สิ่งนั้นก็เป็นนวกรรมเช่นกัน ดังนั้น คำว่า "ใหม่" ในเรื่องของนวกรรมจึงไม่จำเป็นจะต้องเป็นความรู้ใหม่ของบุคคล เพราะบุคคลอาจมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งนั้นมาชั่วระยะหนึ่งแล้วก็ได้ แต่ยังไม่ได้พัฒนาทัศนคติที่จะชอบหรือไม่ชอบ จะรับหรือปฏิเสธ "ความใหม่" ของนวกรรมจึงอาจเป็นความใหม่ในเรื่องความรู้ ทัศนคติ หรือเกี่ยวกับการตัดสินใจที่จะใช้นวกรรม

นั่นคือความคิดทุกอย่างอาจเป็นนวกรรมในช่วงเวลาหนึ่ง ความหมายของนวกรรมจึงต้องเปลี่ยนแปลงไปกับเวลา เช่น การใช้ปุ๋ยวิทยาศาสตร์ในการเกษตรอาจเป็นนวกรรมอยู่ช่วงระยะเวลาหนึ่ง แต่เมื่อคนรู้จักกันแพร่หลายทั่วไปก็จะกลายเป็นของธรรมดา และการศึกษาเกี่ยวกับการเผยแพร่นวกรรมมุ่งศึกษาถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม นั่นคือ การยอมรับหรือปฏิเสธนวกรรม[1]

การสื่อสารกับการเผยแพร่นวกรรม

แคทซ์(Katz) และ เลวิน(Levin) ได้นิยาม "การเผยแพร่นวกรรม" (Diffusion of Innovation) ว่าเป็นการยอมรับแนวความคิดและข้อปฏิบัติใหม่โดยบุคคลหรือกลุ่มบุคคลโดยอาศัยสื่อหรือช่องทางติดต่อสื่อสาร ซึ่งขึ้นอยู่กับโครงสร้างของสังคม ระบบวัฒนธรรมและค่านิยมทางสังคม[2]

ต่อมาโรเจอร์ส (Rogers) และ ชูเมคเกอร์ได้ดัดแปลงคำนิยามดังกล่าวใหม่ว่าการเผยแพร่นวกรรมทุกชนิดจะต้องมีองค์ประกอบ 4 ประการเรียงตามลำดับดังนี้[3]

---

[1] Ibid, p. 9.

[2] Elihu Katz, Martin Levin and Herbert Hamilton, "Traditions of Research on the Diffusion of Innovation", American Sociological Review, 28: 2, 1963, pp. 237-252.

[3] Ibid, p. 18.

1. ต้องมีนวกรรม
2. ซึ่งถูกถ่ายทอดผ่านช่องสาร
3. ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง
4. ไปสู่สมาชิกในสังคม

เมื่อพิจารณาถึงองค์ประกอบของการเผยแพร่นวกรรมดังกล่าว จะเห็นว่าองค์ประกอบของการเผยแพร่นวกรรมมีลักษณะคล้าย ๆ หรือสามารถเปรียบเทียบได้กับองค์ประกอบของการสื่อสารทั่ว ๆ ไป โดยเฉพาะองค์ประกอบของการสื่อสารตามแนวความคิดของ เดวิด เค เบอร์โล (David K Berlo) ซึ่งได้เสนอแบบจำลอง (Model) ของการสื่อสาร เรียกย่อ ๆ ว่า S-M-C-R ซึ่งย่อมาจาก Source (แหล่งสาร) Message (ข่าวสาร) Channel (สื่อหรือช่องสาร) และ Receiver (ผู้รับสาร)[1] และโรเจอรส์ (Rogers) ได้เปรียบเทียบการเผยแพร่นวกรรมให้เข้ากับ SMCR ของกระบวนการสื่อสารโดยโรเจอรส์ (Rogers) ได้เพิ่มองค์ประกอบเข้าไปอีกคือ E ซึ่งย่อมาจาก Effects (ผลของการสื่อสาร)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

---

[1] David K. Berlo, The Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice, (New York: Holt Rinehart and Winston, 1960). pp. 30-32.

1

แบบจำลอง S-M-C-R (E)	แหล่งสาร S	สาร M	ช่องสาร C	ผู้รับสาร R	ผลของการสื่อสาร E
องค์ประกอบของการเผยแพร่นวกรรม	-ผู้ประดิษฐ์ -เจ้าหน้าที่ส่งเสริม -พัฒนากร -ผู้นำทางความคิด	นวกรรมซึ่งผู้รับจะรับหรือไม่ขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของนวกรรมในสายตาของผู้รับ เช่น -ประโยชน์ในเชิงเปรียบเทียบ -ความเข้ากันได้กับค่านิยม ความเชื่อหรือประสงการณ์ในอดีตของผู้รับ -ความสลับซับซ้อนของนวกรรม	ช่องสาร (ช่องสารมวลชนหรือช่องสารปัจเจกชน)	สมาชิกของระบบสังคม	ผลที่เกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาหนึ่งได้แก่ 1. การได้รับความรู้ 2. การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ 3. การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมซึ่งอาจยอมรับหรือปฏิเสธนวกรรมนั้น)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

[1] Everett M. Rogers with F. Floyd Shoemaker, Op. cit., p. 20.

สำหรับการเผยแพร่นวกรรมการเกษตรนั้น Rogers ได้กล่าวว่า แนวทางที่นวกรรมจะเผยแพร่ไปสู่เกษตรกรนั้นมีอยู่ 4 แนวทาง[1] คือ

1. แหล่งข่าวที่ไม่เป็นทางการได้แก่ เพื่อน เพื่อนบ้าน ญาติ

2. แหล่งข่าวด้านพาณิชยกรรม เช่น ตัวแทนขายสินค้าการเกษตร ตัวแทนบริษัทที่เข้าไปทดลอง สาธิตการใช้เครื่องจักรกลต่าง ๆ

3. หน่วยงานของรัฐ เช่น เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร หรือการประชุมจัดกลุ่มชาวบ้านตลอดจนการให้ข่าวสารโดยวิธีอื่น ๆ

4. ด้านสื่อมวลชน เช่น วารสารการเกษตร หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และเอกสารอื่น ๆ

จะเห็นได้ว่าช่องทางหรือสื่อสำหรับเผยแพร่นวกรรมนั้นมีหลายรูปแบบและเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการช่วยให้นวกรรมมีโอกาสได้รับการเผยแพร่ไปถึงสมาชิกในสังคม หากแม้ว่ามีนวกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมหนึ่ง ๆ อย่างมากมายและสมาชิกก็ยินดีและพร้อมที่จะรับนวกรรมนั้นอย่างเต็มใจ แต่ถ้าไม่มีสื่อหรือช่องทางที่จะเผยแพร่นวกรรมนั้นแล้ว โอกาสที่นวกรรมนั้นจะไปถึงสมาชิกของสังคมก็เป็นไปได้ยาก ดังนั้นสื่อหรือช่องทางที่จะเผยแพร่นวกรรมนั้นจึงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการเผยแพร่นวกรรมนั้น

ฉะนั้น การศึกษาถึงการเผยแพร่นวกรรมจะต้องศึกษาถึงกระบวนการสื่อสาร การเลือกใช้สื่อในการเผยแพร่นวกรรมที่แตกต่างกัน โดยพิจารณาถึงบทบาทของสื่อที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ชนิดของสื่อจะเชื่อมบุคคลทั้ง 2 ฝ่าย คือ ผู้ส่งสารและผู้รับสาร

---

[1] Everett M. Rogers, Social Change in Rural Society, (New York: Appleton-Century-Grafts, 1960), p. 399.

บทบาทของสื่อในการเผยแพร่นวกรรม

ฮาโรลด์ ดี ลาสเวลล์[1] กล่าวถึงหน้าที่ของการสื่อสารมี ๓ ประการ คือ

1. หน้าที่ในการติดตามข่าวสารและให้ข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคมแก่ผู้รับสาร

2. หน้าที่ในการให้ความเห็นตอบโต้สิ่งที่เกิดขึ้น

3. หน้าที่ในการศึกษาและถ่ายทอดวัฒนธรรม

Rogers และ Shoemaker[2] ได้กล่าวถึงบทบาทของสื่อแต่ละประเภทมีความแตกต่างกันคือ

1. สื่อแต่ละประเภทมีบทบาทแตกต่างกันในด้านการให้ความรู้ (Creating Knowledge) หรือในการจูงใจบุคคลให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Change Attitude) เกี่ยวกับนวกรรม

2. สื่อแต่ละประเภทมีบทบาทต่อผู้รับนวกรรมเร็ว (Earlier Adopters) และผู้รับนวกรรมช้า (Later Adopter) แตกต่างกัน

3. ในการเผยแพร่นวกรรม บทบาทของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลในประเทศพัฒนาแล้ว และประเทศด้วยพัฒนาแตกต่างกัน

4. ในการเผยแพร่นวกรรม บทบาทของสื่อภายนอกสังคม (Cosmopolite Channel) และสื่อภายในสังคม (Locolite Channel) ในประเทศที่พัฒนาแล้วและประเทศด้วยพัฒนาจะแตกต่างกัน

---

[1]Harold D. Lasswell, "The Structure and Function of Communication in Society," in Reader in Public Opinion and Communication, eds, Bernard Berelson and Marris Janowitz (New York: Free Press, 1966), p. 178.

[2]Everett M. Rogers with F. Floyd Shoemaker, Op. cit., p. 13.

ตามที่ได้กล่าวในตอนต้นแล้วว่า ในการเผยแพร่นวกรรมนั้น "สื่อ" มีความสำคัญมาก เพราะการที่บุคคลจะยอมรับนวกรรมนั้น จะต้องตระหนักและรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับนวกรรมนั้นเสียก่อน แล้วจึงตัดสินใจว่าจะยอมรับนวกรรมนั้นหรือไม่ และการที่ข่าวสารเกี่ยวกับนวกรรมนั้นจะไปถึงผู้รับสารได้ก็ต้องอาศัยสื่อหรือช่องสารของข่าวสาร โดยปกติสื่อที่ใช้กันอยู่ทั่ว ๆ ไป แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทคือ

- สื่อมวลชน
- สื่อระหว่างบุคคล

1. <u>สื่อมวลชน</u> (Mass Media) ได้แก่ หนังสือพิมพ์ เอกสารเผยแพร่ ภาพยนตร์ วิทยุและโทรทัศน์ เป็นต้น ซึ่งแหล่งข่าวอาจเป็นบุคคลเดียวหรือสองสามคนหรือมากกว่านั้นส่งข่าวสารไปยังผู้ฟังจำนวนมาก ๆ สื่อมวลชนนั้นสามารถนำข่าวสารไปยังผู้รับจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว เป็นการเพิ่มพูนความรู้และแพร่กระจายข่าวสารรวมทั้งเปลี่ยนทัศนคติที่บุคคลมีอยู่ได้[1]

สื่อมวลชนเป็นเครื่องมืออันสำคัญอย่างหนึ่งของกระบวนการขัดเกลาทางสังคม(Socialization) เพราะสามารถเข้าถึงประชาชนจำนวนมากได้อย่างแพร่หลาย บทบาทสำคัญ 3 ประการในบรรดาบทบาทต่าง ๆ ของสื่อมวลชนในสังคมก็คือ การให้ข่าวสาร(Information) การให้การศึกษา (Education) และการเสนอความคิดเห็น[2] (Opinion)

ในปัจจุบัน เกษตรกรสามารถที่จะหาความรู้ได้จาก สื่อมวลชนต่าง ๆ เช่น จากเอกสารทางการเกษตร บทความทางการเกษตรในหนังสือพิมพ์ รายการวิทยุและโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการเกษตร ซึ่งทำให้การเผยแพร่นวกรรมทางการเกษตรทำได้อย่างกว้างขวาง[3]

---

[1] Everett M. Rogers with F. Floyd Shoemaker, <u>Communication of Innovation</u>, p. 145.

[2] ปรมะ สตะเวทิน, <u>นิเทศศาสตร์กับสังคม</u> (กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2524), หน้า 69.

[3] ปรมะ สตะเวทิน, <u>นิเทศศาสตร์กับสังคม</u> , หน้า 16.

2. สื่อระหว่างบุคคล (Interpersonal Media) เป็นช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคลกับบุคคลเพื่อที่จะถ่ายทอดข่าวสารระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร ซึ่งเป็นสื่อที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในขั้นการจูงใจ และตัดสินใจ ในกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวกรรม ลาซาร์เฟลด์ และ เมนเซล(Lazarsfeld and Menzel) ได้ให้เหตุผลในความมีประสิทธิภาพของสื่อระหว่างบุคคลไว้ว่า[1]

- เป็นการพูดคุยแบบเป็นกันเองและส่วนตัว ทำให้ผู้พูดและผู้ฟังเกิดความเป็นกันเอง และทำให้ผู้ฟังยอมรับความคิดเห็นของผู้พูดง่ายขึ้น
- เป็นการสื่อสารแบบเห็นหน้ากัน (Face-to-face communication) ทำให้ผู้พูดสามารถดัดแปลงเรื่องราวต่าง ๆ ให้ตรงกับความต้องการของผู้ฟังได้
- เป็นการสื่อสารที่ส่งผลให้เห็นได้ทันที และมีลักษณะเป็นการส่วนตัว ในกรณีที่ต้องการชักชวนให้ผู้ฟังตัดสินใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

จากการศึกษาของโรเจอร์สและเมเนน(Meynen) เกี่ยวกับสื่อที่ก่อให้เกิดความสัมฤทธิ์ในการเผยแพร่นวกรรมในประเทศโคลัมเบีย พบว่า อิทธิพลของสื่อบุคคลเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่สุดต่อการตัดสินใจยอมรับนวกรรม[2]

---

[1]Paul F. Lazarsfeld and Herbert Menzel, "Mass Media and Personal Influence", in the Science of Human Communication, ed. Wilbur Schramm (New York: Basic Book, 1963), p. 97.

[2]Everett M. Rogers and Wickly L. Meynen, Communication Sources for 2, 4-D Weed Spray Among Colombian Peasants, Rural Social 30, pp. 213-219. cited by Gardner Lindzey and Elliot Aronson, The Handbook of Social Psychology, Vol. 3 (Massachusetts: Addison Wesley Publishing Company, 1969), p. 234.

โรเจอรส์ (Rogers) ได้กล่าวถึงความเปลี่ยนแปลงอันอาจจะเกิดขึ้นได้ในกรณีที่คนเราได้มีการติดต่อกับผู้อื่น เช่น กับผู้นำทางความคิด ได้แก่ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ฯลฯ การติดต่อกับญาติเพื่อนฝูงที่รู้จัก เจ้าหน้าที่บ้านเมือง ก็อาจมีผลต่อการพัฒนาได้เช่นกัน[1]

นักวิชาการทางการสื่อสารมวลชนหลายท่านยอมรับว่า สื่อระหว่างบุคคลมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของบุคคลมากกว่าอิทธิพลของสื่อมวลชนเสียอีก

นอกจากนั้น Rogers และ Shoemaker ยังได้กล่าวถึงความสำคัญของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลว่า สื่อมวลชนจะมีบทบาทในด้านการเพิ่มความรู้และก่อให้เกิดการตระหนัก (Creating Awareness) ในนวกรรมนั้น ขณะที่สื่อบุคคลจะมีบทบาทที่สำคัญในด้านการจูงใจให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Changing Attitude) และเกิดการยอมรับ[2]

โดยนัยนี้รูปแบบการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ในลักษณะเผชิญหน้า (Face-to-Face) จัดเป็นรูปแบบที่มีผลต่อการทำให้ผู้รับสารยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่จะยอมรับที่จะร่วมมือปฏิบัติมากที่สุด[3] และสื่อมวลชนจะเป็นตัวเสริมสร้างความรู้เบื้องต้นขณะที่สื่อบุคคลเป็นตัวสำคัญมากกว่าในการโน้มน้าวใจและเปลี่ยนทัศนคติ[4] สามารถมีประสิทธิผลต่อการเปลี่ยนแปลงด้านพุทธิปัญญา

---

[1]Everett M. Rogers with F. Floyd Shoemaker, Communication of Innovation, p. 252.

[2]Everett M. Rogers with F. Floyd Shoemaker, Op.cit.,p.18.

[3]Elihu Katz and Paul F. Lazarfelds, Personal Influence: The Part Played by People in The Flow of Mass Communications (New York: The Free Press, A Devision of Macmillan Publishing Co., 1955), p. 32.

[4]Everett M. Rogers, "Mass Media and Interpersonal...," p. 295.

เช่นเพิ่มความรู้ ขณะที่การสื่อสารระหว่างบุคคลมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติมากกว่า[1] ซึ่งเรื่องเกี่ยวกับทัศนคตินี้ แชรม (Schramm) ได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มว่า ถึงแม้สื่อมวลชนจะมีอิทธิพลมาก แต่สื่อมวลชนก็ไม่สามารถที่จะเปลี่ยนทัศนคติของบุคคลได้หรือถ้าได้ก็น้อยมาก หากไม่มีสื่อระหว่างบุคคลเข้าร่วมกับสื่อมวลชนด้วย และหากสื่อทั้งสองอย่างทำหน้าที่ควบคู่กันไปก็สามารถที่จะเปลี่ยนทัศนคติของบุคคลได้[2]

โรเจอรส์ (Rogers) ได้เปรียบเทียบคุณลักษณะของสื่อทั้งสองไว้ดังนี้[3]

คุณลักษณะ	สื่อบุคคล	สื่อมวลชน
การส่งข่าวสาร	แนวโน้มเป็นแบบสองทิศทาง	แนวโน้มเป็นแบบทิศทางเดียว
การสื่อเนื้อหา	แบบเผชิญหน้า	ผ่านสื่อ
ปฏิกริยาสนองตอบ	สูง	ต่ำ
ความสามารถในการเปิดรับสื่อ	สูง	ต่ำ
ความรวดเร็วต่อผู้ฟังจำนวนมาก	ช้า	ค่อข้างเร็ว
ประสิทธิผล	ทัศนคติและการเปลี่ยนแปลงด้านข่าวสาร	การเปลี่ยนแปลงด้านความรู้

---

[1] Ibid., p. 291.

[2] Wilbur Schramm, Mass Media and National Development: The Role of Information in the Developing Countries (Stanford, California: Stanford University Press, 1964), pp. 139-140.

[3] Everett M. Rogers, "Mass Media and Interpersonal Communication," in Handbook of Communication, eds. Ithiel de Sola Pool, et al. (Chicago: Rand McNally College Publishing Company, 1973), p. 291.

โดยสรุปการเลือกใช้สื่อ (Selection and use of Channel) มักมีวิธีการแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับประเภทของผู้รับสาร (Type of Audience) ลักษณะของเนื้อสาร (Message) และขั้นตอนในกระบวนการการยอมรับของผู้รับสาร (Recipient's Stages in Adoption Process) หากเลือกและใช้สื่อแต่ละประเภทไม่เหมาะสมแล้วความสำเร็จของโครงการนั้นอาจจะเป็นไปได้ยาก เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างสื่อแต่ละประเภทนี้ได้มีผู้วิจัยพบว่า สื่อเพียงประเภทเดียวย่อมไม่มีประสิทธิผล ขณะเดียวกันการใช้สื่อแบบผสมผสานจะให้ประสิทธิผลตามเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้แก่ประชาชนในชนบทได้อย่างรวดเร็ว[1]

จากการศึกษารายงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า มีงานวิจัยเกี่ยวกับประสิทธิผลของสื่อมวลชน (The Effectiveness of Mass Media) สนับสนุนข้อสมมุติฐานที่ว่าถ้าต้องการสื่อสารกับคนจำนวนมากควรใช้สื่อมวลชน กล่าวคือ ถ้าเพียงต้องการแจ้งข่าวสาร (to inform) แก่ประชาชน สื่อมวลชนเป็นสื่อที่ดีที่สุด แต่ถ้าต้องการมีอิทธิพลต่อประชาชน ประสิทธิผลของสื่อมวลชนก็มีอิทธิพลน้อยมาก

ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่าในกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวกรรม, สื่อมวลชนและสื่อระหว่างบุคคลจึงต้องเป็นสิ่งที่ต้องเกื้อกูลกัน ถ้าขาดสิ่งหนึ่งสิ่งใดแล้วก็จะทำให้การพัฒนาไม่ได้ผลเท่าที่ควร

<u>ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม</u> (Theories of Attitude and Behavior Change) ทฤษฎีกล่าวว่า

> "การเปลี่ยนแปลงทัศนคติขึ้นอยู่กับความรู้ คือถ้ามีความรู้ความเข้าใจดี ทัศนคติก็จะเปลี่ยนแปลง และเมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงแล้ว ก็จะมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทั้ง 3 อย่างนี้ มีความเชื่อโยงกันอยู่ ฉนั้นในการที่จะให้มีการยอม

---

[1] K.N. Singh, "What research says about communicating...," p. 54

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

I 19037057

รับปฏิบัติในสิ่งใด ต้องพยายามเปลี่ยนทัศนคติเสียก่อนโดยให้ความรู้"[1]

ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมดังกล่าวสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับกระบวนการตัดสินใจยอมรับนวกรรมได้ดังนี้

เนื่องจากในการเผยแพร่นวกรรมนั้นมุ่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม นั่นคือการยอมรับหรือปฏิเสธนวกรรมในเรื่องนั้น โรเจอรส์ได้ศึกษาถึงกระบวนการในการตัดสินใจ ที่จะยอมรับหรือปฏิเสธนวกรรมว่ามีอยู่ 4 ขั้นตอน[2] คือ

1. ขั้นการเรียนรู้ (Knowledge) เป็นขั้นที่บุคคลทราบว่ามีนวกรรม และพอเข้าใจว่านวกรรมนั้นปฏิบัติหน้าที่ของมันอย่างไร

2. ขั้นการจูงใจ (Persuasion) เป็นขั้นที่บุคคลสร้างทัศนคติที่ชอบหรือไม่ชอบนวกรรมนั้น

3. ขั้นการตัดสินใจ (Decision) เป็นขั้นที่บุคคลเลือกที่จะยอมรับหรือปฏิเสธนวกรรม

4. ขั้นการยืนยัน (Confirmation) เป็นขั้นที่บุคคลแสวงหาความมั่นใจจากการที่ได้ตัดสินใจไปแล้ว

จากขั้นตอนทั้ง 4 ดังที่กล่าวแล้ว การที่บุคคลจะตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธนวกรรมยังขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ทั้งคุณลักษณะของนวกรรม ช่องทางการสื่อสาร และปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม สังคมจิตวิทยา ของชุมชนนั้น ๆ

---

[1] Phillip G. Zimbado, Ebbe B. Ebbersen and christina Maslach Influenzing Attitude and Changing Behavior, (London: Addison-Wesley Publishing Company 1977)pp. 49-53.

[2] Evrett M. Rogers and F. Floyd Shoemaker, Communication of Innovations, p. 135.

<u>คุณลักษณะของนวกรรม</u>[1] ที่ต้องการนำไปเผยแพร่ควรมีลักษณะดังนี้ จึงจะมีอัตราการยอมรับสูงและเร็ว

1.1 Relative advantage วิทยาการนั้นต้องมีแนวโน้มให้เห็นว่าดีกว่าของเดิม

1.2 Compatability วิทยาการนี้ต้องคล้ายคลึงกับของเดิม จะมีการแตกต่างหรือเปลี่ยนแปลไม่มาก

1.3 Complexity ควรอยู่ในลักษณะที่ง่าย ๆ ไม่ค่อยยุ่งยากและซับซ้อน

1.4 Triability สามารถปฏิบัติทดลองได้หรือสามารถแบ่งมาทดลองได้เป็นบางส่วน

1.5 Observability สามารถมองเห็นหรือทำให้เห็นได้

<u>ช่องทางการสื่อสาร</u>[2] ต้องเลือกใช้ให้เหมาะสมกับขั้นตอนของการยอมรับและประเภทของบุคคล เป็นต้นว่าในขั้นการให้ความรู้ ควรใช้สื่อมวลชน (mass media) แต่ถ้าอยู่ในขั้นการจูงใจ หรือขั้นการตัดสินใจ หรือขั้นการยืนยัน หากยังคงใช้สื่อมวลชนก็จะทำให้ได้ผลน้อย ควรเปลี่ยนมาใช้การสื่อสารระหว่างบุคคลจะได้ผลดีกว่า

นอกจากจะต้องสนใจช่องทางการสื่อสารแล้วยังจะต้องดูลักษณะรูปแบบของการสื่อสารต้องให้สอดคล้องกับความสนใจและวัฒนธรรมของผู้รับสารด้วย เช่น

จากรายงานสรุปการสำรวจสื่อมวลชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือประเทศไทย ของศูนย์วิจัยนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย[3]

---

[1]อดิศักดิ์ ศรีสรรพกิจ "การเผยแพร่วิทยาการในการพัฒนาชนบท" <u>ข่าวสารเกษตรศาสตร์</u> ปีที่ 25 ฉบับที่ 1 เดือนกุมภาพันธ์-มีนาคม 2523, หน้า 43.

[2]อดิศักดิ์ ศรีสรรพกิจ "การเผยแพร่วิทยาการในการพัฒนาชนบท", หน้า 44.

[3]จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, <u>รายงานสรุปการสำรวจสื่อมวลชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือประเทศไทย</u> (กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2517), หน้า 6, 10.

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ในเรื่องรายการพบว่า รายการเพลงลูกทุ่ง หมอลำ เพลงไทยสากล เป็นรายการที่ผู้รับฟังชอบมาก เพลงลูกทุ่งมีผู้รับฟังทั้งในเขตและนอกเขตเทศบาลถึงเกือบร้อยละ 90 หมอลำเป็นที่นิยมมากภายนอกเขตเทศบาล ซึ่งร้อยละ 87 เป็นครอบครัวที่รับฟังรายการหมอลำ

จำนวนร้อยละ 85 ของครอบครัวในเขตเทศบาลรับฟังรายการเพลงไทยสากลในจำนวนที่รับฟังมีเพียงร้อยละ 42 ที่ชอบฟังมากอาจสรุปได้ว่า เพลงไทยสากลไม่เป็นที่นิยมสำหรับครอบครัวในเขตเทศบาลอย่างเช่นหมอลำ ซึ่งเป็นที่นิยมนอกเขตเทศบาล

ละครวิทยุมีผู้รับฟังทั้งภายนอกและภายในเขตเทศบาล ในอัตราเกือบเท่าๆกัน คือร้อยละ 82 และร้อยละ 78 ตามลำดับ ความสนใจที่มีต่อรายการละครนั้น นอกเขตเทศบาลให้ความสนใจมากกว่าในเขตเทศบาลเล็กน้อย คือร้อยละ 61 และร้อยละ 56 ของจำนวนครัวเรือนที่รับฟังทั้งหมด

ฟรานซิส อาร์ แอลเลน (Francis R. Allen) ได้กล่าวถึงปัจจัยทางวัฒนธรรมสังคมจิตวิทยา ที่เป็นอุปสรรคต่อการยอมรับนวกรรมไว้ดังนี้

1. ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม ความเชื่อ ค่านิยม ถ้านวกรรมที่แพร่เข้าไปเกิดขัดกับค่านิยม ความเชื่อที่มีอยู่เดิมในสังคม บุคคลจะเกิดความรู้สึกต่อต้านไม่ยอมรับ

2. ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา เกิดจากการที่บุคคลเคยชินกับแบบแผนชีวิตอย่างเก่า การปฏิบัติอย่างเก่ามีความรู้สึกว่าของเดิมดีแล้ว ไม่อยากเปลี่ยนแปลง

3. ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ เนื่องจากนวกรรมบางอย่างราคาแพงเกินกว่าที่บุคคลจะยอมรับซื้อหามาได้ นอกเสียจากว่านวกรรมนั้นมีประโยชน์เป็นที่ต้องการจริง ๆ ถ้ารับไว้จะเกิดประโยชน์มากขึ้น

4. ปัจจัยทางด้านอุดมการณ์ ถ้านวกรรมนั้นขัดกับอุดมการณ์ที่บุคคลยึดถืออยู่ บุคคลจะไม่ยอมรับ

5. ปัจจัยทางด้านสังคม บุคคลจะต่อต้านของใหม่ที่ทำให้สภาพสังคมของเขาขาดดุลยภาพ เกิดสภาวะไร้ระเบียบ แต่บางครั้งสภาวะไร้ระเบียบก็มองเป็นได้ยากและต้องใช้เวลาอีกนานมากกว่าจะมองออก

6. ปัจจัยทางด้านความยุ่งยากซับซ้อนของนวกรรม ถ้านวกรรมนั้นมีวิธีการใช้ที่ยุ่งยากซับซ้อนบุคคลจะไม่เข้าใจ นวกรรมนั้นอาจถูกปฏิเสธเพราะใช้ไม่เป็น

7. ปัจจัยทางด้านผลประโยชน์ ถ้านวกรรมนั้นไม่ก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อผู้รับ การยอมรับก็เป็นไปได้ยาก[1]

ปัจจัยต่าง ๆ เช่น ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม สังคม จิตวิทยา และอื่น ๆ ดังได้กล่าวมาแล้วนั้น นอกจากจะเป็นอุปสรรคต่อการยอมรับนวกรรมแล้ว ในทางตรงข้ามปัจจัยเหล่านี้อาจมีผลกระตุ้นให้เกิดการยอมรับได้ ซึ่งจากการศึกษาของฟอสเตอร์ (Foster) ถึงตัวกระตุ้นให้เกิดการยอมรับนวกรรม พบว่า ตัวกระตุ้นที่สำคัญคือแรงจูงใจ (Motivation) 3 ประการคือ

1. ความต้องการเกียรติภูมิ
2. การได้รับสถานภาพสูงขึ้น
3. การได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจดีขึ้น[2]

จากการศึกษาของ สไปเซอร์ (Spicer) พบว่า การชักนำให้เกษตรกรยอมรับนวกรรมนั้น ต้องพิจารณาระบบความเชื่อ ปทัสถานของสังคม และค่านิยมในสังคมนั้นด้วย นอกเหนือไปจากการพิจารณาในด้านคุณลักษณะของนวกรรมนั้น ๆ ไม่เช่นนั้น ก็จะไม่เกิดการยอมรับ[3]

---

[1] Francis R. Allen, Socio-Cultural Dynamics: An Introduction to Social Change, (New York: The Macmillan Co., 1971), pp. 273-283.

[2] George M. Foster, Traditional Cultures: And the Impact of Technological Change (New York: Harper and Row Publishers, 1962), pp. 143-162.

[3] E.H. Spicer, Human Problems in Technological Change (New York: Iowa Wiley and Son, 1965), pp. 35-40.

จากทฤษฎี ความสัมพันธ์ทางสังคม (The Social Relationships Theory) ของ เดอ เฟลอร์ (De Fleur) [1] ทฤษฎีนี้ชี้ให้เห็นว่าความสัมพันธ์ภายในกลุ่มจะมีอิทธิพลต่อการสื่อสาร ซึ่งเป็นที่ยอมรับว่าความสัมพันธ์ที่ไม่เป็นทางการในสังคม (ความสัมพันธ์แบบเครือญาติ) มีบทบาทต่อการตัดสินใจว่าจะยอมรับการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ ทางการเกษตรหรือไม่ โดยเฉพาะสังคมชนบทเป็นสังคมที่ครอบครัวของบุคคลแต่ละคนมีความผูกพันทางสังคมกับเพื่อนบ้านอย่างแน่นแฟ้น เมื่อมีความคิดใหม่ ๆ จากภายนอก การตีความของเพื่อนบ้านเกี่ยวกับความคิดเหล่านั้นจะมีความสำคัญต่อการตัดสินใจของบุคคลว่า ควรจะรับความคิดเหล่านั้นหรือไม่

นอกเหนือไปจากแนวความคิดข้างต้น ยังมีแนวความคิดสนับสนุนว่าในการใช้สื่อนั้นไม่ควรใช้สื่อประเภทหนึ่งประเภทใดเพียงอย่างเดียว คือแนวความคิดทางด้านจิตวิทยาเห็นว่า "โดยทั่วไปแล้ว การที่ประสาทสัมผัสของบุคคลได้ถูกกระตุ้นมากเท่าไรก็ยิ่งจะทำให้ข่าวสารที่ส่งออกไปนั้นมีประสิทธิภาพในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้ฟังมากขึ้นเท่านั้น และการที่บุคคลนั้นได้รับข่าวสารโดยตรงจะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมากกว่าทางอ้อม ดังนั้น ในการจัดกิจกรรมทางด้านการศึกษาทุกอย่าง การใช้วิธีการส่งข่าวสารหลาย ๆ วิธีการจะมีผลดีต่อผู้รับมากกว่าใช้วิธีการ (Channel) เดียว" [2]

โครงการรณรงค์ให้เกษตรกรใช้สารเคมีฯ ได้มีการนำสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ เข้ามามีบทบาทในการเผยแพร่ความรู้เรื่องการใช้สารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชอย่างปลอดภัย และนอกจากสื่อมวลชนแล้วก็ยังมีสื่อบุคคล คือเจ้าหน้าที่ของหน่วยราชการที่เป็นเจ้าของโครงการฯ ก็ทำหน้าที่ให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวแก่เกษตรกรในโครงการฯ ซึ่งนับได้ว่าโครงการฯ นี้ได้มีการใช้สื่อมวลชนและสื่อบุคคล เป็นการเกื้อกูลกันในการพัฒนาการเกษตร ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาว่าช่องทางที่ใช้ในการเผยแพร่

---

[1] Melvin L. De Fleur, Theories of Mass Communication (New York: David Mckay Company, 1970), pp. 124-129.

[2] ประภาเพ็ญ สุวรรณ, ทัศนคติ: การวัด การเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย (กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, 2521), หน้า 96.

ความรู้นั้น จะมีผลต่อผู้รับสารอย่างไรบ้าง รวมทั้งศึกษาถึงคุณลักษณะของผู้รับสารในด้านอายุ รายได้ การศึกษา ความรู้ ทัศนคติและการปฏิบัติ ว่ามีส่วนเกี่ยวข้องถึงการเปิดรับสารจากสื่อต่าง ๆ อย่างไรบ้าง

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการใช้สารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชอย่างถูกต้องนี้ ยังไม่มีผู้เคยศึกษามาก่อน สำหรับโครงการรณรงค์ให้เกษตรกรใช้สารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูอย่างปลอดภัยนี้มีมานานเกือบ 2 ปีแล้ว แต่โครงการนี้ยังมิได้มีการศึกษาถึงผลของการสื่อสารว่าจะได้ผลอย่างไรบ้าง เกษตรกรซึ่งเป็นผู้รับสารเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอย่างไรบ้าง ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์ที่สำคัญยิ่งของการสื่อสาร ที่ต้องการเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้รับสาร ให้ตรงกับวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร สำหรับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยตรงไม่สามารถนำมาอ้างอิงได้ แต่พอจะรวบรวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ทั้งผลงานวิจัยในประเทศ และต่างประเทศ

ผลงานวิจัยในประเทศ

การวิจัยเป็นทางหนึ่งในหลาย ๆ ทางซึ่งทำให้สามารถรู้ได้ถึงปฏิกริยาสนองตอบของผู้ฟัง (Feedback of Audience) และประสิทธิผลของสื่อมวลชน[1] (The Effectiveness of Mass Media) โดยเฉพาะวิทยุพบว่าใช้กันมากทุกเขตเพราะเหตุที่เด่นชัดคือ ใช้ทรานซิสเตอร์ สะดวกและราคาไม่แพง นอกจากนี้ยังมีสามารถเสนอข่าวสารแก่ประชาชนซึ่งอ่านหนังสือไม่ออก สามารถสอนและให้คำแนะนำแก่ประชาชนด้านต่าง ๆ ได้มากมาย

---

[1] รายงานการสำรวจข้อมูลพื้นฐานในเขตโครงการพัฒนาชนบทลุ่มน้ำแม่กลอง พ.ศ. 2517 (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2519), หน้า 399.

จากงานวิจัยของ USOM ซึ่งได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องการยอมรับของใหม่ในจังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ผู้นำการเปลี่ยนแปลง ซึ่งได้แก่ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน พระครู และเจ้าของร้านค้า มีระดับการศึกษา ความสนใจข่าวสารและฐานะทางเศรษฐกิจเหนือชาวนาคนอื่น ๆ เนื่องจากบุคคลเหล่านี้มีโอกาสเปิดรับสื่อมากกว่าชาวบ้าน สำหรับชาวบ้านนั้นส่วนใหญ่รู้ข่าวสารต่าง ๆ จากเพื่อนบ้านด้วยกันเอง ในด้านวิทยุและหนังสือพิมพ์ไม่ค่อยมีความสำคัญและมีผลน้อย การนำเอาของใหม่ด้านการเกษตรเข้าไปนั้น ชาวบ้านยอมรับเรื่องปุ๋ยและยาฆ่าแมลง มากกว่าสิ่งอื่นที่ชาวบ้านไม่สามารถเข้าใจได้ แม้ว่าจะมีการสาธิตให้ดูแล้วก็ตาม[1]

จากรายงานการศึกษาสภาพสังคมและวัฒนธรรมในจังหวัดร้อยเอ็ดของแมคโดล (Mcdole) ในส่วนที่เกี่ยวกับยอมรับของใหม่ พบว่าในระยะ 2 ปีก่อนหน้าการสำรวจมีการใช้ปุ๋ยเคมีเพิ่มขึ้น กลุ่มชาวนาและกลุ่มสินเชื่อมีอิทธิพลมากในการให้สมาชิกพัฒนา เมื่อชาวบ้านนำสิ่งที่ได้รับการบอกเล่าจากกลุ่มเหล่านี้และนำไปทดลองใช้ก็จะเป็นตัวอย่างที่มีอิทธิพลต่อชาวบ้านคนอื่น ๆ ให้ทำตามชาวบ้านมีความเห็นว่าการประชุมลูกบ้าน การพิมพ์เอกสารเป็นทางหนึ่งที่จะช่วยแพร่ของใหม่ กลุ่มเกษตรกรจะมีอิทธิพลในการชักจูงชาวบ้านให้รับของใหม่ 4 ประการ คือ การใช้ปุ๋ยเคมี ยาฆ่าแมลง ข้าวพันธุ์ดีและหมูพันธุ์ดี ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับผลงานวิจัยที่กล่าวมาแล้วในตอนต้นที่ว่าสื่อบุคคลมีอิทธิพลในการยอมรับนวกรรม นอกจากนั้นสื่อการประชุมอบรม และสื่อเอกสารสิ่งพิมพ์ก็เป็นสื่อที่ช่วยให้การเผยแพร่นวกรรมเป็นไปอย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น[2]

---

[1] USOM, Innovation in Ubol Changwad, (Bangkok: Research Division, Thailand, 1966), p. 54.

[2] Catterine Mcdole, Report on Socio-Cultural Conditions in the Young Study Area of Rot-Et in Northest Thailand. (Bangkok: United State Operations Mission To Thailand, 1968), p. 23

หัสชัย พร้าโมค[1] ศึกษาการยอมรับการปลูกพืชในฤดูแล้งของเกษตรกรในจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า สาเหตุประการหนึ่งที่เกษตรกรยอมรับการปลูกพืชในฤดูแล้งคือการปลูกตามเพื่อน เห็นเพื่อนบ้านปลูกแล้วมีกำไรมากขึ้น ส่วนแหล่งความรู้ในการปลูกพืชในฤดูแล้ง การใช้ยาเคมีและการใช้ปุ๋ยส่วนใหญ่ได้มาจากเพื่อนบ้าน รองลงมาเป็นบรรพบุรุษ พ่อค้าตามลำดับ

ส่วน คณิต มานพพงศ์[2] ศึกษาเรื่องปัจจัยบางประการที่เกี่ยวกับการยอมรับวิทยาการแผนใหม่ของเกษตรกรเจ้าของสวนยาง หมู่ที่ 2 ตำบลนาบอน อำเภอทุ่งสง จังหวัดนครราชสีมา พบว่าเกษตรกรร้อยละ 60 อ่านหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 90 ฟังวิทยุ แต่เกษตรกรที่เคยฟังรายการทางด้านการเกษตรมีเพียง ร้อยละ 49.5 รู้จักและพบว่าเกษตรกร ร้อยละ 45 รู้จักเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ร้อยละ 43 รู้จักเพียงเล็กน้อย ร้อยละ 11.4 ไม่รู้จัก และไม่เคยพบเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรเลย

สำหรับผู้ที่ไปพบเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ไปพบเพราะเหตุผลต่าง ๆ กัน คือไปพบเพื่อรับปุ๋ยและยาปราบศัตรูพืช ร้อยละ 21.5 ไปพบเพื่อให้เจ้าหน้าที่มาตรวจสอบ ร้อยละ 20.3 ไปขอคำปรึกษาเรื่องยา ร้อยละ 5 ไปพบเพราะเจ้าหน้าที่เรียกประชุม ร้อยละ 2.6 ไปเยี่ยมเจ้าหน้าที่เพราะสนิทกันเป็นส่วนตัว ในเรื่องการยอมรับเกษตรกรตอบว่า ยอมรับเจ้าหน้าที่กองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง เพราะเจ้าหน้าที่เหล่านั้น มีการประชาสัมพันธ์ที่ดี ประกอบกับความสนใจในด้านข่าวสารของตัวเกษตรกรเอง

---

[1]หัสชัย พร้าโมค, "การศึกษาการยอมรับการปลูกพืชในฤดูแล้งของเกษตรกร หมู่ 3 ตำบลกระสัง อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์" (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตสาขาส่งเสริมการเกษตร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2523), หน้า 70.

[2]คณิต มานพพงศ์, "ปัจจัยบางประการที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับวิทยาการการเกษตรแผนใหม่ของเกษตรเจ้าของสวนยาง หมู่ที่ 2 ตำบลนาบอน อำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช" (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาส่งเสริมการเกษตร คณะวิทยาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2518), หน้า 71.

กัลยา หวังวิศิษฏ์ ได้ทำวิทยานิพนธ์เกี่ยวกับการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสารในเรื่องการยอมรับวิธีการทำนาหว่านน้ำตมแผนใหม่ของเกษตรกรอำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ผลการวิจัยสรุปได้ว่า เกษตรกรที่ยอมรับวิธีการทำนาหว่านน้ำตมแผนใหม่ส่วนใหญ่เปิดรับสารเกี่ยวกับวิธีการทำนาหว่านน้ำตมแผนใหม่จากวิทยุ และสิ่งพิมพ์มากคือ ร้อยละ 84.3 และร้อยละ 79 ตามลำดับ ขณะเดียวกันก็เปิดรับสารเหล่านี้จากผู้ใกล้ชิดและเจ้าหน้าที่เกษตรมากด้วยเช่นกันคือ ร้อยละ 76.8 และร้อยละ 76.5 ตามลำดับ

สุวรรณ บัวหวน[2] ได้ศึกษาทัศนคติต่อการยอมรับของใหม่และลักษณะการยอมรับของชาวนาในจังหวัดขอนแก่น ผลการศึกษาพบว่า แหล่งที่ให้ข่าวเกี่ยวกับของใหม่ที่สำคัญที่สุดมาจากตัวบุคคล ซึ่งได้แก่เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง และผู้นำภายในชุมชน เพื่อนบ้านเป็นแหล่งที่ให้ข่าวสำคัญของชาวนาประเภทที่ไม่มีการจัดตั้งกลุ่มเกษตรกร และการที่ชาวนายอมรับการใช้ของใหม่ก็มาจากคำแนะนำของบุคคลเหล่านี้เป็นส่วนใหญ่

จากการวิจัยของวีรวรรณ กาญจนรังษี[3] เรื่องปัจจัยบางประการที่มีผลต่อการยอมรับข้าวพันธุ์ปรับปรุงในท้องที่ตำบลมะกอก อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูนพบว่า

---

[1]กัลยา หวังวิศิษฏ์, "การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสาร: การยอมรับวิธีการทำนาหว่านน้ำตมแผนใหม่ของเกษตรอำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี" (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตรพัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2526.

[2]สุวรรณ บัวหวน, "ทัศนคติต่อการยอมรับของใหม่และลักษณะการยอมรับของชาวนาในจังหวัดขอนแก่น" (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต แผนกวิชาสังคม บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2518), หน้า 113.

[3]วีรวรรณ กาญจนรังษี, "ปัจจัยบางประการที่มีผลต่อการยอมรับข้าพันธุ์ปรับปรุงใหม่ของเกษตร ในท้องที่ตำบลมะกอก อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน" (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาส่งเสริมการเกษตร คณะวิทยาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2520), บทคัดย่อ.

เกษตรกรที่มีอาชีพทำนา 118 ราย ยังคงปลูกข้าวพันธุ์พื้นเมืองและพันธุ์ที่รัฐบาลเลิกส่งเสริมไปแล้ว มีผู้ปลูกข้าวพันธุ์ใหม่เพียงร้อยละ 3.39 เหตุผลที่ปลูกข้าวพันธุ์พื้นเมืองเพราะปลูกตามบรรพบุรุษที่เขาปลูกมาก่อนแล้วเป็นเวลานาน บริโภคอร่อย และได้รับคำแนะนำจากผู้อื่นตามลำดับ เกษตรกรส่วนใหญ่ทราบว่ามีพันธุ์ข้าวที่รัฐบาลส่งเสริมให้ปลูกอยู่หลายพันธุ์จากเพื่อนบ้าน วิทยุ กำนันผู้ใหญ่บ้านและเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรตามลำดับ

จากการสำรวจเกี่ยวกับการยอมรับการทำนาครั้งที่ 2 ซึ่งกรมพัฒนาที่ดินและกรมการปกครอง[1] สำรวจร่วมกัน พบว่าชาวนาที่ทำนาปีละ 2 ครั้งในบางจังหวัดในภาคกลางและภาคใต้สมัครใจทำนาครั้งที่ 2 เอง โดยไม่มีใครบังคับเพราะเห็นว่าได้ผลดี อย่างไรก็ตามก่อนที่ชาวนาจะตกลงใจทำนาครั้งที่ 2 นั้น ชาวนาได้รับคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่ฝ่ายปกครองร้อยละ 66 จากเจ้าหน้าที่ฝ่ายเกษตรร้อยละ 33 ที่เหลือนอกนั้นได้รับคำแนะนำจากญาติหรือเพื่อนบ้านอีกประมาณร้อยละ 1 ซึ่งแสดงว่าเจ้าหน้าที่ฝ่ายปกครองเป็นแหล่งข่าวสำคัญที่ชาวนาได้รับคำแนะนำให้ทำนาครั้งที่ 2 มากกว่าเจ้าหน้าที่ฝ่ายเกษตรโดยตรง

พิศนัย กระแสอินทร์[2] ได้ทำวิทยานิพนธ์เกี่ยวกับปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการปลูกพืชหมุนเวียนของเกษตรกร จังหวัดศรีสะเกษ ผลการวิจัยสรุปได้ว่าการยอมรับการปลูกพืชหมุนเวียนของเกษตรกร จังหวัดศรีสะเกษ ขึ้นกับปัจจัย 3 ประการ คือ คุณลักษณะของเกษตรกรเอง เช่นความรู้ รายได้ ความเป็นอยู่ในสังคม คุณลักษณะของเทคโนโลยี และคุณลักษณะของเจ้าหน้าที่ส่งเสริม ในส่วนที่เกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารวิทยานิพนธ์ดังกล่าวได้สรุปไว้ว่า

---

[1]กรมพัฒนาที่ดินและกรมการปกครอง, "รายงานผลการวิจัยเรื่องภาวะเศรษฐกิจและสังคมของชาวนาที่ทำนาปีละ 2 ครั้ง บางจังหวัดในภาคกลางและภาคใต้ พ.ศ. 2519," (กรุงเทพฯ: ม.ป.ท., ม.ป.ป.), อัดสำเนา.

[2]พิศนัย กระแสอินทร์, "ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการปลูกพืชหมุนเวียนของเกษตรกร จังหวัดศรีสะเกษ" (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาส่งเสริมการเกษตร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2518), หน้า 70–73.

1. มีความสัมพันธ์ระหว่างการไปเข้าร่วมประชุมอบรมที่ทางราชการหรือสมาชิกเพื่อนบ้านได้จัดขึ้นกับอัตราการยอมรับ กล่าวคือถ้าไปร่วมประชุมอบรมมากก็มีแนวโน้มจะยอมรับการปลูกพืชหมุนเวียนมาก ถ้าไปประชุมอบรมน้อยก็มีแนวโน้มจะยอมรับการปลูกพืชหมุนเวียนน้อย ผู้ที่ไม่เคยไปร่วมประชุมหรืออบรมเลย จะไม่ยอมรับการปลูกพืชหมุนเวียนและเทคโนโลยีใหม่ ๆ

2. มีความสัมพันธ์ระหว่างการติดต่อสอบถามเพื่อนบ้าน สมาชิกแปลงสาธิตเกี่ยวกับวิทยาการแผนใหม่กับอัตราการยอมรับ กล่าวคือผู้ที่ไปสอบถามเพื่อนบ้านหรือสมาชิกแปลงสาธิตนาน ๆ ครั้ง และบ่อย ๆ ครั้งจะยอมรับมากกว่าผู้ที่ไม่เคยไปติดต่อสอบถามเลย ส่วนผู้ที่ไปติดต่อสอบถามบ่อยครั้งที่สุดจะยอมรับมากกว่าผู้ที่ไม่เคยไปสอบถามเลย เฉพาะในเรื่องปุ๋ยหมักเท่านั้น

3. มีความสัมพันธ์ระหว่างการรับฟังรายการความรู้ทางการเกษตรทางวิทยุกระจายเสียงกับอัตราการยอมรับ เมื่อเปรียบเทียบผู้ที่สนใจรับฟังนาน ๆ ครั้ง บ่อย ๆ ครั้งและผู้สนใจฟังบ่อยครั้งที่สุด ปรากฏว่าผู้ที่สนใจในระดับต่าง ๆ ดังกล่าวยอมรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ มากกว่าผู้ที่ไม่เคยสนใจรับฟังเลย การยอมรับที่มากกว่ากันนี้มีความแตกต่างอย่างมองเห็นได้ชัด

4. มีความสัมพันธ์กันระหว่างการอ่านหนังสือพิมพ์ หรือเอกสารทางการเกษตรกับอัตราการยอมรับ กล่าวคือ ผู้ที่มีระดับความสนใจอ่านบ่อยครั้งที่สุด บ่อยครั้ง และนาน ๆ ครั้งจะยอมรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ มากกว่าผู้ที่ไม่สนใจอ่านเลย

5. มีความสัมพันธ์ระหว่างการเอาใจใส่ของพนักงานส่งเสริมกับอัตราการยอมรับ นั่นคือเทคโนโลยีที่พนักงานส่งเสริมเอาใจใส่มาก จะได้รับการยอมรับมาก

ธิดาดาว ภักดี[1] ได้ทำการศึกษาบทบาทของสื่อที่มีต่อการยอมรับการเลี้ยงกุ้งก้ามกราม ของสมาชิกโครงการส่งเสริมการเลี้ยงกุ้งก้ามกรามของเกษตรกร

---

[1]ธิดาดาว ภักดี, "บทบาทของสื่อที่มีต่อการยอมรับการเลี้ยงกุ้งก้ามกรามของสมาชิกโครงการส่งเสริมการเลี้ยงกุ้งก้ามกรามของเกษตรกรจังหวัดกาฬสินธุ์" (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตรพัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525), หน้า 70.

จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า ในขั้นตอนทุกขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวกรรม คือขั้นความรู้ ขั้นการชักจูงใจ ขั้นการตัดสินใจ ยอมรับการเลี้ยงกุ้งก้ามกรามและขั้นการยืนยันการตัดสินใจนั้น สื่อบุคคลมีบทบาทมากที่สุดในทุกขั้นตอน และคุณสมบัติของผู้รับนวกรรมมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาการยอมรับเร็วและช้า คือผู้รับเร็วจะมีคุณสมบัติทางด้านการศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจ การเป็นผู้นำ การเป็นคนทันสมัยสูงกว่าผู้รับช้าและการศึกษายังพบว่า ผู้รับเร็วเปิดรับสื่อมวลชนมากกว่าสื่อบุคคล ส่วนผู้รับช้าเปิดรับสื่อบุคคลมากกว่าสื่อมวลชน

พรพิมล วรดิลก[1] ได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการรับข่าวสารที่มีผลต่อการยอมรับการปลูกกาแฟของเกษตรกร กิ่งอำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร ผลการศึกษาปรากฏดังนี้

1. การรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ มีผลต่อการยอมรับการปลูกกาแฟแตกต่างกัน โดยสื่อบุคคลมีผลมากที่สุด รองลงมาเป็นสื่อเฉพาะกิจ

2. เกษตรที่มีฐานะทางเศรษฐกิจสูง ยอมรับการปลูกกาแฟเร็วกว่าเกษตรกรที่มีฐานะทางเศรษฐกิจต่ำ

3. เกษตรกรที่มีระดับการศึกษาสูง ยอมรับการปลูกกาแฟเร็วกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำ

4. เกษตรกรที่เป็นเกษตรกรผู้นำ ยอมรับการปลูกกาแฟเร็วกว่าผู้ที่ไม่ได้เป็นเกษตรกรผู้นำ

5. เกษตรกรที่เป็นสมาชิกกลุ่มเกษตรกร ยอมรับการปลูกกาแฟเร็วกว่าเกษตรกรที่ไม่ได้เป็นสมาชิกกลุ่มเกษตรกร

---

[1]พรพิมล วรดิลก, "พฤติกรรมการรับข่าวสารที่มีผลต่อการยอมรับการปลูกกาแฟของเกษตรกร กิ่งอำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร" (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตรพัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2524), บทคัดย่อ.

บุญธรรม คำพอ[1] ได้ศึกษาปัจจัยทางสังคม เศรษฐกิจและการศึกษากับการยอมรับนวกรรมของเกษตร ตำบลโพงาม อำเภอสรรค์บุรี จังหวัดชัยนาท พบว่า เกษตรกรที่มีคุณสมบัติต่อไปนี้คือ ได้รับการศึกษาสูงกว่า ป. 4 อ่านออกเขียนได้ดีมาก รับรู้ข่าวสารต่าง ๆ จากสื่อมวลชนและมีการติดต่อกับบุคคลต่าง ๆมากกว่าเป็นผู้ที่ยอมรับนวกรรมมากกว่าเกษตรกรที่จบต่ำกว่า ป. 4 และมีการรับรู้ข่าวสารและการติดต่อกับบุคคลต่าง ๆน้อย

สมชัย รักวิจิตร[2] วิจัยความเป็นผู้นำในหมู่บ้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย พบว่า ผู้นำในหมู่บ้านจะเป็นชาวบ้านกลุ่มแรกที่ยอมรับแนวความคิดและวิทยาการแผนใหม่ เป็นผู้ริเริ่มและกล้าเสี่ยงทดลองทำสิ่งแปลกใหม่ เมื่อชาวบ้านเห็นดีเห็นงามแล้วก็จะรับไปปฏิบัติตาม

งานวิจัยของบำรุง สุขพรรณ[3] เรื่องบทบาทของสื่อในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การวางแผนครอบครัว โดยศึกษาผู้มารับบริการวางแผนครอบครัวที่โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ (สภากาชาดไทย) และที่สำนักบริการการวางแผนครอบครัว จำนวน 120 คนพบว่า ผู้มารับบริการการวางแผนครอบครัว ได้ยินหรือเห็นเกี่ยวกับการวางแผนครอบครัวบ่อยที่สุดจากป้ายโฆษณาตามป้ายรถเมล์มากที่สุดถึงร้อยละ 62.5 รองลงมาวิทยุร้อยละ 16.67 ส่วนจากญาติและเพื่อนที่ทำงานและจากเอกสารสิ่งพิมพ์มีไม่เกิน

---

[1]บุญธรรม คำพอ, "ความแตกต่างระหว่างผู้ยอมรับกับผู้ไม่ยอมรับวิทยาการเกษตรแผนใหม่ ศึกษาเฉพาะกรณีในเขตโครงการมูลนิธิบูรณะชนบท" (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาพัฒนาชุมชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2520), บทคัดย่อ.

[2]สมชัย รักวิจิตร, <u>ความเป็นมาผู้นำในหมู่บ้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย</u> (กรุงเทพมหานคร: ศูนย์วิจัยและพัฒนาการทหารระหว่างไทย-สหรัฐ, 2514), หน้า 29.

[3]บำรุง สุขพรรณ์, "บทบาทของสื่อในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การวางแผนครอบครัว" (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2522), หน้า 102.

ร้อยละ 5.00 นอกจากนี้ยังพบว่าการวางแผนครอบครัวจะบรรลุเป้าหมายนั้นจะต้องใช้แจ้งหน้าที่ไปจูงใจและชักชวนชาวบ้านด้วย

การวิจัยเกี่ยวกับการวางแผนครอบครัวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งทำการศึกษาโดยคณะนิเทศศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย[1] พบว่า วิทยุเป็นสื่อสำคัญในการให้ข่าวสารและการบันเทิง แก่ประชาชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้วยเหตุผลที่ว่าวิทยุเข้าถึงกลุ่มบุคคลได้ทุกกลุ่มไม่ว่าจะมีความแตกต่างในทางเศรษฐกิจและสังคม นอกจากนี้โครงการใช้สื่อมวลชน เพื่อการวางแผนครอบครัวของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข[2] ซึ่งจัดทำขึ้นที่จังหวัดพังงา ปี 2519 ผลปรากฏว่า ประชาชนทราบวิธีคุมกำเนิดจากแพทย์มาเป็นอันดับหนึ่งถึงร้อยละ 50.6 รองลงมาทราบจากเพื่อนบ้านร้อยละ 31.9 ทราบจากวิทยุร้อยละ 5.2 ทราบจากเอกสารสิ่งพิมพ์ร้อยละ 3.4 ทราบจากญาติร้อยละ 2.6 และทราบจากคู่สมรสร้อยละ 1.8

ลักขณา มนชาตุผลิน ได้ศึกษาการเผยแพร่ข่าวสารด้านสาธารณสุขมูลฐานด้วยเอกสารเผยแพร่เรื่องอนามัย ครอบครัวกับผลสัมฤทธิ์จากการให้เอกสารเผยแพร่ สรุปได้ว่า เอกสารเผยแพร่เป็นประโยชน์มากโดยเฉพาะสตรีผู้มีฐานะทางเศรษฐกิจสูง และผู้ที่อ่านบ่อยครั้งจึงควรเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมโดยเฉพาะผู้รับสารที่มีฐานะทางเศรษฐกิจต่ำและการศึกษาต่ำ และมีบุตรมาก และอายุสูงอาจต้องใช้สื่อประเภทอื่นเช่น สื่อมวลชน[2]

---

[1]กระทรวงสาธารณสุข, กรมอนามัย, โครงการการใช้สื่อมวลชนเพื่อการวางแผนครอบครัว (กรุงเทพมหานคร: กรมอนามัยกระทรวงสาธารณสุข, 2521), หน้า 30

[2]ลักขณา มนชาตุผลิน, "การเผยแพร่ข่าวสารด้านสาธารณสุขข้อมูลฐานด้วยเอกสารเผยแพร่เรื่องอนามัยครอบครัวกับผลสัมฤทธิ์จากการให้เอกสารเผยแพร่" (วิทยานิพนธ์ ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2524), หน้า 100.

เนตรทราย รุ่งเรืองธรรม และจริยวัตร คมพยัคฆ์[1] ได้ทำการศึกษาวิธีการอบรมเลี้ยงดูเด็กทารกของมารดาไทยในตำบลศิริราช และบ้านช่วยหล่อ อำเภอบางกอกน้อย กรุงเทพฯ ผลการวิจัยพบว่า

– การศึกษาที่แตกต่างกันไม่มีความแตกต่างกันในด้านการปฏิบัติตนระหว่างตั้งครรภ์

– ระดับรายได้ของครอบครัวต่างกันมีการปฏิบัติตน ระหว่างตั้งครรภ์ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ประภาเพ็ญ สุวรรณ[2] ได้ศึกษาเกี่ยวกับการวัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย พบว่า การเปลี่ยนแปลงทัศนคติให้ผลที่แตกต่างกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง ทั้งทางด้านสรีวิทยา วัฒนธรรม และอื่น ๆ เชื่อว่า "อายุ" มีผลต่อทัศนคติของบุคคลผู้ใหญ่มักจะปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปได้ยาก ซึ่งตรงกันข้ามกับวัยรุ่นที่พร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงสังคม การเปลี่ยนแปลงนี้มีผลต่อการสร้างทัศนคติของบุคคลเหล่านี้ด้วย

เพ็ญศรี วงศ์สิโรจน์กุล[3] ได้ศึกษาอิทธิพลของสื่อกับการให้ความรู้การส่งเสริมเลี้ยงลูกด้วยนมแม่พบว่า

---

[1]เนตรทราย รุ่งเรืองธรรม และจริยวัตร คมพยัคฆ์ "การศึกษาวิธีการอบรมเลี้ยงดูเด็กทารกของมารดาไทยในตำบลศิริราช และตำบลช่างหล่อ อำเภอบางกอกน้อย กรุงเทพฯ. (กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาการพยาบาลสาธารณสุข ศาสตร์ คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล, 2521)

[2]ประภาเพ็ญ สุวรรณ, <u>ทัศนคติ: การวัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย</u> (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, 2520) หน้า 67.

[3]เพ็ญศรี วงศ์สิโรจน์กุล, "อิทธิพลของสื่อกับการให้ความรู้การส่งเสริมเลี้ยงลูกด้วยนมแม่" (วิทยานิพนธ์ ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525), หน้า 8

- สื่อบุคคลมีบทบาทสำคัญที่สุดในการให้ความรู้เรื่องการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่
- มารดาที่มีการศึกษาสูงจะเข้าถึงสื่อบุคคลใกล้เคียงมารดาที่มีการศึกษาต่ำ
- มารดาที่มีฐานะทางเศรษฐกิจสูงจะเข้าถึงสื่อบุคคลใกล้เคียงกับมารดาที่มีฐานะเศรษฐกิจต่ำ
- มารดาที่มีอายุ อาชีพ ฐานะทางเศรษฐกิจ การศึกษา ภูมิลำเนาและจำนวนบุตรต่างกัน เปิดรับสื่อบุคคล สื่อวิทยุ เสียงตามสาย และป้ายประกาศไม่แตกต่างกันและจากผลการวิจัยดังกล่าวยังชี้ให้เห็นว่าสื่อบุคคลมีบทบาทอย่างมากต่อความรู้ที่ชาวบ้านได้รับ

ลักขณา มนธาตุผลิน[1] ได้ศึกษาการเผยแพร่ข่าวสารด้านสาธารณสุขมูลฐานด้วยเอกสารเผยแพร่เรื่อง อนามัยครอบครัวกับผลสัมฤทธิ์ จากการให้เอกสารเผยแพร่พบว่า

- ผู้ที่ได้รับแจกเอกสารเผยแพร่ได้รับความรู้เพิ่มขึ้นกว่าผู้ที่ไม่ได้รับแจก
- ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูง ได้รับความรู้เพิ่มขึ้นกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ
- ผู้ที่มีฐานะทางเศรษฐกิจสูง ได้รับความรู้เพิ่มขึ้นกว่าผู้ที่มีฐานะทางเศรษฐกิจต่ำ
- ผู้ที่มีอายุน้อยได้รับความรู้เพิ่มขึ้นมากกว่าผู้ที่มีอายุมาก
- ผู้ที่อ่านเอกสารเผยแพร่บ่อยครั้งได้รับผลสัมฤทธิ์เพิ่มขึ้นกว่าผู้ที่อ่านเอกสารเผยแพร่น้อยครั้ง
- ผู้มีจำนวนบุตรน้อย ได้รับความรู้เพิ่มขึ้นมากกว่าผู้มีจำนวนบุตรมาก

---

[1]ลักขณา มนธาตุผลิน, "การเผยแพร่ข่าวสารด้านสาธารณสุขมูลฐานด้วยเอกสารเผยแพร่เรื่องอนามัยครอบครัวกับผลสัมฤทธิ์ จากการให้เอกสารเผยแพร่" (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2524), หน้าจ.

ธนพล โล่ห์สุวรรณ ได้ศึกษาประสิทธิผลของเสียงตามสายที่มีต่อความรู้ความเข้าใจของประชาชนเกี่ยวกับการปกครองท้องถิ่นในรูปเทศบาล ผลปรากฏว่า

- กลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีระดับเปิดรับข่าวสารเสียงตามสายแตกต่างกัน

กลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำ จะมีระดับเปิดรับข่าวสารเสียงตามสายค่อนข้างสูง และกลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงจะมีแนวโน้มในการเปิดรับข่าวสารเสียงตามสายในระดับต่ำ

—ช่วงอายุต่างกันมีระดับการเปิดรับข่าวสารเสียงตามสาย แตกต่างกันโดยมีแนวโน้มให้เห็นอย่างชัดเจนว่าผู้มีอายุต่ำ มีระดับการเปิดรับข่าวสารต่ำ และผู้มีอายุสูงมีระดับการเปิดรับข่าวสารสูง

ศาสตราจารย์โมเซล[2] ได้ทำการสำรวจวิจัยที่หมู่บ้านบางชัน พบว่าสื่อมวลชนประเภทวิทยุ และหนังสือพิมพ์มีผลสามารถยกระดับความรู้ของประชาชนได้ ผลของสื่อมวลชนปรากฏชัดมากในกลุ่มประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่ำ หลักฐานนี้แสดงว่าสื่อมวลชนสามารถใช้แทนระบบการศึกษาในโรงเรียนในการเพิ่มพูนความรู้แก่ประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กลุ่มที่มีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมค่อนข้างต่ำ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

---

[1]ธนพล โล่ห์สุวรรณ "ประสิทธิผลของสื่อเสียงตามสายที่มีต่อความรู้ความเข้าใจของประชาชนเกี่ยวกับการปกครองท้องถิ่นในรูปเทศบาล: ศึกษาเฉพาะเทศบาลเมืองสิงห์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี" (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525), หน้า 43–44.

[2]บุญเลิศ สุภดิลก, "สื่อมวลชนและการพัฒนาประเทศ" วารสารธรรมศาสตร์ (7 กรกฎาคม 2520): 32.

ดังที่กล่าวมาแล้วว่า ปัจจุบันนี้สารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชมีบทบาทเข้ามาเกี่ยวข้องกับการเกษตรมาก แต่เกษตรกรผู้ใช้สารเคมีฯ ยังให้ความเอาใจใส่ระมัดระวังอันตรายจากสารเคมีฯน้อยเกินไป จนเป็นเหตุให้พิษตกค้างของสารเคมีฯแพร่กระจายเป็นอันตรายทั้งในคน สัตว์ พืช และสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ซึ่งกองวัตถุมีพิษการเกษตร กรมวิชาการเกษตร ได้ศึกษาข้อมูลจากเกษตรกรที่ปลูกถั่วต่าง ๆ ในปี พ.ศ. 2526 จาก 6 จังหวัดทางภาคเหนือ คือ จังหวัดอุตรดิตถ์ พิจิตร พิษณุโลก นครสวรรค์ กำแพงเพชร และสุโขทัย จำนวน 324 ราย พบว่า[1] เกษตรกรจำนวน 323 ราย หรือร้อยละ 99.67 เคยใช้สารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืช เกษตรกรจัดหาด้วยการซื้อเป็นเงินสดถึงร้อยละ 83 และได้รับแจกฟรีจากเจ้าหน้าที่ถึงร้อยละ 25.62

= เกษตรกรเลือกซื้อสารเคมีฯ ตามที่ได้รับคำแนะนำมากถึง ร้อยละ 58
  เลือกซื้อสารเคมีฯ ที่มีพิษร้ายแรง ร้อยละ 33.64
  เลือกซื้อสารเคมีฯ ที่มีราคาถูกเพียง ร้อยละ 4.6

- เกษตรกรยังไม่ค่อยเข้าใจในการเก็บรักษาคือ
  เก็บไว้ใต้ถุนบ้าน ร้อยละ 38
  เก็บไว้ในบ้านซึ่งไม่เป็นอันตรายต่อเด็กเล็กและสัตว์เลี้ยง ร้อยละ 19.44
  เก็บไว้ให้มิดชิดห่างจากเด็กและสัตว์เลี้ยง ร้อยละ 37.34
- การใช้สารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชส่วนมากคือ ร้อยละ 90 ที่ใช้ตามฉลาก
- เกษตรกรที่ฉีดพ่นสารเคมีทุก ๆ 7 วันมีถึง ร้อยละ 59.87
  เกษตรกรที่ฉีดพ่นสารเคมีตามคำแนะนำในฉลาก ร้อยละ 17.59
- เกษตรกรที่ฉีดพ่นสารเมีมีฯ จนหมด มี ร้อยละ 24.69

---

[1]กองวัตถุมีพิษการเกษตร กรมวิชาการเกษตร ข่าวสารวัตถุมีพิษ ปีที่ 11 ฉบับที่ 1 มค.-กพ. 2527, หน้า 31-34.

สรุปได้ว่า เกษตรกรเกือบทั้งหมด เคยใช้สารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืช ส่วนมากร้อยละ 83 จัดซื้อหามาเอง โดยซื้อตามที่ได้รับคำแนะนำ และเกษตรกรประมาณครึ่งหนึ่งร้อยละ 57.44 ยังไม่ค่อยเข้าใจในการเก็บรักษา ส่วนวิธีการใช้มีร้อยละ 90 ที่ใช้ตามฉลากและภาชนะที่บรรจุสารเคมีฯ ที่ใช้หมดแล้วมีเกษตรปฏิบัติได้ถูกต้องเพียงร้อยละ 8 และจากการตรวจเลือดของเกษตรกรพบว่า เกษตรกรที่ร่างกายปกติมีเพียงร้อยละ 50.90 เกษตรกรที่ควรหยุดใช้สารเคมีฯ มีร้อยละ 13.25 และเกษตรกรที่ควรจะได้รับการรักษามีถึงร้อยละ 35.85 อย่างไรก็ตามเกษตรกรส่วนใหญ่ (83.95%)ต้องการให้เจ้าหน้าที่ของรัฐเข้าไปแนะนำถึงการใช้สารเคมีฯ และอันตรายที่จะเกิดจากสารเคมีฯ รวมทั้งต้องการให้มีการแจกเอกสารประกอบด้วย

จากผลงานวิจัยต่าง ๆ ในประเทศที่ได้กล่าวมาแล้วแสดงให้เห็นว่าสื่อที่มีประสิทธิภาพที่ดีที่สุดต่อการยอมรับนวกรรมด้านเกษตรคือ สื่อบุคคล โดยเฉพาะอย่างยิ่งเพื่อนบ้าน ญาติ และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องตามลำดับ ส่วนสื่อมวลชนประเภทวิทยุมีผลต่อการเผยแพร่ความรู้ได้มากและกว้างขวาง สำหรับป้ายประกาศและเอกสารสิ่งพิมพ์อื่น ๆ ก็มีผลต่อการยอมรับเช่นกัน แต่มีการศึกษาเพียงเล็กน้อยที่กล่าวถึงประสิทธิผลของสื่อเหล่านี้

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผลงานวิจัยในต่างประเทศ

Cesar M. Mercado, Consullo Agreda และ Maximo Parbal[1] ได้ศึกษาเรื่องสื่อมวลชนในฐานะตัวแทนของการเปลี่ยนแปลงใน 4 Barrios โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อให้ทราบถึงปัญหาในการสื่อสาร การกระจายการหลั่งไหลของข่าวสาร และอัตราการเปลี่ยนแปลงของประชาชน หลังจากเปิดรับสื่อชนิดต่าง ๆ แล้ว การวิจัยพบว่าสื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีอิทธิพลในการโน้มน้าวใจมากที่สุด โดยเฉพาะหัวหน้าใน Barrios มีอิทธิพลในการชักจูงมากที่สุด แหล่งส่งข่าวที่ดีที่สุดคือแหล่งข่าวที่มาจากสมาชิกสภา 39.6% ของประชาชนใน Barrios มีวิทยุ และส่วนใหญ่ชอบฟังรายการเกษตร ส่วนสื่อชนิดอื่น ๆ ก็ได้รับความเชื่อถือ การวิจัยพบว่าสื่อใบปลิวเป็นสื่อหนึ่งที่ช่วยให้เกษตรกรมีความรู้และมีอิทธิพลต่อการยอมรับมาก ท้ายสุดของการวิจัยได้เสนอแนะสิ่งที่เกี่ยวข้องให้พิจารณา คือ

1. รายการจากวิทยุจะได้รับความสนใจมาก ถ้ารายการนั้นตอบปัญหาของผู้ฟังด้วยความรวดเร็ว และข่าวสารที่เสนอควรจะเน้นหนักข่าวสารที่เกี่ยวกับสิ่งที่ประชาชนต้องการ เช่น เรื่องการกำจัดหนู เรื่องแมลงที่กัดกินต้นข้าว

2. ปัญหาต่าง ๆ ควรเสนอให้ง่ายและเกษตรกรสามารถนำไปปฏิบัติได้ทันที

3. รายการที่กระจายเสียงต้องเริ่มต้นด้วยการแจ้งให้ทราบว่า จะเสนอรายการอะไร รายการที่ดีต้องตอบสนองประสบการณ์ทั่วไปของเกษตรกร

4. การใช้สื่อในการแก้ปัญหา ต้องแก้ปัญหาให้ตรงกับเวลาที่เกษตรกรประสบปัญหาเกี่ยวกับเรื่องนั้น

---

[1] Cesar M. Mercado, Agreda Consullo, Parbal Maximo, "Mass Media As Agents of Change in Four Selected Barrios of Laguna Province," in Esther F. Moniggue (ed.) Abstract of Research in Agricultural Communication, Vol. 3. (Department of Agricultural Communications, College of Agriculture, U.P. at Los Bonos College, Saguna, Philippines, 1980), p.p. 33-34.

5. อัตราการอ่านออกเขียนได้ของผู้ฟังจะช่วยในการตัดสินใจว่าควรจะใช้สื่อชนิดใด เพื่อให้เข้าถึงเกษตรกรเหล่านั้น

6. สื่อวิทยุและสื่อหนังสือพิมพ์ เป็นสื่อที่น่าเชื่อถือและสามารถโน้มน้าวใจได้เป็นอย่างดี

นอกจากนั้น Jerald J. Feasters[1] ก็ศึกษาเกี่ยวกับการรับนวกรรมการเกษตรในเมืองซานอันโดนิโย บริติชฮอนดูรัส พบว่า ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการยอมรับการเปลี่ยนแปลงการรับนวกรรมคือ อายุ การศึกษา ระดับการครองชีพ การติดต่อกับหน่วยให้บริการของรัฐ และความคาดหวังในอาชีพ

จากผลการวิจัยทั้งสองพอจะสรุปได้ว่า สื่อมวลชนประเภทวิทยุมีอิทธิพลต่อการยอมรับนวกรรม และแต่ละคนจะยอมรับนวกรรมต่าง ๆ ต่างกัน ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านอายุ การศึกษา และระดับการครองชีพ ฯลฯ

สำหรับประเทศฟิลิปปินส์ ได้มีการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องนวกรรมการเกษตรโดยเฉพาะหลายเรื่องด้วยกัน ดังเช่น Defa Greez Efren[2] ได้ศึกษาเรื่องจำนวนสื่อที่มีอยู่ และการใช้สื่อให้ข่าวสารเกี่ยวกับการเกษตร ใน Barrio Paciano Rizal, Bay Laguna

---

[1] Jerald J. Feasters. "Measurement and Determinants of Innovativeness among Primitive Agriculturists" Rural Sociology, Vol. 33. (September 1968), pp. 339 - 348.

[2] Defa Greez Efren, "Availability and Use of Farm Information Media in Barrio Paciano Rizal, Bay, Laguna. 1964," in Esther F. Moniggue(eds.) Abstract of Research in Agricultural Development Communication, Vol.3. (Department of Agricultural Communications, college of Agriculture, U.P. at Los Bonos College, Laguna, Philippines, 1980), pp. 9 - 11.

ผลการวิจัยพบว่า การสื่อสารระหว่างบุคคล (face to face Communication) เป็นการสื่อสารที่สำคัญที่สุดใน Barrio มีการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ 42% แม็กกาซีน 12% หนังสือตลกเล่มเล็ก ๆ 17% ส่วนสื่อวิทยุมีผู้ใช้มากถึง 57% ผู้มีวิทยุจะเปิดฟังทั้งข่าวท้องถิ่นและข่าวต่างประเทศ ชาวบ้านได้รับประโยชน์จากวิทยุ เพราะวิทยุให้ทั้งความบันเทิงและข่าวสารเกี่ยวกับการทำเกษตร

ผลการวิจัยของ Gloria D. Feliciano[1] ที่ศึกษาเกี่ยวกับเหตุผลที่เกษตรกรยอมรับและไม่ยอมรับการปรับปรุงไร่นาเนื่องจาก

1. ขาดแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือ
2. ไม่เห็นว่าการปฏิบัติเช่นนั้นจะให้ผลดีอย่างไร
3. นวกรรมใหม่ที่เผยแพร่เมื่อเปรียบเทียบกับของเก่าที่มีอยู่แล้ว เห็นว่าของเก่าดีกว่า จึงไม่ยอมรับไปปฏิบัติตาม
4. เกษตรกรไม่เต็มใจที่จะเปลี่ยนตามคำบอกเล่า เพราะเห็นว่า
   4.1 พอใจจะรักษาประเพณีแบบดั้งเดิม
   4.2 กลัวผลที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลง
   4.3 คิดว่าไม่มีอะไรดีขึ้นเมื่อเปลี่ยนทัศนคติ เกษตรกรส่วนใหญ่ต้องการที่จะอยู่ในสภาพปัจจุบันมากกว่าที่จะเสี่ยงเพื่ออนาคต

Rogers และ Svenning[2] ได้ศึกษาเรื่องการใช้ช่องทางการสื่อสาร

---

[1]Gloria D. Feliciano, "The Variables of Human in Agricultural Adoption, "In Ester F. Moniggue (eds.) Abstract of Research in Agricultural Develpment Communication, Vol.1. (Derartment of Agricultural Communication College of Agriculture, U.P. at Los Bonos College, Laguna, Philippines, 1965), pp. 11-12.

[2]Everette M. Rogers and Lynne Svenning, Modernization Among easants: The Impact of Communication, (New York: Holt, Rinehart and Winston, Inc., 1969), pp. 128-130.

เกี่ยวกับการยอมรับวิธีการใช้ยากำจัดวัชพืชสูตร 2,4-D ของชาวนาในหมู่บ้าน 3 หมู่บ้านของโคลัมเบีย ผลปรากฏว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลมีบทบาทสำคัญที่สุดในทุก ๆ ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจที่จะยอมรับวิธีการใช้ยากำจัดวัชพืช และจากการวิจัยนี้ พบว่า ไม่มีชาวนาคนใดให้ค่าความสำคัญแก่การสื่อสารมวลชนเลย โดย Rogers และ Svvenning ได้ตั้งคำถามว่า อะไรเป็นสาเหตุที่ทำให้พวกเขายอมรับวิธีการใช้ยากำจัดวัชพืชสูตร 2,4- D คำตอบที่ได้รับจากชาวนาส่วนใหญ่ก็คือ เป็นเพราะได้สนทนากับเพื่อนบ้านมากกว่าจะตอบว่า เป็นเพราะได้ฟังมาจากวิทยุเมื่อหลายเดือนมาแล้ว

Rogers และ Meynen [1] วิจัยถึงความสัมฤทธิผลในการเผยแพร่นวกรรมในประเทศโคลัมเบีย และได้ค้นพบว่าในการเผยแพร่เทคนิคใหม่ ๆ นั้น สื่อบุคคลเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับนวกรรม

Pedro Bueno [2] ทำการศึกษาเรื่องบทบาทของสื่อมวลชนในการยอมรับยาปราบศัตรูพืช 2,4-D ใน 2 หมู่บ้านของจังหวัดLaguna ประเทศฟิลิปปินส์ ในปี ค.ศ. 1966 และพบว่าสื่อมวลชนไม่มีผลในขั้นการยอมรับ โดยในขั้นรับทราบ ขั้นสนใจและขั้นประเมินผลสื่อบุคคลมีผลมากที่สุด ส่วนสื่อมวลชนมีผลบ้างเล็กน้อยในขั้นทดลอง แต่ไม่มีผลในขั้นยอมรับเลย

---

[1] Everett M. Rogers and Wicky L. Meynen, Communication Sources for 2,4-D Weed Spray Among Columbian Peasants, Rural Social, 30, pp. 213-219. cited by Gardner Lindzey and Eilliot Aronson, The Handbook of Social Psychology, Vol.3 (Massachusetts: Addison-Wesley Publishing Company,?1969), p. 234.

[2] Pedro Bueno, "The Role of Mass Media in the Adoption of 2,4-D in Two Laguna Barrios," in Esther F. Monigque (eds.) Abstract of Research in Agricultural Development Communication, Vol.2 (Department of Agricultural Communications, College of Agriculture, U.P. at Los Bonos College, Phillippines, 1978),pp. 22-25.

Gelia T. Castillo [1] ได้ศึกษาถึงปัญหาในการพัฒนาชนบทของฟิลิปปินส์ พบว่าแหล่งความรู้ทางการเกษตรที่สำคัญของเกษตรกรที่เป็นตัวบุคคล ได้แก่ เจ้าหน้าที่ส่งเสริม เพื่อนบ้าน และญาติ นอกจากนั้นCastillo [2] ยังพบว่า เกษตรกรที่ไม่ได้รับการติดต่อหรือส่งเสริมโดยตรงจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรส่วนใหญ่จะได้รับข่าวสารจากวิทยุมากที่สุด และวิทยุก็เป็นที่นิยมของเกษตรกรมากกว่าเอกสารหรือหนังสือพิมพ์

ขณะเดียวกัน Defa Greez Efxen [3] ได้ศึกษาเรื่องการใช้สื่อในการให้ข่าวสารการเกษตร ที่ฟิลิปปินส์จากการศึกษาพบว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นสิ่งสำคัญที่สุด ส่วนการใช้สื่อวิทยุ สิ่งพิมพ์ แมกกาซีน และหนังสือเล่มเล็ก ๆ มีความสำคัญรองลงมา ซึ่งชาวบ้านจะได้รับประโยชน์จากสิ่งเหล่านี้มาก จากการศึกษาครั้งนี้อาจกล่าวได้ว่า สื่อบุคคลมีอิทธิพลมากที่สุดที่จะทำให้เกษตรกรยอมรับนวกรรมการเกษตร และสื่อวิทยุจะมีอิทธิพลรองลงมา เนื่องจากวิทยุให้ทั้งความบันเทิงและข่าวสารการเกษตร

---

[1] Gelia T. Castillo, Beyond Manila: Philipines Rural Problems in Perspective, (Rniversity of the Philippines at Los Bonow, College, Laguna, Philippines, 1977), pp. 110-113.

[2] Gelia T. Castillo, All in a Grain of Rice: A Review of the Philippine Studies on the Social and Economic Implications of the New Rice Technology,(Sougheast Asian Regional Center for Graduate Study and Research in Agriculture, Philippines, 1975), pp. 726-727.

[3] Defa Greez Efren, "Availability and Use of Rorm Information Media in Barrio Paciano Rizal Bay Laguna, 1964," in Ester F. Moniggue (eds.) Abstract of Research in Agricultural Development Communication, Vol. 3 (Department of Agricultural Communication, College of Agriculture, U.P. at Los Benos, College, Laguna, Philippines, 1980), pp. 9-11.

ผลการวิจัยของ Gloria D. Feliciano[1] ที่ศึกษาเกี่ยวกับเหตุผลที่เกษตรกรยอมรับและไม่ยอมรับการปรับปรุงไร่นาเนื่องจาก

1. ขาดแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือ
2. ไม่เห็นว่าการปฏิบัติเช่นนั้นจะให้ผลดีอย่างไร
3. นวกรรมใหม่ที่เผยแพร่เมื่อเปรียบเทียบกับของเก่าที่มีอยู่แล้ว เห็นว่าของเก่าดีกว่า จึงไม่ยอมรับไปปฏิบัติตาม
4. เกษตรกรไม่เต็มใจที่จะเปลี่ยนตามคำบอกเล่า เพราะเห็นว่า
   4.1 พอใจจะรักษาประเพณีแบบดั้งเดิม
   4.2 กลัวผลที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลง
   4.3 คิดว่าไม่มีอะไรดีขึ้นเมื่อเปลี่ยนทัศนคติ เกษตรกรส่วนใหญ่ต้องการที่จะอยู่ในสภาพปัจจุบันมากกว่าที่จะเสี่ยงเพื่ออนาคต

ผลงานวิจัยของชาร์มา (Sharma) ซึ่งได้ศึกษาถึงการยอมรับการเกษตรกรรมแผนใหม่ในชัยมประเทศอินเดีย ปรากฏว่าปัจจัยด้านสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ อายุ วรรณะ ปัจจัยทางด้านสังคม ได้แก่ เป้าหมาย ข้อผูกพัน ความสามารถ ปัจจัยด้านการสื่อสาร ได้แก่ การติดต่อกับเจ้าหน้าที่ทางราชการการเปิดรับข่าวสารจากแหล่งข่าวต่าง ๆ ปัจจัยด้านสถานการณ์ (Situational Factors) ได้แก่ การ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

---

[1]Gloria D. Feliciano, "The Variables of Human in Agricultural Adoption, "In Ester F. Moniggur (eds.) Abstract of Research in Agricultural Develpment Communication, Vol.1. (Derartment of Agricultural Communication College of Agriculture, U.P. at Los Bonos College, Laguna, Philippines, 1965), pp. 11-12.

ใช้สินเชื่อ การสร้างถนน ระบบชลประทาน ปัจจัยเหล่านี้มีความสัมพันธ์กันอย่างมากกับการยอมรับนวกรรม[1]

โรเจอร์[2] ศึกษาพฤติกรรมในการสื่อสารพบว่า "ผู้ยอมรับนวกรรมเร็วกว่าจะมีโอกาสเข้าถึงสื่อมวลชนมากกว่าผู้ที่ยอมรับนวกรรมช้ากว่า" นั่นคือผู้ที่มีการศึกษาและฐานะทางเศรษฐกิจสูงกว่าจะเข้าถึงสื่อมวลชนมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาและฐานะทางเศรษฐกิจต่ำกว่า

ในประเทศมาเลเซีย Waravit [3] ได้ศึกษาถึงการยอมรับวิทยาการแผนใหม่ของชาวสวนยางกลุ่มหนึ่ง ปรากฏว่าเกษตรกรที่ยอมรับการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ จะเป็นพวกที่มีอายุน้อย มีการศึกษาดี มีรายได้สูง มีบุตรศึกษาอยู่ในโรงเรียนมัธยมและเป็นสมาชิกของหน่วยงานในท้องถิ่น

---

[1] Prakash N. Sharma, "Incentives and Disincentives Related to Adoption of Agricultural Innovations by Small Farmers, Madhayom Pradesh, India." Unpublished Ph.D. Thesis, (Ithaca N.Y.: Cornell University, 1974 cited by Suraplo Kanchanachitra, "Factors Related to Community Development in Thai Village," p. 37.

[2] Everett M. Rogers with Floyed F. Shoemaker, Communication of Innovations: A cross Cultural Approach (New York: The Free Press)

[3] Wroravit Withyapiman, "Factors Associated with the Adoption of Agricultural Practices by Rubber Farmers Village of Paya Luas, District of Kuala Kran, Pahang, Malaysia, 1967" (Unpublished Master's thesis, Louisiana State University, 1971), p. 55.

ผลการวิจัยของดอยชแมน (Deutschmann)[1] แสดงให้เห็นว่า ประชาชนที่ไม่มีการศึกษาในหมู่บ้านแอนดีน (Andean village) ส่วนใหญ่ซึ่งเปิดรับสื่อมวลชนสูงมีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวกรรมฟาร์มแผนใหม่ในระดับสูง มีความรู้ทางการเมืองสูงกว่า และเด็กในหมู่บ้านมีความทะเยอทะยานมากกว่า

บูอิโน (Bueno) และ ฟริโอ (Frio)[2] ได้ศึกษาเรื่องบทบาทของสื่อมวลชนในการยอมรับยาปราบวัชพืช 2,4-D ในลากูนา (Laguna) ประเทศฟิลิปปินส์ และเรื่องการเลือกผู้นำการยอมรับข้าวพันธ์ IR 8 และแหล่งข่าวสารของเกษตรที่ทำนาในฤดูแล้ง ผลการวิจัยของทั้งสองคล้ายกันคือ พบว่าสื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีอิทธิพลมากที่สุด และสื่อมวลชนมีผลทำให้เกิดการยอมรับนวกรรมได้น้อย พบว่า วิทยุเป็นสื่อที่มีบทบาทในการให้ข่าวสาร เพราะมีอิทธิพลรอบคลุมพื้นที่ได้อย่างกว้างขวาง

---

[1] Deutschmann, quoted in Denis McQuail, Toward a Sociology of Mass Communication, (London: Collier-Macmillan Publishers, 1969), pp.4-5.

[2] Antonio S. Feio, "Leadership Preference, IR 8 Adoption and Communication Sources Among Dry-Season Farmers of Morong, Rieal," in Esther F. Moniggue (eds.) Abstract of Research in Agricultural Development Communication, Vol.2. (Department of Agricultural Communications College of Agriculture, U.P. at Los Bonow College, Saguna, Philippines, 1970, pp. 55-56,

เชน (Chen) ได้ศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการสื่อสารเกี่ยวกับการวางแผนครอบครัวพบว่า ผู้รับสารเชื่อ (Trust) ข่าวสารด้วยการเขียน (Written Message) มากกว่าข่าวสารด้วยวาจาแม้คู่สมรสจะแสวงหาข่าวสารจากเพื่อน แพทย์ ร้านขายยา และเห็นว่าร้านขายยาเป็นแหล่งข่าวที่ดีมากกว่าแพทย์และศูนย์อนามัยสาธารณสุข[1]

การศึกษาวิจัยทางด้านประสิทธิภาพของสื่อในการเผยแพร่และพฤติกรรมการสื่อสารพบว่า ประสิทธิภาพของสื่อบุคคลและสื่อมวลชนในการเผยแพร่หรือส่งเสริมในโครงการต่าง ๆ ให้ผลที่แตกต่างกัน เช่นในไต้หวัน จากการศึกษา ของ L.P Chaw และ T.C Hsu[2] พบว่าคำบอกเล่าของเพื่อนบ้านและญาติพี่น้องเกี่ยวกับวิธีต่าง ๆ ที่ใช้ในการวางแผนครอบครัวเป็นสื่อที่แพร่หลายที่สุด โดยเฉพาะในกลุ่มที่คอยการศึกษา

---

[1] Phoebe Fei-pi Chen, "Comparison of Favim Planning Communication Practices of Taiwanese Family Living in Madison, Wisconsin and Taiwan, Pepublic of China" (M.A. Thesis, 1973) in List of Thesis 1973-1974 (Singapore: Amic, 1976),p.2

[2] L.P. Chaw and J.C. Hsu., "The Progress. of(Fertility Control)in Taiwan." The Journal of Formosem Medical Association 5(1967):219-21

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากการศึกษาทั้งในประเทศและต่างประเทศได้ผลสรุปที่สอดคล้องกันว่า การเผยแพร่นวกรรมนั้นมีปัจจัยในการสื่อสารหลายอย่างที่มีผลต่อผู้รับแตกต่างกัน เช่น

- คุณลักษณะของเกษตรกร คือ การศึกษา อายุ ฐานะทางเศรษฐกิจ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมของสังคม จะทำให้เปิดรับข่าวสารต่างกันซึ่งมีผลต่อการยอมรับนวกรรมต่างกัน

- ลักษณะเนื้อหาของนวกรรม ว่าเป็นประโยชน์ต่อการดำรงชีพของผู้รับเพียงใด และผลได้ผลเสียจากการยอมรับหรือไม่ยอมรับนวกรรมจะเป็นเช่นไร

- ลักษณะของสื่อ ประเภทของสื่อ จากการศึกษาในหลายกรณีพบว่าสื่อบุคคลมีผลต่อการยอมรับนวกรรมมากที่สุด

แต่การวิจัยเกี่ยวกับการใช้สารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชยังมีน้อย ทั้ง ๆ ที่พิษของสารเคมีฯ เป็นอันตรายร้ายแรงมาก ดังผลการตรวจเลือดของเกษตรกร 6 จังหวัดภาคเหนือ ของกรมวิชาการเกษตร ที่พบว่าเกษตรกรที่ร่างกายปกติมีเพียงร้อยละ 50.90 แม้ส่วนมากจะได้รับความรู้จากสื่อบุคคลที่เป็นเจ้าหน้าที่ของรัฐ ในขณะเดียวกันก็เป็นที่น่าสนใจว่าเกษตรกรอำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร เป็นเขตที่มีการใช้สารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชในการปลูกพืชผักมาก แต่จากการตรวจเลือดปรากฏว่าเกษตรกรที่ร่างกายปกติมีร้อยละ 80 ซึ่งถือว่าอยู่ในอัตราที่สูง ผู้วิจัยจึงสนใจต้องการศึกษาถึงปัจจัยด้านคุณลักษณะของเกษตรกร, บทบาทของสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อสารในโครงการรณรงค์ให้เกษตรกรใช้สารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชอย่างปลอดภัย ของเกษตรกรในเขตอำเภอดังกล่าว

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย