

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาโดยใช้กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กำนันผู้ใหญ่บ้าน ในจังหวัดอุบลราชธานี ได้ตอบแบบสอบถามมาจำนวน 569 คน จากเป้าหมายที่สุ่มได้จำนวน 647 คน หรือร้อยละ 87.94 ของกลุ่มตัวอย่าง จึงรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 7 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่รวบรวมได้

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (คน)		ร้อยละ
	เป้าหมาย	รวบรวมได้	
กำนัน	57	54	93.10
ผู้ใหญ่บ้าน	589	497	84.38
รวมทั้งสิ้น	647	569	87.94

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แบ่งการเสนอออกเป็น 2 ตอนคือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนของกำนันผู้ใหญ่บ้าน เสนอในรูปของจำนวนและร้อยละ

สื่อมวลชน

ในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนของกำนันผู้ใหญ่บ้าน จังหวัดอุบลราชธานี

จำนวน 569 คน จากการวิจัยพบว่า ประเภทสื่อที่กำนันผู้ใหญ่บ้านเปิดรับมากที่สุดคือ วิทยุ จำนวน 491 คน หรือร้อยละ 86.3 รองลงมา โทรทัศน์ จำนวน 465 คน หรือ ร้อยละ 81.7 หนังสือพิมพ์รายวัน จำนวน 417 คน หรือร้อยละ 73.3 ภาพยนตร์ จำนวน 295 คน หรือร้อยละ 51.8 และนิตยสารซึ่งกำนันผู้ใหญ่บ้านเปิดรับน้อยที่สุด จำนวน 240 คน หรือร้อยละ 42.3 (ตารางที่ 8) สำหรับรายละเอียดของสื่อแต่ละ ประเภท จำแนกได้ดังนี้

วิทยุ

จากการวิจัยพบว่า สถานที่ที่กำนันผู้ใหญ่บ้านเปิดรับสื่อวิทยุนั้น ส่วนใหญ่ เลือกเปิดรับที่บ้านตนเอง จำนวน 445 คน หรือร้อยละ 94.3 รองลงมาเลือกเปิดรับ ที่บ้านคนอื่นและที่ทำงาน จำนวน 60 คน และ 44 คน หรือร้อยละ 12.7 และร้อยละ 9.3 ตามลำดับ (ตารางที่ 9) และสถานที่ซึ่งกำนันผู้ใหญ่บ้านส่วนน้อยเลือกเปิดรับคือ ร้านกาแฟ จำนวน 6 คน หรือร้อยละ 1.3 (ตารางที่ 9) สำหรับความบ่อยครั้งใน การเปิดรับนั้น ปรากฏว่ากำนันผู้ใหญ่บ้านส่วนใหญ่เปิดรับเป็นบางครั้งบางคราว จำนวน 194 คน หรือร้อยละ 40.7 รองลงมาเปิดรับ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ และเปิดรับทุกวัน จำนวน 165 คน และ 79 คน หรือร้อยละ 34.6 และร้อยละ 16.6 ตามลำดับ และ กำนันผู้ใหญ่บ้านเป็นส่วนน้อยที่เปิดรับเกือบทุกวัน จำนวน 10 คน หรือร้อยละ 2.1 (ตารางที่ 10)

รายการวิทยุที่กำนันผู้ใหญ่บ้านสนใจเปิดรับมากที่สุด ได้แก่ รายการข่าว จำนวน 480 คน หรือร้อยละ 94.5 รองลงมาเป็นรายการความรู้ เช่น ความรู้การ เกษตร รายการเกี่ยวกับกีฬา และรายการบันเทิง เช่น หมอลำ เพลงลูกทุ่ง ลูกกรุง ฯลฯ จำนวน 348, 162 และ 160 คน หรือร้อยละ 68.5, 31.9 และ 31.5 ตาม ลำดับ สำหรับรายการโฆษณาและรายการอื่น ๆ กำนันผู้ใหญ่บ้านเป็นส่วนน้อยที่สนใจ เปิดรับ จำนวน 70 และ 27 คน หรือร้อยละ 13.8 และ 5.3 ตามลำดับ (ตารางที่ 11)

ในเรื่องเกี่ยวกับเวลาของการเปิดรับวิทยุนั้น ปรากฏว่ากำนันผู้ใหญ่บ้าน ส่วนใหญ่เลือกเปิดรับช่วงเวลาเช้า (07.00-08.00 น.) จำนวน 288 คน หรือร้อยละ 55.7 รองลงมา เลือกเปิดรับช่วงเวลาเช้า (19.00-19.30 น., 20.00-20.30 น.)

เช้ามืด (05.00-07.00 น.) และชาว (12.30-13.00 น.) จำนวน 247, 226 และ 210 คน หรือร้อยละ 47.8, 43.7 และ 40.6 ตามลำดับ ช่วงเวลาที่กำนันผู้ใหญ่บ้านส่วนน้อยเลือกเปิดรับคือช่วงดึก (หลัง 20.30 น. เป็นคนไป) จำนวน 38 คน หรือร้อยละ 7.4 (ตารางที่ 12)

โทรทัศน์

การเปิดรับโทรทัศน์ของกำนันผู้ใหญ่บ้าน ในการวิจัยพบว่า สถานที่ที่กำนันผู้ใหญ่บ้านเปิดรับมากที่สุดคือ บ้านของคนอื่น จำนวน 278 คน หรือร้อยละ 59.4 รองลงมาเลือกเปิดรับที่บ้านตนเอง จำนวน 218 คน หรือร้อยละ 46.6 และสถานที่อื่น ๆ กำนันผู้ใหญ่บ้านเลือกเปิดรับน้อยที่สุด 11 คน หรือร้อยละ 2.4 (ตารางที่ 13)

ความบ่อยครั้งในการเปิดรับ กำนันผู้ใหญ่บ้านเปิดรับโทรทัศน์ทุกวันเป็นส่วนใหญ่ จำนวน 150 คน หรือร้อยละ 31.6 รองลงมาเปิดรับบางครั้งบางคราว และ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 129 และ 121 คน หรือร้อยละ 27.2 และ 25.5 ตามลำดับ และกำนันผู้ใหญ่บ้านส่วนน้อยที่เปิดรับเกือบทุกวันจำนวน 35 คน หรือร้อยละ 7.4 (ตารางที่ 14)

สำหรับรายการโทรทัศน์ที่กำนันผู้ใหญ่บ้านสนใจเปิดรับมากที่สุดคือ รายการข่าว จำนวน 453 คน หรือร้อยละ 93.4 รองลงมาสนใจรายการความรู้และรายการเกี่ยวกับกีฬา จำนวน 234 และ 216 คน หรือร้อยละ 48.2 และ 44.5 ตามลำดับ รายการที่กำนันผู้ใหญ่บ้านให้ความสนใญ่ใจน้อยที่สุด ได้แก่ รายการโฆษณาและรายการอื่นๆ จำนวน 51 และ 12 คน หรือร้อยละ 10.5 และ 2.5 ตามลำดับ (ตารางที่ 15)

สำหรับเวลาที่กำนันผู้ใหญ่บ้านเลือกเปิดรับโทรทัศน์นั้น ส่วนใหญ่เลือกเปิดรับช่วงเวลาเช้า (20.00-20.45 น.) จำนวน 321 คน หรือร้อยละ 67.3 รองลงมาช่วงเวลาเย็นและค่ำ (16.00-20.00 น.) จำนวน 187 คน หรือร้อยละ 39.2 และช่วงเวลาดึก (หลัง 20.45 น. เป็นคนไป) กำนันผู้ใหญ่บ้านเลือกเปิดรับเป็นส่วนน้อย จำนวน 35 คน หรือร้อยละ 7.3 (ตารางที่ 16)

หนังสือพิมพ์รายวัน

การวิจัยพบว่า สถานที่ที่กำนันผู้ใหญ่บ้านส่วนใหญ่เลือกอ่านหนังสือพิมพ์

รายวันคือบ้านตนเอง จำนวน 272 คน หรือร้อยละ 64.9 รองลงมาเลือกอ่านที่อื่น ๆ บ้านคนอื่นและร้านกาแฟ จำนวน 98, 80 และ 42 คน หรือร้อยละ 23.4, 19.1 และ 10.0 ตามลำดับ สถานที่ที่กำนันผู้ใหญ่บ้านส่วนน้อยเลือกอ่านหนังสือพิมพ์รายวัน ได้แก่ ที่ทำงาน จำนวน 38 คน หรือร้อยละ 9.1 (ตารางที่ 17)

สำหรับความบ่อยครั้งในการอ่านหนังสือพิมพ์รายวันนั้น ปรากฏว่ากำนันผู้ใหญ่บ้านส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 144 คน หรือร้อยละ 32.5 รองลงมาอ่านทุกวันและอ่านเป็นบางครั้งบางคราว จำนวน 113 และ 109 คน หรือร้อยละ 25.5 และ 24.6 ตามลำดับ และส่วนน้อยอ่านเกือบทุกวัน จำนวน 29 คน หรือร้อยละ 6.5 (ตารางที่ 18)

ในเรื่องเกี่ยวกับเนื้อหาสาระของหนังสือพิมพ์รายวัน กำนันผู้ใหญ่บ้านส่วนใหญ่เลือกอ่านเกี่ยวกับข่าวการเมือง รวมทั้งทวีเคราะห์วิจารย์การเมือง จำนวน 346 คน หรือร้อยละ 77.1 รองลงมาอ่านเกี่ยวกับข่าวชาวบ้านและบทความด้านการศึกษา สตรี วัฒนธรรม จำนวน 269 และ 166 คน หรือร้อยละ 59.9 และ 37.0 ตามลำดับ กำนันผู้ใหญ่บ้านส่วนน้อยที่เลือกอ่านข่าวและบทความบันเทิง จำนวน 31 คน หรือร้อยละ 6.9 (ตารางที่ 19)

ช่วงเวลาที่กำนันผู้ใหญ่บ้านส่วนใหญ่เลือกอ่านหนังสือพิมพ์รายวัน ได้แก่ ช่วงเย็น (17.00-21.00 น.) จำนวน 244 คน หรือร้อยละ 45.0 รองลงมาเลือกอ่านช่วงเช้า (06.00-12.00 น.) อ่านแต่ตอนเวลาที่แน่นอนไม่ได้และช่วงบ่าย (12.00-17.00 น.) จำนวน 149, 140 และ 110 คน หรือร้อยละ 27.5, 25.8 และ 20.3 ตามลำดับ ส่วนช่วงเวลาคึก (หลัง 21.00 น. ไปแล้ว) เป็นช่วงเวลาที่กำนันผู้ใหญ่บ้านส่วนน้อยเลือกอ่านหนังสือพิมพ์รายวัน จำนวน 21 คน หรือร้อยละ 3.9 (ตารางที่ 20)

หนังสือพิมพ์รายวันที่กำนันผู้ใหญ่บ้านสนใจอ่านมากที่สุดคือ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ จำนวน 373 คน หรือร้อยละ 81.1 รองลงมาหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ จำนวน 309 คน หรือร้อยละ 67.2 และหนังสือพิมพ์มหาชัย กำนันผู้ใหญ่บ้านสนใจอ่านน้อยที่สุด จำนวน 2 คน หรือร้อยละ 0.4 (ตารางที่ 21)

นิตยสาร

ในการอ่านนิตยสารนั้น ปรากฏว่าสถานที่ที่กำนันผู้ใหญ่บ้านส่วนใหญ่

เลือกอ่านคือ บ้านตนเอง จำนวน 217 คน หรือร้อยละ 79.2 รองลงมาเลือกอ่านที่บ้านคนอื่นและที่ทำงาน จำนวน 62 และ 40 คน หรือร้อยละ 22.6 และ 14.6 ตามลำดับ สถานที่ที่กำนันผู้ใหญ่บ้านส่วนน้อยเลือกอ่าน ได้แก่ ร้านกาแฟ และที่อื่น ๆ จำนวน 21 และ 14 คน หรือร้อยละ 7.7 และ 5.1 ตามลำดับ (ตารางที่ 22)

สำหรับความบ่อยครั้งในการอ่านนิตยสารนั้น กำนันผู้ใหญ่บ้านส่วนใหญ่อ่านทุกครั้งที่นิตยสารออกใหม่ จำนวน 119 คน หรือร้อยละ 38.8 รองลงมาอ่านแล้วแต่สะดวกในการซื้อหรือขอยืม และอ่านเกือบทุกครั้งที่นิตยสารออกใหม่ จำนวน 101 และ 67 คน หรือร้อยละ 26.7 และ 21.8 ตามลำดับ กำนันผู้ใหญ่บ้านส่วนน้อย นานๆ อ่านครั้ง จำนวน 39 คน หรือร้อยละ 12.7 (ตารางที่ 23)

ประเภทนิตยสารที่กำนันผู้ใหญ่บ้านส่วนใหญ่สนใจเลือกอ่านได้แก่ นิตยสารเน้นทางค่านิยม จำนวน 120 คน หรือร้อยละ 47.8 รองลงมานิตยสารคำขวัญ และนิตยสารคำขวัญวิชาการ จำนวน 108 และ 77 คน หรือร้อยละ 43.00 และ 30.7 ตามลำดับ และนิตยสารค่านิยมและคำขวัญอื่น ๆ ที่กำนันผู้ใหญ่บ้านส่วนน้อยสนใจเลือกอ่าน จำนวน 24 และ 16 คน หรือร้อยละ 9.6 และ 6.4 ตามลำดับ (ตารางที่ 24)

ช่วงเวลา that กำนันผู้ใหญ่บ้านส่วนใหญ่ใช้อ่านนิตยสารคือ ช่วงเย็นและหัวค่ำ (17.00-21.00 น.) จำนวน 139 คน หรือร้อยละ 52.3 รองลงมาอ่านแทบทุกเวลาที่แน่นอนไม่ได้ จำนวน 109 คน หรือร้อยละ 41.0 และช่วงกึ่ง (หลัง 21.00 น. ไปแล้ว) กำนันผู้ใหญ่บ้านส่วนน้อยเท่านั้นที่อ่านนิตยสารจำนวน 19 คน หรือร้อยละ 7.1 (ตารางที่ 25)

ภาพยนตร์

ในการวิจัยครั้งนี้พบว่า สถานที่ที่กำนันผู้ใหญ่บ้านส่วนใหญ่เลือกดูภาพยนตร์คือสถานที่ทำงานต่าง ๆ เช่น งานวัด งานฉลอง จำนวน 249 คน หรือร้อยละ 89.2 รองลงมาเลือกดูในที่สาธารณะจากรถขายยามาฉายจำนวน 90 คน หรือร้อยละ 32.3 สำหรับโรงภาพยนตร์ในอำเภอหรือจังหวัดและสถานที่อื่น ๆ กำนันผู้ใหญ่บ้านเป็นส่วนน้อยที่เลือกดู จำนวน 28 และ 8 คน หรือร้อยละ 10.0 และ 2.9 ตามลำดับ (ตารางที่ 26)

ความบ่อยครั้งในการดูภาพยนตร์ ปรากฏว่ากำนันผู้ใหญ่บ้านส่วนใหญ่ ดูภาพยนตร์แล้วแต่โอกาสดี จำนวน 217 คน หรือร้อยละ 59.7 รองลงมาดูบ่อยครั้ง อาจเป็น 2-3 เดือนต่อครั้ง จำนวน 88 คน หรือร้อยละ 24.8 และกำนันผู้ใหญ่บ้าน ส่วนน้อยที่ดูภาพยนตร์เดือนละครั้ง สัปดาห์ละครั้ง 2 สัปดาห์ 1 ครั้ง และ 3 สัปดาห์ 1 ครั้ง จำนวน 21, 16, 10 และ 8 คน หรือร้อยละ 5.9, 4.5, 2.8 และ 2.3 ตามลำดับ (ตารางที่ 27)

ประเภทของภาพยนตร์ที่กำนันผู้ใหญ่บ้านส่วนใหญ่สนใจดู ได้แก่ ภาพยนตร์ ประเภทเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ วีรกรรม สงคราม จำนวน 203 คน หรือร้อยละ 65.1 รองลงมาชอบดูประเภทอื่นๆ ชกชอย ขำขัน และประเภทนักสืบ ลึกลับ จำนวน 119 คน และ 101 คน หรือร้อยละ 38.1 และ 32.4 ตามลำดับ และกำนันผู้ใหญ่บ้านส่วนน้อยชอบดู ประเภทผี ผีดิบ และประเภทอื่น ๆ จำนวน 20 และ 12 คน หรือร้อยละ 6.4 และ 3.8 ตามลำดับ (ตารางที่ 28)

วัน เวลาที่กำนันผู้ใหญ่บ้านส่วนใหญ่ใช้ดูภาพยนตร์ ได้แก่ วันหยุดเสาร์-อาทิตย์ จำนวน 66 คน หรือร้อยละ 29.3 รองลงมา วันธรรมดาและวันอื่น ๆ จำนวน 62 และ 53 คน หรือร้อยละ 27.6 และ 23.6 ตามลำดับ สำหรับวันหยุดราชการ (ไม่ใช่วันเสาร์-อาทิตย์) และวันไปรับเงินเดือน เป็นวันที่กำนันผู้ใหญ่บ้านส่วนน้อยใช้ดู ภาพยนตร์ จำนวน 27 และ 16 คน หรือร้อยละ 12.0 และ 7.1 ตามลำดับ (ตารางที่ 29)

ตอนที่ 2 ทดสอบสมมติฐาน 3 ข้อ

สมมติฐานข้อที่ 1 "การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนมากขึ้นอยู่กับความทันสมัย การศึกษา รายได้ ประสบการณ์ในตำแหน่งหน้าที่"

ความทันสมัย

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความทันสมัยกับสื่อวิทยุ ใช้ค่าสัมประสิทธิ์ $(r) = 0.22, \alpha = 0.001$ แสดงว่า ความทันสมัยกับสื่อวิทยุมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน แม้ว่าจะมีความสัมพันธ์ในเกณฑ์ที่ค่อนข้างต่ำ แต่มีนัยสำคัญทางสถิติในระดับความเชื่อถือไคร้อยละ 99.9 (ตารางที่ 30)



การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความทันสมัยกับสื่อโทรทัศน์ ใค้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) = 0.21, α = 0.001 แสดงว่าความทันสมัยกับสื่อโทรทัศน์มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน แม้ว่าจะมีความสัมพันธ์ในเกณฑ์ที่ค่อนข้างต่ำ แต่มีนัยสำคัญทางสถิติในระดับความเชื่อถือไ้ร้อยละ 99.9 (ตารางที่ 31)

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความทันสมัยกับสื่อหนังสือพิมพ์รายวัน ใค้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) = 0.16, α = 0.001 แสดงว่าความทันสมัยกับสื่อหนังสือพิมพ์รายวันมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน แม้ว่าจะมีความสัมพันธ์ในเกณฑ์ที่ค่อนข้างต่ำ แต่มีนัยสำคัญทางสถิติในระดับความเชื่อถือไ้ร้อยละ 99.3 (ตารางที่ 30)

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความทันสมัยกับสื่อนิตยสาร ใค้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) = 0.10, α = 0.05 แสดงว่าความทันสมัยกับสื่อนิตยสารมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน แม้ว่าจะมีความสัมพันธ์ในเกณฑ์ที่ค่อนข้างต่ำ แต่มีนัยสำคัญทางสถิติในระดับความเชื่อถือไ้ร้อยละ 95 (ตารางที่ 30)

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความทันสมัยกับสื่อภาพยนตร์ ใค้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) = 0.17, α = 0.001 แสดงว่าความทันสมัยกับสื่อภาพยนตร์มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน แม้ว่าจะมีความสัมพันธ์ในเกณฑ์ที่ค่อนข้างต่ำ แต่มีนัยสำคัญทางสถิติในระดับความเชื่อถือไ้ร้อยละ 99.9 (ตารางที่ 30)

การศึกษา

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับสื่อหนังสือพิมพ์รายวัน ใค้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) = 0.09, α = 0.05 แสดงว่าการศึกษากับสื่อหนังสือพิมพ์รายวันมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน แม้จะมีความสัมพันธ์ในเกณฑ์ที่ค่อนข้างต่ำ แต่มีนัยสำคัญทางสถิติในระดับความเชื่อถือไ้ร้อยละ 95 (ตารางที่ 31)

ส่วนการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับสื่อวิทยุ โทรทัศน์ นิตยสารและภาพยนตร์ ใค้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) = 0.01, 0.04, 0.08 และ 0.06 ตามลำดับ แสดงว่ารายไค้กับสื่อวิทยุ โทรทัศน์ นิตยสารและภาพยนตร์มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน ในเกณฑ์ที่ค่อนข้างต่ำและไม่มีความนัยสำคัญทางสถิติ (ตารางที่ 31)

รายได้

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับสื่อวิทยุ ใค้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) = 0.13, α = 0.01 แสดงว่ารายได้กับสื่อวิทยุมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน แม้จะมีความสัมพันธ์ในเกณฑ์ที่ค่อนข้างต่ำ แต่มีนัยสำคัญทางสถิติในระดับเชื่อถือไคร้อยละ 99 (ตารางที่ 32)

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับสื่อโทรทัศน์ ใค้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) = 0.09, α = 0.05 แสดงว่ารายได้กับสื่อโทรทัศน์มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน แม้จะมีความสัมพันธ์ในเกณฑ์ที่ค่อนข้างต่ำ แต่มีนัยสำคัญทางสถิติในระดับเชื่อถือไคร้อยละ 95 (ตารางที่ 32)

สำหรับการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับสื่อหนังสือพิมพ์รายวัน นิตยสารและภาพยนตร์ ใค้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) = 0.03, 0.05 และ 0.08 ตามลำดับ แสดงว่ารายได้กับสื่อหนังสือพิมพ์รายวัน นิตยสารและภาพยนตร์มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน ในเกณฑ์ที่ค่อนข้างต่ำและไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (ตารางที่ 32)

ประสบการณ์ในตำแหน่งหน้าที่

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ในตำแหน่งหน้าที่กับสื่อโทรทัศน์ ใค้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) = 0.02 แสดงว่าประสบการณ์ในตำแหน่งหน้าที่ที่มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในเกณฑ์ที่ค่อนข้างต่ำ และไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (ตารางที่ 33)

สำหรับการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ในตำแหน่งหน้าที่กับสื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์รายวัน นิตยสารและภาพยนตร์ ใค้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) = -0.007, -0.067, -0.126 และ -0.123 ตามลำดับ แสดงว่าประสบการณ์ในตำแหน่งหน้าที่กับสื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์รายวัน นิตยสารและภาพยนตร์มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้าม ในเกณฑ์ที่ค่อนข้างต่ำและไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (ตารางที่ 33)

สมมติฐานข้อที่ 2 "การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนของกำนันผู้ใหญ่บ้านมีความแตกต่างกันเมื่อพิจารณาจากชั้นของอำเภอที่ต่างกัน"

การทดสอบความแปรปรวนระหว่างชั้นอำเภอกับการเปิดรับข่าวสารจากวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์รายวัน นิตยสารและภาพยนตร์ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ใต้แก $F_{4,548} = 2.16, 1.91, 3.51, 1.35$ และ 2.95 ตามลำดับ แสดงว่ากำนันผู้ใหญ่บ้านในแต่ละชั้นอำเภอบริการข่าวสารจากสื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์รายวัน นิตยสารและภาพยนตร์แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติในระดับความเชื่อถือได้ร้อยละ 95 (ตารางที่ 35-39)

สมมุติฐานข้อที่ 3 "การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนของกำนันผู้ใหญ่บ้าน ความทันสมัย การศึกษา รายได้และประสบการณ์ในตำแหน่งหน้าที่สามารถพยากรณ์การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนของกำนันผู้ใหญ่บ้านและความทันสมัยได้"

การพยากรณ์การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนของกำนันผู้ใหญ่บ้าน

จากการทดสอบวิเคราะห์ที่โดยใช้วิธี Multiple Regression Analysis พบว่าความทันสมัยซึ่งเป็นตัวแปรอิสระได้ค่า $R^2 = 0.0700$ แสดงว่าความทันสมัยสามารถพยากรณ์ความผันแปรตามการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนของกำนันผู้ใหญ่บ้านได้ร้อยละ 7 และเมื่อนำรายได้มารวมอธิบายกับความทันสมัย ปรากฏว่าได้ค่า $R^2 = 0.0792$ ซึ่งทำให้สามารถพยากรณ์ความผันแปรการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนของกำนันผู้ใหญ่บ้านได้ร้อยละ 7.9 แสดงให้เห็นว่ารายได้เมื่อนำมาอธิบายรวมกับความทันสมัยแล้วสามารถพยากรณ์ความผันแปรตามการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนของกำนันผู้ใหญ่บ้านได้เพิ่มขึ้นไม่ถึงร้อยละ 1 สำหรับประสบการณ์ในตำแหน่งหน้าที่และการศึกษาเป็นไปในทำนองเดียวกันกับรายได้ คือสามารถเพิ่มค่าการพยากรณ์ได้ไม่ถึงร้อยละ 1 เมื่อนำตัวแปรทั้งหมด ได้แก่ ความทันสมัย รายได้ ประสบการณ์ในตำแหน่งหน้าที่และการศึกษามารวมอธิบายความผันแปรตามการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนของกำนันผู้ใหญ่บ้านแล้ว ปรากฏว่าได้ค่า $R^2 = 0.0879$ นั่นแสดงว่า สามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 8.7 สรุปแล้วตัวแปรทั้งหมดความทันสมัยมีค่าการพยากรณ์ความผันแปรตามการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนของกำนันผู้ใหญ่บ้านสูงที่สุด โดยสามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 7 (ตารางที่ 40)

การพยากรณ์ความทันสมัยของกำนันผู้ใหญ่บ้าน

ในการทดสอบวิเคราะห์โดยใช้วิธี Multiple Regression พบว่าการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนของกำนันผู้ใหญ่บ้าน ซึ่งเป็นตัวแปรอิสระ ได้ค่า $R^2 = 0.0700$ แสดงว่าการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนของกำนันผู้ใหญ่บ้านสามารถพยากรณ์ความผันแปรตามของความทันสมัยได้ร้อยละ 7 และเมื่อนำการศึกษา มาร่วมอธิบาย ปรากฏว่าได้ค่า $R^2 = 0.0909$ ซึ่งทำให้สามารถพยากรณ์ความผันแปรตามของความทันสมัยได้ร้อยละ 9 แสดงให้เห็นว่า การศึกษาเมื่อนำมาอธิบายร่วมแล้วสามารถพยากรณ์ความผันแปรตามของความทันสมัยได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 2 สำหรับตัวแปร รายได้เมื่อนำมาอธิบายร่วมกับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนของกำนันผู้ใหญ่บ้านและการศึกษาสามารถพยากรณ์ความผันแปรตามของความทันสมัยได้ร้อยละ 9.4 ($R^2 = 0.0945$) นั่นคือ ตัวแปรรายได้สามารถพยากรณ์ความผันแปรตามของความทันสมัยได้เพิ่มขึ้นไม่ถึงร้อยละ 1 สรุปแล้วการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนของกำนันผู้ใหญ่บ้านมีค่าการพยากรณ์ความผันแปรตามของความทันสมัยสูงที่สุดโดยสามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 7 รองลงมาคือการศึกษา ส่วนรายได้มีค่าการพยากรณ์น้อยที่สุด (ตารางที่ 41)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย