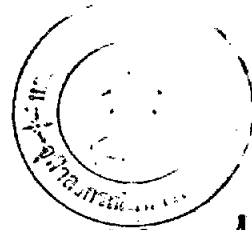


ทฤษฎีและผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง



ในการเขียนวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ ได้ศึกษาถึงทฤษฎีและแนวความคิดในการสื่อสาร ตลอดจนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิจัย ตลอดจนเพื่อเปรียบเทียบว่า ผลการวิจัยที่ได้ออกมานั้น จะช่วยสนับสนุนหรือคัดค้านทฤษฎีดังกล่าวมากน้อยเพียงใด ทั้งนี้

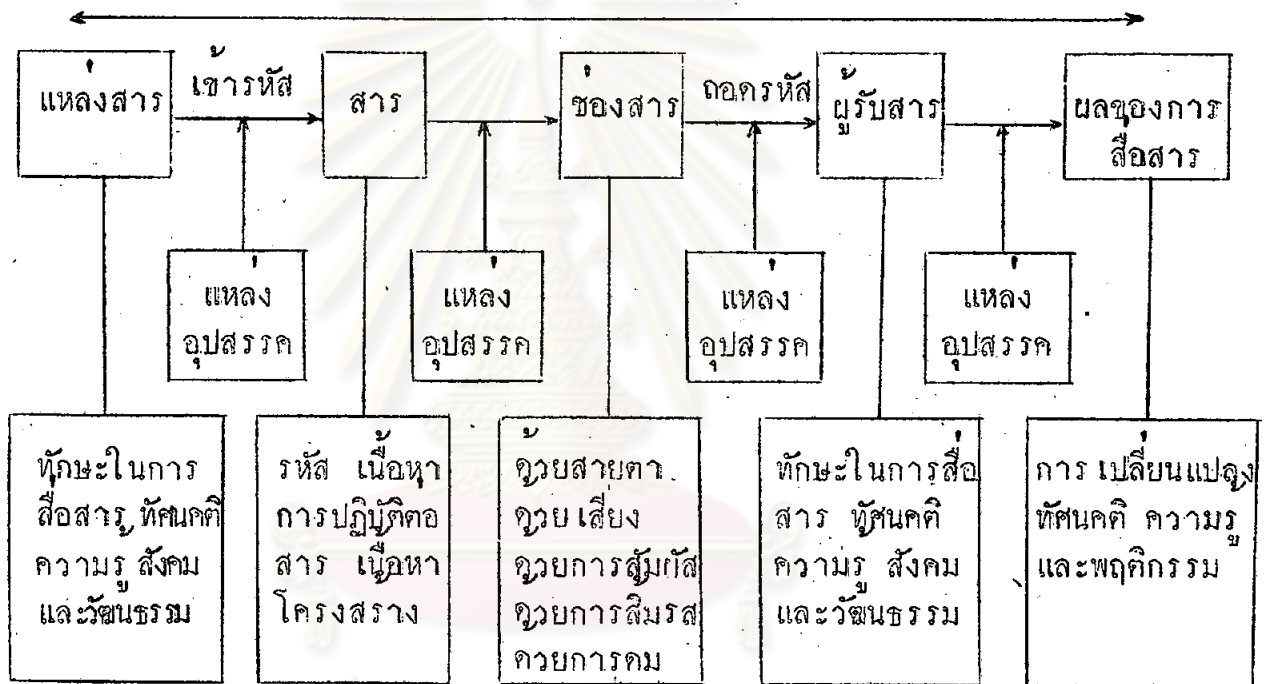
1. กระบวนการติดต่อสื่อสาร (Communication Process) "การสื่อสารคือกระบวนการที่ความคิดหรือข่าวสาร ถูกส่งจากแหล่งสารไปยังผู้รับสารด้วยเจตนาที่จะเปลี่ยนความรู้ทัศนคติ และพฤติกรรมบางประการของผู้รับสาร"<sup>1</sup> และ David K. Berlo<sup>2</sup> ได้พูดถึงองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารดังนี้

1. <u>ผู้ส่งสาร</u> ประ- <u>กอบด้วย</u>	2. <u>สาร</u> ประ- <u>กอบ</u>	3. <u>ช่องสาร</u> ประ- <u>กอบ</u>	4. <u>ผู้รับสาร</u> ประ- <u>กอบ</u>
ทักษะในการสื่อ	รหัส	การเห็น	ทักษะในการสื่อ
สาร	(Code)	(Seeing)	สาร
(Comm. Skills)	สัญลักษณ์	การได้ยิน	(Comm. Skills)
ทัศนคติ	(Symbol)	(Hearing)	ทัศนคติ
(Attitudes)	สัญญาณ	การสัมผัส	(Attitudes)
ความรู้	(Signal)	(Touching)	ความรู้
(Knowledge)	เนื้อหาของสาร	การลิ้มรส	(Knowledge)
ระบบสังคมและ	(Content)	(Tasting)	ระบบสังคมและ
วัฒนธรรม	การนำเสนอสาร	การดม	วัฒนธรรม
(Social Cul-	(Treatment)	(Smelling)	(Social Cul-
tural System)			tural System)

<sup>1</sup> Everett M. Rogers, Communication Strategies for Family Planning. (New York: The Free Press, 1973), p.43.

<sup>2</sup> David K. Berlo, The Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice. (New York: Holt, Rinehart and Winston, 1960), p.32.

แบบจำลองกระบวนการคิดต่อสื่อสาร ซึ่ง คร. เสด็ยร เชยประทับ<sup>1</sup> ได้จัดทำขึ้นโดยประยุกต์แนวความคิดของ E. M. Rogers และ F. F. Shoemaker, D. K. Berlo, Claude Shannon และ Warren Weaver เขาควบกััน ประกอบด้วยแหล่งสาร (Source) สาร (Message) ช่องทางที่สารถูกส่ง (Channel) ผู้รับสาร (Receiver) ผลที่เกิดจากการสื่อสาร (Effects) และการสะท้อนกลับหรือปฏิกิริยาตอบสนอง (Feed back)



กระบวนการสื่อสารตามแบบจำลองนี้ประกอบด้วย<sup>2</sup>

1. แหล่งสาร (Source) แหล่งสารหรือผู้ส่งสาร แหล่งสารอาจจะเป็นคนคนหนึ่ง หรือคนหลายคนที่ทำางานรวมกัน เป็นองค์การ ที่พูด เขียน หรือแสดง

<sup>1</sup> เสด็ยร เชยประทับ, "การสื่อสาร", นิเทศสาร (สิงหาคม 2522) : 50

<sup>2</sup> เรื่องเดียวกัน, หน้า 51-53.

กิริยาท่าทางใ้บุคคลอื่น หรือองค์การอื่นทราบ มีปัจจัยที่สำคัญอย่างน้อย 4 ประการ ควบกันในตัวของแหล่งสาร ที่กำหนดความสามารถของแหล่งสารในการสื่อสาร ปัจจัยที่สำคัญเหล่านี้ได้แก่ ทักษะในการสื่อสาร ทักษะคติ ความรู้ และระดับของสังคมและวัฒนธรรม การสื่อสารจะมีประสิทธิภาพ ถ้าหากว่าผู้ส่งสารหรือแหล่งสารและผู้รับสารมีคุณลักษณะทั้ง 4 ประการนี้คล้าย ๆ กัน

2. สาร (Message) สาร หมายถึงสิ่งเร้าที่แหล่งสารส่งออกไปยังผู้รับสาร อาจนึกถึงสารโดยกลางถึงธรรมชาติของสาร เช่น นมิกที่พิมพ์ลงบนแผ่นกระดาษ คลื่นเสียงในอากาศ หรืออาจกล่าวถึงสารในลักษณะของสัญญาณ (Signal) ที่ผู้รับสารสามารถแปลหรือเข้าใจได้ องค์ประกอบของสารได้แก่สัญลักษณ์หรือรหัส (Symbol or Code) เนื้อหาของสาร (Content) การปฏิบัติของสาร (Treatment) และโครงสร้างของสัญญาณลักษณะของสาร (Structure) สารทุกสารไม่ว่าจะมีรหัสหรือสัญลักษณ์อย่างไร จะต้องมีเนื้อสารซึ่งเกี่ยวข้องกับความคิดที่อยู่ภายในตัวสารนั้น โดยผู้ส่งสารหรือแหล่งสารจะต้องเลือกเนื้อสารให้เหมาะสมกับผู้รับ และรหัสหรือสัญลักษณ์ที่เลือกให้ผู้รับเข้าใจได้จะต้องมีโครงสร้าง (Structure) หรือการจัดระเบียบเข้าไว้ด้วยกัน โครงสร้างในที่นี้ เช่น หลักของไวยากรณ์ ซึ่งรวมสระและพยัญชนะ เข้าไว้เป็นวลีหรือประโยค

3. ช่องสาร (Channel) อาจนึกถึงช่องสารในแง่ของคลื่นแสง คลื่นเสียง หรือสื่อในการสื่อสาร เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร การ ฯลฯ แบบจำลองนี้ให้ข้อคิดเกี่ยวกับช่องสารในลักษณะของประสาทสัมผัสทั้ง 5 จึงอาจเห็นไคยบิน สัมผัสลิ้มรส หรือดมกลิ่นสารได้

4. ผู้รับสาร (Receiver) ผู้รับสารอาจเป็นคน ๆ หนึ่ง คนกลุ่มหนึ่ง หรือเป็นองค์การก็ได้ การที่ผู้รับสารจะรับสารได้คือแค่ไหน ขึ้นอยู่กับปัจจัยในตัวของผู้รับสาร อันได้แก่ ทักษะในการสื่อสาร ทักษะคติ ความรู้ และระดับของสังคมและวัฒนธรรมของผู้รับสาร

5. ผลของการสื่อสาร (Effects) การสื่อสารอาจมีผลก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในความรู้ ทักษะ หรือพฤติกรรมในตัวผู้รับสารได้

6. กระบวนการในการส่งสาร (Action) การโต้ตอบสารที่ส่งมา (reaction) และการโต้ตอบซึ่งกันและกัน (Interaction) ก็คือการตอบกลับหรือปฏิกิริยาตอบสนอง

ในการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการรับข่าวสารที่มีผลต่อการยอมรับการปลูกกาแฟของเกษตรกรนี้ แหล่งสาร (Source) ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ซึ่งส่งสาร (Message) เกี่ยวกับเรื่องการปลูกกาแฟ ผ่านช่องสาร (Channel) ควบคู่กันโดยมีและได้เห็น ในรูปของการพูดระหว่างบุคคล การพูดทางวิทยุ พกหรือ เสนอภาพทางวิทยุโทรทัศน์ หรือในรูปของการจัดทำแปลงสาธิตของ เจ้าหน้าที่รัฐบาล ตลอดจนการจัดแสดงนิทรรศการวันกาแฟไปยังผู้รับ (Receiver) ซึ่งเป็นเกษตรกรกิ่งอำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร

## 2. กระบวนการยอมรับ (Adoption Process)

Adoption Process เป็นกระบวนการเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรม โดยกระบวนการนี้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นในสมอง ที่บุคคลจะต้องผ่านขั้นหรือระยะต่าง ๆ ตั้งแต่ขั้นแรกที่รู้เรื่อง หรือมีความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรม ไปจนถึงขั้นที่ตัดสินใจที่จะยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม Rogers กล่าวว่ากระบวนการในการตัดสินใจของบุคคลที่จะยอมรับนวัตกรรมมีห้าขั้น หรือหาระยะควบคู่กันคือ<sup>1</sup>

1. ขั้นการตระหนักหรือตื่นตัว (Awareness Stage) หมายถึงขั้นที่บุคคลมีความรู้เกี่ยวกับความคิดใหม่ สิ่งใหม่ หรือวิธีปฏิบัติใหม่ แต่

<sup>1</sup> Everett M. Rogers, Diffusion of Innovation. (Glencoe: The Free Press, 1962), p.81.

ซากทรายละเอียด

2. **ขั้นสนใจ (Interest Stage)** ในขั้นนี้ บุคคลจะเกิดความสนใจในนวัตกรรม และเริ่มแสวงหาความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมมากยิ่งขึ้น

3. **ขั้นประเมินผล (Evaluation Stage)** ในขั้นนี้ บุคคลจะประเมินคุณค่านวัตกรรมโดยคำนึงถึงประโยชน์ผลได้ผลเสียของการยอมรับ หรือ ประโยชน์ของนวัตกรรมนั้น

4. **ขั้นการทดลอง (Trial Stage)** เป็นขั้นการนำนวัตกรรมไปทดลองใช้ในปริมาณจำกัด โดยบุคคลจะประยุกต์แนวความคิดด้วยการนำไปทดลองปฏิบัติเพื่อช่วยในการตัดสินใจ

5. **ขั้นการยอมรับ (Adoption Stage)** คือ ขั้นที่บุคคลยอมรับโดยนำนวัตกรรมนั้นไปปฏิบัติอย่างเต็มที่

ต่อมา Everett M. Rogers และ F. Floyd Shoemaker เห็นว่าแบบจำลอง Adoption Process ซึ่งมี 5 ขั้นนี้มีข้อบกพร่องหลายประการ ดังนั้นจึงได้เปลี่ยนขั้นตอนของกระบวนการยอมรับนวัตกรรมใหม่เป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้<sup>1</sup>

1. **ขั้นความรู้ (Knowledge)** คือ การที่บุคคลมีความรู้ในนวัตกรรม เช่น ทราบว่ามีนวัตกรรมเกิดขึ้น และพอจะทราบว่านวัตกรรมนั้นทำอะไรได้อย่างไร

2. **ขั้นการจูงใจ (Persuasion)** เป็นขั้นของการสร้างทัศนคติ เช่น คุ้มหรือไม่คุ้มเกี่ยวกับนวัตกรรมนั้น

<sup>1</sup> Everett M. Rogers and F. Floyd Shoemaker, Communication of Innovations. (New York: The Free Press, 1971), pp. 100-117.

3. ขั้นการตัดสินใจ (Decision) ขั้นนี้บุคคลจะกระทำกิจกรรมซึ่งจะนำไปสู่การเลือกที่จะยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม ขั้นนี้อาจจะมีการทดลองใจ เพราะส่วนใหญ่แล้วผู้รับนวัตกรรมจะไม่ยอมรับถ้าไม่มีการทดลอง

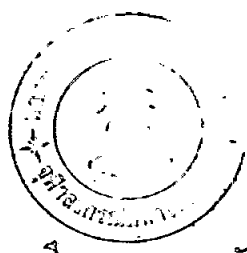
4. ขั้นการยืนยัน (Confirmation) เป็นขั้นสุดท้ายของกระบวนการยอมรับนวัตกรรม ในขั้นนี้บุคคลจะแสวงหาการยืนยันหรือหาความมั่นใจสำหรับการตัดสินใจที่ใดตัดสินใจไปแล้ว โดยอาจเปลี่ยนการตัดสินใจที่ยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมในขั้นนี้ได้

สำหรับการศึกษาเรื่องนี้ ผู้วิจัยจะเน้นในขั้นการยอมรับโดยจะพิจารณาถึงพฤติกรรมการรับข่าวสารของเกษตรกรในแต่ละลำดับขั้นตอนตามที่กล่าวมา เพื่อนำมาหาข้อสรุปถึงสาเหตุแห่งการยอมรับ และลักษณะต่าง ๆ ของเกษตรกรที่ยอมรับการปลูกกาแฟในกิ่งอำเภอละโวตะ จังหวัดชุมพร

#### ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาเรื่องทัศนคติต่อการยอมรับของใหม่ และลักษณะการยอมรับของชาวนาในจังหวัดขอนแก่น ของนายสุวรรณ บัวทวน พบว่า แหล่งที่ให้ความเกี่ยวกับของใหม่ที่สำคัญที่สุดนั้นมาจากตัวบุคคล ซึ่งได้แก่ เจ้าหน้าทีที่เกี่ยวข้องและผู้นำภายในชุมชน เพื่อนบ้าน เป็นแหล่งที่ให้ความสำคัญของชาวนา และการที่ชาวนายอมรับการใหม่ของใหม่ก็มาจากคำแนะนำของบุคคล เหล่านี้ เป็นส่วนใหญ่ นอกจากนี้ยังพบอีกว่า สมาชิกกลุ่มเกษตรกรมีแนวโน้มในการทราบข่าวคราวที่สูงกว่า และมีการยอมรับของใหม่ตามเกษตรกร เร็วกว่าชาวนาที่ไม่ได้เขาเป็นสมาชิกกลุ่มเกษตรกร<sup>1</sup>

<sup>1</sup> สุวรรณ บัวทวน, "ทัศนคติต่อการยอมรับของใหม่และลักษณะการยอมรับของชาวนาในจังหวัดขอนแก่น" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ แผนกวิชาสังคม-วิทยา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2514), หน้า ๖-๗.



จากการศึกษา เรื่อง การศึกษาการยอมรับวิทยากร เกษตรแผนใหม่ เกี่ยวกับการปลูกข้าวของเกษตรกรในท้องที่อำเภอท่าบ่อ จังหวัดหนองคาย ของ ชัยชาอุมดีนุชย์ พบว่า เจาหน้าที่ส่งเสริมและเผยแพร่ความรู้การ เกษตรแผนใหม่ในการทำนาสาธิต ได้ใช้วิธีการถ่ายทอดความรู้แก่สมาชิกนาสาธิตหลายวิธี ดังนี้

1. ใช้การประชุมอบรม
2. ใช้วิธีกำหนดงานให้สมาชิกทำ
3. ใช้วิธีให้สมาชิกไปศึกษาจากเพื่อนสมาชิก
4. ใช้วิธีให้สมาชิกรับฟังความรู้ทางวิทยุกระจายเสียง
5. ใช้วิธีพาสมาชิกไปศึกษาและดูกิจการของสมาชิกอื่นที่ทำได้ผลดี
6. ใช้เอกสาร เผยแพร่ ตลอดจนหนังสือพิมพ์

ผลปรากฏว่าวิธีการประชุมอบรมนับ เป็นวิธีการที่ได้ผลดี ทั้งนี้เพราะสมาชิกกว่าร้อยละ 50 ให้ความสนใจ เขาประชุม และรับการอบรมเป็นประจำ มีสมาชิกเพียงบางรายที่ขาดการประชุม นอกจานี้สมาชิกร้อยละ 40 ยังให้ความเห็นว่า การประชุมอบรมที่จัดขึ้นสำหรับสมาชิกนั้นยังจัดน้อยครั้งเกินไปอีกควยเกษตรกรซึ่งเป็นสมาชิกนาสาธิตให้ความเห็นว่า ได้รับความรู้เรื่องการทำนาสาธิตจากการประชุมกลุ่ม 33% เจาหน้าที่ส่งเสริมการ เกษตร 25% จากเพื่อนสมาชิก 21% จากวิทยุ 10% จากการคูโรนาของสมาชิกที่ทำได้ผล 9% และจากการอ่านข่าวหนังสือพิมพ์ 2% และสมาชิกทุกรายให้ความเห็นว่านาสาธิตช่วยให้สมาชิกสามารถเพิ่มผลผลิตของข้าว ทั้งช่วยให้สมาชิกได้รับวิชาความรู้ เกี่ยวกับการ เกษตร

แผนใหม่อีกด้วย<sup>1</sup>

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยบางประการที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับวิทยาการเกษตรแผนใหม่ของเกษตรกรเจ้าของสวนยาง หมู่ที่ 2 ตำบลนาบอน อำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดย นายคณิต มานพวงศ์ พบว่า อัตราการยอมรับวิทยาการเกษตรแผนใหม่มีความสัมพันธ์กับผลผลิตจากยาง และการติดต่อกับหน่วยส่งเสริมการเกษตร โดยเกษตรกรผู้มีผลผลิตจากยางสูง หรือติดต่อกับหน่วยส่งเสริมการเกษตรบ่อยครั้งและสม่ำเสมอ จะยอมรับวิทยาการเกษตรแผนใหม่ได้มากและรวดเร็วกว่าผู้ที่มีผลผลิตจากยางต่ำหรือผู้ที่ไม่เคยติดต่อกับเจ้าหน้าที่ทางการเกษตรเลย<sup>2</sup>

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการปลูกพืชหมุนเวียนของเกษตรกร จังหวัดศรีสะเกษ ของ พิสมัย กระแสนทร์ พบว่า การยอมรับการปลูกพืชหมุนเวียนของเกษตรกรจังหวัดศรีสะเกษ ขึ้นกับคุณลักษณะของเกษตรกร เช่น รายได้ ความรู้ สถานภาพในสังคม คุณลักษณะของ

<sup>1</sup> ชัยชาญ มณีสมบูรณ์, "การศึกษาการยอมรับวิทยาการเกษตรแผนใหม่ เกี่ยวกับการปลูกข้าวช่วงฤดูนาในท้องที่อำเภอทาบอ จังหวัดหนองคาย" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาส่งเสริมการเกษตร คณะวิทยาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2513), หน้า 30.

<sup>2</sup> คณิต มานพวงศ์, "ปัจจัยบางประการที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับวิทยาการเกษตรแผนใหม่ของเกษตรกรเจ้าของสวนยาง หมู่ที่ 2 ตำบลนาบอน อำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาส่งเสริมการเกษตร คณะวิทยาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2518), หน้า 2-3.



เทคโนโลยี และคุณลักษณะของ เจ้าหน้าที่ส่ง เสริมในส่วนที่เกี่ยวกับการติดต่อสื่อสาร โดยโคตรพบว่า

1. อัตรการยอมรับมีความสัมพันธ์ระหว่างการไปเข้าร่วมประชุมอบรม ที่ทาง ราชการหรือสมาชิก เพื่อนบ้าน ใกล้เคียงนั้น กล่าวคือ ถ้า เกษตรกรไปร่วมประชุม อบรมมากก็มีแนวโน้มจะยอมรับการปลูกพืชหมุนเวียนมาก ถ้าไปร่วมประชุมอบรม น้อยก็มีแนวโน้มจะยอมรับการปลูกพืชหมุนเวียนน้อย ผู้ที่ไม่เคยไปร่วมประชุม หรือ อบรม เลยจะไม่ยอมรับการปลูกพืชหมุนเวียนและ เทคโนโลยีใหม่ ๆ

2. อัตรการยอมรับมีความสัมพันธ์ระหว่างการติดต่อกับ เพื่อนบ้านติดต่อ สมาชิกแปลงสาธิต เกี่ยวกับวิทยากรแผนใหม่ กล่าวคือ ผู้ที่ไปสอบถาม เพื่อนบ้าน หรือสมาชิกแปลงสาธิตนาน ๆ ครั้ง และบ่อย ๆ ครั้ง จะยอมรับการปลูกพืชหมุนเวียนมากกว่าผู้ที่ไม่เคยไปติดต่อสอบถาม เลย

3. อัตรการยอมรับมีความสัมพันธ์ระหว่างการอ่านหนังสือพิมพ์ หรือ เอกสารทางการ เกษตร เมื่อ เปรียบ เทียบอัตรการยอมรับ ของผู้ไม่เคยสนใจอ่าน เลยกับผู้ที่สนใจอ่านนาน ๆ ครั้ง พบว่าผู้สนใจอ่านนาน ๆ ครั้ง จะยอมรับ เทคโนโลยีต่าง ๆ มากกว่าผู้ที่ไม่เคยสนใจอ่าน เลย และ เปรียบ เทียบผู้ที่เคยอ่าน บ่อยครั้งที่สุกกับผู้ที่ไม่อ่าน เลยพบว่า ผู้ที่สนใจอ่านบ่อยครั้งที่สุก จะยอมรับมากกว่าผู้ ไม่เคยสนใจอ่าน เลย

4. อัตรการยอมรับมีความสัมพันธ์ระหว่างการรับฟัง รายการความรู ทางการ เกษตร ทางวิทยุกระจายเสียง เมื่อ เปรียบ เทียบระหว่างผู้ที่สนใจรับฟัง นาน ๆ ครั้ง รับฟังบ่อยครั้ง และรับฟังบ่อยครั้งที่สุกพบว่าผู้ที่สนใจฟังรายการทาง วิทยุคงกล่าวยอมรับ เทคโนโลยีใหม่ ๆ มากกว่าผู้ที่ไม่เคยสนใจรับฟัง เลย

5. พนักงานส่งเสริมการ เกษตรที่พูดจาคล่องแคล่ว และสามารถโน้มน้าว จิตใจ เกษตรกรให้คล้อยตาม สามารถทำให้มีผู้ยอมรับ เทคโนโลยีมากขึ้นไปตาม

ลำดับของการพัฒนาแล้ว ให้เห็นคลอบตามของพนักงานส่งเสริม ส่วนพนักงานส่งเสริมที่พุกจาไม่คลอบแล้วและไม่สามารถโน้มน้าวใจของเกษตรกรได้ เกษตรกรจะไม่ยอมรับเลย<sup>1</sup>

จากการศึกษาหมู่บ้านชาวนาในโคลอมเบีย (Colombian Peasants Villages) ของ Rogers และ Svenning พบว่า มีปัจจัยหลายอย่างที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมของชาวนาในโคลอมเบีย ได้แก่ ระดับการศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจ และฐานะทางสังคม โดยชาวนาที่มีการศึกษาสูง ฐานะทางเศรษฐกิจดี และมีตำแหน่งหน้าที่การงาน เช่น เป็นผู้ใหญ่บ้าน เป็นครู จะยอมรับนวัตกรรมได้เร็วกว่าผู้มีการศึกษากว่า ฐานะคอยกว่า และไม่มีตำแหน่งหน้าที่การงาน นอกจากนี้ผลการศึกษาของ Rogers และ Svenning ทำให้ทราบต่อไปว่า ผู้ที่มีโอกาสติดต่อกับสังคมภายนอกหมู่บ้าน เช่น ผู้มีอาชีพค้าขายซึ่งได้ติดต่อกันระหว่างหมู่บ้านกับตัวเมืองเป็นประจำ จะเป็นผู้นำนวัตกรมมาเผยแพร่ในหมู่บ้าน<sup>2</sup>

จากการศึกษาเรื่องการใช้สื่อและการใช้สื่อเพื่อให้ชาวสารในการประกอบกิจกรรมในไรนาในหมู่บ้าน Pacieno Rizal จังหวัด Laguna ประเทศฟิลิปปินส์ เมื่อปี ค.ศ. 1964 โดยต้องการทราบว่าสื่ออะไรบ้างที่ชาวสาร และเกษตรกรมีขอบเขตของการใช้สื่อต่าง ๆ เหล่านี้ได้อย่างไร ผู้วิจัยพบว่า ได้มีการใช้สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อมวลชน เพื่อเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมในไรนาแก่เกษตรกร

<sup>1</sup> พิเศษ กระแสอินท "ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการปลูกพืชหมุนเวียนของเกษตรกร จังหวัดศรีสะเกษ" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาส่งเสริมการเกษตร คณะวิทยาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2518), หน้า 42.

<sup>2</sup> Rogers and Svenning, Modernization Among Peasants; The Impact of Communication, pp.70-105.

สื่อที่ซึ่มากที่สุดคือแก๊สสื่อบุคคล รองลงมาเป็นสื่อมวลชน วิทยุ โทรทัศน์ ซึ่งจากการสำรวจพบว่า เกษตรกรในหมู่บ้านรอยละ 57 ขึ้นไปมีวิทยุไว้รับฟัง ผู้วิจัยสรุปว่า สื่อบุคคลและสื่อมวลชนคือให้ความรู้แก่เกษตรกรในการปรับปรุงไรนา และการส่งเสริมการผลิตผลิตภัณฑ์ภายในครัวเรือนมากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์<sup>1</sup>

Rose K. Goldsen และ Max Ralis ได้ศึกษา เกี่ยวกับการยอมรับของใหม่ในหมู่บ้านบางชั้น ซึ่งอยู่ติดกันกับอำเภอเมืองบุรีรัมย์ และอำเภอบางกะปิ โดยเนื้อหาของใหม่ 4 อย่าง คือ การไถบด การไถเครื่องยนต์ การเลี้ยงปลาหมอเทศ และการเพาะเห็ด พบว่าผู้ที่ยอมรับของใหม่เหล่านี้เป็นผู้ที่มีฐานะทางสังคมสูง เดินทางติดต่อกับเมืองหลวงบ่อย ๆ มีการเปิดรับสื่อมวลชน คือฟังวิทยุ ดูภาพยนตร์มาก นอกนั้นผู้ที่ยอมรับของใหม่ ส่วนมากเป็นผู้ที่สามารถอ่านออกเขียนได้<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Defa Greez Efren, "Availability and Use of Farm Information Media in Barrio Paciano Rizal, Bay, Laguna. 1964," in Esther F. Monigque (eds.) Abstract of Research in Agricultural Development Communication, Vol.3. (Department of Agricultural Communications, College of Agriculture, U. P. at Los Bonos College, Saguna, Philippines, 1980), pp.9-11.

<sup>2</sup> Rose K. Goldsen and Max Ralis. Factors Related to Acceptance of Innovations in Bang Chan, Thailand. (Ithaca) (New York: Cornell University Press, 1957), p.31.

จากการศึกษาเรื่องสื่อมวลชนในฐานะตัวแทนของการเปลี่ยนแปลงใน 4 หมู่บ้าน ของจังหวัด Laguna ประเทศฟิลิปปินส์ ของ Cesar M. Mercado, Agreda Consullo และ Parbal Maximo พบว่า ส่วนใหญ่คนในหมู่บ้าน ซึ่งเป็นเกษตรกรจะเชื่อฟังผู้ใหญ่บ้านมากที่สุด และชาวสารคาม ๆ ส่วนใหญ่จะไ้รับจากสมาชิกสภาหมู่บ้าน สำหรับค่านสื่อมวลชนผู้วิจัยพบว่า ประชากรร้อยละ 39.6 มีวิทยุเป็นของตนเอง และอีกร้อยละ 63.4 ไม่มีวิทยุ แต่จะฟังรายการคาม ๆ จากคนข้างบ้านหรือร้านค้าใกล้เคียง ซึ่งกล่าวได้ว่า หมู่บ้านที่ไม่มีหนังสืออ่านจะสนใจวิทยุมาก นอกจากนี้จากการวิจัยยังพบว่า โปปลิวและโปสเคอร์เป็นสื่อชนิดหนึ่งที่ทำให้เกษตรกรเข้าใจง่ายและเพิ่มพูนความรู้ไ้มาก แต่อย่างไรก็ตามจากการศึกษาผู้วิจัยพบว่า ประชาชนไ้ความเชื่อถือข่าวสารที่ไ้รับจากสื่อบุคคลมากที่สุด ผู้วิจัยไ้เสนอแนะว่าวิทยุจะเป็นสื่อที่ผู้ฟังไ้ความสนใจมากขึ้นถ้าสามารถเสนอเรื่องไ้เกษตรกรสนใจ

Sycip C. Felicidad คำเป็นการสำรวจปัจจัยอันมีผลต่อการยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม (Innovation) ของประชากรชนบทในประเทศฟิลิปปินส์ และพบว่าปัจจัยคาม ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมไ้แก่ ระดับการศึกษาของบุคคล การคิดคอกับสังคมในเมือง การรับฟังวิทยุ การอ่านหนังสือพิมพ์ และการ

<sup>1</sup> Cesar M. Mercado, Agreda Consullo, Parbal Maximo, "Mass Media As Agents of Change in Four Selected Barrios of Laguna Province," in Esther F. Monigque (eds.) Abstract of Research in Agricultural Development Communication, Vol. 3. (Department of Agricultural Communications, College of Agriculture, U. P. at Los Bonos College, Saguna, Philippines, 1979), pp. 33-34.

เป็นสมาชิกของสโมสรต่าง ๆ<sup>1</sup>

Antonio S. Frio ทำการศึกษาเรื่องการยอมรับ ชาวพันธุ์ IR8 โดยพิจารณาจากความชอบผู้นำ และแหล่งสารในหมู่วานาที่ทานาในฤดูแล้ง ใน Morong Rizal ประเทศฟิลิปปินส์ ในปี ค.ศ. 1968 และพบว่า การยอมรับชาวพันธุ์ IR8 มีความสัมพันธ์กับการเลือกผู้นำ ชาวนาที่ชอบ นำแบบประชาธิปไตยจะ เชื่อชาวสารจากสื่อมวลชน นอกจากนี้ นักวิจัยยังพบว่าสามในสี่ ส่วนของผู้อยอมรับจะปลูกชาวพันธุ์ IR8 อย่างเดียว อีกหนึ่งในสี่จะปลูกชาวพันธุ์ IR8 กับพันธุ์อื่นควบ ชาวนาเรียนรู้เกี่ยวกับชาวพันธุ์ IR8 และได้รับความรู้ คานการ เกษตรอื่น ๆ จากสื่อบุคคล แต่อย่างไรก็ตามชาวนาที่รับฟังวิทยุเป็น เครื่อง เสริมความรูจากสื่อบุคคลควบ ดังนั้นสื่อบุคคลจึงมีความสำคัญ ต่อการยอมรับของชาวนามากที่สุด และสื่อวิทยุมีความสำคัญรองลงมา<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Sycip C. Felicidad "Factors related to acceptance or Rejection of Innovation" in Espiritue, Social Foundations of Community Development. (Manila: R. M. Garcia Publishing House, 1964), pp.592-601.

<sup>2</sup> Antonio S. Frio "Leadership-Preference, IR8 Adoption and Communication Sources Among Dry-Season Farmers of Morong, Rizal," in Esther F. Monigqué (eds.) Abstract of Research in Agricultural Development Communication, Vol.2. (Department of Agricultural Communications, College of Agriculture, U. F. at Los Bonos College, Saguna, Philippines, 1970), pp.55-56.

Pedro Bueno ทำการศึกษาเรื่องบทบาทของสื่อมวลชนในการยอมรับยาปราบศัตรูพืช 2,4-D ใน 2 หมู่บ้าน ของจังหวัด Laguna ประเทศฟิลิปปินส์ ในปี ค.ศ. 1966 และพบว่าสื่อมวลชนไม่มีผลในชั้นการยอมรับ โดยในชั้นรับทราบ ชื่นสนใจ และชั้นประเมินผล สื่อบุคคลมีผลมากที่สุด ส่วนสื่อมวลชนมีผลบ้างเล็กน้อย ในชั้นทดลอง แต่ไม่มีผลในชั้นยอมรับเลย<sup>1</sup>

Angel Pineda ศึกษาเรื่องสื่อมวลชนในฐานะเป็นผู้นำ การเปลี่ยนแปลงนวัตกรรมการกำจัดหนูในหมู่บ้าน Paciano Rizal จังหวัด Laguna ประเทศฟิลิปปินส์ เมื่อปี ค.ศ. 1967 โดยต้องการทราบว่าการใช้สื่อมวลชนมีผลต่อชาวบ้านอย่างไร ถ้าไม่มีสื่อบุคคลช่วยเสริม และพบว่าในสภาพเช่นนั้น สื่อมวลชนไม่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมเลย และผู้วิจัยพบต่อไปอีกว่า สื่อบุคคลยังคงมีอิทธิพลมากที่สุดกว่าสื่ออื่น ๆ<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Pedro Bueno, "The Role of Mass Media in the adoption of 2,4-D in Two Laguna Barrios," in Esther F. Monigque (eds.) Abstract of Research in Agricultural Development Communications, Vol.2. (Department of Agricultural Communications, College of Agriculture, U. P. at Los Bonos College, Saguna, Philippines, 1978), pp.22-25.

<sup>2</sup> Angel Pineda "Mass Media as Agents of Change in Barrio Paciano Rizal, Bay, Laguna," in Esther F. Monigque (eds.) Abstract of Research in Agricultural Development Communication, Vol.2. (Department of Agricultural Communications, College of Agruculture, U. P. at Los Bonos College, Saguna, Philippines, 1976), pp.23-24.

จากผลการศึกษาต่าง ๆ ตามที่กล่าวแล้ว พบว่าการยอมรับนวัตกรรม เกิดขึ้นจากการที่บุคคลรับทราบข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ซึ่งสื่อที่มีผลต่อการยอมรับมากที่สุด ได้แก่ สื่อบุคคล สำหรับสื่ออื่น ๆ มีผลต่อการยอมรับรองลงไป นอกจากนี้ยังพบอีกว่า คุณลักษณะส่วนบุคคลหลายอย่างมีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมของบุคคล ได้แก่ ระดับการศึกษา ฐานะทาง เศรษฐกิจและฐานะทางสังคม ขอสรุปเหล่านี้ ล้วนเป็นไปในแนวทาง เดียวกันกับสมมุติฐานที่ตั้งขึ้น เพื่อทำการศึกษาในเรื่องนี้ ซึ่งจะได้อธิบายถึงต่อไป



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย