

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “ความต้องการใช้สื่อในการถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ในจังหวัดอุดรธานี” ได้มีการศึกษาเอกสารและงานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความกระจ่างซึ่งปัญหา รวมถึงเป็นแนวทางในการดำเนินการวิจัยได้อย่างถูกต้องโดยครอบคลุมเนื้อหาดังต่อไปนี้

- ความหมาย และแนวความคิดเกี่ยวกับความต้องการ
- องค์ประกอบของการสื่อสาร
- สื่อและประเภทของสื่อ
- การสื่อสารในงานส่งเสริมการเกษตร
- งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความหมาย และแนวความคิดเกี่ยวกับความต้องการ

ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของคำว่า “ความต้องการ” ไว้ดังนี้

ปราณี (2528:118) กล่าวว่า ความต้องการคือสภาพที่อินทรีย์ขาดสมดุล ซึ่งจะก่อให้เกิดแรงผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อกลับเข้าสู่สมดุลตามเดิม

สติชัย (2525 :108) กล่าวว่า ความต้องการเป็นสภาพที่บุคคลขาดความสมดุลในการดำรงชีวิต อินทรีย์ย่อมมีความต้องการเพื่อความเจริญงอกงาม การสืบพันธุ์และสังคม อาจจำแนกเป็นความต้องการทางชีววิทยาและความต้องการทางจิตวิทยา

เสถียร (2519 :19) กล่าวว่า ความต้องการหมายถึงความต้องการอันจำเป็นซึ่งชีวิตจะขาดเสียมิได้ พฤติกรรมที่มนุษย์แสดงออกมานั้นเป็นเพราะแรงผลักดันให้เป็นกำลังที่สำคัญที่แสดงออกของชีวิตจิตใจ ความต้องการอาจเกิดขึ้นได้ทั้งการเรียนรู้ซึ่งหาขึ้นมาภายหลัง และจากสิ่งที่เป็นมรดกตกทอดที่เกี่ยวกับความต้องการทางชีววิทยา (Biological needs) เป็นสิ่งที่แสดงออกมาให้เห็นได้และเป็นสิ่งที่ซ่อนตัวอยู่

ประสาธ (ไม่ระบุปีพิมพ์ :17) ได้ศึกษาจากนักจิตวิทยา โดยนักจิตวิทยาอธิบายว่าการทำความเข้าใจเกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์นั้นเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นและสำคัญอย่างยิ่งเพราะข้อ

สมมุติฐานเบื้องต้น ทางจิตวิทยาเชื่อว่าพฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ย่อมมีรากฐานเนื่องมาจากความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลาย ๆ อย่างประกอบกัน จากการค้นคว้าวิจัยและทดลองนักจิตวิทยาส่วนมากต่างยอมรับกันว่า ความต้องการของมนุษย์มีทั้งที่เกิดจากสภาพทางสรีระ และที่เกิดขึ้นจากสภาวะสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้นักจิตวิทยายังได้สรุปลักษณะโดยทั่วไปของความต้องการของมนุษย์ไว้ 3 ประการ ดังนี้

1. มนุษย์ทั้งหลายไม่ว่าอยู่ในสังคมใด เผ่าพันธุ์เชื้อชาติใดจะมีลักษณะความต้องการพื้นฐาน (Basic needs) บางอย่างเหมือนกันรวมอยู่ ความต้องการพื้นฐานที่ปรากฏชัดเจนคือ ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological needs)

2. ความต้องการบางอย่างของมนุษย์ เกิดมาน้อยต่างกันตามสังคมสิ่งแวดล้อมเป็นการต้องการทางสังคมเกิดขึ้นจากการเรียนรู้ ความแตกต่างของสิ่งแวดล้อมจึงมีผลให้ระบบความต้องการทางสังคมแตกต่างกัน แต่ก็มีความต้องการทางสังคมหลายประการเป็นพื้นฐานเหมือนกันหมด ไม่ว่าจะอยู่ในสังคมใด ได้แก่ ความต้องการความรัก ความต้องการความอบอุ่นปลอดภัย เป็นต้น

3. ระบบความต้องการของมนุษย์ขึ้นอยู่กับลักษณะพัฒนาการของเขาด้วย ความต้องการของคนแต่ละวัย และระดับวุฒิภาวะ (Materation) มีความแตกต่างกัน ความเปลี่ยนแปลงนี้พัฒนาขึ้นมาจากองค์ประกอบหลายอย่างที่สำคัญ คือ ความสามารถในการรับรู้ทำความเข้าใจของบุคคลนั่นเอง และจากประสบการณ์การติดต่อสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ

พจน (2530 : 22-23) อ้างถึง A.H. Maslow ได้แบ่งระดับความต้องการของมนุษย์ตามลำดับความจำเป็นพื้นฐานของชีวิตไว้ดังนี้

1. ความต้องการทางกายภาพ (Physiological needs) คือความต้องการสิ่งจำเป็นพื้นฐานของชีวิต นับตั้งแต่ต้องการอากาศ น้ำ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค การพักผ่อนนอนหลับ และต้องการสืบพันธุ์ให้ชีวิตคงอยู่ยืนยาวเป็นสิ่งสำคัญ ก้าวอดตาย

2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety needs) คือความต้องการปกป้องคุ้มครองชีวิตให้มีความมั่นคงปลอดภัย ต้องการหลบหลีกอันตราย ความสับสนวุ่นวาย ความล้มเหลว ความแน่นอน ต้องการพ้นจากโรคร้ายไข้เจ็บทั้งปวง ไม่อยากเจ็บป่วย ไม่อยากตาย อยากให้ชีวิตอยู่สภาพมั่นคงปลอดภัย กลัวความไม่ปลอดภัย

3. ความต้องการทางสังคม (Social needs) คือความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคมต้องการความรักความเห็นใจ ต้องการเป็นที่รักเป็นที่นิยมชมชอบของคนอื่น ต้องการความเท่าเทียมกับคนอื่น ต้องการความทันสมัย อยากมีรสนิยมสูงแต่รายได้ต่ำ อยากอยู่เป็นหมู่เหล่าเป็นสังคมไม่ได้อยู่โดดเดี่ยว กลัวถูกทอดทิ้ง

4. ความต้องการความภูมิใจ (Esteem needs) คือความต้องการเป็นตัวของตัวเอง ต้องการพึ่งพาตนเอง ต้องการผู้ชื่นชมรับ ต้องการได้รับการยกย่อง ต้องการได้รับเกียรติยศ ต้องการให้คนอื่นทำตาม อยากได้ความภูมิใจให้ตัวเอง ไม่อยากได้รับการดูถูกเหยียดหยาม กลัวคนอื่นไม่ยอมรับตน

5. ความต้องการสมปรารถนาในชีวิตคน (Self actualization) คือความต้องการในทุกสิ่งที่คนปรารถนาที่คนพึงมีพึงได้ เป็นความต้องการทางปรัชญาและจิตวิทยา เช่น ความต้องการความสำเร็จ ความก้าวหน้า ต้องการพัฒนาชีวิตในรูปแบบต่าง ๆ ให้คนมีพลังอำนาจ มีความสมบูรณ์แข็งแรง เฉลียวฉลาด ต้องการมีความรู้ความเข้าใจในชีวิต และโลก อยากสมปรารถนาทางความนึกคิด จิตใจ ร่างกาย เกิดความสมบูรณ์ และสมดุลในชีวิตของคน กลัวความไม่สมปรารถนา กลัวความเสื่อม

ส่วนในด้านการทำงาน ปรียาพร (2535:59-60) ได้ศึกษาถึงทฤษฎีความต้องการของ (Murray's Manifest Needs Theory) โดยเมอร์เรย์ ได้อธิบายความต้องการของบุคคลที่มีความต้องการหลายอย่างในเวลาเดียวกัน ความต้องการของบุคคลที่เป็นความสำคัญเกี่ยวกับการทำงาน มีอยู่ 4 ประการ คือ

1. ความต้องการความสำเร็จ หมายถึง ความต้องการที่จะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี
2. ความต้องการมีมิตรสัมพันธ์ ความต้องการสัมพันธ์อันดีกับผู้อื่น โดยคำนึงถึงการยอมรับของผู้ร่วมงาน
3. ความต้องการอิสระ เป็นความต้องการที่จะเป็นตัวของตัวเอง
4. ความต้องการมีอำนาจ ความต้องการที่จะมีอิทธิพลเหนือคนอื่นและต้องการที่จะควบคุมคนอื่นให้อยู่ในอำนาจของตน

ดั่งที่ นรินทร์ชัย (2526: 117) ได้กล่าวว่า ความต้องการดังกล่าวได้ผลักดันให้มนุษย์ต่อสู้ดิ้นรนและทำทุกสิ่งทุกอย่าง เพื่อสนองความต้องการของตน ซึ่งแต่ละคนมีไม่เท่ากัน การที่เราศึกษาให้รู้ถึงความต้องการของมนุษย์ก็เพื่อจะได้นำไปใช้ประโยชน์ในการสร้างความสัมพันธ์และเผยแพร่วัฒนธรรมต่าง ๆ เพราะเมื่อรู้ความต้องการอันเป็นธรรมชาติของคนแล้ว จะได้จัดความต้องการเหล่านั้นได้ถูกต้อง

จากความหมายข้างต้น สามารถสรุปความหมายของ “ความต้องการ” ได้ว่า ความเข้าใจเรื่องความต้องการของแต่ละบุคคล เป็นสิ่งที่จำเป็นที่จะเข้าใจพฤติกรรมของบุคคลในองค์กร เพราะความต้องการของบุคคลเป็นแรงผลักดันให้คนทำงาน ความต้องการที่แตกต่างกันของบุคคล ทำให้

ความตบสนองแตกต่างกันไปด้วย ด้วยเหตุนี้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรพิจารณาถึงความ ต้องการของแต่ละบุคคล เพื่อจะได้ตอบสนองให้ถูกต้อง

องค์ประกอบของการสื่อสาร

วิทยา (2532: 21) ได้ให้ความหมายขององค์ประกอบของการสื่อสาร ไว้ดังนี้คือ

1. ผู้ส่งข่าวสาร (Sender) หรือผู้สื่อสาร (Communicator) หรือผู้เป็นต้นข่าว (Source of message) ซึ่งอาจเป็นบุคคล กลุ่มบุคคลองค์กรหรือสถาบันก็ได้
2. ข่าวสาร (Message) คือเรื่องราว เนื้อหา สารที่ต้องการส่งไปยังผู้รับ ซึ่งอาจมีการเข้ารหัส (Encoder) เป็นสัญลักษณ์หรือสัญญาณต่าง ๆ ที่สามารถสื่อความหมายหรือตีความเป็นที่เข้าใจกันได้ เช่น โดยการเขียนเป็นตัวอักษร รูปภาพ กิริยาท่าทาง ฯลฯ
3. ช่องทาง (Channel) คือวิถีทางที่จะนำข่าวสาร ไปยังผู้รับ หากไม่มีวิถีทางแห่งการสื่อสารแล้ว ข่าวสารก็จะไม่สามารถไปถึงผู้รับได้ ช่องทางหรือวิถีทางการส่งข่าวสารมีให้เลือกมากมายหลายวิธี เช่น ทางเอกสารสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ นิทรรศการ ภาพโฆษณา เป็นต้น ผู้ส่งข่าวสารจะต้องมีความรู้ว่า ผู้รับข่าวสารจะรับทางใด ถ้าส่งข่าวสารผิดช่องทาง ข่าวสารอาจจะไม่ถึงผู้รับได้
4. ผู้รับข่าวสาร (Receiver) หรือจุดหมายปลายทางของผู้ส่งข่าวสาร (Destination) ซึ่งอาจเป็นบุคคลหรือกลุ่มบุคคลก็ได้

องค์ประกอบทั้ง 4 องค์ประกอบนี้ มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันอย่างใกล้ชิด มีผลกระทบซึ่งกันและกัน รวมทั้งมีผลต่อการสื่อสารด้วย ดังนั้นหากผู้ส่งข่าวสารมีประสิทธิภาพแต่สื่อ และผู้รับสารด้อยประสิทธิภาพก็จะทำให้ประสิทธิผลของการสื่อสารด้อยลงไป

สื่อและประเภทของสื่อ

ณรงค์ (2529: 162) ซึ่งได้ให้ความเห็นว่า สื่อ (Media) เป็นตัวกลางที่จะนำข่าวสารต่าง ๆ ส่งไปยังผู้รับ ตัวกลางเหล่านี้อาจจะอยู่ใน ลักษณะของตัวหนังสือ คำพูด วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ตลอดจนวิธีการที่ผู้ส่งหรือวิทยากรให้เป็นสื่อในการถ่ายทอดสาร ไปยังผู้รับ

รัตนและคณะ (2534: 5) กล่าวว่า สื่อเป็นคำมาจากภาษาละตินว่า "Medium" แปลเป็นภาษาอังกฤษว่า between หมายถึง สิ่งใดก็ตามที่บรรจุข้อมูลเพื่อให้ผู้ส่งและผู้รับสารสามารถสื่อสารกันได้ตรงตามวัตถุประสงค์

สื่อ (พหุพจน์) ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน ได้ให้ความหมายว่า

สื่อ (กริยา) ทำการติดต่อให้ถึงกันชักนำไปสู่รู้จักกัน

สื่อ (นาม) ผู้หรือสิ่งของที่ทำให้การติดต่อให้ถึงกัน หรือชักนำไปสู่รู้จักกัน

รุ่งนภา (2532: 330) ได้ให้ความหมายว่า สื่อหมายถึงพาหะหรือตัวกลางที่จะนำสารไปยังผู้รับ

การแบ่งประเภทของสื่อ

ณรงค์ (2530:43) ได้กล่าวว่าสื่อมีลักษณะคุณสมบัติตลอดจนการนำไปใช้แตกต่างกันไป จึงมีผู้พยายามใช้เหตุผลต่าง ๆ มาประกอบในการแบ่งแยกประเภทของสื่อออกเป็นหลายแบบยกตัวอย่าง เช่น อาจมุ่งเน้นไปทางเทคนิคต่าง ๆ ซึ่งเกี่ยวข้องกับวัสดุที่ใช้ในการผลิตสื่อ เช่น ภาพถ่าย (Photography) รูปภาพ (Illustration) ภาพยนตร์ (Cinematography) การบันทึกภาพวิดีโอ (Video-recording) หรือพิจารณาสื่อในแง่ตัวกลาง(Means)ซึ่งเป็นทางผ่านหรือแสดงสาร (Messages) ด้วยรูปแบบสื่อที่แตกต่างกันไป บางทีก็นำไปเกี่ยวข้องกับโทรคมนาคม (Telecommunication) หรือการออกอากาศ และอุปกรณ์ทางอิเล็กทรอนิกส์

การแบ่งประเภทของสื่อตามลักษณะของสื่อ

ถ้ามาพิจารณาในเรื่องลักษณะของสื่อที่จะนำไปใช้แล้วแบ่งออกได้เป็น 3 ลักษณะ คือ

1. เครื่องมือหรืออุปกรณ์ (Hardware) ได้แก่สื่อประเภทที่ประกอบไปด้วยกลไกไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ เช่น เครื่องฉายทั้งหลาย เครื่องเสียง วิทยุ โทรทัศน์ รวมทั้งเครื่องสอนและคอมพิวเตอร์บางที่เรียกว่า **สื่อประเภทหนัก**

สื่อประเภทนี้เป็นตัวกลางหรือทางผ่านของความรู้ที่จะถ่ายทอดไปสู่ผู้รับ โดยตัวของมันเองไม่สามารถสื่อความหมายได้ต้องอาศัยสื่ออื่นมาช่วยเช่น เครื่องฉายภาพต้องการฟิล์ม ภาพยนตร์ วิทยุ และโทรทัศน์ต้องการรายการ เป็นต้น

2. วัสดุ (Software) ได้แก่สื่อที่บรรจุเนื้อหาและรายการต่าง ๆ เอาไว้ บางชนิดสามารถใช้ได้โดยตัวของมันเองโดยเอกเทศ เช่น ของจริง รูปภาพ ป้ายนิเทศ เป็นต้น แต่บางชนิดต้องอาศัยสื่อประเภทหนักมาช่วย เช่น ฟิล์มภาพยนตร์ แผ่นสไลด์ ม้วนเทปบันทึกเสียง เป็นต้น บางที่เราเรียกว่า **สื่อประเภทเบา**

สิ่งที่สำคัญสำหรับสื่อประเภทนี้คือ เป็นตัวอุ้มหรือเก็บความรู้ในลักษณะของภาพ เสียง ตัวอักษร และสัญลักษณ์ในรูปต่าง ๆ เอาไว้ เป็นตัวที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ที่สำคัญ ประเทศไทยยังขาดแคลนสื่อประเภทนี้มาก เนื่องจากยังไม่ค่อยมีหน่วยงานใดได้ผลิตกันอย่างจริงจัง

3. เทคนิคหรือวิธีการ (Techniques or methods) การสื่อความหมายหรือการถ่ายทอด

ประสบการณ์ในรูปของกิจกรรมคือ อาจรวมเอาทั้งเครื่องมือ วัสดุ และวิธีการเข้าด้วยกันแต่เน้นเทคนิคหรือวิธีการเป็นสำคัญ เช่น ต้องการสอนขยายพันธุ์พืชด้วยวิธีตอนกิ่งให้กับเกษตรกรอาจต้องใช้ทั้งแผนภูมิแสดงขั้นตอนในการทำ ใช้เทคนิคในการสาธิตให้เกษตรกรให้เห็นวิธีที่ถูกต้องในการตอนตั้งแต่ต้นจนจบ เทคนิคหรือวิธีการนี้มีหลายอย่างเช่น การสาธิต การทัศนศึกษานอกสถานที่ การจัดนิทรรศการ การจัดประกวด เป็นต้น

ประเภทของสื่อส่งเสริมการเกษตร

นรินทร์ชัย (2542:148-153) ได้กล่าวถึงสื่อตามวิธีการใช้ ซึ่งแบ่งออกได้ 2 ชนิด คือ สื่อในการรณรงค์ทางการค้า การโฆษณา (advertising campaign) และสื่อในการรณรงค์ทางสาธารณะ (public campaign) จากชนิดของสื่อดังกล่าวได้แบ่งสื่อที่ใช้ในการรณรงค์เป็น 7 ประเภท ดังนี้

1. ตามประสบการณ์ต่าง ๆ ที่รับรู้ (จากแนวความคิดของ Edgar Dale)

1.1 ประสบการณ์จากสัญลักษณ์ (symbolic experience) สื่อเหล่านี้มีคำพูด สัญลักษณ์ เช่น ตัวหนังสือ ในหนังสือพิมพ์ต่าง ๆ เป็นต้น มักเป็นนามธรรมสูง อาจเข้าใจคลาดเคลื่อนได้ง่ายเพราะมิได้เห็นรูปจริง (แต่เป็นสัญลักษณ์) เท่านั้น

1.2 ประสบการณ์จากการเห็น/สังเกตได้จริงแต่ย่อส่วน (iconic experience) เช่น ภาพนิ่ง ภาพยนตร์ โทรทัศน์ วิทยุทัศน์ นิทรรศการ การสาธิต ฯลฯ ซึ่งมักได้เห็นของจริงที่ย่อส่วนมาให้ดู

1.3 ประสบการณ์ตรง (direct experience) เช่น ประสบการณ์จากการจัดเป็นเรื่องเป็นละคร (ประสบการณ์นาฏการ) หรือบทบาทสมมุติ (role playing) หรือประสบการณ์จำลองแบบ (contrived experience) เช่น การฝึกบินในห้องจำลอง มิใช่การบินจริง ต่อมาเมื่อมีความชำนาญมากขึ้นจึงฝึกบินจริง เป็นต้น

จะพบว่า ถ้าสื่อใดช่วยทำให้เกิดประสบการณ์ตรงมากขึ้น ก็ทำให้ผู้ได้รับข่าวสาร การฝึกอบรมเรียนรู้ดีมากยิ่งขึ้น

2. ตามวิธีรับข่าวสารจากบุคคลหรือไม่ใช่จากบุคคล

2.1 รับข่าวสารจากบุคคล คือ ใช้บุคคลเป็นผู้พูด ผู้เสนอแนะตรงต่อผู้รับข่าวสาร เช่น ใช้พนักงานขายตรง ใช้การประชุม การสาธิต ใช้ผู้สอนโดยตรง ใช้บุคคลไปชี้แจงโดยตรง ฯลฯ การที่มีบุคคลผู้ให้ข่าวสารให้เห็นปฏิกิริยาของผู้รับสาร ทำให้เกิดปฏิกิริยาป้อนกลับ คือ ได้รับความสงสัย ความเห็นชอบด้วยความชื่นชมจากผู้รับสารได้ดี

2.2 รับข่าวสารจากสื่อที่มีใช้บุคคล ส่วนใหญ่จากสื่อมวลชน เช่น ฟังจากวิทยุ

เห็น/ฟัง จากโทรทัศน์ อ่านจากหนังสือพิมพ์ ฯลฯ กรณีต่าง ๆ ข้างต้นการมีข้อมูลป้อนกลับจะทำให้
ซ้ำหรือลำบากมากขึ้น

3. ตามวัตถุประสงค์หรือความมุ่งหมายของการให้ข่าวสาร

3.1 มุ่งที่จะให้ข่าวสาร (information) เช่น การบอกกล่าวว่ามีสิ่งใดเกิดขึ้น เกิดขึ้น
ที่ไหน

3.2 มุ่งที่จะจูงใจ (motivation) เช่น จูงใจให้ข่าวสาร ให้กลัว ให้เห็นความน่ารัก
ดังเช่น มีการทำโปสเตอร์ภาพสีจำนวนมากเน้นที่จะจูงใจให้ส่งสาร (motivational poster)

3.3 มุ่งที่จะบอกวิธีปฏิบัติ (instruction) เช่น จะทำอาหารชนิดใดชนิดหนึ่งมีวิธี
ทำอย่างไร ก็ใช้เอกสารคำแนะนำ หรือพิมพ์แผ่นปลิวบอก ถ้าจะใช้โปสเตอร์ก็ไม่จำเป็นต้องพิมพ์สี
หลายสี เพราะมุ่งเพียงบอกขั้นตอนการทำ (how to) จึงเพียงแต่ใช้สีน้อยสี แต่แบ่งหมวดหมู่ให้ดี ก็
จะบอกขั้นตอนได้ดีแล้ว

4. ตามประเภทการรับรู้สำคัญ 3 ชนิด คือ การเห็น ได้ยิน ได้สัมผัส (ทำกิจกรรม) แต่แบ่ง
สื่อในประเภทนี้เป็น 5 กลุ่มคือ

4.1 ตามการเห็น (visual media) เช่น โปสเตอร์ ภาพนิ่ง (slide) ภาพพลิก (flip-
chart) แผ่นใสพร้อมเครื่องฉาย (overhead transparency) ธงประดับ (banner) ตราสัญลักษณ์ (logo)
เครื่องหมายการค้า (trade mark) แผ่นปลิว (leaflet) ป้ายข้างถนน (billboard) แผ่นพับ (folder) แผ่น
ติด (sticker) ป้ายแขวน (mobile) หนังสือเล่มเล็ก (booklet) จดหมายข่าว (newsletter) สื่อของจริง
หรือเลียนแบบของจริง (object media)

4.2 ตามการได้ยิน (audio media) เช่น สปอทสั้น (spot) เพลงสั้น (jingle) เพลง
(song) ละครสั้น (short radio drama) ข้อความประกาศตรง (straight talk) คำขวัญ (slogan)

4.3 ตามการได้ยิน ได้เห็น (audio-visual media) เช่น ภาพนิ่งประกอบเสียง (slide
and sound) โทรทัศน์ วิทยุทัศน์ การสาธิตผล (result demonstration) การฟังบรรยาย (lecture) ฯลฯ

4.4 ตามการได้ยิน ได้เห็น ได้ทำ (audio-visual and practice media) เช่น การ
สาธิตวิธี (method demonstration) งานวันสาธิต (field day) การร่วมสนทนา (dialogue) การร่วม
เสวนาสาธารณะ (คือการฟังและร่วมเสวนา – dialogue forum)

4.5 ตามกิจกรรมที่ทำ (activities as media) คือ การใช้กิจกรรมเป็นสื่อ เช่น เกม
(games) การจัดกิจกรรมพิเศษ (special events) เช่น การมีพิธีเปิด (launching ceremony) การจัดชิง
โชค/สมนาคุณ (sweep stakes) การจัดประกวดแข่งขัน (contest/competition) การชุมนุมและการ
ประชุมประเภทต่าง ๆ การอภิปรายต่างๆ และการสัมมนาอีกหลายประเภท เป็นต้น

5. ตามจำนวนความมากน้อยของผู้รับสาร กล่าวคือ พิจารณาว่าผู้รับข่าวสารมีน้อยคน ก็

ใช้วิธีอย่างหนึ่งเป็นกลุ่มก็ใช้วิธีหนึ่ง มากขึ้นกว่านี้ก็ใช้วิธีอื่นอีก เป็นต้น ประเด็นนี้แบ่งได้

5.1 การสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล (individual approach/media) เช่น การเยี่ยมฟาร์ม/เยี่ยมลูกค้า มีลูกค้าไปพบที่ทำงาน (office call) มีจดหมายส่วนตัวไปถึง (personal letter) การไปแนะนำทบทวนให้ (supervise/tutor)

5.2 การสื่อสารแบบกลุ่ม (group approach media) วิธีการสื่อสารแบบนี้มีจำนวนบุคคลเป้าหมายไม่มากเกินกว่าที่จะพบเห็นพฤติกรรมและปฏิกิริยาป้อนกลับได้ชัดเจน เช่น การประชุม (10-20 คน) ศึกษาดูงาน แสดงบทบาทสมมุติ อภิปรายกลุ่มย่อย ฉายภาพนิ่ง สาธิตวิธีการใช้กระดาน ป้ายผ้าคำลี (flannel board) การประชุมระดมสมอง (brain storming) การใช้รูปจำลอง เป็นต้น

5.3 การสื่อสารมวลชน (mass media) เป็นเรื่องที่ไม่อาจรู้จักบุคคลเป้าหมายเป็นแต่ละบุคคลได้ชัดเจน ไม่อาจทราบได้ว่าใครรับข่าวสารอยู่ในขณะนั้นบ้าง จำนวนบุคคลที่รับสารมักจะเกิน 100 คนขึ้นไป สื่อเหล่านี้มีวิทยุ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ สื่อเหล่านี้เผยแพร่แก่ผู้ฟังได้จำนวนมาก

6. ตามการเข้าถึงบุคคลเป้าหมายได้ตรงหรืออ้อม การรณรงค์บางเรื่อง บางท้องที่ไม่อาจใช้สื่อส่งถึงบุคคลเป้าหมายได้โดยตรง อาจเป็นเพราะผู้รับสารไม่มีความสามารถในการอ่านหรือแม้อ่านได้บ้างแต่บางกลุ่มบุคคลไม่ชอบวิเคราะห์ข่าวสาร จึงอยู่ในกลุ่มบุคคลที่การสื่อสารไม่มีผลตรงเท่าไรนัก ต้องผ่าน 2 หรือหลายขั้นตอน (two or multi flow model) ดังนั้นจึงต้องมีวิธีการเข้าถึงบุคคลเป้าหมายทางอ้อม ทำให้ต้องแบ่งวิธีเข้าถึงบุคคลเป้าหมายเป็น

6.1 สื่อที่เข้าถึงบุคคลเป้าหมายโดยตรง (direct to audience media) เป็นสื่อที่มีให้ผู้รับสารได้ทราบ ได้รับการสนใจ หรือเปลี่ยนพฤติกรรมโดยตรง อาจเป็นสื่อบุคคล กลุ่ม หรือมวลชน

6.2 สื่อที่เข้าถึงบุคคลเป้าหมายโดยอ้อม (intermediaries as media) คือ จะมีตัวกลางรับสื่อแล้วผ่านข่าวสารนั้นให้บุคคลเป้าหมาย เช่น ลูกเกษตรกรที่เรียนหนังสือชั้นประถมศึกษา รับเอกสารแล้วไปอ่านให้บิดามารดาที่อ่านหนังสือไม่ออก หรือผู้นำความคิดเห็น (opinion leader) รับข่าวสารแล้วบอกกล่าวแก่ลูกบ้าน/เพื่อนบ้าน ต่อไป

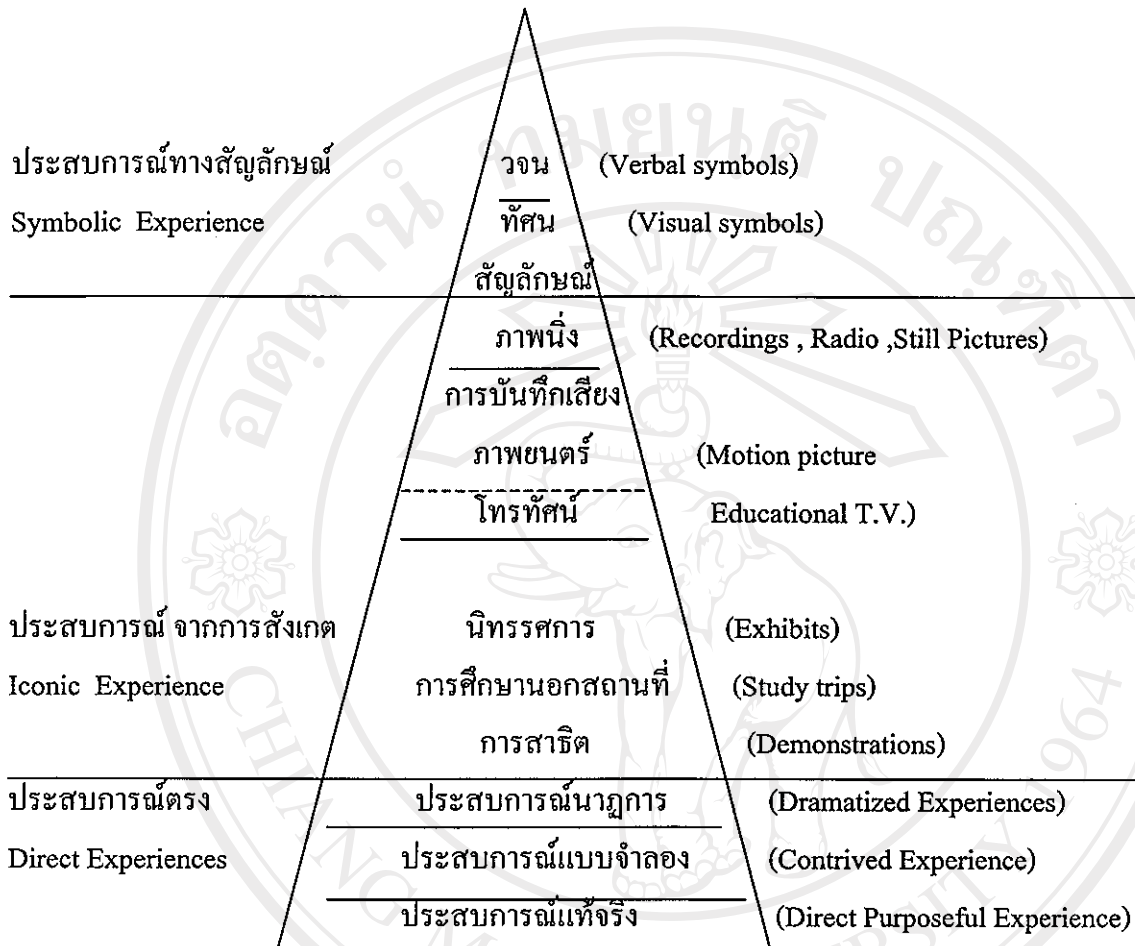
7. ตามประเภทของการกระจายกว้างหรือเจาะจงกลุ่ม

7.1 สื่อการกระจายถึงคนกลุ่มใหญ่ (broacasting) อันเป็นการเผยแพร่ข่าวสารให้กว้างไปถึงทุกคนให้มาก แต่ไม่ค่อยแบ่งแยกย่อยไปนัก เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ที่มีรายการข่าว ละคร เพลง สำหรับให้คนต่างเพศ ต่างวัย ฯลฯ ฟัง อ่าน หรือชม โดยรวม ๆ

7.2 สื่อเจาะจงกลุ่ม (narrocasting) อาจเป็นวิทยุ หนังสือพิมพ์ หรือโทรทัศน์ ที่แบ่งรายการหรือคอลัมน์ ตามประเภทชาย-หญิง ตามวัย ตามความสนใจตามวิชาชีพ เช่น วรรณคดีสาร คอลัมน์ สำหรับสตรี สำหรับเด็ก ผู้สนใจฟุตบอล รถแข่ง ฯลฯ อันเป็นการเจาะกลุ่มย่อยของสังคม/ชุมชนมากขึ้น

สื่อตามที่กล่าวมาแล้ว ทั้ง 7 ประเภทข้างต้นจะพบว่าสื่อต่าง ๆ มีหลากหลายชนิด มีข้อกำหนดด้านคุณลักษณะ ความแตกต่างระหว่างสื่อเหล่านี้ การมีความเข้าใจในสื่อแต่ละประเภทอย่างถูกต้องและใช้ตามคุณสมบัติจริงจึงจะช่วยให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลอย่างสูง การรณรงค์ได้ดีจึงต้องเข้าใจถึงต่าง ๆ ดังกล่าวอย่างต้องแท้

ณรงค์ (2530: 44-48) ได้กล่าวถึงการแบ่งประเภทของสื่อตามหลักประสบการณ์การเรียนรู้ ตามหลักแนวความคิดของ Edgar Dale ได้จำแนกประสบการณ์การเรียนรู้ออกมาเป็นรูปกรวยคว่ำ เรียกว่า “กรวยประสบการณ์” (Cone of Experience) โดยถือหลักความต่อเนื่องระหว่างประสบการณ์รูปธรรม (Concrete) และนามธรรม (Abstract) คือจัดประสบการณ์จริงที่เป็นรูปธรรมมากที่สุดไว้ที่ฐานกรวย แล้วเรียงประสบการณ์ที่เป็นนามธรรมเพิ่มขึ้น เรียงไปจนถึงกรวยยอด ซึ่งมีลักษณะเป็นนามธรรมมากที่สุด คือประสบการณ์ที่ได้จากหนังสือและคำพูด



แผนภูมิ 1 กรวยประสบการณ์ Edgar Dale

Dale ให้คำอธิบายว่า ประสบการณ์ของเราจะแปรเปลี่ยนไปตามความเข้มข้น (degree) ซึ่งมาเกี่ยวข้องกับเราทางด้านร่างกายและจิตใจประสบการณ์ที่เกิดการเรียนรู้โดยตรงจะเป็นการใช้ความรู้สึกและกล้ามเนื้อ ถ้าหากเป็นการเรียนจากการสังเกต โดยไม่ใช้ความรู้สึกและกล้ามเนื้อก็จะเกิดประสบการณ์นามธรรม Dale ได้อธิบายรายละเอียดของประสบการณ์การเรียนรู้ไว้ 10 ขั้นตอน คือ

1. ประสบการณ์ตรง (Direct purposeful experience)

ประสบการณ์ที่อยู่ล่างสุดของกรวยมีลักษณะเป็นรูปธรรมมากที่สุด เนื่องจากเป็นประสบการณ์แรกสุดที่เป็นพื้นฐานของการเรียนรู้เป็นความรู้สึกและการรับรู้เกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ที่มีอยู่รอบตัวเราในโลก เราจะสร้างข้อมูลที่มีความหมายและความคิดขึ้นโดยผ่านการเห็น การได้ยิน การได้

กลิ่น ความรู้สึกหรือการสัมผัส และการมีส่วนร่วมในการกระทำโดยตัวอย่างการเรียนในลักษณะนี้ก็จะโดยการเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง ๆ

2. ประสบการณ์จำลอง (Contrived experience)

เป็นประสบการณ์ซึ่งได้จากหุ่นจำลอง (model) และหุ่นแสดงการทำงาน (mock ups) ซึ่งเป็นเครื่องช่วยให้เราสามารถเอาชนะข้อจำกัดของประสบการณ์ตรงได้ ช่วยให้เราสามารถศึกษาสิ่งที่ไม่สามารถจะนำมาศึกษาโดยตรงได้ เช่น เป็นสิ่งที่ใหญ่หรือเล็กเกินไป หรือเมื่อสิ่งที่น่าสนใจจะศึกษา มีความซับซ้อน ยุ่งยาก หรืออยู่ภายใน ซึ่งมองเห็นได้ยาก การใช้หุ่นที่แสดงการทำงานได้ (mock ups) ทำให้สะดวกในการเรียนรู้อย่างมาก

3. ประสบการณ์นาฏการ (Dramatized experiences)

การมีส่วนร่วมในการแสดงจะทำให้ได้รับประสบการณ์ที่เกี่ยวกับความคิด และเหตุการณ์ซึ่งเราไม่สามารถจะพบได้โดยตรง ถึงแม้ว่าจะไม่ใช่สิ่งที่เป็นจริง แต่การแสดงนาฏการจะทำให้ข้อมูลข่าวสารมีความหมายมากขึ้น เช่นการแสดงละคร การสวมบทบาท (role playing) จะทำให้บุคคลสามารถเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้อื่น

4. การสาธิต (Demonstrations)

การสาธิตเป็นการอธิบายข้อเท็จจริง (fact) ความคิด (idea) หรือกระบวนการ (Process) ออกให้เห็นด้วยการแสดงให้เห็นจริง ๆ ผู้สาธิตอาจจะอธิบายประกอบการสาธิต ผู้เรียนรับรู้ด้วยการสังเกต และอาจจะมีกิจกรรมติดตามผลอย่างอื่นตามมาด้วย เช่น การอภิปราย หรือการฝึกปฏิบัติทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของผู้สาธิต

5. การศึกษานอกสถานที่ (Stud trips)

เป็นการจัดประสบการณ์ในรูปของการไปดูงาน ทัศนศึกษาไปสถานที่จริง ทำให้การเรียนรู้สมบูรณ์ขึ้น ประสบการณ์เกิดจากการสังเกตสิ่งที่ได้ไปพบเห็น ช่วยให้เกิดความคิดใหม่ ๆ ซึ่งอาจจะนำมาเป็นแบบอย่างหรือมองเห็นข้อบกพร่องของตน ที่จะนำไปสู่การปรับปรุงแก้ไขต่อไป

6. นิทรรศการ (Exhibits)

อาจเป็นการจัดแสดงขนาดเล็ก ๆ ซึ่งเรียกว่า display หรือบางทีอาจเป็นชุดของภาพถ่ายหรือภาพถ่ายประกอบหุ่นจำลอง แผนภูมิ หรือโปสเตอร์ มีการฉายภาพยนตร์ประกอบหรืออาจประกอบไปด้วยวัสดุที่เปิดโอกาสให้ผู้ดูมีส่วนร่วมรับรู้ สัมผัสกับสิ่งของที่จัดเตรียมไว้ได้

นิทรรศการเป็นวิธีการส่งเสริมแบบหนึ่ง ซึ่งเป็นการจัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ร่วมกัน อย่างมีระบบ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้มีส่วนร่วมในการดู ศึกษา ร่วมกิจกรรม นิทรรศการอาจมีหลายขนาดจามแต่วัตถุประสงค์ของผู้จัด

7. โทรทัศน์และภาพยนตร์ (Television and motion pictures)

Dale ได้จัดสื่อประเภทโทรทัศน์และภาพยนตร์เข้าไปในระดับใกล้เคียงกัน เนื่องจากเป็นสื่อประเภทเสียงและภาพเคลื่อนไหว เช่นเดียวกันแต่ที่เขาจัดในโทรทัศน์เป็นสื่อที่ให้ประสบการณ์รูปธรรมมากกว่านั้น เนื่องจากโทรทัศน์สามารถกระจายข้อมูลข่าวสาร จากเหตุการณ์จริงเป็นรายการสดได้ทันที โดยผ่านการแพร่ภาพทางดาวเทียมและสถานีซึ่งเป็นสิ่งที่ภาพยนตร์ทำไม่ได้ โทรทัศน์จึงจัดเป็นสื่อที่ให้ประสบการณ์รูปธรรมมากกว่า อย่างไรก็ตามสื่อทั้งสองชนิดนี้ก็ให้ประสบการณ์เพียงการเห็นและการได้ยินเท่านั้น ไม่สามารถรับรู้ด้วยวิธีอื่นได้

8. ภาพนิ่งและการบันทึกเสียง (Recording, radio, still pictures)

เป็นสื่อที่ข้อมูลข่าวสารส่งผ่านไปยังบุคคลที่อ่านหนังสือไม่ออกได้ เป็นสื่อที่ใช้เป็นรายบุคคลหรือเป็นกลุ่มก็ได้ เมื่อนำมาใช้ในห้องเรียนบางครั้งต้องใช้เครื่องมืออย่างอื่นมาประกอบด้วย ได้แก่ เครื่องฉายสไลด์ เครื่องฉายโอเวอร์เฮด ระบบเครื่องเสียงและการกระจายเสียง ภาพวาด ภาพถ่าย วิทยุและการบันทึกเสียงเหล่านี้ให้ประสบการณ์ มีลักษณะเป็นนามธรรมมากกว่าสื่อ

9. ทศน์สัญลักษณ์ (Visual symbols)

ในขั้นนี้จะมีความเป็นนามธรรมสูงขึ้นมาคือ สื่อประเภทแผนภูมิ กราฟ แผนที่และแผนภาพ จำเป็นต้องอาศัยความเข้าใจในสัญลักษณ์บางอย่างเสียก่อนเช่น ผู้ที่อ่านแผนที่ได้จะต้องเข้าใจสัญลักษณ์ทางภูมิศาสตร์ที่แสดงแม่น้ำ ภูเขา เส้นแสดงระดับ Contour lines เป็นต้น

10. วจนสัญลักษณ์ (Verbal symbols)

เป็นสื่อประเภทที่มีความเป็นนามธรรมสูงสุด ได้แก่คำต่าง ๆ ทั้งที่อยู่ในรูปของภาษาพูดและภาษาเขียน สูตรต่าง ๆ ทางคณิตศาสตร์ เนื่องจากสัญลักษณ์และความหมายนั้นไม่ได้มีส่วนที่เหมือนกันเลยจึงให้ทำความเข้าใจได้ยาก จะต้องอาศัยทักษะความชำนาญในการใช้คำ หรือสัญลักษณ์ในภาษาเป็นพื้นฐาน

จากกรวยประสบการณ์ทั้ง 10 ขั้นนี้ Dale ได้แบ่งประสบการณ์การเรียนรู้ออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ ๆ โดยยึดแนวความคิดของ Jerome S. Bruner คือ

ตั้งแต่ขั้นที่ 1-3 เป็น Direct experience เกิดการเรียนรู้โดยการกระทำ

ขั้นที่ 4-8 เป็น Iconic experience ซึ่งเป็นการเรียนรู้โดยผ่านทาง การสังเกต

ขั้นที่ 9-10 เป็น Symbolic experience เกิดการเรียนรู้โดยผ่านทางสัญลักษณ์เป็น

นามธรรม

และ ฌรงค์ (2530: 53) ได้กล่าวถึงการแบ่งประเภทของสื่อตามการมีส่วนร่วมในการส่งสารคือ

1. **สื่อร้อน (Hot media)** คือสื่อที่นำข่าวสารไปยังผู้รับได้ โดยผู้รับสารไม่ต้องมีส่วนร่วม

ในการส่งสารเลย เช่น ภาพยนตร์

2. **สื่อเย็น (Cool media)** คือสื่อที่ต้องนำข่าวสารไป โดยบางครั้งผู้รับต้องมีส่วนร่วมจึงจะได้ข่าวสารที่สมบูรณ์ เช่น สื่อโทรทัศน์ ต้องอาศัยการปรับหมุนของผู้รับในการเปิดรับสื่อด้วย

คุณสมบัติของสื่อ (Characteristics of Media)

เนื่องจากสื่อเป็นตัวกลางซึ่งนำข่าวสารที่เป็นสิ่งเร้าไปนำเสนอให้กับผู้รับสาร ทั้งการเร้าให้เกิดการตื่นตัว สร้างความสนใจ ซึ่งทำให้เกิดความคิด เร่งให้เกิดการตอบสนองและอื่น ๆ ดังนั้นหลังจากที่ได้ตั้งวัตถุประสงค์ไว้แล้วว่าท่านจะสื่อความหมายอะไรไปยังผู้รับสาร และท่านจะต้องมีความสามารถจะเลือกช่องทางหรือสื่อที่ผ่านเนื้อหา เพื่อทราบการตอบสนองตามจุดมุ่งหมายที่ต้องการ ซึ่งเมื่อมาถึงขั้นนี้ จำเป็นที่ผู้ส่งสาร จะต้องเข้าใจถึงคุณสมบัติของสื่อต่าง ๆ เพื่อช่วยให้สามารถเลือกใช้หรือผลิตสื่อ ได้ตรงกับจุดมุ่งหมายมากที่สุด เนื่องจากสื่อแต่ละอย่างมีทั้งข้อดีและข้อจำกัดแตกต่างกันไป ฌรณศ์ (2530: 56) สรุปเกี่ยวกับคุณสมบัติของสื่อในตารางเพื่อความสะดวกในการเปรียบเทียบคุณสมบัติของสื่อแต่ละชนิด

ตารางที่ 1 สรุปคุณสมบัติของสื่อแต่ละชนิด

ประเภทของสื่อ	ข้อดี	ข้อจำกัด
1. หนังสือพิมพ์และเอกสารสิ่งพิมพ์	ก. สามารถอ่านได้ตามสมรรถนะของแต่ละบุคคล ข. เหมาะสำหรับเก็บไว้เพื่อการอ้างอิงหรือทบทวน ค. เหมาะสำหรับผลิตเพื่อแจกเป็นจำนวนมาก และเป็นเอกสารเผยแพร่และประกอบการเรียน	ก. ต้นทุนการผลิตสูง ข. ข้อมูลล้าสมัยง่าย ค. สิ่งพิมพ์ที่ดี จำเป็นต้องอาศัยการผลิตต้นแบบและระบบการพิมพ์ที่มีคุณภาพ
2. วัสดุกราฟิก ประกอบแผนภูมิ แผนภาพ ไปสเตอร์ ภาพพลิก ภาพถ่าย การ์ตูน	ก. ช่วยในการชี้ให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหา ข. ช่วยแสดงลำดับขั้นตอนของเนื้อหาได้ดี ค. ภาพถ่ายมีลักษณะใกล้เคียงความเป็นจริงมากกว่าภาพเขียน	ก. เหมาะสำหรับกลุ่มผู้ดูขนาดเล็ก ข. ถ้าต้องการความประณีตต้องใช้ช่างเทคนิคที่มีความชำนาญช่วยผลิต ค. การใช้ภาพบางประเภทไม่เหมาะสมในการเปรียบเทียบสัดส่วน เช่น ภาพการ์ตูน

ประเภทของสื่อ	ข้อดี	ข้อจำกัด
3. ตัวอย่างของจริง	ง. ผลิตง่าย ราคาถูก จ. ใช้ง่าย สะดวก ไม่จำกัดสถานที่ ฉ. เหมาะสำหรับการเรียนด้วยตนเอง ก. แสดงภาพตามความเป็นจริง ทำให้เข้าใจได้ง่าย ข. สัมผัสได้ด้วยประสาททั้ง 5 จึงเกิดการรับรู้ได้ดี	ก. การจัดหาลำบาก ข. บางครั้งขนาดใหญ่เกินไปหรือเล็กเกินไปที่จะแสดงได้ ค. บางครั้งราคาสูงเกินไป ง. เหมาะสำหรับการแสดงกลุ่มย่อย จ. บางครั้งเสียหายง่าย ฉ. การเก็บรักษาลำบาก
4. หุ่นจำลอง	ก. อยู่ในลักษณะสามมิติ ข. สามารถจับต้องและพิจารณาได้ ค. เหมาะสำหรับการแสดงที่ไม่สามารถมองเห็นได้ด้วยตาเปล่า เช่น (การแสดงอวัยวะภายในร่างกายมนุษย์, สัตว์) ง. ใช้แสดงหน้าที่และลักษณะส่วนประกอบได้ดี จ. ช่วยในการเรียนรู้และการปฏิบัติทักษะชนิดต่าง ๆ ฉ. สามารถเลือกใช้วัสดุที่หาได้ในท้องถิ่น	ก. ต้องอาศัยความชำนาญในการผลิต ข. ส่วนมากราคาแพง ค. เหมาะสำหรับการแสดงกลุ่มย่อย ง. ชำรุดเสียหาย จ. ไม่เหมือนของจริงทุกประการ บางครั้งเกิดการเข้าใจผิด
5. กระดานผ้าสาหลีและกระดานแม่เหล็ก	ก. สามารถแสดงความเคลื่อนไหวบนกระดานได้ ข. เหมาะสำหรับแสดงเนื้อหาที่มีความเกี่ยวพันกันเป็นขั้นตอน ค. ช่วยดึงดูดความสนใจ ง. ให้กลุ่มเป้าหมายใช้ร่วมกันเพื่อสร้างความสนใจและทดสอบ	ก. เหมาะสำหรับกลุ่มย่อย ข. แผ่นกระดานมีขนาดใหญ่ไม่เหมาะในการนำติดตัวไปใช้ ค. วัสดุที่ใช้ติดบนแผ่นกระดานมักจะกระจัดกระจายไม่ค่อยสะดวกในการใช้งาน

ประเภทของสื่อ	ข้อดี	ข้อจำกัด
6. แผ่นโปร่งสำหรับเครื่องฉายโอเวอร์เฮด	<p>ความเข้ากันได้</p> <p>ก. สามารถใช้ในที่สว่าง</p> <p>ข. เหมาะสำหรับกลุ่มใหญ่</p> <p>ค. ผู้ใช้สามารถหันเข้าหากลุ่มเป้าหมายได้ตลอดเวลาที่ใช้</p> <p>ง. สามารถผลิตได้อย่างง่าย ๆ</p>	<p>ก. เหมาะสำหรับภาพลายเส้นตัวหนังสือ</p> <p>ข. ถ้าจะผลิตแผ่นโปร่งใสที่มีคุณภาพสูงจะต้องลงทุนสูง</p>
7. ภาพทึบแสงสำหรับเครื่องฉายโอเพค	<p>ก. สามารถขยายภาพด้วยหรือภาพเขียนให้มีขนาดใหญ่</p> <p>ข. ใช้ขยายลงบนกระดาษได้</p> <p>ค. ใช้กับวัสดุที่มีขนาดเล็กได้ขยายใหญ่บนจอเพื่อดูพร้อม ๆ กันได้</p>	<p>ก. ต้องใช้ในห้องที่มืดสนิทมาก ๆ</p> <p>ข. เครื่องมีขนาดใหญ่มากเคลื่อนย้ายลำบาก</p>
8. สไลด์และสไลด์ประกอบเสียง	<p>ก. ให้ลักษณะรูปร่าง สี สันสวยงามตรงกับสภาพความเป็นจริง</p> <p>ข. สามารถปรับเปลี่ยนรูปได้เสมอตามความต้องการ</p> <p>ค. มีความทันสมัย ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงรูปได้ง่าย</p> <p>ง. ผลิตง่าย ราคาถูก โดยใช้กล้อง 35 มม.</p> <p>จ. สามารถจับถือเก็บรักษาได้ง่าย สะดวกในการใช้</p> <p>ฉ. สามารถนำมาฉายประกอบกับเทปบันทึกเสียงเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการนำเสนอยิ่งขึ้น</p> <p>ช. สามารถใช้กับกลุ่มเล็กกลุ่มใหญ่หรือแบบเดี่ยวก็ได้</p>	<p>ก. ต้องการทักษะความชำนาญในการถ่ายภาพ</p> <p>ข. ต้องการอุปกรณ์ถ่ายภาพพิเศษ เช่น ภาพใกล้และสำเนา</p> <p>ค. เกิดการสับภาพหรือหัวกลับได้ง่าย</p> <p>ง. ต้องฉายในห้องที่มีพอสสมควร จึงจะได้ภาพที่ชัดเจน</p> <p>จ. การถ่ายทำชุดสไลด์ที่ดีต้องใช้เวลาเตรียมการนานตั้งแต่การวางแผนทำบทและถ่ายทำ</p>

ประเภทของสื่อ	ข้อดี	ข้อจำกัด
9.ฟิล์มภาพยนตร์	ก. ให้ภาพเคลื่อนไหวและให้เสียงประกอบที่เหมือนจริงมากที่สุด จึงเหมาะสมกับเนื้อหาที่ต้องการเสนอลักษณะการเคลื่อนไหว ข. เหมาะสำหรับกลุ่มทุกกลุ่ม ค. เหมาะสำหรับใช้จุดใจสร้างทัศนคติ ง. มีความแน่ใจในความเที่ยงตรงในการนำเสนอฉาย จ. ใช้เทคนิค Timelapse สร้างภาพเคลื่อนไหวช้าหรือเร็วกว่าปกติได้	ก. ไม่สะดวกในการหยุดฉายภาพยนตร์เมื่อมีผู้สงสัย ข. ต้นทุนการผลิตสูงมาก กรรมวิธียุ่งยาก ค. การ Operation ยุ่งยากกว่าเครื่องฉายทุกชนิด
10. วิद्यุโทรทัศน์ (ที่แพร่ภาพจากสถานีส่ง)	ก. สามารถใช้ได้ทั้งกลุ่มเล็ก กลุ่มใหญ่และมวลชน ถ่ายทอดได้ระยะทางไกล ๆ ข. ช่วยให้ดึงดูดความสนใจ ค. เหมาะสำหรับการใช้จุดใจ สร้างทัศนคติและเสนอปัญหา ง. เข้าถึงผู้ดูได้ในระยะไกล ๆ ด้วยเวลาอันรวดเร็ว	ก. ต้นทุนในการจัดรายการสูง ข. อุปกรณ์ราคาสูงบำรุงรักษายาก ค. ผู้รับต้องอยู่ในเขตที่มีไฟฟ้าใช้จึงสามารถรับได้ ง. ผู้ชมไม่สามารถให้ feedback ได้ทันที ผู้จัดรายการไม่สามารถสังเกตปฏิกิริยาของผู้ชมได้ จ. ผู้ชมต้องปรับตัวเข้าหารายการ ผู้จัดไม่สามารถปรับตัวเข้าหาผู้ชมได้
11. โทรทัศน์วงจรปิด (Closed circuit T.V.) และเทปโทรทัศน์ (Video tape recording)	ก. สามารถใช้กับกลุ่มย่อยและกลุ่มใหญ่ ข. สามารถฉายซ้ำได้ง่าย ค. ถ่ายทอดภาพเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้ทันทีทันใด (ถ้าเป็นโทรทัศน์วงจรปิด) ง. เหมาะสำหรับใช้จุดใจสร้างทัศนคติและเสนอปัญหา จ. ใช้เทคนิคสร้าง effect ได้มาก ทำให้รายการโทรทัศน์น่าสนใจและ	ก. ต้องใช้ห้อง Studio ซึ่งอุปกรณ์ราคาแพงมาก ข. คุณภาพสีความคมชัดยังไม่ดีเท่าภาพยนตร์ ค. ถ้าใช้กับคนจำนวนมากต้องใช้โทรทัศน์หลายเครื่อง ง. การผลิตรายการที่มีคุณภาพต้องใช้เวลาเตรียมการ ถ่ายทำนาน และเงินลงทุนสูง

ประเภทของสื่อ	ข้อดี	ข้อจำกัด
12. วิทยุกระจายเสียง	<p>สื่อความหมายได้ดี</p> <p>ฉ. ม้วนเทปสามารถบันทึกซ้ำกันได้หลายครั้งจึงจะช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายได้มาก</p> <p>ช. สะดวกในการถ่ายทำมากกว่าภาพยนตร์ เช่น บันทึกภาพได้พร้อมเสียง ถ่ายได้เกือบทุกสภาพแสง</p> <p>ค. สามารถใช้ได้กับกลุ่มเป้าหมายเป็นมวลชนจำนวนมากได้</p> <p>ข. ระยะเวลากระจายเสียงกว้างและถ่ายทอดไปได้ในระยะไกล ๆ</p> <p>ค. ดึงดูดความสนใจของผู้ฟังและช่วยกระจายข่าวได้ในเวลาอันรวดเร็วมาก</p> <p>ง. เครื่องรับวิทยุหาง่าย ราคาถูกสามารถใช้กับแบตเตอรี่แบบก้อนได้</p>	<p>ก. ต้องใช้อุปกรณ์ในห้องส่งราคาแพง</p> <p>ข. ผู้รับฟังต้องปรับตัวเข้าหาการ ผู้บรรยายไม่สามารถปรับตัวเข้าหาผู้ฟังได้</p> <p>ค. ผู้จัดรายการไม่ทราบปฏิกิริยาจากผู้สังเกตได้ทันทีและผู้รับฟังไม่มีส่วนร่วมกับรายการ</p>
13. การบันทึกเสียงทุกชนิด (แผ่นเสียง เทปบันทึกเสียง)	<p>ก. สามารถใช้ได้โดยไม่จำกัดขนาดของกลุ่ม</p> <p>ข. เหมาะสำหรับการเรียนรู้ด้วยตนเองหรือกลุ่มย่อย</p> <p>ค. การเปิด/ปิด/ย้อนกลับ/เดินหน้าควบคุมด้วยตัวผู้ใช้เองได้ง่ายและสะดวก จึงเหมาะที่จะใช้เรียนด้วยตัวเอง</p> <p>ง. ต้นทุนการผลิตต่ำ</p>	<p>ก. การใช้เรียนด้วยตัวเองต้องใช้เครื่องจำนวนมาก</p> <p>ข. การบันทึกเสียงที่มีคุณภาพสูงต้องใช้ห้องและอุปกรณ์เฉพาะ</p>
14. สื่อผสม(Multi media)	<p>ก. สร้างความสนใจและให้ผลต่ออารมณ์ของผู้ดูได้มาก</p> <p>ข. สามารถใช้สื่อหลาย ๆ อย่างช่วย</p>	<p>ก. ต้องการเครื่องมือและวัสดุในการใช้หลายอย่างพร้อมกัน</p> <p>ข. การผลิตต้องอาศัยความชำนาญ</p>

ประเภทของสื่อ	ข้อดี	ข้อจำกัด
	สนับสนุนการเรียนรู้ได้ดีกว่าการใช้สื่ออย่างเดียว	หลายอย่างในการวางแผนเตรียมการและใช้
15. ทัศนศึกษานอกสถานที่	ก. สามารถสังเกตการณ์และมีส่วนร่วมด้วยตนเอง ข. มีโอกาสทำงานเป็นกลุ่มและสร้างสรรค์ความรับผิดชอบร่วมกัน	ก. เสียเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ข. ใช้ได้เฉพาะกลุ่มย่อยเท่านั้น ค. ต้องเตรียมการวางแผนโดยละเอียด
16. การจัดแสดงการสาธิต	ก. สามารถดูใจเป็นรายบุคคลได้ ง. ช่วยสนับสนุนกิจกรรมการถ่ายทอดเทคโนโลยีจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง ก. สร้างประสบการณ์ร่วมกัน ข. เห็นผลและให้ความมั่นใจในวิธีการแสดง ค. ส่วนเสริมให้กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมในการแสดงออก ง. เปิดโอกาสให้ผู้เรียนเห็นปัญหาและซักถามได้อย่างใกล้ชิด	ง. ไม่สามารถควบคุมคนที่ไม่สนใจได้ ก. ต้องใช้เวลานานในกรณีการสาธิตผล ข. จำเป็นต้องเตรียมการอย่างดีเพื่อผลในการสาธิตที่ดี ค. ค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง

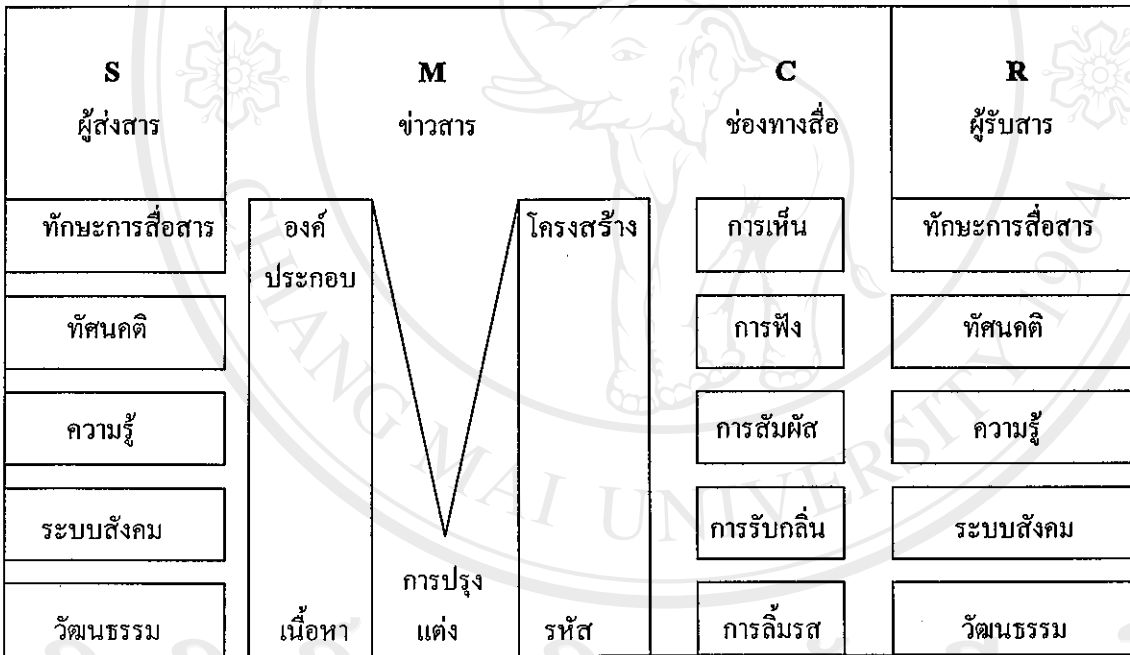
การสื่อสารในงานส่งเสริมการเกษตร

การพัฒนาเกษตรกรให้มีประสิทธิภาพนั้น จำเป็นต้องอาศัยการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารและวิธีการเกษตรที่เหมาะสมผ่านสื่อต่าง ๆ เผยแพร่ไปสู่เกษตรกร เพื่อกระตุ้นให้เกษตรกรเกิดความกระตือรือร้น และสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปปฏิบัติได้จริง ดังนั้น เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรจึงจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทฤษฎี หลักการ และวิธีการรวมถึงเทคนิคต่าง ๆ ของการสื่อสารในงานส่งเสริมการเกษตร เพื่อจะได้ประยุกต์เอาวิธีการและสื่อต่าง ๆ ที่เหมาะสมมาใช้ถ่ายทอดความรู้ให้แก่เกษตรกร สิ่งที่เกษตรกรจะได้รับความรู้ด้านการเกษตรนั้นมาจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร โดยเจ้าหน้าที่ส่งเสริมจะนำสื่อด้านการเกษตรมาเผยแพร่ จำแนกได้ดังนี้

ความหมาย

การสื่อสาร หมายถึง การแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยใช้สื่อหรือช่องทางต่าง ๆ เพื่อมุ่งหมายโน้มน้าวใจให้เกิดผลในด้าน การรับรู้ การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การแลกเปลี่ยนพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง นรินทร์ชัย (2542 : 3)

นอกจากนี้ นรินทร์ชัย (2542 : 54-55) ได้กล่าวถึงการติดต่อสื่อสารตามรูปแบบจำลองของเบอร์โล (D.Kberlo) ไว้ว่า ปัจจัยหลักของการติดต่อสื่อสารประกอบด้วย ผู้ส่งสาร (Source) ข่าวสาร (Message) ช่องทางหรือสื่อ (Channel) และผู้รับสาร (Receiver) โดยรูปแบบนี้จะแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของแต่ละปัจจัยที่จะต้องมียุทธศาสตร์และการใช้ที่เหมาะสม จึงจะทำให้การติดต่อสื่อสารเกิดผลดีมากที่สุด ดังนี้



แผนภูมิที่ 2 แบบจำลองการสื่อสารของเบอร์โล

วิธีการติดต่อสื่อสารในงานส่งเสริมการเกษตร มี 3 วิธีการ คือ

1. วิธีการติดต่อแบบบุคคล (personal contact)
2. วิธีการติดต่อแบบกลุ่ม (group contact)
3. วิธีการติดต่อผ่านสื่อมวลชน (mass contact)

1. วิธีการติดต่อแบบกลุ่ม

การติดต่อแยกกลุ่มประกอบด้วย การเยี่ยมชมเกษตรกรที่ฟาร์มและบ้าน การสอน ความชำนาญแก่เกษตรกรตัวต่อตัว และการแสดงสาธิตบุคคลต่อบุคคล การใช้จดหมายติดต่อ การใช้โทรศัพท์ติดต่อ (ถ้ามีโทรศัพท์ทั่วกัน) เกษตรกรไปหาเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรที่ทำงาน เป็นต้น

การไปเยี่ยมชมเกษตรกรที่ฟาร์มและบ้าน (farm and home visits) โดยมากมีวัตถุประสงค์หลักคือ ไปเพื่อให้ข่าวสารแก่เกษตรกรในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับปัญหาและความต้องการในการประกอบการของเขา หรือไปแนะนำเพื่อให้เกษตรกรปรับปรุงการปฏิบัติหรือไปกระตุ้นให้เกษตรกรตื่นตัว และรับว่าปัญหาของตนเองมีอย่างไร และควรรหาทางแก้ไขอย่างไร หรือไปเพื่อศึกษาสภาพโดยทั่วไปของเกษตรกร ในเรื่องเกี่ยวกับปัญหาและความต้องการของประชาชนในเขตที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรรับผิดชอบ

ผลดีที่จะได้จากวิธีการนี้คือ เป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับเกษตรกรที่มีต่อเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร รวมทั้งเชื่อคำแนะนำที่เจ้าหน้าที่แนะนำไป แต่ผลเสียที่เกิดขึ้นก็มี เช่นเป็นการสิ้นเปลืองเวลา งบประมาณ และการติดต่อแบบนี้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรต้องหมดไปเป็นส่วนใหญ่กับบุคคลคน แทนที่จะติดต่อกับคนในชุมชน

ในการเยี่ยมชมเกษตรกรตามบ้านหรือฟาร์มนั้น มีข้อที่ต้องคำนึง เช่น การติดต่อแบบนี้ต้องตรงเวลาให้มากที่สุด มีการผูกมิตรกับชาวบ้าน และมีมารยาทที่ดีในการติดต่อ หากทางที่จะยกย่องบุคคลเป้าหมายในเรื่องที่ดีของเขาอย่างสม่ำเสมอ หากทางให้เขา “พูด” เกี่ยวกับเรื่องปัญหาของเขาและ “ถาม” เจ้าหน้าที่ส่งเสริมถึงวิธีแก้ไข เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรจะต้องให้คำแนะนำในการแก้ไขปัญหาหลาย ๆ ทางให้บุคคลเป้าหมายเลือก พร้อมทั้งชี้แจงรายละเอียด ซึ่งถ้าจำเป็นก็ต้องสาธิตให้ดู และให้บุคคลเป้าหมายฝึกและปฏิบัติด้วยตนเอง ในการดำเนินงานต้องช่วยเกษตรกรในการตัดสินใจ และผู้นำการเปลี่ยนแปลงจำต้องบันทึกความก้าวหน้าในการนำการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ในขณะที่เดียวกันต้องกระตุ้นให้เกษตรกรทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม ด้วยความร่วมมือร่วมใจกัน และรับผิดชอบต่อสังคม

เกษตรกรเยี่ยมเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรที่สำนักงาน (office calls) เป็นการที่เกษตรกรมาหาเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรที่สำนักงาน ปกติเกษตรกรที่มาหาถึงสำนักงานนี้มักจะมีวัตถุประสงค์หรือมีปัญหาในใจอยู่แล้ว และพร้อมที่จะยอมรับคำแนะนำทางการแก้ปัญหา และพบว่าการติดต่อแบบนี้ทำให้เกิดการยอมรับการเปลี่ยนแปลงในระยะสั้น

การใช้จดหมายติดต่อ มีหลายครั้งที่เกษตรกรเขียนจดหมายถามปัญหา กับเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร การเขียนจดหมายที่ดีเป็นการสร้างความประทับใจ และปลูกฝังศรัทธาและความเชื่อมั่นได้

2. การติดต่อแบบกลุ่ม

การติดต่อแบบกลุ่มมีหลายแบบ คือ ประชุมพบปะ การบรรยาย การสาธิต การแสดงต่าง ๆ การดูงานนอกสถานที่ ฯลฯ

การประชุมพบปะ (Extension Meeting) มักจะกระทำเพื่อแนะนำและอภิปรายเกี่ยวกับความรู้หรือปฏิบัติสิ่งใหม่ ๆ หรือเพื่อรับฟังความคิดเห็นและเข้าร่วมในกิจกรรมดังกล่าวในกรณีที่กลุ่มเห็นชอบด้วย ในการพบปะกับเกษตรกรเพื่อทราบปัญหาและความต้องการ หรือหาทางเพื่อเปลี่ยนทัศนคติของกลุ่มเกษตรกรอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลาย ๆ อย่าง

การบรรยาย (Lecture) การบรรยายจะให้ผลดีในแง่ที่ว่าสามารถถ่ายทอดความรู้ผ่านกลุ่มบุคคลเป้าหมายปฏิบัติด้วยตนเองในขณะนั้น เพื่อสร้างความชำนาญ (skills) ในการประกอบทำได้ การบรรยายเพียงอย่างเดียวเพื่อยากที่จะเปลี่ยนทัศนคติ พฤติกรรม และความสนใจอันแท้จริงที่กลุ่มบุคคลเป้าหมายมีต่อกันได้ ในขณะที่เดียวกันผู้นำการเปลี่ยนแปลงซึ่งอาจจะเป็นผู้บรรยายหรือเชิญผู้อื่นมาบรรยายนั้น ผู้บรรยายส่วนมากก็เตรียมการมาเพื่อเพียงการบรรยายเท่านั้น ความรู้ที่นำมาอาจจำกัด และอาจเป็นทางหนึ่งที่ผู้บรรยายอาจจะไม่สามารถตอบปัญหาของกลุ่มบุคคลเป้าหมายได้ชัดเจน

การสาธิต (Method Demonstration) เป็นการสอนความชำนาญ (skills) ให้แก่กลุ่มเป้าหมาย ต่างกับสาธิตผล คือ การสาธิตสอนให้รู้ว่าทำอย่างไร แต่การสาธิตผลสอนให้ทราบว่าทำไมจึงจะต้องทำ คือการสาธิตวิธีมักจะใช้กับเกษตรกรที่ยอมรับหลักการในการปฏิบัติเรื่องนั้น ๆ อยู่แล้ว และการแสดงสาธิตวิธีก็เป็นการที่จะให้เขายอมรับวิธีการที่ดีกว่า เหมาะสมกว่า หรือทำให้ถูกต้องยิ่งขึ้น การใช้สาธิตวิธีจะทำให้กลุ่มบุคคลเป้าหมายสามารถเห็น ได้ยิน อภิปรายซักถามและร่วมในการแสดง แต่ก็มีข้อจำกัดสำหรับกลุ่มที่มีขนาดใหญ่ เพราะเครื่องมือเครื่องใช้และเวลาจำกัด ไม่สามารถที่จะให้กลุ่มใหญ่ ๆ ปฏิบัติด้วยตนเองอย่างทั่วถึงได้ ตัวอย่างของการแสดงสาธิตวิธี ได้แก่ การตอนไถ่ การตัดตา ต่อกิ่ง

สาธิตผล (Result Demonstration) เช่น การทำแปลงสาธิต (Demonstration Plot) ซึ่งแสดงให้เห็นผลการใช้ปุ๋ย ยาฆ่าแมลง พันธุ์ข้าว ฯลฯ วัตถุประสงค์ในการสาธิต คือ การพิสูจน์ให้กลุ่มบุคคลเป้าหมายเห็นว่า วิธีการปฏิบัติใหม่ ๆ ที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรแนะนำนั้นสามารถปฏิบัติ

ได้ผลดีในท้องถิ่นนั้นจริง ๆ การสาธิตผลสามารถกระตุ้นให้เกิดการตื่นตัว (awareness) และสนใจในวิธีการปฏิบัติใหม่ ๆ โดยเปรียบเทียบกับวิธีการปฏิบัติเก่า ๆ

การสาธิตผลนี้จะให้ต้องจับบนที่ดินของเกษตรกรเอง เพราะเกษตรกรทั่วไป โดยเฉพาะผู้ที่ยอมรับเข้าและเชื่อผลที่เกิดขึ้นจากการกระทำของเกษตรกรด้วยกันเอง ซึ่งเป็นเพื่อนบ้านของตนเองมากกว่า ข้อจำกัดของการสาธิตผลก็คือ ต้องเปลืองเงิน เวลา และต้องมีโครงการอย่างดี

การแสดงสาธิตกลุ่ม (Group Demonstration) มีจุดมุ่งหมายที่จะแสดงผลการปฏิบัติงานของเกษตรกรที่เป็นกลุ่ม ที่เกิดเนื่องมาจากความร่วมมือกันทำงานตามคำแนะนำของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ความจริงอันนี้เป็นรูปแบบหนึ่งของการสาธิตผล (Result Demonstration) หรือแปลงสาธิต (Demonstration plot) นั่นเอง มีการเน้นหนักในการดำเนินงานรูปของกลุ่ม

การจัดนิทรรศการ (Exhibits) การจัดนิทรรศการมีหลายขนาด ขนาดเล็กเรียกว่า display ซึ่งเป็นการจัดแสดงขนาดย่อย ๆ เกี่ยวกับหัวข้อใดข้อหนึ่ง ถ้ามีหลาย ๆ หัวข้อและจัดอยู่ในบริเวณเดียวกันก็เรียก Exhibits ถ้าเป็นงานใหญ่ระดับชาติก็เรียกว่า Exposition การจัดนิทรรศการนั้น มุ่งที่จะใช้เป็นตัวกลางในเข้าถึงกลุ่มบุคคลเป้าหมายที่ไม่ค่อยสนใจข่าวจากสื่อมวลชนต่าง ๆ หรือเข้าประชุมในเรื่องที่เกี่ยวข้อง ในขณะที่เดียวกันการจัดนิทรรศการก็เป็นการประชาสัมพันธ์ผลงานของหน่วยงานด้วย เป็นการกระตุ้นความสนใจและให้ข้อมูลในการไปแก้ปัญหาในการประกอบอาชีพของเกษตรกร นอกจากนี้การจัดนิทรรศการนั้นก็มีการจัด field days tours และการประกวดต่าง ๆ ฯลฯ

โดยทั่วไปบุคคลเป้าหมายหลายคนโดยส่วนตัวแล้วจะไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลง แต่ถ้าบุคคลนั้นเป็นสมาชิกของกลุ่ม ก็มักจะได้รับอิทธิพลจากกลุ่ม ทำให้เกิดการยอมรับการเปลี่ยนแปลง เพราะเห็นคนอื่นในกลุ่มเปลี่ยนแปลง และในขณะที่เดียวกันถ้าเกิดมีปัญหาในการยอมรับการเปลี่ยนแปลงสมาชิกในกลุ่มก็จะมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ประสพการณ์กันอีกด้วย

แต่ข้อจำกัดในการติดต่อแบบกลุ่มนี้ก็คือ อาจจะต้องใช้เวลาในการชักจูงให้กลุ่มมีการตัดสินใจเกี่ยวกับมติของกลุ่มออกมา เพราะการติดต่อแบบกลุ่มก็ไม่สามารถที่จะเข้าถึงปัญหาที่สมาชิกแต่ละคนประสบได้ครบถ้วน เพราะปัญหาที่ต้องแก้ไขก็ต้องเป็นปัญหาส่วนรวม หรือปัญหาร่วมกันของสมาชิก อีกประการหนึ่ง การเรียกประชุมกลุ่มเพื่อดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งก็ทำได้ยาก โดยเฉพาะในฤดูเพาะปลูกเก็บเกี่ยว เพราะเกษตรกรไทยจำนวนไม่น้อยต้องไปข้างคินนอกบ้านในกรณีที่ทำกินอยู่ไกลจากบ้าน โดยทั่วไปการใช้การติดต่อแบบกลุ่มจะทำให้ทราบถึงปัญหาและสถานการณ์ทั่วไปของกลุ่ม และเป็นการกระตุ้นให้บุคคลเป้าหมายเกิดการตื่นตัว และสนใจต่อข่าวหรือสิ่งปฏิบัติ ตลอดจนความรู้ใหม่ ๆ ทั้งเป็นการฝึกความเป็นผู้นำของสมาชิกในกลุ่มด้วย

3. การติดต่อผ่านสื่อมวลชน

ความสำคัญของสื่อมวลชนในการส่งเสริม โดยทั่วไปสื่อมวลชนจะให้ประโยชน์ในงานส่งเสริมหลาย ๆ แห่ง เพราะรวดเร็ว ใช้เวลาน้อยในการติดต่อกับชนกลุ่มใหญ่ ครอบคลุมได้ในเนื้อที่กว้างขวางกว่า เปลืองค่าใช้จ่ายน้อยกว่า เมื่อเปรียบเทียบจำนวนที่ใช้จ่ายต่อหัวของค่าใช้จ่ายกับบุคคลเป้าหมาย สื่อมวลชนจะมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการตื่นตัว สนใจ เกี่ยวกับสิ่งปฏิบัติความรู้ใหม่ ๆ เช่น การควบคุมโรคและแมลง ช่วยในการก่อตั้งทัศนคติที่ดีต่อการส่งเสริมหรือโครงการส่งเสริม

แต่ในประเทศด้อยพัฒนาหรือกำลังพัฒนา การปรับปรุงเกี่ยวกับระบบสื่อมวลชนมีอุปสรรคเกี่ยวกับความยากจนของประชาชนและสภาพการด้อยการศึกษา เช่น ไม่มีเงินซื้อสิ่งตีพิมพ์หรือเครื่องรับ ฯลฯ หรืออ่านไม่ออก จึงไม่สามารถที่จะใช้สิ่งตีพิมพ์เป็นสื่อกลางสำหรับบุคคลเป้าหมายนั้นได้ ดังนั้นการที่จะใช้สื่อมวลชนเป็นสื่อกลางในการติดต่อก็ต้องคำนึงถึงสิ่งเหล่านี้เช่นกัน

การใช้วิทยุในการติดต่อในงานส่งเสริม ปัจจุบันการติดต่อในงานส่งเสริมการเกษตรในประเทศไทย รวมทั้งการพัฒนาชนบทอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นงานพัฒนาชุมชนหรือการศึกษาผู้ใหญ่ จากการวิจัยพบว่า สื่อมวลชนที่ให้ผลดีที่สุด คือ วิทยุ ในด้านการเผยแพร่ความรู้ นั้น วิทยุจะทำหน้าที่ที่สำคัญสองอย่าง คือ เป็นแหล่งที่เผยแพร่ข่าวสารกับเป็นตัวกระตุ้นในการนำการเปลี่ยนแปลงของผู้นำการเปลี่ยนแปลง ในการที่จะใช้วิทยุให้ได้ผลในการนำการเปลี่ยนแปลงในชนบท ต้องขึ้นอยู่กับสิ่งต่อไปนี้คือ จำนวนเครื่องรับวิทยุในท้องที่ที่จะนำการเปลี่ยนแปลงหรือของกลุ่มบุคคลเป้าหมาย อุปนิสัยของผู้รับการเปลี่ยนแปลง ว่าชอบฟังรายการเกษตรหรือไม่ นอกจากนั้นยังขึ้นอยู่กับความสามารถในการจัดรายการของผู้นำการเปลี่ยนแปลงและงบประมาณที่ใช้ ตลอดจนจำนวนครั้งที่มีการจัดรายการ ก็จะต้องมีรายการสม่ำเสมอ และสำคัญที่สุดขึ้นอยู่กับปัญหาและความต้องการของผู้รับการเปลี่ยนแปลง ถ้าเรื่องนั้นสามารถแก้ปัญหาที่เกษตรกรประสบอยู่ เกษตรกรก็จะรับฟังตลอดไป

แต่อย่างไรก็ตาม บทบาทของวิทยุเกี่ยวกับการเกษตรในเมืองไทยยังจำกัดอยู่บ้าง ก็มีสถานีต่าง ๆ ที่ดำเนินรายการเกษตรไม่มากนัก และการจัดรายการก็ขาดการวิจัยถึงผลสะท้อนกลับ

นอกจากการใช้วิทยุ การติดต่อสื่อสารโดยผ่านทางสื่อมวลชน ซึ่งได้แก่ สิ่งตีพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ หนังสือต่าง ๆ ทางเกษตร โทรทัศน์ แต่ยังมีจำกัด เพราะเกษตรกรอ่านหนังสือไม่ได้เป็นจำนวนมากจึงอ่านหนังสือน้อย และไม่มีเงินสำหรับซื้อเครื่องรับทีวี

การจัดนิทรรศการ (Exhibits) การจัดนิทรรศการมีหลายขนาด ขนาดเล็กเรียกว่า display ซึ่งเป็นการจัดแสดงขนาดย่อย ๆ เกี่ยวกับหัวข้อใดข้อหนึ่ง ถ้ามีหลาย ๆ หัวข้อและจัดอยู่ในบริเวณเดียวกันก็เรียก Exhibits ถ้าเป็นงานใหญ่ระดับชาติก็เรียกว่า Exposition การจัดนิทรรศการนั้น มุ่งที่จะใช้

เป็นตัวแทนในเข้าถึงกลุ่มบุคคลเป้าหมายที่ไม่ค่อยสนใจข่าวจากสื่อมวลชนต่าง ๆ หรือเข้าประชุมในเรื่องที่เกี่ยวข้อง ในขณะที่เดียวกันการจัดนิทรรศการก็เป็นการประชาสัมพันธ์ผลงานของหน่วยงานด้วย เป็นการกระตุ้นความสนใจและให้ข้อมูลในการไปแก้ปัญหาในการประกอบอาชีพของเกษตรกรนอกจากนั้นการจัดนิทรรศการนั้นก็มีการจัด field days tours และการประกวดต่าง ๆ ฯลฯ

อย่างไรก็ตาม ในการดำเนินการในรูปแบบต่าง ๆ นั้นจะให้ผลมากน้อยแค่ไหนขึ้นอยู่กับเป้าหมายที่ต้องการให้บังเกิดผลว่า คืออะไร จากนั้นจึงพิจารณาเลือกรูปแบบของการติดต่อให้เหมาะสมเพื่อดำเนินการต่อไป

นรินทร์ชัย (2542: 67-68) ได้กล่าวถึง การสำรวจความรู้ ทักษะ และ การปฏิบัติคืออะไรในการสำรวจ คปท. (KAP) นี้ควรทราบองค์ประกอบย่อยของแต่ละคำจำกัดความที่จะสำรวจด้วยเพื่อจะตั้งคำถามในการสำรวจได้ดีขึ้น แบ่งองค์ประกอบเป็น

ความรู้ คือ การรับรู้ เข้าใจ แยกแยะได้ (analysis) วิเคราะห์ได้ (synthesis) และการประเมินได้ในใจ (vicarious evaluation) ดังนั้นจะมีความรู้ได้ดีต้องรับรู้ ใครควรลงมือทำอะไรและประเมินได้ว่าสิ่งใดเหมาะสม แต่ยังไม่เคยลงมือปฏิบัติเท่านั้น ดังนั้นคำถามเรื่องความรู้อาจเป็นว่า ท่านได้รับทราบว่าเป็นอย่างไร ท่านคิดว่า (ประเมินว่า) พันธุ์ใดดีที่สุด

ทัศนคติ คือ การรับทราบสิ่งใดจิตใจก็คิดตอบสนอง และให้คุณค่า (Valuing) ของสิ่งเหล่านั้นว่าดีหรือไม่ดี ชอบไม่ชอบ เพื่อเป็นแนวกำหนดในใจว่าจะมีพฤติกรรมอย่างไรต่อสิ่งนั้น เช่น มีผู้ถามว่าจะสั่งเครื่องดื่มใด (เมื่อใจกำหนดได้แล้วว่าชอบอะไร) ก็สั่งยี่ห้อนั้น

การปฏิบัติ คือ สิ่งที่มีมนุษย์รับทราบถึงการปฏิบัติของกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การฝึกว่ายน้ำก็จะต้องเริ่มจากความพยายามจะเลียนแบบ (imitation) แล้วควบคุมให้เป็นไปตามแบบที่เห็น (manipulation) ทำให้ถูกต้องให้มาก (precision) แล้วเชื่อมต่อกัน (articulation) จากนั้นก็ฝึกหัดจนปฏิบัติได้อย่างเป็นธรรมชาติ (naturalization)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณรงค์ และตระการศักดิ์ (2528: 60-80) อ่างใน รังสฤษฎี (2527: 22) ได้กล่าวถึงผลงานวิจัยเรื่องการศึกษาสภาพเกี่ยวกับการผลิต การจัดหา การเลือก การใช้โสตทัศนวัสดุในงานส่งเสริมการเกษตรของนักวิชาการ และเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรในระดับต่าง ๆ ซึ่งสังกัดกรมส่งเสริมการเกษตรในเขต จังหวัดภาคกลาง ระบุว่าประเภทของโสตทัศนวัสดุที่ใช้ในงานส่งเสริมนั้น เจ้าหน้าที่ส่งเสริมในระดับเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน มีการใช้เอกสารสิ่งพิมพ์มากที่สุด รองลงมาคือ ภาพพลิก การสาธิต ของตัวอย่างและแผนภูมิ ในขณะที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรระดับจังหวัด มีการใช้ภาพ

พลิกมากที่สุด รองลงมาคือของตัวอย่าง เครื่องฉายภาพโปร่งใสและแผ่นโปร่งใส เอกสารสิ่งพิมพ์ สไลด์ และการสาธิต ตามลำดับ

ปิยรัตน์ (2536: 8-9) อ่างใน ทินกร (2541:18-19) ได้ศึกษาการใช้สื่อในงานส่งเสริมการเกษตรของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร 65 คน ในรัฐ Maharashtra ประเทศอินเดีย และได้รับคำตอบกลับมา 53 ชุด จากนั้นได้สรุปผลเรียงลำดับสื่อที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรใช้มากที่สุดไปหาน้อยที่สุดมีดังนี้

1. สื่อบุคคล
2. การสาธิต
3. การประชุม
4. การสาธิตแบบต่าง ๆ
5. การจัดงานวันเกษตรกร
6. การจัดแสดงนิทรรศการ
7. การบรรยาย
8. การใช้ผู้นำท้องถิ่น
9. การใช้วิทยุ
10. การใช้เอกสารเผยแพร่
11. การโต้ตอบทางจดหมาย
12. เกษตรมหาที่สำนักงาน

และยังสรุปได้ว่าการใช้แผ่นโฆษณาที่มีกราฟ แผนภูมิ ตลอดจนวัสดุของจริงเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด

การใช้แผนการใช้สื่ออย่างเป็นระบบ Robert Heinich (1982) อ่างในปิยรัตน์ (2535) สรุปว่าการใช้สื่อเพื่อการประกอบการส่งเสริมต้องมีการวางแผนอย่างเป็นระบบ โดยกล่าวถึง Assure Model) ซึ่งเป็นแบบจำลองที่ออกแบบมาเพื่อให้มั่นใจว่าการวางแผนการใช้สื่อจะเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีความหมายดังนี้

A = Analysis audience Characteristics คือ การวิเคราะห์คุณลักษณะของบุคคลเป้าหมาย

S = State Objective คือ ขั้นตอนการกำหนดวัตถุประสงค์

S = Select Modify or Design Materials คือ การเลือกคัดแปลงหรือการออกแบบวัสดุ

U = Utilize Materials คือ ความต้องการตอบสนองของกลุ่มผู้ฟัง

E = Evaluation คือ การประเมินผลและปรับปรุงแก้ไข

รังสฤษฎ์ (2537: 9) ได้ทำการวิจัยเรื่องความต้องการฝึกอบรมการใช้สื่อในงานส่งเสริมการเกษตรของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร จังหวัดลำพูน ผลงานวิจัยพบว่า ความต้องการฝึกอบรมการใช้สื่อในงานส่งเสริมการเกษตรนั้น ผู้ให้ข้อมูลมีความต้องการฝึกอบรมระดับมาก ในเรื่องดังนี้

1. รูปแบบการนำเสนอโดยผ่านสื่อวีดิทัศน์
2. ส่วนประกอบและวัสดุอุปกรณ์ของสื่อวีดิทัศน์และเครื่องฉายสไลด์
3. ทักษะในการสื่อสารและการใช้สื่อวีดิทัศน์และเครื่องฉายสไลด์
4. เทคนิคของการผลิตสื่อวีดิทัศน์ เครื่องฉายสไลด์ ถ่ายภาพและเครื่องฉายข้ามศีรษะ
5. การฝึกปฏิบัติในการจัดทำสื่อวีดิทัศน์ เครื่องฉายสไลด์และการถ่ายภาพ
6. การสาธิตวิธีการใช้และการทดลองใช้สื่อกับบุคคลเป้าหมายโดยสื่อวีดิทัศน์ เครื่องฉายสไลด์และการถ่ายภาพ
7. การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงสื่อให้เหมาะสมในสื่อวีดิทัศน์
8. ข้อควรปฏิบัติและไม่ควรปฏิบัติในการใช้สื่อวีดิทัศน์
9. การดูแลรักษาและการซ่อมแซมในการใช้สื่อวีดิทัศน์
10. การใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ได้อย่างกว้างขวางกับสื่อวีดิทัศน์

รัตติยา (2537: 10) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความสามารถในการใช้สื่อเพื่อการส่งเสริมในทัศนคติของเจ้าพนักงานการเกษตร ในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า ระดับความสามารถในการใช้สื่อเพื่อการส่งเสริมในทัศนคติของเจ้าพนักงานการเกษตร ปรากฏดังนี้

1. ด้านการวางแผนการใช้สื่อเพื่อการส่งเสริมการเกษตร พบว่าเจ้าพนักงานการเกษตรมีความสามารถในระดับสูง โดยมีการรวบรวมข้อมูลก่อนการวางแผนในการดำเนินงานและกำหนดวัตถุประสงค์การใช้สื่อ จากนั้นจึงคัดเลือก การปรับปรุง ออกแบบก่อนนำเสนอสื่อรวมทั้งมีการประเมินผล

2. ด้านการผลิตสื่อเพื่อการส่งเสริม พบว่าเจ้าพนักงานการเกษตรมีความสามารถระดับต่ำ โดยเฉพาะในสื่อต่อไปนี้ แผ่น โปร่งใสเพื่อใช้กับเครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ แผ่นพับ แผ่นปลิวในงานส่งเสริม ภาพพลิก จดหมายข่าว สไลด์ประกอบการส่งเสริม แผนภูมิผลิต และวารสาร

3. ด้านการใช้สื่อเพื่อการส่งเสริม พบว่าเจ้าพนักงานการเกษตรมีความสามารถในการใช้สื่อแต่ละชนิดแตกต่างกัน

สื่อเจ้าพนักงานการเกษตรระบุว่ามีความสามารถในการใช้สูง ได้แก่ แผ่นพับ แผ่นปลิวในงานส่งเสริม ภาพพลิก โปสเตอร์ และเครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ

สื่อที่ระบุว่ามีความสามารถในการใช้ต่ำ ได้แก่ สไลด์ประกอบการส่งเสริม จดหมายข่าว หนังสือคู่มือ วารสาร แผนภูมิผลิต การนำเสนอข่าวและความรู้ทางวิชาการโดยใช้วีดิทัศน์ และวิทยุกระจายเสียง

วันทนีย์ (2527: 49-51) อ่างใน รังสฤษฎี (2537: 21) ศึกษาเรื่องการใช้สื่อของอาจารย์เพื่อการพัฒนาการเกษตรและชนบทของไทย ได้สรุปผลไว้ว่า สื่อที่นำมาใช้มากที่สุดตามความคิดของอาจารย์ระดับบริหารเรียงลำดับดังนี้ โปสเตอร์ สไลด์ และตัวอย่างของจริง สื่อที่นำมาใช้มากที่สุดตามความคิดของอาจารย์ระดับปฏิบัติการเรียงตามดับคือ สไลด์ ตัวอย่างของจริง และโปสเตอร์

สายสุนีย์ (2537: บทคัดย่อ) อ่างใน พิระชัย (2545: 24) ได้ศึกษาการใช้สื่อในงานส่งเสริมการเกษตรของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรระดับตำบล ในจังหวัดขอนแก่น พบว่า สภาพปัญหาที่พบมากคือ สื่อมีจำนวนน้อย เครื่องมืออุปกรณ์ไม่เพียงพอ ขาดงบประมาณ ขาดการฝึกอบรม เครื่องมืออุปกรณ์ไม่ทันสมัย ขาดการเน้นเนื้อหาเฉพาะพื้นที่ และขาดเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้เพียงพอ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved