บทบาทของสื่อในการพัฒนาอาชีพเกษตรกรรม: กรณีศึกษา
เกษตรกรในเขตปฏิรูปที่ดินป่าจอมทอง
อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่

วชิรา วชิรจุติพงศ์

ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์
โครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้
พ.ศ. 2548

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้

ใบรับรองปัญหาพิเศษ

โครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์

ชื่อเรื่อง

บทบาทของสื่อในการพัฒนาอาชีพเกษตรกรรม: กรณีศึกษา

เกษตรกรในเขตปฏิรูปที่ดินป่าจอมทอง

อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่

โดย

วชิรา วชิรจุติพงศ์

พิจารณาเห็นชอบโดย

ประธานกรรมการที่ปรึกษา .....

(รองศาสตราจารย์นคเรศ รังควัต)

วันที่ 10 เดือน พค. พ.ศ. 2548

กรรมการที่ปรึกษา .....

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์)

วันที่ 10 เดือน พค. พ.ศ. 2548

กรรมการที่ปรึกษา .....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธีรภัทร วรรณฤมล)

วันที่ 10 เดือน พค. พ.ศ. 2548

หัวหน้าภาควิชาส่งเสริมการเกษตร .....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีระพล ทองมา)

วันที่ 16 เดือน พค. พ.ศ. 2548

โครงการบัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว .....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทรงวุฒิ เพ็ชรประดับ)

รองประธานกรรมการโครงการบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 17 เดือน พค. พ.ศ. 48

ชื่อเรื่อง บทบาทของสื่อในการพัฒนาอาชีพเกษตรกรรม: กรณีศึกษาเกษตรกรในเขตปฏิรูปที่ดินป่าจอมทอง อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน นางสาววชิรา วชิรจุติพงศ์

ชื่อปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์

ประธานกรรมการที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์นคเรศ รังควัต

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง บทบาทของสื่อในการพัฒนาอาชีพเกษตรกร : กรณีศึกษาเกษตรกรในเขตปฏิรูปที่ดินป่าจอมทอง อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของเกษตรกร และบทบาทการให้ความรู้ของสื่อในการพัฒนาอาชีพเกษตรกรรมทางด้านการให้ความรู้ การเกิดทัศนคติและการเปลี่ยนทัศนคติ และการเปลี่ยนพฤติกรรมหรือแนวปฏิบัติ ประชากรที่ศึกษา คือ เกษตรกรที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม และอาศัยในเขตปฏิรูปที่ดินป่าจอมทอง อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวนประชากร 249 คน ขนาดตัวอย่าง 153 คน ได้ตัวอย่างจากวิธีการสุ่มอย่างง่าย จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 80 ของขนาดตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูล โดยการแจกแจงความถี่ แสดงตาราง การแจกแจงแบบร้อยละ

จากการวิจัยพบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นชาย มีอายุเฉลี่ย 49 ปี มีการศึกษาในระดับประถมศึกษา มีสมาชิกในครอบครัว จำนวน 4 คน รายได้โดยเฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน 12,695 บาท และประกอบอาชีพเกษตรกรรมในลักษณะเกษตรกรรมเชิงเดี่ยว การเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 120 คน มีการเปิดรับสื่อมวลชนประเภทวิทยุและโทรทัศน์มากที่สุด และจากกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อกลุ่ม จำนวน 114 คน เข้าร่วมสื่อกลุ่มประเภทการประชุมกลุ่มมากที่สุด ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อบุคคล จำนวน 109 คน ได้พบปะหรือเข้าร่วมกิจกรรมกับสื่อบุคคลประเภทผู้นำกลุ่มมากที่สุด

เกษตรกรเห็นว่าสื่อทุกประเภท ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อกลุ่ม และสื่อบุคคล มีบทบาทในการให้ความรู้ และวิทยุเป็นสื่อมวลชนที่เกษตรกรมีพฤติกรรมการเปิดรับมากที่สุด คือ มีระยะเวลาและความถี่ในการเปิดรับมากกว่าสื่ออื่น ๆ แต่ไม่มีบทบาทในการเปลี่ยนทัศนคติ เปลี่ยนพฤติกรรม และไม่สร้างความมุ่งหวังในอาชีพให้แก่เกษตรกรที่ได้รับสื่อ เนื่องจากสารที่เกษตรกรรับจากสื่อวิทยุเกี่ยวข้องกับการพัฒนาอาชีพเกษตรกรรม ในขณะที่สื่อกลุ่มประเภทการ

ฝึกอบรม เป็นสื่อที่มีบทบาทครบทุกด้าน คือ สามารถให้ความรู้ เปลี่ยนทัศนคติ เปลี่ยนพฤติกรรม และสร้างความมุ่งหวังในอาชีพใหม่ให้แก่เกษตรกรที่ได้รับสื่อ ดังนั้น ควรปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอรายการเกี่ยวกับการเกษตรกรรมในสื่อวิทยุ เพื่อให้เกษตรกรสนใจ และเกิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารในการพัฒนาอาชีพเกษตรกรรมจากวิทยุมากขึ้น และควรส่งเสริมให้เกษตรกรได้รับการฝึกอบรมอย่างทั่วถึง

จากการวิจัยพบว่าสื่อที่มีบทบาทในการพัฒนาอาชีพเกษตรกรรม คือ สื่อบุคคลประเภทเจ้าหน้าที่ปฏิรูปที่ดิน โดยมีบทบาทในการให้ความช่วยเหลือในด้านการให้ความรู้ การจัดหาแหล่งเงินทุน การจัดหาพ่อพันธุ์-แม่พันธุ์กบ และไก่ไข่ และการจัดหาตลาด

Title	Media Roles in Agricultural Occupation Development: a Case Study of Farmers in Pa-Chomtong Agricultural Land Reform Area, Chomtong District, Chiang Mai
Author	Miss Vachira Vachirajutipong
Degree of	Master of Arts in Communications
Advisory Committee Chairperson	Associate Professor Nakarate Rungkawat

ABSTRACT

This research aimed to study general conditions of farmers and the media roles in passing on knowledge for agricultural occupation development, attitude forming and changing, as well as changing in behavior and practices. The population used in this study was 249 farmers working on agricultural farms and living in Pa - Chomtong Agricultural Land Reform Area. Chomtong District, Chiang Mai. The samples were 153 farmers, 120 of whom, or 80 % were simply sampled. The data was collected by means of questionnaires, and analyzed by percentage an frequency.

The results revealed that most of the farmers were male, 49 yeas old on average, had completed primary education, had 4 family members and average monthly family income of 12,695 baht, and practiced monoculture. 120 samples obtained knowledge through radio and television most, 114 samples attended group meetings most, and 109 samples had meetings or participated in activities with personal media, namely group leaders, most.

The farmers' opinion was that all medias i.e. mass media, group media and personal media had roles in passing on knowledge and radio was the mass media which most of the farmers used : they had more time for listening than using other medias. But, it did not change their attitudes and behaviors and it did not bring about hope for their occupation as the information they received through radio was all about agricultural occupation development while group media i.e. training, performs the roles in changing attitudes and behavior as well as creating hope in a new occupation. Therefore, agricultural radio program presentation should be improved to the farmers' interest so that they can gain more information about agricultural occupation development. Also, they should be provided with greater opportunities to undergo training.

From this research, it was found that the media with greatest roles in agricultural occupation development was personal media i.e. land reform officers, playing the roles in passing on knowledge, seeking capital investment sources, supplying cattle breeds, supplying good breeds of frogs and layers, and seeking markets for products.

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำปัญหาพิเศษเรื่อง "บทบาทของสื่อในการพัฒนาอาชีพเกษตรกรรม : กรณีศึกษาเกษตรกรในเขตปฏิรูปที่ดินป่าจอมทอง อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่" ข้าพเจ้าต้องขอขอบคุณรองศาสตราจารย์นคเรศ รังควัต ที่เป็นประธานกรรมการ รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา ดำรงค์เกียรติศักดิ์ กรรมการที่ปรึกษา และผู้ช่วยศาสตราจารย์ธีรภัทร วรรณฤมล กรรมการที่ปรึกษา ที่ให้คำแนะนำชี้แนะ ตลอดจนวางแผนการดำเนินงานการทำวิจัยครั้งนี้ และช่วยตรวจสอบแก้ไขปัญหาพิเศษเรื่องดังกล่าวได้อย่างถูกต้องและสมบูรณ์ จึงขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทั้งสามท่านเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณเกษตรกรในเขตปฏิรูปที่ดินป่าจอมทองทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือสละเวลาอันมีค่าของท่านในการให้ข้อมูล ตลอดจนผู้ช่วยเก็บข้อมูลทุกคนที่ช่วยให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วงด้วยดี

นอกจากนี้ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณบิดา – มารดาที่ได้สนับสนุนส่งเสริมให้ข้าพเจ้าได้เรียนหนังสือในระดับปริญญาโท และขอขอบคุณเพื่อน ๆ ที่คอยเป็นกำลังใจให้ตลอดระยะเวลาในการศึกษา

วชิรา วชิรจุติพงศ์

พฤษภาคม 2543

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(3)
ABSTRACT	(5)
สารบัญ	(8)
สารบัญตาราง	(9)
สารบัญภาพ	(10)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาของปัญหา	1
ความสำคัญของปัญหา	2
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
ขอบเขตการวิจัย	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
นิยามศัพท์ปฏิบัติการ	5
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	7
ความหมายของสื่อและประเภทของสื่อ	7
แนวคิดเรื่องบทบาทของสื่อ	9
แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม	15
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสาร	20
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	24
ภาคสรุป	26
กรอบแนวความคิดในการวิจัย	28
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	29
สถานที่ดำเนินการวิจัย	29
ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง	31
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	33

หน้า

การทดสอบเครื่องมือ 33
การเก็บรวบรวมข้อมูล 34
วิธีวิเคราะห์ข้อมูล 34
บทที่ 4 ผลการวิจัย และวิจารณ์ 35
ตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไปของเกษตรกร 35
ตอนที่ 2 การเปิดรับสื่อของเกษตรกร 39
ตอนที่ 3 บทบาทของสื่อในการพัฒนาอาชีพเกษตรกรรม 53
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ 66
สรุปผลการวิจัย 66
ข้อเสนอแนะ 69
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป 72
บรรณานุกรม 73
ภาคผนวก 75
ภาคผนวก ก ภาพกิจกรรมการเลี้ยงกบและไก่ไข่ 76
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม 84
ภาคผนวก ค ประวัติผู้วิจัย 100

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนตัวอย่างในการเก็บรวบรวมข้อมูล จำแนกตามหมู่	32
2	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะประชากร	37
3	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับสื่อ	40
4	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับหนังสือพิมพ์ จำแนกตามรายละเอียดการเปิดรับสื่อ	41
5	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อวิทยุ จำแนกตามรายละเอียดการเปิดรับสื่อ	43
6	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อโทรทัศน์ จำแนกตามรายละเอียดการเปิดรับสื่อ	46
7	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อกลุ่ม จำแนกตามรายละเอียดการเปิดรับสื่อ	48
8	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อบุคคล จำแนกตามรายละเอียดการเปิดรับสื่อ	49
9	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบทบาทของสื่อมวลชนในการให้ความรู้ เปลี่ยนทัศนคติ พฤติกรรมและสร้างความมุ่งหวังในอาชีพ	53
10	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบทบาทสื่อกลุ่มในการให้ความรู้ เปลี่ยนทัศนคติ พฤติกรรม และสร้างความมุ่งหวังในอาชีพ	55
11	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบทบาทสื่อบุคคลในการให้ความรู้ เปลี่ยนแปลงทัศนคติ พฤติกรรม และสร้างความมุ่งหวังในอาชีพ	56
12	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการส่งเสริมอาชีพ	57
13	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทสื่อที่มีบทบาทในการส่งเสริมอาชีพ	58
14	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบทบาทของสื่อในการให้ความรู้	59
15	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบทบาทของสื่อในการจัดหาแหล่งเงินทุน	61
16	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบทบาทในการจัดหาพ่อพันธุ์-แม่พันธุ์	62
17	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการจัดหาตลาด	62

สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1	แบบจำลองกระบวนการเลือกและเปิดรับข่าวสาร	21
2	กรอบแนวความคิด	28
3	โครงการหมู่บ้านป่าไม้ป่าจอมทอง	30
4	โครงการป่าจอมทอง 2	31
5	การฝึกอบรม	77
6	การประชุม	78
7	กิจกรรมการเลี้ยงกบ	79
8	บ่อเลี้ยงกบ	80
9	การเลี้ยงไก่ไข่ (1)	81
10	การเลี้ยงไก่ไข่ (2)	82
11	การเลี้ยงไก่ไข (3)	83

บทที่ 1
บทนำ

ความเป็นมาของปัญหา

สังคมและการสื่อสารมีความสัมพันธ์ควบคู่กันไปเสมอทั้งสองเกี่ยวข้องกับมนุษย์ สังคมประกอบด้วยคนตั้งแต่สองคนขึ้นไป การสื่อสารเป็นพฤติกรรมของคน ซึ่งส่งผลกระทบถึงสมาชิกในสังคมนั้น ดังนั้น การสื่อสารจึงมีความสัมพันธ์กับสังคมอย่างแยกกันไม่ได้ การนำสื่อต่าง ๆ ไปใช้ในแต่ละสังคมจึงต้องคำนึงถึงความเหมาะสมเพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะของสังคมนั้น ๆ ซึ่งสังคมเมืองนั้นเป็นสังคมที่พัฒนาขึ้นมาในระยะหลังสุด เป็นสังคมที่ผู้คนยึดอาชีพที่ไม่ใช่การเพาะปลูก เลี้ยงสัตว์ หรือเกษตรกรรม แต่จะเป็นอาชีพรับจ้าง ธุรกิจ และการบริการ เป็นต้น เป็นชุมชนที่มีขนาดใหญ่ มีผู้คนอยู่กันอย่างหนาแน่น มีการแบ่งงานกันทำ ยึดถือเหตุผล ทำตามกฎเกณฑ์ ความสัมพันธ์ของคนในสังคมจึงเป็นความสัมพันธ์แบบทุติยภูมิ หมายถึง ความสัมพันธ์ที่ถือประโยชน์ส่วนตนเป็นหลัก ในขณะที่สังคมชนบทนั้น ผู้คนส่วนมากยึดอาชีพเกษตรกรรม โดยเฉพาะการเพาะปลูกและการเลี้ยงสัตว์ เป็นชุมชนขนาดเล็กมีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ผูกพันกับประเพณีและความมีอันหนึ่งอันเดียวกัน ลักษณะความสัมพันธ์ การติดต่อกันภายในสังคมแบบนี้มีลักษณะเป็นแบบปฐมภูมิ กล่าวคือ การติดต่อมีความรู้จักกันเป็นอย่างดี ทำให้บุคคลติดต่อกันอย่างเป็นกันเองและลึกซึ้งกว้างขวาง จากความแตกต่างกันในหลาย ๆ ด้านดังกล่าว การนำสื่อต่าง ๆ มาใช้จึงต้องมีตัวสื่อที่จะนำไปใช้พัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพของสังคมที่แตกต่างกันด้วย

ในสังคมชนบทผู้ประกอบอาชีพด้านเกษตรกรรมไม่สามารถที่จะสร้างผลผลิตทางการเกษตรให้ได้คุณภาพดีและมีปริมาณคุ้มค่ากับการลงทุนทั้งด้านเงินทุนและแรงงานเนื่องจากเกษตรกรใช้วิธีการเกษตรแบบเก่าซึ่งเป็นมรดกตกทอดมาจากปู่ย่าตายาย ไม่สามารถที่จะปรับปรุงที่ดินทำกินซึ่งมีอยู่จำกัดให้มีคุณภาพดีขึ้น ขาดความสามารถทางด้านการค้า เมื่อผลผลิตออกมาก็ไม่สามารถนำผลผลิตนั้นไปสู่ตลาดได้ ยึดติดกับขนบธรรมเนียมประเพณีแบบดั้งเดิมและต่อต้านการเปลี่ยนแปลง การพัฒนาด้านเกษตรกรรมจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก

สำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม เป็นอีกหน่วยงานหนึ่งที่ได้ให้การสนับสนุนและส่งเสริมอาชีพเกษตรกรรม โดยมีวัตถุประสงค์ของการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรมเพื่อปรับปรุงเกี่ยวกับสิทธิและการครอบครองที่ดินเพื่อเกษตรกรรม ทำให้เกษตรกรได้มีโอกาสมีที่ดินสำหรับทำการเกษตรเพื่อพัฒนาอาชีพทางการเกษตรและใช้ทรัพยากรที่ดินให้มีประสิทธิภาพ

โดยการปรับปรุงปัจจัยการผลิต ส่งเสริมให้มีการจัดตั้งสถาบันเกษตรกร ส่งเสริมพัฒนาอาชีพนอกการเกษตร ให้การศึกษา บริการด้านสาธารณสุข สาธารณูปโภค เพื่อเพิ่มสวัสดิการและเสริมสร้างความเจริญในท้องถิ่น ทำให้เกษตรกรมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

ซึ่งการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม หมายถึง การปรับปรุงเกี่ยวกับสิทธิและการถือครองในที่ดินเพื่อเกษตรกรรม รวมตลอดถึงการจัดที่อยู่อาศัยในที่ดินเพื่อเกษตรกรรมนั้น โดยรัฐนำที่ดินของรัฐหรือที่ดินที่รัฐซื้อหรือเวนคืนจากเจ้าของที่ดิน ซึ่งมิได้ทำประโยชน์ในที่ดินนั้นด้วยตนเอง หรือมีที่ดินเกินสิทธิตามพระราชบัญญัติการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม เพื่อจัดให้แก่เกษตรกรผู้ไม่มีที่ดินเป็นของตนเอง หรือเกษตรกรที่มีที่ดินเล็กน้อยไม่เพียงพอแก่การครองชีพและสถาบันการเกษตรได้เช่าซื้อ เช่า หรือเข้าทำประโยชน์โดยรัฐให้ความช่วยเหลือในการพัฒนาอาชีพเกษตรกรรม การปรับปรุงทรัพยากร และปัจจัยการผลิตตลอดจนการผลิตและการจำหน่ายให้เกิดผลดียิ่งขึ้น (สำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม, 2537: 1)

ในการพัฒนาอาชีพเกษตรกรรมได้ใช้หลักพื้นฐานในการส่งเสริมการเกษตรต่อหลักการช่วยตนเองของกลุ่มเป้าหมาย (self- help) คือ มุ่งให้เกษตรกรกระทำการต่าง ๆ เพื่อให้สามารถพึ่งตัวเองได้ หลักการทำงานในรูปของกลุ่ม (working as a group) เพื่อประสานประโยชน์ของเกษตรกรและคนในชุมชนเพื่อผลประโยชน์ร่วมของคนส่วนใหญ่ในชุมชน หลักการเรียนรู้โดยการกระทำด้วยตนเอง (learning by doing) เป็นการปฏิบัติด้วยตนเอง นำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงหรือการพัฒนา และหลักการเข้าร่วมในการทำงานด้วยความสมัครใจ (voluntary participation) การร่วมมือกันด้วยความสมัครใจจะทำให้การส่งเสริมการเกษตรบรรลุผลอย่างแท้จริง (ณรงค์ สมพงษ์, 2535: 2)

ซึ่งหลักการดังกล่าวได้ให้การศึกษาเป็นหลัก คือสอนให้เกษตรกรได้พึ่งตนเอง เช่น ให้ความรู้ชี้แนะวิธีการปฏิบัติ กระตุ้นให้เกษตรกรมองเห็นถึงปัญหาและความต้องการที่แท้จริง ชี้แนะการแก้ไขปัญหา ตลอดจนสร้างความเชื่อมั่นให้กับเกษตรกรที่จะยอมรับการเปลี่ยนแปลงโดยผ่านสื่อต่าง ๆ

ความสำคัญของปัญหา

เขตปฏิรูปที่ดินป่าจอมทอง อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วยพื้นที่โครงการหมู่บ้านป่าไม้ป่าจอมทอง และป่าจอมทอง 2

โครงการหมู่บ้านป่าไม้ป่าจอมทองมีที่ตั้งที่ดินอยู่ที่หมู่ 3 ตำบลบ้านแปะ อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ มีเกษตรกร จำนวน 15 ราย 16 แปลง เนื้อที่ 36 ไร่ 1 งาน

99 ตารางวา และหมู่ 6 ตำบลบ้านแปะ อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ มีเกษตรกร จำนวน 25 ราย 28 แปลง มีเนื้อที่ 80 ไร่ 2 งาน 40 ตารางวา โครงการหมู่บ้านป่าไม้ป่าจอมทองลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบเชิงเขาทางด้านทิศเหนือติดถนนสายเชียงใหม่ - ฮอด ทิศใต้ติดแม่น้ำปิงและเขาดอยไก่เขี่ย ส่วนทิศตะวันออกและทิศตะวันตกติดเขตป่าสงวนแห่งชาติ ดินมีลักษณะเป็นดินปนทราย ลูกรังและหิน เกษตรกรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม คือ ลำไย มะม่วง และพืชไร่ จำพวก ข้าวโพดและถั่วเหลือง ซึ่งการเพาะปลูกของเกษตรกรส่วนใหญ่อาศัยแหล่งน้ำธรรมชาติ คือ น้ำฝน

ป่าจอมทอง 2 มีที่ตั้งที่ดินอยู่ที่หมู่ 11 ตำบลข่วงเปา อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ มีเกษตรกรที่ได้รับการจัดให้เข้าทำประโยชน์ในพื้นที่เขตปฏิรูปที่ดินป่าจอมทองมีจำนวน 209 ราย 221 แปลง เนื้อที่ 689 ไร่ 3 งาน 91 ตารางวา เกษตรกรส่วนใหญ่จะอาศัยอยู่ตำบล ใกล้เคียง เช่น ตำบลข่วงเปา ตำบลบ้านหลวง ตำบลสบเตี๊ยะ ตำบลดอยแก้ว ตำบลหนองปลาสวายและตำบลเวียงหนองร่อง เป็นต้น ซึ่งเกษตรกรที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ทำกินมีจำนวนเพียง 40 ครอบครัวเท่านั้น ลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบมีเนินเล็กน้อย ทางทิศเหนือติดเขตป่าสงวน ทิศใต้ติดต่อเขตที่ดินเอกชนหรือที่ดินที่มีเอกสารแสดงการครอบครองที่ดิน เช่น นส.3 ทิศตะวันออกติดเขตป่าสงวน และทิศตะวันตกติดถนนสายเชียงใหม่ - อินทนนท์ ลักษณะดินเป็นดินปนทราย เกษตรกรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ซึ่งเกษตรกรส่วนใหญ่ทำการเพาะปลูกลำไยเป็นหลัก และปลูกพืชไร่ จำพวก ข้าวโพด และถั่วเหลือง เช่นเดียวกับเกษตรกรในโครงการหมู่บ้านป่าไม้ป่าจอมทอง

เขตปฏิรูปที่ดินป่าจอมทอง เป็นเขตปฏิรูปที่ดินที่มีหน่วยงานทั้งของรัฐและเอกชนได้ให้การสนับสนุนและส่งเสริมอาชีพด้านเกษตรกรรม เช่น กรมส่งเสริมการเกษตร ฯลฯ โดยการนำสื่อต่าง ๆ มาใช้ในการส่งเสริมและพัฒนาอาชีพด้านเกษตรกรรม เพื่อเพิ่มผลผลิต การลดต้นทุนการผลิต และพัฒนาคุณภาพของผลผลิต ซึ่งสื่อจะเป็นตัวนำความรู้ วิทยาการเทคโนโลยีใหม่ ๆ ไปยังเกษตรกรเพื่อให้เกษตรกรมีความรู้ความเข้าใจ และเกิดทัศนคติตลอดจนการเปลี่ยนพฤติกรรมและแนวปฏิบัติในการประกอบอาชีพ ซึ่งสื่อที่หน่วยงานต่าง ๆ ได้นำมาใช้นั้นมีทั้งสื่อบุคคล สื่อกลุ่ม และสื่อมวลชน ดังนั้นบทบาทของสื่อในการพัฒนาอาชีพเกษตรกรรมจึงมีความแตกต่างกัน ซึ่งบทบาทของสื่อนั้นมีมากมาย เช่น การให้ข่าวสาร ความรู้ การให้การศึกษา และการพัฒนาสังคม เป็นต้น สื่อเป็นตัวกลางที่จะแสดงออกและถ่ายทอดถึงวิทยาการต่าง ๆ นอกจากนี้สื่อยังมี บทบาทในการสร้างความผูกพันของคนในสังคมให้สามารถอยู่ร่วมกันได้ด้วยความสามัคคี

บทบาทของสื่อในการพัฒนาอาชีพเกษตรกรรมที่เด่นชัดมากที่สุด คือ บทบาทการให้ความรู้ ซึ่งความรู้นั้นจะนำไปสู่การเกิดทัศนคติและการเปลี่ยนทัศนคติ จนกระทั่งเกิดการเปลี่ยนพฤติกรรมหรือแนวการปฏิบัติ จะเห็นได้ว่าเกษตรกรในเขตปฏิรูปที่ดินป่าจอมทองได้รับการส่งเสริมทางด้านเกษตรจากหลายหน่วยงานโดยการใช้สื่อหลากหลายประเภท

ดังนั้น ผู้วิจัยในฐานะเจ้าหน้าที่คนหนึ่งของสำนักงานการปฏิรูปที่ดินจังหวัดเชียงใหม่ จึงมีความสนใจที่จะศึกษาว่าสื่อประเภทใดมีบทบาทในการให้ความรู้แก่เกษตรกรมากที่สุด เพื่อสามารถนำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางในการนำสื่อไปใช้ในการพัฒนาอาชีพเกษตรกรรมได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง บทบาทของสื่อกับการพัฒนาอาชีพเกษตรกรรม : กรณีศึกษาเกษตรกรในเขตปฏิรูปที่ดินป่าจอมทอง อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา

1. สถานภาพทั่วไปของเกษตรกร
2. การเปิดรับสื่อของเกษตรกร
3. บทบาทของสื่อในการพัฒนาอาชีพเกษตรกรรม

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร

1.1 ประชากรที่จะศึกษาครั้งนี้ศึกษาเฉพาะเกษตรกรที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม และอาศัยอยู่ในเขตปฏิรูปที่ดินป่าจอมทอง อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

2.1 ศึกษาเฉพาะลักษณะส่วนบุคคล เพศ อายุ การศึกษา สถานะทางเศรษฐกิจและสังคมเท่านั้น

2.2 ศึกษาเฉพาะบทบาทในเรื่อง

2.2.1 การให้ความรู้

2.2.2 การเปลี่ยนทัศนคติ

2.2.3 การเปลี่ยนพฤติกรรมหรือแนวปฏิบัติ

2.2.4 การเกิดความมุ่งหวัง

3. การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะสื่อบุคคล สื่อกลุ่ม และสื่อมวลชนเท่านั้น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. นักวางแผนจากทุกหน่วยงานสามารถนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปเป็นแนวทางในการวางแผนการใช้สื่อเพื่อพัฒนาอาชีพเกษตรกรรมในเขตปฏิรูปที่ดินจอมทองและในพื้นที่อื่นได้อย่างเหมาะสม

2. นักพัฒนาสามารถนำสื่อไปใช้ในการพัฒนาอาชีพเกษตรกรรม ได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

3. นักส่งเสริมสามารถนำสื่อต่าง ๆ มาใช้ในการส่งเสริมและถ่ายทอดความรู้ด้านอาชีพเกษตรกรรมให้แก่เกษตรกรในเขตปฏิรูปที่ดินป่าจอมทองและในพื้นที่อื่นได้อย่างเหมาะสม

4. เกษตรกรสามารถรับความรู้ในการพัฒนาอาชีพเกษตรกรรมจากหน่วยงานต่าง ๆ ผ่านสื่อที่เหมาะสม

5. นักนิเทศศาสตร์ นักวิจัยและผู้สนใจสามารถนำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางในการศึกษาค้นคว้าต่อไป

นิยามศัพท์ปฏิบัติการ

สื่อ หมายถึง สื่อบุคคล สื่อกลุ่ม สื่อมวลชน

บทบาท หมายถึง รูปแบบหรือลักษณะการนำเสนอของสื่อแต่ละประเภท

สื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลที่ทำหน้าที่ในการถ่ายทอดข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งไปยังกลุ่มเป้าหมาย ในที่นี้หมายถึง เจ้าหน้าที่ปฏิรูปที่ดิน เจ้าหน้าที่ส่งเสริม เกษตรตำบลและผู้นำกลุ่ม

สื่อกลุ่ม หมายถึง การฝึกอบรม การจัดตั้งกลุ่ม การศึกษาดูงาน

สื่อมวลชน หมายถึง ช่องทางที่สามารถนำสารให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีจำนวนมาก ในที่นี้หมายถึงวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และสื่อสิ่งพิมพ์

เกษตรกร หมายถึง เกษตรกรผู้ประกอบอาชีพเกษตรกรรมในเขตปฏิรูปที่ดินป่าจอมทอง อำเภอจอมทองจังหวัดเชียงใหม่

การปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม หมายถึง การปรับปรุงเกี่ยวกับสิทธิ และการถือครองในที่ดินเพื่อเกษตรกรรมรวมตลอดถึงการจัดที่อยู่อาศัยในที่ดินเกษตรกรรมนั้น โดยรัฐนำ

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

การตรวจเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการวิจัยเรื่อง บทบาทของสื่อกับการพัฒนาอาชีพเกษตรกรรม : กรณีศึกษาเกษตรกรในเขตปฏิรูปที่ดินป่าจอมทอง อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่นั้น ผู้วิจัยนำแนวความคิดและทฤษฎีมาเป็นแนวทางในการวิจัย ดังนี้

1. ความหมายของสื่อและประเภทของสื่อ
2. แนวคิดเรื่องบทบาทของสื่อ
3. แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม (KAP)
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสาร
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความหมายของสื่อและประเภทของสื่อ

ความหมายของสื่อ

องอาจ จิยะนันท์ (2523: 1) ให้ได้ความหมายของสื่อว่าเป็นตัวกลางหรือพาหะที่ใช้นำเรื่องราวหรือความรู้ระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร

ไชยยศ เรืองสุวรรณ (2522: 8) ได้ให้ความหมายของสื่อว่า เป็นวัสดุที่ใช้เป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดเรื่องราว แลกเปลี่ยนความคิด ค่านิยมและทักษะระหว่างบุคคล กลุ่มชุมชนและสังคม

วราภรณ์ ศิริวรรณ (2526: 47) กล่าวว่า สื่อ เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งที่จะนำความรู้ แนวคิด ความรู้สึก หรือความสำนึกจากสิ่งที่ได้กำหนดความรู้นั้นไปสู่ผู้รับ สื่อไม่จำเป็นต้องเป็นเอกสารหรือหนังสือเท่านั้น แต่สื่อยังหมายรวมถึงสิ่งอื่น ๆ อีกมากมาย

อนันธนา อังกินันท์ และเกื้อกูล คุปรัตน์ (2523: 32) ได้ให้ความหมายของสื่อว่าเป็นสิ่งที่ช่วยในการถ่ายทอดความหมาย เช่น ภาษา คำพูด สัญญาณมือ สัญญาณไฟ ส่วนในด้านการสื่อสารมวลชน หมายถึง หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ซึ่งเป็นตัวกลางในการถ่ายทอดข่าวสาร

เสถียร เชยประทับ (2525: 250) กล่าวว่าช่องทางคือวิธีที่สารไหลจากแหล่งสารไปยังผู้รับสาร ช่องสารเปรียบเหมือนยานพาหนะที่นำสารจากแหล่งสารที่เป็นบุคคลหรือสถาบันไปยังผู้รับสาร ซึ่งอาจเป็นบุคคลหรือสถาบันก็ได้

ดังนั้น สื่อจึงหมายถึงตัวกลาง ซึ่งอาจเป็นเครื่องมือหรือวิถีทางที่ใช้ในการถ่ายทอดข่าวสารระหว่างแหล่งสารกับผู้รับสาร เพื่อให้เกิดการรับรู้และการเรียนรู้ตลอดจนมีการแลกเปลี่ยนความคิด ค่านิยม และทักษะระหว่างกัน

ประเภทของสื่อ

ไชยยศ เรืองสุวรรณ (2522: 108) กล่าวว่าสื่อสามารถแบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ได้ดังนี้

1. สื่อบุคคล หมายถึง สื่อที่อาศัยบุคคลเป็นช่องทางเข้าถึงบุคคลในการสื่อสาร โดยผู้ส่งและผู้รับสาร จะมีจำนวน 2 คนหรือมากกว่าก็ได้ ได้แก่ การพบปะเยี่ยมเยือน การจัดประชุม การบรรยาย การพูดคุย การพูดโทรศัพท์ การติดต่อทางจดหมาย เป็นต้น

2. สื่อมวลชน หมายถึง สื่อที่อาศัยสิ่งต่าง ๆ เป็นช่องทางเข้าถึงกลุ่มบุคคลจำนวนมาก ได้แก่ แผ่นภาพ สมุดภาพ โปสเตอร์ แผ่นพลิก กราฟ แผนภูมิ การ์ตูนเรื่อง ป้ายนิเทศ เอกสาร คำแนะนำ จดหมายข่าว สิ่งพิมพ์สาธารณะ สไลด์ ภาพยนตร์ แผ่นโปร่งใส วิทยุ โทรทัศน์ หุ่นจำลอง ตัวอย่างของจริง นิทรรศการ ทัศนศึกษา เป็นต้น

นฤชิต แววศรีผ่อง (2531: 58) ได้อ้างถึง Rogers และ Shoemaker ว่าสื่อบุคคลที่ใช้ในการติดต่อระหว่างบุคคลซึ่งเข้าถึงบุคคลได้ในขอบเขตค่อนข้างจำกัด ส่วนสื่อมวลชนในการติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง จึงช่วยกระจายความรู้ได้รวดเร็ว สื่อทั้งสองประเภทดังกล่าวมีหลายรูปแบบตามลักษณะของเทคนิคในการผลิตสื่อ เช่น สื่อในรูปแบบการเขียน การพิมพ์ การพูด สื่อในรูปแบบโสตทัศนูปกรณ์และอิเลคโทรนิค เป็นต้น ทั้งนี้อาจแยกเทคนิคการผลิตสื่อออกได้สองลักษณะที่สำคัญ คือ สื่อที่ผลิตขึ้นโดยอาศัยวิทยาการแผนใหม่ของหน่วยงานจากนักวิชาการด้านสื่อ จัดเป็นสื่อนอกระบบสังคมของกลุ่มเป้าหมาย (cosmopolite media) กับสื่อที่ผลิตขึ้นโดยอาศัยวิทยาการพื้นบ้าน จัดเป็นสื่อในระบบสังคมของกลุ่มเป้าหมาย (iocolite media)

FAO กล่าวถึงช่องทางในการสื่อสารเพื่อเข้าถึงเกษตรกรรายย่อยว่ามี 4 ประเภทด้วยกัน คือ

1. สื่อบุคคล ได้แก่ สื่อที่อาศัยผู้นำกลุ่ม เจ้าหน้าที่ส่งเสริม เพื่อนบ้านและเครือญาติ

2. สื่อกลุ่ม ได้แก่ สื่อที่อาศัยรูปภาพ แผนภูมิ แผ่นภาพพลิก ของจริง หุ่นจำลอง เครื่องบันทึกเสียง สไลด์

3. สื่อมวลชน ได้แก่ สื่อที่อาศัยโปสเตอร์ แผ่นปลิว แผ่นพับ จดหมายข่าว ภาพยนตร์ วีดีโอเทป

4. สื่อพื้นบ้าน ได้แก่ สื่อที่อาศัยละครพื้นบ้าน เพลงพื้นบ้าน การเล่าเรื่อง การทายปัญหาหรือปริศนา การใช้ร้อยกรอง เช่น โคลง ฉันท์ กาพย์ กลอน และระบำท้องถิ่น

แนวคิดเรื่องบทบาทของสื่อ

กาญจนา แก้วเทพ และคณะ (2543: 139) กล่าวว่าสื่อมวลชนมีบทบาทน้อยมากหรือแทบไม่มีเลยต่อการพัฒนาด้านการเกษตร ทั้ง ๆ ที่เกษตรกรในชนบทมีการเปิดรับสื่อมวลชนโดยเฉพาะวิทยุ และโทรทัศน์มากกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ แต่เนื่องจากการเปิดรับสื่อนั้นเป็นการเปิดรับความบันเทิงมากกว่า และนอกเหนือจากปัจจัยด้านผู้รับสารแล้ว ปัจจัยด้านตัวสื่อเองก็เป็นคำอธิบายด้วยส่วนหนึ่ง เพราะในสื่อมวลชนมีปริมาณเนื้อข่าวสารที่เป็นความรู้ด้านการเกษตรอยู่น้อยมาก ดังนั้นจึงมีข้อเสนอแนะให้สื่อมวลชนท้องถิ่นโดยเฉพาะวิทยุท้องถิ่นที่สามารถเข้าถึง และสามารถจะมีอิทธิพลต่อประชาชนได้มากที่สุด ให้มีการจัดเนื้อหาเกี่ยวกับการเกษตรให้เพิ่มมากขึ้น และควรเจาะจงให้ตรงกับลักษณะการเกษตรของท้องถิ่น โดยจัดทำเป็นรายการประจำเพื่อให้ติดตามได้อย่างสม่ำเสมอต่อเนื่อง และพัฒนาเทคนิควิธีการในการนำเสนอ เช่น นำเสนออย่างสั้น ๆ แต่เผยแพร่บ่อย ๆ เป็นต้น

บทบาทของสื่อสิ่งพิมพ์

ลักษณะสำคัญของสื่อสิ่งพิมพ์ คือ เป็นสื่อที่จำเป็นต้องอาศัยทักษะในการอ่านและการแปลงความหมายของสัญลักษณ์ที่อยู่ในรูปแบบต่าง ๆ (literacy competency) ดังนั้น ถ้าหากกลุ่มเป้าหมายไม่มีความสามารถในเรื่องดังกล่าวนี้ก็อาจเป็นอุปสรรคในการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ ทำให้การรับรู้และความสนใจของกลุ่มเป้าหมายลดน้อยลง อย่างไรก็ตามสื่อสิ่งพิมพ์ก็นับว่ามีคุณค่าต่องานส่งเสริม เผยแพร่ และงานด้านการสนับสนุนการพัฒนาได้หลายทาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากมีการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายก็จะช่วยดึงดูดความสนใจ และทำให้สามารถเรียนรู้จากสื่อสิ่งพิมพ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สื่อสิ่งพิมพ์มีบทบาทต่องานด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. สื่อสิ่งพิมพ์ช่วยในการให้ข่าวสาร ข้อมูลที่สามารถนำไปอ้างอิงได้เนื่องจากเป็นสื่อลายลักษณ์อักษร ดังนั้น การนำสื่อสิ่งพิมพ์มาทบทวนและตรวจสอบข้อมูลต่าง ๆ จึงทำได้ง่ายกว่าการใช้สื่อประเภทอื่น ๆ

2. สื่อสิ่งพิมพ์มีบทบาทในการให้ความรู้ ความเข้าใจ และการประกอบอาชีพได้เป็นอย่างดี เป็นการให้การศึกษาทั้งในระบบและนอกระบบ เช่น การใช้เป็นเอกสารประกอบการเรียน การฝึกอบรมของหน่วยงานต่าง ๆ

3. สื่อสิ่งพิมพ์มีบทบาทในการชักจูงใจให้มวลชนมีความเห็นคล้อยตาม เช่น การใช้ภาพโฆษณาในการดึงดูดใจให้เกิดความร่วมมือหรือการงดเว้นไม่กระทำอย่างใดอย่างหนึ่งได้

4. สื่อสิ่งพิมพ์มีส่วนช่วยในการถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมต่าง ๆ กันได้ดี โดยผ่านทางการใช้ภาษาเขียนและภาพประกอบ ซึ่งถือเป็นงานศิลปะแขนงหนึ่ง

การใช้แผ่นปลิว แผ่นพับ และเอกสารเล่มเล็ก (leaflets folder and pamphlets)

ใช้แผ่นปลิว แผ่นพับ และเอกสารเล่มเล็ก สามารถใช้ในงานส่งเสริมเผยแพร่ได้หลายเรื่อง เมื่อต้องการเผยแพร่ความรู้เฉพาะเรื่อง ยกตัวอย่างเช่น อธิบายถึงข้อดีในการทดสอบดิน เผยแพร่เรื่องที่มีเนื้อหากว้าง ๆ เช่น การเลี้ยงสุกร โดยการแยกเนื้อหาออก การสร้างโรงเรือนและการให้อาหาร อาจใช้แผ่นปลิวเพื่อเตือนความจำเมื่อถึงฤดูปลูกพืชหรือเมื่อต้องการให้มีการใช้สารเคมีเพื่อควบคุมแมลงในแต่ละช่วง

ใช้แผ่นปลิว แผ่นพับ และเอกสารเล่มเล็ก ๆ อาจใช้ร่วมกับวัสดุอื่น ๆ ในระหว่างที่มีการรณรงค์ เพราะว่ามีราคาถูก ใช้แจกในที่ประชุม งานแสดง และแจกให้สำหรับผู้ฟังรายการวิทยุ ช่วยสนับสนุนสื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ ที่อาจจะล่าช้าไม่ทันกับการใช้งาน เช่น ในระหว่างที่กำลังจัดพิมพ์อยู่เนื่องจากเป็นเอกสารที่จัดทำง่าย ราคาถูก ใช้เวลาเตรียมการน้อยจึงสามารถจัดพิมพ์เผยแพร่ข้อมูลได้ตลอดเวลา

แผ่นบันทึกข้อมูล (fact sheet) เป็นสิ่งพิมพ์ที่บรรจุเนื้อหาความรู้โดยย่อ ซึ่งครอบคลุมหัวข้อเพียงหัวข้อเดียว และใช้กระดาษเพียงแผ่นเดียว โดยมากใช้ภาพวาดหรือภาพถ่ายแสดงรายละเอียดและขั้นตอนต่าง ๆ ในกระบวนการหรือเพื่อทำให้ข้อมูลมีความชัดเจน ทำความเข้าใจได้ง่ายขึ้น แผ่นบันทึกข้อมูลเป็นประโยชน์สำหรับผู้ปฏิบัติงานในการให้เนื้อหาทางวิชาการที่ทันสมัย เพราะผู้ปฏิบัติงานมักมีปัญหาได้รับข้อมูลช้า ทั้งนี้เนื่องจากต้องผ่านขั้นตอนการพิมพ์ใน

เอกสารทางวิชาการ จึงต้องใช้เวลาพิมพ์และการแจกจ่ายนานมาก การพิมพ์แผ่นบันทึกข้อมูลออกเผยแพร่จะช่วยแก้ปัญหานี้ได้

บทบาทของวิทยุกระจายเสียง

วิทยุกระจายเสียงมีบทบาทอย่างมากต่อวิถีชีวิตของคนไทยในปัจจุบัน เนื่องจากเป็นสื่อมวลชนที่สามารถเข้าถึงประชาชนได้มากที่สุดทุกซอกทุกมุม มีพื้นที่เครือข่ายส่งกระจายเสียงครอบคลุมไปทั่วประเทศทั้งสถานีวิทยุที่อยู่ในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค วิทยุกระจายเสียงจึงนับว่าเป็นสื่อที่มีราคาค่อนข้างถูกและสามารถเข้าถึงประชาชนในหมู่บ้านห่างไกล โดยไม่ต้องลงทุนในระบบรับ - ส่งการกระจายเสียงมากนัก กล่าวคือ เครื่องส่งมีราคาไม่แพงนักและเครื่องรับราคาถูกเมื่อเทียบกับเครื่องส่งและเครื่องรับโทรทัศน์

วิทยุกระจายเสียงนั้นเป็นสื่อที่มีส่วนช่วยสร้างจินตนาการมากกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ การจัดทำละครวิทยุหรือรายการเพลง ตลอดจนการแสดงต่าง ๆ ผู้ฟังจะต้องฟังอย่างตั้งใจและมีจินตนาการตามไปด้วย ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะให้ผู้ฟังต้องใช้กระบวนการทางสมองมากกว่าการดูรายการโทรทัศน์ รายการวิทยุกระจายเสียงจึงช่วยฝึกความคิดอย่างมีจินตนาการได้ดี จากสื่อวิทยุกระจายเสียงมีลักษณะพิเศษบางประการ คือ

1. ความรวดเร็วในการถ่ายทอดเหตุการณ์ การเตรียมรายการและการนำเสนอรายการสะดวกรวดเร็วกว่าสื่อโทรทัศน์มาก สื่อวิทยุกระจายเสียงมีการเตรียมการเพียงทางด้านเสียงอย่างเดียว จึงใช้อุปกรณ์ที่ราคาไม่สูงและไม่สลับซับซ้อนมากเหมือนกับสื่อวิทยุโทรทัศน์ การผลิตรายการทำได้รวดเร็วข่าวสารต่าง ๆ ที่ส่งผ่านทางสื่อวิทยุจึงมีความรวดเร็วกว่าสื่ออื่น ๆ

2. สื่อวิทยุกระจายเสียงครอบคลุมขอบเขตของการกระจายเสียงที่กว้างขวาง คลื่นวิทยุสามารถเดินผ่านสิ่งกีดขวางต่าง ๆ ได้ไม่ว่าจะเป็นภูเขา ป่าไม้หรือสิ่งก่อสร้างอื่น ๆ ไปได้ไกล ๆ สำหรับประเทศไทยนั้น คลื่นวิทยุสามารถแพร่กระจายไปจนถึงเขตเทือกเขาต่าง ๆ ทุกภาคของประเทศ จึงไม่เป็นอุปสรรคต่อการส่งข่าวสารไปสู่บุคคลที่อยู่ในเขตห่างไกลความเจริญ

3. เป็นสื่อที่ราคาถูก บุคคลทุกอาชีพและทุกสถานะทางเศรษฐกิจ สามารถไว้ครอบครองและนำติดตัวไปเปิดรับฟังได้ตลอดเวลาและทุกสถานที่ ทำให้ความถี่ในการเปิดรับสื่อประเภทนี้สูงมากกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ

4. วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่มีพลังทั้งทางด้านการนำเสนอข่าวสาร ความรู้และสร้างแรงจูงใจให้เกิดขึ้น ทั้งในทางบวกและทางลบ การเปิดโอกาสให้ผู้ฟังมีส่วนร่วมในรายการ

การได้รับฟังรายการซ้ำ ๆ กันบ่อยหลาย ๆ ครั้ง ย่อมก่อให้เกิดความเห็นคล้อยตามและนำไปสู่การปฏิบัติได้

5. สร้างจินตนาการหรือความคิดสร้างสรรค์ได้ดี จากการฟังรายการวิทยุกระจายเสียงและคิดตามได้อย่างอิสระ นำไปสู่ความสามารถในเชิงความคิดสร้างสรรค์ การฟังรายการวิทยุกระจายเสียงบ่อย ๆ เป็นเสมือนแบบฝึกหัดให้ผู้ฟังมีสมาธิในการฟังเรื่องราวต่าง ๆ พร้อม ๆ กับการใช้ความคิดในการสร้างจินตนาการและวิเคราะห์สิ่งที่ได้รับฟังมา

บทบาทของวิทยุโทรทัศน์ในประเทศไทย

ณรงค์ สมพงษ์ (2543: 109) ได้อ้างถึงประชา มาลีนนท์ ประธานกรรมการบริหารสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับบทบาทวิทยุโทรทัศน์ในประเทศไทยว่า ตลอดระยะเวลาตั้งแต่มีสถานีโทรทัศน์เป็นแห่งแรกในประเทศไทย เราจะเห็นว่าการพัฒนาของวงการโทรทัศน์ไทยเน้นหนักไปในด้านของเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นหลัก โดยมีการพัฒนาการใช้ดาวเทียมเพื่อการสื่อสารเข้ามาช่วยในการออกอากาศจนกระทั่งสามารถขยายเครือข่ายของแต่ละสถานีออกไปเกือบจะครอบคลุมพื้นที่ทั้งหมดของประเทศ อย่างไรก็ตามรายการโทรทัศน์เกือบ 90% ยังคงเน้นในเรื่องความบันเทิงเป็นหลัก ประชาชนเองก็มีความรู้สึกว่าโทรทัศน์เป็นเครื่องมือที่นำมาใช้เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อหลีกหนีจากความวุ่นวายในชีวิตประจำวัน ดังนั้นผู้สนับสนุนรายการวิทยุโทรทัศน์ที่อยู่เบื้องหลังการกำหนดรายการต่าง ๆ จึงมุ่งให้ความสำคัญเฉพาะรายการที่อยู่ในความนิยมของประชาชน (rating) ซึ่งมักจะเป็นรายการบันเทิงซึ่งมีผลต่อการโฆษณาสินค้าและการบริการ ส่วนรายการข่าวก็จะมีเฉพาะช่วงเวลาเท่านั้น และยังขาดการรายงานข่าวแบบวิเคราะห์เจาะลึก อีกทั้งการควบคุมการรายงานข่าวของรัฐบาลที่ผ่านมามักจะเข้าไปมีอิทธิพลในการรายงานข่าว ทำให้ขาดความเป็นกลาง และเสรีภาพในการรายงานข่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่งสถานีโทรทัศน์ที่รัฐบาลเข้าไปควบคุมดูแลอย่างใกล้ชิด จะต้องตอบสนองนโยบายของรัฐบาลอยู่ตลอดเวลา วิทยุโทรทัศน์จึงเป็นสื่อที่สนับสนุนกิจกรรมที่เอื้อประโยชน์เฉพาะกลุ่มเท่านั้น รายการที่มีสาระประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจ การพัฒนาชุมชน และการศึกษาของประชาชน ได้รับการสนับสนุนจากผู้ผลิตสินค้าและบริการเฉพาะกลุ่ม ในขณะที่รายการโทรทัศน์ของต่างชาติในรูปแบบรายการภาพยนตร์ มิวสิควิดีโอ รายการละคร และการถ่ายทอดสดกีฬาประเภทต่าง ๆ ได้เข้ามามีบทบาทที่แฝงเร้นทางด้านวัฒนธรรม ค่านิยมและทัศนคติที่ไม่เหมาะสมกับสังคมไทย

อีกประเด็นหนึ่งคือประเทศด้อยพัฒนาจำนวนมาก อาศัยรายการโทรทัศน์ส่วนใหญ่จากต่างประเทศ มีการถ่ายทอดรายการที่ผลิตในประเทศน้อย เพราะฉะนั้นวัตถุประสงค์ที่จะใช้

โทรทัศน์ส่งเสริมวัฒนธรรมของชาติจึงมีน้อยมาก สัดส่วนในการผลิตรายการโทรทัศน์เองภายในประเทศ และที่สั่งเข้ามาจากต่างประเทศของประเทศต่าง ๆ แตกต่างกันอย่างมาก (เสถียร เชยประทับ, 2538: 138)

เพื่อให้สื่อมวลชนประเภทวิทยุโทรทัศน์เป็นประโยชน์ต่อสังคมไทยอย่างแท้จริง สถานีโทรทัศน์ควรต้องมีการกำหนดนโยบายและการบริหารด้านการผลิตรายการให้มีลักษณะสร้างสรรค์ และเพิ่มบทบาทของสื่อให้มากขึ้น

บทบาทของวิทยุโทรทัศน์ต่อการพัฒนาเกษตรกรรมของไทย

รายการโทรทัศน์ที่นำเสนอทางด้านเกษตรกรรมมีอยู่เกือบทุกสถานี ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าอาชีพเกษตรกรรมเป็นอาชีพหลักของคนไทยซึ่งเป็นคนส่วนใหญ่ของประเทศ แต่ก็ยังนับว่าน้อยมาก เมื่อเปรียบเทียบกับรายการบันเทิง โดยรายการเกษตรกรรมมีเพียงประมาณร้อยละ 10 ของรายการบันเทิงเท่านั้นและยังพบอีกว่ารายการเกษตรกรรมมักอยู่ได้ไม่นาน คือมีการเปลี่ยนแปลงรายการไปเป็นรายการอื่น ๆ หรือรายการเกษตรกรรมบางรายก็ถูกย้ายไปอยู่ในช่วงเวลาอื่นซึ่งเป็นเวลาที่ไม่เหมาะสมกับผู้ชมที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ทั้งนี้เพื่อหลีกทางให้กับรายการอื่นที่มีผู้สนับสนุนรายการดีกว่า

รายการโทรทัศน์ทางการเกษตรส่วนใหญ่มักจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับเทคโนโลยีการผลิต และมีรายการทางด้านเศรษฐศาสตร์บ้างเล็กน้อย แต่มักพูดถึงเรื่องต่าง ๆ ในลักษณะผิวเผินไม่ลึกซึ้งมากนัก ทั้งนี้เป็นเพราะเวลาในการจัดรายการค่อนข้างสั้นมาก โดยมีความยาวตอนละ 2-3 นาที ไปจนถึง 15 -30 นาที ทั้งนี้เนื่องจากผู้ผลิตรายการมักจะยึดถือแนวทางการผลิตที่ว่าเกษตรกรเป็นกลุ่มผู้ฟังที่มีพื้นฐานการศึกษาค่อนข้างต่ำ ในสังคมชนบทการนำเรื่องราวที่มีรายละเอียดมากมาพูดอย่างลึกซึ้ง ย่อมมีผลทำให้ผู้ชมรายการที่ไม่มีพื้นฐานในการทำความเข้าใจได้ดีพอ อาจเปลี่ยนรายการไปดูช่องอื่นได้ ถ้าเรื่องที่ดูนั้นยากเกินไป อีกประการหนึ่งระยะเวลาที่มีอยู่ในแต่ละรายการสั้นไปจนไม่สามารถอธิบายรายละเอียดได้มากพอ ส่วนใหญ่เนื้อหาจะถูกแบ่งออกเป็นตอนสั้น ๆ หลาย ๆ ตอน ดังนั้นถ้าเกษตรกรขาดการติดตามดูตอนใดตอนหนึ่งก็อาจทำให้ได้ เนื้อหาที่ไม่ปะติดปะต่อกัน

ส่วนรายการที่เฉพาะเจาะลึก ไปถึงรากฐานของปัญหาที่เกิดกับเกษตรกรอย่างแท้จริงยังมีน้อยมากเช่นปัญหาหนี้สินของเกษตรกร ปัญหาการถูกเอารัดเอาเปรียบจากนายทุน ที่ดินและพ่อค้าคนกลางตลอดจนปัญหาการขาดความรู้ทางวิชาชีพที่จำเป็น ซึ่งปรากฏเสมอ ๆ ว่าเกษตรกร

ถูกหลอกให้หลงเชื่อในข่าวสารที่ขาดการกลั่นกรองอย่างถูกต้อง จนเป็นผลให้เกษตรกรเอาอย่างตามรายการทางโทรทัศน์ที่นำเสนอไปอย่างผิด ๆ โดยรู้เท่าไม่ถึงการณ์

บทบาทของวิทยุโทรทัศน์ในการพัฒนาชนบทนั้น ประชา มาลีนนท์ ได้เสนอแนะไว้ว่าควรจัดทำรายการในลักษณะการส่งเสริมอาชีพให้เหมาะสมกับสภาวะทางสังคมและเศรษฐกิจของแต่ละพื้นที่ โดยกำหนดช่วงเวลาออกอากาศให้ชัดเจน ซึ่งรายการที่จะเสริมสร้างในประเด็นนี้คือ

1. รายการส่งเสริมอาชีพ เป็นรายการที่เน้นให้เห็นถึงการนำวัตถุดิบและจุดเด่นของแต่ละพื้นที่มาเป็นจุดขาย เพื่อให้ประชาชนในพื้นที่ใช้ความพยายามในการประกอบอาชีพในท้องถิ่นของตนให้ดีที่สุดเพื่อสกัดกั้นปัญหาการเคลื่อนย้ายแรงงานจากชนบทเข้าสู่เมือง โดยไม่รู้ชะตากรรมว่าจะมีงานทำหรือไม่ซึ่งจะเป็นแนวทางหนึ่งในการลดปัญหาสังคมอันเป็นบ่อเกิดของปัญหาอื่นๆ ตามมา ทั้งในด้านปัญหาความแออัดของเมืองและปัญหาอาชญากรรม

2. รายการกระจายรายได้ เป็นรายการที่เน้นให้เห็นถึงโอกาสและความเท่าเทียมกันในสังคม ตลอดจนการเสริมสร้างความรู้ให้กับประชาชนถึงสิ่งที่รัฐบาลกำลังดำเนินการอยู่

บทบาทของสื่อบุคคล

เกศินี จุฑาวิจิตร (2542: 109) ได้อ้างถึงโรเจอร์ และเมย์เนน (Rogers and Meynen, 1969: 234) ว่าสื่อบุคคล เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับนวกรรม เช่นเดียวกับลาซาเฟลและแมนเซล (Lazarsfeld and Manzel, 1968: 97) ที่กล่าวว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลมีบทบาทสำคัญ เพราะเป็นการสื่อสารที่มีความเป็นกันเอง และเป็นส่วนตัวก่อให้เกิดความคุ้นเคย ซึ่งช่วยให้เกิดการยอมรับความคิดได้ง่ายขึ้น การพูดคุยอย่างเห็นหน้าค่าตานี้ ในแง่จิตวิทยาแล้วทำให้ผู้รับสารมีความรู้สึกว่าตนได้รับรางวัลทันที อย่างน้อยที่สุดก็คือในด้านการแสดงความคิดเห็นของตนต่อผู้พูด

นอกจากนี้ จากรายงานการวิจัยต่าง ๆ ที่ผ่านมา ได้มีข้อสรุปที่สอดคล้องกัน คือ รูปแบบการสื่อสารระหว่างบุคคล ในลักษณะเห็นหน้าค่าตา หรือเผชิญหน้า เป็นการสื่อสารแบบสองทาง (two - way communication) ที่มีบทบาทสำคัญต่อการโน้มน้าวและชักจูงใจ เพราะเมื่อผู้รับสารเกิดความไม่เข้าใจหรือไม่แน่ใจก็สามารถที่จะซักถาม หรือขอคำยืนยันจากแหล่งข่าวสารได้อย่างทันทีในระยะเวลาอันรวดเร็ว (เกศินี จุฑาวิจิตร, 2542: 109)

จากทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคมของ เดอ เฟลอร์ (De Fleur, 1970: อ้างใน เกศินี จุฑาวิจิตร, 2542: 107 - 123) ได้ชี้ให้เห็นว่า ความสัมพันธ์ภายในกลุ่มมีอิทธิพลต่อการสื่อสาร

เดอ เฟลอร์ พบว่า ความสัมพันธ์แบบเครือญาติมีบทบาทต่อการตัดสินใจว่าจะยอมรับการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ ทางการเกษตรหรือไม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมชนบท ที่มีความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวและเพื่อนบ้านอย่าง แน่นแฟ้น (เกศินี จุฑาวิจิตร, 2542: 111)

จากทฤษฎี สรุปได้ดังนี้

1. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล ดำเนินไปอย่างง่าย ๆ ไม่มีกฎเกณฑ์บังคับ คู่สื่อสารมีความใกล้ชิดกัน ซึ่งกระบวนการกลุ่มสามารถที่จะมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนทัศนคติ และพฤติกรรมของบุคคลได้

2. การสื่อสารแบบเห็นหน้าค่าตาหรือเผชิญหน้าเป็นการสื่อสารที่เปิดโอกาสให้มีการซักถามได้ทันที ทั้งยังสามารถยืดหยุ่นการนำเสนอเนื้อหาได้หากผู้ส่งสารได้รับการต่อต้านจากผู้ฟัง ก็อาจเปลี่ยนหัวข้อสนทนาได้

3. ผู้รับสารบางคนมีแนวโน้มที่จะเชื่อถือและยอมรับความคิดเห็นหรือทรรศนะของสื่อบุคคลที่เขารู้จักคุ้นเคย และนับถือมากกว่าที่จะเชื่อบุคคลที่เขาไม่รู้จักคุ้นเคย

สรุปได้ว่า สื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีบทบาทสำคัญในด้านการโน้มน้าวและชักจูงใจ ซึ่งต่างจากสื่อมวลชนซึ่งมีบทบาทสำคัญอยู่ที่การให้ข่าวสารหรือความรู้

แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม (KAP)

แนวคิดนี้ เป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับตัวแปร 2 กลุ่ม โดยมีการสื่อสารเป็นตัวแปรต้นหรือตัวแปรอิสระ ส่วนตัวแปรตามคือความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม ในการวัดความสำเร็จของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาจะพิจารณาและตรวจสอบว่าความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้รับสารมีการเปลี่ยนแปลงไปในทางบวกหรือไม่ ถ้าไม่มีการเปลี่ยนแปลง อะไรคืออุปสรรค นอกจากนั้นยังอาจศึกษาความสัมพันธ์ในลักษณะสายโซ่ที่เริ่มจากความรู้ไปสู่ทัศนคติและกลายเป็นพฤติกรรมต่อไป

ความรู้ (knowledge)

ความรู้ หมายถึง ความสามารถของผู้เรียนที่จะรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมนั้น ๆ โดยแบ่งออกเป็นความรู้ต่อสถานะการณ์หนึ่ง ๆ และความรู้ต่อเรื่องราวทั่วไปในระดับกว้าง ความรู้นับเป็นความสามารถในการใช้ข้อเท็จจริง ความคิด ความหยั่งรู้หยั่งเห็น ตลอดจนความสามารถเชื่อมโยงความรู้เข้ากับเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้ (เกศินี จุฑาวิจิตร, 2542: 76)

ระดับความรู้ สามารถจำแนกระดับความรู้ออกได้เป็น 6 ระดับ ดังนี้

1. ระดับที่ระลึกได้ (recall) หมายถึง การเรียนรู้ในลักษณะที่จดจำเรื่องวิธีปฏิบัติ กระบวนการและแบบแผนได้ ความสำเร็จในระดับนี้ คือ ความสามารถในการดึงข้อมูลจากความจำออกมาได้

2. ระดับที่รวบรวมสาระสำคัญได้ (comprehension) หมายความว่า บุคคลสามารถทำบางสิ่งบางอย่างได้มากกว่าการจดจำเนื้อหาที่ได้รับ เช่น สามารถเขียนข้อความเหล่านั้นด้วยถ้อยคำของตนเองได้ สามารถแสดงให้เห็นได้ด้วยภาพ ให้ความหมายที่ลึกซึ้ง แปลความและเปรียบเทียบความคิดอื่น ๆ หรือคาดคะเนผลที่เกิดขึ้นต่อไปได้

3. ระดับการนำไปใช้ (application) เป็นความสามารถที่จะนำข้อเท็จจริงและความคิดที่เป็นนามธรรมไปปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม

4. ระดับการวิเคราะห์ (analysis) สามารถใช้ความคิดในรูปของการนำความคิดมาแยกเป็นส่วน เป็นประเภท หรือนำข้อมูลมาประกอบกันเพื่อการปฏิบัติของตนเอง

5. ระดับการสังเคราะห์ (synthesis) คือ การนำข้อมูลและแนวความคิดมาประกอบกันแล้วนำไปสู่การสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นสิ่งใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิม

6. ระดับการประเมินผล (evaluation) คือ ความสามารถในการใช้ข้อมูลเพื่อตั้งเกณฑ์การรวบรวมและวัดข้อมูลตามมาตรฐาน เพื่อให้ข้อตัดสินใจถึงระดับของประสิทธิผลของกิจกรรมแต่ละอย่าง

หลักการเรียนรู้ นักสังคมศาสตร์หลายท่านได้แนะถึงหลักการของการเรียนรู้บางประการ ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างมากสำหรับการสื่อสาร คือ

1. บุคคลแต่ละคนจะมีความสามารถในการเรียนรู้ที่แตกต่างกัน ดังนั้น ในการศึกษาเรื่องราวใด ๆ ก็ตาม จำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย

2. การเรียนรู้มีความสัมพันธ์กับการตอบสนองทางอารมณ์ โดยทั่วไปแล้วการสรรเสริญจะให้ประสิทธิภาพในการเรียนรู้ได้มากกว่าการทำโทษ แต่บางครั้งการถูกทำโทษจะก่อให้เกิดการเรียนรู้ได้ดีเช่นเดียวกัน ถ้ามีการกระตุ้นให้เกิดการตอบสนองทางอารมณ์อย่างรุนแรง

3. การแสดงให้เห็นว่าควรทำอย่างไร ดีกว่าการบอกเฉย ๆ เพราะการแสดงถึงวิธีการให้ผู้รับได้เห็นว่าควรทำอย่างไร เป็นวิธีที่ดีที่สุดในการให้การเรียนรู้ในเรื่องที่ซับซ้อน

4. ทัศนคติที่ผู้รับสารมีต่อผู้ส่งสารจะมีผลต่อทัศนคติที่มีต่อสารนั้นด้วย บางครั้งการบอกว่า "ใครเป็นผู้พูด" มีความสำคัญพอ ๆ กับการบอกว่า "พูดว่าอะไร" อย่างไรก็ตามในระยะยาว ตัวสารจะมีความสำคัญมากกว่า

5. ความจำมีความสัมพันธ์กับความใหม่ของเรื่องราว หรือเหตุการณ์เรามักจะจำและมีการตอบสนองต่อข่าวสารที่เพิ่งได้รับใหม่ ๆ และการให้ข่าวสารซ้ำ ๆ กันจะก่อให้เกิดการจดจำและเก็บสารนั้นไว้

6. การมีส่วนร่วมทำให้เกิดการเรียนรู้ คนเราจะเรียนรู้ได้ดีขึ้น เมื่อได้มีการทดลองทำ

7. การนำเสนอด้วยวิธีที่แปลกใหม่ โดยใช้วิธีที่เป็นการกระตุ้นให้เกิดการตอบสนองทางอารมณ์สูง จะก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการเรียนรู้มากกว่าการนำเสนอด้วยวิธีธรรมดา

ทัศนคติ (attitude)

ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งอาจจะเป็นสิ่งของ เหตุการณ์ บุคคล สถานการณ์ สถาบัน และข้อเสนอใด ๆ ในทางที่ยอมรับหรือปฏิเสธ ซึ่งมีผลให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบสนองด้วยพฤติกรรมอย่างเดียวกันตลอด

องค์ประกอบของทัศนคติ มีอยู่ 3 ประการ คือ

1. องค์ประกอบด้านความรู้หรือความนึกคิด (the cognitive component) เป็นส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ทั่วไปทั้งสิ่งที่ชอบและไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้หรือความคิดว่าสิ่งใดดีมักจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น ๆ หากมีความรู้มาก่อนว่าสิ่งใดไม่ดีก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น

2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (the affective component) เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ที่เกี่ยวเนื่องกับสิ่งต่าง ๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพของบุคคล เป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละคน

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (the behavioral component) คือ การแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากความรู้ ความคิด และความรู้สึก

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ โดยทั่วไปคนเราสามารถที่จะเปลี่ยนทัศนคติ และความคิดเห็นได้กระบวนการในการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของบุคคล มีอยู่ด้วยกัน 3 ประการ คือ

1. การยินยอม (compliance) จะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับสิ่งที่มีอิทธิพลต่อเขา และเพื่อมุ่งหวังให้เกิดความพึงพอใจจากบุคคลที่มีอิทธิพลนั้น การที่เขายอมทำตามสิ่งที่บุคคลผู้มี

อิทธิพลอยากให้ทำก็เพราะคาดหวังว่าจะได้รับรางวัลหรือการยอมรับ ทัศนคติที่เกิดขึ้นจากกระบวนการยินยอมนี้ อธิบายได้ในแง่ของการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมของบุคคลในสังคม

2. การเลียนแบบ (identification) เป็นภาวะที่เกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้น และเป็นผลมาจากการที่เขาต้องการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี หรือที่พึงพอใจระหว่างตัวเขากับบุคคลอื่นหรือกลุ่มอื่น ความสัมพันธ์นี้อาจจะออกมาในรูปของการรับเอาบทบาททั้งหมดของบุคคลหรือกลุ่มมาเป็นของตน และ/หรือเปลี่ยนบทบาทซึ่งกันและกัน ทัศนคติของบุคคลจะเปลี่ยนไปมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับสิ่งเร้าที่ทำให้เกิดการเลียนแบบนั้น กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ การเลียนแบบเป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ซึ่งผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจะเลียนแบบมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความดึงดูดใจของสิ่งเร้าที่มีต่อบุคคลนั้น การเลียนแบบจึงขึ้นอยู่กับพลังของแหล่งข่าว

เมื่อบุคคลยอมรับหรือเปลี่ยนแปลงสิ่งต่าง ๆ โดยใช้กระบวนการเลียนแบบแล้ว บุคคลนั้นมีแนวโน้มจะกระทำสิ่งดังกล่าว เมื่ออยู่ในสถานการณ์ที่จะดำรงไว้ซึ่งสัมพันธภาพบางอย่างในสังคม นั่นหมายความว่า ทัศนคติที่เปลี่ยนแปลงไปส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับความต้องการที่จะคงไว้ซึ่งสัมพันธภาพกับบุคคลอื่นในสังคม

3. ความต้องการที่อยากจะเปลี่ยน (internalization) เกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับสิ่งที่มีอิทธิพลเหนือกว่าเนื่องจากสิ่งนั้นตรงกับความต้องการภายใน และค่านิยมของเขา พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปโดยกระบวนการนี้จะสอดคล้องกับค่านิยมที่เขามีอยู่เดิม ความพอใจจะขึ้นอยู่กับเนื้อหารายละเอียดของพฤติกรรมนั้น

พฤติกรรมหรือแนวปฏิบัติ (behavior / practice)

พฤติกรรม หมายถึง การกระทำหรือการแสดงออกของบุคคลซึ่งผู้อื่นสามารถสังเกตเห็นได้ โดยปกติคนส่วนใหญ่มักจะแสดงออกตามทัศนคติของตน ทัศนคติจึงเป็นเสมือนหางเสือของพฤติกรรม คือเป็นเครื่องควบคุมการกระทำของบุคคล

โดยทั่วไปการโน้มน้าวให้บุคคลเปลี่ยนพฤติกรรมในทุกระดับของการสื่อสารสังคมผ่านสื่อต่างๆ อาจทำได้โดยอาศัยวิธีการดังนี้

1. การปลุกเร้าอารมณ์ เพื่อให้เกิดความตื่นเต้นเร้าใจในการติดตาม โดยใช้เสียงหรือภาพ หรือทั้งภาพทั้งเสียง

2. การเห็นอกเห็นใจ โดยการแสดงความอ่อนโยน เสียสละ และความกรุณาปราณี ยอมแพ้ ฯลฯ สิ่งเหล่านี้อาจโน้มน้าวใจให้ผู้คนยอมรับได้

3. การสร้างแบบอย่างขึ้นในใจ เป็นการสร้างมาตรฐานอย่างหนึ่งขึ้น เพื่อให้มาตรฐานนั้นปลูกศรัทธา และเป็นตัวอย่างแก่ผู้รับสารที่จะต้องปฏิบัติตาม

4. การให้รางวัล เช่น การลด แลก แจก แถมในการโฆษณา เพื่อเป็นการจูงใจให้เลือกซื้อสินค้ายี่ห้อนั้น ๆ หรือใช้ในการรณรงค์เพื่อให้ประชาชนร่วมมือ หรือเข้าร่วมในกิจกรรมตามที่ต้องการ

ผลของการโน้มน้าวใจด้วยวิธีการข้างต้น ก่อให้เกิดพฤติกรรมพื้นฐาน คือ กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมใหม่ ๆ หรือให้มีพฤติกรรมที่ต่อเนื่อง และหยุดยั้งพฤติกรรมเก่า ๆ

ช่องว่างระหว่างความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม (KAP)

ในการสื่อสารเพื่อการพัฒนานี้ดูเหมือนเป็นหลักการง่าย ๆ เมื่อมีการวางแผนการสื่อสารเป็นอย่างดีแล้ว ผู้รับสารก็จะเกิดความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง เกิดทัศนคติที่เห็นด้วยคล้อยตาม สนับสนุนและยอมรับอันนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ซึ่งการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้จะเกิดขึ้นในลักษณะต่อเนื่องกันไป แต่ในความเป็นจริงแล้วบางครั้งความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมอาจจะไม่สัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่องเสมอไป คือ เมื่อการสื่อสารก่อให้เกิดความรู้ และทัศนคติในทางบวกต่อสิ่งที่เผยแพร่แล้ว แต่ในขั้นการยอมรับปฏิบัติอาจมีผลในทางตรงข้ามกันก็ได้ ถึงแม้ว่าส่วนใหญ่เมื่อบุคคลมีทัศนคติอย่างไรแล้วจะมีความโน้มเอียงที่จะปฏิบัติตามทัศนคติของตนก็ตาม แต่พฤติกรรมเช่นนี้ก็ไม่เกิดขึ้นเสมอไป กล่าวโดยสรุปก็คือในกรณีทั่วไป เมื่อบุคคลมีความรู้ ทัศนคติเช่นไร ก็จะแสดงพฤติกรรมไปตามความรู้และทัศนคติที่มีอยู่

การปิดช่องว่างของความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม หรือ KAP มีดังนี้

1. ให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการใช้ให้มากขึ้น กล่าวคือ ต้องหาวิธีการให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจวิธีการใช้ หรือการปฏิบัติเกี่ยวกับนวกรรมนั้น ๆ อย่างแท้จริง

2. ให้คำแนะนำในการปฏิบัติ สามารถทำได้โดยให้เจ้าหน้าที่ส่งเสริม หรือนักพัฒนาเข้าไปติดต่อกับผู้ที่ต้องการรับนวกรรมโดยตรง และให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด

3. ให้รางวัลแก่ผู้ที่ยอมรับนวกรรม โดยการให้รางวัลแก่ผู้ที่ยอมรับนวกรรมหรือยอมรับปฏิบัติ เพื่อเป็นการจูงใจแก่สมาชิกในสังคมอื่น ๆ ที่ยังไม่ยอมรับ

4. ใช้กลยุทธ์ในการโน้มน้าวใจ โดยวิธีการใช้สื่อบุคคล ได้แก่ ผู้นำความคิดเห็น เจ้าหน้าที่ส่งเสริม ผู้เชี่ยวชาญ ฯลฯ ไปติดต่อกับสมาชิกหรือกลุ่มเพื่อนฝูงเพื่อโน้มน้าวใจให้เกิดการยอมรับนวกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสาร

นักทฤษฎีและนักวิจัยทางการสื่อสาร ได้อธิบายพฤติกรรมการสื่อสารของบุคคลว่ามีความแตกต่างกันทางสภาพส่วนบุคคล หรือสภาพจิตวิทยา สภาพภายในจิตใจของบุคคลที่แตกต่างกันทำให้กระบวนการเรียนรู้ของมนุษย์แตกต่างกันออกไป ส่งผลต่อทัศนคติหรือการกระทำของแต่ละบุคคลไม่เหมือนกัน โดยมีรากฐานความเชื่อที่ว่าบุคลิกภาพของคนมีผลต่อพฤติกรรมการเลือก และเปิดรับสาร โดยมีกระบวนการเลือกรับข่าวสารที่แตกต่างกันตามกระบวนการเลือกสารของผู้รับสารที่ประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญ 4 ขั้นตอนคือ

1. การเลือกเปิดรับสาร (selective exposure)

เป็นกระบวนการภายในบุคคลที่พิจารณาว่าพร้อมที่จะเปิดรับสารหรือไม่จะเลือกเปิดรับสารประเภทไหน จากสื่ออะไร และเวลาใด ผู้รับสารจะเลือกสนใจ หรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง ผู้รับสารมักจะเลือกรับสารที่สนับสนุนสอดคล้องแนวความคิดเดิมของตนเสมอ (พีระ จิรโสภณ , 2532: 37)

2. การเลือกสารที่สนใจ (selective attention)

เป็นขั้นตอนที่ถัดจากขั้นตอนแรกที่กระบวนการภายในบุคคล (จิตวิทยา) เลือกสารสนเทศที่สอดคล้องกับตน (supportive information) ท่ามกลางความหลากหลายของสารสนเทศที่เข้ามาสู่ผู้รับสารหลังจากการเปิดรับสาร

3. การเลือกรับรู้ (selective perception)

มนุษย์มีแนวโน้มที่จะรับรู้สารสนเทศที่ตนเห็นว่าน่าสนใจ โดยการแปรสภาพสารสนเทศที่สนใจไปเป็นความรู้พื้นฐาน (cognition) หรือผู้รับสารจะเลือกตีความหมายตามความเข้าใจของตนเอง ตามประสบการณ์ตามความต้องการ เป็นต้น

4. การเลือกจดจำ (selective retention)

เป็นความรู้พื้นฐานหรือความรู้เบื้องต้นมิใช่เป็นความรู้ที่ถาวร มนุษย์อาจขจัดความรู้นั้นออกไปได้ หรือยอมรับความรู้พื้นฐานแต่เพียงชิมลาง หากความรู้พื้นฐานนั้นยังคงสอดคล้องไม่ขัดแย้งกับทัศนะของบุคคล ความรู้พื้นฐานนั้นก็จะพัฒนาต่อไปเป็นการยอมรับที่ถาวรพร้อมที่จะจดจำต่อไป

การเลือกจดจำเป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสาร เฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเองและมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่า

กระบวนการเลือกสรรเปรียบเทียบเสมือนเครื่องกรอง (filters) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 3 ชั้น ดังนี้ (พีระ จิรโสภณ, 2532: 37)

ภาพ 1 กระบวนการเลือกและเปิดรับข่าวสาร
ที่มา: พีระ จิรโสภณ (2532:

อย่างไรก็ตามทุกคนมีธรรมชาติที่จะเปิดรับข่าวสารตลอดเวลาเพียงแต่จะเปิดรับสื่อใด อย่างไรนั้นก็ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่อไปนี้จะเป็นตัวกำหนด (ขวัญเรือน กิตติวัฒน์, 2531: 23 - 26)

1. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล มีแนวคิดว่าคนเราแต่ละคนมีความแตกต่างเฉพาะตัวบุคคลอย่างมาก ในด้านโครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งส่งผลกระทบถึงระดับสติปัญญา ความคิด ทัศนคติ ตลอดจนกระบวนการของการรับรู้ การเรียนรู้ การจูงใจ

2. ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม เนื่องจากคนเรามักจะยึดติดกับกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่เป็นกลุ่มอ้างอิง (reference group) ในการตัดสินใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมใด ๆ ก็ตาม นั่นคือมักจะคล้อยตามกลุ่มในแง่ความคิด ทัศนคติ และพฤติกรรม เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม

3. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบสื่อสาร เชื่อว่าลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ทำให้เกิดความคล้ายคลึงของการเปิดรับเนื้อหาของการสื่อสาร รวมถึงการตอบสนองต่อเนื้อหาดังกล่าวไม่แตกต่างกันด้วย

การแสวงหาข่าวสาร การศึกษาเรื่องการแสวงหาข่าวสารนี้ได้เน้นในเรื่องของพฤติกรรมการเปิดรับสารว่ามีปัจจัยอะไรบ้างเป็นตัวกำหนด ทำไมบุคคลจึงเลือกหรือหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารบางอย่าง

Charles Atkin (1973 อ้างใน พีระ จิรโสภณ 2532: 639) ชี้ให้เห็นว่าการแสวงหาข่าวสารหรือความต้องการการสื่อสารมวลชนของปัจเจกบุคคลนั้น คือ ต้องการได้รับข่าวสาร (information) และความบันเทิง (entertainment)

กล่าวโดยสรุป การแสวงหาข่าวสารหรือการเลือกรับข่าวสารนั้น นอกจากเพื่อสนับสนุนทัศนคติหรือความคิดและความเข้าใจที่มีอยู่เดิมแล้ว ยังเป็นการแสวงหาเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ทางอื่น ๆ เช่น เพื่อให้มีความรู้ใช้เป็นแนวทางในการแก้ปัญหาได้

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร

ในกระบวนการติดต่อสื่อสารต้องอาศัยขอบเขตแห่งความรู้ หรือขอบเขตประสบการณ์ของผู้รับสารและผู้ส่งสาร ในการเปิดรับข่าวสารของบุคคลในอันที่จะเข้าใจข่าวสารได้มากน้อยเพียงใด ก็ย่อมขึ้นอยู่กับขอบเขตแห่งประสบการณ์ของผู้รับสารด้วย สำหรับขอบเขตแห่งประสบการณ์นี้ ย่อมขึ้นอยู่กับระบบสังคม และวัฒนธรรมตลอดจนภูมิหลังต่าง ๆ ซึ่งแยกเป็นปัจจัยต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. ทักษะหรือความชำนาญ อันเป็นทักษะในการอ่าน การฟังของผู้รับสาร เช่น การอ่านหนังสือของบุคคลแต่ละวัน หรือระดับการศึกษาต่างกันย่อมมีความสามารถ ความเร็วในการอ่านตลอดจนการเข้าใจในสาระข่าวสารนั้นต่างกันด้วย

2. ทัศนคติของผู้รับสาร ซึ่งจะมีต่อข่าวสาร เรื่องราวที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผู้ส่งสาร ตัวอย่างเช่น ผู้รับสารมีทัศนคติไม่ดีต่อหน่วยงานที่เป็นผู้ส่งสาร ผู้รับก็ย่อมมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อข่าวสาร และปฏิเสธการรับข่าวสาร

3. ระดับความรู้ของผู้รับสาร การที่จะทำความเข้าใจข่าวสาร เรื่องราวที่จะรับ หรือทำความเข้าใจต่อสิ่งที่ได้พบเห็น คนที่มีความรู้มาก ย่อมเข้าใจวารสารเรื่องราวต่าง ๆ ได้เร็วกว่าผู้มีความรู้น้อย

4. ระบบสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งจะมีผลต่อการแปลหรือการตีความหมายของผู้รับสาร ที่คนเรามาจากสังคมต่างกัน หรือภูมิหลังวัฒนธรรมที่แตกต่างกันไปย่อมตีความเรื่องราวข่าวสารที่ได้รับมาแตกต่างกันไปด้วย ตามระบบสังคม และวัฒนธรรมที่เขาเป็นอยู่

5. ความต้องการของผู้รับสาร เนื่องจากในสังคมปัจจุบันมีการติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็นตลอดจนประสบการณ์ต่าง ๆ แก่กัน ข่าวสารนั้นมีมากมายหลายประเภท ผู้รับสารแต่ละบุคคลหรือกลุ่มจะเลือกรับเฉพาะข่าวสารที่มีสาระตรงกันกับความสนใจ

ความต้องการ หรือวัตถุประสงค์ที่เป็นเป้าหมายของแต่ละคน และสนใจจดจำในส่วนนั้น ๆ มากเป็นพิเศษ

กล่าวโดยสรุปคือ บุคคลจะมีการเลือกเปิดรับข่าวสาร เพื่อตอบสนองความต้องการและสอดคล้องกับความมีทัศนคติดั้งเดิมของแต่ละบุคคล ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามขอบเขตแห่งประสบการณ์

นักทฤษฎี และนักวิจัยทางการสื่อสารได้อธิบาย กระบวนการเลือกรับวารสารว่าประกอบด้วย พฤติกรรม 3 แบบ คือ

1. การเลือกรับหรือเลือกสนใจ (selective exposure or selective attention) กล่าวคือ ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักจะเลือกรับตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงในสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจ หรือทัศนคติที่มีอยู่เดิมแล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า cognitive dissonance ฉะนั้นการลดหรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ก็ต้องแสวงหาข่าวสาร หรือเลือกสรรเฉพาะข่าวที่สอดคล้องกับความคิดของตน

2. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (selection perception and interpretation) หลังจากการเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว ผู้รับสารจะเลือกรับรู้และตีความข่าวสารที่ได้รับแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ทัศนคติ ความต้องการ ความหวัง แรงจูงใจ สภาวะร่างกาย หรือสภาวะอารมณ์ในขณะนั้น ฉะนั้น ในบางครั้งผู้รับสารอาจจะบิดเบือนข่าวสาร เพื่อให้สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตนเองด้วย

3. การเลือกจดจำ (selective retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติของตนเองและมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ หรือเรื่องที่ขัดแย้ง เรื่องที่ค้านกับความคิดเห็นของตนได้ง่าย ดังนั้น การเลือกจดจำเนื้อหาของข่าวสารที่ได้รับจึงเท่ากับเป็นการช่วยเสริมให้ทัศนคติ หรือความเชื่อเดิมของผู้รับสารมั่นคงยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงได้ยากขึ้น

ดังนั้น การที่คนเราเลือกรับสาร เลือกรับรู้ และตีความ และเลือกจดจำ จึงเพื่อประโยชน์และความพอใจของตนเท่านั้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ขุพดี ชัยภักดิ์ (2524: บทคัดย่อ) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง "บทบาทของสื่อที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับฝ้ายพันธุ์ใหม่ของสมาชิกนิคมสร้างตนเองลำตะคอง จังหวัดนครราชสีมา" พบว่าระหว่างสื่อบุคคล สื่อการประชุมอบรม การทำไร่สาธิตและสื่อมวลชนนั้น สื่อบุคคลมีบทบาทในการยอมรับนวกรรมการเกษตรของสมาชิกนิคมสร้างตนเองลำตะคองมากที่สุด โดยสื่อการประชุมอบรม สื่อมวลชน สื่อการทำไร่สาธิต มีบทบาทต่อการยอมรับนวกรรมการเกษตรของสมาชิกนิคมสร้างตนเองลำตะคอง รองลงมาตามลำดับ ทั้งผู้รับนวกรรมเร็วและผู้รับนวกรรมช้าจะมีความถี่ในการเปิดรับสื่อมวลชนมากกว่าสื่อบุคคล สื่อมวลชนที่เปิดรับได้ทั่วประเทศมีบทบาทในการยอมรับนวกรรมการเกษตรของสมาชิกนิคมสร้างตนเองลำตะคองมากกว่าสื่อมวลชนที่เปิดรับในท้องถิ่น

เบญจมาศ ปริวัฒนศักดิ์ (2525: 3) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง "ประสิทธิภาพการใช้การส่งเสริมแบบต่าง ๆ ของเกษตรตำบลในจังหวัดพระนครราชสีมา" พบว่าเกษตรตำบลส่วนมากใช้วิธีการไปเยี่ยมเยียนเกษตรกรที่บ้านและที่ไร่นาเป็นหลัก โดยใช้ร่วมกับวิธีอื่น ๆ เช่น การจัดทำแปลงสาธิต การจัดประชุม เพื่อบรรยายและอภิปรายปัญหา การฝึกทักษะ การจัดศึกษาดูงานและการแจกเอกสารเผยแพร่

ธิดาดาว ภักดี (2525: บทคัดย่อ) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง "บทบาทของสื่อที่มีต่อการยอมรับการเลี้ยงกุ้งก้ามกรามของเกษตรกรจังหวัดกาฬสินธุ์" พบว่าสื่อบุคคลมีบทบาทมากที่สุดในการให้ความรู้ ชักจูงใจ ตัดสินใจและยืนยันการตัดสินใจของสมาชิกในการเลี้ยงกุ้งก้ามกราม คุณสมบัติของผู้รับนวกรรมมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาการยอมรับเร็ว และช้า คือ ผู้ที่รับเร็วจะมีคุณสมบัติทางด้านการศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจ การเป็นผู้นำสูงกว่าผู้รับช้า ผู้รับเร็วมีความถี่ในการเปิดรับสื่อมวลชนมากกว่าสื่อบุคคล ส่วนผู้รับช้ามีความถี่ในการเปิดรับสื่อบุคคลมากกว่าสื่อมวลชน

เอมอร หุ่นตรีกุล (2526: 3) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง "การใช้สื่อของเจ้าหน้าที่ภาคธุรกิจเอกชนเพื่อการพัฒนาการเกษตรและชนบทของประเทศไทย" สื่อที่นำมาใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์มากที่สุด คือ โปสเตอร์ สื่อที่นำมาใช้ทางวิชาการมากที่สุด คือ กราฟ และสื่อที่นำมาใช้ทั้งการประชาสัมพันธ์และให้ความรู้ทางวิชาการพร้อมกันมากที่สุด คือ เอกสารคำแนะนำ ส่วนแหล่งที่มาของสื่อที่ใช้ เป็นสื่อที่ผลิตขึ้นมามากที่สุด คือ แปลงสาธิต และสื่อที่มาจากแหล่งอื่นมากที่สุด คือ วิทยุ ส่วนปัญหาในการใช้สื่อ คือ เจ้าหน้าที่มีไม่เพียงพอและขาดเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัย

เนิน นวนคงรอด (2527: บทคัดย่อ) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง "บทบาทของสื่อในโครงการเร่งรัดการป้องกันและกำจัดหนูเน้นหนักในนาข้าวปี 2546 ในจังหวัดปทุมธานี" พบว่าเกษตรกรเปิดรับสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจน้อย ในเรื่องบทบาทของสื่อพบว่าสื่อเฉพาะกิจให้ความรู้ในการป้องกัน และกำจัดหนูในนาข้าวสูงกว่าสื่อบุคคล เกษตรกรที่เปิดรับสื่อมีความรู้ในการป้องกัน และกำจัดหนูในนาข้าวมากกว่าเกษตรกรที่ไม่เปิดรับสื่อ เกษตรกรส่วนใหญ่เห็นว่าสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจป้องกันช่วยเหลือได้ในกรณีนาข้าวได้รับความเสียหายจากหนูนา เกษตรกรจำนวนมากไม่ได้รับสื่อเฉพาะกิจเลย ส่วนที่รับสื่อเฉพาะกิจเห็นว่าสื่อชนิดนี้ยังไม่ได้สัดส่วนจำนวนความต้องการของเกษตรกร เกษตรกรจำนวนมากต้องการเจ้าหน้าที่ที่รู้กลวิธีและมีความรู้ หวังให้เจ้าหน้าที่เหล่านั้นได้ทำการสาธิต ทดลองการใช้ยาปราบศัตรูพืชในการป้องกันและกำจัดหนูในนาข้าว

ทวีศักดิ์ สุวรรณสินธุ์ (2527: 52 - 57) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง "สื่อที่เหมาะสมในการถ่ายทอดความรู้แผนใหม่ทางการเกษตรเพื่อประกอบอาชีพของเกษตรกรอำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา" จากการศึกษาพบว่า สื่อบุคคล การสาธิตประกอบ เป็นสื่อที่ดีที่สุดในการถ่ายทอดเทคโนโลยีทางการเกษตรไปสู่เกษตรกร เกษตรกรเรียนรู้จากสื่อบุคคลคิดเป็นร้อยละ 45.83 ของจริงคิดเป็นร้อยละ 35.83 เอกสารคิดเป็นร้อยละ 12.5 การสาธิตประกอบคิดเป็นร้อยละ 4.17 และทัศนศึกษาดูงานคิดเป็นร้อยละ 1.67 และสื่อที่มีการนำไปใช้มากที่สุดในการถ่ายทอดเทคโนโลยี คือ สื่อบุคคล เอกสารเผยแพร่ และการสาธิตประกอบ ซึ่งสื่อที่ใช้ส่วนใหญ่ได้มาจากการส่งเสริมการเกษตร

นฤชิต แววศรีผ่อง (2531: 2 - 3) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง "ความต้องการสื่อของเกษตรกรเพื่อการพัฒนาการเกษตรและชนบทในเขตปฏิรูปที่ดิน อำเภอสนามชัยเขต จังหวัดฉะเชิงเทรา" พบว่าสื่อมวลชนที่ผู้นำเกษตรกรและเกษตรกรทั่วไปนิยมมากที่สุด คือ วิทยุ ซึ่งส่วนใหญ่รับฟังแทบทุกวัน และสื่อที่ผู้นำเกษตรกรและเกษตรกรทั่วไปนิยมมากที่สุด คือ การประชุม - บรรยายสำหรับสื่อที่ใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของเกษตรกรที่เกษตรกรได้รับความรู้มากที่สุด คือ การฝึกอบรม ส่วนเอกสารคือสื่อที่ใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของเกษตรกรที่เกษตรกรได้รับความรู้น้อยที่สุด สำหรับสื่อที่ใช้เพื่อกิจกรรมเฉพาะอย่างในการส่งเสริมพบว่าสื่อเอกสารหรือสื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อที่ผู้นำเกษตรกรได้รับความรู้มากที่สุดในการประชุม – อบรม –บรรยาย

สายสุนีย์ รัตนรักษ์ติยา (2537: 5) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง "การศึกษาการใช้สื่อในงานส่งเสริมการเกษตรของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรระดับตำบลในจังหวัดขอนแก่น" พบว่าเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรระดับตำบลส่วนใหญ่เลือกใช้สื่อที่สะดวก ปลอดภัย และสามารถ

หาได้ง่ายในท้องถิ่น มีการเตรียมสื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายทุกครั้งในการปฏิบัติงาน สภาพปัญหาในการใช้สื่อที่พบมากคือ สื่อมีจำนวนน้อย เครื่องมืออุปกรณ์มีไม่เพียงพอ ขาดงบประมาณ ขาดการฝึกอบรม เครื่องมืออุปกรณ์ไม่ทันสมัย ขาดการเน้นเนื้อหาเฉพาะพื้นที่ และขาดเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้เพียงพอ สำหรับความคิดเห็นเกี่ยวกับงานสื่อ พบว่าสื่อที่นิยมแพร่หลายที่สุด คือ เอกสารแนะนำ รองลงมาเป็นคู่มือส่งเสริมการเกษตร โดยสื่อที่มีความถี่ในการใช้มากที่สุด คือ โปสเตอร์ รองลงมาคือ แผ่นพับ และวีดีทัศน์

ธนาวัลย์ ตรีนุสนธ์ (2543: 56) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง "ปัญหาและความต้องการทางด้านสื่อของเกษตรกรในจังหวัดกระบี่" พบว่าสื่อที่เกษตรกรมีความต้องการมากที่สุด คือ โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง เจ้าหน้าที่ส่งเสริม ป้ายประกาศ การสาธิตประกอบ ของจริง ทัศนศึกษาและดูงาน สำหรับสื่อที่เกษตรกรต้องการปานกลาง ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ โปสเตอร์ ภาพพลิก หอกระจายข่าว เอกสารเผยแพร่ สไลด์ ภาพยนตร์ วีดิทัศน์ และของจำลอง

ภาคสรุป

จากการตรวจเอกสารแนวความคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จะเห็นได้ว่าสื่อมวลชนมีบทบาทน้อยมากหรือแทบไม่มีเลยต่อการพัฒนาด้านการเกษตร ทั้ง ๆ ที่เกษตรกรในชนบทมีการเปิดรับสื่อมวลชนโดยเฉพาะวิทยุ และโทรทัศน์มากกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ แต่เนื่องจากการเปิดรับสื่อนั้นเป็นการเปิดรับความบันเทิงมากกว่า และนอกเหนือจากปัจจัยด้านผู้รับสารแล้ว ปัจจัยด้านตัวสื่อเองก็เป็นคำอธิบายด้วยส่วนหนึ่ง เพราะในสื่อมวลชนมีปริมาณเนื้อข่าวสารที่เป็นความรู้ด้านการเกษตรอยู่น้อยมาก และจากรายงานการวิจัยต่าง ๆ ที่ผ่านมา ได้มีข้อสรุปที่สอดคล้องกัน คือ สื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีรูปแบบการสื่อสารระหว่างบุคคล ในลักษณะเห็นหน้าค่าตา หรือเผชิญหน้า เป็นการสื่อสารแบบสองทาง (two - way communication) ที่มีบทบาทสำคัญต่อการโน้มน้าว ชักจูงใจ และมีบทบาทต่อการตัดสินใจว่าจะยอมรับการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ ทางการเกษตรหรือไม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมชนบท ที่มีความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวและเพื่อนบ้านอย่างแน่นแฟ้น ดังนั้นสื่อบุคคลจึงเป็นสื่อที่มีบทบาทสำคัญในด้านการโน้มน้าวและชักจูงใจ ซึ่งต่างจากสื่อมวลชนซึ่งมีบทบาทสำคัญอยู่ที่การให้ข่าวสารหรือความรู้

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยแม่โจ้

แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม (KAP)

แนวคิดนี้ เป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับตัวแปร 2 กลุ่ม โดยมีการสื่อสารเป็นตัวแปรต้นหรือตัวแปรอิสระ ส่วนตัวแปรตามคือความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม และในการใช้สื่อเพื่อการพัฒนานั้น ผู้รับสารจะเกิดความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง เกิดทัศนคติที่คล้อยตามสนับสนุนและยอมรับอันนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ซึ่งการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้จะเกิดขึ้นในลักษณะต่อเนื่องกันไป แต่ในความเป็นจริงแล้วบางครั้งความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมอาจจะไม่สัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่องเสมอไป คือเมื่อการสื่อสารก่อให้เกิดความรู้และทัศนคติในทางบวกต่อสิ่งที่เผยแพร่แล้ว แต่ในขั้นการยอมรับปฏิบัติอาจมีผลในทางตรงข้ามกันก็ได้ แม้ว่าส่วนใหญ่เมื่อบุคคลมีทัศนคติอย่างไรแล้วจะมีความโน้มเอียงที่จะปฏิบัติตามทัศนคติของตนก็ตาม แต่พฤติกรรมเช่นนี้ก็ไม่เกิดขึ้นเสมอไป กล่าวโดยสรุปก็คือในกรณีทั่วไป เมื่อบุคคลมีความรู้ ทัศนคติเช่นไร ก็จะแสดงพฤติกรรมไปตามความรู้และทัศนคติที่มีอยู่

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสาร

นักทฤษฎีและนักวิจัยทางการสื่อสารได้อธิบายถึงพฤติกรรมการสื่อสารของบุคคลว่ามีความแตกต่างกันทางสภาพส่วนบุคคลหรือสภาพจิตวิทยา สภาพภายในจิตใจของบุคคลที่แตกต่างกันทำให้กระบวนการเรียนรู้ของมนุษย์แตกต่างกันออกไป ทั้งยังส่งผลต่อทัศนคติหรือการกระทำของแต่ละบุคคลไม่เหมือนกัน โดยมีปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร คือ

1. ทักษะหรือความชำนาญ อันเป็นทักษะในการอ่าน การฟังของผู้รับสาร เช่น การอ่านหนังสือของบุคคลแต่ละวัน หรือระดับการศึกษาต่างกันย่อมมีความสามารถ ความเร็วในการอ่านตลอดจนการเข้าใจในสาระข่าวสารนั้นต่างกันด้วย

2. ทัศนคติของผู้รับสาร ซึ่งจะมีต่อข่าวสาร เรื่องราวที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อผู้ส่งสาร

3. ระดับความรู้ของผู้รับสาร การที่จะทำความเข้าใจข่าวสาร เรื่องราวที่จะรับหรือทำความเข้าใจต่อสิ่งที่ได้พบเห็น คนที่มีความรู้มากย่อมเข้าใจวารสารเรื่องราวต่าง ๆ ได้เร็วกว่าผู้มีความรู้น้อย

4. ระบบสังคมและวัฒนธรรม จะมีผลต่อการแปลหรือการตีความหมายของผู้รับสาร จากที่คนเรามาจากสังคมต่างกัน หรือภูมิหลังวัฒนธรรมที่แตกต่างกันไปย่อมตีความเรื่องราวข่าวสารที่ได้รับมาแตกต่างกันไปด้วย ตามระบบสังคม และวัฒนธรรมที่เขาเป็นอยู่

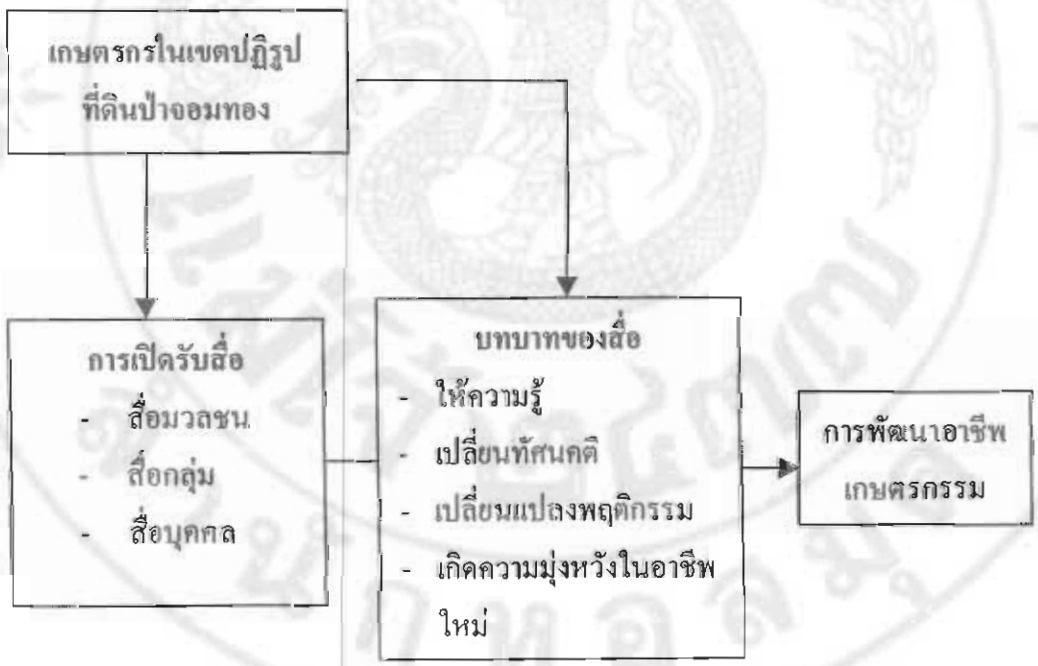
5. ความต้องการของผู้รับสาร เนื่องจากในสังคมปัจจุบัน มีการติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็นตลอดจนประสบการณ์ต่าง ๆ แก่กัน ข่าวสารจึงมีมากมายหลาย

ประเภท ผู้รับสารแต่ละบุคคลหรือกลุ่มจึงเลือกรับเฉพาะข่าวสารที่มีสาระตรงกันกับความสนใจ ความต้องการ หรือวัตถุประสงค์ที่เป็นเป้าหมายของแต่ละคน และสนใจจดจำในส่วนนั้น ๆ มากเป็นพิเศษ

กล่าวโดยสรุปคือ บุคคลจะมีการเลือกเปิดรับข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการ และสอดคล้องกับความมีทัศนคติดั้งเดิมของแต่ละบุคคล ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามขอบเขตแห่งประสบการณ์

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้กล่าวอ้างถึงมาทั้งหมดในงานวิจัยครั้งนี้ จะนำไปประกอบการสร้างเครื่องมือเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลในการทำวิจัยเรื่อง บทบาทของสื่อในการพัฒนาอาชีพเกษตรกรรม : กรณีศึกษาเกษตรกรในเขตปฏิรูปที่ดินป่าจอมทอง อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่

กรอบแนวความคิดในการวิจัย



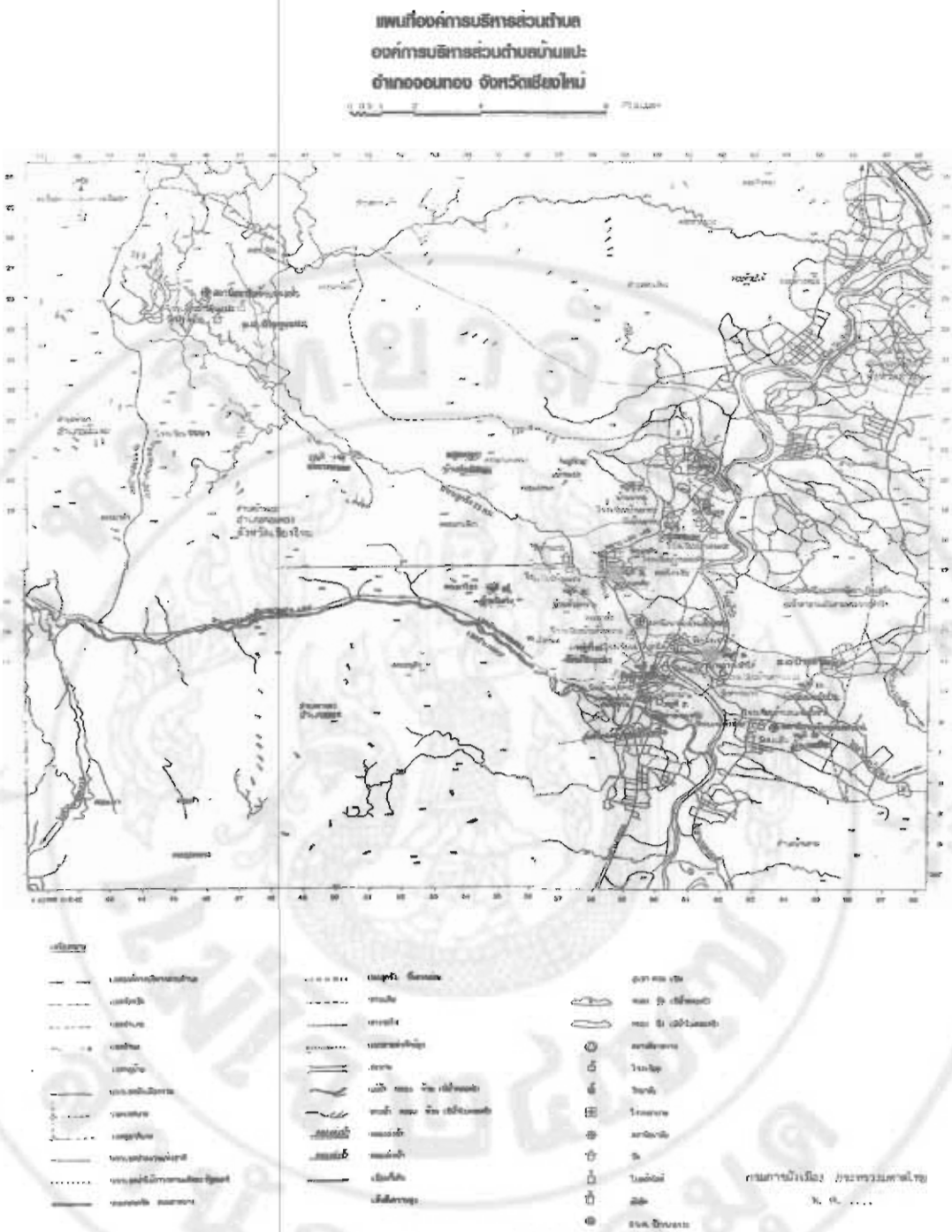
ภาพ 2 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

บทที่ 3
วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่องบทบาทของสื่อในการพัฒนาอาชีพเกษตรกรรม: กรณีศึกษาเกษตรกรในเขตปฏิรูปที่ดินป่าจอมทอง อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) แบบวัดครั้งเดียว (one- shot descriptive study) โดยใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

สถานที่ดำเนินการวิจัย

สถานที่ที่ใช้ดำเนินการวิจัยครั้งนี้ คือ เขตปฏิรูปที่ดินป่าจอมทอง อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ หมู่บ้านป่าไม้ป่าจอมทอง หมู่ 3 ตำบลบ้านแปะ หมู่ 6 ตำบลบ้านแปะ และป่าจอมทอง 2 หมู่ 11 ตำบลข่วงเปา



ภาพ 3 โครงการหมู่บ้านป่าไม้ป่าจอมทอง

ภาพ 4 โครงการป่าจอมทอง 2

ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ เกษตรกรที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมในเขตปฏิรูปที่ดินป่าจอมทอง อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 249 ราย ข้อมูลจากสำนักงานการปฏิรูปที่ดินจังหวัดเชียงใหม่ (ส.ป.ก. เชียงใหม่) เมื่อเดือนธันวาคม พ.ศ. 2544 เพื่อนำมาคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษา ดังต่อไปนี้

ตาราง 1 จำนวนตัวอย่างในการเก็บรวบรวมข้อมูล จำแนกตามหมู่

หมู่	จำนวนประชากร/หมู่ (คน)	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง/หมู่ (คน)
หมู่ 3 ต.บ้านแปะ อ.จอมทอง	15	9
หมู่ 6 ต.บ้านแปะ อ.จอมทอง	25	15
หมู่ 11 ต.ข่วงเปา อ.จอมทอง	209	129
รวม	249	153

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาเท่ากับ 153 คน โดยมีระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งมาจากการคำนวณด้วยสูตรของ Yamane (1970) อ้างใน เพ็ญแข แสงแก้ว (2541: 56) ด้วยสูตร

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

ซึ่ง n = จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากรทั้งหมด

e = ค่าความคลาดเคลื่อน ในที่นี้ใช้ร้อยละ 5

เมื่อจำแนกขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามหมู่ ในเขตปฏิรูปที่ดินป่าจอมทอง อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีทั้งหมด 3 หมู่ จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามหมู่ ดังตาราง 1 เมื่อแทนค่าตามสูตรจะได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 153 คน จากนั้นจะสุ่มตัวอย่างแยกเป็นหมู่ โดยใช้สูตร Yamane (1970) อ้างใน เพ็ญแข แสงแก้ว (2541: 56) ด้วยสูตร

$$n_i = \frac{nN_i}{N}$$

ซึ่ง n = จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากรทั้งหมด

n_i = จำนวนตัวอย่างที่จะสุ่มตัวอย่างในแต่ละหมู่

N_i = จำนวนประชากรในกลุ่มตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้ ใช้แบบสอบถามซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจากการศึกษาค้นคว้าจากตำราและเอกสารงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องพร้อมทั้งคำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัย แบบสอบถามมีลักษณะเป็นทั้งปลายปิดและปลายเปิด (close- ended and open- ended questionnaires) โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของเกษตรกร ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะการเปิดรับสื่อของเกษตรกร ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิดและปลายเปิด

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับบทบาทในการให้ความรู้ของสื่อในการพัฒนาอาชีพ ลักษณะคำถามแบบปลายเปิดและปลายปิด ให้กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบ โดยแบ่งช่วงห่างออกเป็น 2 ระดับ คือ ไม่มีบทบาทและมีบทบาท

การทดสอบเครื่องมือ

เพื่อให้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นใช้ในงานวิจัยครั้งนี้สามารถวัดสิ่งที่ต้องการวัด ผู้วิจัยทดสอบคุณภาพของแบบสอบถามในด้านความเที่ยงตรง (validity) เพื่อให้สามารถวัดได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสร้างแบบสอบถามตามแนวทางการตรวจเอกสาร และนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (content validity) ดังนี้

1. สร้างแบบสอบถาม จากการศึกษาค้นคว้าตามแนวทางการตรวจเอกสาร แล้วนำไปปรึกษาเพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของคำถาม และการครอบคลุมในทุกประเด็นของวัตถุประสงค์

2. นำแบบสอบถามไปทดสอบ (pre-test) กับประชาชนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน เพื่อพิจารณาเรื่องความสามารถในการสื่อความหมายที่ชัดเจน

3. นำแบบสอบถามกลับมาตรวจแก้ไข และปรึกษากรรมการที่ปรึกษาอีกครั้งหนึ่ง ก่อนนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง

การรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลโดยมีผู้ช่วยวิจัย จำนวน 3 คน เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 153 คน ซึ่งผู้ช่วยผู้วิจัยทั้ง 3 คน ผ่านการอบรมวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลและทำความเข้าใจแบบสอบถามก่อนจึงทำการเก็บรวบรวมข้อมูล แล้วนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ ข้อมูลต่อไป

วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลมาถอดรหัสหมวดหมู่ แล้ววิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for the Social Sciences : SPSS) ในการประมวลผลเพื่อคำนวณหาค่าสถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistic)

การวิเคราะห์ข้อมูลจะดำเนินตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาถึงสถานภาพทั่วไปของเกษตรกร วิเคราะห์ด้วยการแจกแจงความถี่และแสดงตารางการแจกแจงแบบร้อยละ (percentage)

2. จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การรับสื่อของเกษตรกร วิเคราะห์ด้วยการแจกแจงความถี่และแสดงตารางการแจกแจงแบบร้อยละ (percentage) และลักษณะของข้อมูลข่าวสารที่เกษตรกรได้รับจากสื่อวิเคราะห์ด้วยการแจกแจงความถี่และแสดงตารางการแจกแจงแบบร้อยละ (percentage)

3. จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาบทบาทการให้ความรู้ของสื่อในการพัฒนาอาชีพ โดยวิเคราะห์ด้วยการใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistic) วิเคราะห์ข้อมูลโดยแสดงตารางการแจกแจงแบบร้อยละ (percentage)

บทที่ 4
ผลการวิจัยและวิจารณ์

การวิจัยเรื่อง บทบาทของสื่อกับการพัฒนาอาชีพเกษตรกรรม : กรณีศึกษาเกษตรกรในเขตปฏิรูปที่ดินป่าจอมทอง อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานภาพทั่วไปของเกษตรกร บทบาทการให้ความรู้ของสื่อในการพัฒนาอาชีพเกษตรกรรมทางด้านการให้ความรู้ การเกิดทัศนคติและการเปลี่ยนทัศนคติ และการเปลี่ยนพฤติกรรมหรือแนวปฏิบัติ ผลการวิจัยเสนอเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไปของเกษตรกร

ตอนที่ 2 การเปิดรับสื่อของเกษตรกร

ตอนที่ 3 บทบาทของสื่อในการพัฒนาอาชีพเกษตรกรรม

ตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไปของเกษตรกร

สถานภาพทั่วไปของเกษตรกรประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา จำนวนสมาชิกในครอบครัว รายได้ของครอบครัวต่อเดือนและลักษณะการประกอบอาชีพเกษตรกรรม ดังนี้

1.1 เพศ

จากการวิจัยพบว่าเกษตรกรเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 63.30 และเป็นหญิง คิดเป็นร้อยละ 39.70 แสดงตามตาราง 2

1.2 อายุ

เกษตรกรมีอายุในช่วง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาอายุ 51-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.80 อายุต่ำกว่า 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.30 และอายุ 61 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 15.80 และเกษตรกรที่มีอายุน้อยที่สุด คือ 30 ปี มากที่สุด คือ 67 ปี มีอายุเฉลี่ย ประมาณ 49 ปี แสดงตาม ตาราง 2

1.3 สถานภาพ

เกษตรกรเกือบทั้งหมดมีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 90.00 นอกนั้นร้อยละ 5.00 มีสถานภาพโสด สถานภาพหย่าร้างและหม้าย คิดเป็นร้อยละ 2.50 เท่ากัน แสดงตามตาราง 2

1.4 การศึกษา

เกษตรกรร้อยละ 60.80 มีการศึกษาในระดับประถมศึกษา รองลงมาไม่ได้เรียนหนังสือ คิดเป็นร้อยละ 22.50 มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น และระดับปริญญาตรีเป็นสัดส่วนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 4.20 ระดับต่ำกว่าประถมศึกษาและระดับ ปวส. เป็นสัดส่วนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 3.30 นอกนั้นเป็นระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. คิดเป็นร้อยละ 1.70 แสดงตามตาราง 2

1.5 จำนวนสมาชิกในครอบครัว

เกษตรกรมีสมาชิกในครอบครัว เฉลี่ยจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมามีสมาชิกจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 21.70 มีสมาชิกจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 18.30 และ 7 คน เป็นสัดส่วนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และมีจำนวนสมาชิกโดยเฉลี่ย ประมาณ 4 คน แสดงตามตาราง 2

1.6 รายได้

เกษตรกรมีรายได้ของครอบครัวต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.20 รองลงมามีรายได้ 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.00 รายได้ 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.30 ต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.20 รายได้ 20,001-30,000 บาท เป็น สัดส่วนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 6.70 และรายได้ 25,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.50 5.00 และมีรายได้ต่อเดือนน้อยที่สุด 2,000 บาท มากที่สุด 25,000 บาท รายได้ต่อเดือนโดยเฉลี่ยประมาณ 12,695 บาท แสดงตามตาราง 2

1.7 ลักษณะการประกอบอาชีพเกษตรกรรม

เกษตรกรที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมในลักษณะเกษตรกรรมเชิงเดี่ยว คิดเป็นร้อยละ 68.30 นอกนั้น เป็นเกษตรกรรมแบบผสมผสาน คิดเป็นร้อยละ 31.70 แสดงตามตาราง 2

ตาราง 2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะประชากร (n = 120 คน)

ลักษณะประชากร	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	76	63.30
หญิง	44	36.70
อายุ		
41-50 ปี	48	40.00
51-60 ปี	31	25.80
ต่ำกว่า 40 ปี	22	18.30
61 ปี ขึ้นไป	19	15.80
หมายเหตุ		
อายุเฉลี่ย = 49 ปี	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 8.97	
อายุต่ำสุด = 30 ปี	อายุสูงสุด = 67 ปี	
สถานภาพ		
สมรส	108	90.00
โสด	6	5.00
หย่าร้าง	3	2.50
หม้าย	3	2.50
การศึกษา		
ประถมศึกษา	73	60.80
ไม่ได้เรียนหนังสือ	27	22.50
มัธยมศึกษาตอนต้น	5	4.20
ปริญญาตรี	5	4.20
ต่ำกว่าประถมศึกษา	4	3.30
ระดับ ปวส.	4	3.30
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวช.	2	1.70

ตาราง 2 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนสมาชิกในครอบครัว		
4 คน	48	40.00
5 คน	26	21.70
3 คน	22	18.30
6 คน	12	10.00
2 คน	6	5.00
7 คน	6	5.00
หมายเหตุ		
จำนวนเฉลี่ย = 4 คน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 1.18 คน	
จำนวนต่ำสุด = 2 คน	จำนวนสูงสุด = 7 คน	
รายได้ของครอบครัวต่อเดือน		
10,001 – 15,000 บาท	35	29.20
5,001 – 10,000 บาท	24	20.00
15,001 – 20,000 บาท	22	18.30
ต่ำกว่า 5,000 บาท	17	14.20
20,001 – 25,000 บาท	8	6.70
มากกว่า 30,000 บาท	8	6.70
25,001 – 30,000 บาท	6	5.50
หมายเหตุ		
รายได้เฉลี่ย = 12,695 บาท	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 5,760.64 บาท	
รายได้ต่ำสุด = 2,000 บาท	รายได้สูงสุด = 25,000 บาท	
ลักษณะการประกอบอาชีพเกษตรกรรม		
เกษตรกรรมเชิงเดี่ยว	82	68.30
เกษตรกรรมแบบผสมผสาน	38	31.70

สรุป

จากผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรผู้ให้ข้อมูลเป็นเพศชาย มากกว่าเพศหญิง อายุเฉลี่ยประมาณ 49 ปี มีสถานภาพการสมรส จำนวน 108 คน เกษตรกรส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับประถมศึกษา และมีจำนวนสมาชิกในครอบครัวโดยเฉลี่ยประมาณ 4 คน รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยเท่ากับ 12,695 บาทต่อเดือน โดยเกษตรกรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเชิงเดี่ยว

วิจารณ์

จากการศึกษาพบว่าเกษตรกรผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะลักษณะอาชีพเหมาะสมกับเพศชายมากกว่าเพศหญิง ซึ่งลักษณะการทำงานของเพศหญิงในเขตปฏิรูปที่ดินป่าจอมทองนี้ มีลักษณะการรวมกลุ่มของกลุ่มแม่บ้านทำการตัดเย็บเสื้อผ้าจักรสาน และการแปรรูปอาหารเป็นส่วนใหญ่ เป็นการสร้างเสริมรายได้นอกการเกษตร โดยเกษตรกรมีอายุเฉลี่ยประมาณ 49 ปี ด้านการศึกษานั้นจากการศึกษาพบว่าเกษตรกรมีการศึกษาในระดับประถมศึกษาและไม่ได้เรียนหนังสือ ซึ่งสอดคล้องกับ ธนิกานต์ เหรียญทอง (2547: 51) พบว่าเกษตรกรเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง โดยอายุเฉลี่เท่ากับ 47 ปี จบการศึกษาในระดับประถมศึกษา เกษตรกรมีจำนวนสมาชิกในครอบครัวเฉลี่ย 4.08 คน ซึ่งจะเห็นได้ว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ของเกษตรกรไทยยังคงไม่เปลี่ยนแปลง

เกษตรกรในเขตปฏิรูปที่ดินป่าจอมทองส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเชิงเดี่ยว ซึ่งหมายถึงการปลูกพืชเพียงชนิดเดียว และพืชที่เกษตรกรปลูกมากที่สุด คือ ลำไย เนื่องจากดินในบริเวณดังกล่าวมีความเหมาะสมในการปลูกลำไย

ตอนที่ 2 การเปิดรับสื่อของเกษตรกร

เกษตรกรจำนวน 120 คน มีการเปิดรับสื่อมวลชนประเภทวิทยุและโทรทัศน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 96.70 เท่ากัน รองลงมาเปิดรับสื่อกลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 95.00 สื่อบุคคล คิดเป็นร้อยละ 90.80 และสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 57.50 แสดงตามตาราง 3 ดังนี้

ตาราง 3 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับสื่อ (n = 120 คน)

การเปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
สื่อมวลชน		
หนังสือพิมพ์	69	57.50
วิทยุ	116	96.70
โทรทัศน์	116	96.70
สื่อกลุ่ม	114	95.00
สื่อบุคคล	109	90.80

การเปิดรับสื่อของเกษตรกร ประกอบด้วย การเปิดรับสื่อมวลชน สื่อกลุ่ม และสื่อบุคคล แสดงตามลำดับดังนี้

การเปิดรับสื่อประเภทสื่อมวลชน

หนังสือพิมพ์

เกษตรกรที่เปิดรับสื่อจากหนังสือพิมพ์ จำนวน 69 คน นิยมอ่านหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 82.40 รองลงมานิยมอ่านหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ คิดเป็นร้อยละ 75.40 เชียงใหม่นิวส์ คิดเป็นร้อยละ 60.90 ไทยนิวส์ คิดเป็นร้อยละ 10.10 และมติชน คิดเป็นร้อยละ 2.90 โดยหัวข้อข่าวที่สนใจอ่านมากที่สุด คือ ข่าวเกษตรกรรม คิดเป็นร้อยละ 91.30 รองลงมาเป็นข่าวการเมือง คิดเป็นร้อยละ 73.90 ข่าวสารเศรษฐกิจ คิดเป็นร้อยละ 65.20 ข่าวกีฬา คิดเป็นร้อยละ 23.20 และหัวข้ออื่น ๆ ได้แก่ ตรวจสลากกินแบ่งรัฐบาล ละคร และข่าวอาชญากรรม คิดเป็นร้อยละ 8.70 วัตถุประสงค์ในการอ่านหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่เพื่อรับรู้ข่าวสาร คิดเป็นร้อยละ 97.00 นอกนั้นอ่านเพื่อความบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 68.70 และเพื่อหาความรู้เพิ่มเติม คิดเป็นร้อยละ 52.00 เวลาที่ใช้ในการอ่านโดยเฉลี่ยต่อวันใช้เวลาน้อยกว่า 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 77.6 นอกนั้นใช้เวลาอ่าน 1-2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 22.40 ช่วงเวลาที่อ่าน ส่วนใหญ่อ่านในช่วงเวลา 9.00-132.00 น. คิดเป็นร้อยละ 43.50 รองลงมาอ่านในช่วงเวลา 17.00-21.00 น. คิดเป็นร้อยละ 23.20 อ่านก่อนเวลา 9.00 น. คิดเป็นร้อยละ 22.40 และอ่านในช่วงเวลา 13.00-17.00 น. คิดเป็นร้อยละ 5.80 สถานที่อ่านหนังสือพิมพ์ ส่วนใหญ่อ่านในสถานที่ราชการ คิดเป็นร้อยละ 55.00

รองลงมาอ่านที่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 40.60 ศาลาประจำหมู่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 39.10 ร้านค้าหรือร้านอาหาร คิดเป็นร้อยละ 24.60 และอ่านที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 2.90 โดยมีความถี่ในการอ่านนาน ๆ ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 46.40 อ่านบางวัน คิดเป็นร้อยละ 40.60 อ่านทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 8.70 และอ่านบางวัน คิดเป็นร้อยละ 4.30 ตามลำดับ แสดงตามตาราง 4 ดังนี้

ตาราง 4 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับหนังสือพิมพ์ จำแนกตามรายละเอียดการเปิดรับสื่อ (n = 69 คน)

รายละเอียดการเปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
หนังสือพิมพ์ที่อ่าน		
ไทยรัฐ	57	82.60
เดลินิวส์	52	75.40
เชียงใหม่นิวส์	42	60.90
มติชน	2	2.90
ไทยนิวส์	7	10.10
หัวข้อข่าวที่สนใจ		
ข่าวเกษตรกรรม	63	91.30
ข่าวการเมือง	51	73.90
ข่าวเศรษฐกิจ	45	65.20
ข่าวกีฬา	16	23.20
อื่น ๆ ได้แก่ ตรวจสลาก ละคร		
ข่าวอาชญากรรม	6	8.70
วัตถุประสงค์การอ่าน		
เพื่อรับรู้ข่าวสาร	65	97.00
เพื่อความบันเทิง	46	68.70
เพื่อหาความรู้เพิ่มเติม	35	52.00

ตาราง 4 (ต่อ)

รายละเอียดการเปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
เวลาการอ่านโดยเฉลี่ยต่อวัน		
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	52	77.60
1-2 ชั่วโมง	17	22.40
ช่วงเวลาที่อ่าน		
ก่อน 9.00 น.	28	40.60
9.00-13.00 น.	38	55.00
13.00-17.00 น.	17	24.60
17.00-21.00 น.	27	39.10
หลังเวลา 21.00 น.	2	2.90
สถานที่อ่าน		
สถานที่ราชการ	38	55.00
บ้าน	28	40.60
ศาลาประจำหมู่บ้าน	27	39.10
ร้านค้า/ ร้านอาหาร	17	24.60
ที่ทำงาน	2	2.90
ความถี่ในการอ่าน		
นาน ๆ ครั้ง	32	46.40
บางวัน	28	40.60
เกือบทุกวัน	3	4.30
ทุกวัน	6	8.70

วิทยุ

เกษตรกรที่ฟังวิทยุ จำนวน 116 คน ส่วนใหญ่ฟังวิทยุจากหลายสถานี คิดเป็นร้อยละ 77.50 สถานีจังหวัดลำพูน คิดเป็นร้อยละ 43.10 สถานีแม่โจ้ คิดเป็นร้อยละ 25.90 และสถานีมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 21.60 โดยรายการที่รับฟังมากที่สุด คือ รายการข่าว คิดเป็นร้อยละ 90.50 รองลงมา คือรายการเพลง คิดเป็นร้อยละ 81.00 รายการเพื่อการเกษตร 76.70 ละครวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 15.50 และรายการอื่น ๆ ได้แก่ ตรวจสลากและฟังทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 3.40 วัตถุประสงค์ในการฟังวิทยุ ส่วนใหญ่เพื่อรับรู้ข่าวสาร คิดเป็นร้อยละ 94.00 นอกนั้นอ่านเพื่อความบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 84.50 เพื่อหาความรู้เพิ่มเติม คิดเป็นร้อยละ 37.10 และเพื่อฆ่าเวลา คิดเป็น ร้อยละ 16.40 เวลาที่ใช้ในการฟังโดยเฉลี่ยต่อวันใช้เวลา 1-2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 39.70 นอกนั้นใช้เวลา 2-3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 22.40 ใช้เวลามากกว่า 3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 20.70 และน้อยกว่า 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 17.20 ช่วงเวลาที่ฟัง ส่วนใหญ่ฟังในช่วงเวลา 13.00-17.00 น. คิดเป็นร้อยละ 65.50 รองลงมาฟังในช่วงเวลา 9.00-13.00 น. คิดเป็นร้อยละ 50.00 ฟังช่วงเวลา 17.00-21.00 น. คิดเป็นร้อยละ 10.30 สถานที่ฟังวิทยุส่วนใหญ่ฟังที่แปลงเกษตร ทุ่งนาหรือสวน คิดเป็นร้อยละ 67.20 รองลงมาฟังที่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 38.80 ศาลาประจำหมู่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 19.80 ฟังที่ร้านค้าหรือร้านอาหาร คิดเป็นร้อยละ 12.90 และฟังในรถ คิดเป็นร้อยละ 1.70 โดยมีความถี่ในการฟังเกือบทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 43.10 ฟังบางวัน คิดเป็นร้อยละ 34.50 ฟังทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 14.70 และฟังนาน ๆ ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 7.80 ตามลำดับ แสดงตามตาราง 5 ดังนี้

ตาราง 5 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อวิทยุ จำแนกตามรายละเอียดการเปิดรับสื่อ (n = 116 คน)

รายละเอียดการเปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
สถานีวิทยุที่รับฟัง		
หลายสถานี	90	77.50
สถานีจังหวัดลำพูน	50	43.10
สถานีแม่โจ้	30	25.90
สถานีมหาวิทยาลัยเชียงใหม่	25	21.60

ตาราง 5 (ต่อ)

รายละเอียดการเปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
รายการที่รับฟัง		
รายการข่าว	105	90.50
รายการเพลง	94	81.00
รายการเพื่อการเกษตร	89	76.70
ละครวิทยุ	18	15.50
อื่น ๆ ได้แก่ ตรวจสลาก และฟังทั่วไป	4	3.40
วัตถุประสงค์การฟัง		
เพื่อรับรู้ข่าวสาร	109	94.00
เพื่อความบันเทิง	98	84.50
เพื่อหาความรู้เพิ่มเติม	43	37.10
เพื่อฆ่าเวลา	19	16.40
เวลาการฟังโดยเฉลี่ยต่อวัน		
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	20	17.20
1-2 ชั่วโมง	46	39.70
2-3 ชั่วโมง	26	22.40
มากกว่า 3 ชั่วโมง	24	20.70
ช่วงเวลาที่ฟัง		
13.00-17.00 น.	76	65.50
9.00-13.00 น.	58	50.00
17.00-21.00 น.	12	10.30
ก่อน 9.00 น.	8	6.90
หลังเวลา 21.00 น.	-	-

ตาราง 5 (ต่อ)

รายละเอียดการเปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
สถานที่รับฟังสื่อวิทยุ		
แปลงเกษตร ทุ่งนาหรือสวน	78	67.20
บ้าน	45	38.80
ศาลาประจำหมู่บ้าน	23	19.80
ร้านค้า/ ร้านอาหาร	15	12.90
ในรถ	2	1.70
ความถี่ในการรับฟังสื่อวิทยุ		
เกือบทุกวัน	50	43.10
บางวัน	40	34.50
ทุกวัน	17	14.70
นาน ๆ ครั้ง	9	7.80

โทรทัศน์

เกษตรกรที่รับชมโทรทัศน์ จำนวน 116 คน ส่วนใหญ่รับชมโทรทัศน์จากสถานีโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 65.80 รองลงมารับชมจากสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 คิดเป็นร้อยละ 56.00 ช่อง 3 คิดเป็นร้อยละ 54.30 ช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 47.40 ITV คิดเป็นร้อยละ 29.30 และช่อง 5 คิดเป็นร้อยละ 16.40 โดยรายการที่รับชมมากที่สุด คือ ข่าวการเมือง คิดเป็นร้อยละ 75.90 รองลงมา คือ รายการเกษตรกรรม คิดเป็นร้อยละ 67.20 ละคร คิดเป็นร้อยละ 62.90 ข่าวเศรษฐกิจ คิดเป็นร้อยละ 58.60 ข่าวกีฬา คิดเป็นร้อยละ 42.20 รายการทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 8.60 และข่าวอาชญากรรม คิดเป็นร้อยละ 3.40 วัตถุประสงค์ในการรับชมโทรทัศน์ ส่วนใหญ่เพื่อรับรู้ข่าวสาร คิดเป็นร้อยละ 94.80 รองลงมารับชมเพื่อความบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 87.71 เพื่อหาความรู้เพิ่มเติม คิดเป็นร้อยละ 26.70 และเพื่อฆ่าเวลา คิดเป็นร้อยละ 10.30 เวลาที่ใช้ในการรับชมโดยเฉลี่ยต่อวัน ใช้เวลา 1-2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 64.20 นอกนั้นใช้เวลาน้อยกว่า 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 20.00 ใช้เวลา 2-3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 14.10 และใช้เวลาน้อยกว่า 3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 1.70 ช่วงเวลาที่รับชม ส่วนใหญ่รับชมในช่วงเวลา 17.00-21.00 น. คิดเป็นร้อยละ 90.50 ก่อน 9.00 น. และหลังเวลา 21.00 น. คิดเป็นร้อยละ 6.90 เท่ากัน และรับชมในเวลา 9.00-13.00 น. คิดเป็นร้อยละ

3.30 สถานที่รับชมโทรทัศน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่รับชมโทรทัศน์ทั้งหมดรับชมที่บ้าน หรือคิดเป็นร้อยละ 100.00 นอกนั้น รับชมที่ร้านค้าหรือร้านอาหาร คิดเป็นร้อยละ 5.20 และรับชมที่สถานที่ราชการ คิดเป็นร้อยละ 1.70 โดยมีความถี่ในการรับชมเกือบทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 44.00 ชมทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 33.60 ชมบางวัน คิดเป็นร้อยละ 18.10 และนาน ๆ ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 4.30 ตามลำดับ แสดงตามตาราง 6 ดังนี้

ตาราง 6 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อโทรทัศน์ จำแนกตามรายละเอียดการเปิดรับสื่อ (n = 116 คน)

รายละเอียดการเปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
สถานีโทรทัศน์ที่รับชม		
ช่อง 9	79	65.80
ช่อง 11	65	56.00
ช่อง 3	63	54.30
ช่อง 7	55	47.40
ITV	34	29.30
ช่อง 5	19	16.40
รายการที่รับชมสื่อโทรทัศน์		
ข่าวการเมือง	88	75.90
รายการเกษตรกรรม	78	67.20
ละคร	73	62.20
ข่าวเศรษฐกิจ	68	58.60
ข่าวกีฬา	49	42.20
รายการทั่วไป	10	8.60
ข่าวอาชญากรรม	4	3.40

ตาราง 6 (ต่อ)

รายละเอียดการเปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
วัตถุประสงค์การรับชมสื่อโทรทัศน์		
เพื่อรับรู้ข่าวสาร	110	94.80
เพื่อความบันเทิง	101	87.71
เพื่อหาความรู้เพิ่มเติม	31	26.70
เพื่อฆ่าเวลา	12	10.30
เวลาการรับชมสื่อโทรทัศน์โดยเฉลี่ยต่อวัน		
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	24	20.00
1-2 ชั่วโมง	77	64.20
2-3 ชั่วโมง	17	14.10
มากกว่า 3 ชั่วโมง	2	1.70
ช่วงเวลาที่ชมสื่อโทรทัศน์		
ก่อน 9.00 น.	8	6.90
9.00-13.00 น.	4	3.30
13.00-17.00 น.	-	-
17.00-21.00 น.	105	90.50
หลังเวลา 21.00 น.	8	6.90
สถานที่รับชมสื่อโทรทัศน์		
บ้าน	116	100.00
ร้านค้า/ ร้านอาหาร	6	5.20
สถานที่ราชการ	2	1.70
ความถี่ในการรับชมสื่อโทรทัศน์		
นาน ๆ ครั้ง	5	4.30
บางวัน	21	18.10
เกือบทุกวัน	51	44.00
ทุกวัน	39	33.60

สื่อกลุ่ม

เกษตรกรเปิดรับสื่อกลุ่ม จำนวน 114 คน เข้าร่วมสื่อกลุ่มประเภทการประชุมกลุ่มมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.00 รองลงมาเข้าร่วมสื่อกลุ่มประเภทการฝึกอบรม 36.00 การทัศนศึกษาหรือดูงาน 15.80 และนิทรรศการ คิดเป็นร้อยละ 5.30 โดยมีวัตถุประสงค์ที่เข้าพบปะสื่อกลุ่มเพื่อติดตามข่าวสารทางการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 76.30 และเพื่อหาความรู้ทางด้านการเกษตรเพิ่มเติม คิดเป็น ร้อยละ 56.10 ความถี่ในการเข้ามาพบปะสื่อกลุ่ม ส่วนใหญ่เข้าพบปะสื่อกลุ่มหนึ่งครั้งต่อหนึ่งเดือน คิดเป็นร้อยละ 67.50 รองลงมาพบปะสื่อกลุ่ม 2-3 เดือนต่อหนึ่งครั้ง คิดเป็นร้อยละ 20.20 มากกว่า สามครั้งต่อหนึ่งเดือน คิดเป็นร้อยละ 7.00 สองครั้งต่อหนึ่งเดือน คิดเป็นร้อยละ 3.50 และสามครั้งต่อหนึ่งเดือน คิดเป็นร้อยละ 1.80 แสดงตามตาราง 7 ดังนี้

ตาราง 7 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อกลุ่ม จำแนกตามรายละเอียดการเปิดรับสื่อ (n = 114 คน)

รายละเอียดการเปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
สื่อกลุ่มที่เคยเข้าร่วมกิจกรรม		
การประชุมกลุ่ม	73	64.00
การฝึกอบรม	41	36.00
การทัศนศึกษา/ ดูงาน	18	15.80
นิทรรศการ	6	5.30
วัตถุประสงค์ที่เข้าพบสื่อกลุ่ม		
เพื่อติดตามข่าวสารทางด้านการเกษตร	87	76.30
เพื่อหาความรู้ทางด้านการเกษตรเพิ่มเติม	64	56.10
ความถี่ในการเข้าร่วมพบปะสื่อกลุ่ม		
หนึ่งครั้งต่อหนึ่งเดือน	77	67.50
สองครั้งต่อหนึ่งเดือน	4	3.50
สามครั้งต่อหนึ่งเดือน	2	1.80
มากกว่าสามครั้งต่อหนึ่งเดือน	8	7.00
อื่น ๆ ได้แก่ 2-3 เดือนต่อหนึ่งครั้ง	23	20.20

สื่อบุคคล

เกษตรกรที่เปิดรับสื่อบุคคล จำนวน 109 คน ได้พบปะหรือเข้าร่วมกิจกรรมกับสื่อบุคคลประเภทผู้นำกลุ่มมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.80 รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่ปฏิรูปที่ดิน คิดเป็นร้อยละ 46.80 เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 45.90 นอกจากนี้เกษตรกรได้พบปะสื่อบุคคลอื่น ๆ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ป่าไม้ เจ้าหน้าที่พัฒนาที่ดิน และพนักงานขายปุ๋ย คิดเป็นร้อยละ 2.80, 12.50 และ 68.80 ตามลำดับ โดยมีวัตถุประสงค์ในการพบปะสื่อกลุ่มเพื่อหาความรู้ทางด้านการเกษตรเพิ่มเติม คิดเป็นร้อยละ 78.90 เพื่อติดตามข่าวสารทางด้านการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 71.60 และเพื่อฆ่าเวลา คิดเป็นร้อยละ 0.90 ส่วนใหญ่มีความถี่ในการพบปะสื่อบุคคลหนึ่งครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 50.50 รองลงมา คือ พบปะสื่อกลุ่มเพียงปีละ 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 34.90 สองครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 11.00 และพบปะสามครั้งต่อเดือนหรือมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 1.80 เท่ากัน แสดงตามตาราง 8 ดังนี้

ตาราง 8 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อบุคคล จำแนกตามรายละเอียดการเปิดรับสื่อ (n = 109 คน)

รายละเอียดการเปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
สื่อบุคคลที่ได้พบปะหรือร่วมกิจกรรม		
ผู้นำกลุ่ม	75	68.80
เจ้าหน้าที่ปฏิรูปที่ดิน	51	46.80
เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร	50	45.90
สื่อบุคคลอื่น - เจ้าหน้าที่ป่าไม้	3	18.75
- เจ้าหน้าที่พัฒนาที่ดิน	2	12.50
- พนักงานขายปุ๋ย	11	68.80
วัตถุประสงค์ที่เข้าพบปะสื่อบุคคล		
เพื่อหาความรู้เพิ่มเติมทางด้านการเกษตร	86	78.90
เพื่อติดตามข่าวสารทางด้านการเกษตร	78	71.60
เพื่อฆ่าเวลา	1	0.90

ตาราง 8 (ต่อ)

รายละเอียดการเปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
ความถี่ในการเข้าร่วมพบปะสื่อกลุ่ม		
หนึ่งครั้งต่อหนึ่งเดือน	55	50.50
สองครั้งต่อหนึ่งเดือน	12	11.00
สามครั้งต่อหนึ่งเดือน	2	1.80
มากกว่าสามครั้งต่อหนึ่งเดือน	2	1.80
ปีละ 2-3 ครั้ง	38	34.90

สรุป

สื่อมวลชน

เกษตรกรมีการเปิดรับสื่อมวลชนประเภทสื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 96.70 เท่ากัน รองลงมาคือสื่อกลุ่มและสื่อบุคคลตามลำดับ

1. สื่อหนังสือพิมพ์

เกษตรกรที่เปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์มีจำนวน 69 คน นิยมอ่านหนังสือพิมพ์ไทยรัฐมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 82.40 รองลงมานิยมอ่านหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ซึ่งมีหัวข้อข่าวที่น่าสนใจอ่านมากที่สุด คือ ข่าวเกษตรกรรม คิดเป็นร้อยละ 91.30 รองลงมาเป็นข่าวการเมือง คิดเป็นร้อยละ 73.90 โดยมีวัตถุประสงค์ในการอ่านหนังสือพิมพ์เพื่อรับรู้ข่าวสาร อ่านเพื่อความบันเทิง และเพื่อหาความรู้ตามลำดับ เกษตรกรใช้เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์โดยเฉลี่ยน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวันและมีช่วงเวลาที่อ่านหนังสือพิมพ์ คือ 9.00 - 13.00 น. ซึ่งเกษตรกรส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์ในสถานที่ราชการรองลงมาคืออ่านที่บ้าน โดยมีความถี่ในการอ่าน คือ นานๆ ครั้ง

2. สื่อวิทยุ

เกษตรกรที่เปิดรับสื่อวิทยุมีจำนวน 116 คน ส่วนใหญ่รับฟังวิทยุจากหลายสถานี โดยรายการที่รับฟังมากที่สุด คือรายการข่าวคิดเป็นร้อยละ 90.50 รองลงมาคือ คือรายการเพลง คิดเป็นร้อยละ 81.00 และในการเปิดรับสื่อวิทยุนั้นเกษตรกรมีวัตถุประสงค์ในการรับฟังสื่อวิทยุเพื่อรับรู้ข่าวสาร คิดเป็นร้อยละ 94.00 และฟังสื่อวิทยุเพื่อความบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 84.93 ซึ่งในการรับฟังวิทยุแต่ละครั้งนั้นเกษตรกรใช้เวลาในการเปิดรับสื่อวิทยุ 1-2 ชั่วโมงต่อวัน และส่วนใหญ่เกษตรกรจะฟังในช่วงเวลา 13.00 – 17.00 น. โดยสถานที่ที่เกษตรกรส่วนใหญ่รับฟังสื่อวิทยุ คือ

แปลงเกษตรกรรม คิดเป็นร้อยละ 67.20 รองลงมา คือบ้าน คิดเป็นร้อยละ 19.80 ซึ่งมีความถี่ในการรับสื่อวิทยุเกือบทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 43.10

3. สื่อโทรทัศน์

เกษตรกรที่เปิดรับสื่อโทรทัศน์มีจำนวน 116 คน ส่วนใหญ่รับชมโทรทัศน์จากสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 คิดเป็นร้อยละ 65.80 รองลงมาคือสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 โดยรายการที่เกษตรกรรับชมมากที่สุด คือ ข่าวการเมือง คิดเป็นร้อยละ 75.90 รองลงมา คือ รายการเกี่ยวกับเกษตรกรรม คิดเป็น ร้อยละ 67.20 ซึ่งเกษตรกรที่เปิดรับสื่อโทรทัศน์มีวัตถุประสงค์เพื่อรับรู้ข่าวสาร คิดเป็นร้อยละ 94.80 รองลงมา คือ เพื่อความบันเทิง และในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของเกษตรกรในแต่ละครั้งนั้น ใช้เวลาโดยเฉลี่ย 1-2 ชั่วโมงต่อวัน ในช่วงเวลา 17.00 – 21.00 น. คิดเป็นร้อยละ 90.50 โดยสถานที่ที่เกษตรกรผู้ให้ข้อมูลเปิดรับสื่อโทรทัศน์ คือ ที่บ้านทั้งสิ้น และมีความถี่ในการรับชมโทรทัศน์เกือบ ทุกวัน

สื่อกลุ่ม

เกษตรกรที่เปิดรับสื่อกลุ่มมีจำนวน 114 คน โดยมีเกษตรกรที่เปิดรับสื่อกลุ่มประเภทการประชุมกลุ่มมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.00 รองลงมาคือการฝึกอบรม คิดเป็นร้อยละ 36.00 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อติดตามข่าวสารทางการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 76.30 และเพื่อหาความรู้ทางด้านการเกษตรเพิ่มเติม ซึ่งเกษตรกรผู้ให้ข้อมูลมีความถี่ในการพบปะสื่อกลุ่มหนึ่งครั้งต่อหนึ่งเดือน คิดเป็นร้อยละ 67.50

สื่อบุคคล

เกษตรกรที่เปิดรับสื่อบุคคลมีจำนวน 109 คน ได้พบปะหรือเข้าร่วมกิจกรรมกับสื่อบุคคลประเภทผู้นำกลุ่มมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.80 รองลงมา คือ เกษตรตำบล และเจ้าหน้าที่ปฏิรูปที่ดิน โดยมีวัตถุประสงค์ในการพบปะสื่อกลุ่ม เพื่อหาความรู้ทางด้านการเกษตรเพิ่มเติม คิดเป็นร้อยละ 78.90 และเพื่อติดตามข่าวสารทางด้านการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 71.60 ซึ่งเกษตรกรส่วนใหญ่มีความถี่ในการพบปะสื่อกลุ่มหนึ่งครั้งต่อหนึ่งเดือน คิดเป็นร้อยละ 50.50

วิจารณ์

จากการศึกษาพบว่าเกษตรกรได้มีการเปิดรับสื่อมวลชนประเภทวิทยุและโทรทัศน์มากกว่าหนังสือพิมพ์ เนื่องจากวิทยุเป็นสื่อที่เข้าถึงเกษตรกรมากที่สุด เพราะเกษตรกรสามารถพกพาวิทยุไปฟังที่แปลงเกษตรกรรมได้บ่อยครั้ง และในการฟังวิทยุแต่ละครั้งนั้นเกษตรกรฟังเพื่อรับรู้ข่าวสารและเพื่อความบันเทิงผ่อนคลายในระหว่างทำงานหนัก ส่วนโทรทัศน์นั้นจะเห็นได้ว่าเกษตรกรเกือบทั้งหมดเปิดรับสื่อโทรทัศน์ และสถานีโทรทัศน์ที่เกษตรกรชมมากที่สุดคือช่อง 9 เนื่องจากสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 นั้นมีการนำเสนอรายการเกี่ยวกับการเกษตรค่อนข้างมากกว่าช่องอื่น และการเปิดรับสื่อของเกษตรกรนั้นมีปัจจัยหลายอย่างด้วยกัน เช่น เพศ การศึกษา และรายได้ จะเห็นได้ว่าเกษตรกรมีการเปิดรับสื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์มากกว่าสื่อหนังสือพิมพ์ ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าเกษตรกรส่วนใหญ่มีการศึกษาน้อย จึงทำให้ทักษะในการอ่านออกเขียนได้มีไม่มาก ดังนั้นเกษตรกรจึงเลือกที่จะเปิดรับสื่อที่เข้าถึงโดยง่าย ผู้รับสารที่มีการศึกษาสูงจะเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย โดยผู้ที่มีการศึกษาน้อยจะฟังวิทยุมากกว่า ส่วนรายได้ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งของการเปิดรับสื่อ เพราะคนที่มีการศึกษาสูงมักมีรายได้สูงไปด้วย ส่วนคนที่มีรายได้น้อยนั้นจะมีรายได้น้อยถึงปานกลาง เมื่อเกษตรกรมีรายได้สูงก็สามารถเลือกรับข่าวสารได้จากสื่อหลายสื่อด้วยกัน

ด้านการเปิดรับสื่อกลุ่ม จากการศึกษาพบว่าเกษตรกรมีการเปิดรับสื่อกลุ่มมากถึง 114 คน และเกษตรกรกลุ่มตัวอย่างมีการเข้าร่วมการประชุมกลุ่มที่ค่อนข้างบ่อย เนื่องจากเกษตรกรเหล่านี้จะมีผู้นำกลุ่มที่มีการติดต่อสื่อสารกับหน่วยงานต่าง ๆ ในการรับรู้ข่าวสารและติดตามข่าวสารทางด้านการเกษตร เพื่อนำเอาความรู้ที่ได้มาเผยแพร่ให้กับสมาชิกในกลุ่ม และนอกจากนั้นเมื่อหน่วยงานราชการต่าง ๆ ได้จัดให้มีการฝึกอบรมหรือทัศนศึกษาดูงาน ผู้นำกลุ่มก็จะคัดเลือกสมาชิกเพื่อเข้าร่วมฝึกอบรมหรือทัศนศึกษาดูงานในแต่ละครั้งไป จึงเป็นผลที่ทำให้เกษตรกรมีการเปิดรับสื่อกลุ่มมากขึ้น

ด้านการเปิดรับสื่อบุคคล จากการศึกษาพบว่าเกษตรกรมีความใกล้ชิดกับผู้นำกลุ่มมาก ที่สุด เนื่องจากผู้นำกลุ่มจะเป็นตัวแทนกลุ่มเกษตรกรในการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานราชการที่ให้ความช่วยเหลือทางด้านการเกษตร ซึ่งนอกเหนือจากผู้นำกลุ่มแล้วยังมีสื่อบุคคลที่มาจากหน่วยงานราชการ เช่น เกษตรตำบล เจ้าหน้าที่ปฏิรูปที่ดิน และเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร นอกจากนั้นยังมีเซลล์ขายปุ๋ยที่ได้เข้ามาให้ข้อมูลหรือข้อแนะนำในการดูแลบำรุงดิน

ตอนที่ 3 บทบาทของสื่อในการพัฒนาอาชีพเกษตรกรรม

3.1 บทบาทของสื่อมวลชน

บทบาทของสื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ ในการให้ความรู้ เปลี่ยนทัศนคติ พฤติกรรม และสร้างความมุ่งหวังในอาชีพ แสดงตามลำดับ ดังนี้

เกษตรกรที่เปิดรับสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์ จำนวน 67 คนส่วนใหญ่มีความเห็นว่าหนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่ให้ความรู้ คิดเป็นร้อยละ 97.10 ทำให้เปลี่ยนพฤติกรรม และไม่เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่ คิดเป็นร้อยละ 62.30, 82.60 และ 94.20 ตามลำดับ

เกษตรกรที่เปิดรับสื่อวิทยุ จำนวน 116 คน ส่วนใหญ่ มีความเห็นว่าวิทยุเป็นสื่อที่ให้ความรู้ คิดเป็นร้อยละ 91.40 แต่ไม่ทำให้เปลี่ยนทัศนคติ พฤติกรรม และไม่เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่ คิดเป็นร้อยละ 60.80, 75.90 และ 91.30 ตามลำดับ

เกษตรกรที่เปิดรับสื่อโทรทัศน์ จำนวน 116 คน ส่วนใหญ่มีความเห็นว่าโทรทัศน์เป็นสื่อที่ให้ความรู้ คิดเป็นร้อยละ 83.60 แต่ไม่ทำให้เปลี่ยนทัศนคติ พฤติกรรม และไม่เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่ คิดเป็นร้อยละ 73.30, 84.50 และ 91.40 ตามลำดับ แสดงรายละเอียดตามตาราง 9 ดังนี้

ตาราง 9 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบทบาทของสื่อมวลชนในการให้ความรู้ เปลี่ยนทัศนคติ พฤติกรรมและสร้างความมุ่งหวังในอาชีพ

ประเภทสื่อมวลชน	ให้ความรู้		เปลี่ยนทัศนคติ		เปลี่ยนพฤติกรรม		เกิดความมุ่งหวัง	
	ใช่ จำนวน (ร้อยละ)	ไม่ใช่ จำนวน (ร้อยละ)	ใช่ จำนวน (ร้อยละ)	ไม่ใช่จำนวน (ร้อยละ)	ใช่ จำนวน (ร้อยละ)	ไม่ใช่ จำนวน (ร้อยละ)	ใช่ จำนวน (ร้อยละ)	ไม่ใช่ จำนวน (ร้อยละ)
หนังสือพิมพ์	67	2	26	43	12	57	4	65
(n = 69)	(97.10)	(2.90)	(37.70)	(62.30)	(17.40)	(82.60)	(5.80)	(94.20)
วิทยุ	106	10	43	73	28	88	10	105
(n = 116)	(91.40)	(8.60)	(37.10)	(60.80)	(24.10)	(75.90)	(8.70)	(91.30)
โทรทัศน์	97	19	31	85	18	98	10	106
(n = 116)	(83.60)	(16.40)	(26.70)	(73.30)	(15.50)	(84.50)	(8.60)	(91.40)

3.2 บทบาทของสื่อกลุ่ม

บทบาทของสื่อกลุ่ม ได้แก่ การประชุม การฝึกอบรม นิทรรศการ และ การทัศนศึกษาดูงาน ในการให้ความรู้ เปลี่ยนทัศนคติ พฤติกรรมและสร้างความมุ่งหวังในอาชีพ แสดงตามลำดับ ดังนี้

เกษตรกรที่เข้าร่วมการประชุมกลุ่ม จำนวน 112 คน ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า การประชุมกลุ่มให้ความรู้และทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ คิดเป็นร้อยละ 95.50 และ 51.80 ตามลำดับ แต่ไม่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และไม่เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่ คิดเป็นร้อยละ 63.40 และ 75.90 ตามลำดับ

เกษตรกรที่เข้าร่วมการฝึกอบรม จำนวน 41 คน ทั้งหมดมีความเห็นว่า การฝึกอบรมให้ความรู้ คิดเป็นร้อยละ 100.00 และส่วนใหญ่เห็นว่าทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ คิดเป็นร้อยละ 90.20 เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม คิดเป็นร้อยละ 58.50 และทำให้เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่ คิดเป็นร้อยละ 53.70

เกษตรกรที่เข้าร่วมนิทรรศการ จำนวน 6 คน ทั้งหมด มีความเห็นว่า การเข้าร่วมนิทรรศการให้ความรู้ คิดเป็นร้อยละ 100.00 และส่วนใหญ่เห็นว่าทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และทำให้เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่ คิดเป็นร้อยละ 66.70 เท่ากัน

กลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมการทัศนศึกษาดูงาน จำนวน 18 คน ทั้งหมดมีความเห็นว่าการเข้าร่วมทัศนศึกษาดูงานให้ความรู้และเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ คิดเป็นร้อยละ 100.00 และส่วนใหญ่เห็นว่า ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม คิดเป็นร้อยละ 88.90 ทำให้เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่ คิดเป็นร้อยละ 77.80 แสดงรายละเอียดในตาราง 10 ดังนี้

ตาราง 10 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบทบาทสื่อกลุ่มในการให้ความรู้ เปลี่ยนทัศนคติ พฤติกรรม และสร้างความมุ่งหวังในอาชีพ

ประเภทสื่อกลุ่ม	ให้ความรู้		เปลี่ยนทัศนคติ		เปลี่ยนพฤติกรรม		เกิดความมุ่งหวัง	
	ใช่ จำนวน (ร้อยละ)	ไม่ใช่ จำนวน (ร้อยละ)	ใช่ จำนวน (ร้อยละ)	ไม่ใช่ จำนวน (ร้อยละ)	ใช่ จำนวน (ร้อยละ)	ไม่ใช่ จำนวน (ร้อยละ)	ใช่ จำนวน (ร้อยละ)	ไม่ใช่ จำนวน (ร้อยละ)
การประชุมกลุ่ม	70	3	38	35	27	46	18	55
(n = 73)	(95.50)	(4.50)	(51.80)	(48.20)	(36.60)	(63.40)	(24.10)	(75.90)
การฝึกอบรม	41	-	37	4	24	17	22	19
(n = 41)	(100.00)	-	(90.20)	(9.80)	(58.50)	(41.50)	(53.70)	(46.30)
นิทรรศการ	6	-	4	2	4	2	4	2
(n = 6)	(100.00)	-	(66.70)	(33.30)	(66.70)	(33.30)	(66.70)	(33.30)
การทัศนศึกษา	18	-	18	-	16	2	14	4
ดูงาน (n = 18)	(100.00)	-	(100.00)	-	(88.90)	(11.10)	(77.80)	(22.20)

3.3 บทบาทของสื่อบุคคล

บทบาทของสื่อบุคคล ได้แก่ ผู้นำกลุ่ม เกษตรตำบล เจ้าหน้าที่ปฏิรูปที่ดิน เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร และบุคคลอื่น ๆ ในการให้ความรู้ เปลี่ยนทัศนคติ พฤติกรรม และสร้างความมุ่งหวังในอาชีพ แสดงตามลำดับ ดังนี้

เกษตรกรที่พบปะผู้นำกลุ่ม จำนวน 75 คน ทั้งหมดมีความเห็นว่า การพบปะผู้กลุ่มให้ความรู้ คิดเป็นร้อยละ 100.00 แต่ไม่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ พฤติกรรม และไม่เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่ คิดเป็นร้อยละ 52.10, 71.20 และ 82.20 ตามลำดับ

เกษตรกรที่พบปะเจ้าหน้าที่ปฏิรูปที่ดิน จำนวน 51 คน ทั้งหมดมีความเห็นว่า การพบปะเจ้าหน้าที่ปฏิรูปที่ดินให้ความรู้ คิดเป็นร้อยละ 100.00 และส่วนใหญ่เห็นว่าทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม คิดเป็นร้อยละ 84.30 และ 68.60 แต่ยังไม่เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่ คิดเป็นร้อยละ 56.90

เกษตรกรที่พบปะเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร จำนวน 50 คน ทั้งหมดมีความเห็นว่า การพบปะเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรให้ความรู้ คิดเป็นร้อยละ 100.00 และส่วนใหญ่เห็นว่าทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม คิดเป็นร้อยละ 64.00 และ 54.00 แต่ยังไม่เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่ คิดเป็นร้อยละ 54.00

เกษตรกร จำนวน 16 คน ที่พบปะบุคคลอื่น ได้แก่ เจ้าหน้าที่ป่าไม้ เกษตรกรที่พบปะเจ้าหน้าที่ป่าไม้จำนวน 3 คน มีความเห็นว่าเจ้าหน้าที่ป่าไม้ให้ความรู้คิดเป็นร้อยละ 100.00 เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ พฤติกรรมและเกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่ คิดเป็นร้อยละ 66.70 เท่ากัน เกษตรกรที่พบปะเจ้าหน้าที่พัฒนาที่ดินจำนวน 2 คน มีความเห็นว่าเจ้าหน้าที่พัฒนาที่ดินให้ความรู้ คิดเป็นร้อยละ 100.00 และก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ พฤติกรรม และเกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่คิดเป็นร้อยละ 50.00 เท่ากัน ส่วนเกษตรกรที่พบปะสื่อบุคคลประเภทเซลล์ขายปุ๋ยเห็นว่าการพบปะเซลล์ขายปุ๋ยทำให้ได้ความรู้คิดเป็นร้อยละ 100.00 และทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรม คิดเป็นร้อยละ 90.90 เท่ากัน แต่ยังไม่เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่ คิดเป็นร้อยละ 63.60 แสดงรายละเอียดในตาราง 11 ดังนี้

ตาราง 11 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบทบาทสื่อบุคคลในการให้ความรู้ เปลี่ยนแปลงทัศนคติ พฤติกรรม และสร้างความมุ่งหวังในอาชีพ

ประเภทสื่อบุคคล	ให้ความรู้		เปลี่ยนทัศนคติ		เปลี่ยนพฤติกรรม		เกิดความมุ่งหวัง	
	ใช่ จำนวน (ร้อยละ)	ไม่ใช่ จำนวน (ร้อยละ)	ใช่ จำนวน (ร้อยละ)	ไม่ใช่ จำนวน (ร้อยละ)	ใช่ จำนวน (ร้อยละ)	ไม่ใช่ จำนวน (ร้อยละ)	ใช่ จำนวน (ร้อยละ)	ไม่ใช่ จำนวน (ร้อยละ)
ผู้นำกลุ่ม (n = 75)	75 (100.00)	-	36 (47.90)	39 (52.10)	22 (28.80)	53 (71.20)	13 (17.80)	62 (82.20)
เจ้าหน้าที่ปฏิรูปที่ดิน (n = 51)	51 (100.00)	-	43 (84.30)	8 (15.70)	35 (68.60)	16 (31.40)	22 (43.10)	29 (56.90)
เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร (n = 50)	50 (100.00)	-	32 (64.00)	12 (24.00)	27 (54.00)	17 (34.00)	17 (34.00)	27 (54.00)
บุคคลอื่น - เจ้าหน้าที่ป่าไม้ (n = 3)	3 (100.00)	-	2 (66.70)	1 (33.30)	2 (66.70)	1 (33.30)	2 (66.70)	1 (33.30)

ตาราง 11 (ต่อ)

ประเภทสื่อบุคคล	ให้ความรู้		เปลี่ยนทัศนคติ		เปลี่ยนพฤติกรรม		เกิดความมุ่งหวัง	
	ใช่ จำนวน (ร้อยละ)	ไม่ใช่ จำนวน (ร้อยละ)	ใช่ จำนวน (ร้อยละ)	ไม่ใช่ จำนวน (ร้อยละ)	ใช่ จำนวน (ร้อยละ)	ไม่ใช่ จำนวน (ร้อยละ)	ใช่ จำนวน (ร้อยละ)	ไม่ใช่ จำนวน (ร้อยละ)
- เจ้าหน้าที่พัฒนาที่ดิน (n = 2)	2 (100.00)	- -	1 (50.00)	1 (50.00)	1 (50.00)	1 (50.00)	1 (50.00)	1 (50.00)
- พนักงานขายปุ๋ย (n = 11)	11 (100.00)	- -	10 (90.90)	1 (9.10)	10 (90.90)	1 (9.10)	4 (36.40)	7 (63.60)

3.4 การพัฒนาอาชีพเกษตรกรรม

เกษตรกรในเขตปฏิรูปที่ดินป่าจอมทองส่วนใหญ่ได้รับการพัฒนาอาชีพและส่งเสริมการเลี้ยงกบเป็นอาชีพเสริม จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 และได้รับการส่งเสริมการเลี้ยงไก่ไข่จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 และได้รับการส่งเสริมการเลี้ยงทั้งกบและไก่ไข่ จำนวน 10 คน แสดงตามตาราง 12 ดังนี้

ตาราง 12 ร้อยละของเกษตรกร จำแนกตามการส่งเสริมอาชีพเสริม (n = 120 คน)

ประเภทของการส่งเสริมอาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
การเลี้ยงกบ	90	75.00
การเลี้ยงไก่ไข่	20	16.67
การเลี้ยงกบและไก่ไข่	10	8.33
รวม	120	100.00

สื่อมีบทบาทในการพัฒนาและส่งเสริมอาชีพ คือ เกษตรกรในเขตปฏิรูปที่ดินป่าจอมทองร้อยละ 83.33 ได้รับการส่งเสริมอาชีพจากเจ้าหน้าที่ปฏิรูปที่ดิน ร้อยละ 75.00 ได้รับจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ร้อยละ 75.00 ได้รับจากการฝึกอบรมร้อยละ 58.33 ได้รับจากผู้นำกลุ่ม ร้อยละ 50.00 ได้รับจากการประชุมกลุ่มและทัศนศึกษาดูงาน ร้อยละ 45.00 ได้รับจากการเข้าร่วมนิทรรศการ ร้อยละ 41.67 ได้รับจากโทรทัศน์ ร้อยละ 25.00 ได้รับจากวิทยุและร้อยละ 8.33 ได้รับจากการส่งเสริมอาชีพ จากหนังสือพิมพ์ แสดงตามตาราง 13 ดังนี้

ตาราง 13 ร้อยละของเกษตรกรจำแนกตามประเภทสื่อที่มีบทบาทในการส่งเสริมอาชีพ (n = 120 คน)

ประเภทสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
สื่อมวลชน		
หนังสือพิมพ์	10	8.33
วิทยุ	30	25.00
โทรทัศน์	50	41.67
สื่อกลุ่ม		
การประชุมกลุ่ม	60	50.00
การฝึกอบรม	90	75.00
นิทรรศการ	54	45.00
การทัศนศึกษาดูงาน	60	50.00
สื่อบุคคล		
ผู้นำกลุ่ม	70	58.33
เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร	90	75.00
เจ้าหน้าที่ปฏิรูปที่ดิน	100	83.33

สื่อมวลชนทุกประเภทมีบทบาทในการให้ความรู้ในการพัฒนาและส่งเสริมอาชีพ คิดเป็นร้อยละ 100.00 สื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์มีบทบาทในการให้ความรู้ในระดับมากและน้อย คิดเป็นร้อยละ 40.00 เท่ากัน สื่อวิทยุมีบทบาทในการให้ความรู้ในระดับปานกลางคิดเป็น

ร้อยละ 50.00 และให้ความรู้ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 40.00 ส่วนสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ให้ความรู้ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 80.00 และให้ความรู้ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 20.00

สื่อกลุ่มทุกประเภทมีบทบาทในการให้ความรู้ คิดเป็นร้อยละ 100.00 โดยเกษตรกรมีความเห็นว่าสื่อกลุ่มประเภทการประชุมกลุ่ม มีบทบาทในการให้ความรู้ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 83.33 และให้ความรู้ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 16.67 การฝึกอบรมมีบทบาทในการให้ความรู้ในระดับมากคิดเป็นร้อยละ 66.67 และมีบทบาทในการให้ความรู้ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 34.33 สื่อกลุ่มประเภทนิทรรศการมีบทบาทในการให้ความรู้ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 62.96 และมีบทบาทในการให้ความรู้ในระดับมากคิดเป็นร้อยละ 37.04 ส่วนสื่อกลุ่มประเภทการทัศนศึกษาดูงานมีบทบาทในการให้ความรู้ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 83.33 และมีบทบาทในการให้ความรู้ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 16.67

สื่อบุคคลทุกประเภทมีบทบาทในการให้ความรู้ คิดเป็นร้อยละ 100.00 สื่อบุคคลประเภทผู้นำกลุ่มมีบทบาทในการให้ความรู้ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 71.43 และให้ความรู้ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 28.57 สื่อบุคคลประเภทเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร มีบทบาทในการให้ความรู้ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 61.11 และให้ความรู้ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 38.89 สื่อบุคคลประเภทเจ้าหน้าที่ปฏิรูปที่ดิน มีบทบาทในการให้ความรู้ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 60.00 และให้ความรู้ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 40.00 แสดงผลตามตาราง 14 ดังนี้

ตาราง 14 ร้อยละของเกษตรกร จำแนกตามบทบาทของสื่อในการให้ความรู้

ประเภทสื่อ	การให้ความรู้	ระดับของบทบาท		
		มาก	ปานกลาง	น้อย
สื่อมวลชน				
หนังสือพิมพ์ (n = 10)	10	4	3	3
	(100.00)	(40.00)	(30.00)	(40.00)
วิทยุ (n = 30)	30	8	15	7
	(100.00)	(26.67)	(50.00)	(40.00)
โทรทัศน์ (n = 50)	50	40	10	-
	(100.00)	(80.00	(20.00)	-

ตาราง 14 (ต่อ)

ประเภทสื่อ	การให้ความรู้	ระดับของบทบาท		
		มาก	ปานกลาง	น้อย
สื่อกลุ่ม				
การประชุมกลุ่ม (n = 60)	60	50	10	-
	(100.00)	(83.33)	(16.67)	-
การฝึกอบรม (n = 90)	90	60	30	-
	(100.00)	(66.67)	(34.33)	-
นิทรรศการ (n = 54)	54	20	34	-
	(100.00)	(37.04)	(62.96)	-
การทัศนศึกษาดูงาน (n = 60)	60	5	10	-
	(100.00)	(83.33)	(16.67)	-
สื่อบุคคล				
ผู้นำกลุ่ม (n = 70)	70	50	20	-
	(100.00)	(71.43)	(28.57)	-
เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร (n = 90)	90	55	35	-
	(100.00)	(61.11)	(38.89)	-
เจ้าหน้าที่ปฏิรูปที่ดิน (n = 100)	100	60	40	-
	(100.00)	(60.00)	(40..00)	-

สื่อมีบทบาทในการจัดหาแหล่งเงินทุนให้เกษตรกรในเขตปฏิรูปที่ดินป่าจอมทอง คือ สื่อบุคคล ดังนี้ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรและเจ้าหน้าที่ปฏิรูปที่ดินมีบทบาทในการจัดหาแหล่งทุน แก่เกษตรกร โดยเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรมีบทบาทในการจัดหาแหล่งเงินทุนให้เกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 55.56 ในระดับมากคิดเป็นร้อยละ 60.00 และมีบทบาทในการจัดหาแหล่งเงินทุนในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 40.00 ส่วนเจ้าหน้าที่ปฏิรูปที่ดินมีบทบาทในการจัดหาแหล่งเงินทุนในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 73.00 และมีบทบาทในการจัดหาแหล่งเงินทุนในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 27.00 แสดงผลตามตาราง 15

สื่อที่มีบทบาทในการจัดหาพ่อพันธุ์-แม่พันธุ์ให้แก่เกษตรกร คือ ผู้นำกลุ่ม เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร และเจ้าหน้าที่ปฏิรูปที่ดิน โดยผู้นำกลุ่มมีบทบาทมากในการจัดหาพ่อพันธุ์-แม่พันธุ์คิดเป็นร้อยละ 65.71 ผู้นำกลุ่มมีบทบาทมากในการจัดหาพ่อพันธุ์-แม่พันธุ์ในระดับมากคิดเป็นร้อยละ 71.74 และมีบทบาทมากในการจัดหาพ่อพันธุ์-แม่พันธุ์ในระดับปานกลางคิดเป็นร้อยละ 28.28 เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรมีบทบาทในการจัดหาพ่อพันธุ์-แม่พันธุ์คิดเป็นร้อยละ 64.44 มีบทบาทในการจัดหาพ่อพันธุ์-แม่พันธุ์ในระดับมากคิดเป็นร้อยละ 67.24 และมีบทบาทมากในการจัดหาพ่อพันธุ์-แม่พันธุ์ในระดับปานกลางคิดเป็นร้อยละ 32.76 และสื่อบุคคลประเภทเจ้าหน้าที่ปฏิรูปที่ดิน มีบทบาทมากในการจัดหาพ่อพันธุ์-แม่พันธุ์คิดเป็นร้อยละ 100.00 ในการจัดหาพ่อพันธุ์-แม่พันธุ์ในระดับมาก คิดป็นร้อยละ 84.00 และมีบทบาทมากในการจัดหาพ่อพันธุ์-แม่พันธุ์ในระดับปานกลางคิดเป็นร้อยละ 16.00 แสดงผลตามตาราง 16

สื่อที่มีบทบาทในการจัดหาตลาดให้แก่เกษตรกร คือ สื่อบุคคลประเภทผู้นำกลุ่มและเจ้าหน้าที่ปฏิรูปที่ดิน โดยผู้นำกลุ่มมีบทบาทในการจัดหาตลาดคิดเป็นร้อยละ 71.43 ในระดับมากคิดเป็นร้อยละ 70.00 และในระดับปานกลางคิดเป็นร้อยละ 30.00 ส่วนเจ้าหน้าที่ปฏิรูปที่ดินมีบทบาทในการจัดหาตลาดให้แก่เกษตรกรคิดเป็นร้อยละ 35.00 ในระดับมากคิดเป็นร้อยละ 85.71 และในระดับปานกลางคิดเป็นร้อยละ 14.29 แสดงผลตามตาราง 17

ตาราง 15 ร้อยละของเกษตรกรจำแนกตามบทบาทของสื่อในการจัดหาแหล่งเงินทุน

ประเภทสื่อ	จัดหาแหล่งเงินทุน	การช่วยเหลือในการจัดหาแหล่งเงินทุน		
		มาก	ปานกลาง	น้อย
สื่อบุคคล				
เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร (n = 90)	50	30	20	-
	(55.56)	(60.00)	(40.00)	-
เจ้าหน้าที่ปฏิรูปที่ดิน (n = 100)	100	73	27	-
	(100.00)	(73.00)	(27.00)	-

ตาราง 16 ร้อยละของเกษตรกรจำแนกตามบทบาทในการจัดหาพ่อพันธุ์-แม่พันธุ์

ประเภทสื่อ	จัดหาพ่อพันธุ์-แม่พันธุ์	การช่วยเหลือในการจัดหาพ่อพันธุ์-แม่พันธุ์		
		มาก	ปานกลาง	น้อย
สื่อบุคคล				
ผู้นำกลุ่ม (n =70)	46	33	20	-
	(65.71)	(71.74)	(28.28)	-
เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร	58	47	23	-
(n = 90)	(64.44)	(67.24)	(32.76)	-
เจ้าหน้าที่ปฏิรูปที่ดิน (n = 100)	100	84	16	-
	(100.00)	(84.00)	(16.00)	-

ตาราง 17 ร้อยละของเกษตรกรจำแนกตามการจัดหาตลาด

ประเภทสื่อ	จัดหาตลาด	การช่วยเหลือในการจัดหาตลาด		
		มาก	ปานกลาง	น้อย
สื่อบุคคล				
ผู้นำกลุ่ม (n = 70)	50	35	15	-
	(71.43)	(70.00)	(30.00)	-
เจ้าหน้าที่ปฏิรูปที่ดิน (n = 100)	35	30	5	-
	(35.00)	(30.00)	(5.00)	-

สรุป

บทบาทของสื่อมวลชน

จากการศึกษาพบว่า สื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ มีบทบาทในการให้ความรู้ แต่ไม่มีบทบาทในการเปลี่ยนทัศนคติ พฤติกรรม และไม่ก่อให้เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่

บทบาทของสื่อกลุ่ม

จากการศึกษาพบว่า สื่อกลุ่ม ได้แก่ การประชุมกลุ่ม การฝึกอบรม การจัดนิทรรศการ และการทัศนศึกษาดูงานนั้น มีบทบาทในการให้ความรู้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100.00 มีบทบาทในการเปลี่ยนทัศนคติ เปลี่ยนพฤติกรรม และก่อให้เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่เหมือนกัน

บทบาทของสื่อบุคคล

จากการศึกษาพบว่า สื่อบุคคล ได้แก่ ผู้นำกลุ่ม เกษตรตำบล เจ้าหน้าที่ปฏิรูปที่ดิน เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร และสื่อบุคคลอื่น ๆ นั้น มีบทบาทในการให้ความรู้ คิดเป็นร้อยละ 100.00 ทั้งหมด นอกเหนือจากนั้นมีบทบาทในการเปลี่ยนทัศนคติ เปลี่ยนพฤติกรรม แต่ไม่ก่อให้เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่ ซึ่งสื่อบุคคลอื่น ๆ นั้นได้แก่ เจ้าหน้าที่ป่าไม้ เกษตรจังหวัด เจ้าหน้าที่พัฒนาที่ดิน และเซลล์ขายปุ๋ย

การพัฒนาอาชีพเกษตรกรรม

จากการศึกษาพบว่าเกษตรกรในเขตปฏิรูปที่ดินป่าจอมทองได้รับการพัฒนาและส่งเสริมอาชีพในการเลี้ยงกบคิดเป็นร้อยละ 75.00 และเลี้ยงไก่ไข่คิดเป็นร้อยละ 16.67 โดยเกษตรกรมีความเห็นว่าสื่อทุกประเภทมีบทบาทในการพัฒนาและส่งเสริมอาชีพ ดังนี้ สื่อมวลชนประเภทสื่อโทรทัศน์มีบทบาทในการพัฒนาและส่งเสริมอาชีพ คิดเป็นร้อยละ 41.67 สื่อกลุ่มประเภทการฝึกอบรมมีบทบาทในการพัฒนาและส่งเสริมอาชีพ คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมา คือ การทัศนศึกษาดูงาน และการประชุมกลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 50.00 เท่ากัน ส่วนสื่อบุคคลประเภทเจ้าหน้าที่ปฏิรูปที่ดินมีบทบาทในการพัฒนาและส่งเสริมอาชีพ คิดเป็นร้อยละ 83.33 รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรมีบทบาทในการพัฒนาและส่งเสริมอาชีพ คิดเป็นร้อยละ 75.00

สื่อมีบทบาทในการจัดหาแหล่งเงินทุนให้เกษตรกรในเขตปฏิรูปที่ดินป่าจอมทอง คือ สื่อบุคคล ดังนี้ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรและเจ้าหน้าที่ปฏิรูปที่ดินมีบทบาทในการจัดหา

แหล่งทุนแก่เกษตรกร โดยเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรมีบทบาทในการจัดหาแหล่งเงินทุนให้เกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 55.56 ในระดับมากคิดเป็นร้อยละ 60.00 ส่วนเจ้าหน้าที่ปฏิรูปที่ดินมีบทบาทในการจัดหาแหล่งเงินทุนในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 73.00

สื่อที่มีบทบาทในการจัดหาพ่อพันธุ์-แม่พันธุ์ให้แก่เกษตรกร คือ ผู้นำกลุ่ม เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร และเจ้าหน้าที่ปฏิรูปที่ดิน โดยผู้นำกลุ่มมีบทบาทมากในการจัดหาพ่อพันธุ์-แม่พันธุ์คิดเป็นร้อยละ 65.71 ผู้นำกลุ่มมีบทบาทมากในการจัดหาพ่อพันธุ์-แม่พันธุ์ในระดับมากคิดเป็นร้อยละ 71.74 เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรมีบทบาทในการจัดหาพ่อพันธุ์-แม่พันธุ์คิดเป็นร้อยละ 64.44 มีบทบาทในการจัดหาพ่อพันธุ์-แม่พันธุ์ในระดับมากคิดเป็นร้อยละ 67.24 เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรมีบทบาทในการจัดหาพ่อพันธุ์-แม่พันธุ์คิดเป็นร้อยละ 64.44 มีบทบาทในการจัดหาพ่อพันธุ์-แม่พันธุ์ในระดับมากคิดเป็นร้อยละ 67.24 และสื่อบุคคลประเภทเจ้าหน้าที่ปฏิรูปที่ดินมีบทบาทมากในการจัดหาพ่อพันธุ์-แม่พันธุ์คิดเป็นร้อยละ 100.00 ในการจัดหาพ่อพันธุ์-แม่พันธุ์ในระดับมากคิดเป็นร้อยละ 84.00

สื่อที่มีบทบาทในการจัดหาตลาดให้แก่เกษตรกร คือ สื่อบุคคลประเภทผู้นำกลุ่มและเจ้าหน้าที่ปฏิรูปที่ดิน โดยผู้นำกลุ่มมีบทบาทในการจัดหาตลาดคิดเป็นร้อยละ 71.43 ในระดับมากคิดเป็นร้อยละ 70.00 ส่วนเจ้าหน้าที่ปฏิรูปที่ดินมีบทบาทในการจัดหาตลาดให้แก่เกษตรกรคิดเป็นร้อยละ 35.00 ในระดับมากคิดเป็นร้อยละ 85.71

วิจารณ์

จากการศึกษาพบว่าเกษตรกรเห็นว่าสื่อมวลชนนั้นมีบทบาทในการให้ความรู้ แต่ไม่มี บทบาทในการเปลี่ยนทัศนคติ พฤติกรรมและไม่ก่อให้เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่ เนื่องจากสื่อมวลชนมีการให้ความรู้ทางด้านการเกษตรน้อยมาก ส่วนใหญ่จะมีการนำเสนอข่าวและให้ความบันเทิงทางด้านเสียงเพลงมากกว่า ส่วนสื่อโทรทัศน์นั้นมีการให้ความรู้ทางด้านการเกษตรหลายรายการ แต่เกษตรกรส่วนใหญ่ใช้เวลาอยู่ในแปลงเกษตรเป็นส่วนใหญ่ จึงมีโอกาสน้อยในการรับข่าวสารทางสื่อโทรทัศน์ และนอกจากนี้เกษตรกรมีแนวความคิดในการปฏิบัติมาแต่เดิม นั่นคือมีลักษณะการเพาะปลูกที่ทำมานานหลายชั่วอายุคน จึงทำให้ไม่ยอมรับแนวการปฏิบัติใหม่ ๆ ที่สื่อมวลชนนำเสนอ

ด้านสื่อกลุ่ม จากการศึกษาพบว่าสื่อกลุ่มมีบทบาทในการให้ความรู้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100.00 นอกจากนี้ยังมีบทบาทในการเปลี่ยนทัศนคติและเปลี่ยนพฤติกรรม เนื่องจาก

เกษตรกรสามารถได้รับข้อมูลข่าวสารโดยตรง และมีการแลกเปลี่ยนความรู้และแนวปฏิบัติกับเกษตรกรในท้องที่อื่น

ด้านสื่อบุคคล จากการศึกษาพบว่าสื่อบุคคลมีบทบาทในการให้ความรู้ เปลี่ยนทัศนคติ เปลี่ยนพฤติกรรม และก่อให้เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่ เนื่องจากสื่อบุคคลมีการสื่อสารที่เป็นกันเองและเป็นส่วนตัว ก่อให้เกิดความคุ้นเคย ซึ่งช่วยให้เกิดการย่อมรับได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับ ธิดาดาว ภักดี (2525: บทคัดย่อ) พบว่าสื่อบุคคลมีบทบาทมากที่สุดในการให้ความรู้ ชักจูงใจ ตัดสินใจและยืนยันการตัดสินใจของสมาชิกการเลี้ยงกุ้งก้ามกราม

นอกจากการปลูกลำไยแล้ว เกษตรกรในเขตปฏิรูปที่ดินป่าจอมทองยังได้รับการส่งเสริมและพัฒนาอาชีพด้านการเลี้ยงกบและไก่ไข่ จากการศึกษาพบว่าสื่อทุกประเภทมีบทบาทในการส่งเสริมและพัฒนาอาชีพต่างกัน โดยสื่อมวลชนนั้นมีบาทบาทในการส่งเสริมและพัฒนาอาชีพน้อย ด้านสื่อกลุ่มประเภทการฝึกอบรมมีบทบาทในการส่งเสริมและพัฒนาอาชีพมากที่สุด รองลงมาคือการทัศนศึกษาและการประชุมกลุ่ม เนื่องจากเกษตรกรได้มีการรับความรู้และมีการปฏิบัติไปพร้อม ๆ กัน นั่นคือการได้รับความรู้จากหน่วยงานราชการที่มีการทดลองและพัฒนาส่งเสริมอาชีพนั้น ๆ ประกอบการได้ไปศึกษาดูงานจากเกษตรกรผู้ที่ประสบความสำเร็จจากการทดลองเลี้ยงกบและไก่ไข่โดยตรง จึงทำให้เกษตรกรได้เรียนรู้ถึงแนวทางปฏิบัติและได้รับทราบถึงขั้นตอนต่าง ๆ ในการเลี้ยงตลอดจนได้รับทราบถึงปัญหาในการเลี้ยงดูต่าง ๆ

นอกจากนี้สื่อบุคคลที่มีบทบาทในด้านการส่งเสริมและพัฒนาอาชีพมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่ปฏิรูปที่ดิน ซึ่งเป็นเจ้าของพื้นที่ที่ให้การช่วยเหลือในด้านการส่งเสริมและพัฒนาอาชีพให้แก่เกษตรกร โดยการศึกษาถึงความต้องการของเกษตรกรในด้านการการเกษตรและการพัฒนาอาชีพ และจัดหาแหล่งความรู้ต่าง ๆ ให้แก่เกษตรกร ตลอดจนจัดหาแหล่งเงินทุน การจัดหาพ่อพันธุ์-แม่พันธุ์ และจัดหาตลาดให้แก่เกษตรกร ซึ่งสำนักงานการปฏิรูปที่ดินนั้นได้มีการจัดตั้งกองทุนปฏิรูปที่ดินขึ้นเพื่อเป็นแหล่งเงินทุนให้เกษตรกรในเขตปฏิรูปที่ดินได้นำเงินทุนนั้นไปประกอบอาชีพในการเกษตร ส่วนด้านการจัดหาพ่อพันธุ์-แม่พันธุ์นั้น สำนักงานการปฏิรูปที่ดินได้มีการของความร่วมมือจากเกษตรกรในเขตปฏิรูปที่ดินในพื้นที่จังหวัดต่าง ๆ โดยการให้เกษตรกรผู้ที่ทดลองเลี้ยงและประสบความสำเร็จส่งคืนพ่อพันธุ์-แม่พันธุ์สัตว์ เพื่อนำไปเป็นพ่อพันธุ์-แม่พันธุ์ให้แก่เกษตรกรรายต่อ ๆ ไป พร้อมกันนั้นได้ทำการติดต่อจัดหาตลาดให้แก่เกษตรกรอีกด้วย

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง บทบาทของสื่อในการพัฒนาอาชีพเกษตรกร : กรณีศึกษาเกษตรกรในเขตปฏิรูปที่ดินป่าจอมทอง อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของเกษตรกร และบทบาทการให้ความรู้ของสื่อในการพัฒนาอาชีพเกษตรกรรมทางด้านการให้ความรู้ การเกิดทัศนคติและการเปลี่ยนทัศนคติ และการเปลี่ยนพฤติกรรมหรือแนวปฏิบัติ โดยมีประชากรที่ศึกษา คือ เกษตรกรที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม และอาศัยในเขตปฏิรูปที่ดินป่าจอมทอง อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ หมู่บ้านป่าจอมทอง หมู่ 3 ตำบลบ้านแปะ, หมู่ 6 ตำบลบ้านแปะ และป่าจอมทอง 2 หมู่ 11 ตำบลข่วงเปา รวมจำนวนประชากรทั้งสิ้น 249 คน สุ่มตัวอย่างอย่างง่าย จำนวน 153 คน เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ และแสดงตารางการแจกแจงแบบร้อยละ

สรุปผลการวิจัย

1. สถานภาพทั่วไป

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 63.30 เป็นชาย อายุ 41-50 ปี มีการศึกษาในระดับประถมศึกษา ส่วนใหญ่มีสมาชิกในครอบครัว จำนวน 4 คน รายได้ของครอบครัวต่อเดือนส่วนมากอยู่ในช่วง 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.20 รองลงมามีรายได้ 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.00 รายได้ 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.30 ต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.20 รายได้ 20,001-30,000 บาท เป็นสัดส่วนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 6.70 และรายได้ 25,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.50 นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนมากประกอบอาชีพเกษตรกรรมในลักษณะเกษตรกรรมเชิงเดี่ยว คิดเป็นร้อยละ 68.30 นอกนั้นเป็นเกษตรกรรมแบบผสมผสาน คิดเป็นร้อยละ 31.70

2. การเปิดรับสื่อของเกษตรกร

จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 120 คน มีการเปิดรับสื่อมวลชนประเภทวิทยุและโทรทัศน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 96.70 เท่ากัน รองลงมาเปิดรับสื่อกลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 95.00 สื่อบุคคล

คิดเป็นร้อยละ 90.80 และสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 57.50 และจากกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อกลุ่ม จำนวน 114 คน เข้าร่วมสื่อกลุ่มประเภทการประชุมกลุ่มมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.00 รองลงมาเข้าร่วมสื่อกลุ่มประเภทการฝึกอบรม 36.00 การทัศนศึกษาหรือดูงาน 15.80 และนิทรรศการ คิดเป็นร้อยละ 5.30 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อบุคคล จำนวน 109 คน ได้พบปะหรือเข้าร่วมกิจกรรมกับสื่อบุคคลประเภทผู้นำกลุ่มมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.80 รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่ปฏิรูปที่ดิน คิดเป็นร้อยละ 46.80 เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร คิดเป็น ร้อยละ 45.90 นอกจากนี้เกษตรกรได้พบปะสื่อบุคคลอื่น ๆ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ป่าไม้ คิดเป็นร้อยละ 18.75 เจ้าหน้าที่พัฒนาที่ดิน คิดเป็นร้อยละ 12.50 และเซลล์ขายปุ๋ยคิดเป็นร้อยละ 68.80

3. บทบาทของสื่อในการพัฒนาอาชีพเกษตรกรรม

สื่อมวลชน

กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์ จำนวน 67 คนส่วนใหญ่ มีความเห็นว่าหนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่ให้ความรู้ ทำให้เปลี่ยนพฤติกรรม แต่ไม่เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่

กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อวิทยุ จำนวน 116 คน ส่วนใหญ่ มีความเห็นว่าวิทยุเป็นสื่อที่ให้ความรู้ แต่ไม่ทำให้เปลี่ยนทัศนคติ พฤติกรรม และไม่เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่

กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อโทรทัศน์ จำนวน 116 คน ส่วนใหญ่มีความเห็นว่าโทรทัศน์เป็นสื่อที่ให้ความรู้ แต่ไม่ทำให้เปลี่ยนทัศนคติ พฤติกรรม และไม่เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่

สื่อกลุ่ม

กลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมการประชุมกลุ่ม จำนวน 73 คน ส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการประชุมกลุ่มให้ความรู้และทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติแต่ไม่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และไม่เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่

กลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมการฝึกอบรม จำนวน 41 คน ทั้งหมดมีความเห็นว่าการฝึกอบรมให้ความรู้ และส่วนใหญ่เห็นว่าทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และทำให้เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่

กลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมนิทรรศการ จำนวน 6 คน ทั้งหมด มีความเห็นว่าการเข้าร่วมนิทรรศการให้ความรู้ และส่วนใหญ่เห็นว่าทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และทำให้เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่

กลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมการทัศนศึกษาดูงาน จำนวน 18 คน ทั้งหมดมีความเห็นว่าการเข้าร่วมทัศนศึกษาดูงานให้ความรู้และเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และส่วนใหญ่เห็นว่าทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และทำให้เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่

สื่อบุคคล

กลุ่มตัวอย่างที่พบปะผู้นำกลุ่ม จำนวน 73 คน ทั้งหมดมีความเห็นว่า การพบปะผู้นำกลุ่มให้ความรู้ แต่ไม่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ พฤติกรรม และไม่เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่

กลุ่มตัวอย่างที่พบปะเกษตรตำบล จำนวน 56 คน ทั้งหมดมีความเห็นว่า การพบปะเกษตรตำบลให้ความรู้ และส่วนใหญ่เห็นว่าทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม แต่ยังไม่เกิดความมุ่งหวัง ในอาชีพใหม่

กลุ่มตัวอย่างที่พบปะเจ้าหน้าที่ปฏิรูปที่ดิน จำนวน 51 คน ทั้งหมดมีความเห็นว่าการพบปะเจ้าหน้าที่ปฏิรูปที่ดินให้ความรู้ และส่วนใหญ่เห็นว่าทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและ พฤติกรรม แต่ยังไม่เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่

กลุ่มตัวอย่างที่พบปะเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร จำนวน 50 คน ทั้งหมดมีความเห็นว่า การพบปะเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรให้ความรู้ และส่วนใหญ่เห็นว่าทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม แต่ยังไม่เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 16 คน ที่พบปะบุคคลอื่น ได้แก่ เจ้าหน้าที่ป่าไม้ เจ้าหน้าที่พัฒนาที่ดิน และเซลล์ขายปุ๋ย เห็นว่าการพบปะบุคคลเหล่านี้ทำให้ได้ความรู้ และทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรม

การส่งเสริมและพัฒนาอาชีพเกษตรกรรม

ด้านการส่งเสริมและพัฒนาอาชีพนั้น เกษตรกรได้รับการส่งเสริมและพัฒนาอาชีพด้านการเลี้ยงกบและไก่ไข่ จากการศึกษาพบว่าสื่อทุกประเภทมีบทบาทในการส่งเสริมและพัฒนาอาชีพ ต่างกัน โดยสื่อมวลชนนั้นมีบาทบาทในการส่งเสริมและพัฒนาอาชีพน้อย ด้านสื่อกลุ่ม

ประเภทการฝึกอบรมมีบทบาทในการส่งเสริมและพัฒนาอาชีพมากที่สุด รองลงมา คือ การทัศนศึกษาและการประชุมกลุ่ม นอกจากนี้สื่อบุคคลที่มีบทบาทในด้านการส่งเสริมและพัฒนาอาชีพมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่ปฏิรูปที่ดิน ซึ่งเป็นเจ้าของพื้นที่ที่ให้การช่วยเหลือในด้านการส่งเสริมและพัฒนาอาชีพให้แก่เกษตรกร โดยการศึกษาถึงความต้องการของเกษตรกรในด้านการเกษตรและการพัฒนาอาชีพ และจัดหาแหล่งความรู้ต่าง ๆ ให้แก่เกษตรกร ตลอดจนจัดหาแหล่งเงินทุน การจัดหาพ่อพันธุ์-แม่พันธุ์ และจัดหาตลาดให้แก่เกษตรกร

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง "บทบาทของสื่อในการพัฒนาอาชีพเกษตรกรรม : กรณีศึกษาเกษตรกรในเขตปฏิรูปที่ดินป่าจอมทอง อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่" ทำให้ทราบถึงสถานภาพทั่วไปของประชากร และบทบาทของสื่อในการพัฒนาอาชีพเกษตรกรรม ดังนี้

1. จากการวิจัยพบว่า เกษตรกรได้มีการเปิดรับสื่อมวลชนประเภทวิทยุและโทรทัศน์มากกว่าหนังสือพิมพ์ เนื่องจากวิทยุเป็นสื่อที่เข้าถึงเกษตรกรมากที่สุด เพราะเกษตรกรสามารถพกพาวิทยุไปฟังที่แปลงเกษตรกรรมได้บ่อยครั้ง และในการฟังวิทยุแต่ละครั้งนั้นเกษตรกรฟังเพื่อรับรู้ข่าวสารและเพื่อความบันเทิงผ่อนคลายในระหว่างทำงานหนัก ส่วนโทรทัศน์นั้นจะเห็นได้ว่าเกษตรกรเกือบทั้งหมดเปิดรับสื่อโทรทัศน์

ซึ่งการเปิดรับสื่อของเกษตรกรนั้นมีปัจจัยหลายอย่างด้วยกัน เช่น เพศ การศึกษา และรายได้ จะเห็นได้ว่าเกษตรกรมีการเปิดรับสื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์มากกว่าสื่อหนังสือพิมพ์ สามารถอธิบายได้ว่าเกษตรกรส่วนใหญ่มีการศึกษาน้อย จึงทำให้ทักษะในการอ่านออกเขียนได้มีไม่มาก ดังนั้นเกษตรกรจึงเลือกที่จะเปิดรับสื่อที่เข้าถึงโดยง่าย ส่วนรายได้ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งของการเปิดรับสื่อ เพราะคนที่มีการศึกษาสูงมักมีรายได้สูงไปด้วย ส่วนคนที่มีการศึกษาน้อยนั้นจะมีรายได้น้อยถึงปานกลาง

ดังนั้นนักวางแผนและนักพัฒนา ควรที่จะส่งเสริมให้เกษตรกรและลูกหลานชาวเกษตรกรได้รับการศึกษาที่สูงขึ้น เนื่องจากการศึกษาเป็นพื้นฐานของการเรียนรู้ อีกทั้งเกษตรกรยังสามารถเลือกรับข่าวสารเพื่อนำไปใช้ในการประกอบอาชีพเกษตรกรรมได้ และเมื่อเกษตรกรมีการศึกษาที่สูงมากขึ้น ก็จะทำให้เกษตรกรสามารถประกอบอาชีพเกษตรกรรมให้มีรายได้ที่มากขึ้นตาม เมื่อเกษตรกรมีรายได้สูงก็สามารถเลือกรับข่าวสารได้จากสื่อหลายสื่อด้วยกัน

2. จากการวิจัยพบว่า สื่อมวลชนมีบทบาทในการพัฒนาอาชีพเกษตรกรรมน้อยมาก ส่วนสื่อที่มีบทบาทในการพัฒนาอาชีพเกษตรกรรมมากที่สุด คือ สื่อบุคคล ซึ่งเป็นการถ่ายทอดความรู้ โดยการสร้างความคุ้นเคยกับเกษตรกรและครอบครัว เพื่อสังเกตและศึกษาปัญหาต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการประกอบอาชีพเกษตรกรรมของเกษตรกร และสื่อบุคคลจะนำข้อมูลไปวางแผนการส่งเสริมอาชีพเกษตรกรรมต่อไป และในการพัฒนาอาชีพเกษตรกรรมนั้นต้องอาศัยสื่อทั้งสามสื่อร่วมกัน อาจมีการใช้สื่อ 2 – 3 สื่อในการให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจมากขึ้น

ดังนั้น เจ้าหน้าที่ปฏิรูปที่ดิน นักพัฒนาและนักส่งเสริมการเกษตร ควรจะทำการศึกษาถึงความต้องการของเกษตรกรในพื้นที่ว่าในสภาวะปัจจุบันนี้เกษตรกรมีความต้องการที่จะได้รับความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาอาชีพใด โดยการนำเอาสื่อบุคคลและสื่อกลุ่มมาประยุกต์ใช้ร่วมกัน เพื่อให้การพัฒนาอาชีพมีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น เจ้าหน้าที่ปฏิรูปที่ดินได้ทำการจัดอบรมและมีการจัดนิทรรศการ ทัศนศึกษาดูงาน หรือการสาธิตเกี่ยวกับเรื่องที่ได้อบรมมาเป็นต้น

3. จากการวิจัยพบว่า สื่อที่มีบทบาทในการส่งเสริมและพัฒนาอาชีพเกษตรกรรมด้านการเลี้ยงกบและไก่ไข่ คือ สื่อกลุ่มประเภทการฝึกอบรม มีบทบาทในการส่งเสริมและพัฒนาอาชีพการเลี้ยงกบและไก่ไข่มากที่สุด รองลงมา คือ การทัศนศึกษาดูงานและการประชุมกลุ่ม นอกจากนี้ สื่อบุคคลที่มีบทบาทในการส่งเสริมและพัฒนาอาชีพการเลี้ยงกบและไก่ไข่มากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่ปฏิรูป ที่ดิน

ดังนั้น เจ้าหน้าที่ปฏิรูปที่ดินจึงควรที่จะให้ความรู้แก่เกษตรกรในลักษณะของการขยายผลการผลิต เมื่อมีผลิตผลของการส่งเสริมและพัฒนาอาชีพการเลี้ยงกบและไก่ไข่มากเพียงพอกับความต้องการของตลาดแล้ว เจ้าหน้าที่ปฏิรูปที่ดินและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรที่จะพัฒนาอาชีพในลักษณะของการแปรรูปผลิตผล เช่น การนำไข่ไก่มาแปรรูปสินค้าเป็นไข่เค็ม เพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกรอีกทางหนึ่ง ซึ่งเจ้าหน้าที่ปฏิรูปที่ดิน ธนาคารเพื่อการเกษตร (ธกส.) และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถให้ความรู้ ความช่วยเหลือโดยการจัดตั้งสหกรณ์หมู่บ้านขึ้น เพื่อใช้เป็นสถานที่ที่จำหน่ายสินค้าที่เกษตรกรนำผลิตผลทางการเกษตร ตลอดจนการแปรรูปสินค้าต่าง ๆ มาฝากขาย เป็นต้น

อย่างไรก็ตามเกษตรกรที่ได้รับการพัฒนาอาชีพเกษตรกรรมด้านการเลี้ยงไก่ไข่ ยังคงมีความต้องการให้สำนักงานการปฏิรูปที่ดินจังหวัดเชียงใหม่และหน่วยงานราชการต่าง ๆ ให้ความช่วยเหลือในเรื่องของการจัดหาตลาดเพิ่มขึ้น เนื่องจากปริมาณของกบและไข่ไก่มีเพิ่มมากขึ้น จนตลาดที่เจ้าหน้าที่ปฏิรูปที่ดินได้จัดหาไว้ไม่สามารถจะรองรับได้

ส่วนการพัฒนาอาชีพเกษตรกรรมด้านการเลี้ยงกบนั้น จะเห็นได้ว่าการเลี้ยงกบสามารถช่วยให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากการเลี้ยงกบนั้นมีระยะเวลาในการเลี้ยงดูสั้น และมีระยะเวลาในการคืนทุนไวและตลาดยังมีความต้องการอยู่มาก ดังนั้นเกษตรกรจึงมีความต้องการให้เจ้าหน้าที่ปฏิรูปที่ดิน ธนาคารเพื่อการเกษตร (ธกส.) และหน่วยงานอื่น ๆ ให้ความช่วยเหลือในเรื่องของการจัดหาเงินทุน เพื่อเพิ่มปริมาณพ่อพันธุ์-แม่พันธุ์กบ และขยายบ่อเลี้ยงกบ อีกทั้งยังมีเกษตรกรจำนวนมากที่มีความต้องการการพัฒนาอาชีพเกษตรกรรมด้านการเลี้ยงกบ และยังขาดแคลนเงินลงทุน

4. จากผลการวิจัยพบว่า นอกเหนือจากรายได้จากการประกอบอาชีพเกษตรกรรมแล้ว ยังมีรายได้ที่มาจากการรวมกลุ่มกันเย็บเสื้อผ้า และจักสานของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร โดยมีการทำหนังสือขอการสนับสนุนจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ให้จัดหาวิทยากรมาช่วยสอนและให้ความรู้ในการเย็บผ้าและจักสาน ส่วนเจ้าหน้าที่ปฏิรูปที่ดินได้มีการจัดทำโครงการฝึกอาชีพที่ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร โดยการจัดหาเกษตรกรและลูกหลานเกษตรกรในเขตปฏิรูปที่ดินป่าจอมทองที่มีความต้องการฝึกอาชีพนอกการเกษตรในช่วงปิดเทอม ซึ่งจากการสนับสนุนของทั้งสองหน่วยงานนี้ส่งผลให้ครอบครัวเกษตรกรมีรายได้เพิ่มมากขึ้น ในช่วงเวลานอกฤดูการเพาะปลูกหรือช่วงเวลาที่ปิดเทอมลูกหลานเกษตรกรสามารถใช้เวลาให้เป็นประโยชน์ โดยการเข้ารับการฝึกอบรม

จะเห็นได้เกษตรกรยังมีความต้องการให้หน่วยงานราชการให้ความช่วยเหลือในเรื่องของอาชีพนอกการเกษตรหรืออาชีพเสริม ดังนั้นนักวางแผน นักส่งเสริม และหน่วยงานราชการอื่น ๆ สามารถให้การช่วยเหลือเกษตรกร โดยการใช้สื่อกลุ่ม เช่น จัดการฝึกอบรม การทัศนศึกษาดูงาน เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์โดยตรงจากเกษตรกรในพื้นที่อื่น

5. จากผลการวิจัยพบว่า สื่อกลุ่มประเภทการฝึกอบรม การทัศนศึกษาดูงาน และการประชุมกลุ่มมีบทบาทในการส่งเสริมอาชีพเกษตรกรรม ดังนั้นในการให้ความรู้แก่เกษตรกรครั้งต่อไปเจ้าหน้าที่ปฏิรูปที่ดินควรที่จะนำสื่อกลุ่มมาประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม และตรงตามวัตถุประสงค์

ดังนั้นเพื่อให้ได้ความชัดเจนในการทำการวิจัยดังกล่าวให้มากขึ้น ควรมีการกำหนดบทบาทของสื่อด้านอื่น ๆ ด้วย ซึ่งผลการวิจัยที่ได้มานั้นจะมีเนื้อหาครอบคลุมเรื่องบทบาทของสื่อ และสะดวกในการนำสื่อมาประยุกต์ใช้กับเกษตรกรในพื้นที่นั้น ๆ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การสร้างแบบสอบถาม ควรตั้งคำถามให้กระชับ สามารถตอบวัตถุประสงค์ได้ทุกข้อ มีความชัดเจน รัดกุม และครอบคลุมในสิ่งที่ต้องการคำตอบ เพื่อง่ายต่อการเก็บข้อมูล โดยเฉพาะข้อมูลการวิจัยด้านการเกษตร เนื่องจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเป็นเกษตรกร ระดับการศึกษาไม่สูงมากนัก ความเข้าใจในเนื้อหาคำถามในแบบสอบถามจึงเป็นสิ่งที่ผู้วิจัยจะต้องตระหนักอย่างมาก การสร้างความคุ้นเคยกับผู้ให้ข้อมูลก็เป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งที่จะทำให้ผู้วิจัยได้รับข้อมูลง่ายขึ้น และมีความเป็นจริงสูง

2. ช่วงเวลาในการเก็บข้อมูล ควรเลือกช่วงเวลาที่เหมาะสม เนื่องจากผู้ให้ข้อมูลเป็นเกษตรกรเวลาว่างของแต่ละบุคคลจะไม่ตรงกัน แล้วแต่ลักษณะงานเกษตรนั้น ๆ เวลาที่เหมาะสมควรเป็นช่วงเวลาประมาณ 16.00 น. เป็นต้นไป เพราะเกษตรกรส่วนใหญ่กลับจากการทำงานแล้ว จึงมีเวลาในการข้อมูลได้นานและไม่เร่งรีบจนเกินไป

3. การเก็บข้อมูลแบบสอบถามในลักษณะการสัมภาษณ์ เป็นวิธีการรวบรวมข้อมูลที่ใช้เวลานาน เนื่องจากมีคำถามหลายข้อ หลายส่วน เพื่อไม่ให้เกษตรกรเกิดความสับสนในคำถามและศัพท์ทางวิชาการ ผู้เก็บข้อมูลต้องอธิบายให้เห็นเป็นรูปธรรมมองเห็นได้ชัดเจน เพื่อให้เกษตรกรเข้าใจและสามารถตอบคำถามได้อย่างตรงประเด็น ข้อสังเกตดังกล่าวจึงเป็นสิ่งที่ผู้วิจัยควรปรับปรุงการสร้างแบบสอบถามโดยการหลีกเลี่ยงการใช้ศัพท์ทางวิชาการ

4. กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เป็นเกษตรกรในพื้นที่หนึ่งของเขตปฏิรูปที่ดินจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งยังมีเกษตรกรอีกหลายอำเภอและอีกหลายจังหวัด ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์และลักษณะการประกอบอาชีพเกษตรกรรมที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรที่จะศึกษาถึงลักษณะการประกอบอาชีพเกษตรกรรมที่มีความแตกต่างกันในเชิงเปรียบเทียบพื้นที่สองพื้นที่

5. จากการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาบทบาทของสื่อเท่านั้น เพื่อให้ได้ข้อมูลการใช้สื่อในการพัฒนาอาชีพเกษตรกรรมให้ได้ประสิทธิภาพ ควรที่จะศึกษาถึงปัญหาการเปิดรับสื่อของเกษตรกรอีกทางหนึ่งด้วย

บรรณานุกรม

กาญจนา แก้วเทพ, กำจร หลุยยะพงศ์, รุจิรา สุภาษา และวีระพงษ์ พลนิกรกิจ. 2543. **สื่อเพื่อชุมชน การประมวลองค์ความรู้**. กรุงเทพฯ: สำนักงาน กองทุนสนับสนุนการวิจัย.

เกศินี จุฑาวิจิตร. 2542. **การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น**. นครปฐม: สถาบันราชภัฏนครปฐม.

ขวัญเรือน กิตติวัฒน์. 2531. **แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับทฤษฎีการสื่อสาร**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ไชยยศ เรืองสุวรรณ. 2522. **เครื่องมือเทคโนโลยีทางการศึกษา**. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม.

ณรงค์ สมพงษ์. 2535. **สื่อเพื่องานส่งเสริมเผยแพร่**. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.

_____. 2543. **สื่อสารมวลชนเพื่องานส่งเสริม**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ทวีศักดิ์ สุวรรณสินธุ์. 2527. **สื่อที่เหมาะสมในการถ่ายทอดความรู้แผนใหม่ทางการเกษตรเพื่อการประกอบอาชีพของเกษตรกร อำเภอบางปะหัน จังหวัดนครศรีอยุธยา**. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ทรงพล ภูมิพัฒน์. 2538. **จิตวิทยาสังคม**. ภาควิชาพื้นฐาน, คณะศิลปะศาสตร์, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

ธนาวัลย์ ตรีนุสนธ์. 2543. **ปัญหาและความต้องการทางด้านสื่อของเกษตรกรในจังหวัดกระบี่**. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ธิดาดาว ภักดี. 2525. **บทบาทของสื่อที่มีต่อการยอมรับการเลี้ยงกุ้งก้ามกรามของสมาชิกโครงการส่งเสริมการเลี้ยงกุ้งก้ามกรามของเกษตรกรจังหวัดกาฬสินธุ์**. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นรินทร์ชัย พัฒนพงศา. 2527. **บทบาทของสื่อมวลชนต่อการยอมรับวิทยาการแผนใหม่และทัศนคติบางประการของเกษตรกรในจังหวัดเชียงใหม่**. เชียงใหม่: ภาคส่งเสริมและเผยแพร่การเกษตร, คณะเกษตรศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

นฤชิต แววศรีผ่อง. 2531. **ความต้องการสื่อของเกษตรกรเพื่อพัฒนาการเกษตรและชนบทในเขตปฏิรูปที่ดิน อำเภอสนามชัยเขต จังหวัดฉะเชิงเทรา**. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เนิน นวนคงรอด. 2527. **การศึกษาบทบาทของสื่อในโครงการเร่งรัดการป้องกันและกำจัดหนู เน้นหนักในนาข้าวปี 2526 ในจังหวัดปทุมธานี.** กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บุญธรรม จิตต์อนันต์. 2540. **ส่งเสริมการเกษตร.** กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เบญจมาศ ปริวัฒนศักดิ์. 2525. **ประสิทธิภาพการใช้วิธีการส่งเสริมแบบต่าง ๆ ของเกษตรกรตำบลในจังหวัดพระนครราชสีมา.** กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

พีระ จิรโสภณ. "ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน". น. 13 – 17. ใน **เอกสารสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร.** นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

เพ็ญแข แสงแก้ว. 2541. **การวิจัยทางสังคมศาสตร์.** กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ยุพดี ชัยภักดิ์. 2524. **การศึกษาบทบาทของสื่อที่มีต่อการยอมรับฝ้ายพันธุ์ใหม่ของสมาชิกนิคมสร้างตนเองลำตะคอง จังหวัดนครราชสีมา.** กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วราภรณ์ ศิริวรรณ. 2526. "สื่อกับการพัฒนาการรณรงค์เพื่อการรู้หนังสือ". **วารสารการศึกษานอกโรงเรียน.** (ตุลาคม 2526): 45 – 62.

สายสุนีย์ รัตนรักษ์ติยา. 2537. **การศึกษาการใช้สื่อในงานส่งเสริมการเกษตร ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมระดับตำบล ในจังหวัดขอนแก่น.** ขอนแก่น: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

สำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม. 2537. **การพัฒนาอาชีพเกษตรกรในเขตปฏิรูปที่ดิน.** กรุงเทพฯ: สำนักงาน.

เสถียร เชยประดับ. 2525. **การสื่อสารงานนวตกรรม.** กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

องอาจ จิยะนันท์. 2523. **เอกสารประกอบการสอนการจัดการบริการสื่อการสอน.** กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.

อนันธนา อังกินันท์ และ เกื้อกูล ศุปรัตน์. 2523. **สื่อสารมวลชนและการประชาสัมพันธ์การศึกษา.** กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

เอมอร หุ่นตรีกุล. 2526. **การใช้สื่อของเจ้าหน้าที่ภาคธุรกิจเอกชนเพื่อการศึกษาพัฒนาการเกษตรและชนบทของประเทศไทย.** กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

ภาพกิจกรรม

ภาพ 5 การฝึกอบรม

ภาพ 6 การประชุม

ภาพ 6 กิจกรรมการเลี้ยงกบ

ภาพ 7 บ่อเลี้ยงกบ

ภาพ 8 การเลี้ยงไก่ไข่ (1)

ภาพ 9 การเลี้ยงไก่ไข่ (2)

ภาพ 10 การเลี้ยงไก่ไข่ (3)

ภาคผนวก ข

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

ประกอบการวิจัยเรื่อง

บทบาทของสื่อในการพัฒนาอาชีพเกษตรกรรม : กรณีศึกษาเกษตรกรในเขตปฏิรูปที่ดินป่าจอมทอง อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่

Media roles in agricultural occupation development
a case study of farmers in Pa-Chomtong Agricultural
Land Reform Area, Chomtong District, Chiang Mai

คำชี้แจง : แบบสอบถามประกอบด้วยสามส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วยเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานะทางประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับ การเปิดรับสื่อของเกษตรกร ว่าเกษตรกรมีการเปิดรับสื่อประเภทใดบ้าง ดังนี้ สื่อมวลชน สื่อกลุ่ม และสื่อบุคคล

ตอนที่ 3 เป็นคำถามถึงบทบาทของสื่อในการพัฒนาอาชีพเกษตรกรรม

นางสาววชิรา วชิรจุติพงศ์ รหัส 43909517
สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์

1. เพศผู้ให้สัมภาษณ์

1. [ ] ชาย 2. [ ] หญิง

2. อายุ ..... ปี

3. สถานภาพ

1. [ ] โสด 2. [ ] สมาส

3. [ ] หย่าร้าง 4. [ ] หม้าย

4. ระดับการศึกษา

1. [ ] ไม่ได้เรียนหนังสือ
2. [ ] ต่ำกว่าประถมศึกษา
3. [ ] ประถมศึกษา
4. [ ] มัธยมศึกษาตอนต้น
5. [ ] มัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวช.
6. [ ] ระดับ ปวส.
7. [ ] ปริญญาตรี
8. [ ] สูงกว่าปริญญาตรี

5. จำนวนสมาชิกในครอบครัว ..... คน

6. รายได้ของครอบครัวต่อเดือน ..... บาท

7. ปัจจุบันท่านประกอบอาชีพเกษตรกรรมลักษณะใด

1. [ ] เกษตรกรรมเชิงเดี่ยว
2. [ ] เกษตรกรรมแบบผสมผสาน
3. [ ]เกษตรกรรมแบบยั่งยืน

ตอนที่ 2 การเปิดรับสื่อ

1. สื่อมวลชน

1.1 หนังสือพิมพ์

1. ท่านอ่านหนังสือพิมพ์หรือไม่

1. [ ] อ่าน
2. [ ] ไม่อ่าน

2. หนังสือพิมพ์ที่ท่านอ่าน คือ

1. [ ] หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ
2. [ ] หนังสือพิมพ์เดลินิวส์
3. [ ] หนังสือพิมพ์เชียงใหม่นิวส์
4. [ ] หนังสือพิมพ์มติชน
5. [ ] อื่น ๆ (ระบุ) .....

3. หัวข้อข่าวที่ท่านอ่านเป็นเรื่องเกี่ยวกับอะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. [ ] ข่าวการเมือง
2. [ ] ข่าวเศรษฐกิจ
3. [ ] ข่าวเกษตรกรรม
4. [ ] ข่าวกีฬา
5. [ ] อื่น ๆ (ระบุ) .....

4. ท่านอ่านหนังสือพิมพ์เพื่อวัตถุประสงค์อะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. [ ] เพื่อรับรู้ข่าวสาร
2. [ ] เพื่อหาความรู้เพิ่มเติม
3. [ ] เพื่อความบันเทิง
4. [ ] เพื่อฆ่าเวลา
5. [ ] อื่น ๆ (ระบุ) .....

5. ท่านใช้เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์เฉลี่ยวันละเท่าไหร่

1. [ ] น้อยกว่า 1 ชั่วโมง
2. [ ] 1 – 2 ชั่วโมง
3. [ ] 2 – 3 ชั่วโมง
4. [ ] มากกว่า 3 ชั่วโมง
5. [ ] อื่น ๆ (ระบุ) .....

6. ท่านอ่านหนังสือพิมพ์ช่วงเวลาใดบ้าง

1. [ ] ก่อน 9.00 น.
2. [ ] 9.00 – 13.00 น.
3. [ ] 13.00 – 17.00 น.
4. [ ] 17.00 – 21.00 น.
5. [ ] หลังเวลา 21.00 น.

7. สถานที่ที่ท่านอ่านหนังสือพิมพ์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. [ ] บ้าน
2. [ ] สถานที่ราชการ
3. [ ] ร้านค้า/ร้านอาหาร
4. [ ] ศาลาประจำหมู่บ้าน
5. [ ] อื่น ๆ (ระบุ) .....

8. ท่านมีความถี่ในการอ่านหนังสือพิมพ์มากน้อยแค่ไหน

1. [ ] นาน ๆ ครั้ง
2. [ ] บางวัน
3. [ ] เกือบทุกวัน
4. [ ] ทุกวัน
5. [ ] อื่น ๆ (ระบุ) .....

1.2 สื่อวิทยุ

1. ท่านรับฟังวิทยุหรือไม่

1. [ ] ฟัง 2. [ ] ไม่ฟัง

2. สถานีวิทยุที่ท่านรับฟัง คือ .....

3. รายการวิทยุที่ท่านฟังเป็นเรื่องเกี่ยวกับอะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. [ ] ข่าวการเมือง
2. [ ] ข่าวเศรษฐกิจ
3. [ ] ข่าวเกษตรกรรม
4. [ ] ข่าวกีฬา
5. [ ] อื่น ๆ (ระบุ) .....

4. ท่านรับฟังวิทยุเพื่อวัตถุประสงค์อะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. [ ] เพื่อรับรู้ข่าวสาร
2. [ ] เพื่อหาความรู้เพิ่มเติม
3. [ ] เพื่อความบันเทิง
4. [ ] เพื่อฆ่าเวลา
5. [ ] อื่น ๆ (ระบุ) .....

5. ท่านใช้เวลาในการฟังวิทยุเฉลี่ยวันละเท่าไหร่

1. [ ] น้อยกว่า 1 ชั่วโมง
2. [ ] 1 – 2 ชั่วโมง
3. [ ] 2 – 3 ชั่วโมง
4. [ ] มากกว่า 3 ชั่วโมง
5. [ ] อื่น ๆ (ระบุ) .....

6. ท่านฟังวิทยุช่วงเวลาใดบ้าง

1. [ ] ก่อน 9.00 น.
2. [ ] 9.00 – 13.00 น.
3. [ ] 13.00 – 17.00 น.
4. [ ] 17.00 – 21.00 น.
5. [ ] หลังเวลา 21.00 น.

7. สถานที่ที่ท่านรับฟังวิทยุ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. [ ] บ้าน 2. [ ] สถานที่ราชการ

3. [ ] ร้านค้า/ร้านอาหาร 4. [ ] ศาลาประจำหมู่บ้าน

5. [ ] อื่น ๆ (ระบุ) .....

8. ท่านมีความถี่ในการรับฟังวิทยุมากน้อยแค่ไหน

1. [ ] นาน ๆ ครั้ง 2.[ ] บางวัน

3. [ ] เกือบทุกวัน 4. [ ] ทุกวัน

5. [ ] อื่น ๆ (ระบุ) .....

1.3 สื่อโทรทัศน์

1. ท่านดูรายการทางโทรทัศน์หรือไม่

1. [ ] ดู 2. [ ] ไม่ดู

2. สถานีโทรทัศน์ที่ท่านรับชม คือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. [ ] ช่อง 3 2. [ ] ช่อง 5

3. [ ] ช่อง 7 4. [ ] ช่อง 9

5. [ ] ช่อ 11 6. [ ] อื่น ๆ (ระบุ)

.....

3. รายการโทรทัศน์ที่ท่านรับชมเป็นเรื่องเกี่ยวกับอะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. [ ] ข่าวการเมือง

2. [ ] ข่าวเศรษฐกิจ

3. [ ] ข่าวเกษตรกรรม

4. [ ] ข่าวกีฬา

5. [ ] อื่น ๆ (ระบุ) .....

4. ท่านรับชมโทรทัศน์เพื่อวัตถุประสงค์อะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. [ ] เพื่อรับรู้ข่าวสาร

2. [ ] เพื่อหาความรู้เพิ่มเติม

3. [ ] เพื่อความบันเทิง

4. [ ] เพื่อฆ่าเวลา

5. [ ] อื่น ๆ (ระบุ) .....

5. ท่านใช้เวลาในการรับชมโทรทัศน์เฉลี่ยวันละเท่าไหร่

1. [ ] น้อยกว่า 1 ชั่วโมง

2. [ ] 1 – 2 ชั่วโมง

3. [ ] 2 – 3 ชั่วโมง

4. [ ] มากกว่า 3 ชั่วโมง

5. [ ] อื่น ๆ (ระบุ) .....

6. ท่านรับชมโทรทัศน์ช่วงเวลาใดบ้าง

1. [ ] ก่อน 9.00 น.

2. [ ] 9.00 – 13.00 น.

3. [ ] 13.00 – 17.00 น.

4. [ ] 17.00 – 21.00 น.

5. [ ] หลังเวลา 21.00 น.

7. สถานที่ที่ท่านรับชมโทรทัศน์(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. [ ] บ้าน 2. [ ] สถานที่ราชการ

3. [ ] ร้านค้า/ร้านอาหาร 4. [ ] ศาลาประจำหมู่บ้าน

5. [ ] อื่น ๆ (ระบุ) .....

8. ท่านมีความถี่ในการรับชมโทรทัศน์มากน้อยแค่ไหน

1. [ ] นาน ๆ ครั้ง 2.[ ] บางวัน

3. [ ] เกือบทุกวัน 4. [ ] ทุกวัน

5. [ ] อื่น ๆ (ระบุ) .....

2. สื่อกลุ่ม

1. ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมกับสื่อสุ่มหรือไม่

1. [ ] เคย 2. [ ] ไม่เคย

2. สื่อกลุ่มที่ท่านเข้าร่วมกิจกรรมมีอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. [ ] การประชุมกลุ่ม 2. [ ] การฝึกอบรม

3. [ ] นิทรรศการ 4. [ ] การทัศนศึกษา/ดูงาน

5. [ ] อื่น ๆ (ระบุ) .....

3. วัตถุประสงค์ที่ท่านเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่มคือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. [ ] เพื่อรับรู้ข่าวสาร

2. [ ] เพื่อหาความรู้เพิ่มเติม

3. [ ] เพื่อความบันเทิง

4. [ ] เพื่อฆ่าเวลา

5. [ ] อื่น ๆ (ระบุ) .....

4. ในการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่มแต่ละครั้งท่านได้รับความรู้เกี่ยวกับเรื่องใด

.....

.....

5. ท่านมีความถี่ในการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่มบ่อยเพียงใด

1. [ ] หนึ่งครั้งต่อหนึ่งเดือน 2. [ ] สองครั้งต่อหนึ่งเดือน

3. [ ] สามครั้งต่อหนึ่งเดือน 4. [ ] มากกว่าสามครั้งต่อหนึ่งเดือน

5. [ ] อื่น ๆ (ระบุ) .....

3. สื่อบุคคล

1. ท่านเคยได้รับความรู้เกี่ยวกับเกษตรกรรมจากสื่อบุคคลหรือไม่

1. [ ] เคย 2. [ ] ไม่เคย

2. สื่อบุคคลที่ท่านได้พบปะหรือเข้าร่วมกิจกรรม คือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. [ ] ผู้นำกลุ่ม 2. [ ] เกษตรตำบล

3. [ ] เจ้าหน้าที่ปฏิรูปที่ดิน 4. [ ] เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร

5. [ ] อื่น ๆ (ระบุ) .....

3. วัตถุประสงค์ที่ท่านเข้าร่วมพบปะสื่อบุคคล คือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. [ ] เพื่อติดตามข่าวสารทางด้านการเกษตร

2. [ ] เพื่อหาความรู้ทางด้านการเกษตรเพิ่มเติม

3. [ ] เพื่อฆ่าเวลา

4. [ ] อื่น ๆ (ระบุ) .....

4. ในการเข้าร่วมพบปะสื่อบุคคลแต่ละครั้งท่านได้รับความรู้เกี่ยวกับเรื่องใด

.....

.....

5. ท่านมีความถี่ในการเข้าร่วมพบปะสื่อบุคคลบ่อยเพียงใด

1. [ ] หนึ่งครั้งต่อหนึ่งเดือน 2. [ ] สองครั้งต่อหนึ่งเดือน

3. [ ] สามครั้งต่อหนึ่งเดือน 4. [ ] มากกว่าสามครั้งต่อหนึ่งเดือน

5. [ ] อื่น ๆ (ระบุ) .....

ตอนที่ 3 บทบาทของสื่อในการพัฒนาอาชีพเกษตรกรรม

สื่อมีบทบาทต่อท่านอย่างไรบ้าง กรุณาให้ข้อมูลในตารางข้างล่าง

สื่อ	บทบาทของสื่อ				
	ให้ความรู้	เปลี่ยนทัศนคติ	เปลี่ยนพฤติกรรม	เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่	หมายเหตุ
1. สื่อมวลชน 1.1 หนังสือพิมพ์	[ ] ให้ความรู้ [ ] ไม่ให้ความรู้	[ ] เปลี่ยนทัศนคติ [ ] ไม่ทัศนคติ	[ ] เปลี่ยนพฤติกรรม [ ] ไม่เปลี่ยนพฤติกรรม	[ ] เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่ [ ] ไม่ เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่	
1.2 วิทยุ	[ ] ให้ความรู้ [ ] ไม่ให้ความรู้	[ ] เปลี่ยนทัศนคติ [ ] ไม่ทัศนคติ	[ ] เปลี่ยนพฤติกรรม [ ] ไม่เปลี่ยนพฤติกรรม	[ ] เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่ [ ] ไม่ เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่	
1.3 โทรทัศน์	[ ] ให้ความรู้ [ ] ไม่ให้ความรู้	[ ] เปลี่ยนทัศนคติ [ ] ไม่ทัศนคติ	[ ] เปลี่ยนพฤติกรรม [ ] ไม่เปลี่ยนพฤติกรรม	[ ] เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่ [ ] ไม่ เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่	

สื่อ	บทบาทของสื่อ				
	ให้ความรู้	เปลี่ยนทัศนคติ	เปลี่ยนพฤติกรรม	เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่	หมายเหตุ
2. สื่อกลุ่ม 2.1 การประชุมกลุ่ม	[ ] ให้ความรู้ [ ] ไม่ให้ความรู้	[ ] เปลี่ยนทัศนคติ [ ] ไม่ทัศนคติ	[ ] เปลี่ยนพฤติกรรม [ ] ไม่เปลี่ยนพฤติกรรม	[ ] เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่ [ ] ไม่ เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่	
2.2 การฝึกอบรม	[ ] ให้ความรู้ [ ] ไม่ให้ความรู้	[ ] เปลี่ยนทัศนคติ [ ] ไม่ทัศนคติ	[ ] เปลี่ยนพฤติกรรม [ ] ไม่เปลี่ยนพฤติกรรม	[ ] เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่ [ ] ไม่ เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่	
2.3 นิทรรศการ	[ ] ให้ความรู้ [ ] ไม่ให้ความรู้	[ ] เปลี่ยนทัศนคติ [ ] ไม่ทัศนคติ	[ ] เปลี่ยนพฤติกรรม [ ] ไม่เปลี่ยนพฤติกรรม	[ ] เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่ [ ] ไม่ เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่	
2.4 การทัศนศึกษา/ดูงาน	[ ] ให้ความรู้ [ ] ไม่ให้ความรู้	[ ] เปลี่ยนทัศนคติ [ ] ไม่ทัศนคติ	[ ] เปลี่ยนพฤติกรรม [ ] ไม่เปลี่ยนพฤติกรรม	[ ] เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่ [ ] ไม่ เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่	

สื่อ	บทบาทของสื่อ				
	ให้ความรู้	เปลี่ยนทัศนคติ	เปลี่ยนพฤติกรรม	เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่	หมายเหตุ
2.5 อื่น ๆ(ระบุ)	[ ] ให้ความรู้ [ ] ไม่ให้ความรู้	[ ] เปลี่ยนทัศนคติ [ ] ไม่ทัศนคติ	[ ] เปลี่ยนพฤติกรรม [ ] ไม่เปลี่ยนพฤติกรรม	[ ] เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่ [ ] ไม่ เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่	
3. สื่อบุคคล 3.1 ผู้นำกลุ่ม	[ ] ให้ความรู้ [ ] ไม่ให้ความรู้	[ ] เปลี่ยนทัศนคติ [ ] ไม่ทัศนคติ	[ ] เปลี่ยนพฤติกรรม [ ] ไม่เปลี่ยนพฤติกรรม	[ ] เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่ [ ] ไม่ เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่	
3.2 เกษตรตำบล	[ ] ให้ความรู้ [ ] ไม่ให้ความรู้	[ ] เปลี่ยนทัศนคติ [ ] ไม่ทัศนคติ	[ ] เปลี่ยนพฤติกรรม [ ] ไม่เปลี่ยนพฤติกรรม	[ ] เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่ [ ] ไม่ เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่	
3.3 เจ้าหน้าที่ปฏิรูปที่ดิน	[ ] ให้ความรู้ [ ] ไม่ให้ความรู้	[ ] เปลี่ยนทัศนคติ [ ] ไม่ทัศนคติ	[ ] เปลี่ยนพฤติกรรม [ ] ไม่เปลี่ยนพฤติกรรม	[ ] เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่ [ ] ไม่ เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่	

สื่อ	บทบาทของสื่อ				
	ให้ความรู้	เปลี่ยนทัศนคติ	เปลี่ยนพฤติกรรม	เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่	หมายเหตุ
3.4 เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร	[ ] ให้ความรู้ [ ] ไม่ให้ความรู้	[ ] เปลี่ยนทัศนคติ [ ] ไม่ทัศนคติ	[ ] เปลี่ยนพฤติกรรม [ ] ไม่เปลี่ยนพฤติกรรม	[ ] เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่ [ ] ไม่ เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่	
3.5 อื่นๆ (ระบุ)	[ ] ให้ความรู้ [ ] ไม่ให้ความรู้	[ ] เปลี่ยนทัศนคติ [ ] ไม่ทัศนคติ	[ ] เปลี่ยนพฤติกรรม [ ] ไม่เปลี่ยนพฤติกรรม	[ ] เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่ [ ] ไม่ เกิดความมุ่งหวังในอาชีพใหม่	

1. ท่านมีอาชีพเสริมอะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ เลี้ยงกบ
☐ เลี้ยงไก่ไข่
☐ อื่น ๆ.....

2. สื่อมีบทบาทในการส่งเสริมอาชีพของท่านอย่างไร ในระดับใด กรุณาทำเครื่องหมาย √ ลงในช่องว่างตามความเป็นจริง และความคิดเห็นของท่าน

ประเภทสื่อ	ลักษณะการส่งเสริมอาชีพ	ระดับความสำคัญ
สื่อมวลชน ☐ สื่อหนังสือพิมพ์	☐ ให้ความรู้ ☐ จัดหาแหล่งเงินทุน ☐ จัดหาพ่อพันธุ์-แม่พันธุ์ ☐ จัดหาตลาด ☐ อื่นๆ (ระบุ)	มาก ปานกลาง น้อย
☐ สื่อวิทยุ	☐ ให้ความรู้ ☐ จัดหาแหล่งเงินทุน ☐ จัดหาพ่อพันธุ์-แม่พันธุ์ ☐ จัดหาตลาด ☐ อื่นๆ (ระบุ)	
☐ สื่อโทรทัศน์	☐ ให้ความรู้ ☐ จัดหาแหล่งเงินทุน ☐ จัดหาพ่อพันธุ์-แม่พันธุ์ ☐ จัดหาตลาด ☐ อื่นๆ (ระบุ)	

ประเภทสื่อ	ลักษณะการส่งเสริมอาชีพ	ระดับความสำคัญ
สื่อกลุ่ม ☐ การประชุมกลุ่ม	☐ ให้ความรู้ ☐ จัดหาแหล่งเงินทุน ☐ จัดหาพ่อพันธุ์-แม่พันธุ์ ☐ จัดหาตลาด ☐ อื่น ๆ.....	มาก ปานกลาง น้อย
☐ การฝึกอบรม	☐ ให้ความรู้ ☐ จัดหาแหล่งเงินทุน ☐ จัดหาพ่อพันธุ์-แม่พันธุ์ ☐ จัดหาตลาด ☐ อื่น ๆ.....	
☐ นิทรรศการ	☐ ให้ความรู้ ☐ จัดหาแหล่งเงินทุน ☐ จัดหาพ่อพันธุ์-แม่พันธุ์ ☐ จัดหาตลาด ☐ อื่น ๆ.....	
☐ การทัศนศึกษาดูงาน	☐ ให้ความรู้ ☐ จัดหาแหล่งเงินทุน ☐ จัดหาพ่อพันธุ์-แม่พันธุ์ ☐ จัดหาตลาด ☐ อื่น ๆ.....	

ประเภทสื่อ	ลักษณะการส่งเสริมอาชีพ	ระดับความสำคัญ
สื่อบุคคล ☐ ผู้นำกลุ่ม	☐ ให้ความรู้ ☐ จัดหาแหล่งเงินทุน ☐ จัดหาพ่อพันธุ์-แม่พันธุ์ ☐ จัดหาตลาด ☐ อื่น ๆ.....	มาก ปานกลาง น้อย
☐ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร	☐ ให้ความรู้ ☐ จัดหาแหล่งเงินทุน ☐ จัดหาพ่อพันธุ์-แม่พันธุ์ ☐ จัดหาตลาด ☐ อื่น ๆ.....	
☐ เจ้าหน้าที่ปฏิรูปที่ดิน	☐ ให้ความรู้ ☐ จัดหาแหล่งเงินทุน ☐ จัดหาพ่อพันธุ์-แม่พันธุ์ ☐ จัดหาตลาด ☐ อื่น ๆ.....	

ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก ค

ประวัติผู้วิจัย

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - สกุล	นางสาว วชิรา วชิรจุติพงศ์	
เกิดเมื่อ	27 กรกฎาคม 2517	
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2536	โรงเรียนปรินส์รอยแยลส์วิทยาลัย จังหวัดเชียงใหม่
	พ.ศ. 2539	ปริญญาตรี ศิลปศาสตร์บัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2539 – 2540	CO - PRODUCER บริษัท ไทยเทเลวิชั่น โปรดักชั่น จำกัด กรุงเทพฯ
	พ.ศ. 2540 – 2541	เจ้าหน้าที่ฝ่ายเผยแพร่ โครงการผู้หญิงไทยในวันพรุ่งนี้ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
	พ.ศ.2541 – 2543	ประชาสัมพันธ์ บริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน)
	พ.ศ. 2543 – 2545	เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหาร สำนักงานปฏิรูปที่ดินจังหวัดเชียงใหม่
	พ.ศ. 2545 – 2546	เจ้าของกิจการ ร้านอาหาร SCHERZO
	พ.ศ. 2546 – ปัจจุบัน	ฝ่ายประสานงานลูกค้า หสม. อาร์ จี บี แอดเวอร์ไทซิ่ง เอเจนซี่ และ เจ้าของกิจการ เฮือนเชียงดาวรีสอร์ท จังหวัดเชียงใหม่