

การเปิดรับสื่อมวลชนและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล
กับปัจจัยทางค่านิยมศาสตร์



ช่องว่างระหว่างเมืองและชนบท

การที่ประชากรในชนบทพากันอพยพมุ่งเข้าเมือง โดยละทิ้งถิ่นฐานบ้านช่องของตนนั้น เป็นแนวโน้มที่เกิดขึ้นในประเทศที่กำลังพัฒนาทั่วโลก การที่เมืองสามารถดึงดูดคนชนบทนอกจากจะทำให้สังคมชนบทต้องประสบกับการซบถกันทั้งทางด้านการเศรษฐกิจและสังคมแล้ว ยังก่อให้เกิดปัญหาต่าง ๆ เพิ่มขึ้นขึ้นในเมือง เช่น ปัญหาสังคม การเมือง เศรษฐกิจและการบริหาร มูลเหตุที่ทำให้คนชนบทมุ่งเข้าเมืองกันก็เพราะความแตกต่างไม่ตกเหมือนกันในการดำรงชีวิต ประชากรในเขตชนบทมีมาตรฐานการครองชีพต่ำ และโอกาสที่จะทำมาหากินมีจำกัด ส่วนใหญ่เป็นเพราะการขาดที่ดินทำกินเป็นของตนเอง ขาดความรู้หรือวิธีการผลิตสมัยใหม่ รวมทั้งขาดสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

ในทางตรงกันข้าม เมืองกลับมีเหตุจูงใจมากมาย ในเมืองมีบริการสาธารณสุขโลกและสวัสดิการอย่างกว้างขวาง ความรู้สึกในความมั่นคงปลอดภัยของชีวิตก็มีมาก ความสะดวกสบายจากสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัยต่าง ๆ นา ๆ สิ่งเหล่านี้ไม่อาจหาได้ในชนบท ทำให้เกิดความแตกต่างกันอย่างชานาใหญ่ระหว่างเมืองและชนบท และนับวันความแตกต่างนี้ก็จะเพิ่มมากขึ้น จนกลายเป็นช่องว่างที่ไม่อาจจะเชื่อมต่อกันได้ถึง

สำหรับประเทศไทยก็เช่นเดียวกัน ช่องว่างระหว่างเมืองและชนบทเป็นปัญหาใหญ่และปรากฏให้เห็นได้ชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องความแตกต่างของประชากรทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง หรือทางสังคม รวมทั้งในเรื่องการติดต่อสื่อสารด้วย จากการศึกษเปรียบเทียบประชากรในเขตเมือง

และชนบทที่ต่อการเปิดรับสื่อมวลชนและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล โดยพิจารณาถึงปัจจัยทางด้าน
ภูมิศาสตร์ ปรากฏว่า มีผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องของหลายเรื่องแสดงให้เห็นความแตกต่างไว้

James N. Mose1 ได้ศึกษาแบบแผนของการสื่อสารมวลชนในประเทศไทย พบว่า
การสื่อสารมวลชนในเข้านเรา ยังรวมกลุ่มอยู่แต่ในเขตพระนคร-ธนบุรี ซึ่งเป็นนครหลวง ทั้งสื่อพิมพ์
วิทยุ โทรทัศน์ ต่างมุ่งเสนอข่าวความเห็นและความบันเทิงต่อประชาชนจำนวนสองล้านคนของจังหวัด
พระนคร-ธนบุรี ประชาชนส่วนใหญ่ในเขตส่วนภูมิภาคยังถูกทอดทิ้งให้ห่างไกลจากการสื่อสารมวลชน
วิทยุคงเป็นสื่อสารมวลชนประเภทเดียวสำหรับชาวต่างจังหวัด ฉะนั้น เมื่อเปรียบเทียบกันแล้วคนใน
กรุงเทพฯ จึงได้เปรียบชาวต่างจังหวัด เพราะสามารถเข้าถึงบริการทางสื่อสารมวลชนได้มากกว่า ^{๓๖}

ผลการวิจัยเรื่องทรัพยากรสื่อสารมวลชนทั่วประเทศเมื่อปี ๒๕๐๓-๒๕๐๔ ของ ดร. สมควร
กวียะ เป็นการยืนยันในเรื่องนี้เพราะปรากฏว่า จำนวนสื่อมวลชนที่มีอยู่ในประเทศไทยนั้น สื่อ
ประเภทสิ่งพิมพ์ทั้งหมด เป็นหนังสือพิมพ์รายวันที่ออกในเขตพระนคร-ธนบุรี ๕๐ ฉบับ ในต่างจังหวัด
๕๕ ฉบับ นิตยสารรายคาบต่าง ๆ ออกในเขตพระนคร-ธนบุรี ๕๕ ฉบับ ต่างจังหวัด ๑๐ ฉบับ สถานี
วิทยุในเขตพระนคร-ธนบุรี มี ๕๕ สถานี ในต่างจังหวัด ๕๕ สถานี และมีสถานีโทรทัศน์ในเขต
พระนคร-ธนบุรี ๔ สถานี ในต่างจังหวัดอีก ๔ สถานี ^{๓๗}

นอกจากนี้ ความแตกต่างของประชาชนในเมืองและชนบท ยังชี้ให้เห็นลักษณะการติดต่อสื่อ
สารที่แตกต่างกันของประชาชนในสังคมได้อีกด้วย คนนครหลวงมีโอกาสติดต่อกับคนอื่นมาก จะเป็น
การตั้งใจหรือโดยบังเอิญก็ตาม บางครั้งเป็นอย่างฉิวเฉียดและไม่ยาวนาน มีลักษณะเป็นแบบแผนมาก
ไม่เหมือนกับการติดต่อสื่อสารในชนบทที่อยู่ในวงแคบ เป็นการติดต่อโดยตรงไม่มีความสลับซับซ้อน

๓๖

Mose1, James N. "Communication Patterns and Political Socialization in Transitional Thailand," in Pye, Lucian W. Communications and Political Development, Princeton University Press, (1967), pp. 184-228

๓๗

ดร. สมควร กวียะ นิตยสารทรัพยากรสื่อสารมวลชนทั่วประเทศไทย ๒๕๐๓-๒๕๐๔
แผนกอิสระวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ หน้า ๒๗

คอนเซ็ปต์จะง่ายและตรงไปตรงมา ความสัมพันธ์กันนานกว่า

การสื่อความหมายในการวางแผนครอบครัว (Communication in Family Planning)

ความตื่นตัวต่อปัญหาประชากรในปัจจุบันเป็นไปอย่างกว้างขวางไม่ว่าในประเทศที่มีอย่างสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นมหาอำนาจทางทหารและเศรษฐกิจหรือประเทศที่มีเช่นประเทศด้อยพัฒนาทั้งหลายในเอเชียหรือแอฟริกา ทางใดที่ตระหนักว่า การเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของประชากรเป็นอุปสรรคต่อการบรรลุถึงความจำเป็นทางเศรษฐกิจของประเทศและการมีภาวะเจริญพันธุ์ (Fertility) ต่ำ จะช่วยลดปัญหากดดันที่ทับถมบริการทางสุขภาพอนามัย การศึกษา ปัญหาที่อยู่อาศัยและสวัสดิการด้านสังคมลงได้ ประเทศต่าง ๆ จึงให้ความสนใจต่อปัญหาประชากรของตน โดยการสนับสนุนโครงการวางแผนครอบครัวเพื่อการชะลอการเกิดของประชากรในประเทศของตน และด้วยความเชื่อที่ว่า การได้ดุลระหว่างประชากรและทรัพยากรธรรมชาติของโลก จะเป็นภาวะที่จำเป็นต่อการดำรงสันติสุขของโลกที่ยั่งยืน และความสัมพันธ์ที่แนบแน่นจะไม่อาจบรรลุได้หากความรู้ในการวางแผนครอบครัวมิได้ถูกกระจายออกไปอย่างกว้างขวาง

ด้วยเหตุดังกล่าว การสื่อความหมายจึงเข้ามามีบทบาทอย่างสำคัญในการวางแผนครอบครัวในฐานะที่เป็นเครื่องมือ (Tool) ที่ขาดไม่ได้ ความสำเร็จของโครงการวางแผนครอบครัวจำเป็นต้องอาศัยการสื่อความหมายเพื่อ (๑) สร้างสรรค์ (create) ความรู้หรือแนวความคิดเกี่ยวกับการวางแผนครอบครัว วิธีการที่ใช้ในการวางแผนครอบครัว และ/หรือ บรรทัดฐานการมีครอบครัวขนาดเล็ก (small family norm) (๒) สร้างหรือเปลี่ยนทัศนคติของบุคคลเกี่ยวกับ

^{๓๘} รศ.บำรุงสุข สีหอำไพ "อิทธิพลของสื่อสารมวลชนกับนครหลวง" รายงานการสัมมนาเรื่องปัญหา นครหลวง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (๒๕๑๖) หน้า ๑๖๔

^{๓๙} Symonds, Richard & Carder, Michael. The United Nations and the Population Question, Population Council Book, New York (1973), p. 137

^{๔๐} Ibid., p. 104

แนวความคิดดังกล่าวให้หันมาเห็นพ้องด้วย และ (๓) เป็นการสร้างความมั่นใจว่า การใช้วิธีการต่าง ๆ ในการวางแผนครอบครัว จะสามารถป้องกันการปฏิสนธิได้แน่นอน นอกจากนี้ การสื่อความหมายยังมีความสำคัญในระบะการตัดสินใจโดยการชักจูงผู้รับข่าวสาร (Audience) ให้เกิดทัศนคติที่เห็นด้วยและภายหลังยอมรับการวางแผนครอบครัวแล้ว ความพยายามที่จะสื่อความหมายต่อไปก็เป็นสิ่งจำเป็นในการกระตุ้น (reinforce) การตัดสินใจใช้และเพื่อป้องกันการหยุดใช้ (discontinuance) การวางแผนครอบครัวอีกด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Relationship)

การวางแผนครอบครัวของประเทศต่าง ๆ ส่วนใหญ่ รวมทั้งประเทศไทยด้วย มักจะมองเรื่องการสื่อความหมายในการวางแผนครอบครัว (Family Planning Communication) ในวงแคบเกินไป โดยเฉพาะการนิยามขอบเขตการสื่อความหมายในการวางแผนครอบครัวเพียงหมายถึง (๑) วิธีการใช้ของทางของสื่อมวลชน (Channel of Mass Media) และ (๒) การใช้ทักษะในการสื่อความหมาย (Communication Skill) เพื่อการผลิตข่าวสารเกี่ยวกับการวางแผนครอบครัว นั้น ไม่เป็นการเพียงพอ เพราะวิธีการดังกล่าว เป็นเพียงภารกิจ (Activities) อย่างหนึ่งที่ใช้กันในการวางแผนครอบครัวเท่านั้น ความหมายที่กว้างในการสื่อความหมายเพื่อการวางแผนครอบครัวจำเป็นต้องมีกระบวนการ (๓) ในการกำหนดกลยุทธ์ในการสื่อความหมาย (Communication Strategies) โดยอาศัยพื้นฐานความเข้าใจทางสังคมศาสตร์เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมของประชาชนเป็นหลักพิจารณาทางหนึ่ง และ (๔) รวมทั้งการใช้ช่องทางในการสื่อความหมายแบบบุคคลต่อบุคคล (Interpersonal Communication) อีกอย่างหนึ่งด้วย

Everett M. Rogers ได้ศึกษาวิธีการสื่อความหมายในการวางแผนครอบครัวพบว่า ช่องทางการสื่อความหมายแบบบุคคลต่อบุคคล (Channel of Interpersonal Communication)

๑ Rogers, Everett M. loc. cit.

๒ Ibid., p. 27

มีความจำเป็นและสำคัญต่อการชักจูงให้บุคคลส่วนมากหันมาใช้วิธีการวางแผนครอบครัวได้ดีกว่าการใช้สื่อมวลชน ทั้งนี้เพราะข้อจำกัดของสื่อมวลชนในประเทศที่พัฒนามีอยู่มาก เป็นต้นว่า (๑) การเปิดรับสื่อมวลชน (Exposure to Mass Media) มีจำกัด เพราะสื่อต่าง ๆ ไม่อาจเข้าถึงประชาชนเป้าหมายได้ทั่วถึง รวมทั้งอุปสรรคจากการไม่รู้หนังสือของประชาชนที่กระจุกกระจายอยู่ในชนบทมีมาก (๒) ข่าวสารไม่เหมาะสม เพราะเนื้อหาของข่าวสารที่ส่งออกไปไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับ (audience) โดยเฉพาะข้อมูลในลักษณะ "how-to" ที่จะแสดงให้ผู้รับข่าวสารเกิดความรู้อย่างไรในเรื่องต่าง ๆ จนสามารถนำไปเป็นแนวทางสำหรับปฏิบัติหรือประกอบอาชีพได้ไม่มีเลย เช่น ความรู้เกี่ยวกับเกษตรกรรมสมัยใหม่ เรื่องของสุขภาพอนามัยหรือโภชนาการ การพัฒนาชุมชนและวิธีการวางแผนครอบครัว เป็นต้น (๓) ความเชื่อถือได้ของสื่อมวลชน (credibility) ต่ำ เพราะในประเทศที่พัฒนามักจะถูกควบคุมจากรัฐบาลและถูกใช้เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ข่าวสารหรือโฆษณาชวนเชื่อเพื่อประโยชน์ของรัฐบาลเองจึงมักจะไม่ได้ได้รับความเชื่อถือจากประชาชนเท่าที่ควร^{๔๓}

การสื่อความหมายแบบบุคคลต่อบุคคล มีบทบาทสำคัญต่อการวางแผนครอบครัวมาก โดยเฉพาะเมื่อพิจารณาถึงประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมายและอำนาจในการชักจูงใจจะเห็นได้จากกรณีของประเทศไทย โครงการวางแผนครอบครัวในระยะแรกของแผนเป็นการให้บริการทางการแพทย์วิธีใส่ห่วงคุมกำเนิด (IUD) ซึ่งดำเนินการโดยโรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ มีผู้รับการใส่ห่วงจำนวน ๕๘,๐๐๐ รายในระยะปี ๒๕๐๘ - ๒๕๑๓ อัตราผู้รับบริการเป็นสตรีจากทุกภาคของประเทศและสูงถึง ๒๕ คนต่อจำนวนสตรีที่สมรส ๑,๐๐๐ คน ผู้สนใจและยอมรับการวางแผนครอบครัวเป็นพวกที่เรียนรู้เรื่องราวเกี่ยวกับการคุมกำเนิดจากการสื่อความหมายโดยคำพูดผ่านปากต่อปากเพียงอย่างเดียว ไม่ได้อาศัยสื่อมวลชนเลย ทั้งนี้เพราะในระยะเริ่มแรกนั้น รัฐบาลห้ามการใช้สื่อมวลชนในการออกข่าวสารการวางแผนครอบครัว เพราะอาจกลัวว่าจะเป็นการขู่ขู่หรือก่อให้เกิดประชามติในทางที่ไม่เห็นด้วย ดังนั้นการแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการวางแผนครอบครัวของโรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์จึงกระทำผ่านทางวิธีการสื่อความหมายแบบบุคคลต่อบุคคลทั้งหมด^{๔๔}

๔๓

Ibid., p. 268

๔๔

Ibid., p. 264-5

จากการวิเคราะห์สตรีที่ใส่ห่วงปรากฏว่า ส่วนใหญ่ไม่ใช้คนในเมืองและไม่ได้รับการศึกษา
 มาอย่างดี สตรีส่วนใหญ่เป็นภรรยาชาวนาในชนบท ได้รับการศึกษาเพียง ๔ ปีหรือต่ำกว่า มีรายได้
 สูงสุดประมาณไม่เกินเดือนละ ๓๐๐ บาท และมีบุตรที่มีชีวิตอยู่ในวัยน้อยกว่า ๓ หรือ ๔ คน ระวังความ
 ของการที่จะวางแผนครอบครัวของสตรีมีอัตราสูง จากการสำรวจความรู้ ทักษะและการปฏิบัติเกี่ยว
 กับการวางแผนครอบครัว (KAP Survey) ในอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี เมื่อปี ๒๕๐๕
 พบว่า ๗๐% ของสตรีสมรสที่อยู่ในวัยให้กำเนิดบุตรได้ไม่ต้องการมีบุตรมากเลย แม้โดยเฉลี่ยจะมี
 บุตรถึง ๖ คน เมื่อพบวัยให้กำเนิดบุตร ความต้องการมีบุตรที่แท้จริงมีเพียง ๔ คนเท่านั้น

Dubey และ Devgan ได้ศึกษาผู้ใช้ห่วงในการคุมกำเนิดในประเทศอินเดียพบว่า เพื่อน
 เพื่อนบ้านและญาติพี่น้อง เป็นแหล่งข่าวสารการให้ความรู้เกี่ยวกับการวางแผนครอบครัวที่สำคัญ ทั้ง
 นี้สรุปได้ว่า จากการศึกษาของหลายสถาบันเกี่ยวกับ เรื่องนี้ต่างก็ยืนยันผลความสำคัญของบทบาทของ
 เพื่อนเพื่อนบ้านและญาติพี่น้องในการสื่อความหมายเพื่อการวางแผนครอบครัว นอกจากนี้ จาก
 รายงานของ Chandrasekaran และ Kuder ซึ่งรายงานการศึกษาทางคลินิกแพทย์ใน
 Bombay พบว่า หลังจากสตรีได้ไปพบแพทย์แล้ว ๘๓% จะกลับมาปรึกษาหารือกับสามีถึงเรื่องการ
 วางแผนครอบครัว ๑๗% จะสนทนากับญาติพี่น้อง และ ๒๕% กับเพื่อนหรือเพื่อนบ้าน รายงานการ
 ศึกษาเรื่อง Family Growth ซึ่งดำเนินการโดย University of Kerala กล่าวว่า การ
 เปิดรับสื่อประเภทระหว่างบุคคลต่อบุคคลมีอัตราสูงกว่าสื่อมวลชนประเภทสิ่งพิมพ์หรือวิทยุ ยกเว้นใน
 กลุ่มผู้ที่มีสถานภาพสูงมีแนวโน้มที่จะเปิดรับสื่อมวลชนมากกว่า โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ไม่อาจเข้าถึง
 ประชากรชนบทได้ ทั้งคุณค่าในการที่จะเป็นแหล่งสื่อความหมายก็ต้องถูกจำกัดเพราะสภาพการไม่รู้
 หนังสือในชนบท เช่นเดียวกับสื่อประเภทวิทยุก็ต้องถูกจำกัดเพราะจำนวนเครื่องรับในชนบทมีน้อยและ

๕๕

Hawley, Amos H., Visid Prachuabmoh & Jui-Yun Peng. "The
 Education and Action Programm : 1964-1966," The Potharam Study, (2nd Ed.)
 Institute of Population Studies, Chulalongkorn University, (1971)
 Research Report No. 4, p. 56

๕๖

Dubey, D.C. & Devgan, A.K. Family Planning Communications Studies
 in India, Review of Findings & Implications of Studies on Communications,
 Central Family Planning Institute, New Delhi (1969), p. 11

๕๗

Ibid., p. 13

เวลาการออกรายการไม่เหมาะสมสำหรับหมู่บ้าน

จากการศึกษาของ Lerner ในหลายประเทศพบว่า มีความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพทางเศรษฐกิจกับการใช้สื่อมวลชนและการสื่อความหมายแบบบุคคลต่อบุคคล ประเทศที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจสูง จะมีการใช้สื่อประเภทสื่อมวลชนมากกว่าการใช้สื่อแบบบุคคลต่อบุคคล การศึกษาของ University of Kerala ยังพบอีกว่า ผู้ที่มีสถานภาพทางสังคม-เศรษฐกิจสูงมีความเกี่ยวข้องกับกาเปิดรับข่าวสารการกุณำเนินโดยผ่านสื่อประเภทสื่อมวลชน เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร

John E. de Young and Chester L. Hunt ได้ศึกษาถึงช่องทางทางการติดต่อสื่อสารของชาวชนบทในประเทศฟิลิปปินส์ พบว่า แม้ในเขตที่อยู่ห่างไกลโคคเคียวก็มีการติดต่อกับโลกภายนอก ๖๐% ของผู้ตอบคำถามมีการติดต่อกับโลกภายนอกเมื่อสัปดาห์ก่อนการสำรวจ ทั้งนี้ เป็นผู้ที่เคยเดินทางออกจากหมู่บ้าน ๑ ครั้ง ๘๒% เคยเดินทาง ๒ ครั้ง ๒๑.๖% และอีก ๒๖.๘% เคยเดินทางไปต่างถิ่น ๓ ครั้งขึ้นไป ในจำนวนผู้ที่เคยเดินทางไปต่างถิ่น (๖๐%) นั้น เคยเดินทางไปในเมืองไกลเคียงที่สุด ๒๗.๘% เดินทางไปในหมู่บ้านไกลเคียงและมีเพียง ๑% ที่เดินทางไปจังหวัดอื่น การเดินทางส่วนใหญ่ของชาวบ้านก็เพื่อวัตถุประสงค์ทางคานเศรษฐกิจ คือ ๖๑.๗% เป็นการเดินทางไปเพื่อชอขายสินค้าที่ไม่เป็นหมู่บ้าน ๒๘% เดินทางไปเยี่ยมเยียนเพื่อนฝูงในหมู่บ้านอื่น ๑๓.๘% ไปในงานสังคม เช่น งานเลี้ยงสังสรรค์ และ ๘.๕% เดินทางไปดูภาพยนตร์ในเมือง นอกจากนี้ การติดต่อกับโลกภายนอกยังขึ้นอยู่กับสภาพการคมนาคมที่มีอยู่ด้วย การที่ต้องอยู่โคคเคียวห่างไกลจึงมีอุปสรรคที่ขวางกั้นการเดินทางไปต่างถิ่นเสียทั้งหมด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ชาวชนบทในฟิลิปปินส์มีการเดินทางเขาและออกจากหมู่บ้านที่ตนอยู่ในระดับสูงที่เดียว

^{๘๘} Ibid., pp. 16-17

^{๘๙} Ibid., p. 50

^{๙๐} Ibid., p. 51

^{๙๑} Young, John E. de & Hunt, Chester L. Communication Channels and Functional Literacy in the Philippines Barrio, in Espiritu & Hunt, op.cit., p. 265

ในบทสรุปรายงานการศึกษาของ Young และ Hunt ได้กล่าวไว้ว่า การเดินทางเข้าเมืองเป็นครั้งคราว นับเป็นกระบวนการถ่ายทอดความคิดใหม่ ๆ จากเมืองไปสู่ชนบท จากการที่ชาวชนบทเปิดรับ (expose) อารยธรรมของชาวเมืองซึ่งมีการติดต่อสื่อสารมวลชนมากกว่า

จากการศึกษาของ Madge, Goldsen และ Ralis ในเรื่องแบบแผนการเดินทางไปต่างถิ่นของประชากรไทยในชนบทในสองหมู่บ้าน คือ บางชัน ซึ่งอยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ๓๒ กิโลเมตร และ บ้านป่าอ้อ อยู่ในจังหวัดอุบลราชธานี ปรากฏว่าชาวบ้านตำบลบางชัน ๓ ใน ๔ หรือ ๗๕% เคยเดินทางไปกรุงเทพฯ อย่างน้อย ๑ ครั้งภายในปีที่แล้วมา ๕๕% เคยเดินทางไปคอนเมืองซึ่งอยู่ห่างไป ๓๓ กิโลเมตรอย่างน้อย ๑ ครั้งในชีวิต ๗๕% เคยเดินทางไปเมืองมูร์ซึ่งห่าง ๔ กิโลเมตรอย่างน้อย ๒ ครั้งในเค่อนที่แล้วมา ๖๔% เคยไปคลินิคแพทย์ที่กรุงเทพฯ หรือเมืองมูร์มาแล้วอย่างน้อย ๑ ครั้งในชีวิต และ ๕% เคยเดินทางไปต่างประเทศอย่างน้อย ๑ ครั้งในชีวิตด้วย

สำหรับชาวบ้านป่าอ้อที่ปรากฏว่า จำนวน ๖๐% ของประชากรชายอายุระหว่าง ๒๐ - ๒๕ ปี เคยเข้ามาซื้อข้าวสามล้อในกรุงเทพฯ รวม ๕% ประกอบอาชีพค้าขายภายในจังหวัดอุบลราชธานีและ ๖% ค้าขายในจังหวัดอื่นออกไป

ในการศึกษาเปรียบเทียบข้อมูลทั้งเขตเมืองและชนบทตามหัวข้อวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ พบว่าแบบแผนการเดินทางไปต่างถิ่นของประชากรในเขตเมืองและชนบทมีลักษณะแตกต่างกัน (ตารางที่ ๑) ประชากรในชนบทมีการเคลื่อนไหว (Mobility) ในการเดินทางไปต่างถิ่นมากกว่าประชากรในเขตเมือง ไม่ว่าจะเป็นเขตเมืองต่างจังหวัดหรือเขตพระนคร-ธนบุรี อัตราส่วนร้อยละของหัวหน้าครัวเรือนที่เคยเดินทางไปต่างถิ่นในเขตชนบทมีร้อยละ ๕๘.๐ เขตเมืองต่างจังหวัด ๔๒.๗ และ

๕๒

Ibid., p. 266

๕๓

Goldsen, Rose K. & Ralis, Max. "Factors Relating to Acceptance of Innovations in Bang Chan, Thailand," in Pye, Communications & Political Development, op.cit. p. 205

๕๔

Madge, Charles. Survey Before Development in Thai Villages, United Nations Series on Community Organization & Development, Paris, 1957, p. 34 (mimeographed)

ตารางที่ ๑ อัตราส่วนร้อยละหัวหน้าครัวเรือนที่เคยเดินทางไปต่างถิ่น
 จำแนกตามความถี่ที่เดินทางไปทางและลักษณะภูมิภาคของครัวเรือน

	เขตชนบท	เขตเมืองต่างจังหวัด ^๒	พระนคร-ธนบุรี ^๓
ความถี่การเดินทางไปต่างถิ่น			
เคย	๕๘.๐ (๗๘๐)	๘๒.๓ (๒๘๗)	๓๐.๖ (๒๖๒)
ไม่เคย	๒๓.๘ (๓๒๑)	๕๖.๘ (๓๗๕)	๖๘.๓ (๕๘๕)
ไม่ทราบไม่ตอบ	๑๘.๐ (๒๘๓)	๐.๙ (๖)	๐.๓ (๒)
รวม	๑๐๐.๐ (๑๓๘๔)	๑๐๐.๐ (๖๗๒)	๑๐๐.๐ (๘๕๓)

- หมายถึงผู้ที่เคยหรือไม่เคยเดินทางไปยังตลาดในตัวอำเภอที่ตนอยู่หรืออำเภอใกล้เคียงที่สุด
 ทั่วจังหวัดที่ตนอยู่หรือจังหวัดอื่น พระนคร-ธนบุรี รวมทั้งการเดินทางไปต่างประเทศ
- ๒ + ๓ หมายถึงผู้ที่เคยหรือไม่เคยเดินทางไปเยี่ยมญาติพี่น้องหรือเพื่อนในเขตชนบท ในระหว่าง
 ปีที่แล้ว

พระนคร-ธนบุรี ๓๐.๖ ตามลำดับ สำหรับผู้ที่ไม่เคยเดินทางไปต่างถิ่นจำนวนร้อยละ ๒๓.๘ อยู่ใน
 เขตชนบท ๕๖.๘% ในเขตเมืองต่างจังหวัด และ ๖๘.๓% ในเขตพระนคร-ธนบุรี ทั้งนี้แสดงให้เห็น
 ว่า ในเขตที่มีความเจริญสูงประชากรกลับไม่มีการเคลื่อนไหว (Mobility) ในการเดินทางไป
 ต่างถิ่น สำหรับหัวหน้าครัวเรือนที่ไม่ให้คำตอบและให้คำตอบว่าไม่ทราบ จะพบว่า ในเขตชนบทมี
 อัตราร้อยละ ๑๘.๐ สูงกว่าในเขตเมืองซึ่งมีเพียง ๐.๙% เท่านั้น การที่อัตราร้อยละของผู้ตอบไม่
 ทราบหรือไม่ตอบในเขตชนบทมีอัตราค่อนข้างสูงและมากกว่าเขตเมือง อาจเป็นเพราะผู้ตอบไม่
 เข้าใจคำถาม ไม่กล้าแสดงความคิดเห็นหรือไม่อยากตอบก็ได้ ในเมื่อส่วนใหญ่ประชากรเหล่านั้น
 มีการศึกษาเพียงระดับประถมศึกษา และ/หรือ ไม่ได้เรียนหนังสือ

นอกจากนี้ จากการศึกษาไม่พบว่า การเดินทางไปต่างถิ่นของหัวหน้าครัวเรือนมีความสัมพันธ์
 กับปัจจัยทางคานานุมิศาสตร์ การที่ประชากรในชนบทมีอัตราการเดินทางไปต่างถิ่นสูงกว่าประชากร
 ในเขตเมืองนั้น แสดงให้เห็นได้ว่ามีความไม่จำเป็นอย่างอื่นเข้ามาเกี่ยวข้อง เป็นต้นว่า ปัจจัยทางเศรษฐกิจ

ได้แก่การประกอบอาชีพ สภาพความเป็นอยู่และการทำมาหากินในชนบทที่ผิดเคือง มีส่วนอย่างสำคัญในการทำให้คนชนบทต้องดิ้นรนเพื่อการมีชีวิตรอด ทำให้มีการเคลื่อนไหวที่จะเดินทางไปที่ต่างถิ่นมาก เพื่อแสวงหาโอกาสในการทำงานหรือประกอบอาชีพที่ดีกว่า ดังนั้นการเดินทางส่วนใหญ่จะพบว่าเป็นการเดินทางเข้าเมือง ปัจจัยทางด้านสังคมซึ่งได้แก่การศึกษาที่เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลทำให้ประชากรในชนบทมีการเดินทางไปที่ต่างถิ่นมาก แม้ว่าประชากรในชนบทจะไม่ได้เรียนหนังสือจำนวนร้อยละมากกว่าประชากรในเขตเมือง เพราะการขาดแคลนสถานศึกษาก็ตาม จากจำนวนประชากรตัวอย่างในชนบทปรากฏว่าส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับประถมศึกษา ซึ่งอย่างน้อยอาจจะมีความรู้ความเข้าใจ ทำให้กล้าเดินทางไปที่ต่างถิ่นมากขึ้น ความเจริญของเมือง (Urbanization) ก็เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้คนชนบทมีการเดินทางไปที่ต่างถิ่นมากขึ้น การขยายตัวของเมืองทำให้อารยธรรมและข่าวสารต่าง ๆ แพร่ออกไปสู่ชนบทมากขึ้น สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยที่กระตุ้นให้มีการเคลื่อนไหวตรงกันข้ามกับประชากรในเขตเมือง ไม่ค่อยมีการเคลื่อนไหวเพื่อเดินทางไปที่ต่างถิ่นกันมากนัก

สภาพความเป็นอยู่และโอกาสการมีงานทำหรือการประกอบอาชีพที่ดีกว่า อาจทำให้ประชากรในเขตเมืองปัดหลีกทำมาหากินอยู่กับที่มากกว่าจะดิ้นรนเดินทางไปสู่แหล่งอื่นโดยเฉพาะในชนบทที่แร้นแค้น ยิ่งความเจริญและระดับการศึกษาของประชากรในเขตเมืองมีมากกว่า ก็ยิ่งทำให้ได้ทราบข่าวสารความอโคจรากันการของชนบทมากขึ้น โอกาสที่จะเดินทางไปที่ต่างถิ่นก็น้อยลง

กล่าวโดยสรุป การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลของประชากรในเขตเมืองและชนบท โดยคุณลักษณะแบบแผนการเดินทางไปที่ต่างถิ่นของหัวหน้าครัวเรือนแล้ว ย่อมกล่าวได้ว่า ในเขตชนบทประชากรจะมีความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมากกว่าประชากรในเขตเมือง อันเป็นการยืนยันว่า สำหรับประชากรในชนบทของไทยแล้ว ระบบการสื่อความหมายแบบบุคคลต่อบุคคลยังคงมีบทบาทอย่างสำคัญในการเป็นช่องทางการสื่อสาร (Communication Channel) แบบเดียวที่น่าจะมีประสิทธิภาพสูงสุดมากกว่าสื่อประเภทอื่น

การเปิดรับสื่อมวลชน (Exposure to Mass Media)

พลังสำคัญอย่างหนึ่งในการเผยแพร่ข่าวสารความรู้และกระจายความคิดเห็น ทัศนคติ รวมทั้งค่านิยมใหม่ ๆ ไปสู่ประชาชนในประเทศที่กำลังพัฒนาได้อย่างกว้างขวาง ก็คือ สื่อมวลชน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในยุคของวิทยุ โทรทัศน์ เตอร์ แม้นพื้นที่ห่างไกลที่ขาดไฟฟ้าก็ยังสามารถติดต่อกับโลก

ภายนอกได้จากรายการวิทยุที่ส่งออกอากาศ^{๕๕} ในประเทศฟิลิปปินส์ Young และ Hunt กล่าวถึงชาวชนบทที่ตอบการเปิดรับสื่อมวลชนว่ามีเพียงกลุ่มน้อยที่เปิดรับสื่อมวลชนทุกประเภทและอย่างสม่ำเสมอ ถ้าวิทยุ หนังสือพิมพ์และภาพยนตร์ จะมีอิทธิพลอยู่บ้างก็จากการกระจายข่าวสารผ่านการติดต่อสื่อสารระหว่างตัวบุคคลในชนบทมากกว่าจะมีอิทธิพลต่อผู้รับข่าวสารโดยตรง ชาวบ้านมีการอ่านหนังสือพิมพ์บ้างแต่ไม่บ่อยครั้งนัก บางคนอ่านหนังสือประเภทนิตยสารซึ่งก็มักจะเป็นเรื่องนวนิยายส่วนใหญ่ วิทยุในหมู่บ้านมีกันน้อย ภาพยนตร์ดูเมื่อมีโอกาสเข้าเมืองหรือเมื่อมีหน่วยรถเคลื่อนที่เข้ามาในหมู่บ้านเป็นครั้งคราว

สำหรับสื่อมวลชนประเภทวิทยุ ครึ่งเรือนที่มีเครื่องรับในสภาพที่ใช้การได้มีเพียง ๒๐% ใน ๖ หมู่บ้านที่มีไฟฟ้าใช้ แม้วิทยุทรานซิสเตอร์จะมีใช้กันในบางหมู่บ้านที่ไม่มีไฟฟ้า จำนวนเครื่องรับก็มีจำกัดเพราะราคาแพง แต่อิทธิพลของวิทยุก็มีแพร่หลายมากกว่าจำนวนเจ้าของเครื่องรับ เป็นการแสดงว่า ชาวบ้านบางคนอาศัยฟังวิทยุจากเครื่องรับของผู้อื่น และบางคนก็ฟังโดยไม่ตั้งใจเพราะผู้มีเครื่องรับในละแวกเดียวกัน มักจะเปิดเครื่องรับวิทยุฟังกันอย่างต่อเนื่อง โดยประมาณจำนวนร้อยละ ๒๐ ของผู้ตอบคำถามแจ้งว่า ได้ฟังวิทยุจากเครื่องรับของเพื่อนบ้านอย่างน้อย ๑ ครั้งในสัปดาห์ที่แล้วมา และอีก ๑๐% ฟังวิทยุขณะที่เดินทางไปยังหมู่บ้านอื่น^{๕๖}

สำหรับประเทศไทย สื่อมวลชนนับได้ว่ามีบทบาทอย่างสำคัญมากขึ้นทุกที โดยเฉพาะอย่างยิ่งในชีวิตประจำวันของประชากรทั้งในชนบทและเขตเมือง James N. Mosel ได้ศึกษาลักษณะการเปิดรับสื่อมวลชนของประชากรไทยที่เป็นชนชั้นกลางและชั้นสูงใน ๔ ภาคของประเทศ พบว่า ประชากรมีการเปิดรับสื่อมวลชนอยู่ในระดับสูงและมีแบบแผนแตกต่างกันกับสภาพสื่อมวลชนในประเทศตะวันตก ในจำนวนประชากรตัวอย่างทั้งหมด ๗๕% เป็นผู้ฟังวิทยุประจำอย่างน้อยวันละ ๑ ครั้ง ๗๗% เป็นผู้อ่านหนังสือพิมพ์บ่อยครั้งส่วนใหญ่เกือบทุกวัน การดูภาพยนตร์ก็อยู่ในระดับสูงเช่นกัน จำนวน ๗๔%

๕๕

Visid Prachuabmoh & others. The Rural and Urban Population of Thailand : Comparative Profiles, Institute of Population Studies, Chulalongkorn University, (1972), Research Report No. 8, p. 46

๕๖

Young, John E. de & Hunt, Chester L. op. cit., pp. 258-260

คุณภาพนตร์เดือนละอย่างน้อย ๒ ครั้งขึ้นไป ๘% ยังไม่ได้อ่านนตร์เลยสักครั้งเดียวในช่วงระยะ ๒ เดือนที่ผ่านมา และเพียง ๑% เท่านั้นที่ไม่เคยคุณภาพนตร์เลยในชีวิตการเปิดรับสื่อประเภทนิตยสาร เทียบแล้วมีระดับต่ำกว่า มีเพียง ๘๒% ที่อ่านนิตยสารอย่างน้อยสัปดาห์ละ ๑ ครั้ง และ ๘๒% อ่านหนังสือเล่มสัปดาห์ละครั้งเดียว

อย่างไรก็ตาม แนวโน้มจะมีความแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัดในสภาพภูมิภาคของประเทศ แต่ปรากฏว่า แบบแผนการเปิดรับสื่อมวลชนของประชากรกลับมีลักษณะคล้าย ๆ กันโดยทั่วไป ผู้ฟังวิทยุ มักจะมีมากกว่าจำนวนเครื่องรับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีการรับฟังวิทยุสูงที่สุด แต่มีจำนวนเจ้าของเครื่องรับน้อยที่สุด (แสดงให้เห็นว่าผู้ฟังเป็นกลุ่มมีมากกว่า) นอกจากนี้ความถี่ในการอ่านหนังสือเล่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือก็มีมากกว่า ในขณะที่ภาคใต้มีการอ่านนิตยสารมากที่สุด

โดยทั่วไป การเปิดรับสื่อมวลชนทุกประเภทในกรุงเทพฯ มีมากกว่าต่างจังหวัด ยกเว้นการอ่านหนังสือเล่มและนิตยสารรวมทั้งการรับไปรษณีย์ในต่างจังหวัดมีมากกว่า ข้อเท็จจริงที่พบจากการศึกษาของ Mosel ยังมีนัยสำคัญเมื่อพิจารณาจากสมมุติฐานโดยทั่วไปที่ว่า ในสังคมที่ค่อยพัฒนานั้น การเปิดรับสื่อประเภทสิ่งพิมพ์จะเพิ่มขึ้นตามระดับความเจริญของเมือง (Urbanization) และอาจเป็นไปได้ว่า การที่การอ่านหนังสือเล่มและนิตยสารในกรุงเทพฯ มีจำนวนน้อยก็เพราะต้องเผชิญกับการแข่งขันจากสื่อประเภทอื่นที่น่าสนใจมากกว่าก็ได้

ในการศึกษาเปรียบเทียบประชากรในเขตเมืองและชนบทที่มติดอกการเปิดรับสื่อมวลชนประเภทสิ่งพิมพ์ คือ การอ่านหนังสือพิมพ์ของหัวหน้าครัวเรือน (ตารางที่ ๒) พบว่า อัตราส่วนร้อยละของหัวหน้าครัวเรือนที่อ่านหนังสือพิมพ์ทุกวัน ในเขตพระนคร-ธนบุรีมีอัตราสูงสุด คือ ร้อยละ ๓๕.๐ เขตเมืองต่างจังหวัดร้อยละ ๒๓.๘ และเพียงร้อยละ ๓.๕ ในเขตชนบท สำหรับผู้อ่านหนังสือพิมพ์

ตารางที่ ๒ อัตราส่วนรอยหัวหน้าครัวเรือนที่อ่านหนังสือพิมพ์
จำแนกตามความถี่อ่านและลักษณะภูมิภาคของครัวเรือน

	เขตชนบท	เขตเมืองต่างจังหวัด	พระนคร-ธนบุรี
ความถี่อ่านหนังสือพิมพ์			
อ่านทุกวัน	๓.๕ (๕๓)	๒๗.๘ (๑๘๗)	๓๕.๐ (๓๓๕)
เกือบทุกวัน	๕.๗ (๗๖)	๑๐.๓ (๖๙)	๑๒.๕ (๑๐๓)
นาน ๆ อ่านครั้ง	๓๐.๕ (๔๑๐)	๒๓.๒ (๑๕๖)	๑๕.๕ (๑๓๑)
ไม่เคยอ่าน/อ่านไม่ออก	๕๒.๑ (๕๖๖)	๓๘.๕ (๒๕๙)	๒๗.๔ (๒๓๕)
ไม่ทราบไม่ตอบ	๑๗.๘ (๒๓๙)	๐.๑ (๑)	๑.๒ (๑๐)
รวม	๑๐๐.๐ (๑๓๕๔)	๑๐๐.๐ (๖๗๒)	๑๐๐.๐ (๘๕๘)

๑ หมายถึงผู้ที่อ่านหนังสือพิมพ์

๒ + ๓ หมายถึงผู้ที่ชอบหนังสือพิมพ์อ่าน

เกือบทุกวันที่เช่นเดียวกัน ร้อยละ ๑๒.๕ อยู่ในพระนคร-ธนบุรี ๑๐.๓% อยู่ในเขตเมืองต่างจังหวัด และ ๕.๗% ในเขตชนบทตามลำดับ ผู้ที่อ่านหนังสือพิมพ์นาน ๆ อ่านครั้ง เขตชนบทมีมากที่สุด คือ ร้อยละ ๓๐.๕ เขตเมืองต่างจังหวัดร้อยละ ๒๓.๒ และพระนคร-ธนบุรีร้อยละ ๑๕.๕ ผู้ที่ไม่เคยอ่านเลยหรืออ่านไม่ออกในเขตชนบทก็มีมากที่สุด คือร้อยละ ๕๒.๑ เขตเมืองต่างจังหวัดร้อยละ ๓๘.๕ และพระนคร-ธนบุรีร้อยละ ๒๗.๔ ตามลำดับ ข้อมูลดังกล่าวแสดงว่า ในเขตเมืองประชากรมีการเปิดรับสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์มากกว่าประชากรในชนบท คือ มีผู้อ่านหนังสือพิมพ์ทั้งหมด ร้อยละ ๗๑.๕ ในพระนคร-ธนบุรี ร้อยละ ๖๑.๕ ในเขตเมืองต่างจังหวัด และร้อยละ ๔๐.๑ ในเขตชนบท สำหรับผู้ให้คำตอบว่าไม่ทราบไม่ตอบในเขตชนบทมี ๑๗.๘% และเขตเมือง ๑.๐% เท่านั้น

การที่ประชากรในเขตชนบทมีการเปิดรับสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์น้อยนั้น จากการศึกษาไม่พบว่า มีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางคาณภูมิศาสตร์แต่อย่างใด การอ่านหนังสือพิมพ์ของคนชนบทกลับขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านอื่นมากกว่า เป็นต้นว่า ความแพร่หลาย (availability) ของหนังสือพิมพ์หรือระดับการศึกษาอ่านออกเขียนได้ของคนชนบทมากกว่า ส่วนประกอบ (elements) ทั้งสองประเภทควบแน่นเข้ากันจึงอาจเป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้ประชากรในชนบทมีการเปิดรับสื่อประเภทนี้น้อย ที่น่าสังเกตก็คือ แมคนชนบทจะมีการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์กันน้อย แต่ผู้อ่านเหล่านั้น ๆ อ่านครั้งซึ่งเป็น Potential Reader กลับมีจำนวนสูงสุด คือร้อยละ ๓๐.๕ นับได้ว่าประชากรชนบทให้ความสนใจต่อสื่อประเภทหนังสือพิมพ์ไม่น้อยและพร้อมที่จะเปิดรับสื่อประเภทนี้หากความแพร่หลายของสื่อจะสามารถเข้าถึงตัวผู้อ่านในชนบทมากขึ้นรวมทั้งอุปสรรคในด้านการศึกษาถูกขจัดให้ลดน้อยลง

ข้อสังเกตอีกประการหนึ่งก็คือ แมในต่างจังหวัดจะมีหนังสือพิมพ์รายวันออกถึง ๔๕ ฉบับได้เปรียบที่ออกในเขตพระนคร-ธนบุรี จำนวน ๕๐ ฉบับ แต่หนังสือพิมพ์รายวันในต่างจังหวัดทั้งหมดก็อยู่ในเขตเมืองเป็นส่วนใหญ่ ไม่ได้แพร่หลายออกไปถึงชนบททางไกลซึ่งเป็นเพราะระยะทางไกล การที่รายใดไม่มากพอที่จะซื้อหนังสือพิมพ์ได้และการอ่านหนังสือไม่ออกหรือไม่ถ่อง ทำให้การเปิดรับสื่อในชนบทน้อย ส่วนสื่อประเภทหนังสือพิมพ์ในเขตเมืองมีมากและหาซื้อได้ง่ายอุปกรณ์การเรียนรู้ที่จะส่งเสริมให้ประชากรมีการศึกษาก็มีอยู่มากจึงอาจทำให้คนในเมืองเปิดรับสื่อประเภทนี้มากก็ได้

สำหรับการเปิดรับสื่อมวลชนประเภทหนังสือหรือนิตยสารของประชากรในเขตเมืองและชนบท (ตารางที่ ๓) พบว่า ลักษณะการเปิดรับสื่อประเภทนี้มีแบบแผนคล้ายกับการเปิดรับสื่อประเภทหนังสือพิมพ์ คือ อัตราส่วนร้อยละของหัวหน้าครัวเรือนที่อ่านหนังสือหรือนิตยสารเป็นประจำ ในพระนคร-ธนบุรีมีจำนวนร้อยละ ๑๔.๘ เขตเมืองต่างจังหวัดร้อยละ ๑๗.๑ และเขตชนบทเพียงร้อยละ ๓.๔ ผู้อ่านเหล่านี้มีจำนวนใกล้เคียงกันทั้งเขตชนบทและเขตเมือง คือ ๘.๕% ในเขตชนบท ๕.๕% ในเขตเมืองต่างจังหวัด และ ๕.๗% ในพระนคร-ธนบุรี ผู้ที่ไม่เคยอ่านเลยหรืออ่านไม่ออก ในเขตชนบทมีถึง ๖๗.๓% เขตเมืองต่างจังหวัด ๔๖.๓% และพระนคร-ธนบุรี ๔๔.๐% ตามลำดับ การเปิดรับสื่อประเภทหนังสือหรือนิตยสารประเภทนี้เพียงร้อยละ ๑๑.๘ , ๒๖.๓ และ ๒๔.๕ ในเขตชนบท

ตารางที่ ๓ อัตราส่วนรอยหัวหน้าครัวเรือนที่อ่านหนังสือหรือนิตยสาร
จำแนกตามความถี่ที่อ่านและลักษณะภูมิภาคของครัวเรือน

	เขตชนบท	เขตเมืองต่างจังหวัด	พระนคร-ธนบุรี
ความถี่ที่อ่านหนังสือหรือนิตยสาร			
อ่านเป็นประจำ	๓.๔ (๔๖)	๑๓.๑ (๑๖๕)	๑๔.๘ (๑๘๐)
นาน ๆ อ่านครั้ง	๘.๔ (๑๑๓)	๕.๒ (๘๕)	๕.๓ (๑๑๘)
ไม่เคยอ่าน/อ่านไม่ออก	๒๗.๓ (๕๐๔)	๔๒.๓ (๔๐๓)	๔๔.๐ (๕๓๔)
ไม่ทราบ/ไม่ตอบ	๒๐.๙ (๒๘๑)	๓๑.๔ (๓๐๒)	๓๑.๕ (๓๘๓)
รวม	๑๐๐.๐ (๑๓๔๔)	๑๐๐.๐ (๙๖๓)	๑๐๐.๐ (๑๒๑๕)

เขตเมืองต่างจังหวัดและพระนคร-ธนบุรีตามลำดับ ซึ่งต่ำกว่าสื่อประเภทหนังสือพิมพ์รายวัน ขอสังเกตคือ จำนวน Potential Reader สำหรับสื่อประเภทหนังสือหรือนิตยสารกลับมีจำนวนน้อยมากทั้งในเขตเมืองและชนบท ทั้ง ๆ ที่สื่อประเภทนี้มีความแพร่หลาย (availability) ของสื่อแตกต่างกันมาก คือ จำนวนนิตยสารที่ออกในเขตพระนคร-ธนบุรี มี ๘๘ ฉบับ ต่างจังหวัดมีเพียง ๑๐ ฉบับ เท่านั้น แสดงให้เห็นว่าความสนใจต่อสื่อประเภทนี้น้อยมาก แม้ในเขตพระนคร-ธนบุรี ซึ่งมีสื่อประเภทนี้อยู่มาก ความสนใจมีน้อย ทั้งนี้อาจเป็นไปได้ว่า สื่อประเภทหนังสือหรือนิตยสารถูกแข่งขันจากสื่อมวลชนอย่างอื่น เช่น โทรทัศน์และวิทยุ ที่มีอำนาจในการดึงดูดความสนใจ (Attractive Force) มากกว่าอีกควยก็ได้ ขอสังเกตอีกประการหนึ่งก็คือ ผู้ตอบคำถามที่ไม่ทราบหรือไม่ตอบกลับปรากฏว่ามีจำนวนมากโดยเฉพาะในเขตเมือง คือพระนคร-ธนบุรี ๓๑.๕% เขตเมืองต่างจังหวัด ๓๑.๕% และเขตชนบท ๒๐.๙% ตามลำดับ เป็นการยืนยันว่า การอ่านหนังสือหรือนิตยสารไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางคาณภูมิศาสตร์แต่อย่างใด แต่กลับมีปัจจัยอย่างอื่นเข้ามา



เกี่ยวข้อง เป็นคนว่า การศึกษาหรือลักษณะตัวสื่อเองอาจไม่เป็นที่สนใจของผู้อ่าน ทำให้อัตราผู้ไม่
ทราบไม่ตอบสูงมากก็ได้ นอกจากนั้นผู้ให้คำตอบว่าไม่ทราบหรือไม่ตอบ อาจจะเป็นผู้ที่ไม่เคยอ่านหรือ
อ่านหนังสือไม่ออกแต่กลับให้คำตอบว่าไม่ทราบหรือไม่ตอบก็ได้ อัตราส่วนร้อยละสูง

การศึกษาเปรียบเทียบประชากรในเขตเมืองและชนบท ที่มีต่อการเปิดรับสื่อมวลชน ประเภท
วิทยุ (ตารางที่ ๔) พบว่า แบบแผนในการเปิดรับสื่อประเภทนี้มีลักษณะไม่แตกต่างกันมากนักสำหรับ
ประชากรในชนบทหรือเขตเมือง อัตราส่วนร้อยละของหัวหน้าครัวเรือนที่ฟังวิทยุทุกวันในเขตชนบท มี
จำนวนร้อยละ ๔๖.๓ เขตเมืองต่างจังหวัดร้อยละ ๕๕.๐ และพระนคร-ธนบุรีร้อยละ ๔๗.๘ ตาม
ลำดับ ผู้ที่ฟังวิทยุบ่อยครั้งต่ออาทิตย์ในเขตชนบท มีจำนวนร้อยละ ๕.๒ เขตเมืองต่างจังหวัดร้อยละ
๑๒.๔ และเขตพระนคร-ธนบุรี ๑๐.๖% ผู้ที่นาน ๆ ฟังครั้ง มีจำนวนร้อยละ ๑๕.๐ ในเขตชนบท
ร้อยละ ๑๕.๓ ในเขตเมืองต่างจังหวัด และร้อยละ ๒๖.๘ ในเขตพระนคร-ธนบุรี ผู้ที่ไม่เคยฟังหรือ
ไม่มีเครื่องรับมีจำนวนร้อยละ ๗.๕ ในเขตชนบท ร้อยละ ๑๓.๐ ในเขตเมืองต่างจังหวัด และร้อย
ละ ๑๔.๑ ในเขตพระนคร-ธนบุรี ตามลำดับ สำหรับผู้ตอบว่าไม่ทราบไม่ตอบในเขตชนบทมีจำนวน
ร้อยละ ๑๗.๗ และในเขตเมืองไม่ถึง ๑.๐%

จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ประชากรในเขตเมืองและชนบท ที่มีต่อการเปิดรับสื่อ
ประเภทวิทยุมีจำนวนมากที่สุดในระหว่างสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ คือ มีถึงร้อยละ ๗๔.๕ ในเขต
ชนบท ร้อยละ ๕๖.๓ ในเขตเมืองต่างจังหวัด และร้อยละ ๕๕.๒ ในเขตพระนคร-ธนบุรี ตามลำดับ
ข้อที่น่าสังเกตก็คือ จะเห็นได้ว่าจำนวนผู้ไม่เคยฟังวิทยุมีเพียงร้อยละ ๗.๕ นอกจากนี้ อุปสรรคในด้าน
ไม่มีเครื่องรับก็อาจไม่เป็นปัญหาสำคัญ เพราะเครื่องรับวิทยุในปัจจุบันมีราคาถูกพอที่ทุกคนจะหาซื้อไว้
ใช้เป็นของตนเองไม่ยากนัก ปัญหาการศึกษาไม่จำเป็นต้องกล่าวถึงเพราะการรับฟังวิทยุไม่ต้อง
อาศัยการรู้ความรู้อะไร

สำหรับผู้ไม่เคยฟังวิทยุปรากฏว่า ในเขตเมืองกลับมีจำนวนสูงกว่าชนบท ทั้งนี้เนื่องจาก
ได้ว่า เนื่องจากคนในเมืองได้รับสื่อมวลชนมากมายหลายประเภท จนอยู่ในลักษณะท่วมท้น (Over-
pouring) ทำให้อาจหมดความสนใจที่จะรับสื่อวิทยุ อื่นๆ ได้ อนึ่งจากการศึกษาไม่พบว่า การฟังวิทยุ
มีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางค่านิยมศาสตร์แต่อย่างใด

การศึกษาเปรียบเทียบประชากรในเขตเมืองและชนบทที่มีต่อการเปิดรับสื่อมวลชนประเภท
สุดท้าย ได้แก่สื่อประเภทโทรทัศน์ (ตารางที่ ๕) พบว่า อัตราส่วนร้อยละของหัวหน้าครัวเรือนที่ดูโทรทัศน์

ตารางที่ ๔ อัตราส่วนรอยหัวหนาครีวเรือนที่รับฟังวิทยุ
จำแนกตามความถี่ฟังและลักษณะภูมิภาคของครีวเรือน

	เขตชนบท	เขตเมืองต่างจังหวัด	พระนคร-ธนบุรี
ความถี่ฟังวิทยุ			
ฟังทุกวัน	๔๖.๓ (๖๖๖)	๕๕.๐ (๓๖๘)	๕๓.๘ (๕๑๐)
ฟังบ่อยครั้งต่ออาทิตย์	๕.๖ (๑๒๓)	๑๖.๘ (๘๓)	๑๐.๖ (๕๑)
นาน ๆ ฟังครั้ง	๑๕.๐ (๒๕๕)	๑๕.๓ (๑๖๕)	๒๖.๘ (๒๓๐)
ไม่เคยฟัง/ไม่มีเครื่องรับ	๓.๕ (๑๐๖)	๑๓.๐ (๘๓)	๑๔.๑ (๑๖๑)
ไม่ทราบไม่ตอบ	๑๓.๓ (๒๓๘)	๐.๓ (๒)	๐.๖ (๕)
รวม	๑๐๐.๐ (๑๓๘๔)	๑๐๐.๐ (๖๖๕)	๑๐๐.๐ (๘๕๓)

ทุกวันนี้ในเขตพระนคร-ธนบุรี มีมากที่สุด คือ ร้อยละ ๒๕.๑ เขตเมืองต่างจังหวัดร้อยละ ๑๕.๕ และเขตชนบทร้อยละ ๑.๖ ผู้ที่ดูบ่อยครั้งในเขตพระนคร-ธนบุรี มีมากที่สุดคือร้อยละ ๑๖.๘ เขตเมืองต่างจังหวัดร้อยละ ๑๐.๑ และเขตชนบทร้อยละ ๓.๑ ผู้ที่นาน ๆ คุยครั้งในเขตพระนคร-ธนบุรี มีร้อยละ ๓๕.๘ เขตเมืองต่างจังหวัดร้อยละ ๔๑.๒ และเขตชนบทร้อยละ ๒๓.๐ ผู้ที่ไม่เคยดูหรือไม่อาจรับสัญญาณภาพได้ในเขตชนบทมีจำนวนมากที่สุด คือ ร้อยละ ๕๕.๑ เขตเมืองต่างจังหวัดร้อยละ ๓๒.๓ และพระนคร-ธนบุรีร้อยละ ๑๔.๕ ตามลำดับ สำหรับผู้ให้คำตอบว่าไม่ทราบไม่ตอบมีจำนวนร้อยละ ๑๔.๓ ในเขตชนบท และประมาณร้อยละ ๑.๐ ในเขตเมืองต่างจังหวัดและพระนคร-ธนบุรี ข้อมูลการดูโทรทัศน์ดังกล่าวนี้ เป็นการดูรายการจากเครื่องรับภายในบ้าน และ/หรือ ดูจากเครื่องรับของผู้อื่น

จากการพิจารณาแบบแผนการเปิดรับสื่อประเภทโทรทัศน์แสดงว่า ประชากรในเขตเมือง โดยเฉพาะอย่างยิ่งพระนคร-ธนบุรี มีการเปิดรับสื่อโทรทัศน์มากที่สุด คือ ร้อยละ ๘๕.๓ เขตเมืองต่างจังหวัดร้อยละ ๖๖.๘ และเขตชนบทร้อยละ ๓๑.๓ ตามลำดับ ข้อที่น่าสังเกตก็คือ การที่ประชากร

ตารางที่ ๕ อัตราส่วนรอยหัวหนาครีวเรื้อนที่โครทัทน
จำแนกตามความถี่และลักษณะภูมิภาคของครีวเรื้อน

	เขตชนบท	เขตเมืองทางจังหวัด	พระนคร-ธนบุรี
ความถี่โครทัทน			
ทุกวัน	๑.๖ (๒๑)	๑๕.๕ (๑๐๔)	๒๕.๑ (๒๘๓)
คุบอยครั้ง	๓.๑ (๔๑)	๑๐.๑ (๖๘)	๑๖.๘ (๑๕๕)
นาน ๆ คุบครั้ง	๒๗.๐ (๓๖๓)	๔๑.๒ (๒๗๗)	๓๕.๘ (๓๘๔)
ไม่เคยคุและไม่เคยรับภาพ ได้ในเขตนี้	๔๔.๑ (๖๖๐)	๓๒.๓ (๒๑๗)	๑๔.๕ (๑๒๕)
ไม่ทราบไม่ตอบ	๑๔.๓ (๒๕๘)	๐.๘ (๖)	๐.๘ (๘)
รวม	๑๐๐.๐ (๑๓๔๔)	๑๐๐.๐ (๖๗๒)	๑๐๐.๐ (๘๖๕)

• หมายถึง มีเครื่องรับภายในบ้าน และ/หรือ คุจากเครื่องรับของผู้อื่น

ในเขตเมือง มีการเปิดรับสื่อมวลชนประเภทนี้ มากกว่าประชากรในเขตชนบทจากถาวรแล้วได้วชาญอยู่
กับพื้นที่สื่อประเภทโทรทัทนจะครอบคลุม (coverage) ไปถึงเป็นสาเหตุอย่างหนึ่ง และการมี
เครื่องรับไว้ใช้ก็อย่างหนึ่งเป็นสำคัญ โดยเฉพาะในเขตชนบทจำนวนผู้ไม่เคยคุโทรทัทนถึง ๔๔.๑ %
ซึ่งส่วนใหญ่อาจ เพราะสาเหตุสองประการดังกล่าวแล้ว เช่นเดียวกับผู้ไม่เคยคุโทรทัทนในเขต
เมืองทางจังหวัดจำนวน ๓๒.๓% สำหรับในเขตพระนคร-ธนบุรี จำนวนผู้ไม่เคยคุโทรทัทนมีร้อยละ
๑๔.๕ อาจเนื่องมาจากปัญหาไม่มีเครื่องรับมากกว่า นอกจากนี้ จากการศึกษาที่ไม่พบว่าการคุโทรทัทน
มีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางคานฐนศาสตร์ เช่นเดียวกับสื่อประเภทอื่น

โดยสรุป การศึกษาประชากรในเขตเมืองและชนบทที่มต่อการเปิดรับสื่อมวลชนและความ
สัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับปัจจัยทางคานฐนศาสตร์ พบว่า การเปิดรับสื่อมวลชนและความสัมพันธ์ระหว่าง
บุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยคานฐนศาสตร์ กล่าวคือ การเปิดรับสื่อมวลชนและความสัมพันธ์

ระหว่างบุคคลของประชากรเป็นไปอย่างอิสระต่อกันไม่ว่าจะอยู่ในเขตชนบท เขตเมืองต่างจังหวัด หรือเขตพระนคร-ธนบุรี สิ่งที่น่าสนใจก็คือ แบบแผนในการเปิดรับสื่อมวลชนและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลของประชากรเป็นไปในลักษณะตรงกันข้าม (reciprocal) คือ ประชากรในชนบทมีความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมากกว่าประชากรในเขตเมือง และประชากรในเขตเมืองมีการเปิดรับสื่อมวลชนมากกว่าประชากรในชนบท ทั้งนี้กล่าวได้ว่า ระบบการติดต่อสื่อความหมายแบบบุคคลต่อบุคคล (Interpersonal Communication) ยังคงเป็นช่องทางการสื่อความหมายของประชากรในชนบท เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งตรงกับข้อสังเกตของ Mosel ที่ว่า ชาวชนบทของไทยยังคงใช้การสื่อสารตามขนบธรรมเนียมเดิมของไทย เป็นแบบแผนของการสื่อสารในสังคมชนบท อาทิ การพบปะแลกเปลี่ยนข่าวคราวที่ตลาด การจัดแสดงลิเก หมอลำและงานวัด อันเป็นประเพณีในต่างจังหวัด สิ่งเหล่านี้เปรียบเสมือนหนึ่งเป็นอุปกรณ์ในการสื่อสารในสังคมชาวชนบท เพราะเป็นโอกาสให้ชาวบ้านได้แลกเปลี่ยนข่าวคราวและเรื่องต่าง ๆ ใด

ในทางตรงข้าม ระบบการติดต่อสื่อความหมายโดยอาศัยสื่อมวลชน (Mass Media - Communication) ก็เป็นช่องทางการสื่อความหมายที่ประชากรในเขตเมืองมีการเปิดรับ (expose) กันเป็นส่วนใหญ่เช่นเดียวกัน ไม่ว่าจะเป็นสื่อประเภทสิ่งพิมพ์หรือวิทยุโทรทัศน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งลักษณะโครงสร้างของสังคมไทยเป็นสิ่งที่เอื้ออำนวยให้ประชากรในชนบทที่มีความสัมพันธ์แบบปฐมภูมิ (Primary Group) และประชากรในเขตเมืองที่มีความสัมพันธ์แบบทุติยภูมิ (Secondary Group) มีการเปิดรับสื่อมวลชนและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลแตกต่างกันไป