

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจและประโยชน์ต่อการรับสื่อด้านการเกษตรของเกษตรกรในอำเภอสุวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด” ได้มีการศึกษาเอกสารและงานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความกระจ่างซึ่งปัญหา รวมถึงเป็นแนวทางในการดำเนินการวิจัยได้อย่างถูกต้องโดยครอบคลุมเนื้อหาดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับความพึงพอใจ
- 2.2 การสื่อสารในงานส่งเสริมการเกษตร
- 2.3 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) คือ ทัศนคติอย่างหนึ่งที่เป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่า บุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่ สามารถสังเกตโดยการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อน จึงเป็นการยากที่จะวัดความพึงพอใจโดยตรง แต่สามารถวัดได้โดยทางอ้อม โดยการวัดความคิดเห็นของบุคคลเหล่านั้น และการแสดงความคิดเห็นนั้นจะต้องตรงกับความรู้สึกที่แท้จริง จึงสามารถวัดความพึงพอใจนั้นได้ พจนานุกรมฉบับบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 (2538 : 600) กล่าวไว้ว่า “ พึง ” เป็นคำช่วยกริยาอื่น หมายความว่า “ ควร ” เช่น พึงใจ หมายความว่า พพอใจ ชอบใจ และคำว่า “ พอ ” หมายความว่า เท่าที่ต้องการ เต็มความต้องการ ถูกชอบ เมื่อนำคำสองคำมาผสมกัน พึงพอใจ จะหมายถึง ชอบใจ ถูกใจตามที่ต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับ Wolmam (1973) อ้าง โดย อมรลักษณ์ (2535 : 21) กล่าวถึงความพึงพอใจว่า เป็นความรู้สึกที่ได้รับความสำเร็จตามความมุ่งหวังและความต้องการ

ความหมาย

ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของคำว่า “ความพึงพอใจ” ไว้ดังต่อไปนี้

เทพพนม และ สวีง (2529 :98) กล่าวว่า ความพอใจในงานเป็นภาวะของความพึงพอใจหรือภาวะของการมีอารมณ์ในทางบวก ที่มีผลเกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินประสบการณ์ในงานของคน ๆ หนึ่งที่ทำขึ้นด้วยตัวของเขาเองและเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ปัจจุบันหรืออดีต

บุญแสง (2533) กล่าวว่า เมื่อบุคคลในองค์การทำงานด้วยความพอใจ จะเป็นผลให้องค์การสามารถดำเนินกิจกรรมจนบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ในที่สุด

ปภาวดี (2535 : 503 – 532) กล่าวว่า ความพอใจในงานเป็นทัศนคติอย่างหนึ่ง เกิดขึ้นเฉพาะในบุคคลเพียงคนเดียว และความพอใจในงานเกี่ยวกับปัจจุบันและสิ่งที่ผ่านมาในอดีต คนที่ทำงานจะต้องตัดสินใจระดับความพอใจของตนจาก ประสบการณ์และสิ่งที่เป็นอยู่ในขณะนั้นเป็นเกณฑ์ และไม่ว่าจะเป็นคนในระดับไหนการทำงานเปรียบประดุจ โครงสร้างและหล่อหลอมชีวิตให้มีคุณค่าอยู่เสมอ ความพอใจในงานช่วยเสริมความรู้สึกอันมีคุณค่านี้ให้แก่คนทำงานได้ นอกจากนั้นการทำให้คนทำงานมีความพอใจยังอาจจะช่วยลดโอกาสเป็นปฏิปักษ์ต่องานของคนทำงานด้วย

ภนิกา (2541) อ้างโดย เพิ่มศักดิ์ (2542 : 8) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า หมายถึง สิ่งใดก็ตามที่สามารถลดความตึงเครียดของมนุษย์ให้น้อยลงและความตึงเครียดนี้เป็นผลจากความต้องการของมนุษย์ เมื่อมนุษย์มีความต้องการมากก็จะเกิดปฏิกิริยาเรียกร้อง เมื่อใดความต้องการได้รับการตอบสนองความตึงเครียดก็จะน้อยลงหรือหมดไป ทำให้เกิดความพึงพอใจ

Milton and Naylor (1968) อ้างโดย ประทับใจ (2538 : 9) กล่าวว่า ความพึงพอใจในงานเป็นผลรวมของทัศนคติต่าง ๆ ที่แสดงออกโดยผู้ปฏิบัติงาน ทัศนคติเหล่านี้มีความสัมพันธ์กับงานที่ปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับปัจจัย เช่น ค่าจ้าง ความมั่นคง โอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้า การได้รับการยอมรับนับถือ

จากความหมายดังกล่าวข้างต้นพอจะสรุปได้ว่า “ความพึงพอใจ” เป็นการแสดงความรู้สึกดีใจ ยินดีของเฉพาะบุคคลในการตอบสนองความต้องการในส่วนที่ขาดหายไป ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยปัจจัยเหล่านั้นสามารถสนองความต้องการของบุคคลทั้งทางร่างกายและจิตใจได้อย่างเหมาะสม และเป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมของบุคคลที่จะเลือกปฏิบัติในกิจกรรมนั้น ๆ

การวัดความพึงพอใจ

ภนิกา (2541) อ้างโดย เพิ่มศักดิ์ (2542 : 9) ได้กล่าวไว้ว่าการวัดความพึงพอใจนั้น สามารถทำได้หลายวิธี ดังต่อไปนี้

1. การใช้แบบสอบถาม โดยผู้ออกแบบสอบถาม เพื่อต้องการทราบความคิดเห็น ซึ่งสามารถทำได้ในลักษณะกำหนดคำตอบให้เลือก หรือตอบคำถามอิสระ คำถามดังกล่าว อาจถามความพอใจในด้านต่าง ๆ

2. การสัมภาษณ์ เป็นวิธีการวัดความพึงพอใจทางตรง ซึ่งต้องอาศัยเทคนิคและวิธีการที่ดี จะได้ข้อมูลที่เป็นจริง

3. การสังเกต เป็นวิธีการวัดความพึงพอใจโดยสังเกตพฤติกรรมของบุคคลเป้าหมาย ไม่ว่าจะแสดงออกจากการพูด กริยา ท่าทาง วิธีนี้ต้องอาศัยการกระทำอย่างจริงจัง และสังเกตอย่างมีระเบียบแบบแผน

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจของมนุษย์ เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมที่เป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปเป็นร่างได้ การที่เราจะทราบว่า บุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่ สามารถสังเกตโดยการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อน และต้องมีสิ่งเร้าที่ตรงต่อความต้องการของบุคคลจึงจะทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจ ดังนั้น การสร้างสิ่งเร้าจึงจะเป็นแรงจูงใจของบุคคลนั้นให้เกิดความพึงพอใจในงานนั้น

สมพงษ์ (2526) อ้างโดย เพิ่มศักดิ์ (2542 : 9) ได้กล่าวถึง ทฤษฎีการจูงใจของ Maslow ว่า A.H. Maslow ได้เสนอทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันแพร่หลาย และได้ตั้งสมมติฐานเกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์ไว้ดังนี้

1. มนุษย์มีความต้องการ ความต้องการมีอยู่เสมอไม่มีที่สิ้นสุด ความต้องการใดที่ได้รับการตอบสนองแล้วความต้องการอย่างอื่นจะเข้ามาแทนที่ ขบวนการนี้ไม่มีที่สิ้นสุดและเกิดจนตาย
2. ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้ว จะไม่เป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรมอีกต่อไป ความต้องการที่ไม่ได้รับการตอบสนองเท่านั้นที่เป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรม
3. ความต้องการของมนุษย์มีเป็นลำดับขั้น ตามความสำคัญ (A Hierarchy of need) กล่าวคือ เมื่อความต้องการในระดับต่ำ ได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการในระดับสูงก็จะเรียกร้องให้มีการตอบสนอง

Skinner (1938) อ้างใน พิสมัย (2538) รายงานว่า นักจิตวิทยาชาวเยอรมัน เชื่อว่า พฤติกรรมของมนุษย์และสัตว์ถูกกำหนดโดยผลการกระทำหรือผลกระทบ (Consequences) เขาเชื่อว่า พฤติกรรมของมนุษย์สามารถปรับเปลี่ยนได้ โดยหลักเงื่อนไขและแรงบวก ตามแนวคิดของ สกินเนอร์ พฤติกรรมทุกอย่างจะประกอบไปด้วย 3 ประการ คือ

1. สิ่งเร้า หมายถึง สภาพการณ์หรือสิ่งแวดล้อมที่ประสบ
2. การตอบสนอง หมายถึง ปฏิกริยาต่อสิ่งเร้า หรือพฤติกรรม
3. สิ่งเสริมแรง หมายถึง ผลของการกระทำ หรือรางวัล

จากแนวคิดพฤติกรรมโดยหลักเงื่อนไขการเสริมแรงบวกของสกินเนอร์ ได้พัฒนาเป็นทฤษฎีการจูงใจ ที่เรียกว่า “ทฤษฎีการเสริมแรง” (Reinforcement Theory) โดยแนวความคิด ทัว ๆ ไปของทฤษฎีนี้คือ พฤติกรรมที่ได้รับการเสริมแรงจะเกิดขึ้นซ้ำ ๆ ทฤษฎีนี้จะอยู่บนพื้นฐานของทฤษฎีการเรียนรู้ รากฐานของทฤษฎีจะอยู่บนปัจจัยพื้นฐาน 3 ประการ คือ

ประการที่ 1 ทฤษฎีนี้มีความเชื่อว่าบุคคลใดบุคคลหนึ่ง จะมีลักษณะที่ไม่มีปฏิกิริยาอะไรเลย และพยายามปรับความสัมพันธ์ระหว่างแรงผลักดันที่เกิดขึ้นกับเขาและผลผลิตของเขา

ประการที่ 2 ทฤษฎีนี้ยังไม่เห็นด้วยกับการอธิบายพฤติกรรมในลักษณะที่ว่า พฤติกรรมจะอยู่บนพื้นฐานของความต้องการ หรือเป้าหมายของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เพราะว่าทฤษฎีนี้เชื่อว่าความต้องการดังกล่าวนั้นไม่อาจจะสังเกตได้ และยากแก่การวัด จุบรวมความสนใจของทฤษฎีนี้จะอยู่ที่พฤติกรรมโดยตัวของมันเองที่อาจจะสังเกตได้

ประการที่ 3 ทฤษฎีนี้ชี้ให้เห็นว่า การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลใดบุคคลหนึ่งค่อนข้างถาวรที่เกิดมาจากพฤติกรรมที่ได้รับการเสริมแรงหรือประสบการณ์ การเสริมแรงที่เป็นไปอย่างเหมาะสมนั้น น่าจะเป็นการแสดงออกของพฤติกรรมที่ต้องการสูงขึ้น และความน่าจะเป็นของการแสดงออกของพฤติกรรมที่ไม่ต้องการที่จะลดลง

ในทฤษฎีนี้เมื่อพิจารณาจะเห็นว่า ผลที่จะติดตามมา หรือผลที่เกิดขึ้นภายหลังพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง ในอดีตมีผลต่อพฤติกรรมในอนาคตในลักษณะของกระบวนการเรียนรู้ว่า พฤติกรรม อย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะจะเกี่ยวข้องกับผลลัพธ์ที่ให้ความพอใจ และพฤติกรรมอื่นอย่างใดอย่างหนึ่งเฉพาะจะเกี่ยวข้องกับผลลัพธ์ที่ทำให้เกิดความไม่พอใจ โดยทั่ว ๆ ไป คนจะชอบผลลัพธ์ที่使人พอใจมากกว่า ดังนั้นพวกเขาจะกระทำหรือมีพฤติกรรมแบบเดียวกันซ้ำ ๆ กับที่พวกเขาได้เรียนรู้ จะก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ทำให้เกิดความพอใจ

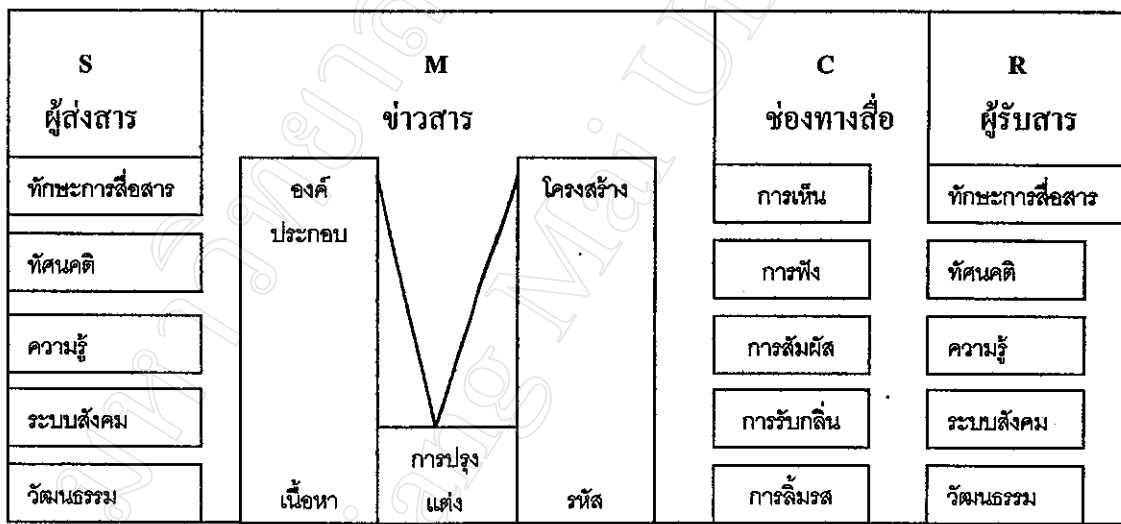
2.2 การสื่อสารในงานส่งเสริมการเกษตร

การพัฒนาการเกษตรให้มีประสิทธิภาพนั้น จำเป็นต้องอาศัยการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร และวิธีการเกษตรที่เหมาะสมผ่านสื่อต่าง ๆ เผยแพร่ไปสู่เกษตรกร เพื่อกระตุ้นให้เกษตรกรเกิดความกระตือรือร้น และสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปปฏิบัติจริงได้ ดังนั้น เจ้าหน้าที่ส่งเสริมจึงจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทฤษฎี หลักการ และวิธีการรวมถึงเทคนิคต่าง ๆ ของการสื่อสารในงานส่งเสริมการเกษตร เพื่อจะได้ประยุกต์เอาวิธีการและสื่อต่าง ๆ ที่เหมาะสมมาใช้ถ่ายทอดความรู้ให้แก่เกษตรกร สิ่งที่เกษตรกรจะได้รับความรู้ด้านการเกษตรนั้นมาจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร โดยเจ้าหน้าที่ส่งเสริมจะนำสื่อด้านการเกษตรมาเผยแพร่ จำแนกได้ดังนี้

ความหมาย

การสื่อสาร หมายถึง การแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยใช้สื่อหรือช่องทางต่าง ๆ เพื่อมุ่งหมายโน้มน้าวใจให้เกิดผลในด้าน การรับรู้ การเปลี่ยนทัศนคติ การเปลี่ยนพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง (นรินทร์ชัย,2542 : 3)

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



แผนภูมิ 1 แบบจำลองการสื่อสารของเบอร์โล

วิธีการติดต่อสื่อสารในงานส่งเสริมการเกษตร มี 3 วิธีการ คือ

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

1. การติดต่อแบบบุคคล

การติดต่อแบบบุคคลประกอบด้วย การเยี่ยมเยียนเกษตรกรที่ฟาร์มและบ้าน การสอน ความชำนาญแก่เกษตรกรตัวต่อตัว และการแสดงสาธิตบุคคลต่อบุคคล การใช้จดหมายติดต่อ การใช้โทรศัพท์ติดต่อ (ถ้ามีโทรศัพท์ทั่วกัน) เกษตรกรไปหาเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรที่ทำงาน เป็นต้น

การไปเยี่ยมเกษตรกรที่ฟาร์มและที่บ้าน (farm and home visits) โดยมากมีวัตถุประสงค์หลักคือ ไปเพื่อให้ข่าวสารแก่เกษตรกรในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับปัญหาและความต้องการในการประกอบการของเขา หรือไปเพื่อแนะนำให้เกษตรกรปรับปรุงการปฏิบัติหรือไปกระตุ้นให้เกษตรกรตื่นตัว และรับว่าปัญหาของตนมีอย่างไร และควรรหาทางแก้ไขอย่างไร หรือไปเพื่อศึกษาสภาพโดยทั่วไปของเกษตรกร ในเรื่องเกี่ยวกับปัญหาและความต้องการของประชาชนในเขตที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรรับผิดชอบ

ผลดีที่จะได้จากวิธีการนี้คือ เป็นการสร้างความเชื่อถือและความเชื่อมั่นให้กับเกษตรกรที่มีต่อเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร รวมทั้งเชื่อถือคำแนะนำที่เจ้าหน้าที่แนะนำไป แต่ผลเสียที่เกิดขึ้นก็มี เช่นเป็นการสิ้นเปลืองเวลา งบประมาณ และการติดต่อแบบนี้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรต้องหมดไปส่วนใหญ่กับบุคคลบางคน แทนที่จะติดต่อคนส่วนใหญ่ในชุมชน

ในการเยี่ยมเยียนเกษตรกรตามบ้านหรือฟาร์ม นั้น มีข้อที่ต้องคำนึงถึง เช่น การติดต่อแบบนี้ต้องตรงเวลาให้มากที่สุด มีการผูกมิตรกับชาวบ้าน และมีมารยาทดีในการติดต่อ หากทางที่จะยกย่องบุคคลเป้าหมายในเรื่องที่ดีของผู้รับสารอย่างสม่ำเสมอ หากทางให้ผู้รับสาร “พูด” เกี่ยวกับเรื่องปัญหาของตนและ “ถาม” เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรถึงวิธีการแก้ไข เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรจะต้องให้คำแนะนำในการแก้ไขปัญหาหลาย ๆ ทางให้บุคคลเป้าหมายเลือก พร้อมทั้งชี้แจงรายละเอียด ซึ่งถ้าจำเป็นก็ต้องแสดงสาธิตให้ดู และให้บุคคลเป้าหมายฝึกและปฏิบัติด้วยตนเอง ในการดำเนินงานต้องช่วยเกษตรกรในการตัดสินใจ และผู้นำการเปลี่ยนแปลงจะต้องบันทึกความก้าวหน้าในการทำการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ในขณะเดียวกันต้องกระตุ้นให้เกษตรกรทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม ด้วยความร่วมมือร่วมใจกันและรับผิดชอบต่อกัน

เกษตรกรเยี่ยมเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรที่สำนักงาน (office calls) เป็นการที่เกษตรกรมาหาเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรที่สำนักงาน ปกติเกษตรกรที่มาหาถึงสำนักงานนี้มักจะ มีวัตถุประสงค์หรือมีปัญหาในใจอยู่แล้ว และพร้อมที่จะยอมรับคำแนะนำทางการแก้ปัญหา และพบว่าการติดต่อแบบนี้ทำให้เกิดการยอมรับการเปลี่ยนแปลงในระยะสั้น

การใช้จดหมายติดต่อ มีหลายครั้งที่เกษตรกรเขียนจดหมายมาถามปัญหากับเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร การเขียนจดหมายที่ดีเป็นการสร้างความประทับใจและปลูกฝังความศรัทธาและความเชื่อมั่นได้

2. การติดต่อแบบกลุ่ม

การติดต่อแบบกลุ่มมีหลายแบบคือ การประชุมพบปะ การบรรยาย การสาธิต การแสดงต่าง ๆ การดูงานนอกสถานที่ ฯลฯ

การประชุมพบปะ (Extension Meeting) มักจะกระทำเพื่อแนะนำและอภิปรายเกี่ยวกับความรู้หรือปฏิบัติสิ่งใหม่ ๆ หรือเพื่อจะรับฟังความคิดเห็นและเข้าร่วมในกิจกรรมดังกล่าวในกรณี ที่กลุ่มเห็นชอบด้วย ในการพบปะนี้จะต้องตั้งเป้าหมายว่า เป็นการที่จะให้ความรู้หรือสิ่งปฏิบัติ ใหม่ ๆ แก่เกษตรกร หรือเป็นการพบปะกับเกษตรกรเพื่อทราบปัญหาและความต้องการหรือเพื่อหา ทางเปลี่ยนทัศนคติของกลุ่มเกษตรกรอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลาย ๆ อย่าง

การบรรยาย (Lecture) การบรรยายจะให้ผลดีในแง่ที่ว่าสามารถถ่ายทอดความรู้ผ่าน กลุ่มบุคคลเป้าหมายได้ในระยะเวลาอันสั้น แต่มีจุดอ่อนคือ ผู้นำการเปลี่ยนแปลงไม่สามารถที่จะ สอนให้กลุ่มบุคคลเป้าหมายปฏิบัติด้วยตนเองในขณะนั้น เพื่อสร้างความชำนาญ (Skills) ในการ ประกอบการได้การบรรยายเพียงอย่างเดียวเป็นการยากที่จะเปลี่ยนทัศนคติ พฤติกรรม และความสนใจอันแท้จริงที่กลุ่มบุคคลเป้าหมายมีต่อกันได้ ในขณะเดียวกันผู้นำการเปลี่ยนแปลงซึ่งอาจจะเป็นผู้ บรรยายหรือเชิญผู้อื่นมาบรรยายนั้น ผู้บรรยายส่วนมากก็เตรียมการมาเพื่อเพียงการบรรยายเท่านั้น ความรู้ที่นำมาอาจจะจำกัด และอาจเป็นทางหนึ่งที่ผู้บรรยายอาจจะไม่สามารถตอบปัญหาของกลุ่ม บุคคลเป้าหมายได้ชัดเจน

สาธิตวิธี (Method Demonstration) เป็นการสอนความชำนาญ (Skills) ให้แก่กลุ่ม บุคคลเป้าหมายต่างกับสาธิตผล คือ การสาธิตสอนให้รู้ว่าจะทำอะไร แต่การสาธิตผล สอนให้ ทราบว่าทำไมจึงจะต้องทำ คือการสาธิตวิธีมักจะทำกับเกษตรกรที่ยอมรับหลักการในการปฏิบัติ เรื่องนั้น ๆ อยู่แล้ว และการแสดงสาธิตวิธีก็เป็นการที่จะให้เขายอมรับวิธีการที่ดีกว่า เหมาะสมกว่า หรือทำให้ถูกต้องยิ่งขึ้น การใช้สาธิตวิธีจะทำให้กลุ่มบุคคลเป้าหมายสามารถเห็น ได้ยิน อภิปราย ซักถามและร่วมในการแสดง แต่ก็มีจำกัดสำหรับกลุ่มที่มีขนาดใหญ่ เพราะเครื่องมือเครื่องใช้และ

เวลาจำกัด ไม่สามารถที่จะให้กลุ่มใหญ่ ๆ ปฏิบัติด้วยตนเอง ได้อย่างทั่วถึงได้ ตัวอย่างของการแสดง สาธิตวิธี ได้แก่ การตอนไก่ การติดตาม การต่อกิ่ง

สาธิตผล (Result Demonstration) เช่นการทำแปลงสาธิต (Demonstration Plot) ซึ่ง แสดงให้เห็นผลการใช้ปุ๋ย ยาฆ่าแมลง พันธุ์ข้าว ฯลฯ วัตถุประสงค์ในการแสดงสาธิตผลคือ การ พิสูจน์ให้กลุ่มบุคคลเป้าหมายเห็นว่า วิธีการปฏิบัติใหม่ ๆ ที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรแนะนำนั้น สามารถปฏิบัติได้ผลดีในท้องถิ่นนั้นจริง ๆ การสาธิตผลสามารถกระตุ้นให้เกิดการตื่นตัว (awareness) และสนใจในวิธีการปฏิบัติใหม่ ๆ โดยเปรียบเทียบกับวิธีการปฏิบัติแบบเก่า ๆ

การจัดสาธิตผลนี้จะให้ผลดีต้องจัดบนที่ดินของเกษตรกรเอง เพราะเกษตรกรทั่วไป โดยเฉพาะผู้ที่ยอมรับช้าจะเชื่อผลที่เกิดขึ้นจากการกระทำของเกษตรกรด้วยตนเอง ซึ่งเป็นเพื่อน บ้านของตนมากกว่า ข้อจำกัดของการสาธิตผลก็คือ ต้องเปลืองเงิน เวลา และต้องมีการวางโครงการ อย่างดี

การแสดงสาธิตกลุ่ม (Group Demonstration) มีจุดมุ่งหมายที่จะแสดงผลการปฏิบัติงาน ของเกษตรกรที่เป็นกลุ่ม ที่เกิดเนื่องมาจากการรวมตัวกันทำงานตามคำแนะนำของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ความจริงอันนี้เป็นรูปแบบหนึ่งของการสาธิตผล (Result Demonstration) หรือ แปลงสาธิต (Demonstration Plot) นั่นเอง แต่มีการเน้นหนักในการดำเนินงานรูปของกลุ่ม

การจัดนิทรรศการ (Exhibits) การจัดนิทรรศการมีหลายขนาด ขนาดเล็กเรียกว่า display ซึ่งเป็นการจัดแสดงขนาดย่อย ๆ เกี่ยวกับหัวข้อใดหัวข้อหนึ่ง ถ้ามีหลาย ๆ หัวข้อและจัดอยู่ในบริเวณเดียวกันก็เรียกว่า Exhibits ถ้าเป็นงานขนาดใหญ่ในระดับชาติก็เรียกว่า Exposition การจัดนิทรรศการนั้น มุ่งที่จะใช้เป็นตัวกลางในการเข้าถึงกลุ่มบุคคลเป้าหมายที่ไม่ค่อยได้สนใจข่าว จากสื่อมวลชนต่าง ๆ หรือเข้าประชุมในเรื่องที่เกี่ยวข้อง ในขณะที่เดียวกันการจัดนิทรรศการก็เป็น การประชาสัมพันธ์ผลงานของหน่วยงานด้วย เป็นการกระตุ้นความสนใจและให้ข้อมูลในการไปแก้ ปัญหาในการประกอบอาชีพของเกษตรกร นอกจากการจัดนิทรรศการนั้นก็มีการจัด field day tours และการประกวดต่าง ๆ ฯลฯ

โดยทั่วไปบุคคลเป้าหมายหลายคน โดยส่วนตัวแล้วจะไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลง แต่ถ้า บุคคลนั้นเป็นสมาชิกของกลุ่มก็มักจะได้รับอิทธิพลจากกลุ่ม ทำให้เกิดการยอมรับการเปลี่ยนแปลง เพราะเห็นคนอื่นในกลุ่มเปลี่ยนแปลง และในขณะเดียวกันถ้าเกิดมีปัญหาในการยอมรับการเปลี่ยนแปลงสมาชิกในกลุ่มก็จะมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ประสพการณ์กันอีกด้วย

แต่ข้อจำกัดในการติดต่อแบบกลุ่มนี้ก็คือ อาจจะต้องใช้เวลานานในการชักจูงให้กลุ่มมีการตัดสินใจเกี่ยวกับมติของกลุ่มออกมา และการติดต่อแบบกลุ่มก็ไม่สามารถที่จะเข้าถึงปัญหาที่สมาชิกแต่ละคนประสบได้ครบถ้วน เพราะปัญหาที่ต้องแก้ไขก็ต้องเป็นปัญหาส่วนรวม หรือปัญหา ร่วมกันของสมาชิก อีกประการหนึ่ง การเรียกประชุมกลุ่มเพื่อดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งก็ทำได้ ยาก โดยเฉพาะฤดูปลูกเก็บเกี่ยว เพราะเกษตรกรไทยจำนวนไม่น้อยต้องไปนอนค้างคืนนอกบ้านใน กรณีที่ทำกินอยู่ไกลจากบ้าน โดยทั่วไปการใช้การติดต่อแบบกลุ่มจะทำให้ทราบถึงปัญหาและ สถานการณ์ทั่วไปของกลุ่ม และเป็นการกระตุ้นให้บุคคลเป้าหมายเกิดการตื่นตัว และสนใจต่อข่าว หรือสิ่งปฏิบัติตลอดจนความรู้ใหม่ ๆ ทั้งเป็นการฝึกความเป็นผู้นำของสมาชิกในกลุ่มด้วย

3. การติดต่อผ่านสื่อมวลชน

ความสำคัญของสื่อมวลชนในการส่งเสริม โดยทั่วไปสื่อมวลชนจะให้ประโยชน์ใน งานส่งเสริมหลาย ๆ แง่ เพราะรวดเร็ว ใช้เวลาน้อยในการติดต่อกับชนกลุ่มใหญ่ ครอบคลุมได้ใน พื้นที่กว้างขวางกว่า เปลืองค่าใช้จ่ายน้อยกว่า เมื่อเปรียบเทียบจำนวนที่ใช้จ่ายต่อหัวของค่าใช้จ่ายกับ กลุ่มบุคคลเป้าหมาย สื่อมวลชนจะมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการตื่นตัว สนใจ เกี่ยวกับสิ่ง ปฏิบัติ ความรู้ใหม่ ๆ เตือนล่วงหน้าในเรื่องทั่วไปในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ เช่น การควบคุมโรคและแมลง ช่วยในการก่อตั้งทัศนคติที่ดีต่อการส่งเสริมหรือโครงการส่งเสริม

แต่ในประเทศด้อยพัฒนาหรือกำลังพัฒนา การปรับปรุงเกี่ยวกับระบบสื่อมวลชนมี อุปสรรคเกี่ยวกับความยากจนของประชาชนและสภาพการด้อยการศึกษา เช่น ไม่มีเงินซื้อสิ่งตีพิมพ์ หรือเครื่องรับ ฯลฯ หรืออ่านไม่ออก จึงไม่สามารถที่จะใช้สิ่งตีพิมพ์เป็นสื่อกลางสำหรับบุคคลเป้าหมายนั้นได้ ดังนั้นการที่จะใช้สื่อมวลชนเป็นสื่อกลางในการติดต่อก็ต้องคำนึงถึงสิ่งเหล่านี้เช่นกัน

การใช้วิทยุในการติดต่อในงานส่งเสริม ปัจจุบันการติดต่อในงานส่งเสริมการเกษตรใน ประเทศไทย รวมทั้งการพัฒนาชนบทอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นงานพัฒนาชุมชนหรือการศึกษาผู้ใหญ่ จาก การวิจัยพบว่า วิทยุ ในด้านการเผยแพร่ความรู้นั้นวิทยุจะทำหน้าที่ที่สำคัญสองอย่างคือ เป็นแหล่งที่ เผยแพร่ข่าวกับเป็นตัวกระตุ้นในการเปลี่ยนแปลงในชนบท ต้องขึ้นอยู่กับสิ่งต่อไปนี้คือ จำนวน เครื่องรับวิทยุในท้องที่ที่จะได้รับการเปลี่ยนแปลงหรือของกลุ่มบุคคลเป้าหมาย อุปนิสัยของผู้รับ การเปลี่ยนแปลง ว่าชอบฟังรายการเกษตรหรือไม่ นอกจากนั้นยังขึ้นอยู่กับความสามารถในการจัด รายการของผู้นำการเปลี่ยนแปลงและงบประมาณที่ใช้ ตลอดจนจำนวนครั้งที่มีการจัดรายการ ก็จะต้องมีรายการสม่ำเสมอ และที่สำคัญที่สุดขึ้นอยู่กับปัญหาและความต้องการของผู้รับการเปลี่ยนแปลง ถ้าเรื่องนั้นสามารถแก้ปัญหาที่เกษตรกรประสบอยู่ เกษตรกรก็จะรับฟังตลอดไป

แต่อย่างไรก็ตาม บทบาทของวิทยุเกี่ยวกับการเกษตรในเมืองไทยยังจำกัดอยู่บ้าง คือมีสถานีต่าง ๆ ที่ดำเนินรายการเกษตรไม่มากนัก และการจัดรายการก็ขาดการวิจัยถึงผลสะท้อนกลับ

นอกจากการใช้วิทยุ การติดต่อโดยผ่านทางสื่อมวลชนอื่น ซึ่งได้แก่ สิ่งตีพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ หนังสือต่าง ๆ ทางการเกษตร โทรทัศน์ แต่ยังคงจำกัด เพราะเกษตรกรอ่านหนังสือไม่ได้เป็นจำนวนมากจึงอ่านหนังสือน้อย และไม่มีเงินสำหรับซื้อเครื่องรับทีวี

อย่างไรก็ตามในการดำเนินการในรูปแบบต่าง ๆ นั้นจะให้ผลมากน้อยแค่ไหนขึ้นอยู่กับเป้าหมายที่ต้องการให้บังเกิดผลว่า คืออะไร จากนั้นจึงพิจารณาเลือกรูปแบบของการติดต่อให้เหมาะสมเพื่อดำเนินการต่อไป (ศิริภค ; 74 – 82)

สื่อเพื่องานส่งเสริมและเผยแพร่

สื่อ มาจากภาษาอังกฤษว่า “medium” (เอกพจน์) หรือ “media” (พหูพจน์) ตามพจนานุกรมราชบัณฑิตสถาน ได้ให้ความหมายว่า

สื่อ (กริยา) ทำการติดต่อให้ถึงกัน ชักนำให้รู้จักกัน

(นาม) ผู้หรือสิ่งของที่ทำให้การติดต่อให้ถึงกัน หรือชักนำให้รู้จักกัน

กล่าวโดยสรุปแล้วสื่อหมายถึงตัวกลางหรือพาหนะซึ่งนำข่าวสารจากผู้ส่ง ไปยังจุดหมายปลายทาง

การแบ่งประเภทของสื่อ

ณรงค์ (2530:43) สื่อมีลักษณะและคุณสมบัติตลอดจนการนำไปใช้แตกต่างกันไป จึงมีผู้ที่พยายามจะใช้เหตุผลต่าง ๆ มาประกอบในการแบ่งแยกประเภทของสื่อออกเป็นหลายแบบยกตัวอย่างเช่น อาจจะมีมุ่งไปที่เทคนิคต่าง ๆ ซึ่งเกี่ยวข้องกับวัสดุที่ใช้ในการผลิตสื่อ เช่น ภาพถ่าย รูปภาพ ภาพยนตร์ การบันทึกภาพวิดีโอ หรือพิจารณาสื่อในแง่ตัวกลางซึ่งเป็นทางผ่านหรือแสดงสารด้วยรูปแบบของสื่อที่แตกต่างกันไป บางทีก็นำไปเกี่ยวข้องกับโทรคมนาคมหรือการออกอากาศ 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 หุ่นจำลอง รูปภาพ ป้ายนิเทศ เป็นต้น แต่บางชนิดต้องอาศัยสื่อประเภทหนึ่งมาช่วย เช่น ฟิล์มภาพยนตร์ แผ่นสไลด์ ม้วนเทปบันทึกเสียง เป็นต้น บางที่เราเรียกว่า สื่อประเภทเบา

สิ่งสำคัญสำหรับสื่อประเภทนี้คือ เป็นตัวอุ้มหรือเก็บความรู้ในลักษณะของภาพ เสียง ตัวอักษร และสัญลักษณ์ในรูปแบบต่าง ๆ เอาไว้ เป็นตัวที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ที่สำคัญ ประเทศไทยยังขาดแคลนสื่อประเภทนี้มาก เนื่องจากยังไม่ค่อยมีหน่วยงานใดได้ผลิตกันอย่างจริงจัง

3. เทคนิคหรือวิธีการ (Techniques or methods) การสื่อความหมายหรือการถ่ายทอดประสบการณ์ในรูปแบบของกิจกรรมคือ อาจารย์เอาทั้งเครื่องมือ วัสดุ และวิธีการเข้าด้วยกันแค่นั้น เทคนิคหรือวิธีการเป็นสิ่งสำคัญ เช่น ต้องการสอนการขยายพันธุ์พืชด้วยวิธีตอนกิ่งให้กับเกษตรกรอาจต้องใช้ทั้งแผนภูมิแสดงขั้นตอนในการทำ ใช้เทคนิคในการสาธิตให้เกษตรกรได้เห็นวิธีการที่ถูกต้องในการตอนตั้งแต่ต้นจนจบ เทคนิคหรือวิธีการนี้มีหลายอย่างเช่น การสาธิต การทัศนศึกษา นอกสถานที่ การจัดนิทรรศการ การจัดประกวด เป็นต้น

ประเภทของสื่อส่งเสริมการเกษตร

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

1. ตามประสบการณ์ต่าง ๆ ที่รับรู้ (จากแนวคิดของ Edgar Dale)

1.1 ประสบการณ์จากสัญลักษณ์ (symbolic experience) สื่อเหล่านี้มีคำพูด สัญลักษณ์ เช่นตัวหนังสือ ในหนังสือสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เป็นต้น มักเป็นนามธรรมสูง อาจเข้าใจคลาดเคลื่อนได้ง่ายเพราะมิได้เห็นรูปจริง (แต่เป็นสัญลักษณ์) เท่านั้น

1.2 ประสบการณ์จากการเห็น / สังเกตได้จริงแต่ย่อส่วน (iconic experience) เช่น ภาพนิ่ง ภาพยนตร์ โทรทัศน์ วีดิทัศน์ นิทรรศการ การสาธิต ฯลฯ ซึ่งมักจะให้เห็นของจริงที่ย่อส่วนมาให้ดู

1.3 ประสบการณ์ตรง (direct experience) เช่นประสบการณ์จากการจัดเป็นเรื่องเป็นละคร (ประสบการณ์นาฏการ) หรือบทบาทสมมุติ (role playing) หรือประสบการณ์จำลองแบบ

(contrived experience) เช่น การฝึกบินในห้องบินจำลองมิใช่การบินจริง ต่อมาเมื่อมีความชำนาญมากขึ้นจึงฝึกบินจริง เป็นต้น

จะพบว่าถ้าสื่อใดช่วยทำให้เกิดประสบการณ์ตรงมากขึ้น ก็จะทำให้ผู้รับข่าวสาร การฝึกอบรมเรียนรู้ดีมากยิ่งขึ้น

2. ตามวิธีรับข่าวสารจากบุคคลหรือไม่ใช่จากบุคคล

2.1 รับข่าวสารจากบุคคล คือ ใช้บุคคลเป็นผู้พูด ผู้เสนอแนะตรงต่อผู้รับข่าวสาร เช่น ใช้พนักงานขายตรงในการประชุม การสาธิตใช้ผู้สอนโดยตรง ใช้บุคคลไปชี้แจงโดยตรง ฯลฯ การที่มีบุคคลเป็นผู้ให้ข่าวสารทำให้ได้เห็นปฏิกิริยาป้อนกลับ คือรับรู้ความสงสัย ความเห็นชอบด้วยความชื่นชม จากผู้รับสารได้ดี

2.3 รับข่าวสารจากสื่อที่ไม่ใช่บุคคล ส่วนใหญ่จากสื่อมวลชน เช่น ฟังจากวิทยุเห็น / ฟังจากโทรทัศน์ อ่านจากสื่อสิ่งพิมพ์ ฯลฯ กรณีต่าง ๆ ข้างต้น การมีข้อมูลป้อนกลับจะทำให้ซ้ำหรือลำบากมากขึ้น

3. ตามวัตถุประสงค์หรือความมุ่งหมาย ของการให้ข่าวสาร

3.1 มุ่งที่จะให้ข่าวสาร (information) เช่น ใช้ป้ายประกาศว่ามีสิ่งใดเกิดขึ้น เกิดขึ้นที่ไหน

3.2 มุ่งที่จะจูงใจ (motivation) เช่น จูงใจให้ส่งสาร ให้กลัว ให้เห็นความน่ารัก ดังเช่นมีการทำโปสเตอร์ภาพสีจำนวนมากเน้นที่จะจูงใจให้ส่งสาร (motivation poster)

3.3 มุ่งที่จะบอกวิธีปฏิบัติ (instruction) เช่น จะทำอาหารชนิดหนึ่งมีวิธีทำอย่างไร ก็ใช้เอกสารแนะนำ หรือพิมพ์แผ่นปลิวบอก ถ้าจะใช้โปสเตอร์ก็ไม่จำเป็นต้องพิมพ์สีหลายสี เพราะมุ่งเพียงบอกขั้นตอนการทำ (how to) จึงเพียงแต่ใช้สีน้อยลง แต่แบ่งหมวดหมู่ให้ดี ก็จะบอกขั้นตอนได้ดีแล้ว

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

4.1 ตามการเห็น (visual media) เช่น โปสเตอร์ ภาพนิ่ง (slide) ภาพพลิก (flip-chart) แผ่นใส พร้อมเครื่องฉาย (overhead transparency) ธงประดับ (banner) ตราสัญลักษณ์ (logo) เครื่องหมายการค้า (trade mark) แผ่นปลิว (leaflet) ป้ายข้างถนน (billboard) แผ่นพับ (folder) แผ่นติด (sticker) ป้ายแขวน (mobile) หนังสือเล่มเล็ก (booklet) จดหมายข่าว (newsletter) สื่อของจริง หรือเรียนแบบของจริง (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 ตามการได้ยินได้เห็น (audio-visual media) เช่นภาพนิ่งประกอบเสียง (slide and sound) โทรทัศน์ วีดิทัศน์ การสาธิตผล (result demonstration) การฟังบรรยาย (lecture) ฯลฯ

4.4 ตามการได้ยิน ได้เห็น ได้ทำ (audio-visual and practice media) เช่นการสาธิตวิธี (method demonstration) งานวันสาธิต (field day) การร่วมเสวนา dialogue การร่วมเสวนาสาธารณะ (คือการฟังและร่วมเสวนา – dialogue forum)

4.5 ตามกิจกรรมที่ทำ (activities as media) คือการใช้กิจกรรมเป็นสื่อ เช่น เกมส์ (games) การจัดกิจกรรมพิเศษ (special events) เช่น การมีพิธีเปิด (launching ceremony) การจัดชิงโชค/สมนาคุณ (sweep stakes) การจัดประกวดแข่งขัน (contest/competition) การประชุมและประชุมประเภทต่าง ๆ การอภิปรายประเภทต่าง ๆ และการสัมมนาอีกหลายประเภท

5. ตามจำนวนมากน้อยของผู้รับข่าวสาร กล่าวคือพิจารณาว่าถ้าผู้รับข่าวสารมีน้อยคนก็ใช้วิธีอย่างหนึ่ง เป็นกลุ่มก็ใช้อีกวิธีหนึ่งมากขึ้นกว่านี้ก็ใช้วิธีอื่นอีก เป็นต้น ประเด็นนี้แบ่งได้เป็น

5.1 การสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล (individual approach/media) เช่นการเยี่ยมพาร์ม/เยี่ยมลูกค้า มีจดหมายส่วนตัว ไปถึง (personal letter) ไปแนะนำทบทวนให้ (supervise/tutor)

5.2 การสื่อสารแบบกลุ่ม (group approach/media) วิธีการสื่อสารแบบนี้ มีจำนวนบุคคลเป้าหมายไม่มากเกินกว่าที่จะพบเห็นพฤติกรรมและปฏิกิริยาป้อนกลับได้ชัดเจน เช่น การประชุม(10-20 คน) ศึกษาดูงาน แสดงบทบาท สมมุติ อภิปรายกลุ่มย่อย ฉายภาพนิ่ง สาธิตวิธีใช้กระดานป้ายผ้าสำลี (flannel board) การประชุมระดมพลังสมอง (brain storming)การใช้รูปจำลอง เป็นต้น

5.3 การสื่อสารมวลชน (mass media) เป็นเรื่องที่ไม่อาจรู้จักบุคคลเป้าหมายเป็นแต่ละบุคคลได้ชัดเจน ไม่อาจทราบได้ว่าใครรับข่าวสารอยู่ในขณะนั้นบ้าง จำนวนบุคคลที่รับสารมักจะเกิน 100 คน ขึ้นไป สื่อเหล่านี้มี โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ สื่อเหล่านี้เผยแพร่แก่ผู้ฟังได้จำนวนมาก

6. ตามการเข้าถึงบุคคลเป้าหมายได้ตรงหรืออ้อม การรณรงค์บางเรื่องบางท้องที่ ไม่อาจใช้สื่อส่งถึงบุคคลเป้าหมายได้โดยตรง อาจเป็นเพราะผู้รับสารอ่านไม่ออก หรือแม้อ่านได้บ้างแต่ไม่ชอบวิเคราะห์ข่าวสาร จึงอยู่ในกลุ่มบุคคลที่การสื่อสารไม่มีผลตรงเท่าไรนัก ต้องผ่าน 2 หรือหลายขั้นตอน (two or multi stage flow model) ดังนั้นจึงต้องมีวิธีการเข้าถึงบุคคลเป้าหมายทางอ้อม ทำให้ต้องแบ่งวิธีเข้าถึงบุคคลเป้าหมายเป็น

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

6.2 สื่อที่เข้าถึงบุคคลเป้าหมายโดยอ้อม (intermediaries as media) คือจะมีตัวกลางรับสื่อ แล้วผ่านข่าวสารนั้นให้บุคคลเป้าหมาย เช่น ลูกเกษตรกรที่เรียนหนังสือชั้นประถมปลายรับเอกสารแล้วไปอ่านให้บิดามารดาที่อ่านหนังสือไม่ออก หรือผู้นำความคิดเห็น (opinion leader) รับข่าวสารแล้วบอกกล่าวแก่ลูกบ้าน/เพื่อนบ้าน ต่อไป

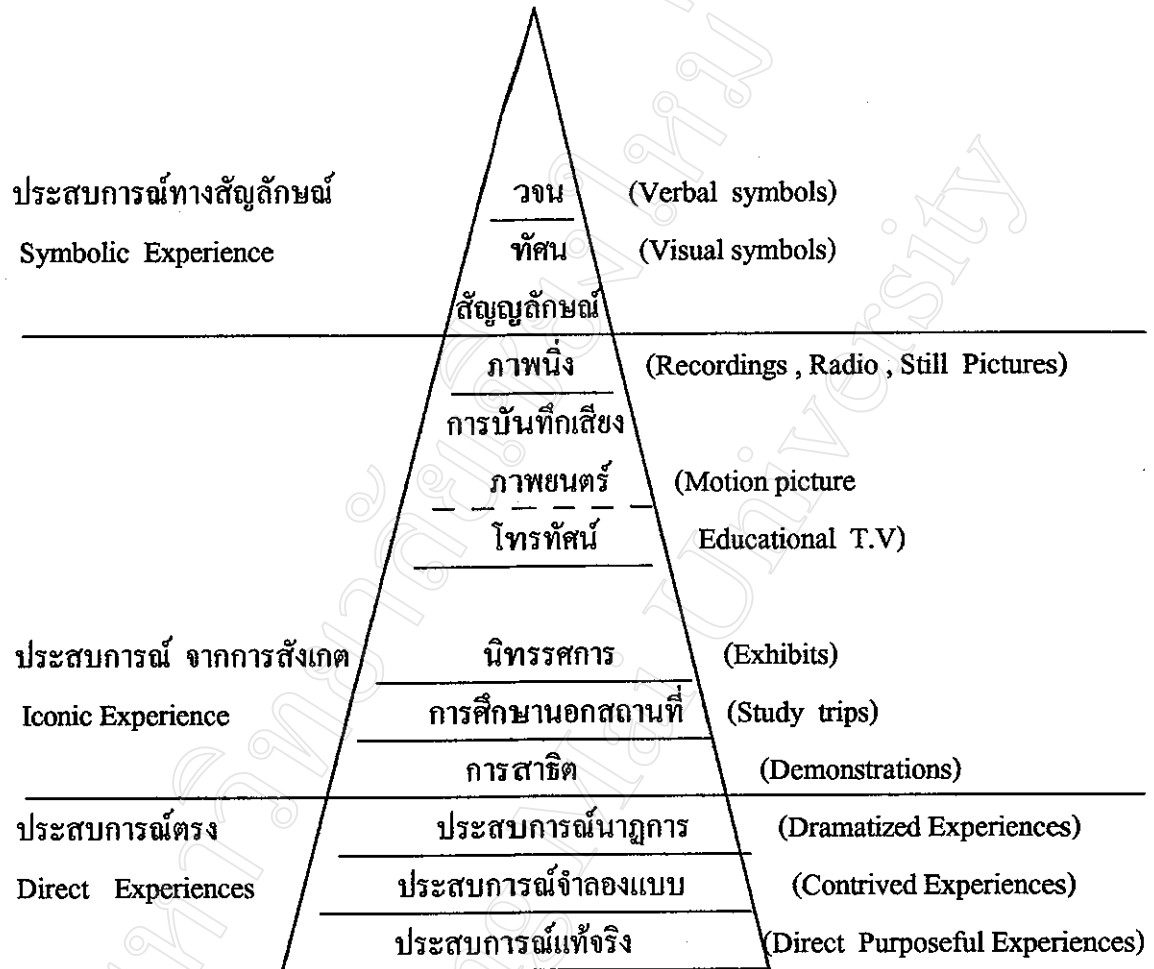
7. ตามประเภทของการกระจายกว้างหรือเจาะจงกลุ่ม

7.1 สื่อกระจายถึงคนกลุ่มใหญ่ (broadcasting) อันเป็นการเผยแพร่ข่าวสารให้กว้างไปถึงทุกคนให้มาก แต่ไม่ค่อยแบ่งแยกย่อยไปนัก เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ที่มีรายการข่าวละคร เพลง สำหรับให้คนต่างเพศต่างวัย ฯลฯ ฟัง อ่านหรือชมโดยรวม ๆ

7.2 สื่อเจาะจงกลุ่ม (narrowcasting) อาจเป็นวิทยุ หนังสือพิมพ์ หรือโทรทัศน์ที่แบ่งประเภทรายการหรือคอลัมน์ ตามประเภทชาย-หญิง ตามวัย ตามความสนใจ ตามวิชาชีพ เช่นวารสาร/นิตยสาร/คอลัมน์ สำหรับสตรี สำหรับเด็ก ผู้สนใจฟุตบอล รถแข่ง ฯลฯ อันเป็นการเจาะกลุ่มย่อยของสังคม/ชุมชนมากขึ้น

ตามที่กล่าวมาแล้วทั้ง 7 ประเภทข้างต้น จะพบว่าสื่อต่าง ๆ มีหลากหลายชนิด มีข้อกำหนดด้านคุณลักษณะความแตกต่างระหว่างสื่อเหล่านี้ การมีความเข้าใจในแต่ละสื่ออย่างถูกต้อง และใช้ตามคุณสมบัติจริงจึงจะช่วยให้การสื่อสารเกิดประสิทธิผลและประสิทธิภาพสูง การจะรณรงค์ได้ดียิ่งต้องเข้าใจสื่อต่าง ๆ ดังกล่าวอย่างถ่องแท้

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



แผนภูมิ 2 กรวยประสบการณ์ Edgar Dale

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

1. ประสบการณ์ตรง (Direct purposeful experience)

ประสบการณ์ที่อยู่ด้านล่างสุดของกรวยมีลักษณะเป็นรูปธรรมมากที่สุด เนื่องจากเป็นประสบการณ์แรกสุดที่เป็นพื้นฐานของการเรียนรู้เป็นความรู้สึกและการรับรู้ที่เกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ที่มีอยู่รอบตัวเราในโลก เราจะสร้างข้อมูลที่มีความหมายและความคิดขึ้นโดยผ่านการเห็น การได้ยิน การได้กลิ่น ความรู้สึกหรือการสัมผัส และมีส่วนร่วมในการกระทำโดยตัวอย่างการเรียนรู้ในลักษณะนี้ก็โดยการเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง ๆ

2. ประสบการณ์จำลอง (Contrived experiences)

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

3. ประสบการณ์นาฏการ (Dramatized experiences)

การมีส่วนร่วมในการแสดงจะทำให้ได้รับประสบการณ์เกี่ยวกับความคิด และเหตุการณ์ ซึ่งเราไม่สามารถจะพบได้โดยตรง ถึงแม้ว่าจะไม่ใช่สิ่งที่เป็นจริง แต่การแสดงนาฏการจะทำให้ข้อมูลข่าวสารมีความหมายมากขึ้น เช่นการแสดงละคร การสวมบทบาท (role playing) จะทำให้บุคคลสามารถเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้อื่น

ในการส่งเสริมสื่อประเภทนี้อาจเทียบได้กับการที่เกษตรกรได้มีส่วนร่วมในการประกวด เช่น การประกวดสัตว์ ผลไม้ การสอดแทรกเนื้อหาสาระด้านการพัฒนาการเกษตรเข้าไปยังการแสดงพื้นบ้านที่มีอยู่ในท้องถิ่น เช่น ลิเก ลำตัด หมอลำ มโนราห์ ก็ถือเป็นสื่อประเภทนี้ด้วย

4. การสาธิต (Demonstration)

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

5. การศึกษานอกสถานที่ (Study trips)

เป็นการจัดประสบการณ์ในรูปของการไปดูงาน ทัศนศึกษาไปสถานที่จริง ทำให้การเรียนรู้สมบูรณ์ขึ้น ประสบการณ์เกิดจากการได้สังเกตสิ่งที่ได้ไปพบเห็น ช่วยให้เกิดความคิดใหม่ ๆ ซึ่งอาจนำมาเป็นแบบอย่างหรือมองเห็นข้อบกพร่องของตน ที่จะนำไปสู่การปรับปรุงแก้ไขต่อไป

6. นิทรรศการ (Exhibits)

อาจเป็นการจัดแสดงขนาดเล็ก ๆ ซึ่งเรียกว่า display บางทีอาจเป็นชุดของภาพถ่ายหรือภาพถ่ายประกอบหุ่นจำลอง แผนภูมิ หรือโปสเตอร์ มีการฉายภาพยนตร์ประกอบหรืออาจประกอบไปด้วยวัสดุที่เปิดโอกาสให้ผู้ดูมีส่วนร่วมรับรู้ สัมผัสกับสิ่งของที่จัดเตรียมไว้ได้

นิทรรศการเป็นวิธีการส่งเสริมอย่างหนึ่ง ซึ่งเป็นการจัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ร่วมกัน อย่างมีระบบ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้มีส่วนร่วมในการดู ศึกษา ร่วมกิจกรรม นิทรรศการอาจมีหลายขนาดตามแต่วัตถุประสงค์ของผู้จัด

7. โทรทัศน์และภาพยนตร์ (Television and motion pictures)

Dale ได้จัดสื่อประเภทโทรทัศน์และภาพยนตร์เข้าไว้ในระดับใกล้เคียงกัน เนื่องจากเป็นสื่อประเภทเสียงและภาพเคลื่อนไหว เช่นเดียวกันแต่ที่เขาจัดโทรทัศน์เป็นสื่อที่ให้ประสบการณ์รูปธรรมมากกว่านั้น เนื่องจากโทรทัศน์สามารถกระจายข้อมูลข่าวสาร จากเหตุการณ์จริงเป็นรายการสดได้ทันที โดยผ่านการแพร่ภาพผ่านทางดาวเทียมและสถานีซึ่งเป็นสิ่งที่ภาพยนตร์ทำไม่ได้ โทรทัศน์จึงจัดว่าเป็นสื่อที่ให้ประสบการณ์รูปธรรมมากกว่า อย่างไรก็ตามสื่อทั้งสองชนิดนี้ก็ให้ประสบการณ์เพียงการเห็นและการได้ยินเท่านั้น ไม่สามารถรับรู้ด้วยวิธีอื่นได้

8. ภาพนิ่งและการบันทึกเสียง (Recording , radio , still pictures)

เป็นสื่อที่ข้อมูลข่าวสารส่งผ่านไปยังบุคคลที่อ่านหนังสือไม่ออกได้ เป็นสื่อที่ใช้เป็นรายบุคคลหรือเป็นกลุ่มก็ได้ เมื่อนำมาใช้ในห้องเรียนบางครั้งต้องใช้เครื่องมืออย่างอื่นมาประกอบด้วย ได้แก่ เครื่องฉายสไลด์ เครื่องฉายโอเวอร์เฮด ระบบเครื่องเสียงและการกระจายเสียง ภาพวาด ภาพถ่าย วิทยูและการบันทึกเสียงเหล่านี้ให้ประสบการณ์ มีลักษณะที่มีนามธรรมมากกว่าสื่อ

9. ทัศนสัญลักษณ์ (Visual symbols)

ในขั้นนี้จะมีคามเป็นนามธรรมสูงขึ้นมากคือ สื่อประเภทแผนภูมิ กราฟ แผนที่และแผนภาพ จำเป็นต้องอาศัยความเข้าใจในสัญลักษณ์บางอย่างเสียก่อนเช่นผู้ที่อ่านแผนที่ได้จะต้องเข้าใจสัญลักษณ์ทางภูมิศาสตร์ที่แสดงแม่น้ำ ภูเขา เส้นแสดงระดับ Contour lines เป็นต้น

10. วจนสัญลักษณ์ (Verbal symbols)

เป็นสื่อประเภทที่มีความเป็นนามธรรมสูงสุด ได้แก่คำต่าง ๆ ทั้งที่อยู่ในรูปของภาษาพูดและภาษาเขียน สูตรต่าง ๆ ทางคณิตศาสตร์ เนื่องจากสัญลักษณ์และความหมายนั้นไม่ได้มีส่วนที่เหมือนกันเลยจึงทำให้เข้าใจยาก จะต้องอาศัยทักษะความชำนาญในการใช้คำ หรือสัญลักษณ์ในภาษานั้นเป็นพื้นฐาน

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

ตั้งแต่ชั้นที่ 1 – 3 เป็น Directed experience เกิดการเรียนรู้โดยการกระทำ

ชั้นที่ 4 – 8 เป็น Iconic experience ซึ่งเป็นการเรียนรู้โดยผ่านทาง การสังเกต

ชั้นที่ 9–10 เป็น Symbolic experience เกิดการเรียนรู้โดยผ่านทางสัญลักษณ์เป็น

นามธรรม

คุณสมบัติของสื่อ (Characteristics of Media)

เนื่องจากสื่อเป็นตัวกลางซึ่งนำข่าวสารที่เป็นสิ่งเร้าไปนำเสนอให้กับผู้รับสาร ทั้งการเร้าให้เกิดการตื่นตัว สร้างความสนใจ ชี้นำให้เกิดความคิด เร่งให้เกิดการตอบสนองและอื่น ๆ ดังนั้นหลังจากที่ได้ตั้งจุดประสงค์ไว้แล้วว่าท่านจะสื่อความหมายอะไรไปยังผู้รับสาร แล้วท่านจะต้องมีความสามารถจะเลือกช่องทางหรือสื่อที่จะผ่านเนื้อหา เพื่อทราบการตอบสนองตามจุดมุ่งหมายที่ต้องการ ซึ่งเมื่อมาถึงขั้นนี้ จำเป็นที่ผู้ส่งสาร จะต้องเข้าใจถึงคุณสมบัติของสื่อต่าง ๆ เพื่อช่วยให้สามารถเลือกใช้หรือผลิตสื่อได้ตรงกับจุดมุ่งหมายมากที่สุด เนื่องจากสื่อแต่ละอย่างมีทั้งข้อดีและข้อจำกัดแตกต่างกันไป ฌรงค์(2530:56) สรุปเกี่ยวกับคุณสมบัติของสื่อในตารางเพื่อความสะดวกในการเปรียบเทียบคุณสมบัติของสื่อแต่ละชนิด

ตารางที่ 1 สรุปคุณสมบัติของสื่อแต่ละชนิด

| ประเภทของสื่อ | ข้อดี | ข้อจำกัด |
|------------------------------|---|---|
| 1. หนังสือและเอกสารสิ่งพิมพ์ | ก. สามารถอ่านได้ตามสมรรถนะของแต่ละบุคคล ข. เหมาะสำหรับเก็บไว้เพื่อการอ้างอิงหรือทบทวน ค. เหมาะสำหรับการผลิตเพื่อแจกเป็นจำนวนมาก และเป็นเอกสารเผยแพร่และประกอบการเรียน | ก. ต้นทุนการผลิตสูง ข. ข้อมูลล้าสมัยง่าย ค. สิ่งพิมพ์ที่ดี จำเป็นต้องอาศัยการผลิตต้นแบบและระบบการพิมพ์ที่มีคุณภาพ |

| ประเภทของสื่อ | ข้อดี | ข้อจำกัด |
|---|--|---|
| 2. วัสดุกราฟิกส์ ประเภทแผ่นภูมิ แผนภาพ โปสเตอร์ ภาพพลิก ภาพถ่าย การ์ตูน | <ul style="list-style-type: none"> ก. ช่วยในการชี้ให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหา ข. ช่วยแสดงลำดับขั้นตอนของเนื้อหาได้ดี ค. ภาพถ่ายมีลักษณะใกล้เคียงความเป็นจริงมากกว่าภาพเขียน ง. ผลิตง่าย ราคาถูก จ. ใช้งานสะดวกไม่จำกัดเรื่องสถานที่ ฉ. เหมาะสำหรับการเรียนด้วยตนเอง | <ul style="list-style-type: none"> ก. เหมาะสำหรับกลุ่มผู้ดูขนาดเล็ก ข. ถ้าต้องการความประณีตต้องใช้ช่างเทคนิคที่มีความชำนาญช่วยผลิต ค. การใช้ภาพบางประเภทไม่เหมาะในการเปรียบเทียบสัดส่วน เช่น ภาพการ์ตูน |
| 3. ตัวอย่างของจริง | <ul style="list-style-type: none"> ก. แสดงสภาพตามความเป็นจริงทำให้จำได้ง่าย ข. สัมผัสได้ด้วยประสาททั้ง 5 จึงเกิดการรับรู้ได้ดี | <ul style="list-style-type: none"> ก. การจัดหาลำบาก ข. บางครั้งขนาดใหญ่เกินไปหรือเล็กเกินไปที่จะแสดงได้ ค. บางครั้งราคาสูงเกินไป ง. เหมาะสำหรับการแสดงกลุ่มย่อย จ. บางครั้งเสียหายง่าย ฉ. การเก็บรักษาลำบาก |
| 4. หุ่นจำลอง | <ul style="list-style-type: none"> ก. อยู่ในลักษณะ 3 มิติ ข. สามารถจับต้องและพิจารณาได้ ค. เหมาะสำหรับการแสดงสิ่งที่ไม่สามารถมองเห็นได้ด้วยตาเปล่า เช่น (การแสดงอวัยวะภายในของมนุษย์, สัตว์) ง. ใช้แสดงนำที่และลักษณะส่วนประกอบได้ดี จ. ช่วยในการเรียนรู้และการปฏิบัติทักษะชนิดต่าง ๆ | <ul style="list-style-type: none"> ก. ต้องอาศัยความชำนาญในการผลิต ข. ส่วนมากราคาแพง ค. เหมาะสำหรับแสดงกับกลุ่มย่อย ง. ชำรุดเสียหายง่าย จ. ไม่เหมือนของจริงทุกประการ บางครั้งเกิดการเข้าใจผิด |

| ประเภทของสื่อ | ข้อดี | ข้อจำกัด |
|--|--|--|
| 5. กระดานผ้าสำลีและกระดานแม่เหล็ก | <ul style="list-style-type: none"> ฉ. สามารถใช้วัสดุที่หาได้ในท้องถิ่น ค. สามารถแสดงความเคลื่อนไหวบนกระดานได้ ข. เหมาะสำหรับแสดงเนื้อหาที่มีความเกี่ยวพันกันเป็นขั้นตอน ก. ช่วยดึงดูดความสนใจ ง. ให้กลุ่มเป้าหมายใช้ร่วมกัน เพื่อสร้างความสนใจและทดสอบความเข้าใจได้ | <ul style="list-style-type: none"> ก. เหมาะสำหรับกลุ่มย่อย ข. แผ่นกระดานมีขนาดใหญ่ ไม่เหมาะในการนำติดตัวไปใช้ ค. วัสดุที่ใช้ติดบนแผ่นกระดานมักกระจัดกระจาย ไม่ค่อยสะดวกในการใช้งาน |
| 6. แผ่นโปร่งใสสำหรับเครื่องฉายโอเวอร์เฮด | <ul style="list-style-type: none"> ก. สามารถใช้ได้ในที่สว่าง ข. เหมาะสำหรับกลุ่มใหญ่ ค. ผู้ใช้สามารถหันเข้าหากุ่มเป้าหมายได้ตลอดเวลาที่ใช้ ง. สามารถผลิตได้อย่างง่าย ๆ | <ul style="list-style-type: none"> ก. เหมาะสำหรับภาพรายละเอียดสูง ข. ถ้าจะผลิตแผ่นโปร่งใสที่มีคุณภาพสูงจะต้องลงทุนสูง |
| 7. ภาพทึบแสงสำหรับเครื่องฉายโอเพด | <ul style="list-style-type: none"> ก. สามารถขยายภาพถ่ายหรือภาพเขียนให้มีขนาดใหญ่ ข. ใช้ขยายภาพลงบนกระดานได้ ค. ใช้กับวัสดุที่มีขนาดเล็กให้ขยายใหญ่บนจอเพื่อดูพร้อม ๆ กันได้ | <ul style="list-style-type: none"> ก. ต้องใช้ในห้องที่มีคนดูมาก ๆ ข. เครื่องมีขนาดใหญ่ เคลื่อนย้ายลำบาก |
| 8. สไลด์และสไลด์ประกอบเสียง | <ul style="list-style-type: none"> ก. ให้ลักษณะรูปร่าง สี สันสวยงาม ตรงกับสภาพความเป็นจริง ข. สามารถปรับเปลี่ยนรูปได้เสมอตามความต้องการ ค. มีความทันสมัย ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงรูปได้ง่าย ง. ผลิตง่าย ราคาถูก โดยใช้กล้อง 35 มม. | <ul style="list-style-type: none"> ก. ต้องการทักษะความชำนาญในการถ่ายภาพ ข. ต้องการอุปกรณ์ถ่ายภาพพิเศษ เช่น ภาวใกล้และตำแหน่ง ค. เกิดการสับภาพหรือหัวกลับได้ง่าย ง. ต้องฉายในห้องที่มีคนพอสมควรจึงจะได้ภาพที่ชัดเจน |

| ประเภทของสื่อ | ข้อดี | ข้อจำกัด |
|---|--|---|
| 9. ฟลิ้มภาพยนตร์ | <p>จ. สามารถจับถือและเก็บรักษาได้ง่าย สะดวกในการใช้</p> <p>ฉ. สามารถนำมาฉายประกอบกับเทปบันทึกเสียงเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการนำเสนอยิ่งขึ้น</p> <p>ช. สามารถใช้ได้กับกลุ่มเล็กกลุ่มใหญ่หรือแบบเดี่ยวก็ได้</p> <p>ค. ให้ภาพที่เคลื่อนไหวและให้เสียงประกอบที่เหมือนจริงมากที่สุดจึงเหมาะกับเนื้อหาที่ต้องการเสนอลักษณะการเคลื่อนไหว</p> <p>ข. เหมาะสำหรับกลุ่มทุกกลุ่ม ทั้งกลุ่มเล็กกลุ่มใหญ่</p> <p>ก. เหมาะสำหรับใช้จูงใจสร้างทัศนคติ</p> <p>ง. มีความแน่ใจในความเที่ยงตรงในการเสนอฉาย</p> <p>จ. ใช้เทคนิค Timelapse สร้างภาพเคลื่อนไหวช้าหรือเร็วกว่าปกติได้</p> | <p>จ. การถ่ายทำชุดสไลด์ที่ติดตั้งใช้เวลาเตรียมการนานตั้งแต่การวางแผนทำบทและถ่ายทำ</p> <p>ก. ไม่สะดวกในการหยุดฉายภาพยนตร์เมื่อมีผู้สงสัย</p> <p>ข. ต้นทุนการผลิตสูงมากกรรมวิธียุ่งยาก</p> <p>ค. การ Operation ยุ่งยากกว่าเครื่องฉายทุกชนิด</p> |
| 10. วิद्यุโทรทัศน์(ที่แพร่ภาพจากสถานีส่ง) | <p>ก. สามารถใช้ได้ทั้งกลุ่มเล็ก กลุ่มใหญ่และมวลชน ถ่ายทอดได้ระยะทางไกล ๆ</p> <p>ข. ช่วยให้การดึงดูดความสนใจ</p> <p>ค. เหมาะสำหรับใช้ในการจูงใจสร้างทัศนคติและเสนอปัญหา</p> <p>ง. เข้าถึงผู้ดูได้ในระยะทางไกล ๆ ด้วยเวลาอันรวดเร็ว</p> | <p>ก. ต้นทุนในการจัดรายการสูง</p> <p>ข. อุปกรณ์ราคาสูง บำรุงรักษายาก</p> <p>ค. ผู้รับต้องอยู่ในเขตที่มีไฟฟ้าใช้ จึงสามารถรับได้</p> <p>ง. ผู้ชมไม่สามารถให้ feedback ได้ทันที ผู้จัดรายการไม่สามารถสังเกตปฏิกิริยาของผู้ชมได้</p> |

| ประเภทของสื่อ | ข้อดี | ข้อจำกัด |
|---|---|---|
| <p>11. โทรทัศน์วงจรปิด (Closed circuit T.V) และเทปโทรทัศน์ (Video tape recording)</p> | <p>ก. สามารถใช้ได้กับกลุ่มย่อยและกลุ่มใหญ่</p> <p>ข. สามารถฉายซ้ำได้ง่าย</p> <p>ค. ถ่ายทอดภาพเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้ทันทีทันใด (ถ้าเป็นโทรทัศน์วงจรปิด)</p> <p>ง. เหมาะสำหรับใช้จูงใจ สร้างทัศนคติและเสนอปัญหา</p> <p>จ. ใช้เทคนิคสร้าง effect ได้มาก ทำให้รายการโทรทัศน์น่าสนใจและสื่อความหมายได้ดี</p> <p>ฉ. ม้วนเทปสามารถบันทึกซ้ำกันได้หลายครั้งจึงช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายได้มาก</p> <p>ช. สะดวกในการถ่ายทำมากกว่าภาพยนตร์ เช่น บันทึกภาพได้พร้อมเสียง ถ่ายได้เกือบทุกสภาพแสง</p> | <p>จ. ผู้ชมต้องปรับตัวเข้าหารายการ ผู้จัดรายการไม่สามารถปรับตัวเข้าหาผู้ชมได้</p> <p>ก. ต้องใช้ห้อง Studio ซึ่งใช้อุปกรณ์ราคาแพงมาก</p> <p>ข. คุณภาพสีความคมชัดยังไม่ดีเท่าภาพยนตร์</p> <p>ค. ถ้าใช้กับคนจำนวนมากต้องใช้โทรทัศน์หลายเครื่อง</p> <p>ง. การผลิตรายการที่มีคุณภาพต้องใช้เวลาเตรียมการ ถ่ายทำนานและเงินลงทุนสูง</p> |
| <p>12. วิทยูกระจายเสียง</p> | <p>ก. สามารถใช้กับกลุ่มเป้าหมายเป็นมวลชนจำนวนมากได้</p> <p>ข. ระยะเวลากระจายเสียงกว้างและถ่ายทอดไปได้ในระยะไกล ๆ</p> <p>ค. ดึงดูดความสนใจของผู้ฟังและช่วยกระจายข่าวได้ในเวลาอันรวดเร็วมาก</p> <p>ง. เครื่องรับวิทยูหาได้ง่าย ราคาถูก สามารถใช้กับแบตเตอรี่แบบก้อนได้</p> | <p>ก. ต้องใช้อุปกรณ์ในห้องส่งราคาแพง</p> <p>ข. ผู้รับฟังต้องปรับตัวเข้าหารายการ ผู้บรรยายไม่สามารถปรับตัวเข้าหาผู้ฟังได้</p> <p>ค. ผู้จัดรายการไม่ทราบปฏิกิริยาจากผู้สังเกตได้ทันทีและผู้รับฟังไม่มีส่วนร่วมกับรายการ</p> |

| ประเภทของสื่อ | ข้อดี | ข้อจำกัด |
|--|--|--|
| 13. การบันทึกเสียงทุกชนิด (แผ่นเสียง เทปบันทึกเสียง) | <ul style="list-style-type: none"> ก. สามารถใช้ได้โดยไม่จำกัดขนาดของกลุ่ม ข. เหมาะสำหรับการเรียนรู้ด้วยตนเองหรือกลุ่มย่อย ค. การเปิด / ปิด/ ย้อนกลับ/เดินหน้า ควบคุมด้วยตัวผู้ใช้งานได้ง่ายและสะดวก จึงเหมาะที่ใช้เรียนด้วยตนเอง ง. ต้นทุนการผลิตต่ำ | <ul style="list-style-type: none"> ก. การใช้เรียนด้วยตนเองต้องใช้เครื่องจำนวนมาก ข. การบันทึกเสียงที่มีคุณภาพสูง ต้องใช้ห้องและอุปกรณ์เฉพาะ |
| 14. สื่อผสม (Multi media) | <ul style="list-style-type: none"> ก. สร้างความสนใจและให้ผลต่ออารมณ์ของผู้ดูได้มาก ง. สามารถใช้สื่อหลาย ๆ อย่างช่วยสนับสนุนการเรียนรู้ได้ดีกว่าการใช้สื่อเดียว | <ul style="list-style-type: none"> ก. ต้องการเครื่องมือและวัสดุในการใช้หลายอย่างพร้อมกัน ข. การผลิตต้องอาศัยความชำนาญหลายอย่างในการวางแผนเตรียมการและใช้ |
| 15. ทัศนศึกษาออกสถานที่ | <ul style="list-style-type: none"> ก. สามารถสังเกตการณ์และมีส่วนร่วมด้วยตนเอง ข. มีโอกาสทำงานเป็นกลุ่มและสร้างสรรค์ความรับผิดชอบร่วมกัน ค. สามารถดูใจเป็นรายบุคคลได้ดี ง. ช่วยสนับสนุนกิจกรรมการถ่ายทอดเทคโนโลยีจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งได้ดี | <ul style="list-style-type: none"> ก. เสียเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ข. ใช้ได้เฉพาะกลุ่มย่อยเท่านั้น ค. ต้องเตรียมการวางแผนโดยละเอียด ง. ไม่สามารถควบคุมคนที่ไม่สนใจได้ |
| 16. การจัดแสดงการสาธิต | <ul style="list-style-type: none"> ก. สร้างประสบการณ์ร่วมกัน ข. เห็นผลและให้ความมั่นใจในวิธีการสาธิต ค. ส่งเสริมให้กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมในการแสดงออก | <ul style="list-style-type: none"> ก. ต้องใช้เวลานานในกรณีการสาธิตผล ข. จำเป็นต้องเตรียมการอย่างดีเพื่อผลในการสาธิตที่ดี ค. ค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง |

| ประเภทของสื่อ | ข้อดี | ข้อจำกัด |
|---------------|---|----------|
| | ง. เปิดโอกาสให้ผู้เรียนเห็นปัญหา และซักถามได้อย่างใกล้ชิด | |

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปิยรัตน์ (2536 : 8-9) อ้างใน 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. เกษตรกรมาหาที่สำนักงาน

และยังสรุปได้ว่าการใช้แผ่นโฆษณาที่มีกราฟ แผนภูมิ ตลอดจนวัสดุของจริงเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด

การวางแผนการใช้สื่ออย่างเป็นระบบ Robert Heinich (1982) อ้างในปิยรัตน์ (2535) สรุปว่า การใช้สื่อเพื่อประกอบการส่งเสริมต้องมีการวางแผนอย่างเป็นระบบ โดยกล่าวถึง Assure Model ซึ่งเป็นแบบจำลองที่ออกแบบมาเพื่อให้มั่นใจว่าการวางแผนการใช้สื่อจะเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีความหมายดังนี้

A = Analysis audience Characteristics คือ การวิเคราะห์คุณลักษณะของบุคคลเป้าหมาย

S = State Objective คือ ขั้นตอนการกำหนดวัตถุประสงค์

S = Select Modify or design Materials คือ การเลือกตัดแปลงหรือออกแบบวัสดุ

U = Utilize Materials คือ ใช้วัสดุอุปกรณ์

R = Require audience response คือ ความต้องการตอบสนองต่อกลุ่มผู้ฟัง

E = Evaluation คือ การประเมินผลและปรับปรุงแก้ไข

ไชยยศ(2520:12-15) อ้างในทินกร(2541:19) ได้อธิบายถึงการใช้สื่อต่าง ๆ ว่าขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหลายประการ เช่น ทักษะของผู้ใช้ หมายถึง ผู้ใช้สื่อต้องมีความชำนาญในการใช้สื่อ นั้นได้เหมาะสมกับเนื้อหา เวลา และใช้ได้ถูกวิธีตามลักษณะของสื่อ เพื่อให้การใช้สื่อที่ให้บริการข่าวสาร เพื่อการพัฒนาการเกษตร และชนบทดำเนินไปด้วยดีตามจุดมุ่งหมาย

ประมะ (2526 : 60-62) อ้างในทินกร(2541:19) กล่าวถึงการตัดสินใจการเลือกสื่อของผู้ส่งสาร ได้แก่

1. ผู้รับสาร พิจารณาลักษณะของผู้รับสารว่าเป็นใคร มีความสามารถในการรับและการถอดรหัสด้วยการฟัง การอ่าน หรือการพูด
2. พิจารณาวารหัสเนื้อหา และการจัดสรรของตนนั้นเหมาะสมกับเรื่องประเภทไหน
3. ผู้ส่งสารพิจารณาความสามารถในการเข้ารหัสของตนว่ามีความสามารถในการพูด เขียน หรือแสดง นอกจากนั้นยังได้กล่าวถึงเกณฑ์การเลือกสื่อ ได้แก่ มีสื่ออะไรให้เลือกใช้บ้าง มีเงินมากน้อยเพียงใด ความนิยมของผู้ส่งสาร สื่อใดเข้าถึงประชาชนมากที่สุด โดยเสียค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด สื่อใดมีอิทธิพลมากที่สุด สื่อใดเหมาะกับวัตถุประสงค์ของผู้ส่งมากที่สุด และสื่อใดเหมาะกับเนื้อหาสาระมากที่สุด

ประทับใจ (2538 : 16) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานส่งเสริมปศุสัตว์ของสัตวแพทย์อำเภอในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยพบว่าระดับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานในด้านการพัฒนาสุขภาพสัตว์ การปรับปรุงอาหารและพืชอาหารสัตว์ของสัตวแพทย์อำเภอมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

สุภาลักษณ์ (2540 : 17) ได้ศึกษาถึงความพึงพอใจของเกษตรกรที่มีต่อโครงการส่งเสริมการปลูกมะเขือเทศแบบมีสัญญาผูกพันในจังหวัดลำปาง พบว่าระดับความพึงพอใจของเกษตรกรที่มีต่อโครงการส่งเสริมการปลูกมะเขือเทศแบบมีสัญญาผูกพันในจังหวัดลำปาง มีความพึงพอใจมากที่สุด ประเด็นความสะดวกในการขอรับใบน้ำหนัจากบริษัทและประเด็นที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือความพึงพอใจในการตรวจเยี่ยมแปลงมะเขือเทศของเจ้าหน้าที่บริษัท