

# หน่วยที่ 1 แนวคิด ทฤษฎีและหลักการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา แก้วเทพ

(ปรับแก้ วันที่ 30 พฤศจิกายน 2557)



ชื่อผู้เขียน

รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา แก้วเทพ

วุฒิ

ค.บ. (เกียรตินิยมอันดับสอง), ค.ม.

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Doctorat de 3<sup>e</sup> cycle (Sociology)

University de Paris 7, France

ตำแหน่ง

รองศาสตราจารย์ คณะนิเทศศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

หน่วยที่เขียน

หน่วยที่ 1

## หน่วยที่ 1

### แนวคิด ทฤษฎีและหลักการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

#### เค้าโครงเนื้อหา

##### ตอนที่ 1.1 แนวคิดและหลักการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

- 1.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนา
- 1.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร
- 1.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

##### ตอนที่ 1.2 กระบวนทัศน์ของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

- 1.2.1 กระบวนทัศน์กระแสหลักของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา
- 1.2.2 กระบวนทัศน์ทางเลือกของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

##### ตอนที่ 1.3 ทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

- 1.3.1 กลุ่มทฤษฎีที่ถือเอาการสื่อสารเป็นตัวแปรต้น
- 1.3.2 กลุ่มทฤษฎีที่ถือเอาสังคม กลุ่ม บุคคลเป็นตัวแปรต้น
- 1.3.3 กลุ่มทฤษฎีที่ไม่ระบุตัวแปร

#### แนวคิด

1. การสื่อสารเพื่อการพัฒนาเป็นวิชาลูกผสมระหว่างสาขาการพัฒนาและสาขาการสื่อสาร ซึ่งทั้ง 2 สาขาต่างมีแนวคิดที่หลากหลายและแปรเปลี่ยนไปตามยุคสมัย และเมื่อแนวคิดพื้นฐานในสาขาการพัฒนาและการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไป ย่อมส่งผลถึงการเปลี่ยนแปลงแนวคิดพื้นฐานของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาด้วย

2. พัฒนาการของกระบวนทัศน์การสื่อสารเพื่อพัฒนาระดับโลก อาจแบ่งได้เป็น 3 กระบวนทัศน์หลักๆ นับตั้งแต่ทศวรรษแรกของการพัฒนา คือ ทศวรรษ 1960 โลกตะวันตกได้นำเสนอกระบวนทัศน์กระแสหลัก คือ การสื่อสารเพื่อพัฒนาความทันสมัยให้แก่ประเทศโลกที่ 3 ในทศวรรษต่อมา 1970 ประเทศในกลุ่มลาตินอเมริกาได้นำเสนอกระบวนทัศน์ทฤษฎีพึ่งพาเพื่อต่อต้านทฤษฎีความทันสมัย และในทศวรรษที่ 3 แห่งการพัฒนา 1980 บรรดาประเทศโลกที่ 3 ต่างก็แสวงหากระบวนทัศน์ทางเลือกใหม่ของการสื่อสารเพื่อพัฒนาที่เหมาะสมกับสภาพความเป็นจริงของตน

3. การจัดแบ่งทฤษฎีการสื่อสารที่หนุนหลังแนวคิดการสื่อสารเพื่อพัฒนาโดยใช้เกณฑ์เรื่องความพร้อมที่จะนำไปใช้วิจัย สามารถจัดแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม คือทฤษฎีที่ถือเอาการสื่อสารเป็นตัวแปรต้น ทฤษฎีที่ถือเอาสังคม กลุ่ม ปัจเจกเป็นตัวแปรต้น และกลุ่มทฤษฎีที่ไม่ระบุตัวแปรต้นหรือตัวแปรตาม

#### วัตถุประสงค์

เมื่อศึกษาหน่วยที่ 1 จบแล้ว นักศึกษาสามารถ

1. อธิบายแนวคิดพื้นฐานของการพัฒนา การสื่อสาร และการสื่อสารเพื่อการพัฒนาได้
2. อธิบายและวิเคราะห์พัฒนาการ และคุณลักษณะของกระบวนการทัศนกระแสหลักและกระบวนการทัศนทางเลือกของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาได้
3. ระบุและวิเคราะห์คุณลักษณะของกลุ่มทฤษฎีการสื่อสารที่ถือเอาการสื่อสารเป็นตัวแปรต้น กลุ่มทฤษฎีที่ถือเอาสังคม กลุ่ม ปัจเจกเป็นตัวแปรต้น และกลุ่มทฤษฎีที่ไม่ระบุตัวแปรได้

## ตอนที่ 1.1

### แนวคิดและหลักการเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

โปรดอ่านหัวเรื่อง แนวคิด และวัตถุประสงค์ของตอนที่ 1.1 แล้วจึงศึกษารายละเอียดต่อไป

### หัวเรื่อง

- 1.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนา
- 1.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร
- 1.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

### แนวคิด

1. คำนิยามของ “การพัฒนา” นั้นมีอย่างหลากหลาย แต่ก็มีความสัมพันธ์กันบางประการ คือ หมายถึงการเปลี่ยนแปลงที่มีการวางแผน โดยมีเป้าหมายเพื่อนำไปสู่สถานการณ์ที่ดีกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน หากทว่าความแตกต่างของคำนิยามต่าง ๆ นั้น จะมาจากการใช้กระบวนการพัฒนาที่แตกต่างกัน จึงมีคุณลักษณะบางประการที่แตกต่างกัน เช่น การวิเคราะห์สาเหตุของการด้อยพัฒนา จุดมุ่งหมายของการพัฒนา วิธีการดำเนินการ หรือแหล่งทรัพยากรที่จะใช้ในการพัฒนา รวมทั้งผู้นำการเปลี่ยนแปลง (change agent)

2. คำนิยามของการสื่อสารก็มีอย่างหลากหลายเช่นกัน แม้ว่าคำนิยามทั้งหลายจะมีความสัมพันธ์กันว่าการสื่อสารจะต้องมีองค์ประกอบอย่างน้อย 4 ประการ คือ ผู้ส่ง ผู้รับ สื่อ และสาร คำนิยามของการสื่อสารที่แตกต่างกันนั้นสืบเนื่องมาจากการใช้กระบวนการที่ต่างกัน ทำให้เกิดความแตกต่างในคุณลักษณะต่างๆของการสื่อสาร เช่น เป้าหมาย ระดับการสื่อสาร ประเภทสื่อ เป็นต้น

3. พัฒนาการของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา ในระดับโลกอาจจะแบ่งได้เป็น 3 กระบวนทัศน์ใหญ่ๆ ได้แก่ กระบวนทัศน์กระแสหลัก คือการใช้สื่อเพื่อสร้างความทันสมัยแก่ประเทศโลกที่ 3 ที่ใช้เป็นหลักในช่วงทศวรรษ 1960 ต่อมาในช่วงทศวรรษ 1970 กลุ่มประเทศลาตินอเมริกาได้นำเสนอกระบวนทัศน์ทฤษฎีพึ่งพาที่วิเคราะห์ว่า การสื่อสารเพื่อการพัฒนาของกระบวนทัศน์หลักกระแสหลักนั้นเป็น “การพัฒนาความด้อยพัฒนา” ให้มากยิ่งขึ้น และในทศวรรษ 1980 ประเทศโลกที่สามต่างแสวงหากระบวนทัศน์ทางเลือกที่เน้นการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่มาจากพื้นถิ่นและสภาพความเป็นจริงของตนเอง

### วัตถุประสงค์

เมื่อศึกษาตอนที่ 1.1 จบแล้ว นักศึกษาสามารถ

- 1. ระบุจุดร่วมและจุดต่างของคำนิยามของ “การพัฒนา” ที่หลากหลายได้
- 2. ระบุจุดร่วมและจุดต่างของคำนิยามของ “การสื่อสาร” ที่หลากหลายได้
- 3. อธิบายพัฒนาการของกระบวนทัศน์ 3 ยุค ของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาในระดับสากลได้

## ตอนที่ 1.1 แนวคิดและหลักการเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

### ความนำ

สำหรับเนื้อหาเรื่อง “การสื่อสารเพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร” นั้น อาจถือได้ว่าเป็นชุดความรู้จากศาสตร์ลูกผสมระหว่างเรื่อง “การสื่อสาร” กับ “การพัฒนา” (ที่เน้นด้านการพัฒนาการเกษตร) ดังนั้น จึงอาจพิจารณาความรู้ของศาสตร์ลูกผสมนี้ได้จาก 2 ฟากฝั่ง คือ ฝั่งของการพัฒนาการเกษตร และฝั่งของการสื่อสาร

ในฝั่งของการพัฒนาโดยเฉพาะการพัฒนาการเกษตรนั้น แนวคิดเรื่องการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรนั้น อาจจะสามารถศึกษาได้ในหลายสถานะ เช่น ในแง่เศรษฐศาสตร์ อาจะหมายถึงการยกระดับชีวิตความเป็นอยู่ของเกษตรกรให้ดีขึ้น ในแง่การศึกษาอาจะหมายถึงกระบวนการเรียนรู้เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพในการผลิตของเกษตรกร ฯลฯ สำหรับในที่นี้ หากศึกษาเรื่องการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรจากแง่มุมของการสื่อสาร ซึ่งก็อาจจะพิจารณาได้ในหลายเหลี่ยมมุม เช่น พิจารณาว่ากิจกรรมการส่งเสริมการเกษตรนั้นเป็นรูปแบบหนึ่งของกระบวนการสื่อสาร หรือศึกษาว่าในกิจกรรมการพัฒนาการเกษตรนั้น การใช้สื่อประเภทต่างๆจะเข้าไปมีบทบาทได้บ้าง เป็นต้น

อนึ่ง สำหรับเรื่องการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรนั้นอาจจะมีขอบเขตและมีผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในหลายระดับ ขอบเขตที่เล็กที่สุดนั้นน่าจะเป็นกิจกรรมระหว่างเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรกับเกษตรกร อย่างไรก็ตาม เนื่องจากในสถานการณ์ปัจจุบัน ระบบการเกษตรของไทยประกอบด้วยหลากหลายระบบ ตั้งแต่ระบบเกษตรแบบยั่งยืน ธุรกิจการเกษตร การเกษตรเพื่อการค้าของเกษตรกรรายย่อย การเกษตรแบบทางเลือกประเภทต่างๆ ดังนั้น “ผู้เล่น” (player) หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสื่อสารและพัฒนาการเกษตร อาจจะมีหลากหลายตามไปด้วย เช่น ในระบบการเกษตรแบบทางเลือกเช่นเกษตรอินทรีย์ เกษตรที่ไม่ใช้สารเคมี หากเป็นการผลิตเพื่อจำหน่าย ราคาสินค้าเกษตรอินทรีย์เหล่านี้ อาจจะสูงกว่าสินค้าเกษตรแบบทั่วไป และจำเป็นต้องมีการสื่อสารเพื่อทำความเข้าใจกับผู้บริโภค หรือการใช้การสื่อสารเพื่อผลักดันรัฐให้มีนโยบายสนับสนุนเกษตรทางเลือก เป็นต้น

ในอีกด้านหนึ่ง เมื่อพิจารณาเรื่อง “การสื่อสารเพื่อการพัฒนา” จากฟากฝั่งของการสื่อสารจะถือได้ว่าการสื่อสารเพื่อพัฒนานั้นเป็นสาขาย่อยสาขาหนึ่งของศาสตร์แห่งการสื่อสารที่เข้าไปผสมผสานกับศาสตร์สาขาอื่นๆ เช่น การสื่อสารสิ่งแวดล้อม การสื่อสารสุขภาพ การสื่อสารการเมือง ฯลฯ โดยที่สาขาย่อยเหล่านี้จะมีชุดความรู้เรื่องการสื่อสารเป็นแกนกลาง ส่วนที่แปรเปลี่ยนไปก็จะเป็นส่วนของเนื้อหาของศาสตร์อื่นๆที่เข้ามาผสมผสาน

ดังนั้น ในเรื่องการสื่อสารเพื่อพัฒนาจึงประกอบด้วยแนวคิดเบื้องต้น 3 ชุด คือ แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนา แนวคิดเกี่ยวกับตัวการสื่อสาร และแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา อันจะเป็นเนื้อหาสำหรับตอนที่ 1.1 นี้

## เรื่องที่ 1.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนา

### 1. ความหมายของ “การพัฒนา”

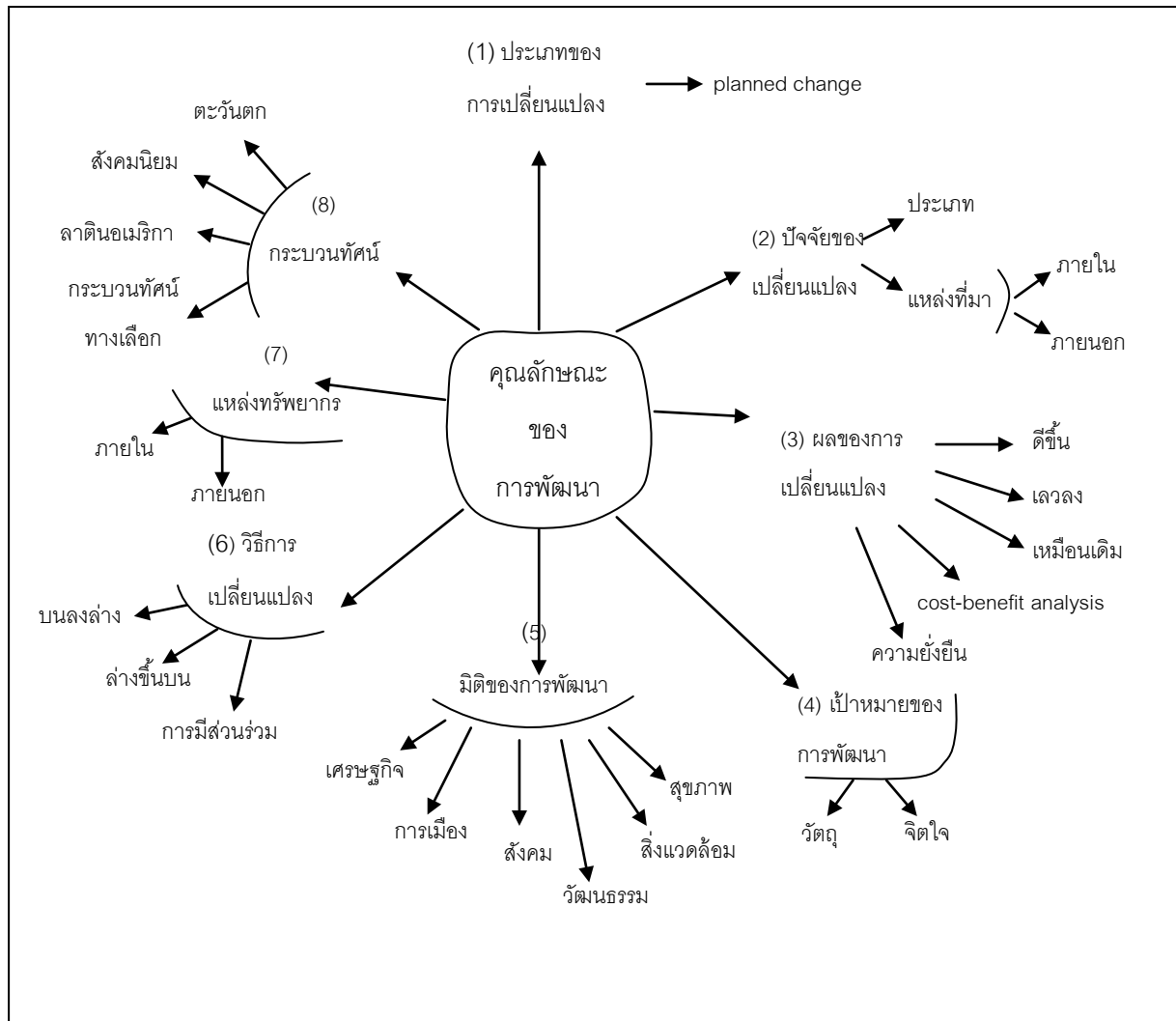
อันที่จริง ทั้งแนวคิดและแนวปฏิบัติของ “การพัฒนา” นั้นเคยมีมาอย่างช้านานแล้วในสังคมไทย แต่ทว่าสำหรับ “การพัฒนา” ที่ถือว่าเป็นศาสตร์สาขาหนึ่งที่มีทั้งแนวคิดและแนวปฏิบัติอย่างเป็นวิชาการ มีระบบระเบียบนั้น เป็นแนวคิดใหม่ที่สังคมไทยเพิ่งรับเข้ามาจากต่างประเทศ คือ โลกตะวันตกที่เป็นแหล่งกำเนิดของแนวคิดเรื่องการพัฒนามาตั้งแต่ช่วงทศวรรษ 1950 (หลังสงครามโลกครั้งที่ 2)

โรเจอร์ส (E.Rogers,2003) นำเสนอว่า “การพัฒนา” หมายถึงกระบวนการของการเปลี่ยนแปลง (change) **ไปในทางที่ดีขึ้น** ให้ผลลัพธ์เป็นที่ชื่นชอบ (desirable) เกิดจากการวางแผนล่วงหน้า (planned) มีจุดมุ่งหมายให้เปลี่ยนจากสภาพที่เป็นอยู่/มีอยู่อย่างชัดเจน และมีการกระตุ้นชักจูง (persuasion) ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในกลุ่มประชาชนเป้าหมาย โดยมีการปฏิบัติตามแผนที่กำหนดไว้อย่างเป็นขั้นตอน

จากคำนิยามของ “การพัฒนา” นี้ ในภาคปฏิบัติการ สามารถนำมาใช้ได้หลายระดับ ในระดับมหภาค การพัฒนาอาจจะหมายถึงการพัฒนาสังคมโดยรวม ในระดับที่เล็กลงมา การพัฒนาอาจจะหมายถึงแผนงานของหน่วยงานรัฐองค์กรธุรกิจ และในระดับที่ย่อยที่สุด การพัฒนาอาจจะหมายถึงการวางแผนปรับปรุงกิจกรรมของกลุ่มเกษตรกรที่รวมตัวกันในระดับหมู่บ้าน เป็นต้น

จากคำนิยามข้างต้นนี้ เราจะมองเห็น “คุณลักษณะ” (attribute) หลักๆที่เป็นส่วนประกอบของแนวคิดหรือความหมายของการพัฒนา อย่างไรก็ตาม ดังที่ได้เกริ่นมาข้างต้นแล้วว่า ความหมายของการพัฒนานั้นมีอย่างหลากหลาย มิใช่มีเพียงหนึ่งเดียวนี้นี้เท่านั้น ดังนั้น ในที่นี้จะนำเสนอ “กรอบคุณลักษณะ” ของการพัฒนาที่สามารถจะนำไปวิเคราะห์ค่านิยามที่หลากหลายของการพัฒนาว่า นิยามที่แตกต่างกันนั้นเกิดมาจากการเลือกคุณลักษณะที่แตกต่างกันอย่างไรบ้าง

## 2. กรอบคุณลักษณะของ “การพัฒนา”



ภาพที่ 1.1 : คุณลักษณะของการพัฒนา

จากภาพที่ 1.1 อธิบายได้ว่า คุณลักษณะของการพัฒนาประกอบด้วยส่วนต่างๆ ดังนี้

1. **ประเภทของการเปลี่ยนแปลง** หากสิ่งใดที่จะเรียกว่า “การพัฒนา” สิ่งนั้นจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงเป็นคุณสมบัติพื้นฐาน อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงมีหลายลักษณะ เช่นการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยหรือตามธรรมชาติ เช่น การเปลี่ยนแปลงชายฝั่งเนื่องจากกัดเซาะของน้ำ การเปลี่ยนแปลงตามธรรมชาติหรือตามยุคสมัย เช่นนี้ ไม่เรียกว่า “การพัฒนา” เพราะการพัฒนาจะต้องเป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการวางแผนล่วงหน้าของมนุษย์ (planned change) ดังตัวอย่างเช่น การวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับต่างๆ

2. **ปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง** ของสถานการณ์ที่เป็นอยู่ สำหรับประวัติศาสตร์ของการพัฒนาสังคมนั้น ได้เริ่มต้นขึ้นเมื่อเกิดสภาพการณ์ปัจจุบันที่เป็นปัญหาหรือไม่น่าพึงพอใจ เช่น ความเสียหายของบ้านเมืองหลังสงคราม การเกิดโรคติดต่อ ความอดอยาก ฯลฯ ในการวางแผนพัฒนาสังคมจึงมักเริ่มต้นด้วยการวิเคราะห์สาเหตุหรือปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเพื่อวางแผนแก้ไขให้ตรงจุด

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสังคมนั้น แบ่งได้เป็น 2 แบบ แบบแรกคือ การวิเคราะห์ *ประเภทของสาเหตุ* เช่น การเปลี่ยนแปลงด้านประชากร (กรณีสังคมไทยกลายเป็นสังคมผู้สูงวัย) การเปลี่ยนแปลงด้าน ธรรมชาติ (สภาวะโลกร้อน) การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี (เช่น การเกิดขึ้นของสื่อใหม่) การเปลี่ยนแปลงด้านการเมือง การปกครอง เป็นต้น

แบบที่สองคือ การวิเคราะห์ว่าแหล่งที่มาของสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงนั้นว่า เกิดมาจากปัจจัยภายในสังคม นั้นเอง เช่น ทฤษฎีการทำประเทศให้ทันสมัย (Modernization Theory) ซึ่งเป็นทฤษฎีการพัฒนาระยะหลักในยุคทศวรรษ แรกของการพัฒนาระดับโลก (ทศวรรษ 1960) ระบุว่า สาเหตุของประเทศด้อยพัฒนาเช่นประเทศโลกที่สามทั้งหลาย เกิดมา จากปัจจัยภายใน คือ ปรากฎการณ์ “โง่ จน เจ็บ” เนื่องจากประชาชนในประเทศด้อยพัฒนานั้น ขาดการศึกษา ขาดงาน และ เจ็บไข้ได้ป่วยสุขภาพอ่อนแอ ส่วนอีกทฤษฎีหนึ่งเช่นทฤษฎีพึ่งพา (Dependency Theory) อันเป็นทฤษฎีการพัฒนาที่ใช้ใน แถบทวีปอเมริกาใต้ในช่วงยุคของทศวรรษที่สองของการพัฒนาระดับโลก (ทศวรรษ 1970) กลับวิเคราะห์อย่างตรงกันข้ามว่า สาเหตุที่ทำให้ประเทศในลาตินอเมริกายากจนนั้น เกิดมาจากการที่นำเอาประเทศไปพึ่งพาประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐอเมริกา เพราะยิ่งไปพึ่งพามากยิ่งขึ้น ก็ยิ่งถูกเอาเปรียบและยิ่งด้อยพัฒนามากยิ่งขึ้นทุกที ที่เรียกว่า “การ พัฒนาความด้อยพัฒนา” สาเหตุของการด้อยพัฒนาจึงอยู่ที่การเอาตัวเอาเปรียบจากภายนอก

**3. ผลของการเปลี่ยนแปลง** เนื่องจากการพัฒนามีใช่เป็นเพียงแนวคิดและการวางแผนเท่านั้น หากแต่เป็น การลงมือปฏิบัติการที่ก่อให้เกิดผลอย่างจริงจัง ดังนั้น คุณลักษณะหนึ่งที่สำคัญของการพัฒนาคือการติดตามประเมินผลที่ เกิดขึ้น ซึ่งจะมี 3 ทิศทาง คือ การเปลี่ยนแปลงนั้น ทำให้เกิดผลคือสภาพการณ์ที่เป็นอยู่ดีขึ้น เช่น หลังจากประเทศไทย ดำเนินการพัฒนาตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2504-2509) ผลปรากฏว่า ประสบความสำเร็จเกินความ คาดหมาย ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) เพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 8 ต่อปี ทั้งนี้เพราะสาขาการเกษตรได้มีการ ขยายตัวสูงมาก เป็นต้น

ทิศทางที่สอง คือ การเปลี่ยนแปลงนั้นทำให้เกิดผลต่อสภาพการณ์ที่เป็นอยู่ คือ *เลวลงหรือแย่*ยิ่งไปกว่าเดิม เช่น หลังจาก 30 ปี ของการพัฒนาประเทศ (ผ่านไป 6 แผนพัฒนาฯ) ตัวเลขหนี้สินต่อครัวเรือนเกษตรกรเพิ่มขึ้นเป็น 30 เท่า จำนวนครัวเรือนที่เป็นหนี้ก็เพิ่มขึ้นกว่าสองเท่าตัว จาก 1.7 ล้าน เป็น 3.1 ล้านครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 55 ของครัวเรือน ทั้งหมด เป็นต้น

ส่วนทิศทางสุดท้าย คือ ไม่เกิดการเปลี่ยนแปลงใดๆต่อสภาพการณ์ที่เป็นอยู่

เนื่องจากการเห็นผลจากการเปลี่ยนแปลงที่เป็นจริงดังกล่าวนี้อาจส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแนวคิด ทฤษฎี กระบวนทัศน์ใหม่ๆของการพัฒนาเมื่อพบข้อเท็จจริงว่า แนวคิด ทฤษฎี กระบวนทัศน์เดิมนั้น มิได้ก่อให้เกิดผลดีตามที่ คาดหวัง หรือกลับส่งผลในทางลบมากกว่า

และนอกเหนือจากการวัดแต่เฉพาะผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นแล้ว หากใช้แนวคิดด้านเศรษฐศาสตร์ที่จะต้องศึกษาทั้ง ต้นทุนที่ลงไปเพื่อนำมาเปรียบเทียบกับผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น ที่เรียกว่าการวิเคราะห์ Cost-benefit หรือในความเข้าใจโดยทั่วไปก็ คือ การพัฒนานั้นได้คุ้มเสียหรือไม่ ตัวอย่างเช่น แม้ประเทศไทยจะมีอัตราความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างน่าพอใจ หลังจากมีการดำเนินการตามแผนพัฒนา หากทว่าประเทศไทยก็ต้องสูญเสียป่าไม้จำนวนมหาศาล สูญเสียแหล่งน้ำสะอาด

ที่จำเป็นสำหรับการผลิตทางการเกษตรและการบริโภค ก็ทำให้เกิดการตั้งคำถามว่า สิ่งที่ได้จากการพัฒนานั้น คุ่มกับสิ่งที่เสียไปหรือไม่ ส่วนในช่วงทศวรรษ 1980 จึงเกิดคำถามใหม่ในการประเมินผลที่เกิดจากการพัฒนาเพิ่มเติมว่า ผลลัพธ์ที่ได้ นั้นมีความยั่งยืนมากน้อยเพียงใด ดังที่รู้จักกันในแนวคิดของ “การพัฒนาแบบยั่งยืน” (ที่ปรากฏในแผนพัฒนาเศรษฐกิจของไทยแผนที่ 10) ความยั่งยืนถูกนำมาใช้ในการประเมินการพัฒนาไม่ว่าจะเป็นความยั่งยืนของอัตราความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ หรือความยั่งยืนของสภาพสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

**4. เป้าหมายของการพัฒนา** เป็นอีกคุณลักษณะหนึ่งที่จะใช้ตรวจสอบโครงการหรือแผนการพัฒนาต่างๆ รวมทั้งเป็นคุณลักษณะหนึ่งที่จะช่วยให้มองเห็นจุดเปลี่ยนในแนวคิดเรื่องการพัฒนาในแต่ละทฤษฎีหรือกระบวนทัศน์ ตัวอย่างเช่น เป้าหมายของการพัฒนานั้นจะเน้นที่วัตถุหรือเน้นด้านจิตใจ หากนำเกณฑ์นี้ไปวิเคราะห์แผนพัฒนาเศรษฐกิจของไทยตั้งแต่แผนแรกๆ ก็ให้เห็นเป้าหมายที่เน้นการเจริญเติบโตด้านวัตถุเป็นสำคัญ แต่ในแผนพัฒนาฯ ระยะเวลาๆ นับตั้งแต่แผน 8 เป็นต้นมา จะเริ่มเห็นเป้าหมายที่ให้ความสำคัญกับด้านศีลธรรม ด้านจิตใจ ด้านความสุขของครอบครัวและชุมชน ฯลฯ เพิ่มมากขึ้น

**5. มิติของการพัฒนา** เนื่องจากสังคมประกอบด้วยหลายมิติ ดังนั้นในการวางแผนการพัฒนาแต่ละแผน เราจึงสามารถตรวจสอบได้ว่า ทฤษฎีการพัฒนาแต่ละทฤษฎีหรือในภาคปฏิบัติ แนวทางการพัฒนาในแต่ละแผนนั้นมุ่งให้ความสำคัญกับการพัฒนาในมิติใดบ้างของสังคม เช่น มิติเศรษฐกิจ (ซึ่งอาจจะแยกย่อยเป็นภาคอุตสาหกรรม เกษตรกรรม และบริการ) มิติการเมือง มิติสิ่งแวดล้อม มิติวัฒนธรรม มิติการศึกษา มิติสุขภาพ มิติศาสนา-จริยธรรม เป็นต้น การให้ความสำคัญแก่มิติใดนั้น อาจจะมีสาเหตุมาจากแนวคิดหรือทฤษฎีในการพัฒนาที่นำมาใช้ หรือมาจากสภาพความเป็นจริงเป็นตัวกำหนด ตัวอย่างเช่น ในแผนพัฒนาแผนแรกของไทยนั้น แนวคิดของ “การพัฒนาประเทศ” นั้นมีความหมายเท่ากับ “การพัฒนาเศรษฐกิจ” ดังนั้น มิติด้านเศรษฐกิจจึงเป็นด้านที่ได้รับการส่งเสริมมากที่สุด แต่เมื่อถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2519-2524) ปัญหาสิ่งแวดล้อมของสังคมไทยนับตั้งแต่ปัญหาทรัพยากรป่าไม้ลดลง ปัญหาทรัพยากรดินเสื่อมโทรมและน้ำเน่าเสีย ซึ่งส่งผลกระทบต่อภาคการเกษตรของไทยอย่างรุนแรง ทำให้ตั้งแต่แผนพัฒนาฉบับที่ 4 จึงต้องมีการจัดทำนโยบาย และมาตรการพัฒนาสิ่งแวดล้อมระดับชาติเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น เป็นต้น

**6. วิธีการของการเปลี่ยนแปลง** ใน 4-5 คุณลักษณะของการพัฒนาที่กล่าวมาข้างต้นนั้นจะเกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ว่า มีการพัฒนาอะไร ในด้านใด เพื่อเป้าหมายอะไร สำหรับคุณลักษณะในข้อ 6 นี้ จะว่าด้วยเรื่องวิธีการในการเปลี่ยนแปลง ซึ่งมีรูปแบบให้เลือกอย่างน้อย 3 รูปแบบ คือ วิธีการเปลี่ยนแปลงโดยการริเริ่ม สั่งการและดำเนินการจากผู้นำที่อยู่เบื้องบน โดยประชาชนที่อยู่เบื้องล่างเป็นเพียงผู้ปฏิบัติตาม ที่เรียกว่า “แบบบนลงล่าง” วิธีการเปลี่ยนแปลงจากบนลงล่างนี้เป็นวิธีการที่รัฐไทยใช้มาตั้งแต่แผนพัฒนาฉบับที่ 1 ถึงฉบับที่ 7

รูปแบบที่สอง คือ วิธีการเปลี่ยนแปลงโดยการริเริ่ม และดำเนินการจากประชาชนที่อยู่เบื้องล่าง แล้วนำเสนอเพื่อขอความร่วมมือหรือการสนับสนุนจากผู้มีอำนาจเบื้องบน ที่เรียกว่า “แบบล่างขึ้นบน” วิธีการพัฒนาแบบนี้ในประเทศไทยมักจะพบจากโครงการพัฒนาในระดับของท้องถิ่นหรือชุมชนหมู่บ้านที่ประชาชนเป็นผู้เริ่มก่อน แล้วภาครัฐหรือภาคธุรกิจได้เข้าไปให้ความร่วมมือในขั้นต่อมา

ส่วนรูปแบบที่สามเป็นวิธีการเปลี่ยนแปลงโดยการมีส่วนร่วมจากทุกฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นผู้ที่อยู่เบื้องบนหรือเบื้องล่าง และมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน ตั้งแต่ขั้นริเริ่ม ดำเนินการ และติดตามผล ในประเทศไทยได้เริ่มใช้วิธีการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมนี้ ตั้งแต่ขั้นตอนของการจัดทำแผนพัฒนาฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540-2544) ที่เริ่มตั้งแต่กระบวนการร่างแผนนั้น หน่วยงานรัฐที่รับผิดชอบคือ สำนักงานคณะกรรมการการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้เชิญตัวแทนของกลุ่ม องค์กร หน่วยงานต่างๆ เข้าร่วมกระบวนการจัดทำแผนตั้งแต่ขั้นตอนของการร่างแผนเลย

**7. แหล่งที่มาของทรัพยากร** เนื่องจากการพัฒนาเป็นกระบวนการที่ต้องมีการใส่ทรัพยากรประเภทต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเงินทุน ความรู้ แรงงาน เครื่องจักร สถานที่ วัตถุดิบ ฯลฯ เข้าไปในกระบวนการพัฒนา จึงเกิดผลลัพธ์ออกมา คำถามต่อไปก็คือ แหล่งที่มาของทรัพยากรนั้นจะมาจากไหน ซึ่งอาจมีคำตอบได้ 2 แบบคือ จากแหล่งทรัพยากรภายในประเทศ สังคม กลุ่ม ชุมชน หรือจากแหล่งทรัพยากรจากภายนอก

ตัวอย่างเช่น จากแนวคิดของทฤษฎีการพัฒนาประเทศให้ทันสมัย (Modernization Theory) การที่ประเทศด้อยพัฒนาจะเปลี่ยนแปลงประเทศให้เจริญก้าวหน้าทันสมัยขึ้น ประเทศเหล่านั้นจำเป็นต้องมีการลงทุนเพื่อการสร้างโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ เช่น ถนน ไฟฟ้า น้ำประปา ฯลฯ และตามหลักการต้นฉบับของทฤษฎีความทันสมัยนั้น เงินลงทุนที่จะใช้ในกิจกรรมดังกล่าวนั้น ควรจะมาจากออมเงินของคนภายในประเทศ ซึ่งถือว่าเป็นแหล่งทรัพยากรจากภายใน อย่างไรก็ตาม ในความเป็นจริง ประเทศโลกที่สามทั้งหลาย รวมทั้งประเทศไทยได้ใช้เส้นทางลัดในเรื่องเงินลงทุนเพื่อการพัฒนา โดยอาศัยแหล่งทรัพยากรจากภายนอก คือการกู้เงินมาลงทุนในโครงการพัฒนาต่างๆ จากสถาบันการเงินระดับโลก เช่น ธนาคารโลก หรือกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) เป็นต้น และเมื่อกู้ยืมมา ก็ต้องชดเชยคืนพร้อมดอกเบี้ย และกลายเป็นปัญหาเรื่องความเป็นอิสระในการพัฒนาประเทศ เนื่องจากต้องยอมรับเงื่อนไขของบรรดาสถาบันเจ้าหนี้

จากภาพใหญ่ในระดับมหภาคนั้น สามารถใช้วิเคราะห์กับกลุ่มหรือองค์กรขนาดเล็กได้เช่นเดียวกัน เช่น กลุ่มเกษตรกรที่ต้องการจะพัฒนาธุรกิจการแปรรูปสินค้าเกษตรของตน หากเริ่มต้นด้วยการกู้ยืมเงินจากภายนอกมาดำเนินกิจการ ส่วนใหญ่กิจกรรมการพัฒนาของกลุ่มมักจะไม่รอด แต่หากเริ่มต้นด้วยกิจกรรมการสะสมเงินทุนภายในกลุ่มเสียก่อน ซึ่งเท่ากับใช้แหล่งทรัพยากรจากภายในกลุ่มเอง กลุ่มที่ดำเนินขั้นตอนการพัฒนาดังกล่าวมักจะทำนงการไปได้

ในระดับประเทศ ประเทศไทยได้ปรับเปลี่ยนแนวคิดเรื่องแหล่งทรัพยากรโดยเฉพาะด้านเงินทุนบ้างในระยะหลัง ดังที่ได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการกองทุนการออมแห่งชาติขึ้นในปี พ.ศ. 2554 และนอกเหนือจากทรัพยากรที่เป็นเงินทุนแล้ว สังคมไทยก็ยังมีแหล่งทรัพยากรที่เป็นความรู้ในการพัฒนาสังคมจากที่เคยพึ่งพิงแหล่งความรู้จากโลกตะวันตก มาเป็นแหล่งความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นจากภายในสังคมเอง

**8. กระบวนทัศน์** การที่ค่านิยมของ “การพัฒนา” ในประเทศต่างๆ มีความแตกต่างกันนั้น สาเหตุหลักก็น่าจะเนื่องมาจากกระบวนทัศน์หรือทฤษฎีที่สนับสนุนอยู่เบื้องหลังค่านิยมเหล่านี้ เป็นคนละกระบวนทัศน์ ในที่นี้อาจจะจำแนกกระบวนทัศน์ของการพัฒนาออกได้เป็น 4 กระบวนทัศน์ใหญ่ๆ ดังนี้

**8.1. กระบวนทัศน์ของโลกทุนนิยมเสรีตะวันตก** กระบวนทัศน์นี้รู้จักกันในนามทฤษฎีการพัฒนาประเทศให้ทันสมัย ซึ่งเป็นกระแสหลักที่ประเทศด้อยพัฒนาในค่ายโลกทุนนิยมใช้เป็นทฤษฎีหลักในช่วง 2 ทศวรรษแรกของการ

พัฒนา (ทศวรรษ 1960/1970) เนื้อหาของกระบวนการทัศน์นี้ก็คือ ประเทศด้อยพัฒนาจะต้องดำเนินรอยตามประเทศที่พัฒนาแล้วด้วยการทำให้ประเทศให้ทันสมัยเหมือนประเทศพัฒนาแล้ว โดยตั้งเป้าหมายไว้ที่การสร้างเศรษฐกิจเติบโตทางเศรษฐกิจเป็นสิ่งสำคัญ

8.2. *กระบวนการทัศน์ของค่ายสังคมนิยม* ตัวอย่างที่เห็นชัดเจนคือ สาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งหลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 จบสิ้น จีนเป็นประเทศหนึ่งที่มีลักษณะด้อยพัฒนาอย่างมาก แต่จีนได้เลือกที่จะพัฒนาตามทฤษฎีสังคมนิยมคือ เน้นการปรับโครงสร้างสังคมให้มีความเหลื่อมล้ำกันระหว่างคนรวยกับคนจนให้น้อยที่สุด เน้นการกระจายผลพวงของการพัฒนาให้เสมอภาคเท่าเทียมเท่าที่จะเป็นไปได้ โดยใช้วิธีการรณรงค์ให้ประชาชนเข้ามาร่วมโครงการพัฒนาด้วยตนเองอย่างจริงจังและกว้างขวาง

8.3. *กระบวนการทัศน์ของทฤษฎีพึ่งพา* เป็นทฤษฎีที่ถูกนำเสนอจากกลุ่มประเทศลาตินอเมริกาในช่วงทศวรรษ 1980 หลังจากที่พบว่า เมื่อพัฒนาประเทศตามกระบวนการทัศน์กระแสหลักแบบทุนนิยมตะวันตกแล้ว ผลพวงที่เกิดจากการพัฒนานั้นไม่ได้ดีขึ้นตามข้อเสนอของทฤษฎีความทันสมัยเลย แต่กลับเกิดผลลัพธ์ในทางตรงกันข้าม ประชาชนยากจนลงและมีหนี้สิน สภาพสิ่งแวดล้อมของประเทศเสื่อมโทรม เศรษฐกิจของประเทศล่มสลายและเป็นหนี้สินต่างประเทศมากมาย ดังนั้น นักวิชาการในลาตินอเมริกาจึงทำการวิเคราะห์ใหม่ว่า การพัฒนาที่ผ่านมาก็คือรูปแบบหนึ่งของการล่าอาณานิคมแบบใหม่ที่ทำให้ประเทศด้อยพัฒนาต้องไปพึ่งพาขึ้นต่อประเทศที่พัฒนาแล้ว ดังนั้น หนทางแก้ไขปัญหาก็ต้องยกเลิกความสัมพันธ์ที่พึ่งพาดังกล่าว และหันมาพึ่งตนเองเป็นหลัก

8.4. *กระบวนการทัศน์ทางเลือกใหม่* กระบวนการทัศน์สุดท้ายนี้ประกอบด้วยกลุ่มทฤษฎีย่อยๆ หลายทฤษฎี แต่ทว่าก็มีจุดร่วมกันประการหนึ่ง คือ การปฏิเสธกระบวนการทัศน์ความทันสมัยที่เคยใช้มาร่วมสองทศวรรษเช่นเดียวกับจุดยืนของทฤษฎีพึ่งพา แต่ทว่าจุดที่แตกต่างจากทฤษฎีพึ่งพาก็คือ กระบวนการทัศน์ทางเลือกนี้ได้กล่าวโทษแต่เฉพาะปัจจัยภายนอกเท่านั้น แต่เห็นว่าปัจจัยภายในเองก็เป็นส่วนประกอบให้เกิดปัญหาการพัฒนาเช่นกัน ข้อเสนอของกระบวนการทัศน์ทางเลือกใหม่ก็คือ การพัฒนามิใช่สูตรสำเร็จที่มีสูตรเดียวแล้วใช้ได้ทั่วไป หากทว่าแต่ละประเทศ แต่ละสังคมจะต้องสร้างสรรค์ทฤษฎีการพัฒนาขึ้นมาจากสภาพความเป็นจริงของตนเอง กล่าวคือ ต้องพึ่งพาศักยภาพของตนเอง และเน้นการพัฒนาที่พึ่งตนเองเป็นพื้นฐาน

จากที่กล่าวมานี้ สามารถสรุปได้ว่า แม้ว่าความหมายโดยรวมๆ ของคำว่า “การพัฒนา” จะหมายถึงการเปลี่ยนแปลงอย่างมีการวางแผน แต่ทว่า ในช่วง 4-5 ทศวรรษที่ผ่านมา แนวคิดเรื่องการพัฒนา ก็ได้มีการเปลี่ยนแปลงในรายละเอียดและคุณลักษณะย่อยๆ บางส่วนอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงกระบวนการทัศน์หรือทฤษฎีที่อยู่เบื้องหลัง

เรื่องที่ 1.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร

ความหมายของการสื่อสาร

แม้ว่าสาขาวิชาการสื่อสารเพิ่งจะสถาปนามาได้เพียงประมาณ 100 ปี แต่ทว่า จากการสำรวจอย่างคร่าวๆ ก็พบว่า มีผู้ให้คำนิยามของคำว่า “การสื่อสาร” มาแล้วเกือบ 300 คำนิยาม ตัวอย่างเช่น

“การสื่อสารคือถ่ายทอดและรับส่งสารสนเทศ”

“การสื่อสารเป็นกระบวนการสร้างสรรค์ความหมาย”

“การสื่อสารหมายถึงการนำถ้อยคำ ข้อความ หรือหนังสือ เป็นต้น ของฝ่ายหนึ่งส่งให้อีกฝ่ายหนึ่ง โดยมีสื่อนำไป”

“การสื่อสารเป็นกระบวนการที่ผู้สื่อสารกระตุ้นผู้รับข่าวสารโดยใช้สัญลักษณ์ต่างๆ เพื่อให้มีพฤติกรรมตามที่ต้องการ”

เช่นเดียวกับแนวคิดเรื่อง “การพัฒนา” การที่คำนิยามของการสื่อสารนั้นมีได้อย่างหลากหลายเช่นนี้ก็เนื่องมาจากแนวคิด ทฤษฎี และกระบวนการทัศนของผู้ศึกษาแต่ละท่าน แต่ละสำนักที่ใช้ศึกษาการสื่อสารนั้นมืออย่างแตกต่างกัน ในที่นี้ จึงจะนำเสนอกรอบคุณลักษณะของการสื่อสารเพื่อเป็นเครื่องมือช่วยในการวิเคราะห์และการเลือกนำเอาการสื่อสารในแต่ละแบบมาใช้ประโยชน์ในเรื่องการส่งเสริมและการพัฒนาการเกษตรต่อไป

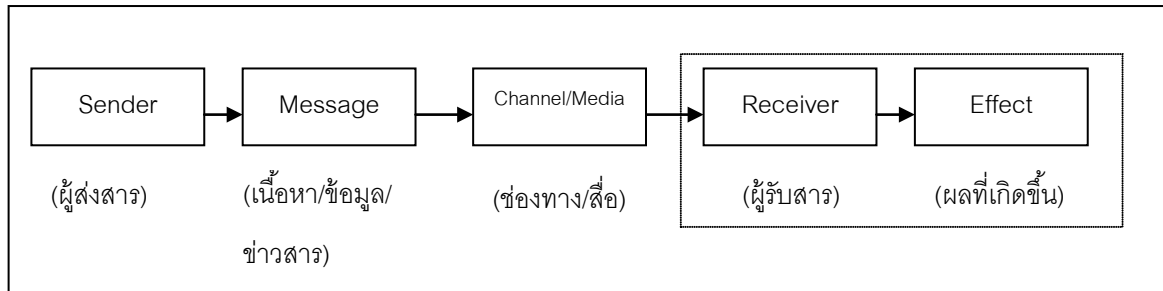
คุณลักษณะของการสื่อสาร



ภาพที่ 1.2 : คุณลักษณะของการสื่อสาร

จากภาพที่ 1.2 อธิบายได้ว่า คุณลักษณะของการสื่อสารประกอบด้วยส่วนต่างๆ ดังนี้

1. **องค์ประกอบของการสื่อสาร** ไม่ว่าคำนิยามของการสื่อสารจะมีอย่างหลากหลายเพียงใด แต่ทว่าในทุกคำนิยาม อย่างน้อยก็มีลักษณะร่วมกันประการหนึ่งว่า การสื่อสารนั้นจะเกิดขึ้นได้ต่อเมื่อมีองค์ประกอบทั้ง 4 ของการสื่อสาร มาประกอบกันอย่างครบถ้วน องค์ประกอบทั้ง 4 นั้นก็ได้แก่ ผู้ส่งสาร (Sender - S) เนื้อหาสาร (Message - M) สื่อ/ช่องทาง การสื่อสาร (Channel - C) และผู้รับสาร (Receiver - R) หากขาดองค์ประกอบตัวใดตัวหนึ่งไป กระบวนการสื่อสารย่อมไม่อาจเกิดขึ้นได้



ภาพที่ 1.3 : องค์ประกอบของการสื่อสาร

จากองค์ประกอบทั้ง 4 ที่รู้จักในสูตรย่อๆว่า S - M - C - R นั้น หากนำมาพิจารณาในเรื่องการสื่อสารการเกษตร อาจมีข้อสังเกตบางประการดังนี้

1.1 **ผู้ส่งสาร** ในสูตรของการสื่อสารนั้น “ผู้ส่งสาร” ก็คือผู้ที่ริเริ่มกระบวนการสื่อสารโดยเป็นผู้สร้างสรรค์เนื้อหาสาร แสวงหาสื่อหรือช่องทางสื่อสาร เพื่อส่งสารไปยังผู้รับสาร สำหรับในเรื่องการสื่อสารการเกษตรนั้น ผู้ส่งสารอาจจะเป็นได้ทั้ง “ผู้สร้างสาร” หรือ “แหล่งข่าวสาร” และผู้ส่งสารอาจจะมีได้หลากหลายประเภทมาก ตัวอย่างเช่น ในเรื่องของการถ่ายทอดเทคโนโลยีทางการเกษตร ผู้ส่งสารอาจจะมีหลายประเภทตามระดับความรู้และความชำนาญ ตั้งแต่ นักวิจัยอาวุโส นักส่งเสริมรุ่นเยาว์ ผู้นำเกษตรกร ไปจนกระทั่งถึงเกษตรกรทั่วไป เช่นเดียวกับแหล่งข่าวสารที่อาจเป็นได้ทั้งแหล่งวิชาการ แหล่งประยุกต์ความรู้ และแหล่งใช้ความรู้

1.2 **เนื้อหาสาร** เนื้อหาสารเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เรื่องของการสื่อสารแบบทั่วไปกลายเป็นเรื่องของการสื่อสารการเกษตร เพราะมีเนื้อหาเฉพาะที่เป็นเรื่องของการเกษตร ตั้งแต่เรื่องการปลูกพืช เลี้ยงสัตว์ การประมง ฯลฯ ซึ่งแต่ละเรื่องอาจจะมี ความซับซ้อนแตกต่างกัน สำหรับประเด็นด้านเนื้อหาสารในเรื่องการสื่อสารการเกษตรที่มักมีการศึกษากัน คือ เรื่องความยากง่ายของเนื้อหาสาร เนื่องจากความแตกต่างระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร หรือเนื้อหาสารเรื่องเกษตร อินทรีย์ที่เกษตรกรจะอธิบายให้ผู้บริโภคเข้าใจ และเนื่องจากเรื่องการเกษตรเป็นเรื่องที่ต้องลงมือปฏิบัติจริง คุณลักษณะที่สำคัญของเนื้อหาสารที่ต้องศึกษาก็คือ ลักษณะที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง นักสื่อสารจึงต้องมีการออกแบบเนื้อหาให้เหมาะสม

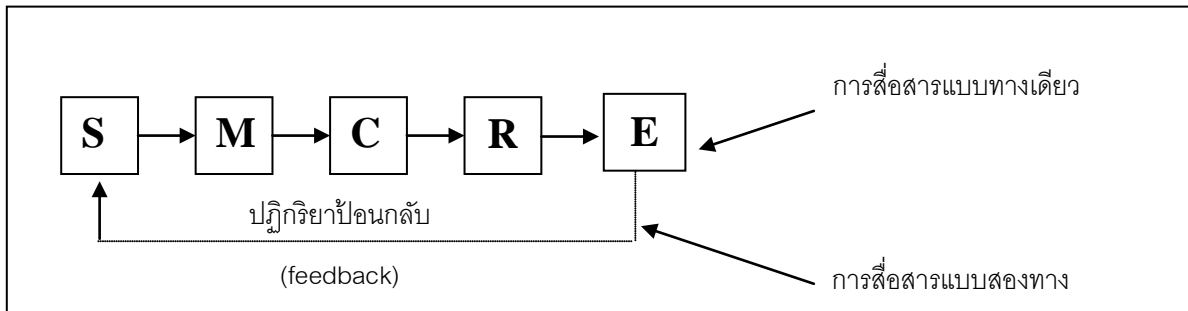
1.3 **สื่อหรือช่องทางสื่อสาร** หมายถึงพาหนะที่จะนำเนื้อหาสารจากผู้ส่งไปยังผู้รับ สื่อหรือช่องทางสื่อสารนั้นมีความหลากหลาย และแต่ละประเภทมีคุณสมบัติเหมาะสมสำหรับใช้งานที่ต่างกัน

**1.4 ผู้รับสาร** หมายถึงผู้ที่เป็กลุ่มเป้าหมายที่ผู้ส่งสารต้องการจะส่งข่าวสารผ่านสื่อไปถึง เช่นเดียวกับผู้ส่งสาร ผู้รับสารนั้นก็จะมีหลายประเภทเช่นเดียวกัน โดยที่อาจจะเป็นเกษตรกรกลุ่มต่างๆ หรืออาจจะเป็นกลุ่มผู้บริโภคหากเป็นการเกษตรเชิงธุรกิจ เป็นต้น

นอกเหนือจากองค์ประกอบ S - M - C - R ทั้ง 4 นี้แล้ว เนื่องจากการสื่อสารนั้นมิได้เกิดขึ้นในสุญญากาศ ดังนั้นจึงต้องมีบริบททางการสื่อสาร ซึ่งในเรื่องการสื่อสารการเกษตรนั้น มีบริบท 2 ประเภทที่สมควรพิจารณา คือ *ช่วงเวลา (time)* และ *พื้นที่ (space)* ในเรื่องของเวลานั้น อาจแบ่งเป็นการสื่อสารในช่วงเวลาปกติและช่วงเวลากิจการพิเศษ เช่น เวลาเกิดโรคระบาดในไร่นา จำเป็นต้องใช้รูปแบบการสื่อสารที่แตกต่างกัน ส่วนพื้นที่นั้น เนื่องจากพื้นที่ของเรื่องการเกษตรมีลักษณะกว้างขวาง กระจายตัว ดังนั้น บริบทที่เป็นเรื่องรูปแบบกระจุยตัวหรือรวมศูนย์ กับรูปแบบการกระจายตัวของ การสื่อสารจึงเป็นบริบทที่ต้องพิจารณาร่วมด้วยอยู่เสมอ

**2. ทิศทางหรือแกนของการสื่อสาร** จากองค์ประกอบทั้ง 4 ของการสื่อสารนั้น เมื่อนำมาเชื่อมโยงประสานเข้าเป็นกระบวนการสื่อสาร หากพิจารณาด้วยเกณฑ์ทิศทางและแกนของการสื่อสารจะเกิดเป็นรูปแบบ 2 รูปแบบ

ในแง่ทิศทางของการสื่อสาร แบ่งได้เป็น 2 ทิศทาง ทิศทางแรก เป็นการสื่อสารแบบทางเดียว เป็นรูปแบบที่ข่าวสารไหลเพียงทางเดียวจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ทิศทางที่สอง เป็นการสื่อสารแบบสองทาง เป็นรูปแบบที่เพิ่มการไหลของข่าวสารจากทิศทางแรกโดยมีปฏิกริยาป้อนกลับ (Feedback) จากผู้รับสารกลับไปยังผู้ส่งสาร



**ภาพที่ 1.4 : การสื่อสารแบบทางเดียวและสองทาง**

ตัวอย่างของการสื่อสารแบบทางเดียวในเรื่องการสื่อสารการเกษตรก็เช่น เมื่อนักส่งเสริมการเกษตรมีข่าวสารเรื่องนวัตกรรมด้านการเกษตร และนำไปเผยแพร่ผ่านวิทยุชุมชน เพื่อส่งข่าวสารไปยังกลุ่มเกษตรกร และหากนักส่งเสริม ต้องการจะปรับทิศทางการสื่อสารทางเดียวดังกล่าวให้กลายเป็นการสื่อสารสองทางก็สามารถจะติดตั้งช่องทางของปฏิกริยาป้อนกลับในรูปแบบต่างๆ เช่น เปิดสายโทรศัพท์ที่ให้ผู้ฟังโทรเข้ามาในรายการ ให้ผู้ฟังส่งจดหมายที่เป็นคำถามเข้ามาที่สถานี เป็นต้น

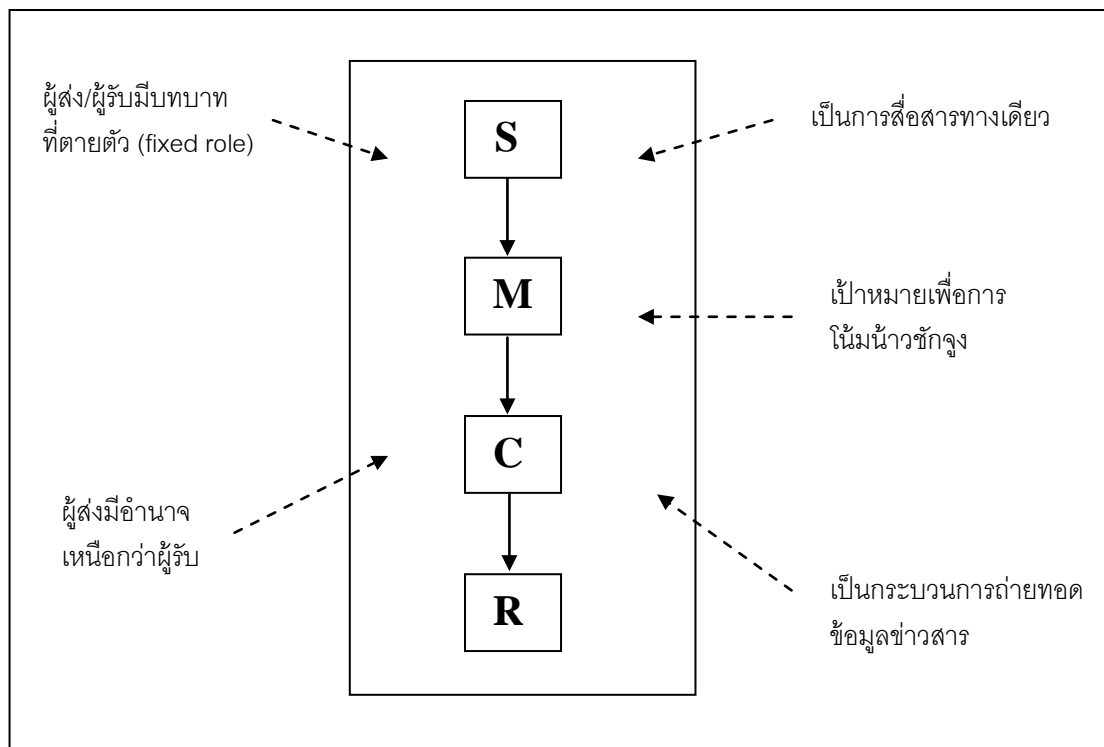
การสื่อสารแบบทางเดียวและสองทางนั้นมีข้อเด่นและข้อจำกัดในตนเองโดยที่อาจจะเกี่ยวข้องกับประเภทของสื่อที่ใช้หรือเป้าหมายของการสื่อสาร เช่นในช่วงเวลากิจการพิเศษหรือภาวะเร่งด่วน หรือเมื่อต้องการระดมพลังเพื่อร่วมลงมือปฏิบัติการพร้อมๆกัน ก็อาจจะจำเป็นต้องใช้การสื่อสารแบบทางเดียว แต่หากต้องการระดมความคิดเห็นเพื่อแก้ไขปัญหา การสื่อสารแบบสองทางก็จะมีประสิทธิภาพมากกว่า ประเภทของการสื่อสารมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ ที่เข้าถึงคน

จำนวนมากในเวลาเดียวกัน มักจะเป็นรูปแบบการสื่อสารทางเดียว ในขณะที่บรรดาสื่อใหม่ๆ เช่น โทรศัพท์มือถือหรือ อินเทอร์เน็ตจะเอื้ออำนวยต่อการสื่อสารสองทาง

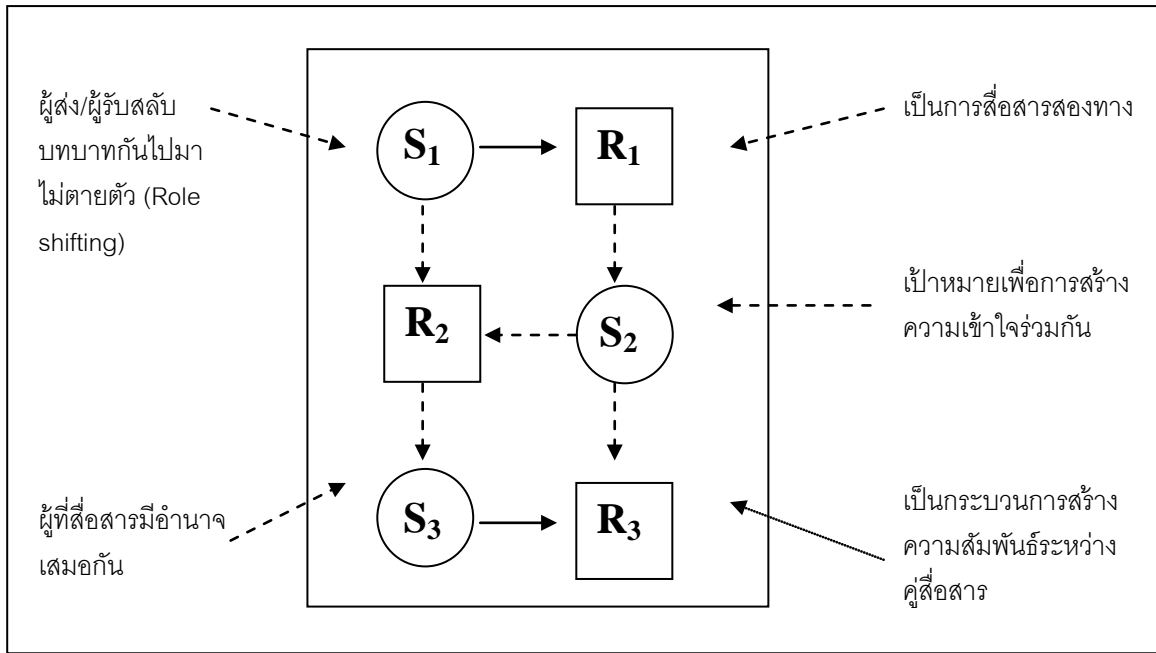
อีกทิศทางหนึ่งของการสื่อสาร คือ **แกนของการสื่อสาร** ซึ่งเป็นรูปแบบหรือแบบแผนของการสื่อสารที่แสดงการไหลเวียนของข่าวสาร ซึ่งแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ แกนตั้งหรือแกนตั้ง และแกนระนาบหรือแกนนอน การสื่อสารในแต่ละแกนนั้นจะถูกนำไปใช้ในกลุ่มหรือองค์กรแต่ละประเภท เช่น การสื่อสารในแนวดิ่งนั้นจะใช้มากในกลุ่มหรือองค์กรที่มีโครงสร้างแบบข้าราชการที่จะมีการถ่ายทอดข่าวสารลงมาตามลำดับชั้น การสื่อสารในแนวดิ่งมีข้อเด่นตรงที่สามารถควบคุมทิศทางการกระจายของข้อมูลข่าวสารได้สูง ส่วนการสื่อสารแนวระนาบนั้นเป็นรูปแบบที่ใช้ในองค์กรที่มีลักษณะเครือข่าย เนื่องจากคู่สื่อสารจะอยู่ในแนวระนาบเดียวกัน สำหรับเรื่องการสื่อสารการเกษตรนั้น ประเด็นที่น่าสนใจอาจจะอยู่ที่การตัดกันระหว่าง 2 แกนนี้ เช่น เมื่อหน่วยงานรัฐ (ซึ่งมีการสื่อสารในแนวดิ่ง) มาทำงานแบบเครือข่าย (เป็นการสื่อสารแนวระนาบ)

**3. แบบจำลองของการสื่อสาร** แบบจำลองเป็นภาพร่างแบบง่าย ๆ ที่ใช้แทนคำอธิบายที่สลับซับซ้อนของแนวคิดต่างๆ ในวิชาการสื่อสารมีการนำเสนอแบบจำลองของนักคิดนักทฤษฎีจำนวนมาก ในที่นี้ จะนำเสนอแบบจำลองการสื่อสารของ เจ ดับบลิว คาเรย์ (J.W. Carey, 1992) ที่เหมาะสำหรับการนำมาประยุกต์ใช้ในภาคปฏิบัติ

แบบจำลองการสื่อสารจากข้อเสนอของ เจ ดับบลิว คาเรย์ แบ่งแบบจำลองการสื่อสารออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ โดยแสดงคุณลักษณะที่แตกต่างกันระหว่างแบบจำลองการสื่อสารเชิงการถ่ายทอดข่าวสาร (Transmission Model) และแบบจำลองการสื่อสารเชิงพิธีกรรม (Ritualistic Model) ดังแสดงในภาพ



ภาพที่ 1.5 : แบบจำลองการสื่อสารเชิงการถ่ายทอดข่าวสาร (Transmission Model)(ที่มา : J.W. Carey, 1992)

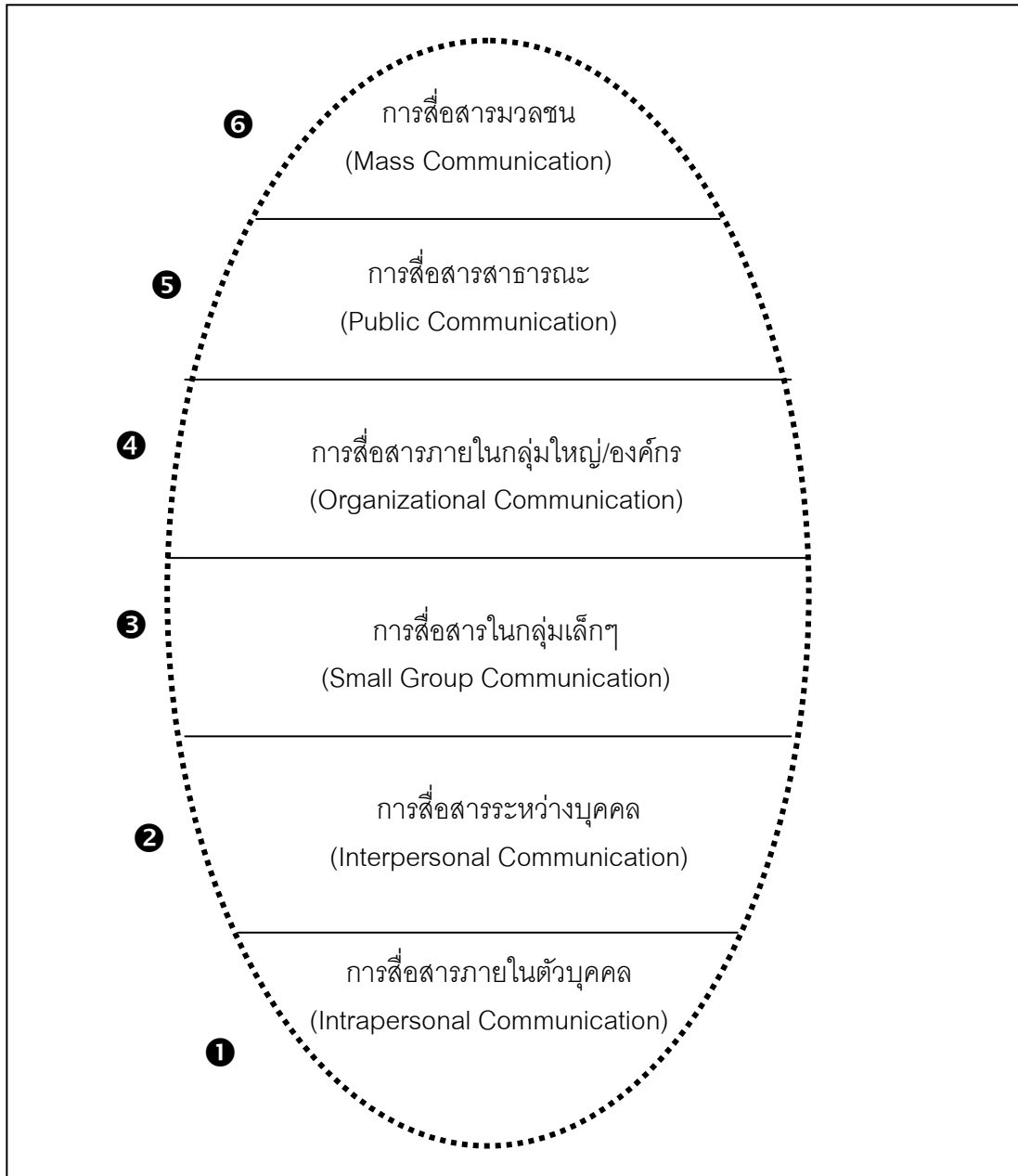


ภาพที่ 1.6 : แบบจำลองการสื่อสารเชิงพิธีกรรม (Ritualistic Model ) (ที่มา : J.W. Carey,1992)

จากแบบจำลองทั้งสองจะเห็นคุณลักษณะที่แตกต่างกันอย่างน้อย 5 ประการ กล่าวคือ แบบจำลองการสื่อสารเชิงการถ่ายทอดข่าวสารจะมีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบทางเดียว เป็นการถ่ายทอดข่าวสารจากผู้ส่งไปยังผู้รับ โดยผู้ส่งมีเป้าหมายที่จะโน้มน้าวชักจูงผู้รับสาร ดังนั้นฐานะของผู้ส่งสารจึงมีอยู่เหนือกว่าผู้รับสาร (เช่น มีความรู้มากกว่า) และการเล่นบทบาทเป็นผู้ส่งและผู้รับจะตายตัว ไม่มีการสับเปลี่ยนบทบาทกัน ตัวอย่างของการสื่อสารเชิงการถ่ายทอดข่าวสารก็เช่นรูปแบบการบรรยายของวิทยากรในการฝึกอบรม เป็นต้น

ส่วนแบบจำลองการสื่อสารเชิงพิธีกรรมนั้นมีคุณลักษณะที่แตกต่างไป เริ่มตั้งแต่เป็นการสื่อสารสองทางที่มีคู่สื่อสาร 2 ฝ่ายที่ต่างผลัดกันเล่นบทเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร ดังนั้นคู่สื่อสารทั้ง 2 ฝ่ายจึงมีอำนาจหรือสถานะที่เท่าเทียมกัน เป้าหมายของการสื่อสารมิใช่ต้องการโน้มน้าวชักจูงให้ฝ่ายใดค้ำจุนตาม หากแต่มีเป้าหมายเพื่อการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความคิดเห็น ประสบการณ์ หรืออารมณ์ความรู้สึก หรือมิฉะนั้นก็มีเป้าหมายเพื่อการสร้างหรือกระชับความสัมพันธ์ รูปแบบการสื่อสารที่คุ้นเคยกันในแบบจำลองนี้ ก็คือ การพูดคุยสนทนาระหว่างคนในครอบครัว เพื่อนร่วมงาน หรือเพื่อนบ้าน ปัจจุบันนี้ เราอาจรู้จักการสื่อสารเชิงพิธีกรรมนี้ในรูปแบบที่เฉพาะเจาะจงที่เรียกว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนั่นเอง

**4. ระดับของการสื่อสาร** การสื่อสารสามารถเกิดขึ้นได้ในหลายระดับ ตั้งแต่ระดับเล็กๆในวงแคบไปจนถึงระดับที่กว้างขวาง โดยทั่วไป มีการแบ่งการสื่อสารออกเป็น 6 ระดับ ในเรื่องการสื่อสารการเกษตรสามารถจะเกิดการสื่อสารได้ทั้ง 6 ระดับนี้ และเมื่อเปลี่ยนระดับการสื่อสารไปในแต่ละระดับ บรรดาคุณลักษณะต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร เช่น S - M - C - R ความยากง่ายในการสื่อสาร กฎระเบียบที่ควบคุม ฯลฯ ก็จะเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย ดังภาพที่ 1.7



ภาพที่ 1.7 : ระดับของการสื่อสาร

**ระดับที่ 1 : การสื่อสารภายในตนเอง** การสื่อสารระดับนี้ทั้งผู้ส่งและผู้รับสารก็คือคนๆเดียวกัน ตัวอย่างของการสื่อสารระดับนี้ เช่น การคิดในใจ การพูดกับตัวเอง การเขียนบันทึกประจำวัน การคิดทบทวนไตร่ตรองหลังจากทำบัญชีครัวเรือนของเกษตรกร การตั้งสติทำสมาธิ การเขียนไดอารี่ออนไลน์ ฯลฯ สำหรับการสื่อสารแบบนี้ ผู้สื่อสารจะมีอิสระเสรีมากเพราะเป็นการสื่อสารกับตัวเอง

**ระดับที่ 2 : การสื่อสารระหว่างบุคคล** การสื่อสารแบบนี้ ผู้ส่งสารและผู้รับสารเริ่มแยกเป็นคนละคน แต่ก็ยังมีปริมาณน้อยแบบหนึ่งต่อหนึ่ง เมื่อผู้ส่งและผู้รับมีจำนวนน้อย การสื่อสารก็อาจจะควบคุมได้ง่ายและมีประสิทธิภาพ เช่น การให้คำแนะนำของเจ้าหน้าที่เกษตรต่อเกษตรกรเป็นรายบุคคล เป็นต้น

**ระดับที่ 3 : การสื่อสารภายในกลุ่มเล็ก** การสื่อสารแบบนี้ ปริมาณของผู้ส่งและผู้รับเริ่มจะมีมากขึ้น ทำให้การจัดการเรื่องการสื่อสารเริ่มควบคุมได้ยากขึ้น ดังนั้นจึงต้องมีกฎกติกา มารยาทบางอย่าง เช่นในห้องเรียน ในการประชุมอบรม จะต้องมีการตั้งกฎว่า ต้องพูดทีละคน ผู้ที่จะพูดจะต้องขออนุญาตจากที่ประชุม เป็นต้น และเนื่องจากผู้รับสารมีจำนวนหลายคน จึงอาจจะเข้าใจไม่ตรงกัน และหากต้องการควบคุมเนื้อหา ก็อาจต้องใช้การสื่อสารมากกว่าหนึ่งรูปแบบ เช่น ทั้งพูดคุยและเขียนข้อสรุปบนกระดาน เป็นต้น

**ระดับที่ 4 : การสื่อสารในกลุ่มใหญ่ องค์กร ชุมชน** เมื่อเปรียบเทียบกับ การสื่อสารภายในกลุ่มเล็กมาเป็นการสื่อสารในกลุ่มใหญ่ ในองค์กร ในชุมชน ก็หมายความว่า ปริมาณของผู้สื่อสารและกลุ่มมีเพิ่มมากขึ้น และแต่ละกลุ่มก็อาจจะมีการสื่อสารที่ขัดแย้งกันหรือหนุนช่วยกัน กฎระเบียบในการสื่อสารจึงต้องมีมากขึ้น เช่น ต้องเปลี่ยนจากการพูดคุยตามธรรมชาติ มาเป็นการพูดคุยตามวาระประเด็นที่กำหนด เป็นการสื่อสารที่ต้องมีการจัดเตรียมล่วงหน้า เช่น การทำประชาคม การจัดเวทีเสวนา การจัดประชุมสัมมนา เป็นต้น

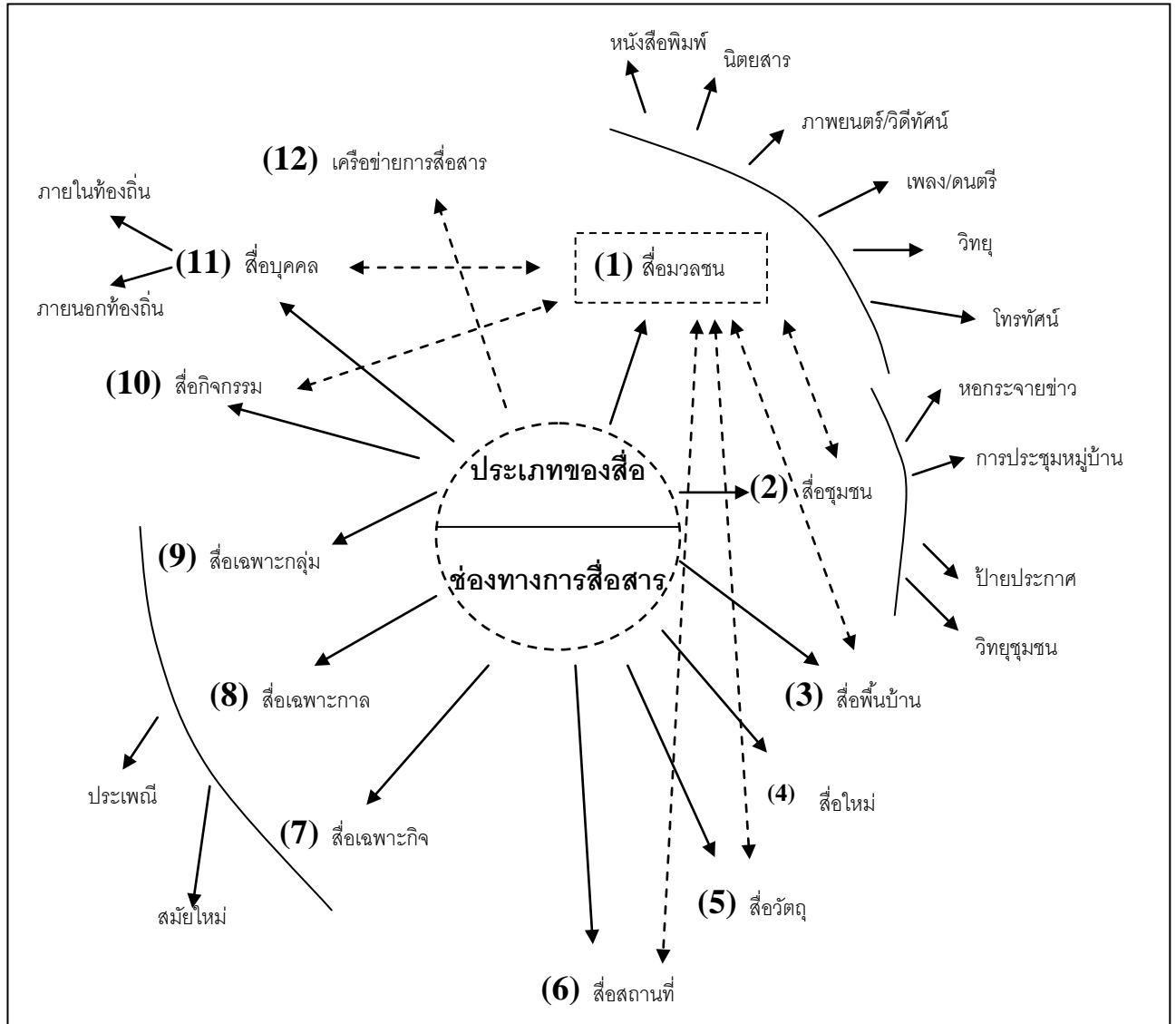
**ระดับที่ 5 : การสื่อสารสาธารณะ** หมายถึงการสื่อสารที่กลุ่มผู้รับสารมีจำนวนมากที่เรียกว่า “กลุ่มสาธารณะ” เช่น การหาเสียงปราศรัยของนักการเมือง การแสดงคอนเสิร์ตของนักร้อง การชุมนุมเสนอข้อเรียกร้องต่อรัฐบาล ฯลฯ สำหรับการสื่อสารสาธารณะที่มีผู้รับสารมากมายเช่นนี้ ผู้ส่งสารหรือกลุ่มผู้ส่งสารจะต้องมีการเตรียมเลือกเนื้อหาและออกแบบสารอย่างรัดกุมมากขึ้น เช่น นักการเมืองก็ต้องเตรียมร่างสุนทรพจน์ หรือนักร้องก็ต้องมีการซ้อมล่วงหน้าก่อน เป็นต้น และกฎกติกา มารยาทของการสื่อสารในที่สาธารณะก็ต้องมีมากขึ้น

**ระดับที่ 6 : การสื่อสารมวลชน** ความแตกต่างของการสื่อสารในระดับที่ 6 กับทุกระดับที่กล่าวมา ก็คือในการสื่อสารระดับที่ 1-5 ล้วนแล้วแต่เป็นการสื่อสารแบบเห็นหน้าเห็นตากัน แต่ทว่าการสื่อสารมวลชนนั้นเป็นการสื่อสารผ่านตัวกลางที่เป็นสื่อประเภทต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ และเนื่องจากจำนวนผู้รับสารมีปริมาณมากและเป็นการสื่อสารในที่สาธารณะ การสื่อสารมวลชนจึงมีกฎระเบียบและข้อบังคับของกฎหมายเข้ามาควบคุมอย่างมาก แต่ในเวลาเดียวกัน ก็เป็นรูปแบบการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อคนจำนวนมากในเวลาเดียวกันอย่างสูงเช่นกัน

**5. ประเภทของสื่อ** แม้ว่าโดยทั่วไปแล้ว เราอาจจะมีความเข้าใจว่า “สื่อที่มีอยู่เพียงไม่กี่ประเภท” เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ภาพลึง วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ แต่อันที่จริง สื่อนั้นมีประเภทที่หลากหลายมากดังที่แสดงอยู่ในภาพต่อไป นี้ และในการวางแผนเพื่อเลือกใช้สื่อแต่ละประเภทให้เหมาะสมกับเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมาย เนื้อหาสาระ วาระโอกาสนั้น เราก็จะทำการวิเคราะห์ “ข้อเด่นและข้อจำกัด” ของสื่อแต่ละประเภท เช่น สื่อกิจกรรมมีข้อเด่นตรงที่กระตุ้นความสนใจได้สูง เปิดโอกาสให้มีการเข้าร่วมด้วยการลงมือทำได้มาก (เช่น การจัดค่าย การดูงาน การจัดนิทรรศการ) แต่ก็มีเงื่อนไขที่ต้องมีการเตรียมการอย่างดี เนื่องจากดำเนินการในช่วงเวลาสั้นๆ และภายในพื้นที่อันจำกัด เป็นต้น

นอกจากนั้น เมื่อมีสื่อหลากหลายประเภทมาประชันกันเช่นนี้ นักวิชาการสื่อสารก็จะสนใจว่าจะบริหารจัดการสื่อ นานาประเภทนั้นได้อย่างไร เนื่องจากสื่อแต่ละประเภทมีสถานภาพที่แตกต่างกัน เช่น สื่อพื้นบ้านนั้นมีความเสี่ยงที่จะสูญหายหรือผิดเพี้ยน สื่อใหม่มีอนาคตที่รุ่งโรจน์และขยายตัว ท่ามกลางความหลากหลายเช่นนี้ หากปล่อยให้สื่อทั้งหลาย สัมพันธ์กันอย่างเป็นไปตามธรรมชาติ ก็อาจจะเกิดความสัมพันธ์ที่ขัดแย้งกัน เช่น เมื่อสื่อโทรทัศน์เข้าถึงชุมชน สื่อพื้นบ้าน

เช่น ค่าวชอ หนังสือตละสูง โนรา ก็ละสูญหายไป ดังนั้นจึงต้องมีการวางแผนบริหารจัดการให้สื่อเหล่านี้มีความสัมพันธ์ที่เกื้อกูลซึ่งกันและกัน หรือที่เรียกว่า “การบูรณาการสื่อ”



ภาพที่ 1.8 : ประเภทที่หลากหลายของสื่อ

**6. มิติเชิงเทคนิคของการสื่อสาร** เมื่อพิจารณาการสื่อสารในเชิงเทคนิค เราอาจจัดแบ่งมิติเชิงเทคนิคของการสื่อสารได้เป็นหลายวิธี เช่น การแบ่งประเภทของสื่อเป็น สื่อประเภทเสียง สื่อประเภทภาพ ความเจ็บ สื่อวัจนภาษา และอวัจนภาษา สื่อแบบใช้การพูดคุยหรือลายลักษณ์อักษร โดยที่สื่อแต่ละประเภทมีคุณสมบัติเชิงเทคนิคที่แตกต่างกัน รวมทั้งมีผลกระทบที่ต่างกันอย่างชัดเจนด้วย เช่น สื่อเสียงนั้นสามารถจะสร้างจินตนาการได้ดี แต่อาจจะสร้างการจดจำได้น้อยกว่าสื่อภาพ หรือสื่อภาพอาจจะสร้างความน่าเชื่อถือได้มากกว่าสื่อเสียง (เช่น ภาษิตไทยที่ว่าลิบปากว่าไม่เท่าตาเห็น) สำหรับเนื้อหาที่อธิบายพวกขั้นต้นดำเนินงาน การสื่อสารด้วยภาพจะช่วยให้เข้าใจมากกว่าสื่อเสียง เป็นต้น

**7. มิติเชิงการเคลื่อนไหวของการสื่อสาร** คุณลักษณะข้อนี้จะแสดงถึงคุณสมบัติในการเคลื่อนไหวเพื่อเข้าถึงผู้รับสาร และคุณสมบัติอื่น ๆ เช่น ความสม่ำเสมอที่ทำให้สามารถแบ่งประเภทของการสื่อสารออกได้เป็น 2 ประเภท คือ การสื่อสารเชิงรุก และการสื่อสารเชิงรับ ตัวอย่างของการสื่อสารเชิงรุกก็เช่น วิทยุ โทรทัศน์ ที่สามารถถูกเข้ามาส่งสารได้จนถึงห้องนอนของผู้รับสาร หรือในการรณรงค์ประเด็นการเกษตรในชนบทก็มักจะใช้รถแห่หรือรถวิ่งประกาศข่าวสารไปตามหมู่บ้านต่างๆ ส่วนตัวอย่างของสื่อเชิงรับก็เช่นแผ่นโปสเตอร์ที่ติดอยู่ตามศูนย์เทคโนโลยีการเกษตรต่างๆ สื่อเชิงรับนั้นแม้จะมีข้อจำกัดในแง่การเข้าถึงผู้รับสาร เนื่องจากเรียกร้องว่าผู้รับสารต้องเป็นฝ่ายเข้ามาหา แต่ก็มีจุดเด่นตรงความสม่ำเสมอแน่นอน (ถ้าเข้ามาดูก็จะพบอย่างแน่นอน) จุดเด่นนี้ก็คือจุดอ่อนของการสื่อสารเชิงรุกที่ไม่เสถียรนั่นเอง

การรู้จักคุณลักษณะหรือธรรมชาติของการสื่อสารเชิงรุกและเชิงรับช่วยให้เกิดการวางแผนสื่อที่ลดทอนข้อจำกัดและเสริมจุดเด่นของสื่อทั้ง 2 ประเภทได้มากขึ้น เช่น การทำโปสเตอร์ติดเอาไว้ (เป็นสื่อเชิงรับ) แต่ก็เอาข้อความในโปสเตอร์ไปทำเป็นสติ๊กเกอร์ซึ่งเป็นสื่อเชิงรุก เป็นต้น

**8. มิติเชิงเส้นกันพรมแดนของการสื่อสาร** หากจัดแบ่งการสื่อสารโดยใช้ “เส้นกันพรมแดน” เป็นเกณฑ์ ก็สามารถแบ่งขอบเขตของการสื่อสารได้เป็น 2 ภาคหรือช่วงจังหวะ ไม่ว่าหน่วยที่สื่อสารนั้นจะเป็นบุคคล กลุ่ม องค์กร สถาบัน ประเทศชาติ ฯลฯ ก็ตาม ภาคหรือจังหวะแรกเป็นช่วงเวลาที่หน่วยที่สื่อสารนั้นรับการสื่อสารเข้ามาที่เรียกว่า “การสื่อสารขาเข้า” ได้แก่ การฟัง การดูชม การอ่าน ของผู้รับสาร ส่วนภาคหรือจังหวะที่สองเป็นช่วงเวลาที่หน่วยการสื่อสารจะส่งข่าวสารออกไปที่เรียกว่า “การสื่อสารขาออก” ได้แก่ การพูด การเขียน การวาดภาพ การร้องเพลง ฯลฯ

สำหรับแนวคิดเรื่องการสื่อสารขาเข้าและขาออกนั้น เมื่อนำมาประยุกต์ใช้จะเน้นหลักการเรื่องความสมดุลระหว่างการสื่อสารทั้ง 2 ช่วง เพราะหากมีแต่การสื่อสารขาออกโดยไม่มีภาครับเข้ามา จะทำให้การสื่อสารขาออกไม่มีประสิทธิภาพ แนวคิดเรื่องความสมดุลระหว่าง 2 ภาคการสื่อสารนี้ตกผลึกอยู่ในความคิดของสังคมไทยในเรื่อง สุ-จิ-บุ-ดิ ความสามารถในการจัดสมดุลระหว่างการสื่อสารทั้ง 2 ภาคนี้เป็นส่วนหนึ่งของคุณสมบัติของสื่อบุคคลที่เรียกว่า “ความสามารถด้านการสื่อสาร” ซึ่งผู้นำชุมชนจะต้องมี

**9. เป้าหมายหรือบทบาทหน้าที่ของการสื่อสาร** ถึงแม้ว่าโดยทั่วไปแล้ว เราอาจจะคุ้นเคยกับแนวคิดที่ว่าเป้าหมายของการสื่อสารนั้นก็คือถ่ายทอดข่าวสาร อธิบายให้ความรู้ ให้ความบันเทิงผ่อนคลาย ฯลฯ อย่างไรก็ตาม ในภาคการปฏิบัติแล้ว เป้าหมายการสื่อสารแต่ละแบบยังสามารถถูกกำหนดได้อย่างมากมายหลากหลาย เช่น การสื่อสารเพื่อสร้างความชอบธรรม การสื่อสารเพื่อควบคุมการกระทำ การสื่อสารเพื่อช่มขวัญ การสื่อสารเพื่อให้กำลังใจ การสื่อสารเพื่อสร้างความไว้วางใจ ฯลฯ

และหากกล่าวเฉพาะเป้าหมายหรือบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารที่มีต่อเรื่องการพัฒนาแล้ว การสื่อสารก็จะต้องถูกมอบหมายบทบาทเฉพาะเพื่อรับใช้เป้าหมายของการพัฒนาแต่ละด้าน เช่น เมื่อสังคมไทยต้องการควบคุมจำนวนประชากร การสื่อสารทุกประเภททั้งสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ สื่อพื้นบ้าน เช่น หนังสือ หอมล้า คำวซอ ฯลฯ ก็จะถูกเรียกร้องให้เข้ามาช่วยงานรณรงค์ประเด็น “ลูกมากจะยากจน” ด้วย เป็นต้น

**10. ความยั่งยืนของการสื่อสาร** เนื่องจากในแบบจำลอง S - M - C - R นั้น องค์ประกอบที่จะต่อเชื่อมไปถึงผู้รับสารนั้นคือ **ช่องทางในการสื่อสาร** ซึ่งอาจจะหมายถึงตัวสื่อ กาลเวลา และพื้นที่ มิติเรื่องกาลเวลาและพื้นที่ของช่อง

ทางการสื่อสารนั้น หากพิจารณาให้เชื่อมโยงกับประเด็นเรื่อง “หลักประกันความยั่งยืนของการเกิดการสื่อสาร” อาจพิจารณาได้เป็น 2 แบบแผน คือ ช่องทางแบบชั่วคราว และช่องทางแบบประจำ ซึ่งในแต่ละช่องทางนั้นจะมีคุณลักษณะเฉพาะตัวที่ต้องคำนึงถึงเมื่อบริหารจัดการการสื่อสาร เนื่องจากการมีช่องทางการสื่อสารแบบประจำ (เช่นการประชุมประจำเดือนของหมู่บ้าน) จะเป็นหลักประกันความยั่งยืนของการสื่อสารได้

**11. กลยุทธ์การสื่อสาร** หากแบ่งประเภทของการสื่อสารโดยใช้เรื่อง “ความตั้งใจ” และ “การออกแบบวางแผน” เป็นเกณฑ์ เราก็อาจจะแบ่งประเภทการสื่อสารออกได้ง่ายๆเป็น 2 แบบ แบบแรกคือการสื่อสารที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ มิได้มีการวางแผนหรือออกแบบไว้ล่วงหน้า เช่น การพูดคุยสนทนาในครอบครัว ส่วนแบบที่สองคือ การสื่อสารที่เกิดขึ้นโดยมีการออกแบบหรือวางแผนล่วงหน้าว่า จะมีใครเป็นกลุ่มเป้าหมาย จะวางเป้าหมายอะไร จะออกแบบสารอย่างไร จะเลือกสื่ออะไร จะเลือกวิธีการอะไรไปบรรลุเป้าหมายกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ จะบูรณาการสื่อประเภทใดบ้าง การสื่อสารในรูปแบบที่สองนี้เรียกว่าเป็นกลยุทธ์การสื่อสาร

**12. มิติเชิงเศรษฐกิจ-การเมือง-วัฒนธรรม-สังคมของการสื่อสาร** ดังที่ได้กล่าวมาบ้างแล้วถึงมิติเชิงเทคนิคของการสื่อสารซึ่งเป็นมิติที่มองเห็นได้ง่ายที่สุด รวมทั้งการสื่อสารนั้นก็ไม่ได้เกิดขึ้นในสุญญากาศ หากทว่าจะต้องมีบริบทแวดล้อมโดยรอบ ในบริบทที่แวดล้อมการสื่อสารในวงรอบแรกที่เห็นได้ชัดก็คือ เรื่องกาลและเทศะ (เวลา พื้นที่-สถานที่) ซึ่งคนไทยมีความสำนึกในเรื่องดังกล่าวอยู่ (เช่น จะพูดอะไรให้หัดดูกาลเทศะบ้าง) และนอกเหนือจากบริบทในวงรอบแรกนี้แล้ว ในขอบเขตที่กว้างขวางออกมา ในการสื่อสารทุกระดับที่กล่าวมาก็ยังมีมิติเชิงเศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรมและสังคมเป็นบริบทแวดล้อมอยู่เสมอ ในระดับของการสื่อสารภายในบุคคลและการสื่อสารระหว่างระหว่างบุคคล อาจจะมองเห็นอิทธิพลของปัจจัยด้านสังคม-วัฒนธรรมได้ชัดเจน เช่น คำสรรพนามที่ผู้ใหญ่นับถือผู้คุยด้วยกัน ส่วนในระดับที่สูงขึ้นมา เช่น การสื่อสารมวลชน มิติเศรษฐกิจและการเมืองก็จะโดดเด่นขึ้นมา อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารระดับใด ก็ล้วนแล้วแต่มีมิติเศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม สังคมเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยทั้งสิ้น

จากที่กล่าวมา สามารถสรุปได้ว่า แม้ว่าความหมายพื้นฐานของการสื่อสารจะมีองค์ประกอบพื้นฐาน 4 ส่วน คือ ผู้ส่งสาร ผู้รับสาร เนื้อหาสาร สื่อหรือช่องทางการสื่อสาร แต่จากที่ทัศนะที่แตกต่างกันของนักวิชาการด้านการสื่อสาร ทำให้ในรายละเอียดของคุณลักษณะย่อยๆของการสื่อสาร ไม่ว่าจะแบบจำลองการสื่อสาร เป้าหมาย ฯลฯ มีความแตกต่างกันออกไป

### เรื่องที่ 1.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

#### ความหมายของ “การสื่อสารเพื่อการพัฒนา”

คำว่า “การสื่อสารเพื่อการพัฒนา” นั้น แปลเป็นภาษาอังกฤษว่า “Communication for Development” ซึ่งมักจะรู้จักกันในชื่อเรียกสั้นๆว่า “การสื่อสารพัฒนาการ” (Development communication) แนวคิดนี้เพิ่งถือกำเนิดเป็นที่รู้จักแพร่หลายเมื่อประมาณ 50 ปีที่ผ่านมา คือ ในช่วงปี ค.ศ. 1960 ซึ่งสหประชาชาติประกาศว่าเป็นทศวรรษแรกของการพัฒนา

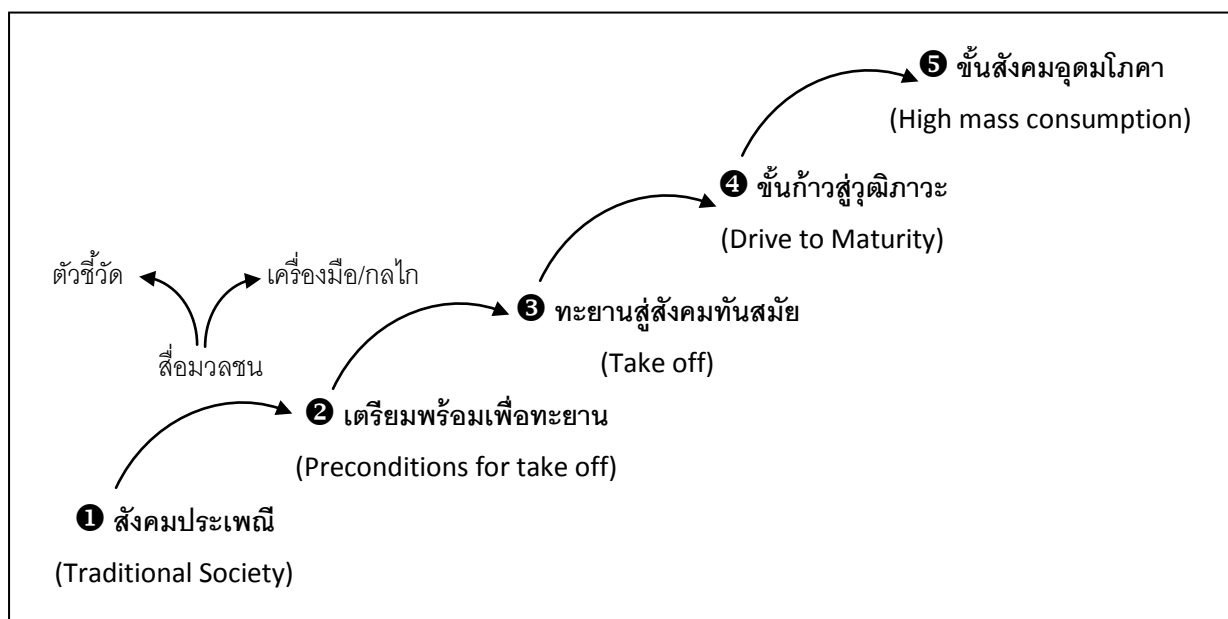
และดังที่ได้เกริ่นมาข้างต้นบ้างแล้วว่า การสื่อสารเพื่อพัฒนานั้นถือได้ว่าเป็นสาขาย่อยสาขาหนึ่งของวิชาการสื่อสาร ดังนั้นในด้านหนึ่ง การสื่อสารเพื่อพัฒนาจึงมี**คุณลักษณะร่วม**กับการสื่อสารประเภทอื่นๆดังที่ได้กล่าวถึงคุณลักษณะของการสื่อสารไปแล้ว แต่ในอีกด้านหนึ่ง การสื่อสารเพื่อพัฒนาก็จะมี**คุณลักษณะพิเศษเฉพาะตัว**ของตนเอง เช่น หากเป็นการสื่อสารเพื่อพัฒนาการเกษตร องค์ประกอบที่เป็นส่วนของ**เนื้อหาสาระ** ก็ต้องว่าด้วยเรื่องของการเกษตรเป็นการเฉพาะ หรือ**เป้าหมาย**ของการสื่อสารการเกษตรก็คงจะไม่ใช่เรื่องของการใช้สื่อเพื่อมุ่งให้ความบันเทิงเป็นหลัก แต่คงเป็นการใช้การสื่อสารเพื่อปรับปรุงผลผลิตหรือชีวิตความเป็นอยู่ของเกษตรกรหรือผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ด้านการเกษตร หรือเรียกร้องให้มีการวางนโยบายด้านการพัฒนาการเกษตรให้มีความยั่งยืนมากกว่า และเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงเนื้อหาและเป้าหมายดังกล่าว ก็จะส่งผลกระทบต่อไปถึงคุณลักษณะอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นผู้ที่จะเข้ามาเป็นผู้ส่งสารหรือผู้รับสาร รวมทั้งประเภทของสื่อที่จะนำมาใช้

สำหรับที่มาของคำนิยามของ “การสื่อสารเพื่อพัฒนา” นั้น เมลโกต และสติฟส์ (S.R. Melkote & H.L. Steeves ,2000) ได้สำรวจต้นกำเนิดของคำนิยามดังกล่าวว่า แนวคิดเรื่องการสื่อสารเพื่อพัฒนานั้น เป็นแนวคิดที่ต่อยอดมาจากประสบการณ์ครั้งแรกรวมของการพัฒนาที่เกิดขึ้นในประเทศเยอรมันช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 (ปี ค.ศ. 1945) เนื่องจากเยอรมันเป็นประเทศที่พ่ายแพ้สงคราม บ้านเมืองจึงตกอยู่ในสภาพเสียหายอย่างหนัก สหรัฐอเมริกาจึงได้จัดทำแผนการฟื้นฟูประเทศเยอรมันและยุโรปที่รู้จักกันในนามของ “แผนการมาร์แชล” (Marshall Plan) และนำไปทดลองใช้ ผลปรากฏว่ายุโรปฟื้นฟูประเทศได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้น ในปี ค.ศ. 1949 ประธานาธิบดีทรูแมนแห่งสหรัฐจึงเห็นชอบที่จะนำแนวคิดในการพัฒนาดังกล่าวมาใช้ในการพัฒนาประเทศโลกที่สาม ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเทศที่ล้าหลัง ยากจน อ่อนแอ เนื่องจากเพิ่งปลดปล่อยตนเองออกจากลัทธิอาณานิคมตะวันตกในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2

แนวคิดเรื่องการพัฒนาในยุคแรกของโลกตะวันตกนี้วางอยู่บนทฤษฎีวิวัฒนาการของชาร์ลส์ ดาร์วินที่ประยุกต์มาใช้กับเรื่องของสังคม ทฤษฎีการพัฒนาที่เป็นกระแสหลักของโลกตะวันตกกล่าวว่า ประเทศทั้งหลายในโลกมีความเจริญก้าวหน้าทันสมัยแตกต่างกันเป็นขั้นบันได เหมือนลำดับขั้นวิวัฒนาการของสิ่งมีชีวิต ประเทศที่อยู่ในบันไดขั้นที่สูงกว่า (เช่น สหรัฐ ยุโรป) ก็มีความเจริญก้าวหน้ามากกว่าประเทศที่อยู่ในบันไดขั้นล่างเช่นประเทศโลกที่สาม แต่ทว่า สหรัฐและประเทศในยุโรปเองก็เคยด้อยพัฒนามาก่อนในอดีต หากทว่าเมื่อใส่กระบวนการพัฒนาเข้าไปก็สามารถที่จะได้ลำดับขั้นขึ้นมาได้ตามลำดับ ดังนั้น ประเทศในโลกที่สามจึงสามารถพัฒนาตนเองให้เจริญได้เช่นเดียวกับที่สหรัฐและยุโรปได้เคยผ่านมาแล้ว

แนวคิดดังกล่าวถูกแปรมาเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้นว่า การขึ้นบันไดแต่ละขั้นนั้นต้องทำอะไรโดยนักเศรษฐศาสตร์อเมริกันชื่อ รอสทาว ( W. Rostow,1960) ที่นำเสนอแบบจำลอง 5 ขั้นตอนที่ก้าวจากสังคมที่มีเศรษฐกิจแบบประเพณีมาสู่ระบบเศรษฐกิจอุตสาหกรรมที่ทันสมัยในหนังสือชื่อ *The Stages of Economic Growth* (1960) ขั้นทั้ง 5 เริ่มจาก ขั้นสังคมประเพณี ขึ้นเตรียมพร้อมเพื่อทะยาน ขึ้นทะยาน ขึ้นก้าวสู่วุฒิภาวะ และขั้นสุดท้ายคือสังคมที่มีความอุดมสมบูรณ์ด้านการบริโภค และจากบันไดขั้นตอนความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจดังกล่าว เลินเนอร์ (D. Lerner,1958) นักวิชาการด้านการสื่อสารพัฒนาการ ได้นำไปทำวิจัยปฏิบัติการในประเทศโลกที่สาม เพื่อแสวงหาบทบาทของการสื่อสารเพื่อพัฒนา ดังที่ปรากฏอยู่ในหนังสือชื่อ *The Passing of The Traditional Society* (1958) ในหนังสือเล่มนี้ เลินเนอร์

ได้นำเสนอข้อสรุปเกี่ยวกับการสื่อสารอย่างชัดเจนว่า สื่อมวลชนจะทำหน้าที่เป็นทั้งตัวชี้วัด (Indicator) ว่าสังคมของเรา กำลังอยู่ในขั้นใดขั้นไหน เช่น จำนวนคนอ่านหนังสือพิมพ์ ปริมาณที่นั่งในโรงพยาบาล จำนวนเครื่องรับวิทยุ ฯลฯ และเป็นทั้งเครื่องมือ (Tool/Agent) ที่จะช่วยผลักดันให้สังคมโลกที่สามก้าวขึ้นไปสู่ความทันสมัย และนี่น่าจะเป็นคำนิยามที่ชัดเจนที่สุดของ “การสื่อสารเพื่อการพัฒนา” ที่ว่า การสื่อสาร (ซึ่งในยุคแรกนั้นหมายถึงสื่อมวลชนเป็นส่วนใหญ่) จะเล่นบทบาทเป็นทั้งตัวชี้วัดและเป็นเครื่องมือหรือกลไกเพื่อพัฒนาประเทศไปสู่ความทันสมัยนั่นเอง



ภาพที่ 1.9 : ขั้นตอนความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (ที่มา : W. Rostow, 1960)

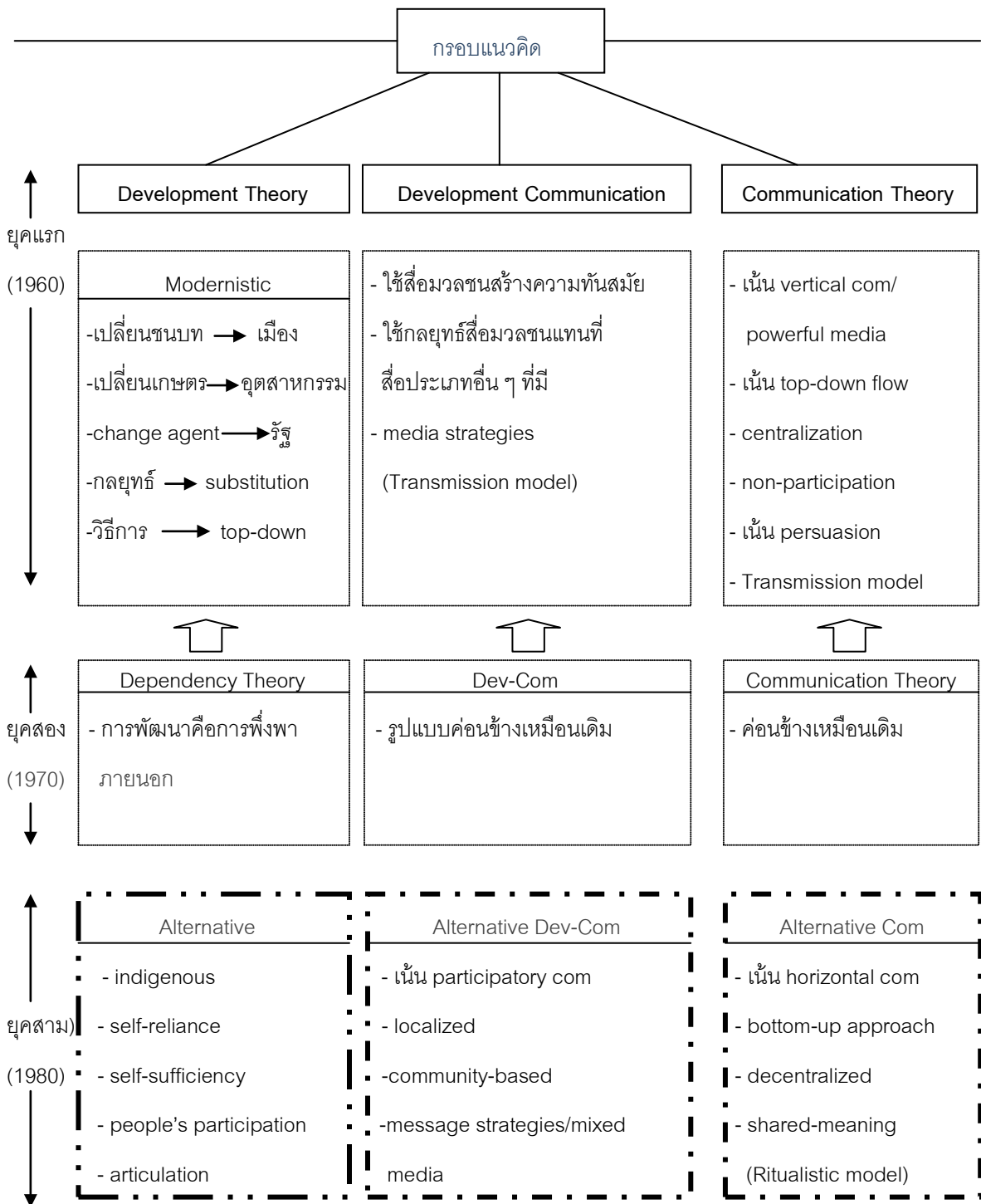
### พัฒนาการของแนวคิดเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

ในเนื้อหาของเรื่อง 1.1.1 และ 1.1.2 เราได้เห็นแล้วว่า แนวคิดและคำนิยามทั้งของการพัฒนาและการสื่อสารนั้น มิได้มีเพียงความหมายเดียวเท่านั้น หากทว่า ทั้ง 2 แนวคิดล้วนมีความหลากหลาย อยู่ภายใต้หลายกระบวนทัศน์ (paradigm) และแปรเปลี่ยนไปในแต่ละช่วงเวลาหรือยุคสมัย ดังนั้น คำนิยามของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่ได้กล่าวมานั้น จึงเป็นเพียงความหมายหนึ่งที่อยู่ภายใต้กระบวนทัศน์กระแสหลัก

และเมื่อใดที่แนวคิดแม่บทคือ การพัฒนาและการสื่อสารมีการเปลี่ยนแปลงไปไม่ว่าจะเป็นฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งหรือ ทั้ง 2 ฝ่าย เมื่อนั้น วิชาลูกผสมเช่นการสื่อสารเพื่อพัฒนา ก็ต้องพลอยแปรเปลี่ยนไปด้วยเช่นกัน โดยสูตรผสมของการเปลี่ยนแปลงอาจจะออกมาได้หลายแบบแผน เช่น แนวคิดการพัฒนาเป็นกระบวนทัศน์ใหม่แล้ว เช่น กระบวนทัศน์ทางเลือกเพื่อการพัฒนา แต่แนวคิดด้านการสื่อสารยังเป็นแบบเดิมๆ (เช่น ยังเป็นแบบจำลองการสื่อสารเชิงการถ่ายทอดข่าวสาร) หรือเป็นแบบใหม่ทั้งกระบวนทัศน์การพัฒนาและกระบวนทัศน์การสื่อสาร เป็นต้น

ในภาคปฏิบัติการที่เป็นจริง เมลโกต (S.R. Melkote, 1991) ได้ประมวลพัฒนาการของแนวคิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนา โดยแบ่งตามยุคของทศวรรษแห่งการพัฒนาเอาไว้เป็น 3 ยุคใหญ่ๆ รวมทั้งได้แสดงให้เห็นว่า แนวคิดเรื่องการ

สื่อสารเพื่อการพัฒนาในแต่ละยุคจะออกมาเป็นอย่างไรนั้น ก็ขึ้นอยู่กับแนวคิดตัวพ่อ คือ การพัฒนา และแนวคิดตัวแม่ คือ การสื่อสารในแต่ละยุคสมัยนั่นเอง



ภาพที่ 1.10 : สามยุคสมัยของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

ยุคที่หนึ่ง เป็นทศวรรษแรกของการพัฒนา คือ ทศวรรษ 1960 กระบวนทัศน์หลักเรียกว่าทฤษฎีความทันสมัย (Modernization Theory) ในช่วงเวลานี้ แนวคิดการพัฒนานี้เป็นเนื้อหาที่การสื่อสารจะนำไปใช้ การพัฒนาจะหมายถึงการทำประเทศด้อยพัฒนาให้ทันสมัยด้วยการทำให้เหมือนประเทศพัฒนาแล้ว ซึ่งหมายถึงสหรัฐอเมริกาหรือยุโรปบางประเทศ

ซึ่งขึ้นไปยืนรอกอยู่บนชั้นสุดท้ายของบันไดแห่งวิวัฒนาการเชิงสังคมที่ได้กล่าวมา คุณลักษณะสำคัญของประเทศพัฒนาแล้ว คือ เปลี่ยนสังคมชนบทให้เป็นสังคมเมือง ในกรณีประเทศไทย เมื่อเริ่มแผนพัฒนาเศรษฐกิจฯ แผนแรกเป็นต้นมา สังคมไทยจึงเกิดเมืองใหญ่ๆเพิ่มมากขึ้น เช่น เชียงใหม่ ขอนแก่น สงขลา เป็นต้น

และส่วนที่กระทบภาคเกษตรอย่างมาก คือ กระบวนการทำประเทศให้ทันสมัยนั้นจะต้องเปลี่ยนสังคมเกษตรให้เป็นสังคมอุตสาหกรรม เนื่องจากภาคเกษตรแบบดั้งเดิมนั้นถูกรับรู้ว่าเป็นคุณลักษณะของความล้าหลัง หรือหากจะเป็นการทำเกษตร ก็ต้องเป็นเกษตรแบบอุตสาหกรรมที่มีการใช้เครื่องจักร ใช้ปุ๋ยและสารเคมีแบบการเกษตรในประเทศพัฒนาแล้ว ผู้ที่เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงนี้ คือ ภาครัฐ ยุทธศาสตร์ที่นำมาใช้ในการพัฒนา คือ การแทนที่หรือการเอาของใหม่มาแทนที่ของเดิม หมายถึงการกวาดของเดิมที่ประเทศด้อยพัฒนาเคยมีอยู่ทิ้งไป (เช่น การใช้ควายไถนา การใช้แรงงานคนทำการเกษตร) แล้วนำของใหม่เข้ามาแทนที่ (การใช้รถไถ การใช้เครื่องจักรกลการเกษตร)

ในส่วนของแนวคิดด้านการสื่อสารนั้น เนื่องจากผู้นำการเปลี่ยนแปลงคือภาครัฐ ดังนั้น รูปแบบการสื่อสารที่เป็นไปไปตามต้นฉบับของทฤษฎีความทันสมัย ก็ต้องเป็นการสื่อสารตามแบบจำลองการถ่ายทอดข่าวสารที่มีทิศทางเป็นการสื่อสารทางเดียว และเป็นแกนตั้ง คือ ข่าวสารจะไหลจากเจ้าหน้าที่เกษตรไปสู่เกษตรกร โดยมีเป้าหมายเพื่อการโน้มน้าวใจให้เกษตรกรเปลี่ยนแปลงวิถีการผลิต เช่น เปลี่ยนจากการใช้ข้าวพันธุ์พื้นเมืองมาเป็นข้าวพันธุ์ใหม่ที่ให้ผลผลิตสูงกว่าตามแนวคิดการพัฒนาเรื่องความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ เป็นต้น ส่วนประเภทสื่อที่นำมาใช้ก็คือ สื่อมวลชนซึ่งมีภาพลักษณ์ว่าเป็นสื่อที่ทันสมัยที่ต้องนำมาใช้ “แทนที่” สื่อประเภทอื่นๆที่ล้าสมัย เช่น สื่อพื้นบ้าน สื่อบุคคล กลยุทธ์ด้านการสื่อสารที่ถูกเน้นในยุคสมัยแรกนี้จึงเป็น “กลยุทธ์ด้านสื่อ” คือ การให้ความสนใจว่า สื่อประเภทใดจะใช้เผยแพร่และโน้มน้าวใจได้ดีที่สุด ด้วยเหตุนี้ ผลงานวิจัยด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมการเกษตรในยุคแรกๆจึงมักตั้งโจทย์เพื่อตอบคำถามเรื่อง “ประเภทของสื่อ” มากกว่า “ประเภทของเนื้อหา” เช่น เจ้าหน้าที่เกษตรจะเลือกสื่อประเภทใดเพื่อใช้ในการส่งเสริมการเกษตร เป็นต้น

**ยุคที่สอง** หลังจากทศวรรษแรก 1960 ของการพัฒนาผ่านพ้นไป แม้ว่าผลที่เกิดจากการพัฒนานั้นจะมีหลายอย่างที่ เป็นไปตามความคาดหมาย แต่ก็มีผลด้านลบเกิดขึ้นพร้อมๆกัน เช่น ช่องว่างระหว่างคนรวย-คนจนขยายตัวมากขึ้น กลุ่มประเทศที่ได้รับผลกระทบด้านลบอย่างมากเนื่องจากเกิดความล้มเหลวและวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจอย่างรุนแรง ได้แก่บรรดาประเทศในลาตินอเมริกา เช่น บราซิล อาร์เจนตินา ฯลฯ บรรดาประเทศเหล่านี้จึงได้ทำการวิเคราะห์เหตุของความล้มเหลว และพบว่า ความหมายและแนวคิดของการพัฒนาตามกระบวนการทัศน์กระแสหลัก คือ ทฤษฎีความทันสมัยนั่นเองเป็นสาเหตุหลัก

ด้วยเหตุนี้ นักวิชาการลาตินอเมริกาจึงได้นำเสนอแนวคิดใหม่ของการพัฒนา ทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับมากที่สุดได้แก่ทฤษฎีการพึ่งพาที่มีองเดร กุนเดอร์ แฟรงก์ (Andre Gunder Frank) เป็นผู้นำเสนอ ทฤษฎีนี้วิเคราะห์ว่า ความยากจนในประเทศโลกที่สามนั้นเป็นผลพวงมาจากการที่โลกที่สามไปพึ่งพาทั้งความรู้และความคิดในการพัฒนา ทั้งเงินทุน เครื่องจักร วัสดุอุปกรณ์ ผู้เชี่ยวชาญ ฯลฯ จากประเทศที่พัฒนาแล้ว ซึ่งมาในรูปแบบของ “การกู้ยืมเงิน” หรือมาในรูปแบบของ “การช่วยเหลือ” แต่แท้จริงแล้ว ก็เป็นรูปแบบอำพรางของการเอารัดเอาเปรียบและช่วยเหลือมากกว่า ที่อยู่ในบทรูปที่ว่า “เป็น

การพัฒนาความด้อยพัฒนา” ดังนั้น หากประเทศโลกที่สามต้องการจะพัฒนาตนเองอย่างแท้จริงแล้ว ก็ต้องตัดขาดการพึ่งพาจากภายนอก มาสู่การพึ่งพาตนเอง

แม้ว่าในฟากฝั่งของแนวคิดเรื่องการพัฒนาอาจจะปรับเปลี่ยนไปบ้างแล้ว แต่ทว่าในด้านการสื่อสารนั้น ในช่วงทศวรรษ 1970 นี้ยังเป็นช่วงเวลาของการแสวงหาแนวทางใหม่ๆของการสื่อสาร ดังนั้น สูตรผสมของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาในยุคที่สองจากทฤษฎีการพึ่งพาจึงเป็นรูปแบบของ “แนวคิดใหม่ด้านการพัฒนา แต่ยังใช้รูปแบบการสื่อสารที่ค่อนข้างเหมือนเดิม”

ในส่วนของทฤษฎีความทันสมัยกระแสหลักนั้น ในทศวรรษที่สองของการพัฒนานี้ ในแง่แนวคิดด้านการพัฒนา นั้นยังไม่มีมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงไปมากนัก โดยยังคงถือว่า แนวคิดการพัฒนาประเทศให้ทันสมัยนั้นเป็นแนวทางที่ถูกต้องแล้ว เพียงแต่ยังได้ผลไม่สมบูรณ์ ทว่าในฟากฝั่งของการสื่อสารนั้นได้มีการพัฒนาปรับเปลี่ยนไป เนื่องจากสื่อมวลชนสมัยใหม่ยังไม่สามารถทำหน้าที่ตามที่คาดหวังเอาไว้ได้ ดังนั้น นักสื่อสารเพื่อการพัฒนาบางท่าน เช่น เอเวอเรต โรเจอร์ส จึงได้นำเสนอกระบวนการที่ปรับปรุงใหม่ คือ การสื่อสารเพื่อการแพร่กระจายนวัตกรรมที่กล่าวถึงความจำเป็นที่จะต้องปรับเปลี่ยนจากกลยุทธ์การนำเอาสื่อมวลชนสมัยใหม่มาแทนที่สื่อดั้งเดิมที่เคยมีอยู่ โรเจอร์สเสนอให้มีการบูรณาการหรือใช้กลยุทธ์การผสมผสานทั้งสื่อมวลชนสมัยใหม่กับสื่อดั้งเดิมที่เคยมีอยู่ตามขั้นตอนแต่ละขั้นของการยอมรับนวัตกรรม

**ยุคที่สาม** สำหรับทศวรรษที่ 3 ของการพัฒนาคือทศวรรษ 1980 นี้ หลังจาก 2 ทศวรรษแห่งการพัฒนาได้ผ่านไป บรรดาประเทศโลกที่สามต่างก็ได้ข้อพิสูจน์ถึงข้อจำกัดต่างๆของแนวคิดของการพัฒนากระแสหลักและทฤษฎีความทันสมัย เช่น การเน้นแต่ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยหลงลืมคุณภาพชีวิตของประชาชน การเน้นระบบอุตสาหกรรมที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การขยายตัวของช่องว่างระหว่างคนรวยคนจนที่เพิ่มมากขึ้นและส่งผลให้เกิดปัญหาความขัดแย้งในสังคม ฯลฯ ดังนั้น ในยุคที่สามนี้ บรรดาประเทศในโลกลที่สามรวมทั้งประเทศไทยที่ต้องประสบกับภาวะวิกฤติทั้งด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคมและวัฒนธรรมตลอดช่วง 3 ทศวรรษแห่งการพัฒนา จึงได้เริ่มทบทวนและแสวงหาแนวทางใหม่ที่เรียกว่า “กระบวนการแบบทางเลือก”ของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

แม้ว่าในแต่ละประเทศจะมีข้อเสนอเกี่ยวกับการพัฒนาแบบทางเลือกที่เป็นแบบฉบับของตนเอง แต่ทว่า กระบวนการแบบทางเลือกส่วนใหญ่ก็จะมีจุดร่วมกันอยู่ 3-4 ประการ คือ ประการแรก ต้องยกเลิกความคิดที่ไปเข้าแถวไต่บันไดดาราของทฤษฎีวิวัฒนาการเชิงสังคมตามข้อเสนอทฤษฎีความทันสมัย กล่าวคือ ประเทศโลกที่สามไม่จำเป็นต้องไปเลียนแบบใช้เส้นทางเดียวกับประเทศที่พัฒนาแล้ว แต่ควรที่จะสร้างสรรค์ทฤษฎีการพัฒนาของตนเองขึ้นมา ตัวอย่างของประเทศไทยก็เช่น ทฤษฎีเศรษฐกิจแบบพอเพียง ต้องเน้นการพึ่งพาตนเอง เป็นอันดับแรก ไม่ว่าจะเป็นการพึ่งพาด้านภูมิปัญญา (เช่น การย้อนไปหาแนวคิดเรื่องการทำเกษตรอินทรีย์) ด้านเงินทุน (เช่น การก่อตั้งสถาบันการออมแห่งชาติขึ้นมาในประเทศไทย) การพึ่งตนเองด้านวัตถุดิบ (เช่น การฟื้นฟูการใช้สมุนไพร) เป็นต้น

นอกจากนั้น การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ คือ การเปลี่ยนแปลงในฟากฝั่งของการสื่อสาร เพราะนับตั้งแต่กลางทศวรรษ 1970 ในระดับโลก องค์กรที่ทำงานระดับประเทศ เช่น สหประชาชาติได้เริ่มนำแนวคิดเรื่อง “การมีส่วนร่วมของประชาชน” ในทุกกิจกรรมและทุกมิติของสังคมมาเผยแพร่ ดังนั้น ในแวดวงวิชาการด้านการสื่อสารจึงได้เริ่มรับเอา

แนวคิดเรื่องการมีส่วนร่วมเข้ามาในเรื่องกระบวนการสื่อสาร และส่งผลกระทบต่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนกระบวนการทัศน์จากแบบจำลองการสื่อสารเชิงการถ่ายทอดข่าวสาร มาสู่แบบจำลองการสื่อสารเชิงพิธีกรรมที่เน้นการสื่อสารแบบสองทางและเป็นแกนนอนหรือแกนระนาบ เช่น การสื่อสารระหว่างเกษตรกรด้วยกัน เป็นการสื่อสารจากล่างขึ้นบนและมีลักษณะกระจายตัว เป้าหมายของการสื่อสารมิใช่การโน้มน้าวชักจูง หากแต่เป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูล ความรู้ ความคิดเห็น หรือสร้างความเข้าใจร่วมกัน รูปแบบการสื่อสารในกระบวนการทัศน์ใหม่นี้ที่เห็นได้อย่างชัดเจนที่สุด คือ รูปแบบเครือข่ายการสื่อสาร หรือการสื่อสารผ่านสื่อใหม่ เช่น อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์มือถือ Social media ซึ่งเป็นรูปแบบสื่อที่เอื้ออำนวยต่อการสื่อสารแบบสองทางมากที่สุด

### บทบาทหน้าที่ของการสื่อสารต่อการพัฒนา

ดังได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า คุณลักษณะเฉพาะตัวของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่ทำให้แตกต่างไปจากการสื่อสารประเภทอื่นๆ คุณลักษณะแรกก็คือ ลักษณะเนื้อหาของสื่อสารประเภทนี้ที่จะเกี่ยวข้องกับเรื่องการพัฒนาในด้านต่างๆเป็นหลัก และคุณลักษณะที่สำคัญประการต่อไปก็คือ การมอบหมายบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารที่มีต่อการพัฒนานั้นเอง

นับตั้งแต่เริ่มทศวรรษแรกของการพัฒนา ต่อเนื่องมาจนถึงทศวรรษที่สองของการพัฒนา ได้มีการมอบหมายบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารที่พึงจะมีต่อกระบวนการพัฒนาสังคม อย่างไรก็ตาม เมื่อกระบวนการทัศน์เรื่องสื่อสารเพื่อการพัฒนาได้ปรับเปลี่ยนไป การมอบหมายบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารต่อการพัฒนางานก็ได้ปรับเปลี่ยนตามไปด้วยเช่นกัน

สำหรับกระบวนการทัศน์หลักว่าด้วยทฤษฎีความทันสมัย เสถียร เขยประทับ (2531) ได้รวบรวมบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารในการพัฒนาไว้จากนักวิชาการด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนาชาวตะวันตกหลายท่านที่มีอย่างหลากหลายมากกว่า 30 หน้าที่ ตัวอย่างบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มเกษตรกรก็เช่น

- 1) ช่วยสร้างความคุ้นเคยหรือความสัมพันธ์อันใกล้ชิดกับสัญลักษณ์ใหม่ วัตถุใหม่ และสถานการณ์ใหม่ เช่น การใช้ปุ๋ยเคมี การปลูกข้าวปีละหลายๆครั้ง
- 2) ช่วยขยายตลาดให้กว้างขึ้นและก่อให้เกิดความต้องการในสินค้า
- 3) ช่วยหาอาชีพใหม่ให้แก่บุคคล
- 4) ช่วยลดความกดดันในที่ดินทำกิน
- 5) ช่วยให้รัฐบาลทราบถึงความต้องการและปฏิกิริยาของประชาชน และช่วยให้ประชาชนทราบถึงความน่าจะเป็นไปได้ของแผนงานและข้อจำกัดของรัฐบาล
- 6) จูงใจผู้นำตามแบบประเพณีและผู้นำที่มีลักษณะอนุรักษนิยมให้เข้ามามีส่วนร่วมในการเปลี่ยนแปลงเพื่อการพัฒนา

จากการมอบหมายบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารที่มีต่อการพัฒนาอย่างมากมายหลากหลายในกระบวนการทัศน์กระแสหลักนั้น เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงกระบวนการทัศน์ของการพัฒนา เช่นในช่วงทศวรรษ 1980 แนวคิดใหม่ๆของการพัฒนาได้เกิดขึ้นดังที่ได้เกริ่นมาบ้างแล้ว โดยเฉพาะแนวคิดที่มิใช่การเจริญเติบโตทางด้านวัตถุ เช่น การกำหนดเส้นทางทาง

พัฒนาด้วยตนเอง ความเป็นอิสระและความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของตน การรักษาความสมดุลทางธรรมชาติ สิทธิมนุษยชนในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็สิทธิในการสื่อสาร สิทธิในการแสดงความคิดเห็น สิทธิในการมีงานทำ เป็นต้น

การปรับเปลี่ยนแนวคิดใหม่ๆของการพัฒนา ส่งผลให้การมอบหมายบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารต่อการพัฒนาในกระบวนทัศน์ใหม่นี้ได้แปรเปลี่ยนตามไปด้วย ตัวอย่างเช่น การสื่อสารมิได้เล่นบทเป็นช่องทางการเผยแพร่ข่าวสารจากผู้ส่งไปยังผู้รับ หากแต่เล่นบทเป็นเวทีของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างแหล่งข่าวสารกับผู้สื่อสาร การสื่อสารมีบทบาทในการเป็นผู้ปลุกสำนึกให้ประชาชนรู้ว่า ปัญหาและความต้องการที่แท้จริงของตนเองคืออะไร (แทนที่จะถูกกำหนดมาจากภายนอก) การสื่อสารมีบทบาทในการช่วยให้ประชาชนวิเคราะห์และแสวงหาทางออกด้วยตนเอง ช่วยส่งเสริมความเป็นอิสระและเกียรติภูมิของวัฒนธรรมชุมชน ช่วยเป็นเครื่องมือในการวินิจฉัยปัญหาาร่วมของชุมชน เป็นช่องทางในการรักษาสิทธิต่างๆของเกษตรกร รวมทั้งเล่นบทสำคัญในการระดมการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมต่างๆ เป็นต้น

จากที่กล่าวมา สามารถสรุปได้ว่า ตลอดช่วง 3-4 ทศวรรษของการสื่อสารเพื่อพัฒนานี้ ได้มีการเปลี่ยนแปลงแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อพัฒนามาเป็นระยะๆ จากทฤษฎีการใช้การสื่อสารเพื่อสร้างความทันสมัยอันเป็นกระบวนทัศน์กระแสหลักในทศวรรษที่ 1960 ที่ถูกนำมาใช้สำหรับทุกๆประเทศ ปัจจุบันนี้ บรรดาประเทศโลกที่สามต่างพากันสร้างสรรค์ทฤษฎีการสื่อสารเพื่อพัฒนาที่เป็นกระบวนทัศน์ทางเลือกที่เหมาะสมสำหรับสภาพความเป็นจริงของตนเอง

## ตอนที่ 1.2

### กระบวนทัศน์ของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

โปรดอ่านหัวเรื่อง แนวคิด และวัตถุประสงค์ของตอนที่ 1.2 แล้วจึงศึกษารายละเอียดต่อไป

### หัวเรื่อง

1.2.1 กระบวนทัศน์กระแสหลักของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา (Mainstream Paradigm)

1.2.2 กระบวนทัศน์ทางเลือกของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา (Alternative Paradigm)

### แนวคิด

1. ในกระบวนทัศน์กระแสหลักของการสื่อสารเพื่อพัฒนานั้น การสื่อสารจะมีสถานะเป็นทั้งตัวชี้วัดและเป็นทั้งเครื่องมือหรือกลไกในการสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาความทันสมัยทั้งระดับบุคคลและสังคม โดยใช้แบบจำลองการสื่อสารเชิงการถ่ายทอดข่าวสารเป็นพื้นฐาน จึงเน้นการสื่อสารระดับสื่อมวลชนและใช้สื่อมวลชนเป็นหลัก เน้นรูปแบบการสื่อสารแนวดิ่ง และวางแผนจากศูนย์กลาง

2. กระบวนทัศน์ทางเลือกนั้นมีคุณลักษณะที่ตรงกันข้ามกับกระบวนทัศน์กระแสหลัก เริ่มตั้งแต่การเปลี่ยนแบบจำลองการสื่อสารเชิงการถ่ายทอดข่าวสารมาเป็นแบบจำลองการสื่อสารเชิงพิธีกรรม ซึ่งส่งแรงกระตุ้นไปถึงการปรับเปลี่ยนคุณลักษณะอื่นๆทั้งหมด รวมทั้งขยายประเภทสื่อที่ใช้ออกไปครอบคลุมสื่อทุกประเภท และเน้นทั้งการใช้และการพัฒนาสื่อไปในเวลาเดียวกัน และขยายกลุ่มผู้ใช้สื่อจากภาครัฐออกไปสู่ภาคประชาชนและภาคธุรกิจ เป้าหมายของการใช้การสื่อสารปรับเปลี่ยนไปอย่างหลากหลายตามกระบวนทัศน์ใหม่ของการพัฒนา

### วัตถุประสงค์

เมื่อศึกษาตอนที่ 1.2 จบแล้ว นักศึกษาสามารถ

1. อธิบายและวิเคราะห์คุณลักษณะของกระบวนทัศน์กระแสหลักของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาได้
2. อธิบายและวิเคราะห์คุณลักษณะของกระบวนทัศน์ทางเลือกของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาได้

## ความนำ

จากแนวคิดและกระบวนการที่หลากหลายของการสื่อสารเพื่อพัฒนานั้น มีผู้จัดแบ่งประเภทของแนวทางที่ หลากหลายของกระบวนการสื่อสารเพื่อพัฒนาเอาไว้หลายแบบ ตัวอย่างการจัดประเภทที่มีลักษณะเชิง ปฏิบัติการอย่างมาก ก็เช่น รอย โคลล์ (Royal Colle, 2003 อ้างในบุญเลิศ ศุภดิติก, 2553) ได้ประมวลภาพรวมของการ สื่อสารพัฒนาการตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันออกเป็น 7 สาย คือ สายโครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (UNDP) สายการ ส่งเสริมการเกษตร (Extension Thread) สายการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนา (Community Participation Thread) สายสารสนเทศการศึกษาและการสื่อสารเกี่ยวกับประชากร (Population IEC) และการสื่อสารสุขภาพ (Health Communication) สายการตลาดเพื่อสังคม (Social Marketing Thread) สายพัฒนาขีดความสามารถของสถาบัน (Institution-Building Thread) และสายเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT Thread)

จากสายการสื่อสารเพื่อพัฒนาทั้ง 7 สายนี้ หากวิเคราะห์ดูกระบวนการที่อยูข้างหลังจะสามารถนำเอาสาย ทั้ง 7 มาวางอยู่บนแกนที่มีปลายหัว 2 ข้าง คือ กระบวนการกระแสหลัก และกระบวนการทางเลือกของการสื่อสารเพื่อ การพัฒนา ดังนั้น ในตอนที่ 1.2 นี้ จะขอพิจารณากระบวนการทั้ง 2 นี้ตามลำดับ

### เรื่องที่ 1.2.1 กระบวนการกระแสหลักของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

สำหรับกระบวนการกระแสหลักของการสื่อสารเพื่อพัฒนานี้เป็นกระบวนการที่ใช้อยู่ในช่วง 2 ทศวรรษแรก ของการพัฒนา คือ ทศวรรษ 1960 และ 1970 แนวคิดด้านการพัฒนานี้ก็คือทฤษฎีความทันสมัยที่มีเป้าหมายบรรจุอยู่ ใน 3 คำหลัก คือ การทำประเทศด้อยพัฒนาให้เหมือนสังคมตะวันตก (เช่น สร้างตึกระฟ้าในกรุงเทพฯ ให้เหมือนกับ นิวยอร์ก) เปลี่ยนชนบทให้กลายเป็นเมือง เนื่องจากชนบทเป็นสัญลักษณ์แห่งความล้าหลัง และเปลี่ยนจากสังคมการ เกษตรกรรมให้กลายเป็นอุตสาหกรรม ฉะนั้น โครงการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรจึงมีบทบาทสำคัญยิ่งในกระบวนการ ดังกล่าวนี้

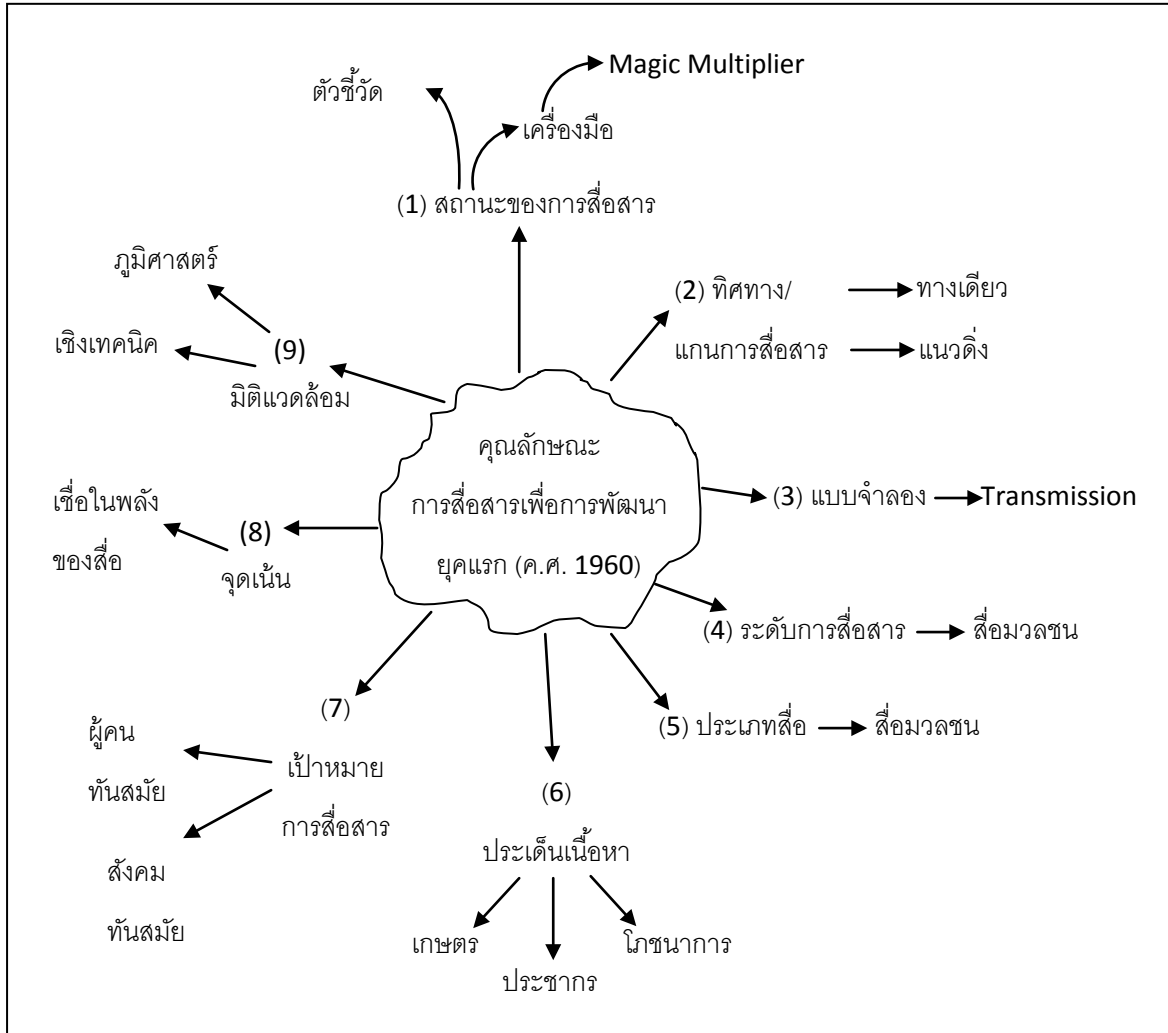
เกณฑ์สำคัญที่แสดงคุณลักษณะของกระบวนการพัฒนากระแสหลักนั้น มีอยู่ 4 เกณฑ์ใหญ่ๆ คือ

1. เป้าหมายและตัวชี้วัดการพัฒนา คือ ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอันมีรูปธรรมชัดเจนที่สุด คือ ตัวเลขของ ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP)
  2. กลยุทธ์ของการพัฒนาเน้นการใช้เทคโนโลยีที่ต้องลงทุนสูง
  3. เน้นการวางแผนจากส่วนกลาง
  4. การวิเคราะห์สาเหตุของความด้อยพัฒนานั้น จะถือว่าปัจจัยภายในสังคมเป็นสาเหตุของความด้อยพัฒนา )
- เช่น ประชาชนโลกที่สามมีความคิดที่ล้าหลัง เชื่อถือโชคกลางและเวรกรรม คิดไม่เป็นวิทยาศาสตร์ มีระบบการผลิตที่ล้าหลัง ใช้แรงงานคนและสัตว์ เป็นต้น

ในที่นี้ จะนำเอาคุณลักษณะของการสื่อสารที่ได้กล่าวข้างต้น มาวิเคราะห์กระบวนการกระแสหลักของการ สื่อสารเพื่อพัฒนาในยุคแรก (ค.ศ. 1960) และยุคที่สอง (ค.ศ. 1970) ดังนี้

กระบวนทัศน์กระแสหลักของการสื่อสารเพื่อการพัฒนายุคแรก (ค.ศ. 1960)

คุณลักษณะของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา (รวมทั้งการพัฒนากาเกษตร) ในระยะแรก ช่วงทศวรรษ 1960 มีดังนี้



ภาพที่ 1.11 : คุณลักษณะการสื่อสารเพื่อการพัฒนายุคแรก (ค.ศ. 1960)

จากภาพที่ 1.11 สามารถอธิบายคุณลักษณะของการสื่อสารเพื่อการพัฒนายุคแรกได้ดังนี้

1. **สถานะของการสื่อสาร** ดังได้เกริ่นมาข้างต้นบ้างแล้วว่า ตามขั้นบันไดแห่งการพัฒนานั้น การสื่อสารจะถูกมอบหมายให้มี 2 สถานะ สถานะแรก การสื่อสาร (ซึ่งหมายความถึงสื่อมวลชน) จะทำหน้าที่เป็นตัวชี้วัดว่า ในช่วงเวลานั้นประเทศใดกำลังอยู่ในบันไดขั้นไหน เช่น อัตราการอ่านหนังสือพิมพ์ของประชาชน จำนวนชั่วโมงที่รับฟังวิทยุ ฯลฯ ส่วนสถานะที่สอง การสื่อสารจะทำหน้าที่เป็น “เครื่องมือหรือกลไก” ในการผลักดันให้ประเทศด้อยพัฒนาก้าวขึ้นสู่ขั้นบันไดที่สูงขึ้น เช่นทำหน้าที่เป็น “ผู้วิเศษแห่งการขยายผล” (Magic multiplier) ที่ช่วยขยายผลจากการสาธิตให้กว้างขวางออกไปสำหรับผู้สื่อสารในกระบวนทัศน์นี้ เนื่องจากภาครัฐเป็นผู้ดำเนินการเปลี่ยนแปลง ผู้สื่อสารจึงได้แก่เจ้าหน้าที่รัฐเป็นหลัก

**2.ทิศทางและแกนของการสื่อสาร** เนื่องจากการสื่อสารจากภาครัฐไปสู่ประชาชน แกนของการสื่อสารจึงมีลักษณะเป็นแนวดิ่ง และเป็นการสื่อสารแบบทางเดียวเป็นส่วนใหญ่ ดังที่ปรากฏในเนื้อเพลงล้อเลียนรูปแบบการสื่อสารแบบนี้อยู่ในเพลง “ผู้ใหญ่ลี” นั่นเอง

**3.แบบจำลองการสื่อสาร** จะเป็นแบบจำลองเชิงการถ่ายทอดข่าวสารที่ประกอบด้วยคุณสมบัติ 5 ประการ เช่น สื่อสารทางเดียว ผู้ส่งและผู้รับมีบทบาทตายตัว มีเป้าหมายเพื่อการโน้มน้าว ผู้ส่งมีอำนาจหรือความรู้เหนือกว่าผู้รับสาร เป็นต้น

**4.ระดับของการสื่อสาร** เนื่องจากกระบวนการทัศนหลักของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาจะฝากความหวังในการเปลี่ยนแปลงเอาไว้ที่สื่อมวลชน ดังนั้น ระดับของการสื่อสารที่งานวิชาการส่วนใหญ่ให้ความสนใจจึงเป็นระดับของการสื่อสารมวลชน เช่น บทบาทของหนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ในการพัฒนาประเทศ เป็นต้น

**5.ประเภทของสื่อ** ประเภทของสื่อที่นำมาใช้ในการพัฒนายุคแรกๆจะสอดคล้องไปกับระดับของการสื่อสาร คือ จะเน้นการใช้สื่อมวลชนสมัยใหม่เป็นหลัก และมีกลยุทธ์ในการใช้ คือ การแทนที่สื่อประเภทเดิมๆของชุมชนที่เป็นตัวแทนของความล้าสมัย เช่น สื่อพื้นบ้าน สื่อพิธีกรรม สื่อประเพณีของชุมชน ฯลฯ (ยกเว้นในกรณีหรือพื้นที่ที่สื่อมวลชนสมัยใหม่ยังเข้าไปไม่ถึง จึงจะมีการเลือกใช้สื่อประเภทอื่นๆ เช่น สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ เป็นต้น)

**6.ประเด็นเนื้อหา** ในระยะเริ่มแรกของการพัฒนา มิติที่มีการมุ่งเน้นที่จะสร้างความเปลี่ยนแปลงมีอยู่ 3 ประเด็นใหญ่ๆ คือ การเกษตรที่ต้องการเปลี่ยนให้เป็นอุตสาหกรรมหรือเป็นการเกษตรแบบใหม่ การควบคุมจำนวนประชากร และการเปลี่ยนแปลงแบบแผนโภชนาการที่เป็นสาเหตุของการเจ็บไข้ได้ป่วย (เช่น การกินอาหารดิบ) ดังนั้น เนื้อหาที่เผยแพร่จึงเป็นประเด็นทั้ง 3 นี้

**7.เป้าหมายของการสื่อสาร** จะเป็นไปตามแบบจำลองเชิงการถ่ายทอดข่าวสาร กล่าวคือ ผู้ส่งสารมีเป้าหมายที่จะโน้มน้าวชักจูงให้ประชาชนในประเทศด้อยพัฒนาเปลี่ยนแปลงตนเองเป็นหลัก (หน่วยงานงานจะเน้นที่ปัจเจกบุคคล) กล่าวคือให้มีความรู้ความคิดที่ทันสมัย มีทัศนคติที่ชื่นชมต่อความก้าวหน้า และมีพฤติกรรมที่เหมาะสมที่พัฒนาแล้ว

**8.จุดเน้นของการใช้การสื่อสาร** เนื่องจากกระบวนการทัศนหลักของการสื่อสารในยุค 1960 นี้ อยู่ภายใต้ทฤษฎีที่มีความเชื่อในพลังของสื่อมวลชนว่าจะสามารถเปลี่ยนแปลงความรู้ ความคิด ทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลได้หากมีปริมาณความถี่ในการเปิดรับมากพอ ดังนั้น ในยุคนี้ การวางแผนการสื่อสารจึงให้ความสนใจแก่ “กลยุทธ์การเลือกสื่อ” ที่จะให้เข้าถึงผู้รับสาร และทำให้ผู้รับสารเปิดรับ โดยไม่ได้ให้ความสนใจกับ “กลยุทธ์การออกแบบสาร” มากนัก สำหรับด้านการสื่อสารการเกษตร จึงมักจะพบปัญหาการสื่อสารในด้านความยากของเนื้อหา การใช้ศัพท์แสงที่เป็นวิชาการ เป็นต้น

**9.มิติของบริบทแวดล้อม** จากกรอบแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้การสื่อสารเพื่อการพัฒนาในยุคแรก จะสนใจแต่มิติด้านเทคนิคและด้านภูมิศาสตร์ของตัวสื่อ เช่น สนใจว่า รัศมีการส่งกระจายเสียงของวิทยุเกษตรนั้นครอบคลุมพื้นที่มากน้อยแค่ไหน เป็นต้น

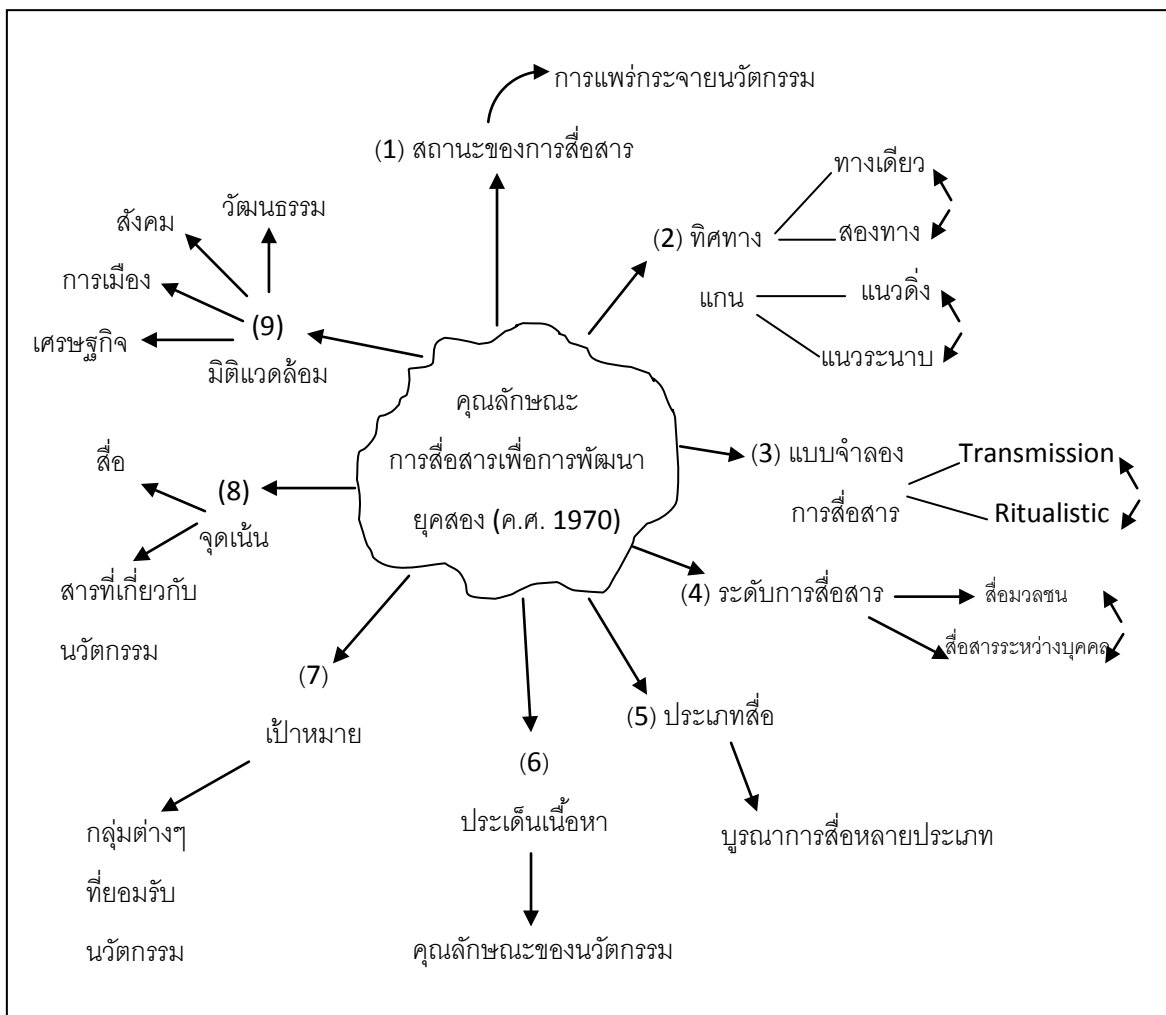
หลังจากมีการนำเอาแนวคิดการสื่อสารเพื่อพัฒนากระแสหลักนี้ไปปฏิบัติใช้งานจริงในประเทศด้อยพัฒนา มาได้หนึ่งทศวรรษ และได้มีการติดตามประเมินผลที่เกิดขึ้น โดยภาพรวมอาจจะสรุปได้ว่า ผลที่เกิดขึ้นจากการพัฒนานี้

แม้จะมีผลบางส่วนเป็นไปตามที่คาดหวังไว้ แต่ก็ยังมีความล้มเหลวเกิดขึ้นอย่างมากมาย ทั้งนี้เนื่องจากทั้งเงื่อนไขภายนอกหลายประการที่ไม่เป็นไปตามแนวคิดทฤษฎีที่ตั้งเอาไว้ เช่น ความแพร่หลายของสื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ในประเทศโลกที่สามนั้นยังมีไม่ครอบคลุมทั่วประเทศ หรือตัวสื่อมวลชนเองมักจะถูกนำไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์เพื่อทำกำไรมากกว่าจะถูกนำมาใช้เพื่อประโยชน์ส่วนรวม หรืออาจจะมาจากเงื่อนไขภายใน คือ ความผิดพลาดในตัวแนวคิดทฤษฎีเอง

ดังนั้น ในทศวรรษที่สองของการพัฒนา คือ ช่วง ค.ศ. 1970 จึงได้มีการปรับปรุงทฤษฎีการสื่อสารเพื่อพัฒนากระแสหลัก โดย เอเวอเร็ด โรเจอร์ส ได้นำเสนอแนวคิดหลักเรื่องการแพร่กระจายนวัตกรรม และการบูรณาการการสื่อสารมาเป็นยาแก้ไขข้อบกพร่องของทฤษฎีในยุคแรก

**กระบวนการทัศน์กระแสหลักของการสื่อสารเพื่อการพัฒนายุคสอง (ค.ศ. 1970)**

คุณลักษณะของการสื่อสารเพื่อพัฒนาในระยะที่สอง ช่วงทศวรรษ 1970 ที่เรียกว่า “แบบจำลองเชิงบูรณาการ” มีดังนี้



ภาพที่ 1.12 : คุณลักษณะการสื่อสารเพื่อการพัฒนายุคสอง (ค.ศ. 1970)

จากภาพที่ 1.12 สามารถอธิบายคุณลักษณะของการสื่อสารเพื่อการพัฒนายุคสองได้ดังนี้

**1. สถานะของการสื่อสาร** สำหรับแนวคิดด้านการพัฒนาในยุคที่สองนี้ โรเจอร์สเรียกสิ่งใหม่ๆ ที่ต้องการจะนำมาเปลี่ยนแปลงว่า “นวัตกรรม” ซึ่งมีความหมายได้ 3 ประการ คือ ประการแรก หมายถึง วัตถุหรือสิ่งของใหม่ๆ (เช่น บัญชีเคมี รถไถ) ประการที่สอง หมายถึง วิธีการปฏิบัติแบบใหม่ๆ เช่น วิธีการคลอดบุตร ไม่ควรคลอดเองตามธรรมชาติที่บ้านกับหมอดำแย แต่ควรไปคลอดที่โรงพยาบาลกับหมอแผนปัจจุบัน ประการที่สาม หมายถึง วิธีคิด แนวคิด อุดมการณ์ใหม่ๆ เช่น มีลูกเพียง 2 คน เพราะลูกมากจะยากจน

ส่วนสถานะของการสื่อสาร ก็คือ จะเป็นตัวแพร่กระจายนวัตกรรมทั้ง 3 ประการที่กล่าวมา และในกระบวนการแพร่กระจายนวัตกรรมนั้น โรเจอร์สมีความเชื่อในพลังอันมหาศาลของสื่อมวลชนที่สามารถดำเนินการได้แบบม้วนเดียวจบ แต่เขาเห็นว่า กระบวนการยอมรับนวัตกรรมนั้นจะค่อยๆ ดำเนินไปอย่างมีขั้นมีตอน อย่างน้อยก็ 4-5 ขั้นตอน ตั้งแต่ขั้นตอนการรู้จักนวัตกรรม ขั้นตอนการโน้มน้าวให้ยอมรับ ขั้นตอนการตัดสินใจว่าจะใช้นวัตกรรม และขั้นตอนยืนยันการใช้ต่อไป ในแต่ละขั้นตอนนี้ จะต้องใช้การสื่อสารแต่ละประเภทที่แตกต่างกัน เช่น 2 ขั้นตอนแรกอาจจะใช้สื่อมวลชน แต่ขั้นตอนการตัดสินใจนั้น ต้องใช้สื่อบุคคลหรือเครือข่ายการสื่อสารเข้ามาแทนสื่อมวลชน

นอกจากนั้น ในส่วนของ “ผู้รับสาร” ซึ่งจะเป็นผู้ยอมรับนวัตกรรมนั้น โรเจอร์สก็ยังนำเสนอแนวคิดใหม่ว่า ผู้รับสารนั้นมีได้มีลักษณะเป็นเนื้อเดียวกันหรือเหมือนกันหมด หากแต่จะแตกตัวเป็นกลุ่มหลายๆกลุ่มเมื่อมีนวัตกรรมแพร่กระจายเข้าไปในชุมชน จึงกล่าวได้ว่ามีทั้งผู้ที่ได้รับอิทธิพลจากการโน้มน้าวของการสื่อสาร และมีทั้งผู้ต่อต้านและไม่ยอมรับอิทธิพลจากการสื่อสารเช่นกัน

**2. ทิศทางหรือแกนของการสื่อสาร** เนื่องจากโรเจอร์สวิเคราะห์ว่า ข้อจำกัดของกระบวนการทัศนหลักของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาในยุคแรกนั้น คือการเลือกแต่เพียง “ของใหม่” และทอดทิ้ง “ของเก่า” โดยใช้กลยุทธ์การแทนที่ ส่งผลให้เกิดความล้มเหลวในการใช้การสื่อสารเพื่อการพัฒนา ดังนั้น กลยุทธ์ใหม่ที่โรเจอร์สเสนอจึงเป็น “การบูรณาการ” โดยคัดเลือกข้อเด่นทั้งของใหม่และของเก่ามาผสมผสานกัน เพื่อลดทอนข้อจำกัดจากทั้ง 2 ฝ่าย การปรับเปลี่ยนกระบวนการทัศนนี้ก็ต้องหมายความว่า โรเจอร์สต้องเปลี่ยนแปลงแนวคิดที่ว่า ของใหม่นั้นมีแต่ข้อดีเพียงอย่างเดียว ส่วนของเก่านั้นมีแต่ข้อเสียอย่างเดียว มาเป็นทัศนใหม่ที่ว่า ทั้งของใหม่และของเก่าล้วนมีทั้งข้อดีและข้อจำกัดเช่นเดียวกัน

ดังนั้น ในแง่ทิศทางของการสื่อสาร กระบวนการทัศนในยุคที่ 2 นี้ จึงเสนอให้มีการใช้ทั้งการสื่อสารแบบทางเดียวและสองทาง โดยเลือกจุดจังหวะและขั้นตอนอันเป็นแนวคิดใหม่ของการแพร่กระจายนวัตกรรมที่โรเจอร์สนำเสนอมา เช่นเดียวกับแนวคิดเรื่องแกนของการสื่อสารก็ต้องประสานทั้งแนวคิดและแนวอนให้เหมาะสมกับขั้นตอนของการรับนวัตกรรม

**3. แบบจำลองการสื่อสาร** แทนการเลือกเพียงแบบจำลองการสื่อสารเพียงแบบใดแบบหนึ่ง กระบวนการทัศนกระแสหลักในยุค 2 นี้ จะเสนอให้มีการบูรณาการแบบจำลองทั้งเชิงการถ่ายทอดข่าวสารและแบบจำลองเชิงพิธีกรรมเข้าด้วยกัน โดยเลือกใช้ให้เหมาะสมกับเป้าหมายของการสื่อสารในแต่ละช่วงจังหวะ เช่น ช่วงจังหวะที่ต้องการให้เกษตรกรหันมาทำเกษตรตามทฤษฎีใหม่ อาจจะต้องใช้แบบจำลองเชิงถ่ายทอดข่าวสารเพื่อโน้มน้าว แต่ในขั้นตอนของการลงมือปฏิบัติ

อาจต้องใช้แบบจำลองเชิงพีชคณิตเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์และความคิดเห็นกันในหมู่เกษตรกรว่า ในขั้นตอนการปฏิบัติ จะมีปัญหาอะไรบ้าง และจะแก้ไขได้อย่างไร

**4.ระดับของการสื่อสาร** ในงานวิจัยเรื่องการเผยแพร่นวัตกรรมที่เป็นข้าวโพดพันธุ์ใหม่ของโรเจอร์สเอง เขาก็พบว่า ระหว่างขั้นตอนหลายขั้นตอนของการแพร่กระจายนวัตกรรมนั้น จะเกิดการสื่อสารในหลายระดับ เช่นระดับการสื่อสารมวลชนในขั้นแรกนำไปสู่รู้จักและโน้มน้าว แต่ในขั้นตอนของการยอมรับและลงมือปฏิบัตินั้น จะเป็นการสื่อสารระดับกลุ่ม ดังนั้นจึงต้องบูรณาการการสื่อสารหลายระดับเข้าด้วยกัน

**5.ประเภทของสื่อ** จะสอดคล้องไปกับระดับของการสื่อสาร กล่าวคือ ผู้รับนวัตกรรมจะเปิดรับสื่อหลายๆ ประเภทที่แปรเปลี่ยนไปตามขั้นตอนของการยอมรับนวัตกรรม แทบจะเป็นไปไม่ได้ว่า สื่อเพียงชนิดเดียวจะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารตั้งแต่ขั้นตอนแรกไปจนถึงขั้นตอนสุดท้าย ในงานวิจัยด้านการเกษตรของไทยในเรื่องการยอมรับนวัตกรรม ก็พบอยู่เสมอว่า เกษตรกรเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ ตั้งแต่สื่อมวลชน สื่อบุคคล ทั้งเจ้าหน้าที่ เพื่อนบ้าน ร้านชำในอำเภอ สื่อเฉพาะกิจ แปลงสาริต ฯลฯ

**6.ประเด็นเนื้อหา** ในแง่ของประเด็นของการพัฒนานั้น ยังไม่มีการเปลี่ยนแปลงไปจากกระบวนทัศน์ในยุคแรกมากนัก แต่ทว่า ลักษณะเนื้อหาที่กระบวนทัศน์ในยุคที่สองได้เพิ่มเติมขึ้นมา คือ ความสนใจในลักษณะของตัวนวัตกรรมที่จะส่งผลต่ออัตราเร็วช้าของการยอมรับ เช่น นวัตกรรมที่เห็นประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นเชิงเปรียบเทียบ (เช่น ผลผลิตต่อไร่จะสูงขึ้น) ความสอดคล้องกับแบบแผนพฤติกรรมเดิมที่มีอยู่ (ดังนั้น นวัตกรรมการรณรงค์เรื่องนมแม่จึงยอมรับได้ง่ายกว่า นวัตกรรมการทำหมันแบบใส่ห่วง) ความยุ่งยากในการปฏิบัติ การสามารถทดลองได้ การสังเกตเห็นผลที่เกิดขึ้นได้อย่างชัดเจน ประเด็นเหล่านี้จะกลายมาเป็นเนื้อหาใหม่ของการศึกษาเรื่องการสื่อสารนวัตกรรม

**7.เป้าหมายของการสื่อสาร** ในแง่เป้าหมายของการสื่อสารนั้น ยังไม่เปลี่ยนแปลงไปจากยุคแรกมากนัก แต่ทว่าได้มีการขยายแนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จในการบรรลุเป้าหมายที่แตกต่างไปในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย ดังที่ได้เกริ่นมาบ้างแล้ว กล่าวคือ ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรมเห็นว่า ในการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมแต่ละครั้งนั้น จะได้ผลในกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มที่แตกตัวออกเป็นหลายระดับ เช่น เป็นกลุ่มผู้รับนวัตกรรมอย่างรวดเร็วเป็นกลุ่มแรก เรียกว่ากลุ่มชอบของใหม่ (innovator) เป็นกลุ่มผู้รับเร็วส่วนแรก (early adopter) เป็นกลุ่มผู้รับเร็วส่วนมาก (Major adopter) เป็นกลุ่มพวกรับช้าส่วนมาก (Late adopter) และเป็นพวกล่าช้าที่ไม่ยอมรับเลย (Laggard)

**8.จุดเน้นของการใช้การสื่อสาร** แม้ว่ากระบวนทัศน์ในยุคที่ 2 นี้ยังคงความเชื่อในเรื่องพลังอำนาจของสื่อเช่นยุคแรก แต่ก็ได้มีการปรับเปลี่ยนไปบ้าง กล่าวคือ พลังของสื่อแต่ละประเภทจะทำหน้าที่ได้ดีเฉพาะในบางขั้นตอนเท่านั้น มิใช่ในทุกขั้นตอน นอกจากนั้นก็เริ่มมีการพิจารณา “ลักษณะของเนื้อหาของนวัตกรรม” ว่า อาจจะเข้ามาเกี่ยวข้องกับกรยอมรับนวัตกรรมด้วย

**9.มิติของบริบทแวดล้อม** ผลจากการวิจัยเรื่องการยอมรับนวัตกรรมจำนวนมาก ทำให้นักวิชาการด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนาได้มองเห็นว่า มิติด้านอื่นๆ ที่นอกเหนือไปจากมิติเชิงเทคนิคและเชิงภูมิศาสตร์ของการสื่อสารนั้นได้เข้ามาเป็นตัวแปรที่เกี่ยวข้องอย่างมาก ที่เห็นชัดเจนที่สุดก็คือ มิติด้านเศรษฐกิจ ดังที่ผลการวิจัยส่วนใหญ่ได้แสดงว่า เกษตรกรที่มีฐานะดีจะเป็นกลุ่มที่รับนวัตกรรมได้เร็วกว่าเกษตรกรที่มีฐานะยากจน เนื่องจากมีทุนสำรองมากพอที่จะลอง

เสี่ยงกับนวัตกรรมได้ รวมทั้งมีวัฒนธรรม-สังคมก็เป็นตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับนวัตกรรมอย่างมาก เช่น การรณรงค์ให้คนอีสานเลิกกินอาหารดิบเพื่อป้องกันพยาธิใบไม้ในตับนั้น มีปัจจัยด้านความเคยชินทางวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้องอย่างมาก

จากที่กล่าวมา สามารถสรุปได้ว่า ในช่วงทศวรรษแรกของการพัฒนา คือ ทศวรรษ 1960 การสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่ถูกนำมาใช้นั้นจะอยู่ภายใต้กระบวนการทัศน์กระแสหลักที่เน้นการสื่อสารตามแบบจำลองการสื่อสารเชิงถ่ายทอดข่าวสาร และการนำสื่อแบบใหม่เช่นสื่อมวลชนมาแทนที่สื่อเดิมที่มีอยู่ ในช่วงทศวรรษที่สอง คือ ทศวรรษ 1970 ได้มีการปรับปรุงกระบวนการทัศน์กระแสหลักด้วยการแนวคิดเรื่องการแพร่กระจายนวัตกรรมและการบูรณาการการสื่อสารเพิ่มเติมเข้ามา

## เรื่องที่ 1.2.2

### กระบวนการทัศน์ทางเลือกของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

กระบวนการทัศน์ทางเลือกของการสื่อสารเพื่อพัฒนาที่อธิบายขึ้นมาในช่วงทศวรรษ 1980 ซึ่งอาจถือได้ว่าเป็นยุคที่ 3 ของทศวรรษแห่งการพัฒนา และมีการนำเสนอจากประเทศโลกที่สามหรือประเทศด้อยพัฒนาเอง มิใช่มีแหล่งกำเนิดแนวคิดทฤษฎีมาจากโลกตะวันตกเช่นทฤษฎีกระบวนการทัศน์การสื่อสารเพื่อพัฒนากระแสหลัก และดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า การสื่อสารเพื่อพัฒนานั้นเป็นศาสตร์ลูกผสมระหว่างทฤษฎีการพัฒนากับทฤษฎีการสื่อสาร ดังนั้น หากเกิดการปรับเปลี่ยนที่กระบวนการทัศน์ตัวพ่อหรือตัวแม่ ก็จะส่งผลกับทฤษฎีตัวลูกทันที ในที่นี้ จึงจะเริ่มจากการทบทวนแนวคิดเรื่องการพัฒนาเป็นอันดับแรก

### การปรับเปลี่ยนกระบวนการทัศน์กระแสหลักของการพัฒนา

ในเรื่อง 1.2.1 เราได้กล่าวถึงคุณลักษณะหลักๆ อย่างน้อย 4 ประการของกระบวนการทัศน์กระแสหลักของการพัฒนา และหลังจากได้มีการนำแนวคิดกระบวนการทัศน์หลักของการพัฒนามาใช้ในประเทศด้อยพัฒนาได้ 2 ทศวรรษ ก็พบว่าไม่ได้ผลตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ หรือแม้จะได้ผลในบางส่วน แต่ก็ยังเป็นผลที่ได้ไม่คุ้มเสีย ในช่วงทศวรรษที่ 3 คือ ค.ศ. 1980 บรรดาประเทศโลกที่สามเองจึงได้มีการทบทวนข้อบกพร่องและความผิดพลาดของกระบวนการทัศน์กระแสหลักของการพัฒนา และได้นำเสนอแนวคิดใหม่ที่เรียกว่า “กระบวนการทัศน์ทางเลือกของการพัฒนา”

การปรับเปลี่ยนกระบวนการทัศน์ของการพัฒนาและปัจจัยที่สนับสนุนให้ประเทศด้อยพัฒนาหันมาเลือกใช้กระบวนการทัศน์ทางเลือกมีดังนี้

1. **เป้าหมายของการพัฒนา** ในขณะที่กระบวนการทัศน์ความทันสมัย จะเน้นเรื่องความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ แต่ทว่าปัญหาที่ไม่อาจแก้ไขได้ก็คือ การแบ่งปันความเจริญเติบโตที่เกิดขึ้นอย่างยุติธรรม ดังนั้น เป้าหมายของกระบวนการทัศน์ใหม่จึงเน้นเป้าหมายของการกระจายความเจริญอย่างยุติธรรมเพื่อแก้ปัญหาการเกิดช่องว่างระหว่างคนรวย-คนจน คนเมือง-คนชนบท คนปกติ-คนพิการ คนกลุ่มอายุต่างๆ ฯลฯ โดยผ่านกลไกต่างๆ ของสังคม เช่น การจัดสวัสดิการการ รักษาพยาบาล การศึกษา ฯลฯ

ปัจจัยที่สนับสนุนให้ประเทศด้อยพัฒนาหันมาใช้เป้าหมายของการพัฒนาจากกระบวนการที่ค้นทางเลือกก็เนื่องมาจากข้อเท็จจริง 2 ประการ ประการแรกก็คือ อัตราความเจริญเติบโตที่เคยรุ่งโรจน์ในช่วงระยะแรกของการพัฒนาได้เริ่มชะลอตัวลง จนกระทั่งลดลงมาเป็นลำดับ และประการที่สองก็คือ แนวคิดเรื่องการไหลของความเจริญจากส่วนที่ก้าวหน้าพัฒนาแล้วมาสู่ส่วนที่ล้าหลังที่เรียกว่า Trickle down effect นั้น ไม่เกิดขึ้นจริง รวมทั้งไม่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ดังนั้นจึงต้องมีการวางแผนเพื่อการเปลี่ยนแปลง

**2. กลยุทธ์ของการพัฒนา** กระบวนทัศน์ความทันสมัยจะเน้นเรื่องการใช้เทคโนโลยีที่มีการลงทุนสูงตามแบบประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น การนำเครื่องจักรที่ทันสมัยเข้ามาแทนที่แรงงานคน ซึ่งส่งผลต่อเนื่องหลายประการ เริ่มตั้งแต่ประเทศด้อยพัฒนาต้องกู้ยืมเงินต่างประเทศเพื่อซื้อเครื่องจักร ต้องพึ่งพาความรู้และวัสดุอุปกรณ์สำหรับซ่อมแซมบำรุงรักษา และทำให้เกิดปัญหาการว่างงาน รวมทั้งมิได้คำนึงถึงความปลอดภัยและคุณภาพชีวิตของแรงงาน (เช่น การทำเหมืองแร่ถ่านหิน การใช้สารแฉะโยนที่เป็นสารก่อมะเร็งในงานอุตสาหกรรม เป็นต้น)

ส่วนกระบวนทัศน์ทางเลือกนั้นจะใช้กลยุทธ์ที่ตรงกันข้าม เริ่มตั้งแต่การเลือกใช้กลยุทธ์นั้นจะคำนึงถึงคุณภาพชีวิตของผู้คนในประเทศเป็นอันดับ นอกจากนั้นก็จะเลือกใช้กลยุทธ์ที่ประสานทั้งของเก่าและของใหม่เข้าด้วยกัน ตัวอย่างที่ชัดเจน คือ กรณีการใช้สมุนไพรรักษาโรคของไทยที่นำเอาความรู้เดิมเกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรคของไทยประสานเข้ากับกระบวนการผลิตด้วยวิธีการทางวิทยาศาสตร์สมัยใหม่เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์สมุนไพรรักษาโรคให้ดีขึ้น

ส่วนการเลือกใช้เทคโนโลยีนั้นได้เปลี่ยนจากแนวคิดเรื่องการเลือกใช้เทคโนโลยีสูงราคาแพงมาเป็นการใช้เทคโนโลยีระดับกลาง และเป็นเทคโนโลยีที่ใช้แรงงานคน มิใช่เพื่อมาแทนที่แรงงานคนอย่างเดียว เพื่อแก้ปัญหาเรื่องการว่างงานเนื่องจากประเทศโลกที่สามได้เรียนรู้บทเรียนเรื่องการเลือกใช้เทคโนโลยีจากประเทศจีนเป็นต้นแบบ

ปัจจัยที่สนับสนุนให้กระบวนทัศน์ทางเลือกได้รับความเชื่อถือในเรื่องกลยุทธ์การพัฒนาดังกล่าวมีหลายปัจจัย เริ่มตั้งแต่ปัญหาสิ่งแวดล้อมที่แก้ไขไม่ตกในประเทศอุตสาหกรรมที่พัฒนาแล้ว รวมทั้งมีการประชุมระดับโลกที่ให้ข้อสรุปว่าความเจริญเติบโตด้านเศรษฐกิจนั้น ได้พัฒนามาจนไม่สามารถจะเติบโตต่อไปได้อีกแล้ว ที่เรียกว่า “ขีดจำกัดของความเจริญเติบโต” (Limited to Growth) และการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การเลือกใช้เทคโนโลยีระดับสูงก็เกิดขึ้นเนื่องจากวิกฤตการณ์น้ำมันในปี ค.ศ. 1973 อันเกิดมาจากการรวมตัวของกลุ่มประเทศผลิตน้ำมัน OPEC ที่ขึ้นราคาน้ำมันและลดการผลิตลง

**3. รูปแบบของการวางแผนการพัฒนา** ในขณะที่กระบวนทัศน์กระแสหลักจะเน้นบทบาทภาครัฐในฐานะเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง ดังนั้นรูปแบบของการวางแผนการพัฒนาจึงมีลักษณะรวมศูนย์วางแผนมาจากส่วนกลาง รูปแบบการวางแผนเช่นนี้จะสร้างข้อจำกัดหลายประการตามมา เริ่มตั้งแต่แผนที่ส่วนกลางวางไว้นั้นไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ที่แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ ประชาชนไม่รู้สึกรับเป็นเจ้าของโครงการพัฒนาเพราะไม่ได้มีส่วนร่วม ทำให้โครงการพัฒนาทั้งหลายไม่ประสบความสำเร็จ หรือสำเร็จเพียงระยะสั้นๆ (ตัวอย่างเช่น โครงการสร้างถนน ขุดบ่อน้ำ สร้างเขื่อนให้ชาวบ้าน แต่ประชาชนก็ไม่ช่วยกันดูแลรักษา)

ในทางตรงกันข้าม ตัวอย่างจากความสำเร็จของการพัฒนาในประเทศจีนที่มีการวางแผนแบบกระจายอำนาจ และเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา ทำให้ประเทศโลกที่สามหันมาให้ความสนใจกับรูปแบบการพัฒนาของประเทศจีน และนำมาเป็นต้นแบบ โดยเน้นการใช้ทรัพยากรทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นความรู้ แรงงานคน เงินทุน ฯลฯ จากประชาชนเป็นจุดตั้งต้น ประเทศไทยได้เริ่มนำรูปแบบดังกล่าวมาใช้ในกระบวนการวางแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540-2544)

**4. การวิเคราะห์สาเหตุของความด้อยพัฒนา** ในขณะที่กระบวนการทัศน์กระแสหลักนั้นเห็นว่า ความด้อยพัฒนานั้นเกิดมาจากปัจจัยภายในของประเทศโลกที่สามเอง ทฤษฎีการพึ่งพาของประเทศลาตินอเมริกาที่กลับวิเคราะห์ไปในอีกด้านหนึ่งว่า ความด้อยพัฒนานั้นเกิดมาจากการเอาเปรียบของประเทศที่พัฒนาแล้วอันเป็นปัจจัยจากภายนอก

ส่วนจุดยืนของกระบวนการทัศน์ทางเลือกนั้นเป็นแบบทางสายกลางที่เห็นว่า สาเหตุความด้อยพัฒนานั้นเกิดมาจากทั้งปัจจัยภายในและภายนอก กล่าวคือ ภายในประเทศโลกที่สามเองก็มีความอ่อนแอจากภายใน จึงเป็นโอกาสให้ประเทศที่พัฒนาแล้วมาเอาเปรียบได้ เหตุการณ์ที่สนับสนุนทัศนะดังกล่าวก็คือ หากประเทศโลกที่สามเพิ่มความเข้มแข็งจากภายในให้มากขึ้น เช่น กลุ่มประเทศค้าน้ำมันที่รวมตัวกันเป็น OPEC ก็สามารถต่อรองเรื่องการตั้งราคาน้ำมันได้ หรือประเทศโลกที่สามที่มารวมตัวกันเป็นกลุ่มประเทศไม่ฝักใฝ่ฝ่ายใดและฉีกกำลังกันไปต่อสู้อันตรายระดับโลก เป็นต้น ฉะนั้นหนทางแก้ไขความด้อยพัฒนาของตนเองจึงต้องเริ่มต้นจาก “การสร้างความเข้มแข็งจากภายใน” จึงจะไปต่อสู้อันตรายหรือต่อรองกับภายนอกได้

#### กระบวนการทัศน์ทางเลือกของการพัฒนาที่หลากหลาย

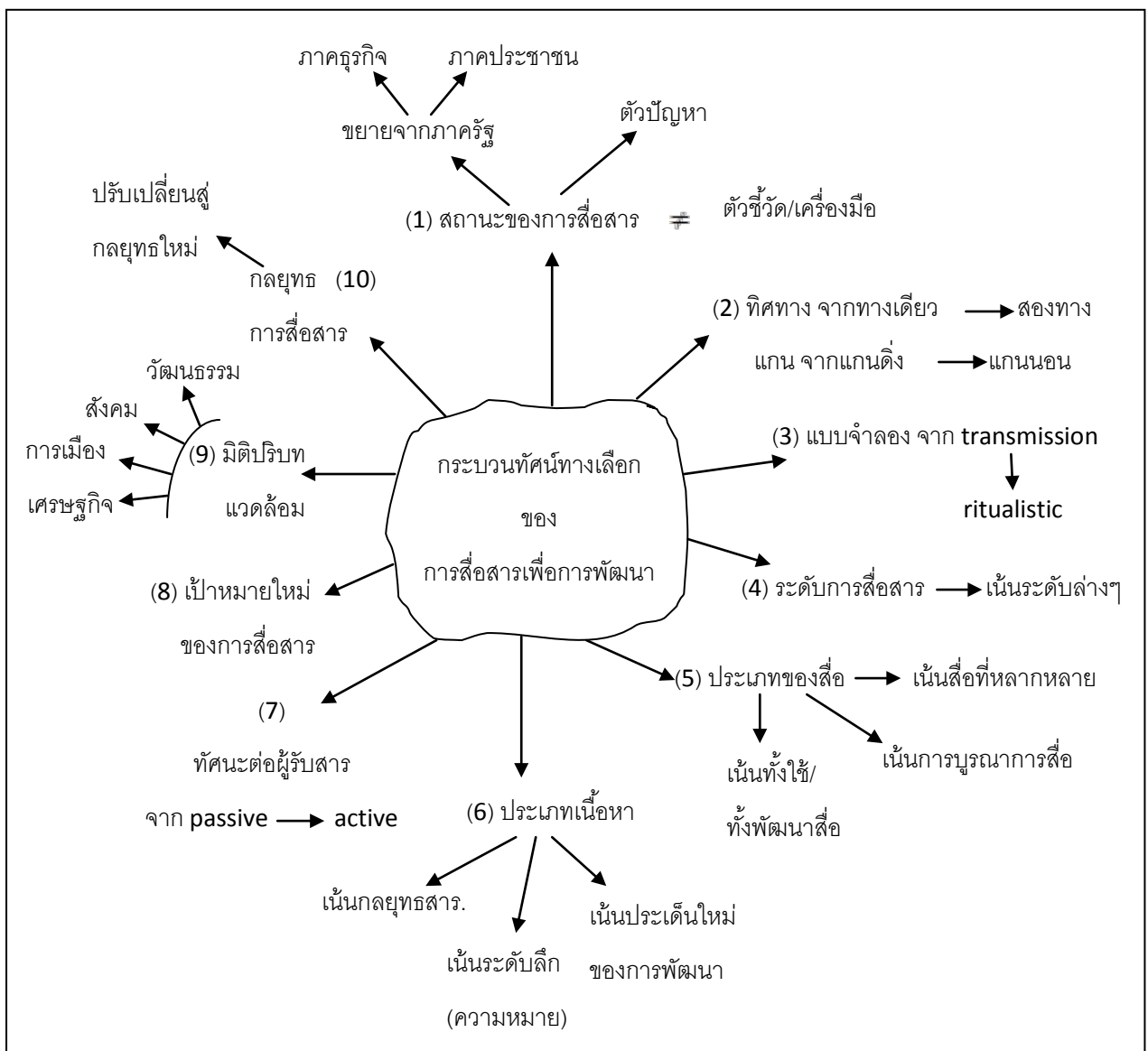
ถึงแม้กระบวนการทัศน์ทางเลือกจะมีจุดยืนที่ปฏิเสธแนวคิดและแนวปฏิบัติของกระบวนการทัศน์กระแสหลักของการพัฒนา แต่ทว่าภายในกลุ่มกระบวนการทัศน์ทางเลือกของการพัฒนาเอง ก็ยังมีความแตกต่างหลากหลายอย่างมาก และยังคงอยู่บนเส้นทางการแสวงหากระบวนการทัศน์ใหม่ที่เหมาะกับลักษณะสังคมของตน เช่น ในระดับโลก บางประเทศใช้กระบวนการทัศน์ทางเลือกโดยเลือกประสานทั้งความคิดเรื่องความเจริญเติบโตควบคู่ไปกับการกระจายความยุติธรรม (ในประเทศไทย ก็เคยใช้กระบวนการทัศน์นี้ในช่วงแผนพัฒนาฯ แผนที่ 6-7) บางประเทศเปลี่ยนเกณฑ์ตัวชี้วัด “การพัฒนา” จากตัวเลขทางเศรษฐกิจ มาเป็นตัวเลखความสุขของประชาชน (เช่น ประเทศภูฏาน) บางประเทศใช้เป้าหมาย “คุณภาพชีวิต” ของประชาชนมาแทนที่อัตราความเจริญเติบโต บางประเทศใช้วิธีการปิดประเทศเพื่อป้องกันการเอาเปรียบจากประเทศที่พัฒนาแล้ว เป็นต้น

แม้แต่ภายในประเทศเดียวกัน ตัวอย่างเช่น ประเทศไทย กาญจนนา แก้วเทพ (2538) ได้ประมวลว่า มีกระบวนการทัศน์ทางเลือกอย่างน้อย 3 กระแสที่นำเสนอตัวเองให้เป็นทางออกแก่ประเทศไทยในช่วงทศวรรษ 2540 คือ กระบวนการทัศน์การพัฒนาแนวพุทธศาสนา แนวเศรษฐศาสตร์การเมือง และแนววัฒนธรรมชุมชน โดยที่ทั้ง 3 แลวนั้นล้วนมีปรัชญาแห่ง

การพัฒนา การให้นิยามความหมายของการพัฒนา การวิเคราะห์ปัญหาสังคมที่เป็นอยู่ การวางเป้าหมายยุทธศาสตร์ และ การกำหนดยุทธวิธีหรือวิธีการไปบรรลุเป้าหมายที่แตกต่างกัน

**คุณลักษณะของกระบวนการคัดเลือกของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา**

จากคุณลักษณะของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่เป็นศาสตร์ถูกผสมระหว่างการพัฒนากับการสื่อสาร ดังนั้น รูปแบบที่สมบูรณ์ที่สุดของกระบวนการคัดเลือกของการสื่อสารเพื่อพัฒนาจึงต้องมีทั้ง “กระบวนการคัดเลือกของการพัฒนา” ดังที่ได้กล่าวถึงไปแล้ว และ “กระบวนการคัดเลือกของการสื่อสาร” ด้วย เพราะฉะนั้นคุณลักษณะของกระบวนการคัดเลือกของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่สมบูรณ์จึงควรเป็นดังนี้



ภาพที่ 1.13 : คุณลักษณะของกระบวนการคัดเลือกของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

จากภาพที่ 1.13 สามารถอธิบายคุณลักษณะของกระบวนการคัดเลือกของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาได้ดังนี้

**1.สถานะของการสื่อสาร** จากกระบวนการเดิมที่เคยวางตำแหน่งของการสื่อสารเอาไว้ใน 2 สถานะ คือ เป็นทั้งตัวชี้วัดระดับความทันสมัย และเป็นทั้งเครื่องมือหรือกลไกในการส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนา ในกระบวนการนี้ทางเลือกนี้เสนอว่า ทิศนะดังกล่าวนั้นเป็นเพียงแค่นโยบายคิด หลักการ ทฤษฎี เท่านั้น แต่ผลจากการศึกษาวิจัยที่เป็นจริงใน 2 ทศวรรษที่ผ่านมา ยังไม่มีหลักฐานที่พิสูจน์ได้อย่างหนักแน่นว่า การสื่อสารโดยเฉพาะสื่อมวลชนจะมีสถานะดังกล่าว สื่อมวลชนยังไม่สามารถพิสูจน์ตัวเองได้ว่าเป็นปัจจัยหลักในการพัฒนา และยังมีบางกรณีที่แสดงว่า สื่อมวลชนอาจจะเป็นอุปสรรคหรือตัวขัดขวางการพัฒนาด้วยซ้ำไป (เช่น สื่อมวลชนที่เน้นการโฆษณาแบบบริโภคนิยมทำให้เรื่องการออมเพื่อการลงทุนเป็นไปได้)

นอกจากนั้น กระบวนการเลือกยังมีข้อเสนอเรื่องภาคส่วนที่เข้ามาใช้การสื่อสารว่า ควรขยายจากความสนใจแต่ภาครัฐมาเป็นภาคประชาชน รวมทั้งภาคธุรกิจ (เช่น แนวคิดเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจ - CSR - หรือการนำกลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคมมาใช้ในงานพัฒนา)

**2.ทิศทางหรือแกนของการสื่อสาร** กระบวนการเลือกเสนอให้เปลี่ยนหรือเพิ่มจากการสื่อสารทางเดียวมาเป็นการสื่อสารสองทาง จากแกนการสื่อสารแนวตั้ง เช่น จากเจ้าหน้าที่เกษตรมาสู่เกษตรกร ควรจะเพิ่มการสื่อสารแนวระนาบ คือ การสื่อสารระหว่างกลุ่มเกษตรกรกันเองให้มากขึ้น ฉะนั้น แทนที่จะมาดูงานแต่แปลงสาธิตของรัฐ เกษตรกรควรจะดูงานในแปลงของเกษตรกรกันเองด้วย

**3.แบบจำลองการสื่อสาร** ควรจะเปลี่ยนหรือเพิ่มจากแบบจำลองการสื่อสารเชิงการถ่ายทอดข่าวสารไปสู่แบบจำลองการสื่อสารเชิงพิธีกรรม ซึ่งคุณลักษณะอื่นๆจะเปลี่ยนแปลงตามไป เช่น เป้าหมายของการสื่อสาร เมื่อใช้แบบจำลองเชิงพิธีกรรม การสื่อสารระหว่างเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรกับเกษตรกรจึงอาจจะไม่ได้มีเป้าหมายเพียงเพื่อถ่ายทอดข่าวสารเท่านั้น แต่อาจจะเปลี่ยนเป้าหมายเป็นการกระชับความสัมพันธ์อันดี สร้างความไว้วางใจระหว่างกัน หรือการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างเจ้าหน้าที่กับเกษตรกรแทน

**4.ระดับของการสื่อสาร** จากกระบวนการเดิมที่เน้นแต่การสื่อสารระดับสื่อมวลชน กระบวนการเลือกจะเปลี่ยนมาเน้นการสื่อสารในระดับต่างๆ เช่น การสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารในกลุ่มย่อย การสื่อสารระดับชุมชน ท้องถิ่นแทนที่จะเป็นการสื่อสารแบบบูรณาการด้วยสื่อมวลชนในระดับกว้าง เช่น ระดับชาติ จากการเปลี่ยนจุดเน้นของระดับการสื่อสารจะส่งผลไปถึงการเปลี่ยนกลยุทธ์การวางแผนการใช้สื่อที่จะต้องปรับเปลี่ยนจากการรวมศูนย์วางแผนจากส่วนกลาง ไปสู่การกระจายรูปแบบการใช้สื่อในระดับท้องถิ่น รวมทั้งการเปลี่ยนประเภทของสื่อจากสื่อมวลชนระดับชาติไปสู่สื่อเล็กๆและสื่อชุมชนท้องถิ่น

**5.ประเภทของสื่อ** กระบวนการเลือกจะขยายขอบเขตของสื่อทุกประเภทให้เข้ามามีบทบาทในการพัฒนา ไม่ว่าจะเป็นสื่อขนาดใหญ่หรือขนาดเล็ก ไม่ว่าจะเป็นสื่อดั้งเดิมของชุมชน หรือสื่อสมัยใหม่ เช่น อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์มือถือ ทั้งสื่อกิจกรรมที่มีความสำคัญสำหรับงานส่งเสริมการเกษตร ทั้งสื่อบุคคลจากภายในและภายนอกชุมชน ฯลฯ ทั้งนี้ประเด็นความสนใจของกระบวนการเลือกก็คือ จะมีวิธีการบูรณาการสื่อต่างๆประเภทให้เหมาะสมได้อย่างไร

อีกทัศนะหนึ่งที่น่าจะถือได้ว่าเป็นจุดเปลี่ยนเกี่ยวกับแนวคิดเรื่องประเภทสื่อในกระบวนการทัศนทางเลือกก็คือ ในทัศนะของกระบวนการทัศนกระแสหลักนั้นจะมีวิธีคิดเพียงด้านเดียวต่อสื่อ คือ จะมีวิธีการใช้สื่ออย่างไร แต่กระบวนการทัศนทางเลือกเห็นว่า สื่อนั้นก็เปรียบเสมือนป่าไม้ เราจะมีแต่ “การใช้” แต่ “ไม่มีการบำรุงรักษาและพัฒนา” ไม่ได้ ดังนั้นกระบวนการทัศนทางเลือกจึงเสนอให้ใช้กลยุทธ์ “เส้นด้ายคู่” ต่อสื่อ คือ มีทั้งการใช้และมีทั้งการทำนุบำรุงรักษาพัฒนาสื่อไปพร้อมๆกัน โดยเฉพาะพวกสื่อเล็กๆ สื่อชุมชน เช่น หอกระจายข่าว วิทยุชุมชน หรือสื่อประเพณี สื่อพื้นบ้าน

**6. ประเภทเนื้อหา** กระบวนการทัศนทางเลือกมีความแตกต่างจากกระบวนการทัศนกระแสหลักในประเด็นเรื่องเนื้อหาอยู่ 2 ประการ ประการแรก ในขณะที่กระบวนการทัศนเดิมนั้นให้ความสนใจแก่กลยุทธ์สื่อ โดยมองข้ามความสำคัญของกลยุทธ์เนื้อหาสาร (กล่าวคือ สนใจแต่ว่าจะใช้สื่อประเภทใด แต่ไม่ได้ให้ความสนใจว่าจะออกแบบสารอย่างไร) แต่กระบวนการทัศนทางเลือกจะให้ความสนใจกับกลยุทธ์สารมากขึ้น และไม่เพียงแต่สนใจระดับ “เนื้อหา” เท่านั้น หากแต่ยังสนใจลงไปในระดับลึก คือ “ความหมาย” ของเนื้อหาสารด้วย ทั้งนี้เพราะในโลกยุคปัจจุบัน ความสำคัญของสัญลักษณ์ ภาพลักษณ์ และความหมายต่างๆล้วนมีอิทธิพลต่อผู้คนอย่างมาก ตัวอย่างเช่น ภาพลักษณ์ของชานา “ที่เป็นกระดุกสันหลังของชาติ เป็นคนกลุ่มหลังสู้ฟ้าหน้าสู้ดิน มีความยากลำบากในชีวิต ไม่มีอนาคต” ภาพลักษณ์เหล่านี้ส่งผลต่อการสืบทอดอาชีพ เกษตรกรของคนรุ่นใหม่อย่างมาก

นอกจากนั้น เนื่องจากกระบวนการทัศนเรื่องการพัฒนาได้เปลี่ยนแปลงจากมิติเศรษฐกิจไปสู่มิติอื่นๆ ดังนั้น เนื้อหาสารในเรื่องการพัฒนาในกระบวนการทัศนทางเลือกจึงเปลี่ยนแปลงไปเป็นเนื้อหาใหม่ๆ เช่น เรื่องสิ่งแวดล้อม (ป่าไม้ คุณภาพดิน น้ำสำหรับการผลิตภาคเกษตร) สุขภาพ (การใช้สารเคมีที่ส่งผลต่อสุขภาพของผู้ผลิตและผู้บริโภค) คุณภาพชีวิต ความปลอดภัย ความเสี่ยง สิทธิมนุษยชน ฯลฯ

**7. ทัศนะต่อผู้รับสาร** ผลจากการปรับเปลี่ยนแบบจำลองจากการสื่อสารเชิงถ่ายทอดข่าวสารที่มีทัศนะต่อผู้รับสารว่า ผู้รับสารนั้นว่างเปล่าและตั้งรับ (passive) ต้องรอคอยข่าวสารที่จะถูกถ่ายทอดจากผู้ส่งสาร หรือเป็นฝ่ายจะถูกโน้มน้าวชักจูง แต่เมื่อเปลี่ยนมาเป็นแบบจำลองการสื่อสารเชิงพิธีกรรม สถานะของผู้ส่งสารและผู้รับสารก็เริ่มไม่ตายตัว หากแต่สลับบทบาทกันเล่น และถึงแม้จะเล่นบทเป็น “ผู้รับสาร” แต่แบบจำลองเชิงพิธีกรรมก็เชื่อว่า ผู้รับสารนั้นไม่ว่างเปล่าและมีลักษณะเอาการเอางาน (active) ในการเปิดรับสาร ผู้รับสารอาจจะเห็นคล้อยตาม อาจจะต่อรอง อาจจะปฏิเสธ อาจจะต่อต้าน อาจจะเอาฐานความรู้ที่ตนเองมีอยู่มาตรวจสอบ ฯลฯ ดังที่ปรากฏในงานวิจัยจำนวนมากว่า งานส่งเสริมการเกษตรไม่สามารถจะโน้มน้าวให้เกษตรกรเชื่อถือและทำตามได้ทั้งหมด

และนอกจากจะปรับเปลี่ยนทัศนะต่อผู้รับสารแล้ว หน่วยของผู้รับสาร (unit) ก็ยังมีการปรับเปลี่ยนไปด้วย ในขณะที่กระบวนการทัศนกระแสหลักมักจะพิจารณาผู้รับสารเป็น “ปัจเจก” เช่น เกษตรกรเป็นรายบุคคล แต่ทว่ากระบวนการทัศนทางเลือกจะสนใจหน่วยของผู้รับสารเป็น “กลุ่ม องค์กร เครือข่าย สถาบัน ชุมชน” มากกว่า โดยที่มีความเชื่อว่ามีอิทธิพลของความเป็นกลุ่มนั้นจะมีผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารต่อปัจเจก

**8. เป้าหมายของการสื่อสาร** เมื่อเปลี่ยนแบบจำลองของการสื่อสาร เป้าหมายของการสื่อสารที่เน้นการโน้มน้าวชักจูงก็จะเปลี่ยนแปลงไปหมด กระบวนการทัศนทางเลือกของการสื่อสารเพื่อพัฒนานั้นเน้นว่า การสื่อสารมีศักยภาพที่จะทำอะไรได้มากกว่าการเป็นเพียงเครื่องมือถ่ายทอดข่าวสารหรือโน้มน้าวชักจูงเท่านั้น หากทว่า การสื่อสารสามารถที่

จะเป็นเครื่องมือในการเสริมพลังให้ทั้งปัจเจก กลุ่ม ชุมชน เป็นเครื่องมือในการสร้างความมั่นใจ ความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ศักดิ์ศรีของตนเอง เป็นเครื่องมือในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของชุมชนให้ประจักษ์ต่อสายตาคนภายนอก เป็นปากเสียงเรียกร้องสิทธิของชุมชน รวมทั้งเป็นเครื่องมือเสริมสร้างพัฒนาขีดความสามารถของสถาบันชุมชน เป็นต้น บทบาทหน้าที่เหล่านี้ เรามักพบเห็นว่ามีการใช้การสื่อสารดังกล่าวในภาคธุรกิจอย่างมาก อย่างไรก็ตาม ในด้านการพัฒนาเพื่อสาธารณประโยชน์ ก็สามารถทำได้ด้วยเช่นเดียวกัน

**9. มิติบริบทแวดล้อมการสื่อสาร** กระบวนทัศน์ทางเลือกมีทัศนะพื้นฐานว่า “การสื่อสารนั้นเป็นเรื่องที่มากกว่าการสื่อสาร” กล่าวคือ นอกจากจะมีมิติเชิงเทคนิคและภูมิศาสตร์แล้ว การสื่อสารยังมีเรื่องของเศรษฐกิจ การเมือง สังคม วัฒนธรรม เข้ามาเกี่ยวพันอย่างแยกไม่ออก ดังนั้น ในการศึกษาเรื่องการสื่อสาร จึงต้องคำนึงถึงบริบทแวดล้อมดังกล่าวอยู่เสมอ ฉะนั้น เมื่อคิดถึงการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อการเกษตร งบประมาณในการผลิตก็จะเป็นปัจจัยที่เข้ามากำหนดคุณภาพของรายการอยู่ส่วนหนึ่ง

**10. กลยุทธ์การสื่อสาร** กลยุทธ์การสื่อสารอันเป็นโจทย์ที่เกี่ยวข้องกับคำถามของการตัดสินใจที่ว่า จะสื่อสารไปถึงใคร ด้วยเนื้อหาอะไร ใช้วิธีการนำเสนอแบบไหน เพื่อเป้าหมายอะไร ในช่วงเวลาใด ฯลฯ เมื่อมีการปรับเปลี่ยนตั้งแต่ต้นทาง คือ แบบจำลอง เป้าหมาย และอื่นๆ ก็ย่อมส่งผลถึงการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การสื่อสารไปด้วย เช่น เปลี่ยนแปลงจากกลยุทธ์การโน้มน้าว ไปสู่กลยุทธ์การสร้างความสำเร็จร่วมกัน เปลี่ยนจากกลยุทธ์วางแผนสื่อจากส่วนกลางไปสู่กลยุทธ์ที่เน้นการมีส่วนร่วมในการสื่อสารของประชาชน เป็นต้น

จากที่กล่าวมา สามารถสรุปได้ว่า ในช่วงทศวรรษที่ 3 ของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา คือทศวรรษ 1980 นี้ ประเทศโลกที่สามหลายประเทศได้นำเสนอกระบวนทัศน์ใหม่ที่เรียกว่า “กระบวนทัศน์ทางเลือก” ในกระบวนทัศน์ใหม่นี้ได้ปรับเปลี่ยนทั้งแนวคิดว่าด้วยการพัฒนา และโดยเฉพาะแนวคิดว่าด้วยการสื่อสาร ดังนั้น การสื่อสารเพื่อการพัฒนาในกระบวนทัศน์ทางเลือกจึงมีคุณลักษณะที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมไม่ว่าจะเป็นแบบจำลองที่นำมาใช้ เป้าหมายของการสื่อสารรวมทั้งกลยุทธ์การสื่อสารด้วย

### ตอนที่ 1.3

#### ทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

โปรดอ่านหัวเรื่อง แนวคิด และวัตถุประสงค์ของตอนที่ 1.3 แล้วจึงศึกษารายละเอียดต่อไป

#### หัวเรื่อง

- 1.3.1 กลุ่มทฤษฎีที่ถือเอาการสื่อสารเป็นตัวแปรต้น
- 1.3.2 กลุ่มทฤษฎีที่ถือเอาสังคม กลุ่ม และบุคคลเป็นตัวแปรต้น
- 1.3.3 กลุ่มทฤษฎีที่ไม่ระบุตัวแปร

#### แนวคิด

1. การจัดแบ่งกลุ่มทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการพัฒนาทำได้หลายวิธี ในที่นี่จะใช้เกณฑ์เรื่อง “ความพร้อมในการนำทฤษฎีไปใช้ในงานวิจัย” ซึ่งทำให้แบ่งทฤษฎีทั้งหมดได้เป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มทฤษฎีที่ถือเอาการสื่อสารเป็นตัวแปรต้น กลุ่มทฤษฎีที่ถือเอาสังคม กลุ่มและบุคคลเป็นตัวแปรต้น และกลุ่มทฤษฎีที่ไม่ระบุตัวแปร

2. ตัวอย่างของทฤษฎีที่ถือเอาการสื่อสารเป็นตัวแปรต้นมี 3 ทฤษฎี คือ ทฤษฎีผลกระทบของสื่อ ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม และทฤษฎีของสำนักโตรอนโต ทั้ง 3 ทฤษฎีมีจุดร่วมกันคือ เชื่อในพลังสร้างผลกระทบของสื่อ หากแต่แตกต่างกันในเรื่องประเภทของผลกระทบที่เกิดขึ้น หรือช่วงระยะเวลาของการเกิดผลกระทบ

3. ตัวอย่างของกลุ่มทฤษฎีที่ถือเอาสังคม กลุ่ม และบุคคลเป็นตัวแปรต้น คือ ทฤษฎีภาพสะท้อนในสื่อที่เห็นว่าสื่อทำหน้าที่เป็นกระจกส่องสะท้อนความเป็นจริงที่เกิดขึ้นในสังคม ทฤษฎีบทบาทหน้าที่เชิงสังคมของสื่อที่ระบุว่า สื่อมวลชนซึ่งเปรียบเสมือนอวัยวะของร่างกายมีหน้าที่ตอบสนองความต้องการของสังคม ในขณะที่ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมีความเห็นว่า สื่อทุกประเภทมีหน้าที่ตอบสนองความต้องการของปัจเจกบุคคล โดยที่บุคคลจะเป็นผู้เลือกใช้สื่อที่ตอบสนองความต้องการของตน

4. กลุ่มทฤษฎีที่ไม่ระบุตัวแปรนั้น ไม่สนใจว่าสื่อหรือสังคมจะมีสถานะเป็นตัวแปรต้นหรือตัวแปรตาม เพราะทั้งสื่อและสังคมสามารถเป็นตัวแปรได้ทั้ง 2 ประเภท แล้วแต่ช่วงจังหวะในการศึกษา หากแต่กลุ่มทฤษฎีนี้สนใจการปรับเปลี่ยนแบบจำลองจากการสื่อสารเชิงถ่ายทอดข่าวสารที่ได้ตัดบทบาทการมีส่วนร่วมของผู้รับสารออกไป โดยนำเสนอแบบจำลองเชิงพิธีกรรมที่เน้นการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกระบวนการสื่อสาร ตัวอย่างของทฤษฎีในกลุ่มนี้ก็คือ ทฤษฎีการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

#### วัตถุประสงค์

เมื่อศึกษาตอนที่ 1.3 จบแล้ว นักศึกษาสามารถ

1. อธิบายและวิเคราะห์เนื้อหาของทฤษฎีที่ถือเอาการสื่อสารเป็นตัวแปรต้นได้
2. อธิบายและวิเคราะห์เนื้อหาของทฤษฎีที่ถือเอาสังคม กลุ่ม บุคคลเป็นตัวแปรต้นได้
3. อธิบายและวิเคราะห์เนื้อหาของทฤษฎีการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมได้

## บทนำ

ดังที่ได้เกริ่นมาข้างต้นแล้วว่า แนวคิดและแนวทางปฏิบัติของการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรนั้น ได้ปรับเปลี่ยนมาเป็นระยะๆ อันเกิดเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงด้านแนวคิดทั้งในฟากฝั่งของ “การพัฒนา” และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง การปรับเปลี่ยนแนวคิด “ด้านการสื่อสาร” สำหรับการเปลี่ยนแปลงแนวคิดด้านการสื่อสารนั้น ปัจจัยเบื้องหลังของการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวก็เกิดมาจากทฤษฎีการสื่อสารที่แตกต่างกัน

แม้ว่าวิชาการสาขาการสื่อสารจะเพิ่งถือกำเนิดมาในสถาบันการศึกษาในโลกตะวันตกได้เพียงประมาณ 1 ศตวรรษ แต่ทว่าก็มีทฤษฎีการสื่อสารที่หลากหลายสำนักมาก และมีวิธีการจัดแบ่งกลุ่มทฤษฎีการสื่อสารได้หลายวิธี เช่น จัดแบ่งตามช่วงอายุของทฤษฎี จัดแบ่งตามความเชื่อในพลังอำนาจของการสื่อสาร เป็นต้น

สำหรับในที่นี้ จะจัดแบ่งหมวดหมู่ของทฤษฎีการสื่อสารเพื่อให้พร้อมใช้สำหรับการนำไปศึกษาวิจัย โดยจะใช้ “ประเภทตัวแปร” เป็นเกณฑ์จัดแบ่ง ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีการสื่อสารนั้นมีอยู่ 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือ ตัวแปรด้านสื่อ และตัวแปรด้านสังคม สถาบัน กลุ่ม และปัจเจกบุคคล จากตัวแปรทั้ง 2 ประเภท โรเซ็นเกรน (K.E. Rosengren ,2000) ได้จัดแบ่งกลุ่มทฤษฎีการสื่อสารออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

**1. กลุ่มทฤษฎีที่ถือเอาการสื่อสารเป็นตัวแปรต้น** เรียกว่า กลุ่ม Media-centric Theories และถือว่าตัวแปรอีกกลุ่มหนึ่ง คือ สังคม สถาบัน กลุ่ม และปัจเจกบุคคลเป็นตัวแปรตาม เนื้อหาทฤษฎีกลุ่มนี้ จึงสนใจว่า การสื่อสารทุกประเภทไม่ว่าจะเป็นสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ ฯลฯ จะสามารถสร้างผลกระทบต่อตัวแปรตามได้หรือไม่ มากน้อยเพียงใด เป็นผลกระทบแบบไหน เป็นต้น

**2. กลุ่มทฤษฎีที่ถือเอาสังคม กลุ่ม บุคคล เป็นตัวแปรต้น** เรียกว่า กลุ่ม Society-centric Theories กลุ่มนี้มีข้อตกลงเบื้องต้นที่คล้ายกันกับกลุ่มแรก กล่าวคือ เชื่อว่าบรรดาตัวแปรกลุ่มที่ 2 เช่น สังคมหรือบุคคลจะเป็นตัวกำหนดหรือมีอิทธิพลต่อการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ เช่น สังคมจะทำหน้าที่ควบคุมกำกับการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต ปัจเจกบุคคลจะเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทที่ตอบสนองความต้องการของตน การสื่อสารจึงมีสถานะเป็นตัวแปรตาม

**3. กลุ่มทฤษฎีที่ไม่ระบุตัวแปร** เรียกว่า กลุ่ม Non-centric Theories ทฤษฎีกลุ่มที่ 3 นี้ เห็นว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการที่เป็นวัฏจักร (loop) ดังนั้น ทั้งการสื่อสารและสังคม กลุ่ม บุคคล จึงอาจจะเป็นได้ทั้งตัวแปรต้นหรือตัวแปรตามแล้วแต่ช่วงจังหวะของการศึกษา จึงไม่ได้ให้ความสนใจสถานะการเป็นตัวแปรแบบตายตัว

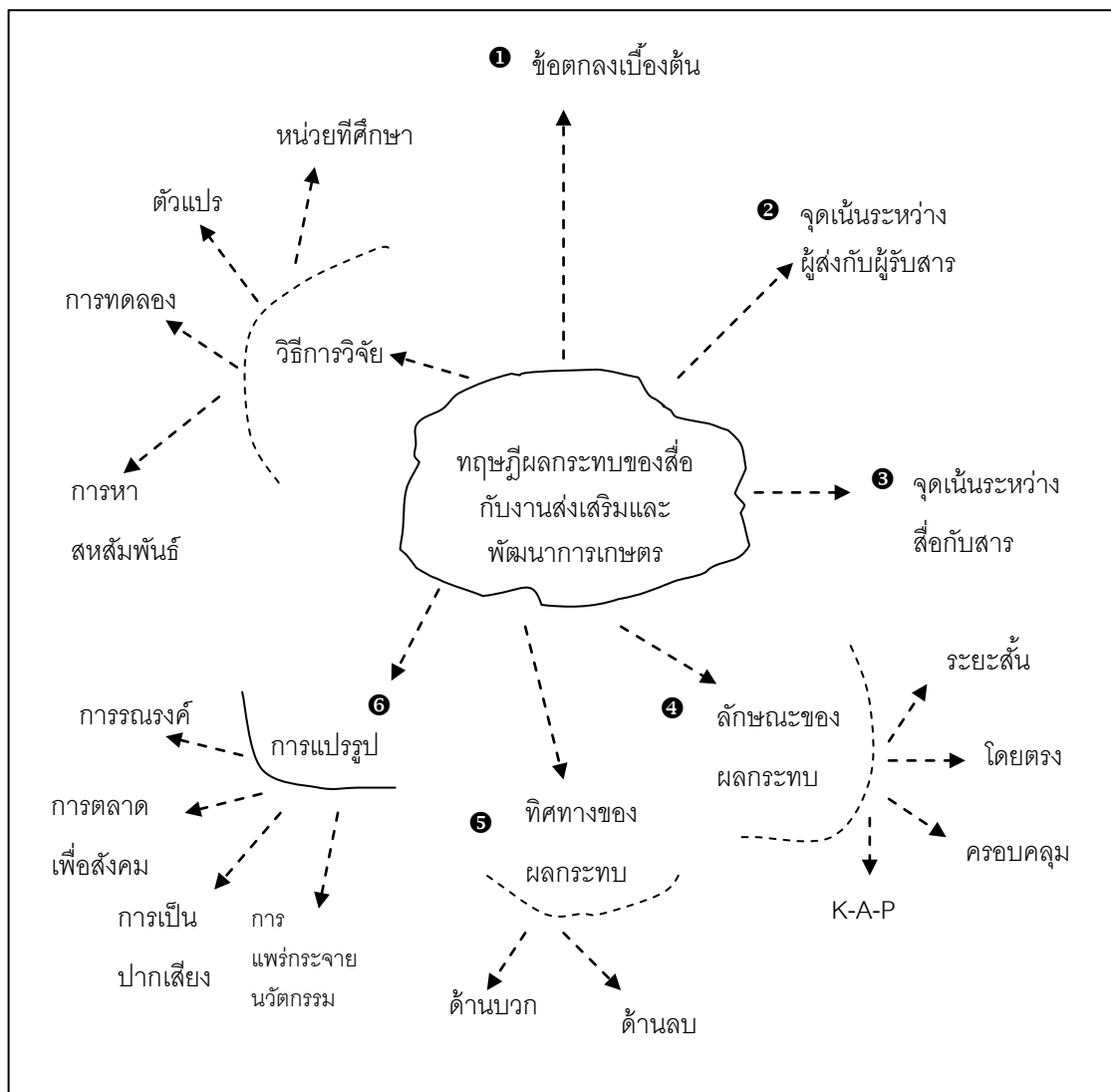
เรื่องที่ 1.3.1

กลุ่มทฤษฎีที่ถือเอาการสื่อสารเป็นตัวแปรต้น

กลุ่มทฤษฎีที่ถือเอาการสื่อสารเป็นตัวแปรต้นประกอบด้วย 3 ทฤษฎีย่อยคือ ทฤษฎีผลกระทบของสื่อ (Effect/Impact Theory) ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Theory) และทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดของสำนักโตรอนโต (Toronto School) ทั้ง 3 กลุ่มทฤษฎีนี้มีข้อตกลงเบื้องต้นร่วมกันว่า สื่อนั้นเป็นตัวแปรต้นที่มีอำนาจอิทธิพลหรือสามารถสร้างผลกระทบอย่างใดอย่างหนึ่งให้เกิดขึ้นได้ อย่างไรก็ตาม ความแตกต่างระหว่าง 3 กลุ่มทฤษฎีก็คืออำนาจหรืออิทธิพลของสื่อจะสร้างให้เกิดผลกระทบในลักษณะใด เช่น เกิดผลระยะสั้นทันทีหรือเกิดผลที่ต้องค่อยๆ สัมผัสทีละเล็กละน้อย หรือเป็นผลกระทบต่ออะไร เป็นต้น

1.ทฤษฎีผลกระทบของสื่อกับงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร

ทฤษฎีผลกระทบของสื่อที่อาจจะรู้จักกันในชื่ออื่นๆ เช่น ทฤษฎีกระสุนปืนมหัศจรรย์ (Magic Bullet Theory) หรือทฤษฎีเข็มฉีดยา (Hypodermic Needle Theory) โดยที่ชื่อนามเหล่านี้ล้วนบ่งบอกถึงความเชื่อเบื้องหลังที่ตัวทฤษฎีมีความมั่นใจในพลังอำนาจของสื่อมวลชนประเภทต่างๆ ทฤษฎีนี้ถือเป็นที่ค่อนข้างมีสถานะเป็นทฤษฎีกระแสหลักในยุคของสื่อมวลชนแบบเดิม เช่น หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ วิทยุ โทรทัศน์ โดยเฉพาะในช่วงเวลาวิกฤติ เช่น สงครามโลก ทฤษฎีผลกระทบของสื่อนี้อาจถือได้ว่าเป็นทฤษฎีการสื่อสารที่รองรับอยู่เบื้องหลังแนวคิดและแนวทางปฏิบัติของงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรอย่างมากที่สุด โดยเฉพาะในยุคทศวรรษแรกๆของการพัฒนา



### ภาพที่ 1.14 : ทฤษฎีผลกระทบของสื่อกับงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร

จากภาพที่ 1.14 สามารถอธิบายองค์ประกอบของทฤษฎีผลกระทบของสื่อได้ดังนี้

1.1 **ข้อตกลงเบื้องต้นของทฤษฎีผลกระทบของสื่อ** ก็คือ ความเชื่อในพลังอำนาจของสื่อมวลชน ประเภทต่างๆที่กล่าวมาแล้ว โจทย์การวิจัยที่จะทดสอบก็คือในกรณีที่ศึกษานั้น สื่อประเภทใดจะมีอิทธิพลในการโน้มน้าวมากน้อยกว่ากัน และเป็นเพราะปัจจัยใด

1.2 **จุดเน้น**ในแบบจำลองการสื่อสาร "S - M - C - R" สำหรับองค์ประกอบที่เป็นมนุษย์ 2 ฝ่ายคือ ผู้ส่งสารและผู้รับสารนั้น ทฤษฎีผลกระทบของสื่อจะเชื่อว่า ผู้ส่งสารจะเป็นผู้ที่เหนือกว่าผู้รับสารในทุกมิติ เช่น มีความรู้มากกว่า มีทัศนคติที่ถูกต้องกว่า มีสถานะที่เหนือกว่า ฯลฯ

1.3 และจากองค์ประกอบ 2 องค์ประกอบที่เหลือคือ สื่อหรือช่องทางการสื่อสาร และเนื้อหาสารนั้น ทฤษฎีผลกระทบของสื่อจะสนใจกับ "พลังของสื่อ" มากกว่า "อานูภาพของสาร" ดังนั้น งานวิจัยที่ใช้ทฤษฎีนี้จึงไม่ค่อยวิเคราะห์ตัวเนื้อหา

1.4 **ลักษณะของผลกระทบ** คุณลักษณะที่เฉพาะตัวที่สุดของทฤษฎีผลกระทบของสื่อ ก็คือ ลักษณะของผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากการใช้สื่อ ซึ่งมีลักษณะเป็นผลกระทบระยะสั้น กล่าวคือ ได้ผลหลังจากใช้สื่อทันที ได้ผลแบบโดยตรง กล่าวคือ ได้ผลตามแบบที่ผู้ส่งสารตั้งเอาไว้ รวมทั้งยังได้ผลอย่างครอบคลุม กล่าวคือได้ผลกับทุกกลุ่มเป้าหมาย ไม่ว่าจะเป็นชนวนาที่มีที่นามากหรือน้อย เป็นชาวนารวย ปานกลาง หรือชาวนาจน และทำที่สุดคือ ได้ผลตามลำดับขั้นของผลกระทบตั้งแต่ต้นทางถึงปลายทาง K - A - P กล่าวคือ สื่อสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตั้งแต่ระดับความรู้หรือความเข้าใจ (Knowledge - K) ทัศนคติ (Attitude - A) จนถึงระดับพฤติกรรมหรือการกระทำ (Performance - P) ดังตัวอย่างงานวิจัยของอมรทิพย์ วรรณพันธ์ (2534) ซึ่งทำการศึกษาวิจัยว่า "พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมีผลต่อการยอมรับแนวคิดและแนวทางปฏิบัติในเรื่องการพัฒนาที่ดิน" ของเกษตรกรใน 4 จังหวัด คือ น่าน ลำพูน กำแพงเพชร และขอนแก่น หรือไม่อย่างไร และสื่อประเภทใดมีอิทธิพลในการโน้มน้าวดังกล่าวบ้าง เป็นต้น

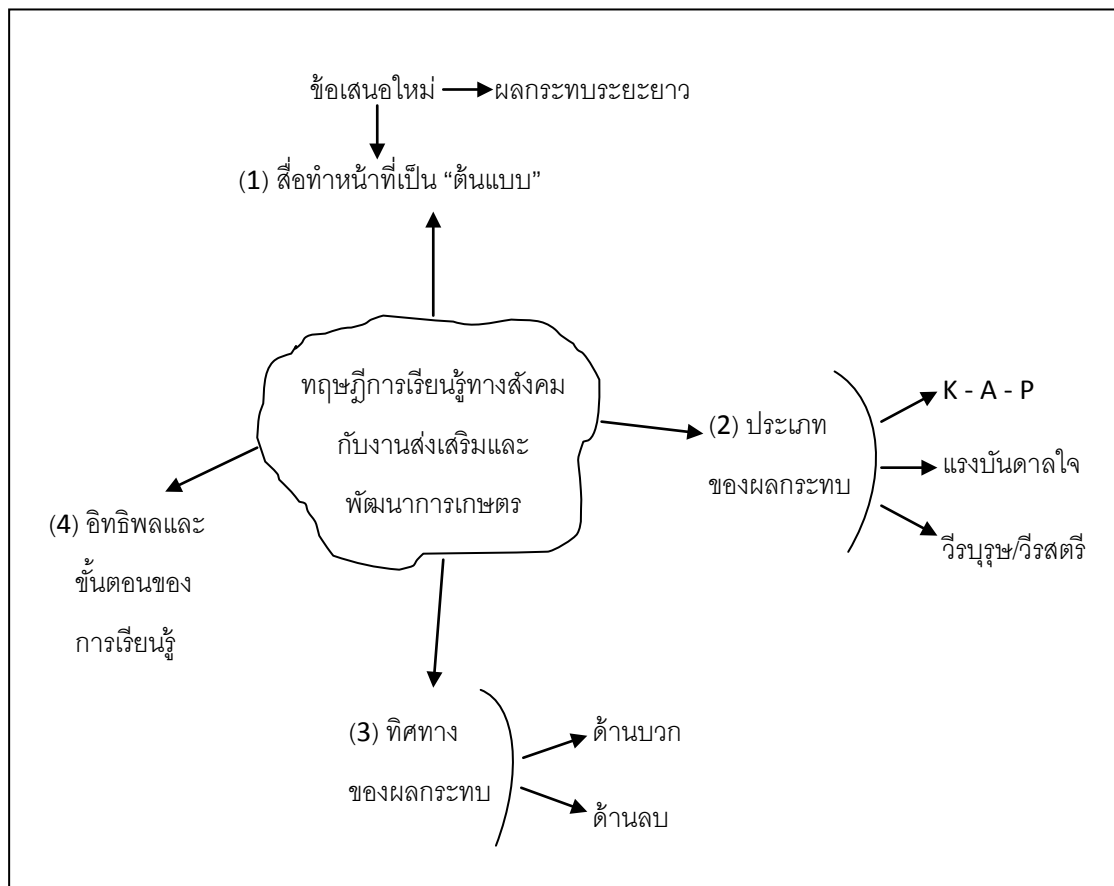
1.5 **ทิศทางของผลกระทบ** ผลกระทบอันเกิดขึ้นจากสื่อหนึ่งสามารถให้ได้ทั้งผลกระทบในด้านบวกและด้านลบ ตัวอย่างเช่น การสร้างผลกระทบด้านบวกของการใช้สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการใช้สารเคมีป้องกัน และกำจัดศัตรูพืชแก่เกษตรกรผู้ปลูกผัก (พรรณนีย์ วิชชาชู, 2531) แต่ในเวลาเดียวกัน ในบางกรณีการใช้สื่อเผยแพร่ข่าวสารก็อาจจะสร้างความตื่นตระหนกจนเกิดเหตุ เช่น การแพร่กระจายโรคระบาดของพืชทำให้เกษตรกรวิตกกังวลจนเกินความจริง อันเป็นผลกระทบด้านลบ เป็นต้น

1.6 **การแปรรูปทฤษฎีผลกระทบของสื่อ** จากต้นแบบของทฤษฎีกระสุนปืนมหัศจรรย์ที่เน้นการโน้มน้าวชักจูงที่เรียกว่า "การโฆษณาชวนเชื่อ" ในลำดับต่อมา ทฤษฎีผลกระทบของสื่อก็ได้ดัดแปลงออกมาเป็นกลยุทธ์การสื่อสารแบบต่างๆ ที่รู้จักกันดีก็คือ ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรมที่เน้นบทบาทของสื่อหลายๆประเภทในแต่ละขั้นตอนของการแพร่กระจาย ซึ่งทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรมเป็นทฤษฎีที่ถูกนำมาใช้อย่างมากในงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร

รวมทั้งกลยุทธ์ “การใช้สื่อเพื่อการเป็นปากเป็นเสียง” ของประชาชนเพื่อผลักดันประเด็นที่ต้องการเปลี่ยนแปลงต่อผู้มีอำนาจในสังคม เช่น การเรียกร้องให้มีนโยบายประกันราคาผลผลิตทางการเกษตร และกลยุทธ์ “การตลาดเพื่อสังคม” ที่ประยุกต์เอาวิธีการ “ขายฝัน” ที่เป็นสิ่งของรูปธรรมมา “ขายความคิดดีๆ” ที่เป็นนามธรรม เช่น ความคิดเรื่องการปลูกผักปลอดสารพิษรับประทานเอง รวมทั้งรูปแบบการสื่อสารที่เรารู้จักกันดี คือ การรณรงค์

1.7 **วิธีการวิจัย** เนื่องจากงานวิจัยที่อยู่ได้มั่งคั่งของทฤษฎีผลกระทบของสื่อ นั้นมักจะต้องการคำตอบที่มีลักษณะแม่นยำแน่นอน เช่น สื่อประเภทที่ต้องการศึกษาสามารถสร้างผลกระทบได้จริงหรือไม่ หรือสื่อประเภทใดจะสร้างผลกระทบได้มากกว่ากัน ดังนั้นงานวิจัยที่ใช้ทฤษฎีผลกระทบของสื่อจึงมักจะใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เช่นการหาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรหรือการวิจัยเชิงทดลอง ตัวแปรที่ต้องการวัดก็มักจะเป็น ปริมาณความถี่ในการเปิดรับสื่อ และใช้หน่วยที่ศึกษาเป็นปัจเจกบุคคล

**2.ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมกับงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร**



**ภาพที่ 1.15: คุณลักษณะของทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม**

จากภาพที่ 1.15 สามารถอธิบายคุณลักษณะของทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมได้ดังนี้

2.1 **ข้อเสนอใหม่ของทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม** ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมจากสื่อ นั้นเป็นทฤษฎีที่เกิดขึ้นหลังจากทฤษฎีผลกระทบของสื่อ คือราวทศวรรษ 1970 โดยที่ในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ได้มีงานศึกษาวิจัยเพื่อตรวจสอบความถูกต้องของทฤษฎีผลกระทบของสื่อว่ามีอำนาจจริงหรือไม่ ผลการตรวจสอบพบข้อสรุปคร่าวๆว่า

สื่อมวลชนนั้นจะมีอิทธิพลแบบระยะสั้น โดยตรง และครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย ก็เฉพาะในเงื่อนไขพิเศษ คือ ช่วงเวลาที่มีวิกฤต แต่เมื่อบริบทแวดล้อมก้าวเข้าสู่ภาวะปกติ สื่อมวลชนก็มักจะไม่ได้ผลตามที่ทฤษฎีผลกระทบของสื่อระบุเอาไว้ และเนื่องจากสภาพสังคมส่วนใหญ่เป็นภาวะปกติ ดังนั้น จึงเกิดแนวโน้มในหมู่นักวิชาการด้านการสื่อสารที่ระบุว่า สื่อมวลชนนั้นไม่สามารถสร้างผลกระทบตามที่คาดหวังได้

อย่างไรก็ตาม ในขณะที่หมู่นักทฤษฎีด้านการสื่อสารเริ่มปฏิเสธอิทธิพลของสื่อมวลชน ก็มีกลุ่มนักทฤษฎีในสาขาจิตวิทยาพัฒนาการที่ได้ข้อค้นพบจากการวิจัยเชิงทดลองว่า แม้ว่าสื่อมวลชนจะไม่สามารถมีอิทธิพลแบบระยะสั้นได้ แต่สื่อมวลชนก็มีอิทธิพลในแง่การเรียนรู้ที่เป็นแบบค่อยๆ สัมผัสในระยะยาว นี่จึงเป็นข้อเสนอใหม่ของทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมจากสื่อที่ว่า สื่อจะทำหน้าที่นำเสนอ “ต้นแบบ” ที่อาจจะเป็น “ตัวคน” “การกระทำ” “เหตุการณ์” ให้แก่บุคคล (โดยเฉพาะเด็ก) ในการเรียนรู้หรือเลียนแบบพฤติกรรมต่างๆ ที่เด็กสังเกตเห็นได้จากสื่อมวลชน

**2.2 ประเภทของผลกระทบ** นอกเหนือจากการเรียนรู้ระดับความรู้-ความเข้าใจ ทักษะคิด และการกระทำ (K - A - P) ตามที่ทฤษฎีผลกระทบของสื่อได้นำเสนอแล้ว เนื่องจากทฤษฎีการเรียนรู้เน้นผลกระทบที่ค่อยๆ สัมผัสระยะยาว ดังนั้น ประเภทของผลกระทบจึงอาจจะมีได้ผิวนั้นแค่ระดับ K - A - P เท่านั้น แต่อาจจะเป็นอิทธิพลระดับลึกซึ้ง เช่น เป็นแรงบันดาลใจ เป็นวีรบุรุษหรือวีรสตรีในดวงใจ เป็นความซาบซึ้ง ความประทับใจ (ตัวอย่างเช่น รายการโทรทัศน์ “คนค้นคน” ที่สร้าง “คนต้นแบบ” ขึ้นมา)

**2.3 ทิศทางของผลกระทบ** ยังคงมีทิศทางทั้งผลกระทบด้านบวกและด้านลบเช่นเดียวกัน แบบอย่างจากสื่อมวลชนอาจจะเป็นทั้งแบบอย่างที่ดี หรือแบบอย่างที่ไม่ดี

**2.4 อิทธิพลของผลกระทบของสื่อ** หากเทียบกับทฤษฎีผลกระทบของสื่อแล้ว ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมจากสื่อไม่คิดว่าอิทธิพลของสื่อมวลชนจะมีอำนาจแบบโดยตรงถึงกลุ่มเป้าหมายแบบม้วนเดียวจบ ทั้งนี้ เพราะทฤษฎีเรียนรู้พบผลจากการวิจัยว่า ระยะทางระหว่างต้นแบบในสื่อมวลชนจนถึงพฤติกรรมเลียนแบบจากสื่อในขั้นสุดท้ายนั้น ระหว่างกลางนั้นประกอบด้วยขั้นตอนหลายขั้นตอน และหากล้มเหลวหรือมีอุปสรรคในขั้นใดขั้นหนึ่ง การเรียนรู้จากสื่อก็จะเป็นไม่ได้ตลอดรอดฝั่ง (อาจคิดเทียบได้กับการติดตั้งซอฟต์แวร์ในคอมพิวเตอร์ที่ต้องผ่านหลายขั้นตอน) เช่น เริ่มตั้งแต่ขั้นตอนแรกว่า ตัวแบบนั้นมีความน่าสนใจให้ผู้รับสารสนใจหรือไม่ และผู้รับสารสนใจจะเลียนแบบหรือเรียนรู้อะไร หลังจากเรียนรู้จากต้นแบบไปแล้ว เมื่อจำเป็นต้องนำเอาความรู้ที่เรียนมาใช้ จะใช้เป็นหรือไม่ และเมื่อทำตามต้นแบบแล้ว จะได้ผลที่สำเร็จหรือล้มเหลว เป็นต้น สำหรับทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมจากสื่อนี้สามารถจะนำมาใช้ในการศึกษาวิจัยด้านการสื่อสาร การเกษตรได้อย่างมาก ทั้งนี้เพราะรูปแบบการสื่อสารการเกษตรที่นิยมใช้มาก คือรูปแบบการดูงานจากแปลงสาธิต หรือการศึกษาจากต้นแบบ

### 3. ทฤษฎีเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นตัวกำหนด

ทฤษฎีนี้มักจะเป็นที่รู้จักกันในนามของสำนักโทรอนโต เนื่องจากกลุ่มนักทฤษฎีสำนักรุ่นนี้ เช่น มาร์แชล แมคลูฮัน (Marshall McLuhan) ฮาร์โรลด์ อินนิส (Harold Innis) เป็นนักวิชาการอยู่ที่มหาวิทยาลัยโทรอนโต ประเทศแคนาดา

หากเปรียบเทียบกับ 2 ทฤษฎีแรกในกลุ่มทฤษฎีที่ใช้สื่อเป็นตัวแปรต้น และมีความเชื่อในพลังของสื่อเช่นทฤษฎีผลกระทบของสื่อและทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมจากสื่อแล้ว ถือได้ว่าสำนักโตรอนโตนั้นมีความเชื่อมั่นในพลังการเปลี่ยนแปลงของสื่ออย่างมากที่สุด ดังที่จะเห็นได้จากชื่อของกลุ่มที่บ่งบอกจุดยืนของทฤษฎีที่เห็นว่า หากเมื่อใดที่มีการเปลี่ยนแปลงประเภทของสื่อแล้ว ก็จะส่งแรงกระเพื่อมให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปถึงส่วนอื่นๆ กระทั่งไม่ว่าจะเป็นระดับปัจเจกบุคคล ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การเกิดขึ้นหรือสูญสลายไปของกลุ่ม องค์กร เกิดการเปลี่ยนแปลงในสถาบันสังคม เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ อำนาจการเมือง วัฒนธรรม ศาสนา ฯลฯ

แม้ว่าสำนักโตรอนโตจะมีความเชื่อร่วมกับทฤษฎีผลกระทบของสื่อและทฤษฎีการเรียนรู้ในเรื่องพลังอำนาจของสื่อ แต่ทว่าข้อแตกต่างก็คือ ความสนใจในลักษณะของผลกระทบ ดังที่กล่าวมาแล้วว่า ทฤษฎีผลกระทบและทฤษฎีการเรียนรู้จะสนใจการเปลี่ยนแปลงระดับความรู้ ทักษะ ทักษะ การกระทำ แรงบันดาลใจ ฯลฯ ที่เกิดกับบุคคล แต่ทว่าสำนักโตรอนโตจะสนใจผลกระทบจากสื่อที่เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อ “ประสบการณ์เกี่ยวกับเวลา พื้นที่ รวมทั้งความสัมพันธ์เชิงอำนาจของทั้งระดับบุคคล กลุ่ม องค์กร สถาบันทางสังคม” ตัวอย่างเช่น ความต้องการความเร็วมากขึ้นทุกที ซึ่งมีใช้ความต้องการตามธรรมชาติ เป็นต้น

สำหรับเรื่องการศึกษาวิจัยด้านการสื่อสารการเกษตรในปัจจุบันและอนาคตนั้น น่าจะมีการนำเอาแนวคิดของสำนักโตรอนโตมาลองใช้ดู โดยเฉพาะหากเป็นกรณีของการศึกษาสื่อใหม่ เช่น การมีโทรศัพท์มือถือได้เปลี่ยนแปลงวิถีการผลิตของชาวนาไทยอย่างไรบ้าง การใช้คอมพิวเตอร์เพื่อการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์มีรูปแบบอย่างไรบ้าง เป็นต้น

จากที่กล่าวมาสามารถสรุปได้ว่า ทฤษฎีทั้ง 3 ทฤษฎีที่ถือเอาการสื่อสารเป็นตัวแปรต้นนั้น ล้วนมีความเชื่อร่วมกันว่าการสื่อสารนั้นจะเป็นตัวแปรต้นที่สามารถสร้างผลกระทบต่อบุคคล กลุ่ม องค์กร สถาบันสังคม และสังคมโดยรวม หากทว่า แต่ละทฤษฎีก็มีข้อเสนอกันที่แตกต่างกันในเรื่องระยะเวลาของการเกิดผลกระทบหรือประเภทของผลกระทบ

### เรื่องที่ 1.3.2

#### กลุ่มทฤษฎีที่ถือเอาสังคม กลุ่ม บุคคล เป็นตัวแปรต้น

##### บทนำ

กลุ่มทฤษฎีที่ถือเอาสังคม กลุ่ม บุคคล เป็นตัวแปรต้น มีทัศนะพื้นฐานที่กลับกันจากกลุ่มทฤษฎีที่ถือเอาสื่อเป็นตัวแปรต้น กล่าวคือ กลุ่มทฤษฎีนี้เสนอว่า เราไม่อาจจะเชื่อในพลังอำนาจของสื่อแบบลอยๆได้ ทั้งนี้เพราะสื่อหรือการสื่อสารนั้นมีได้มีแค่มิติเชิงเทคนิคเท่านั้น หากทว่ากระบวนการใช้สื่อเป็นกระบวนการทางสังคม ซึ่งหมายความว่า จะมีปัจจัยด้านเศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม พลังอำนาจอื่นๆในสังคมเข้ามากำหนดการใช้สื่ออยู่เสมอ ดังนั้น แม้เราจะทราบ ว่า สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพสูงในการให้ความรู้และข่าวสารแก่เกษตรกร แต่การเข้าไปใช้สื่อโทรทัศน์นั้นก็ต้องมีค่าใช้จ่ายหรือมีเงินทุน เป็นต้น

กลุ่มทฤษฎีที่ถือเอาสังคม กลุ่ม และบุคคลเป็นตัวแปรต้นจึงเสนอว่า ในการศึกษาเรื่องการสื่อสารนั้น จะต้องเริ่มต้นจากการพิจารณาอิทธิพลของปัจจัยอื่นที่มีต่อการใช้สื่อในแง่มุมต่างๆ เช่น ความต้องการของปัจเจกบุคคล ความคาดหวังของสังคม ผลประโยชน์ของกลุ่มพลังต่างๆ ฯลฯ ดังนั้น เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มทฤษฎีที่ถือเอาสื่อเป็นตัวแปรต้น ซึ่งมีโจทย์หลักเพียงโจทย์เดียวว่า “สื่อมีทรงประสิทธิภาพหรือไม่” ในกลุ่มทฤษฎีที่ถือเอาสังคมเป็นตัวแปรต้นจะมีทฤษฎีย่อยๆที่อยู่ภายในกลุ่มนี้จะมีที่มาจาก โจทย์และเหตุผลที่หลากหลายกว่า

อนึ่ง มีข้อสังเกตว่า สำหรับงานวิจัยด้านการสื่อสารการเกษตรนั้น ปริมาณงานวิจัยที่นำเอาทฤษฎีการสื่อสารในกลุ่มที่ถือเอาสังคมเป็นตัวแปรต้นนี้จะมีอย่างน้อยมากอย่างเทียบสัดส่วนไม่ได้เลยกับกลุ่มทฤษฎีที่ถือเอาสื่อเป็นตัวแปรต้น ดังนั้นในอนาคต ควรที่จะมีการส่งเสริมให้มีการวิจัยเรื่องการสื่อสารการเกษตรโดยใช้ทฤษฎีในกลุ่มที่สองนี้ให้เพิ่มมากขึ้น เพื่อทำความเข้าใจกับข้อกำหนด ข้อจำกัด และอุปสรรคต่างๆของการใช้สื่อให้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น

สำหรับทฤษฎีย่อยๆที่อยู่ภายใต้กลุ่มทฤษฎีการสื่อสารที่ถือเอาสังคมเป็นตัวแปรต้นนี้มีอยู่อย่างหลากหลาย ในส่วนที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรอาจจะมีอยู่ 3 ทฤษฎีหลักๆ คือ

1. ทฤษฎีภาพสะท้อนในสื่อ (Reflection Theory)
2. ทฤษฎีบทบาทหน้าที่เชิงสังคมของสื่อ (Social Functionalism of Media)
3. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ (Uses and Gratifications Approach)

#### 1.ทฤษฎีภาพสะท้อนในสื่อ

ที่มาของทฤษฎีภาพสะท้อนในสื่อมวลชนนั้นเป็นทฤษฎีที่ต่อยอดมาจากแนวคิดและทฤษฎีด้านวรรณกรรมศึกษาที่มีความเชื่อเบื้องต้นว่า บรรดางานศิลปะหรือวรรณกรรมทั้งหลายนั้นคือการเลียนแบบโลกที่เป็นจริง ดังนั้น ศิลปะและวรรณกรรมจึงถูกอุปมาอุปไมยว่าเป็นประดู่ "กระจก" ส่งให้เห็นความเป็นจริงเกี่ยวกับผู้คน การกระทำ การดำเนินชีวิต สภาพแวดล้อม และอื่นๆ การที่ทฤษฎีภาพสะท้อนในสื่อถูกจัดรวมอยู่ในกลุ่มที่ถือเอาสังคมเป็นตัวแปรต้น ก็เนื่องจากทฤษฎีภาพสะท้อนนั้นถือว่า ต้องมีผู้คน เหตุการณ์ สิ่งของ สถานที ฯลฯ ในโลกแห่งความจริงเกิดขึ้นก่อน จึงจะเกิดภาพสะท้อนในสื่อตามมาทีหลัง หากไม่มี “ของจริง” ก็ย่อมไม่มี “ภาพสะท้อนในสื่อหรือในกระจก”

ในแวดวงด้านการสื่อสาร การนำทฤษฎีภาพสะท้อนจะถูกนำมาใช้ในการศึกษากลุ่มคนที่มีลักษณะเสียเปรียบหรือด้อยโอกาสเป็นส่วนใหญ่ เช่น กลุ่มสตรี กลุ่มคนพิการ กลุ่มชนชาติส่วนน้อย กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มเพศที่สาม ฯลฯ เพื่อหวังผลต่อการปรับปรุงสถานภาพของกลุ่มคนดังกล่าวในโลกแห่งความจริง และจากประเด็นเรื่องกลุ่มคน ต่อมาในแวดวงวารสารธุรกิจ ก็ได้นำเอาเรื่องของภาพลักษณ์หรือภาพสะท้อนมาใช้กับสิ่งของ สินค้า สถานที่ เหตุการณ์ รวมทั้งตัวบุคคล (เช่น ดารา นักร้อง นักกีฬา พิธีเซนต์เตอร์ ฯลฯ) ก็ยิ่งทำให้การนำทฤษฎีภาพสะท้อนในสื่อมาใช้มีการขยายตัวมากขึ้น

ในแวดวงวารสารการเกษตรยังคงมีการนำทฤษฎีภาพสะท้อนในสื่อมาใช้ไม่น้อยมาก ตัวอย่างงานวิจัยด้านวารสารการเกษตรที่ใช้ทฤษฎีภาพสะท้อนในสื่อก็เช่น งานวิจัยของ สติมา ศรีนคร (2552) เรื่อง “ภาพลักษณ์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในการรับรู้ของข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์” โดยผู้วิจัยออกแบบการวิจัยเชิงปริมาณด้วยการสำรวจทั้งภาพลักษณ์ที่กำลังเป็นอยู่และภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาของข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ จำนวน 400 คน โดยดูภาพลักษณ์ที่เป็นส่วนประกอบของกระทรวงฯ เริ่มตั้งแต่ กระทรวงเกษตรฯ คืออะไร ภาพลักษณ์ของผู้บริหาร ภาพลักษณ์ของบุคลากร การดำเนินงาน การให้บริการ ฯลฯ รวมทั้งตรวจสอบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประเภทใด ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารที่มาของภาพลักษณ์ ประเด็นที่น่าสนใจจากงานวิจัยชิ้นนี้ก็คือ ภาพลักษณ์โดยรวมของกระทรวงเกษตรฯ นั้นยังไม่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกับภาพลักษณ์ที่ข้าราชการพึงปรารถนา กล่าวคือ ในขณะที่ภาพลักษณ์ปัจจุบัน กระทรวงฯ ถูกรับรู้ว่าเป็นองค์กรหลักด้านการผลิตสินค้าเกษตรและอาหารของประเทศ กลุ่มตัวอย่างอยากให้กระทรวงมีภาพลักษณ์ขององค์กรที่สามารถดูแลเกษตรกรให้มีความเป็นอยู่อย่างพอเพียงและมีความสุขเพิ่มมากขึ้น

## 2. ทฤษฎีบทบาทหน้าที่เชิงสังคมของสื่อ

ดังได้เกริ่นมาบ้างแล้วถึงเรื่องบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารอันเป็นคุณลักษณะที่จะขาดเสียมิได้ของการสื่อสารซึ่งเมื่อเกิดกระบวนการสื่อสารขึ้นมาทุกครั้ง ก็จะต้องมีเป้าหมายหรือบทบาทหน้าที่อย่างใดอย่างหนึ่งเสมอ จากการมีสถานะเป็นคุณลักษณะหนึ่งของการสื่อสาร ทฤษฎีที่ทำงานอยู่เบื้องหลังคุณลักษณะดังกล่าวก็คือทฤษฎีบทบาทหน้าที่ของสื่อนั่นเอง

**2.1 ที่มาของทฤษฎี** ทฤษฎีหน้าที่นิยมถือว่เป็นทฤษฎีกระแสหลักในสาขาสังคมศาสตร์ของอเมริกา และก็เป็นทฤษฎีกระแสหลักในสาขานิเทศศาสตร์ของสหรัฐด้วยเช่นกัน ต้นกำเนิดความเป็นมาของทฤษฎีหน้าที่นิยมนั้นก่อตัวมาจากทฤษฎีจิตวิทยาที่ว่าด้วย “ความต้องการ” ของทั้งปัจเจก กลุ่ม สถาบันสังคม และสังคมโดยรวม และเมื่อเกิดความต้องการขึ้นมาแล้ว ทุกหน่วยย่อยของปัจเจก กลุ่ม สังคม ก็ต้องช่วยกันทำหน้าที่ด้วยการกระทำกิจกรรมหรือดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการนั้นให้เต็มเต็ม

และเนื่องจากเป็นทฤษฎีด้านสังคม ทฤษฎีหน้าที่นิยมจึงสังคมนึงขยายหน่วยการวิเคราะห์ให้กว้างขวางกว่าหน่วยการวิเคราะห์ระดับปัจเจกเช่นวิชาจิตวิทยา ด้วยการระบุว่า สังคมมีความต้องการอะไรบ้าง ตัวอย่างความต้องการของสังคมก็เช่น ต้องการความต่อเนื่องของระบบ ต้องการระเบียบสังคม ต้องการความเป็นปึกแผ่น ต้องการกระตุ้นให้เกิดการพัฒนา ต้องการการชี้แนวทาง ต้องการการอบรมบ่มเพาะสมาชิกรุ่นใหม่ ต้องการการปรับตัว เป็นต้น

ในอีกด้านหนึ่ง ทฤษฎีหน้าที่นิยมจะพิจารณาว่า ไม่ว่าจะเป็นปัจเจก กลุ่ม หรือสังคมจะถือว่าเป็น "หน่วยรวม" ที่ประกอบด้วย "หน่วยย่อยๆ" เช่น ร่างกายก็ประกอบด้วยอวัยวะต่างๆ สังคมก็ประกอบด้วยส่วนเสี้ยวของกลุ่มคนและสถาบันต่างๆ ดังนั้น เมื่อสังคมส่วนรวมมีความต้องการดังกล่าว บรรดาระบบย่อยหรือหน่วยย่อยก็ต้องช่วยกันทำหน้าที่เพื่อตอบสนองความต้องการที่ได้ระบุมา สถาบันสื่อมวลชนรวมทั้งสื่อใหม่ก็เป็นหนึ่งในระบบย่อยๆของสังคม จึงมีหน้าที่เช่นเดียวกับสถาบันอื่นๆ

**2.2 การวัดบทบาทหน้าที่** ในระดับการศึกษาวิจัยบทบาทหน้าที่ของสถาบันสื่อมวลชนหรือสื่อทุกประเภท (รวมทั้งสถาบันอื่นๆก็เช่นกัน) จึงมีวิธีตรวจสอบอยู่ 3 วิธี โดยพิจารณาจาก "การทำกิจกรรม การตั้งเป้าหมาย หรือผลที่เกิดขึ้นจากการกระทำของสถาบันนั้นๆ"

2.2.1 หากสถาบันสื่อมวลชนดำเนินกิจกรรมไปตามบทบาทหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายมาอย่างดี ก็จะได้ถือว่าเป็น "การทำหน้าที่ที่ดี" เช่น เมื่อสื่อมวลชนรายงานข่าวการเกิดขึ้นของโรคระบาดทางการเกษตรอย่างรวดเร็ว ช่วยให้เกษตรกรสามารถป้องกันพืชผลของตนได้ทันเวลาที่

2.2.2 หากสื่อมวลชนไม่ดำเนินกิจกรรมไปตามที่ได้รับมอบหมายมาก็จะถือว่าเป็น "ไม่ทำหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย" เช่น การไม่รายงานข่าวการเกิดขึ้นของโรคระบาดทางการเกษตรในช่วงเวลาที่เกิดเหตุการณ์ ทำให้พืชผลทางการเกษตรเสียหาย

2.2.3 หากสื่อมวลชนนอกจากจะไม่ทำหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมายมาแล้ว แต่ยังไปทำหน้าที่อื่นๆที่เป็นอันตรายต่อระบบ ก็จะได้ถือว่าเป็น "เป็นการทำหน้าที่ผิดๆ" เช่น มีเหตุการณ์การโรคระบาดทางการเกษตรเกิดขึ้นโดยบังเอิญเพียงเล็กน้อย แต่สื่อมวลชนไม่ตรวจสอบข้อเท็จจริงและโหมกระพือข่าวอย่างใหญ่โต ทำให้เกษตรกรเกิดความตระหนกเกินเหตุ

**2.3 บทบาทหน้าที่ของการสื่อสารต่อการส่งเสริมและพัฒนากาเกษตร** และหากเราต้องการจะประเมินว่าการสื่อสารนั้นได้ทำหน้าที่หรือไม่ ทำหน้าที่ดีหรือเปล่า เราก็ต้องทราบว่าการสื่อสารนั้นถูกมอบหมายบทบาทหน้าที่อะไรบ้างในประเด็นต่างๆ สำหรับเรื่องการส่งเสริมและพัฒนากาเกษตรนั้น กมลรัฐ อินทร์ทัศน์ (2547) ได้ประมวลบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารต่อการพัฒนากาเกษตรเอาไว้อย่างหลากหลายมาก ดังตัวอย่างต่อไปนี้

1. เพื่อยกระดับความรู้ความเข้าใจ และความสามารถเกี่ยวกับระบบการเกษตรให้แก่เกษตรกร ไม่ว่าจะเป็นระบบการผลิต ระบบการบริหารจัดการต่างๆ
2. เพื่อให้ข่าวสารการเคลื่อนไหว รายงานความก้าวหน้าด้านการเกษตร
3. เพื่อเปิดโลกทัศน์ของเกษตรกรให้สามารถที่จะเรียนรู้ในสถานการณ์ต่างๆ เกิดขึ้นรอบตัวในระดับต่างๆ ได้อย่างเข้าใจ ทันเวลาที่ สามารถเป็นผู้ที่เรียนรู้ตลอดชีวิตได้ด้วยตนเอง
4. เพื่อเปิดโอกาสให้มีการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์และข้อมูลข่าวสารต่างๆ ทั้งภายในชุมชนและระหว่างชุมชน

5. เพื่อฝึกทักษะเกี่ยวกับระบบการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาในประเด็นต่างๆ โดยเฉพาะประเด็นด้านการเกษตร ทำให้เกษตรกรเป็นผู้ที่สามารถใช้การสื่อสารได้ด้วยตนเอง
6. เพื่อสร้างความภาคภูมิใจในอาชีพเกษตรกรที่ตนเองดำรงอยู่
7. เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างถูกวิธี รวมทั้งวิธีการบำรุงรักษาและฟื้นฟูธรรมชาติ

2.4 **บทบาทหน้าที่ของสื่อประเภทต่างๆ** นอกเหนือจากตัวประเด็นเช่นเรื่องการพัฒนาการเกษตรที่จะเป็นตัวกำหนดว่า การสื่อสารจะแสดงบทบาทหน้าที่อะไรได้บ้างแล้ว ตัวแปรอีกตัวหนึ่งที่จะเข้ามาเกี่ยวข้องกับเรื่องบทบาทหน้าที่ก็คือ *ประเภทของสื่อ* ในทฤษฎีหน้าที่นิยามต้นฉบับนั้น เมื่อพูดถึงประเภทของสื่อ ก็มักจะหมายความถึง “สื่อมวลชน” เป็นสำคัญ เช่นเดียวกับกระบวนการทัศน์กระแสหลักของการพัฒนา เช่น ทฤษฎีความทันสมัย ก็มักจะมอบหมายบทบาทหน้าที่ให้แก่ “สื่อมวลชน” ในการสร้างสรรค์พัฒนาสังคม

อย่างไรก็ตาม ก็มีข้อสังเกตว่า สื่อที่มีขนาดใหญ่เช่นสื่อมวลชนนั้นมักจะทำหน้าที่ได้อย่างจำกัดเพียงไม่กี่บทบาท เช่น ทำหน้าที่เผยแพร่ข่าวสาร ทำหน้าที่ให้ความรู้ ทำหน้าที่สร้างความเป็นปึกแผ่นในคนหมูเดียวกัน ทำหน้าที่สืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมจากรุ่นสู่รุ่น และท้ายสุดคือ ทำหน้าที่ส่งเสริมธุรกิจของประเทศ เป็นต้น ฉะนั้น หากเราต้องการจะขยายบทบาทของการสื่อสารให้หลากหลายออกไปก็อาจจะต้องหันไปหาสื่อประเภทอื่นที่มีขนาดเล็กลงมา ครอบคลุมพื้นที่แคบกว่า มีกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงกว่า เช่น สื่อชุมชน (หอกระจายข่าว วิทยุชุมชน) สื่อพื้นบ้าน สื่อบุคคล ฯลฯ ซึ่งจะทำให้แสดงบทบาทหน้าที่ได้หลากหลายกว่า

2.5 **บทบาทหน้าที่เป็นระบบเปิด** เป็นที่น่าสังเกตว่า สำหรับทฤษฎีบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารนั้นเป็นระบบที่เปิดต่อการสร้างสรรค์บทบาทหน้าที่แปลกๆใหม่ๆอยู่เสมอ ดังนั้น การนำทฤษฎีบทบาทหน้าที่ของสื่อไปใช้ในงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรจึงสามารถสร้างสรรค์และยืดหยุ่นอยู่ได้ตลอดเวลา ตัวอย่างเช่น งานวิจัยเรื่อง “กระบวนการทัศน์ใหม่ในการสื่อสารเพื่อการพัฒนากลุ่มออมทรัพย์ จ. สุรินทร์” ของ ศุภางค์ นันตา และคณะ (2547) คณะวิจัยได้พบว่า การสื่อสารมีบทบาทหน้าที่ที่หลากหลายและแปรเปลี่ยนไปตามความต้องการของจังหวัดในกิจกรรมกลุ่ม

### 3. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ

3.1 **สถานะของทฤษฎีการใช้ประโยชน์** ทฤษฎีการใช้ประโยชน์ นี้ เป็นทฤษฎีที่เกิดขึ้นในราวช่วงทศวรรษ 1970 ซึ่งเป็นช่วงเวลาหลังทฤษฎีผลกระทบของสื่อและหลังทฤษฎีหน้าที่นิยามเชิงสังคม ทฤษฎีนี้มีความสัมพันธ์ในเชิงตอบโต้กับทฤษฎีที่มีมาก่อนหน้านั้น

เมื่อเทียบกับทฤษฎีผลกระทบของสื่อซึ่งมีความเชื่อต่อผู้รับสารว่า ผู้รับสารนั้นว่างเปล่า ไม่มีข่าวสารหรือความรู้ และเปิดรับสารจากผู้ส่งอย่างตั้งรับ (passive) ดังนั้น สื่อจึงมีพลังอำนาจในการโน้มน้าวผู้รับสาร แต่ทฤษฎีการใช้ประโยชน์ กลับไม่เห็นด้วยกับข้อตกลงดังกล่าว เพราะเชื่อว่าผู้รับสารนั้นไม่ว่างเปล่า หากแต่มีข้อมูลความรู้อยู่แล้วในระดับหนึ่ง รวมทั้งมีแบบแผนการเปิดรับข่าวสารจากสื่ออย่างเอาการเอางาน (active) เช่น มีการเลือกเปิดรับสื่อและสาร เป็นต้น

และเมื่อเทียบกับทฤษฎีหน้าที่นิยมเชิงสังคมของสื่อที่ได้กล่าวไปแล้ว อันที่จริงทฤษฎีการใช้ประโยชน์ ก็มีที่มา จากทฤษฎีด้านจิตวิทยาที่ใช้แนวคิดเรื่อง “ความต้องการและแรงจูงใจ” เป็นจุดเริ่มต้นในการอธิบายพฤติกรรมของมนุษย์ เหมือนกัน หากทว่าหน่วยที่ใช้วิเคราะห์นั้นแตกต่างกัน ในขณะที่ทฤษฎีหน้าที่นิยมเชิงสังคม เริ่มจาก “ความต้องการของสังคม” แต่ทฤษฎีการใช้ประโยชน์ จะเริ่มต้นจาก “ความต้องการของปัจเจกบุคคล”

**3.2 ข้อตกลงเบื้องต้นของทฤษฎีการใช้ประโยชน์** จากทัศนะเบื้องต้นที่มีต่อผู้รับสาร ว่ามีลักษณะเอาการเอางาน (ซึ่งโดยส่วนใหญ่ ทฤษฎีการใช้ประโยชน์ มักจะเรียก “ผู้รับสาร” ว่า “ผู้ใช้สื่อ” มากกว่า) ดังนั้น ทฤษฎีการใช้ประโยชน์ จึงมีข้อตกลงเบื้องต้นทางทฤษฎี 4 ประการ คือ

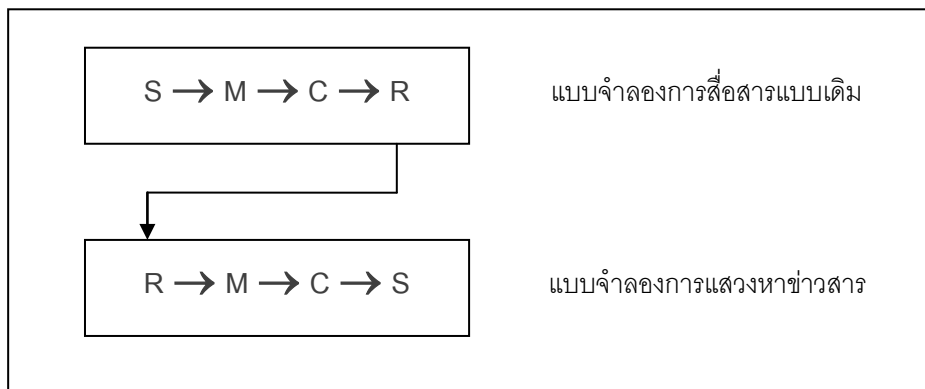
(i) พฤติกรรมการใช้สื่อของผู้ใช้นั้น เป็นกิจกรรมที่มีเป้าหมายที่ผู้ใช้กำหนดขึ้นมาเอง และกำหนดพฤติกรรมขึ้นมา เพื่อตอบสนองความต้องการของตน มิใช่เป็นพฤติกรรมที่ถูกกำหนดมาจากฝ่ายผู้ส่งสาร

(ii) และในพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนั้น ผู้ใช้สื่อจะมีการเลือกใช้อยู่เสมอ ดังนั้น สื่อมวลชนจึงมีสื่อที่ผูกขาดอยู่เพียงประเภทเดียว เพราะในโลกแห่งความเป็นจริง มีแหล่งข่าวสารมากมายให้ผู้ใช้สื่อได้เลือกใช้ ในกรณีการสื่อสาร การเกษตร ก็มีไร่มีแต่เจ้าหน้าที่เกษตรของรัฐเท่านั้นที่เป็นช่องทางการสื่อสาร หากแต่มีร้านค้าของชำ เพื่อนบ้าน ตัวแทนจำหน่ายของบริษัทปุ๋ย ฯลฯ เป็นแหล่งข่าวสารให้เลือกใช้

(iii) สำหรับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้ใช้สื่อนั้นก็มีอย่างหลากหลาย มิได้มีเพียงความต้องการที่ระบุไว้ตามทฤษฎีการสื่อสาร เช่น ต้องการข่าวสารไปใช้งาน ต้องการความบันเทิง ต้องการความรู้ ฯลฯ เท่านั้น ดังนั้น เราจึงจำเป็นต้องสำรวจความต้องการที่หลากหลายดังกล่าว

(iv) พฤติกรรมการเลือกใช้สื่อนั้นจะเป็นกระบวนการที่มีความต่อเนื่อง กล่าวคือ เมื่อเลือกเปิดรับสื่อชนิดใดแล้ว หากสื่อดังกล่าวไม่ตอบสนอง ผู้ใช้สื่อก็จะหยุดใช้ และหันไปหาสื่อตัวใหม่ แต่หากสื่อแรกสามารถตอบสนอง ผู้ใช้สื่อก็ยังคงใช้ต่อไป

จากต้นฉบับทฤษฎีการใช้ประโยชน์ ที่เชื่อในความตั้งใจใช้และเลือกสื่อเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ในระยะต่อมา เมื่อเกิดสื่อประเภทใหม่ๆ เช่น คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ สื่อเหล่านี้ ก็ยิ่งเปิดโอกาสให้ผู้ใช้สื่อได้มีทางเลือกมากยิ่งขึ้นทุกที ดังนั้นทฤษฎีการใช้ประโยชน์ จึงได้พัฒนามาสู่รูปแบบสูงสุด คือ *ทฤษฎีการแสวงหาข่าวสาร* (Information Seeking Theory) ที่ได้กลับแบบจำลองการสื่อสารเสียใหม่ โดยมีจุดเริ่มต้นที่ผู้ใช้สื่อ มิใช่ผู้ส่งสาร



ภาพที่ 1.16 : แบบจำลองการสื่อสารแบบเดิมกับแบบจำลองการแสวงหาข่าวสาร

ในแบบจำลองการแสวงหาข่าวสารนั้น ผู้ใช้สื่อและสารจะเป็นผู้เริ่มต้นต้องการเนื้อหาข่าวสารเฉพาะๆ เช่น ผู้ใช้รถในกรุงเทพฯ (R) เมื่อจะเริ่มออกเดินทางในช่วงโมงเร่งด่วน จึงต้องการทราบเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับ “สภาพการจราจรในบริเวณที่ตนเองจะเดินทางไป” (M) ต่อจากนั้น ผู้ใช้สื่อจึงจะเริ่มแสวงหาข่าวสารจากช่องทางสื่อสาร (C) โดยอาจจะเริ่มต้นจากการเปิดวิทยุ โดยเลือกเปิดเฉพาะสถานีข่าวจราจร เช่น จส. 100 หรือ สวพ. FM 91 ดังนั้น สถานะของผู้ส่งสาร (S) จึงเป็นตัวแปรท้ายสุดในแบบจำลองนี้

**3.3 ทฤษฎีการใช้ประโยชน์ฯ กับงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร** งานวิจัยด้านการสื่อสารการเกษตรมีการนำเอาทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมาใช้มากพอสมควร ทั้งนี้อาจจะเนื่องมาจากเนื้อหาเรื่องการส่งเสริมการเกษตรมีลักษณะเป็นเนื้อหาเฉพาะที่ต้องมีการแสวงหา และผู้ใช้สื่อมีความต้องการข่าวสารซึ่งตรงตามข้อตกลงของทฤษฎีการใช้ประโยชน์ฯ

สำหรับกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยการสื่อสารการเกษตรที่ใช้ทฤษฎีการใช้ประโยชน์ฯ นั้นก็มีอย่างหลากหลาย เริ่มตั้งแต่ตัวเกษตรกรเองที่อาจจะอยู่ในขั้นตอนของการแสวงหาข่าวสารเพื่อตัดสินใจจะปรับเปลี่ยนรูปแบบการเกษตรของตนเอง หรือแม้จะปรับเปลี่ยนรูปแบบการเกษตรไปแล้ว (เช่น เข้าร่วมโครงการเกษตรแบบใหม่ฯ) แต่ก็ยังต้องการข้อมูลข่าวสารเพื่อพัฒนาตนเอง เช่น งานวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ในข่าวสารการเกษตรทฤษฎีใหม่ของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการเกษตรทฤษฎีใหม่ในศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยทรายอันเนื่องมาจากพระราชดำริ อ. ชะอำ จ. เพชรบุรี” ของ สุวธิดา ตรงดี (2547) เป็นต้น

และนอกเหนือจากกลุ่มผู้ใช้สื่อจะเป็นเกษตรกรแล้ว ก็ยังน่าจะมีกลุ่มตัวอย่างอีกประเภทหนึ่งที่น่าจะใช้ทฤษฎีการใช้ประโยชน์ฯ มาศึกษา คือ เจ้าหน้าที่รัฐที่รับผิดชอบด้านการเกษตรที่เป็นผู้แสวงหาข่าวสาร โดยที่เจ้าหน้าที่เหล่านี้ต้องใช้ “การสื่อสารขาออก” คือต้องเป็นผู้ให้ความรู้ใหม่ๆ แก่เกษตรกร ดังนั้นจึงต้องมีการสร้างสมดุลด้านข่าวสารด้วยการเพิ่ม “การสื่อสารขาเข้า” ให้เพียงพอ

การนำทฤษฎีการใช้ประโยชน์ฯ มาศึกษาวิจัยในงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรนั้น จะช่วยให้ทราบถึง “ลักษณะหรือประเภทเนื้อหา” ที่กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องในด้านการเกษตรมีความต้องการ ได้ทราบถึงแบบแผนของช่องทางการสื่อสารที่ผู้ใช้สื่อและสารกำลังใช้อยู่ ซึ่งข้อมูลดังกล่าวจะเป็นประโยชน์สำหรับหน่วยงานที่มีหน้าที่สนับสนุนด้านข่าวสารข้อมูล

จากที่กล่าวมา สามารถสรุปได้ว่า กลุ่มทฤษฎีที่ถือเอาสังคม กลุ่ม และบุคคลเป็นตัวแปรต้นนั้นมีความเชื่อร่วมกันว่า การใช้หรือการทำงานของสื่อจะถูกกำหนดมาจากสังคม กลุ่มหรือบุคคลมากกว่า หากทว่า ในแต่ละทฤษฎีที่สังกัดอยู่ในกลุ่มทฤษฎีนี้ก็ให้คำอธิบายที่แตกต่างกันว่า การกำหนดของสังคม กลุ่ม และบุคคลนั้นเป็นไปในลักษณะใด

เรื่องที่ 1.3.3

กลุ่มทฤษฎีที่ไม่ระบุตัวแปร

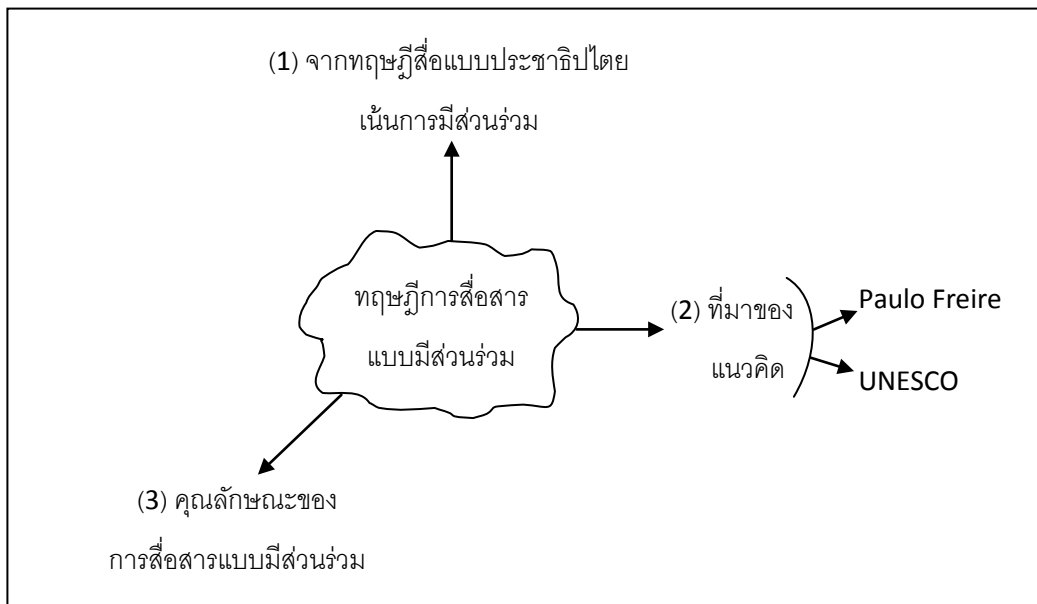
บทนำ

สำหรับทฤษฎีการสื่อสารกลุ่มสุดท้ายนี้ เป็นทฤษฎีรุ่นหลังสุดที่เกิดขึ้นในช่วงราวทศวรรษ 1980 ทฤษฎีกลุ่มที่ 3 นี้มีจุดยืนที่แตกต่างจาก 2 กลุ่มทฤษฎีแรก กล่าวคือ ไม่ได้ได้เถียงวาระหว่างตัวแปรด้านสื่อกับตัวแปรด้านสังคม กลุ่มบุคคล ะไรจะเป็นตัวแปรต้นตัวแปรตาม ทั้งนี้เนื่องจากทฤษฎีกลุ่มสุดท้ายนี้เชื่อว่า การสื่อสารนั้นเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องและมีพลวัตร มีลักษณะเป็น loop ดังนั้น ในช่วงขณะหนึ่ง ตัวแปรด้านสังคมอาจจะเป็นตัวกำหนดสื่อ แต่ในช่วงจังหวะต่อมา ตัวแปรด้านสื่อก็อาจจะหวนกลับไปเป็นตัวกำหนดสังคม ดังนั้น ทั้งสื่อและสังคมจึงสามารถจะเป็นทั้งตัวแปรต้นและตัวแปรตาม ขึ้นอยู่กับช่วงระยะเวลาที่ศึกษา

สำหรับกลุ่มทฤษฎีการสื่อสารที่ไม่ระบุตัวแปรต้นและตัวแปรตามนี้มีอยู่หลายทฤษฎีด้วยกัน เช่น ทฤษฎีสัญญาวิทยา ทฤษฎีวิวัฒนาการศึกษาศาสตร์ ฯลฯ ในที่นี้ จะนำเสนอทฤษฎีที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับเรื่องการส่งเสริมและการพัฒนาการเกษตรมากที่สุด คือ ทฤษฎีการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

สำหรับการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่มีการปรับเปลี่ยนแนวคิดและแนวทางปฏิบัติมาตลอดช่วงเวลา 5-6 ทศวรรษที่ผ่านมา แม้ว่าเราจะได้นำเสนอทฤษฎีการสื่อสารใน 2 กลุ่มทฤษฎีมาแล้ว แต่ทว่ากลุ่มทฤษฎีที่ 3 นี้ก็ยังเห็นว่า แม้ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงแนวคิดด้านการพัฒนาจากกระบวนทัศน์ความทันสมัย มาสู่กระบวนทัศน์ทางเลือกแบบใหม่ แต่ทว่ากลุ่มทฤษฎีทั้ง 2 กลุ่มที่กล่าวมานี้ ก็ยังถือว่าสังกัดอยู่ในกระบวนทัศน์เดิมของการสื่อสาร เช่น ยังคงใช้แบบจำลองการสื่อสารเชิงการถ่ายทอดข่าวสารเป็นหลัก ฉะนั้นในกลุ่มทฤษฎีกลุ่มที่ 3 ซึ่งอาจเรียกว่าเป็น “กระบวนทัศน์ใหม่ด้านการสื่อสาร” จึงได้นำเสนอแนวคิดใหม่ ๆ ด้านการสื่อสารที่มีการเปลี่ยนแปลงในระดับแบบจำลอง กล่าวคือเปลี่ยนจากแบบจำลองการสื่อสารเชิงการถ่ายทอดข่าวสาร มาสู่แบบจำลองการสื่อสารเชิงพิธีกรรม ซึ่งรูปแบบที่เป็นรูปธรรมที่สุดของการสื่อสารในกระบวนทัศน์ใหม่นี้ ก็คือ แนวคิดเรื่อง “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม” ส่วนรูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมที่รู้จักกันมากที่สุด ก็คือ รูปแบบของการสื่อสารแบบเครือข่ายนั่นเอง

ในที่นี้ จึงจะขอเสนอรายละเอียดของทฤษฎีการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมอย่างพอสังเขป



## ภาพที่ 1.17 : ทฤษฎีการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

### 1. ทฤษฎีสื่อแบบประชาธิปไตยเน้นการมีส่วนร่วม

ต้นแบบของแนวคิดเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนั้นสืบทอดมาจากกลุ่มทฤษฎีการสื่อสารกลุ่มหนึ่งที่เรียกว่า “ทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อมวลชน” เนื้อหาของทฤษฎีนี้เป็นการระบุนโยบายการสร้างบรรทัดฐานว่า “สื่อมวลชนควรจะ หรือถูกคาดหวังให้ปฏิบัติงานอะไรบ้าง” ในขั้นแรก ประเทศตะวันตกในค่ายโลกเสรีและประเทศค่ายสังคมนิยมต่างก็ได้นำเสนอทฤษฎีบรรทัดฐานออกมา เช่น ทฤษฎีสื่อมวลชนจะต้องปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพเต็มที่เพื่อปกป้องระบอบประชาธิปไตย (Libertarian Theory) หรือสื่อมวลชนควรจะต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility Theory)

ในระยะแรก บรรดาประเทศด้อยพัฒนาในค่ายโลกเสรีก็ได้นำเอาทฤษฎีบรรทัดฐานจากโลกตะวันตกมาใช้ แต่ต่อมา ประเทศเหล่านี้ก็พบความจริงว่า ทฤษฎีบรรทัดฐานดังกล่าวไม่สามารถปฏิบัติงานอย่างได้ผลในบรรยากาศของประเทศด้อยพัฒนา เช่น สื่อมวลชนในประเทศโลกที่สามยังคงถูกนำไปใช้ในเชิงพาณิชย์ ในการสร้างความบันเทิงเพื่อผลกำไรของอุตสาหกรรมสื่อ มากกว่าที่จะถูกนำมาใช้เพื่อประโยชน์สำหรับการพัฒนาประเทศโดยส่วนรวม จากข้อจำกัดของทฤษฎีบรรทัดฐานที่นำเสนอมานี้จากโลกตะวันตก บรรดาประเทศโลกที่สามจึงได้พัฒนาทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อที่เหมาะสมและตอบโต้กับความต้องการ และสภาพความเป็นจริงของโลกที่สามเอง และในท่ามกลางทฤษฎีบรรทัดฐานหลายๆ ทฤษฎีที่โลกที่สามเสนอมานั้น ทฤษฎีสื่อแบบประชาธิปไตยเน้นการมีส่วนร่วมก็เป็นหนึ่งในทฤษฎีเหล่านี้

จุดเน้นของทฤษฎีสื่อแบบประชาธิปไตยเน้นการมีส่วนร่วม ก็คือ ต้องหันกลับมาหาความต้องการ ผลประโยชน์ และความคาดหวังของกลุ่มผู้รับสารทุกกลุ่ม ทฤษฎีนี้ปฏิเสธการสื่อสารที่เน้นความจำเป็นเรื่องรูปแบบรวมศูนย์ของสื่อสื่อที่มีราคาแพง สื่อที่ต้องใช้มืออาชีพเท่านั้น เรื่องความเป็นกลางและถูกควบคุมโดยรัฐ และนำเสนอความหลากหลายด้านการสื่อสาร โดยนำเสนอหลักการเรื่องสิทธิที่จะได้รับข่าวสารที่ต้องการ สิทธิที่จะตอบโต้ สิทธิที่จะใช้ช่องทางการสื่อสารเพื่อสร้างสรรค์ความสัมพันธ์ในชุมชน กลุ่มผลประโยชน์ และวัฒนธรรมย่อยต่างๆ การสื่อสารที่มีขนาดเล็กและมีการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร เป็นต้น

ในทางปฏิบัติ เมื่อกล่าวถึง “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม” นั้น จะมีความหมาย 2 นัย คือ

(ก) การสื่อสารจะเป็นวิถีทางหรือเป็นเครื่องมือในการนำประชาชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมหรือชีวิตสาธารณะของสังคม ตัวอย่างที่เห็นได้อย่างชัดเจนในระบบประชาธิปไตยก็คือ การใช้การสื่อสารเพื่อรณรงค์ให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการเลือกตั้ง งานวิจัยเรื่องการสื่อสารกับการมีส่วนร่วมส่วนใหญ่ของไทยจะใช้ความหมายแรกนี้เป็นหลัก

(ข) การเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าไปมี “ส่วนร่วม” ในระบบการสื่อสารเอง ตัวอย่างแบบระดับเริ่มต้นก็เช่น รายการวิทยุจรรยา จส.100 ที่มีผู้ฟังโทรศัพท์เข้าไปช่วยรายงานสภาพจราจร และตัวอย่างรูปแบบสูงสุด ก็เช่น วิทยุชุมชนที่ประชาชนในชุมชนเป็นทั้งเจ้าของ เป็นผู้ผลิต เป็นผู้จัดรายการ รวมทั้งเป็นผู้รับฟังด้วย เป็นต้น

### 2. ที่มาของแนวคิดเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

สำหรับที่มาของแนวคิดเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเกิดมาจากแหล่งความคิดที่สำคัญ 2 แหล่ง คือ จากข้อเสนอของ เปาโล แฟร์รี (Paulo Freire) นักการศึกษาชาวบราซิล ในช่วงทศวรรษ 1970 และแหล่งที่สอง คือ ข้อเสนอจากองค์การยูเนสโก (UNESCO) ในช่วงทศวรรษเดียวกัน

**2.1 ทักษะของ เปาโล แฟร์รี** แฟร์รีมีประสบการณ์การจัดการศึกษาให้แก่กลุ่มประชาชนที่ด้อยโอกาสและเสียเปรียบ อันได้แก่กลุ่มชาวนาที่ยากจนและกลุ่มคนงานที่ไร้การศึกษา จากประสบการณ์ดังกล่าว แฟร์รีได้ข้อสรุปว่า การสื่อสารที่ใช้ในการเรียนการสอนนั้นมีความสัมพันธ์กับจิตสำนึกของผู้เรียนได้ในทั้ง 2 ลักษณะ ลักษณะแรกคือ การสื่อสารสามารถจะทำหน้าที่เป็นเครื่องมือครอบงำจิตสำนึกต่างๆของผู้เรียน เช่น คิดว่าตนเองโง่ คิดว่าทุกสิ่งทุกอย่างไม่อาจจะเปลี่ยนแปลงได้ ฯลฯ แต่ในอีกด้านหนึ่ง การสื่อสารก็สามารถจะทำหน้าที่เป็นเครื่องมือปลุกจิตสำนึกของประชาชนให้เข้าใจสภาพปัญหาของตนเอง เข้าใจสภาพแวดล้อม รวมทั้งสามารถแสวงหาทางออกจากปัญหาได้

หากว่าการสื่อสารเพื่อการครอบงำและการสื่อสารเพื่อการพัฒนาจิตสำนึกนั้น จะต้องเป็นการสื่อสารที่มีความแตกต่างกัน สำหรับการสื่อสารส่วนใหญ่ที่มีอยู่ในปัจจุบัน เช่น การสื่อสารที่ใช้ในการเรียนการสอนในห้องเรียน การสื่อสารมวลชน ฯลฯ ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นการสื่อสารเพื่อการครอบงำ ส่วนการสื่อสารเพื่อการพัฒนาจิตสำนึกนั้น แฟร์รีเรียกว่าเป็นการสื่อสารแบบเสวนา

การสื่อสารแบบเสวนาตามทักษะของแฟร์รีมักจะเป็นการสื่อสารแบบเห็นหน้าเห็นตากัน และเป็นการสื่อสารในกลุ่มเล็กที่มีเงื่อนไขว่า คนทุกคนมีเสรีภาพที่จะได้แสดงความคิดเห็นของตนอย่างเป็นอิสระ ทุกคนมีสถานะเท่าเทียมเสมอกัน มีบทบาทเป็นได้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร ทุกคนต้องเคารพในความคิดเห็นของตนเองและในเวลาเดียวกัน ก็ต้องรับฟังและเคารพในความคิดเห็นของผู้อื่นเช่นกัน รูปแบบการสื่อสารเสวนา ตามทักษะของ เปาโล แฟร์รีนี้ก็คือ การสื่อสารตามแบบจำลองการสื่อสารเชิงพิธีกรรมนั่นเอง

**2.2 ทักษะของยูเนสโก** ในราวช่วงปลายทศวรรษ 1970 องค์การยูเนสโกได้มอบหมายให้ ฌอง แมคไบรด์ (Sean MacBride) ทำการสำรวจปัญหาเรื่องการสื่อสารในระดับโลก และพบว่า ปัญหาสำคัญประการหนึ่งก็คือ การเกิดโครงสร้างการครอบงำทางการสื่อสารของประเทศที่พัฒนาแล้วที่กระทำต่อประเทศด้อยพัฒนา และทำให้ประชาชนในประเทศด้อยพัฒนาไม่สามารถจะเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดชะตากรรมของตนเอง สอดรับกับกระแสแนวคิดเรื่อง “การมีส่วนร่วมของประชาชน” ในทุกๆมิติของสังคม ไม่ว่าจะเป็นมิติเศรษฐกิจ การเมือง อุตสาหกรรมวัฒนธรรม ศาสนา สังคม ฯลฯ ดังนั้น องค์การยูเนสโกจึงได้เสนอแนวคิดเรื่อง “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม” ต่อประชาคมโลกในปี ค.ศ. 1977 โดยได้ระบุระดับของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเอาไว้เป็น 3 ระดับ คือ

1) **การเข้าถึงสื่อ** เป็นแนวคิดการเข้าถึงสื่อขั้นพื้นฐานที่สุดที่ประชาชนจะต้องสามารถเข้าถึงสื่อได้ในฐานะ “ผู้รับสาร” ตามสิทธิขั้นพื้นฐานในด้านการสื่อสารของประชาชน คือ สิทธิที่จะรู้ (right to know) แต่ถึงแม้ประชาชนจะเข้ามามีส่วนร่วมขั้นแรกที่จะเข้าถึงสื่อในฐานะผู้รับสาร หากทว่า ก็เป็นผู้รับสารที่เอาการเอางาน (active audience) ดังนั้น สื่อต้องเปิดโอกาสให้ประชาชนได้เลือกรายการหรือเข้าไปจัดทำในสิ่งที่จะเป็นประโยชน์แก่ตัวเองได้ ตราบเท่าที่ไม่ขัดต่อกฎหมาย นอกจากนั้น ยังต้องมีการจัดช่องทางให้ประชาชนได้แสดงความคิดเห็นหรือแสดงความต้องการเปลี่ยนแปลงต่างๆ รวมทั้งการเสนอให้มีการปรับเปลี่ยนได้ ตัวอย่างเช่น รายการ “เปิดบ้านไทยพีบีเอส” ทางสถานีไทยพีบีเอส เป็นต้น

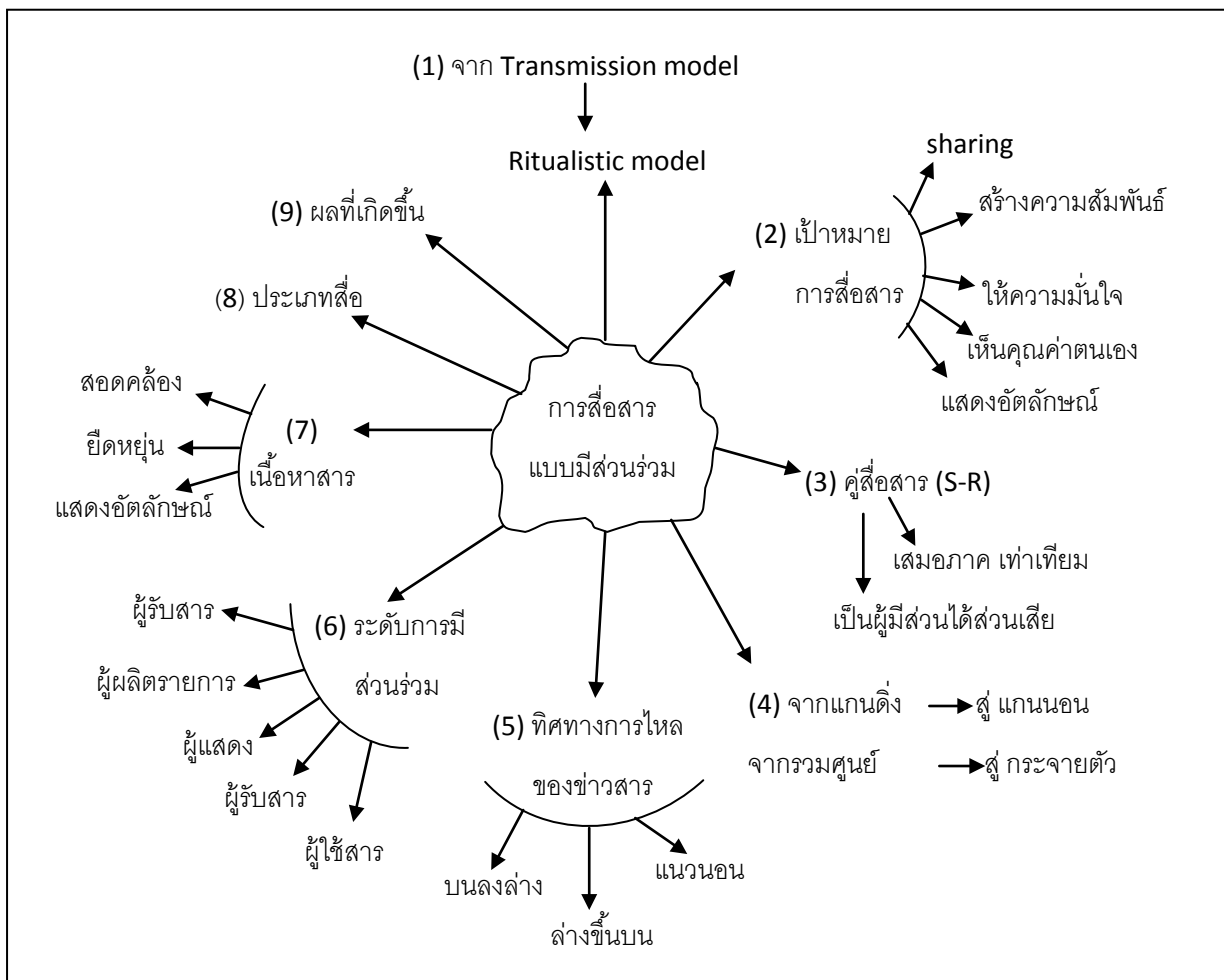
2) **การมีส่วนร่วม** เป็นการมีส่วนร่วมในระดับที่สูงขึ้นมากกว่าขั้นการเข้าถึง เนื่องจากประชาชนจะสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการผลิต การแพร่กระจาย รวมทั้งการบริหารจัดการต่างๆในกระบวนการสื่อสาร ในระดับนี้ประชาชนจะยกระดับจากผู้รับสารขึ้นมาเป็นผู้ผลิตรายการ เป็นแหล่งข้อมูล เป็นผู้ดำเนินรายการ เป็นผู้ส่งสาร ฯลฯ อันเป็นแนวคิดเรื่องสิทธิการสื่อสารในระดับที่สูงขึ้น คือ “สิทธิที่จะส่งข่าวสาร” (right to inform) เช่น วิทยุชุมชนที่ประชาชนสามารถจะเข้ามาเป็นผู้ส่งสาร เป็นต้น

3) **การบริหารจัดการด้วยตนเอง** เป็นรูปแบบสูงสุดของการมีส่วนร่วมของประชาชน ซึ่งหมายถึงการที่ประชาชนได้เข้ามาเป็นเจ้าของการสื่อสาร และดำเนินการตัดสินใจตั้งแต่ขั้นการกำหนดนโยบาย การบริหารจัดการ การวางแผน การลงมือดำเนินการด้วยตนเอง ซึ่งแน่นอนว่าการมีส่วนร่วมในระดับการบริหารจัดการด้วยตนเองนี้ ประชาชนก็จะต้องค่อยๆเรียนรู้และสั่งสมบทเรียนในเรื่องการบริหารจัดการสื่อไปทีละเล็กทีละน้อย

หากกล่าวสรุประดับของการมีส่วนร่วมทั้ง 3 ขั้นอย่างง่าย ๆ ก็อาจจะกล่าวได้ว่า การมีส่วนร่วมในการสื่อสารขั้นแรกสุด ก็คือ การเป็นผู้รับสารที่เอาใจเอางาน (active audience) ระดับที่สอง ก็คือ การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่งสาร หรือผู้ผลิตสื่อ และการมีส่วนร่วมในขั้นสูงสุด ก็คือ การเป็นผู้บริหารสื่อและเป็นผู้กำหนดนโยบายในการใช้สื่อ

**3. คุณลักษณะของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม**

เนื่องจากการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนั้นเป็นการเปลี่ยนแปลงในระดับรากฐานเลย คือการเปลี่ยนแปลงแบบจำลองการสื่อสารทำให้ส่งแรงกระเพื่อมไปถึงการปรับเปลี่ยนองค์ประกอบทั้งหมด ในที่นี้ จะประมวลคุณลักษณะสำคัญของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมดังนี้



### ภาพที่ 1.18 : คุณลักษณะของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

จากภาพที่ 1.18 สามารถอธิบายคุณลักษณะของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมได้ดังนี้

**1. การปรับเปลี่ยนแบบจำลองจากการสื่อสารเชิงการถ่ายทอดข่าวสารสู่การสื่อสารเชิงพิธีกรรม** ดังที่ได้กล่าวถึงเรื่องคุณลักษณะของการสื่อในเรื่อง 1.1.2 การเปลี่ยนแปลงแบบจำลองดังกล่าวจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบอื่นๆตามไปด้วย เช่น จากการสื่อสารแบบทางเดียว การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนั้นจะเป็นการสื่อสารแบบสองทาง จากการที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารเคยแยกบทบาทที่ขาดจากกันและเป็นบทบาทตายตัว ใครเป็นผู้ส่งสารก็เล่นบทบาทดังกล่าวตลอดกระบวนการสื่อสาร ในการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนั้นจะมีการสลับบทบาทกันจากผู้ที่เคยเป็นผู้รับสารจะสลับบทบาทเป็นผู้ส่งสาร

และจากกระบวนการที่เกิดตามธรรมชาตินี้ ในงานพัฒนาชุมชนหลายแห่งได้พัฒนาให้กระบวนการดังกล่าวยกระดับเป็นโครงการพัฒนาขึ้นมา ที่อาจจะรู้จักกันในแนวคิดของโครงการ Training of the trainer เช่น จากกลุ่มเกษตรกรที่เคยเข้ามาเป็นผู้รับสารในโครงการอบรมเรื่องเกษตรอินทรีย์ หลังจากอบรมเสร็จสิ้นแล้ว เกษตรกรผู้รับสารดังกล่าวจะเปลี่ยนบทบาทไปเป็น “ผู้ส่งสารรุ่นใหม่” เพื่อไปถ่ายทอดข่าวสารต่อไป อย่างไรก็ตาม ทางโครงการฝึกอบรมก็จำเป็นต้องมีการอบรมความรู้ทั้งเรื่องการเกษตรและเรื่องกระบวนการสื่อสารให้กลุ่มผู้ส่งสารรุ่นใหม่ด้วย

**2. การปรับเปลี่ยนเป้าหมายของการสื่อสาร** จากแบบจำลองเดิม เป้าหมายของการสื่อสารนั้นจะเป็นไปเพื่อให้ผู้ส่งสารในมน้ำวชักจูงผู้รับสารเป็นเป้าหมายหลัก แต่ทว่าในการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนั้นจะยกเลิกเป้าหมายของการในมน้ำวดังกล่าว และเปลี่ยนไปสู่เป้าหมายแบบใหม่หลายๆแบบ เช่น เป้าหมายของการสื่อสารก็เพื่อสร้าง “ความร่วมมือกัน” (sharing) ไม่ว่าจะเป็นความร่วมมือกันในแง่ความเข้าใจร่วม ความรู้สึกร่วม ประสบการณ์ร่วม รวมทั้งการร่วมแรงร่วมใจร่วมมือกันกระทำการบางอย่าง หรือเป้าหมายเพื่อสร้างความสัมพันธ์ต่อกัน เป้าหมายเพื่อเสริมสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้สื่อสาร เพื่อให้เห็นคุณค่าของตนเอง เป้าหมายเพื่อให้ชุมชนได้แสดงอัตลักษณ์ของตนเอง (เช่น การใช้ภาษาถิ่นในรายการวิทยุชุมชน) รวมทั้งเป้าหมายเพื่อให้ผู้สื่อสารได้แสวงหาแนวทางการแก้ไขปัญหาร่วมกัน เป็นต้น จะเห็นได้ว่าเป้าหมายดังกล่าวสะท้อนให้เห็นสถานภาพที่เท่าเทียมกันระหว่างผู้สื่อสารที่แตกต่างไปจากแบบจำลองการสื่อสารเชิงการถ่ายทอดข่าวสารที่ผู้ส่งสารจะมีสถานะที่สูงกว่าผู้รับสาร

**3. ผู้ส่งสาร-ผู้รับสาร** เนื่องจากในการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนั้น การเล่นบทบาทเป็นผู้ส่งสารและผู้รับสารนั้นจะไม่ตายตัว หากแต่มีการสลับสับเปลี่ยนกันอยู่ตลอดเวลา ในการสื่อสารเช่นนี้จึงมักไม่เรียก “ผู้ส่งสาร-ผู้รับสาร” แต่เรียกว่า “คู่สื่อสาร” ที่สะท้อนให้เห็นความเสมอภาคเท่าเทียมระหว่างผู้ที่เข้ามาร่วมในกระบวนการสื่อสาร

สำหรับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนี้ ผู้ที่จะเข้ามาร่วมในกระบวนการสื่อสาร ประเด็นที่ต้องพิจารณาก็คือ **ใครบ้างที่มีส่วนได้-ส่วนเสีย** กับเรื่องดังกล่าว และกระบวนการสื่อสารที่เกิดขึ้นนั้นได้เปิดช่องทางที่หลากหลายให้กลุ่มคนที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับประเด็นดังกล่าวนั้น เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารนั้นอย่างครบถ้วนทุกกลุ่มหรือไม่ หลักการพิจารณาผู้ส่งสาร-ผู้รับสาร-คู่สื่อสารนี้ เป็นพื้นฐานของรูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมที่เราจะรู้จักกันดี เช่น การรับฟังประชาชาติ เป็นต้น

4. การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจะปรับเปลี่ยนรูปแบบการสื่อสารจากแนวตั้งมาสู่การสื่อสารในแนวนอนหรือแนวระนาบ เช่น การสื่อสารแบบเครือข่ายนั้น บุคคลหรือกลุ่มที่เข้าร่วมจะไม่มีใครมีอำนาจสั่งการใครได้ แต่จะใช้การไหลของข่าวสารแบบการปรึกษาหารือและหาข้อสรุปร่วมกัน เช่นเดียวกับการปรับเปลี่ยนจากการวางแผนแบบรวมศูนย์จากส่วนกลาง สู่การกระจายอำนาจการวางแผนไปในแต่ละกลุ่มแต่ละชุมชน

5. **ทิศทางการไหลของข่าวสาร** เนื่องจากการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจะเน้นความมีอิสระเสรีของการสื่อสาร ดังนั้นจึงเป็นระบบเปิดให้มีการไหลของข่าวสารได้อย่างเสรี รอบทิศทาง ทั้งจากแนวนอนลงล่าง แนวล่างขึ้นบน และแนวนอน ตัวอย่างที่แสดงการไหลของข่าวสารอย่างรอบทิศทางดังกล่าวก็เช่น การจัดผังรายการของวิทยุชุมชนที่เปิดให้มีการถ่ายทอดข่าวสารจากหน่วยงานรัฐไปสู่ชุมชน (บนลงล่าง) การส่งข่าวสารจากผู้ฟังไปยังสถานี (ล่างขึ้นบน) และการเป็นพื้นที่สาธารณะให้ประชาชนเข้ามาแสดงและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น (แนวนอน)

6. **ระดับของการมีส่วนร่วม** มีหลากหลายระดับตั้งแต่เป็นผู้ส่งสาร เป็นผู้ผลิตรายการ เป็นผู้แสดง เป็นผู้รับสาร หรือเป็นผู้ใช้สาร เป็นต้น และเนื่องจากการดำเนินงานในโครงการที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม นั้น จะประกอบด้วยขั้นตอนหลายขั้นตอน ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของผู้ที่วางแผนการสื่อสารที่จะวางแผนว่า ในขั้นตอนใด จะมีใครเข้ามามีส่วนร่วมบ้าง เนื่องจากเป็นไปไม่ได้ที่คนทุกคนในชุมชนจะเข้ามามีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนพร้อมๆ กัน คล้ายกับการเล่นละครเวทีที่จะต้องมีความรู้ของการเล่นละครแต่ละชุดออกมาแสดงบทบาท

7. **เนื้อหาสาร** เนื่องจากการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม นั้น เป็นการสื่อสารที่สามารถเสริมพลังให้แก่ผู้สื่อสารได้ และการที่จะสามารถเสริมพลังดังกล่าวได้นั้น ลักษณะของเนื้อหาสารจะต้องมีคุณลักษณะสำคัญ 3 ประการ คือ ประการแรก เป็นเนื้อหาสารที่สอดคล้องทั้งในแง่ประเด็นและวิถีชีวิตของชุมชน ซึ่งทำให้เนื้อหาดังกล่าวสามารถตอบสนองความต้องการของชุมชน และชุมชนสามารถนำเนื้อหาดังกล่าวไม่ว่าจะเป็นความรู้หรือทักษะต่างๆ มาจัดการกับชีวิตของตนได้

ประการที่สอง เนื้อหานี้จะต้องมีลักษณะยืดหยุ่นปรับเปลี่ยนได้ เพราะเนื้อหาของสื่อสารแบบมีส่วนร่วม จะต้องถูกนำมาแลกเปลี่ยนทัศนคติซึ่งกันและกัน ต้องนำมาแสวงหาความร่วมมือจากหลายๆฝ่าย หากเป็นเนื้อหาที่ปรับเปลี่ยนไม่ได้ จะดำเนินการดังกล่าวไม่ได้เลย

ประการสุดท้าย เนื้อหาที่จะสามารถเสริมพลังผู้สื่อสารได้ ก็คือ เนื้อหาที่มีลักษณะแสดงอัตลักษณ์ของผู้สื่อสารเอง ดังนั้น ในรายการวิทยุชุมชนที่จะแสดงอัตลักษณ์ ความเป็นตัวตนของชุมชน ก็ต้องเป็นวิทยุที่มีการใช้ภาษาของท้องถิ่นนั้นๆ เนื่องจากอัตลักษณ์เป็นแหล่งกำเนิดของความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์และศักดิ์ศรีของตนเอง

8. **ประเภทของสื่อ** ในการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม นั้นไม่มีการเก็งยงอนว่าจำเป็นต้องเป็นสื่อประเภทใด เพราะสื่อทุกประเภทสามารถนำมาใช้ในการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมได้ทั้งสิ้น เพียงแต่มีข้อสังเกตว่า สื่อบางประเภทอาจจะเสียอำนาจต่อการมีส่วนร่วมมากกว่าสื่อบางประเภท เช่น หากเป็นสื่อมวลชนขนาดใหญ่ เช่น วิทยุของภาครัฐ โทรทัศน์ของภาครัฐ ฯลฯ โอกาสที่ประชาชนผู้รับสารจะเข้าไปมีส่วนร่วมได้ก็มีค่อนข้างจำกัด โดยอาจจะมีส่วนร่วมได้เพียงระดับ “ผู้รับสารที่เอากลับมา” ด้วยการส่งข้อความสั้น (SMS) เข้าไปในรายการ เขียนคำวิจารณ์ไปตามเว็บไซต์ต่างๆ

หากเป็นสื่อชุมชน เช่น หอกระจายข่าว วิทยุชุมชน สื่อพื้นบ้าน การประชุมหมู่บ้าน เวทีประชาคม โอกาสที่ประชาชนจะเข้าไปมีส่วนร่วมก็จะมีมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ก็มีสื่อบางประเภทที่มีศักยภาพทั้งที่จะสร้างหรือไม่สร้างการมี

ส่วนร่วมก็ได้ทั้ง 2 ทาง เช่น สื่อนิทรรศการ สื่อการดูงาน สื่อการสาธิต ฯลฯ ทั้งนี้ย่อมแล้วแต่วิธีการออกแบบสื่อเหล่านี้ รวมทั้งมีสื่อบางประเภทที่มีการผนวกเอาการมีส่วนร่วมของประชาชนเข้าไว้เป็นคุณสมบัติของตัวเอง เช่น สื่อกิจกรรม สื่อค่าย สื่อการแสดงพื้นบ้าน สื่อพิธีกรรม ฯลฯ ทั้งนี้ เราอาจสรุปได้ว่า สื่อทุกประเภทไม่ปิดกั้นโอกาสที่จะให้เกิดการมีส่วนร่วมได้ แต่ต้องขึ้นอยู่กับวิธีการออกแบบสื่อที่จะทำให้แม้แต่การฝึกอบรมก็ยังสามารถสร้างการมีส่วนร่วมได้

**9.ผลที่เกิดขึ้น** สำหรับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนั้น นอกจากจะทำให้เกิดผลต่างๆตามเป้าหมายของการสื่อสารที่ตั้งเอาไว้แล้ว ก็ยังทำให้เกิดผลสืบเนื่องอื่นๆที่เกิดขึ้นเนื่องจาก “ลักษณะการมีส่วนร่วม” อีกด้วย เช่น ความรู้สึกว่าเป็นเจ้าของการสื่อสาร เนื่องจากผู้สื่อสารสามารถเข้าไปบริหารจัดการสื่อเหล่านั้นได้ ตัวอย่างเช่น ความรู้สึกที่ชาวบ้านมีต่อสื่อสถานที่ เช่น วัด โบสถ์ วิหารในหมู่บ้าน หรือความรู้สึกเป็นเจ้าของสื่อพื้นบ้าน ความรู้สึกเป็นเจ้าของนี้มีผลต่อเรื่องการทำงาน บำรุงรักษาการสื่อสารนั้นให้ยั่งยืนยาวนานต่อไป

นอกจากนั้น การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมยังทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมโยงให้ปัจเจกบุคคลได้เกิดความรู้สึกผูกพันต่อประเด็นต่างๆ เช่น การจัดกิจกรรมให้เด็กนักเรียนได้ลงไปสำรวจสภาพแวดล้อม เช่น นักสืบสายน้ำ การได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการสื่อสาร ได้รับรู้ข้อมูล จะสามารถสร้างความรู้สึกผูกพันให้เกิดขึ้นได้

และการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมที่เปิดโอกาสให้คนทุกคนได้มีโอกาสนำเสนอความคิดเห็นของตนเอง ก็ยังเป็นรูปแบบที่มีประสิทธิภาพในการแสวงหาทางเลือกในการแก้ปัญหาหลายๆแบบ เช่น ตัวอย่างการสื่อสารในรูปแบบของการระดมสมอง เป็นต้น

จากเนื้อหาที่กล่าวมา สามารถสรุปได้ว่า ในกลุ่มทฤษฎีการสื่อสารที่ไม่ระบุตัวแปรต้นหรือตัวแปรตามนี้ มีอยู่หลายทฤษฎี หากทว่าทฤษฎีที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับเรื่องการส่งเสริมและการพัฒนาการเกษตรมากที่สุดน่าจะเป็นทฤษฎีการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ซึ่งทฤษฎีนี้จะมีคุณลักษณะส่วนใหญ่ที่เหมือนกัน กระบวนทัศน์ทางเลือกของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา โดยมีจุดเน้นที่การมีส่วนร่วมของผู้ที่เข้ามาสื่อสารอย่างเท่าเทียมกัน

## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

1. กมลรัฐ อินทรทัศน์ “การสื่อสารเพื่อพัฒนาการเกษตร” เอกสารการสอนชุดวิชาการสื่อสารกับการพัฒนา หน้าที่ 12 นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช 2547
2. กาญจนา แก้วเทพ การพัฒนาแนววัฒนธรรมชุมชนโดยถียมมนุษย์เป็นศูนย์กลาง. กรุงเทพมหานคร : สภาคาทอลิก แห่งประเทศไทยเพื่อการพัฒนา 2538
3. กาญจนา แก้วเทพ ก้าวต่อไปของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชน, กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) 2548

4. กาญจนา แก้วเทพ **สื่อสารมวลชน : ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา**, คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2552
5. กาญจนา แก้วเทพ **สื่อเล็กๆที่นำไปใช้ในงานพัฒนา**, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) 2552
6. บุญเลิศ ศุภคิดิก “ทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการพัฒนา” **เอกสารการสอนชุดวิชาการสื่อสารกับการพัฒนา หน่วยที่ 3** นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช 2553
7. พรพนันย์ วิชชาชู “ประสิทธิภาพของสื่อสิ่งพิมพ์ในการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการใช้สารเคมีป้องกันและกำจัดศัตรูพืชแก่เกษตรกรในเขตรอบนอกกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (วิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 2531
8. สติมา ศรีนคร “ภาพลักษณ์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในการรับรู้ของข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์” วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2552
9. ศุภางค์ นันตา และคณะ “กระบวนการค้นคว้าใหม่ในการสื่อสารเพื่อพัฒนากลุ่มออมทรัพย์ จ. สุรินทร์” รายงานวิจัย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) 2547
10. เสถียร เขยประทับ **การสื่อสารงานนวัตกรรม** คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2528
11. เสถียร เขยประทับ **ศักยภาพของสื่อมวลชนในการพัฒนาประเทศ**, สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2530
12. เสถียร เขยประทับ **การสื่อสารกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในประเทศด้อยพัฒนา**, สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2531
13. เสถียร เขยประทับ **การสื่อสารกับการพัฒนา**, คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2537
14. สุวธิดา ตรงดี “การเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ในข่าวสารการเกษตรทฤษฎีใหม่ของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการเกษตรทฤษฎีใหม่ในศูนย์ศึกษการพัฒนาห้วยทรายอันเนื่องมาจากพระราชดำริ อ. ชะอำ จ. เพชรบุรี” วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2547
15. อมรทิพย์ ควพันธ์ “พฤติกรรมเปิดรับสื่อและการยอมรับการพัฒนาที่ดินของเกษตรกรในจังหวัดน่าน ลำพูน กำแพงเพชร และขอนแก่น” วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2534

#### ภาษาอังกฤษ

1. Carey, J.W. **Communication as Culture**, London : Routledge.1992
2. Lerner, D. **The Passing of Traditional Society : Modernizing The Middle East**. New York : Free Press 1958

3. Melkote, S.R. *Communication for Development in The Third World : Theory and Practice*, Sage Publications.1991
4. Melkote S.R. & Steeves, H.L. (2<sup>nd</sup> ed.)*Communication for Development in The Third World : Theory and Practice for Empowerment*, Sage Publications.2000
5. McQuail, D. *Mass Communication Theory* (2<sup>nd</sup> ed.), Sage Publications.1987
6. Rogers, E. *Diffusion of Innovations* (5<sup>th</sup> ed.), New York : Free Press.2003
7. Rosengren, K.E. *Communication : An Introduction*, Sage Publications.2000
8. Rostow, W.W. *The Stages of Economic Growth : A Non-Communist Manifesto*, UK : Cambridge University Press.1960