

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง "การให้บริการข่าวสารการเกษตรผ่านสื่อโทรทัศน์" นี้ ผู้วิจัยได้กำหนดแนวคิดทฤษฎีทั้งหลาย เพื่อใช้เป็นแนวทางในการอธิบายปัญหาในการศึกษา โดยประกอบด้วยแนวคิดทฤษฎีและประเด็นต่าง ๆ ที่จะกล่าวถึงดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารมวลชนประกอบด้วย
 - 1.1 ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยม
 - 1.2 แนวคิดเกี่ยวกับผู้กรองสาร
 - 1.3 แนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสารมวลชน

2. แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการเกษตร ประกอบด้วย
 - 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการยอมรับ
 - 2.2 ปรัชญาในการส่งเสริมและเผยแพร่

3. แนวคิดในการให้บริการ

ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

1.1 ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยม

HAROLD D. LASSWELL ได้ให้แนวคิดในการศึกษาบทบาททางสังคมของสื่อมวลชนว่าเป็นกิจกรรมทางสังคมอย่างหนึ่ง แบ่งได้ 3 ประการดังนี้

- ก. หน้าที่ในการพิทักษ์ไว้ซึ่งสภาพแวดล้อมทางสังคม (Surveillance of the environment) ซึ่งหมายถึง หน้าที่ในด้าน การสังเกตและติดตามเอาใจใส่เหตุการณ์ หรือเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกสังคม เท่ากับว่าทำหน้าที่เก็บรวบรวมและกระจายข่าวสารต่าง ๆ ที่ควรแก่การสนใจไปสู่สมาชิกในสังคม เพื่อให้ตระหนักถึงภัยอันตรายและมองเห็นโอกาสหรือลู่ทางต่าง ๆ ที่มีอยู่ในสังคม
- ข. หน้าที่ในการหาความสัมพันธ์ในส่วนต่าง ๆ ของสังคม (Correlation of the parts of society) ซึ่งหมายถึง การทำหน้าที่ชี้แจงให้เข้าใจว่ามีส่วนใดในสังคมที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับเหตุการณ์ หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้น โดยการศึกษา รายละเอียดของเหตุการณ์และเรื่องราวเหล่านั้นอย่างรอบคอบ พร้อมทั้งทำหน้าที่ในการตีความ และอธิบายขยายความเข้าใจให้แก่สมาชิกของสังคม ซึ่งเท่ากับเป็นการกระตุ้นให้มีปฏิกิริยาโต้ตอบต่อเหตุการณ์ หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้น
- ค. หน้าที่ในการถ่ายทอดมรดกทางสังคมจากคนรุ่นหนึ่งไปยังคนอีกรุ่นหนึ่ง (Transmission of the social heritage) หมายถึง หน้าที่สืบทอดความคิดเห็น ความเชื่อค่านิยม และบรรทัดฐานทางสังคมจากสมาชิกของสังคมในยุคต่อ ๆ ไปเพื่อ

เป็นการอบรมให้สมาชิกใหม่ของสังคมได้เรียนรู้บทบาท และสถานภาพทางสังคม ต่อมา Schramm และคนอื่น ๆ รวมทั้ง Wright ได้เสนอหน้าที่หลักสำคัญเพิ่มเติมอีก 1 ประการ รวมเป็นหน้าที่ที่ 4 ของการสื่อสารมวลชน

- ง. หน้าที่ในการให้ความบันเทิง (Entertainment) เป็นการสร้างสรรความสนุกสนาน เพลิดเพลินให้แก่สมาชิกในสังคม เพื่อการพักผ่อน และลดความตึงเครียดจากสภาพการณ์ต่าง ๆ ที่แต่ละคนประสบอยู่ในสังคมสมัยใหม่ ซึ่งหน้าที่นี้มีใช้มุ่งเพียงความสนุกสนานอย่างเดียวแต่ควรมีความรู้ที่น่าสนใจสอดแทรกอยู่ด้วย

โดยปกติสื่อมวลชน จะปฏิบัติภารกิจหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายจากสังคมครบถ้วน ทั้ง 4 ประการ ส่วนการเน้นที่ภารกิจใด ๆ จะมีความมากน้อยแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์หลักและสภาวะแวดล้อมของแต่ละสังคม

ในการศึกษา การให้บริการข่าวสารการเกษตรผ่านสื่อมวลชนนั้นผู้ทำการส่งสารหรือผู้ผลิตสาร ได้มุ่งเน้นที่จะปฏิบัติภารกิจหน้าที่ของสังคมในการพิทักษ์ไว้ซึ่งสภาพแวดล้อมทางสังคม โดยข่าวสารการเกษตรที่น่าเสนอนั้น มีกระบวนการผลิตที่ใช้คุณสมบัติของการสังเกตและเอาใจใส่ติดตามเหตุการณ์และเรื่องราวความคืบหน้า เคลื่อนไหวในแวดวงการเกษตร เพื่อนำมารายงานให้สมาชิกในสังคมทราบ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญอย่างหนึ่งในการให้บริการข่าวสารการเกษตรแก่กลุ่มเป้าหมาย และยังทำหน้าที่ในการหาความสัมพันธ์ในส่วนต่าง ๆ ของสังคม โดยเน้นบทบาทที่การตีความและอธิบายขยายความเข้าใจ อาจหวังผลการกระตุ้น เพื่อเกิดปฏิกิริยาต่อเหตุการณ์ หรือเรื่องที่ถูกถ่ายทอดไป

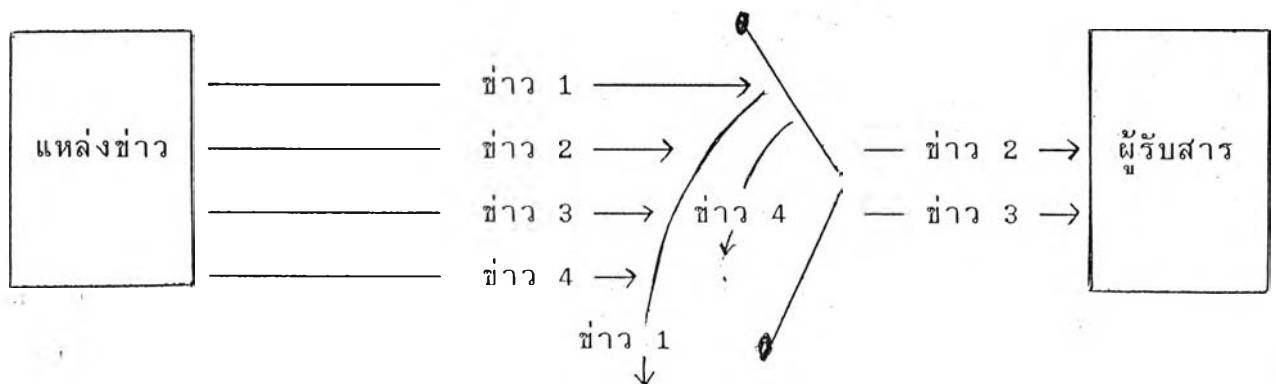
นอกจากนี้ สื่อมวลชนยังคงไม่ละเลยที่จะสืบทอดความคิดเห็น บรรทัดฐานทางสังคมเพื่อให้สมาชิกอื่น ๆ ในสังคมตระหนักถึงบทบาทและสถานภาพของประเทศไทยที่กำลัง

เปลี่ยนโฉมหน้าจากประเทศเกษตรกรรม เข้าสู่การเป็นประเทศอุตสาหกรรมใหม่ โดยที่ภาคเกษตรคงก้าวเดินต่อไปได้ในระดับของการผลิตสินค้าการเกษตร โดยแปรรูปสินค้าการเกษตรเพื่ออุตสาหกรรม หรือที่เรียกว่า Agro-Industry

แม้ว่าบทบาทหน้าที่ในส่วนของการถ่ายทอดมรดกทางสังคม จะเป็นเพียงแค่การถ่ายทอดมรดกทางความคิดเท่านั้น อาจเป็นเหตุให้บางที่สื่อมวลชนมิได้ให้ความสำคัญในส่วนนี้เท่าไรนัก และดูเหมือนจะใกล้เคียงกับบทบาทในการให้ความบันเทิงที่ผู้ผลิต หรือผู้ส่งสารมวลชนให้น่าหนักในบทบาทส่วนนี้น้อยด้วยเช่นกัน

1.2 ผู้กรองสารหรือนายทวารข้าวสาร (Gatekeeper)

จากแบบจำลองของเบคเกอร์, แมคคอมส์ และ แมคคลอยด์ ในส่วนของปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมของสื่อมวลชนนั้น ปัจจัยที่สำคัญที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ พฤติกรรมของบุคคลที่เรียกว่า ผู้กรองสาร (Gatekeeper) คือ บุคคลที่ทำหน้าที่กั้นกรอง เลือกรับข่าวสารเพื่อนำเสนอต่อสาธารณชน ผู้กรองสาร จึงอยู่ในฐานะที่จะควบคุมข่าวสารต่าง ๆ ที่จะผ่านไปยังประชาชนทั่วไป โดยอาศัยวิธีการคัดเลือก และเรียบเรียงข่าวสารตลอดจนกำหนดเวลา และจัดลำดับความสำคัญของข่าวสารนั้น ๆ ด้วย ซึ่ง ไวท์ (White 1950 : 39) ได้ทำการศึกษาบทบาทของ ผู้กรองสาร จากการทำงานของบรรณาธิการข่าวโทรทัศน์ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นอเมริกาฉบับหนึ่งซึ่งกิจกรรมในการตัดสินใจคัดเลือกข่าวเพื่อตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นดังกล่าวมีขอบการเป็นไปตามแบบจำลองในรูปที่ 1



รูปที่ 1: แบบจำลอง ผู้กรองสาร ของ ไวท์

จากแบบจำลองของ ไวท์ ในรูปที่ 1 แสดงให้เห็นว่าจากแหล่งข่าวจะมีข่าวสารมากมายหลายชั้น (ข่าว 1 - ข่าว 2 - ข่าว 3 - ข่าว 4) ที่ส่งมายังหนังสือพิมพ์ หรือ สถานีวิทยุกระจายเสียง สถานีโทรทัศน์ต่าง ๆ บรรณาธิการข่าวสารจะทำหน้าที่คัดเลือกข่าวสารเพียงบางชั้นเพื่อตีพิมพ์ หรือออกอากาศ (ข่าว 2 และ ข่าว 3) ข่าวสารที่ถูกคัดเลือกไว้นี้จะผ่านกระบวนการผลิตหรือตกแต่งให้เหมาะสมกับเวลา เนื้อที่ หรือลักษณะของสื่อเพื่อส่งไปยังผู้รับ

ในการวิจัยครั้งนี้ "โทรทัศน์" ถูกเลือกมาเป็นสื่อเพื่อการศึกษาวิจัย ดังนั้นบุคคลผู้ที่มีบทบาทหรือทำหน้าที่เป็น "ผู้กรองสาร" หรือ "นายทวารข่าวสาร" ซึ่งเป็นผู้ที่มีอำนาจในการคัดเลือกข่าวสารในขั้นสุดท้าย ได้แก่ ผู้ที่ทำหน้าที่ในระดับหัวหน้าหรือผู้บังคับบัญชา ระดับต้นของสายงานผู้ผลิตข่าวสารในที่นี้คือ หัวหน้าฝ่ายรายการข่าวเกษตรกรรมและผู้ควบคุมการผลิต

1.3 แนวความคิดเกี่ยวกับผู้รับสาร

กลุ่มผู้รับสารมวลชนนี้มีผู้ให้คำจำกัดความไว้มากมาย ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับเกณฑ์ที่ใช้ในการแบ่งประเภทของกลุ่มผู้รับสารตามแนวคิดของ ชาลส์ ไรท์ (Wright, 1959 : 5-8) ได้กำหนดลักษณะของผู้รับสารมวลชน (Nature of the Mass Audience) ว่าประกอบไปด้วยลักษณะที่สำคัญ 3 ประการ คือ

- ก. จำนวนมาก (large)
- ข. แต่ละคนมีลักษณะทางสังคมที่แตกต่างกัน (Heterogeneous)
- ค. แต่ละคนไม่รู้จักมักคุ้นกันเป็นส่วนตัว (Anonymous)

นั่นคือ ผู้รับสารมวลชนต้องมีลักษณะทางสังคมแตกต่างกัน สามารถเห็นได้ชัดว่าการสื่อสารแบบการสื่อสารมวลชนนั้น สารที่แพร่กระจายไปนั้นจะไปถึงบุคคลจำนวนมากโดยไม่มีใครสามารถชี้เฉพาะเจาะจงลงไปว่า บุคคลที่รับสารเหล่านั้นเป็นบุคคลประเภทใดหรือกลุ่มใด ลักษณะของผู้รับสารมวลชนจึงมีได้หลายลักษณะแตกต่างกันไปในทุกด้าน ไม่ว่า

สถานภาพและบทบาททางสังคมอาชีพ หน้าที่การงาน แม้กระทั่ง อายุ เพศ วัย ระดับการศึกษา นอกจากนี้ ยังเป็นบุคคลที่อยู่กระจัดกระจายไปตามสภาพท้องถิ่นต่าง ๆ กัน ซึ่งมีวัฒนธรรมและลักษณะการดำรงชีวิตที่ไม่เหมือนกัน ทำให้เกิดข้อแตกต่างปลีกย่อยอื่นได้อีกมากมาย เช่น ความเชื่อ ค่านิยม ทศนคติ เป็นต้น (ขวัญ เรือน กิติวัฒน์, เอกสารประกอบคำบรรยาย : 2533)

ส่วนทัศนะของ เดนิส แมคควอล (Mcquail, 1969 : 24) ได้อธิบายถึงคุณลักษณะของการสื่อสารมวลชนที่เกี่ยวข้องกับผู้รับสาร ดังนี้

... สื่อสารมวลชนจะถูกส่งตรงไปถึงผู้รับสารเป็นจำนวนมากมาย ลักษณะเช่นนี้ ก็เป็นไปตามเทคโนโลยีสมัยใหม่ ที่ทำให้เกิดผลผลิตมากมาย (Mass) จะมากมายขนาดไหนกำหนดแน่นอนไม่ได้ แต่ที่เห็นได้ชัดเจนก็คือ มีจำนวนมากกว่าผู้รับสารของการสื่อสารประเภทอื่น ๆ และจำนวนผู้ทำการสื่อสาร ก็มีมากเช่นกันการที่จำนวนของผู้รับสารมีมากมายนั้น นอกจากจะส่งผลกระทบต่อโครงสร้าง และลักษณะพฤติกรรมทางสังคมแล้วยังมีผลกระทบต่อมาตรฐาน และรูปแบบของเนื้อหาสาระ (Content) อีกด้วย...

อย่างไรก็ตาม แนวความคิดของ Wright ก็มีสวนที่ใกล้เคียงกับแนวคิดของ Mcquail ในส่วนที่กล่าวไว้ว่า

... ผู้รับสารมวลชน ประกอบด้วยบุคคลที่มีลักษณะแตกต่างกันในหลาย ๆ ด้าน เช่น ในด้านสภาพชีวิตความเป็นอยู่ ลักษณะวัฒนธรรมระดับชั้นทางสังคม มาตรฐานการดำรงชีวิต ตลอดจนกระทั่งความมีชื่อเสียงและอำนาจอิทธิพลในสังคม จากการวิจัยการสื่อสารมวลชน ผลปรากฏออกมาในลักษณะที่ยืนยันว่าผู้รับสารมวลชนนั้น จะมีลักษณะแตกต่างกัน แต่ความแตกต่างของผู้รับสารสามารถจัดแบ่งเป็นกลุ่ม ๆ กล่าวคือ อาจแบ่งเป็นกลุ่มที่มีความแตกต่างทางเศรษฐกิจ ระดับการศึกษา อายุ เพศ เป็นต้น ผลการวิจัยเหล่านั้นยังชี้ให้เห็นข้อเท็จจริง

เพิ่มเติมเกี่ยวกับลักษณะของกลุ่มผู้รับสารว่า ผู้รับสารในกลุ่มเดียวกันจะมีลักษณะการรับรู้สารที่เหมือน ๆ กัน...

ด้วยเหตุนี้ นักวิชาการด้านการสื่อสารมวลชนบางท่านจึงมีความเห็นว่าความแตกต่างของผู้รับสารมวลชนที่ปรากฏให้เห็นนั้น เป็นความแตกต่างในลักษณะที่เป็นกลุ่มซึ่งบุคคลในแต่ละกลุ่มจะมีความสนใจในบางสิ่งบางอย่างร่วมกัน มีความเข้าใจในวัฒนธรรมเหมือนกัน และมีค่านิยมแบบเดียวกัน

Blumer (อ้างใน ศิริชัย ศิริกายะ และกาญจนา แก้วเทพ, 2531 : 223) เป็นนักสังคมวิทยาผู้มีชื่อเสียง ได้อธิบายถึงลักษณะของผู้รับสาร "มวลชน" ในประเด็นที่ว่า ผู้รับสารมวลชน คือ กลุ่มคนขนาดใหญ่ ซึ่งมีความแตกต่างในด้านต่าง ๆ มีลักษณะความเป็นอยู่ที่กระจัดกระจายออกไป ไม่มีใครรู้จักซึ่งกันและกัน ไม่มีการจัดตั้งเป็นรูปแบบองค์การทางสังคม นอกจากนี้ สัดส่วนของกลุ่มผู้รับสารมวลชนนั้นไม่มีความคงที่แน่นอน และมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

นอกจากนี้ Mills (1956) (อ้างใน ศิริชัย ศิริกายะ และกาญจนา แก้วเทพ, 2531 : 223) ได้สรุปถึงคุณสมบัติเด่น ๆ ของกลุ่มผู้ชมในฐานะมวลชนมาซ้ำอีกครั้งว่า คุณสมบัติสำคัญของกลุ่มมวลชนผู้ดูผู้ชมคือ การมีขนาดใหญ่ มีความหลากหลาย มีลักษณะกระจัดกระจาย ไม่รู้ว่าใครเป็นใครขาดองค์การทางสังคมรองรับ เกิดขึ้นชั่วคราวชั่วคราวไม่แน่นอนตามปกติแล้วมวลชนจะไม่ใช้กลุ่มที่มีชีวิตยืนยาว

จากตัวอย่างแนวความคิดเกี่ยวกับลักษณะกลุ่มผู้รับสารมวลชนในทัศนะต่าง ๆ กัน ที่มีคล้ายคลึงกันอย่างมากสำหรับการศึกษา การให้บริการข่าวสารการเกษตรผ่านสื่อโทรทัศน์ เพื่อตอบข้อสันนิษฐานที่ว่า แท้ที่จริงแล้วผลการให้บริการข่าวสารการเกษตรมิใช่ตกอยู่ที่คนกลุ่มเดียว นั่นคือกลุ่มเกษตรกร แต่อาจเป็นการให้บริการข่าวสารแก่กลุ่มคนหลายประเภท ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจเอาทฤษฎีการจัดประเภททางสังคมของ Melvin L. De Fleur เนื่องจากเป็นการศึกษาที่มุ่งไปที่ลักษณะของเนื้อหาสาร (content) และลักษณะของผู้รับสาร (audience) โดยได้กล่าวไว้ดังนี้

...สังคมสมัยใหม่โดยเฉพาะอย่างยิ่งสังคมอุตสาหกรรมปัจเจกบุคคลมักจะ
 ร่วมกันเป็นกลุ่มทางสังคม ซึ่งมีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มอย่างมาก แต่อย่าง
 ไรก็ตาม ทฤษฎีนี้ได้นำเอาลักษณะพื้นฐานบางประการของแต่ละคนที่เหมือนกัน
 มาจัดแบ่งแยกบุคคลเข้าไว้เป็นกลุ่มประเภทเดียวกัน ซึ่งลักษณะพื้นฐานดังกล่าว
 อาจจะได้แก่เพศอายุระดับการศึกษา ระดับรายได้ อาชีพ ฯลฯ การที่จัดแบ่ง
 บุคคลเข้าเป็นกลุ่มต่าง ๆ เป็นการแบ่งอย่างคร่าว ๆ โดยมีได้คำนึงถึงลักษณะ
 แตกต่างกันเฉพาะตัวบุคคลแต่จะแบ่งโดยการนำเอาตัวแปรของลักษณะทางสังคม
 มาเป็นเครื่องพิจารณาแบ่งกลุ่ม...

แนวความคิดของทฤษฎีนี้ ทำให้สามารถคาดคะเนพฤติกรรมของกลุ่มบุคคลต่าง ๆ
 ได้ว่าบุคคลที่อยู่ในกลุ่มเดียวกัน ย่อมจะรับเนื้อหาของการสื่อสารมวลชนคล้ายคลึงกันไม่มาก
 ก็น้อยและทำนองเดียวกันย่อมจะมีการตอบสนองต่อเนื้อหาดังกล่าวไปในรูปแบบที่ไม่แตกต่างกัน

สำหรับแนวคิดของ Lewis (1980) และ Gans (อ้างในศิริชัย ศิริกายะ และ
 กาญจนา แก้วเทพ, 2531 : 231) ได้ให้นิยาม "วัฒนธรรมแห่งรสนิยม" ไว้ว่า "เป็น
 กลุ่มของเนื้อหา สื่อที่คล้ายคลึงกันที่คนกลุ่มเดียวกันนิยมชมชอบอยู่" ซึ่งจะพิจารณาแนวคิดนี้
 ง่ายขึ้น ถ้าตีตรองพื้นฐานภูมิหลังทางสังคม ออกไปจากเรื่องการเลือกมีรสนิยมชมชอบใน
 สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เหมือนกัน หมายถึงการที่คนกลุ่มใดจะชื่นชอบเนื้อหาแบบใดนั้นไม่เกี่ยวข้องกับ
 สถานะทางเศรษฐกิจหรือตัวแปรด้านประชากรอื่น ๆ แต่ศึกษาที่การเลือกเนื้อหาในการรับชม
 เป็นหลัก

ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้นำลักษณะเด่นโดยทั่ว ๆ ไปของกลุ่มผู้รับสารมวลชนมา
 เป็นแนวทาง และใช้เกณฑ์ในการจัดแบ่งลักษณะกลุ่มผู้ชมรายการแยกย่อยลงไปเพื่อความ
 เหมาะสมในการวิเคราะห์โดยใช้เกณฑ์ในการจัดแบ่งลักษณะกลุ่มผู้ชมรายการแยกย่อยลงไป
 เพื่อความเหมาะสมในการวิเคราะห์โดยใช้ทฤษฎีการจัดประเภททางสังคมของ De fleur
 ผสมผสานกับแนวคิดในการแบ่งกลุ่มตามรสนิยมเดียวกันของ Lewis (1980) และ Gans
 เป็นกรอบในการแบ่งแยกประเภทกลุ่มผู้รับสาร รายการข่าวสารการเกษตร

2. แนวคิดกับการส่งเสริมการเกษตร

ในฐานะที่สื่อมวลชนเป็นหน่วยหนึ่งในสังคมจึงเป็นหน้าที่อย่างหนึ่งของสื่อในการเผยแพร่ความรู้ ข่าวสารต่าง ๆ เพื่อการพัฒนาชนบท

Savile ให้แนวความคิดว่า งานส่งเสริมการเกษตรเป็นกระบวนการให้การศึกษามีจุดมุ่งหมายที่จะพัฒนาความรู้ความสามารถและความชำนาญของประชาชน เพื่อให้สามารถแก้ไขปัญหาในการประกอบอาชีพด้วยความพยายามของตนเองแทนการคอยรับการช่วยเหลือจากทางรัฐบาล โดยสรุปได้ว่า การส่งเสริมแบบมวลชน มีความมุ่งหมายเพื่อสร้างความตื่นตัวและความสนใจโดยทั่วไปในแนวความคิดใหม่สู่ประชาชน โดยรวมเอาสิ่งของทั้งหมด ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์จดหมายเวียน แลกกลางณ โปสเตอร์และภาพยนตร์ ส่วนการส่งเสริมเป็นกลุ่มใช้กับประชาชนที่มีหัวก้าวหน้าจากขั้นตื่นตัวและสนใจไปสู่ขั้นการตัดสินใจ และทดลองการยอมรับการปฏิบัติใหม่วิธีการนี้ประกอบไปด้วยการประชุมการอภิปรายกลุ่ม การสาธิตผล การสาธิตวิธี การเยี่ยมฟาร์ม การนำเที่ยว และการอบรมหลักสูตรระยะสั้น สำหรับการส่งเสริมเป็นรายบุคคล เจ้าหน้าที่จะต้องรู้จักเกษตรกรและสถานะของเกษตรกรเป็นอย่างดีและได้รับความไว้วางใจจากเกษตรกร ก่อนอื่นเจ้าหน้าที่ส่งเสริมสามารถทำให้เกษตรกรเชื่อความจำเป็นในการยอมรับการปฏิบัติใหม่ ๆ วิธีการส่งเสริมเป็นรายบุคคลประกอบไปด้วยการเยี่ยมไร่นาหรือบ้าน เกษตรกรไปหาเจ้าหน้าที่ที่ทำงาน การเขียนจดหมายติดต่อ และการติดต่อทางโทรศัพท์

...พจน์ บุญเรือง (พจน์, 2526 : 109) กล่าวถึง การส่งเสริมการเกษตรว่า เป็นการให้การศึกษเพื่อการดำรงชีวิตนำมาซึ่งการพัฒนาคคนในทางความรู้ ค่านิยม และทักษะ ประกอบด้วยแนวความคิดหลักการวิธีการเป็นกลไกสำคัญต่อการพัฒนาคคนทุกระดับ ให้สามารถเรียนรู้และนำความรู้ไปใช้แก้ไขปัญหาประกอบอาชีพให้สอดคล้องกับสภาวะการณเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้ การส่งเสริมให้ควมสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาชนบท ได้แก่ สมาชิกครอบครัวเกษตรกรทั้งครอบครัวซึ่งประกอบเป็นประชากรส่วนใหญ่ และเป็นผู้ไม่มีโอกาสเข้าศึกษาใน

สถาบันการศึกษาการพัฒนาบุคคลดังกล่าว ต้องอาศัยวิธีการและเทคนิคทางการส่งเสริม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสาธิตวิธี การสาธิตผลการนำชมกิจการ การจัดนิทรรศการ ตลอดจนการจัดให้บุคคลมีส่วนร่วมในการวางแผนการดำเนินงาน การตรวจสอบและประเมินผลงาน การให้คำปรึกษา ที่จะช่วยเพิ่มความสามารถในการเรียนรู้ด้วยความสมัครใจและสามารถนำเอาความรู้จากการส่งเสริม ไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับสภาวะการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจสังคม สนองความต้องการในการดำรงชีวิต และความเป็นอยู่ของบุคคลกลุ่ม ชุมชนและสังคม ได้อย่างเหมาะสมและไม่หยุดยั้งเป็นสำคัญ...

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการยอมรับ

Everrette M. Rogers (Rogers, 1962) ได้เสนอแบบจำลองการยอมรับของผู้รับสารต่อนวัตกรรมและเทคโนโลยี เรียกว่า กระบวนการยอมรับ ซึ่งกล่าวถึงพฤติกรรมของเกษตรกรที่แสดงออกถึงการยอมรับนำปฏิบัติ โดยแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน คือ

ขั้นที่ 1 : ขั้นต้นตัว (awareness) ในขั้นนี้เกษตรกรจะรู้จักกับนวัตกรรมเป็นครั้งแรกโดยการเห็นหรือการได้ยินข่าวมา แต่ยังมีรายละเอียดไม่เพียงพอบางสิ่งที่ได้เห็นนั้นอาจยังไม่มีความสำคัญต่อเขามากนัก

ในขณะนี้จะมีการกระจายข่าวออกไปในพื้นที่ให้กว้างขวางมากที่สุด นักส่งเสริมจะใช้วิธีการที่เหมาะสมในการบอก แจ้งข่าว ซึ่งเป็นความรู้หรือสิ่งใหม่ ๆ ให้เกษตรกรทราบ โดยผ่านทางสื่อมวลชน ถ้าหากเกษตรกรมีความเห็นว่า นวัตกรรมนี้จะมีประโยชน์ต่อเขา นักส่งเสริมก็จะดำเนินการใช้ขั้นต่อไป

ขั้นที่ 2 : **ขั้นสนใจ (interest)** เกษตรกรจะรู้สึกสนใจในนวัตกรรมนั้นทันทีที่เขาเห็นว่า นั่นเป็นคำตอบของปัญหาของเขาหรือตรงกับที่เขาคิดอยู่ เขาจะเริ่มค้นหาข้อเท็จจริง และข่าวสารมากขึ้น อาจโดยสอบถามจากเพื่อนของเขา ซึ่งได้ทดลองทำมาแล้ว หรือจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร สื่อมวลชนย่อมมีประสิทธิภาพไม่เพียงพอในกรณีนี้ ในขั้นตอนนี้เพื่อนบ้าน และผู้นำทางความคิดจะมีอิทธิพลอย่างมาก โดยต้องอาศัยกลุ่มที่มีความคิดในเชิงบวกต่อสิ่งนั้น นักส่งเสริมจะใช้สิ่งเหล่านี้เพื่อสร้างความสนใจในนวัตกรรมแก่เกษตรกร

ขั้นที่ 3 : **ขั้นไตร่ตรอง (evaluation)** ในขั้นนี้เกษตรกรจะพิจารณาว่า นวัตกรรมใดที่น่าจะแก้ปัญหาของเขาได้ ผลประโยชน์ที่เขาจะได้รับความคิดใหม่มีความยากและข้อจำกัดแก่เขาเพียงใด และจะปรับให้เหมาะสมกับสถานการณ์ได้อย่างไร เกษตรกรอาจค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม หรือไปดูการสาธิต หรือเข้าร่วมประชุม เพื่อหาข้อมูลเพิ่มเติม แล้วจึงตัดสินใจว่าจะทดลองใช้ความคิดใหม่ ๆ ในไร่นาของเขาหรือไม่? การไตร่ตรองในขั้นนี้มีอิทธิพลมาจากเพื่อน เพื่อนบ้าน และผู้นำทางความเห็นในชุมชนนั้น มากกว่าแหล่งข่าวสารอื่น ๆ

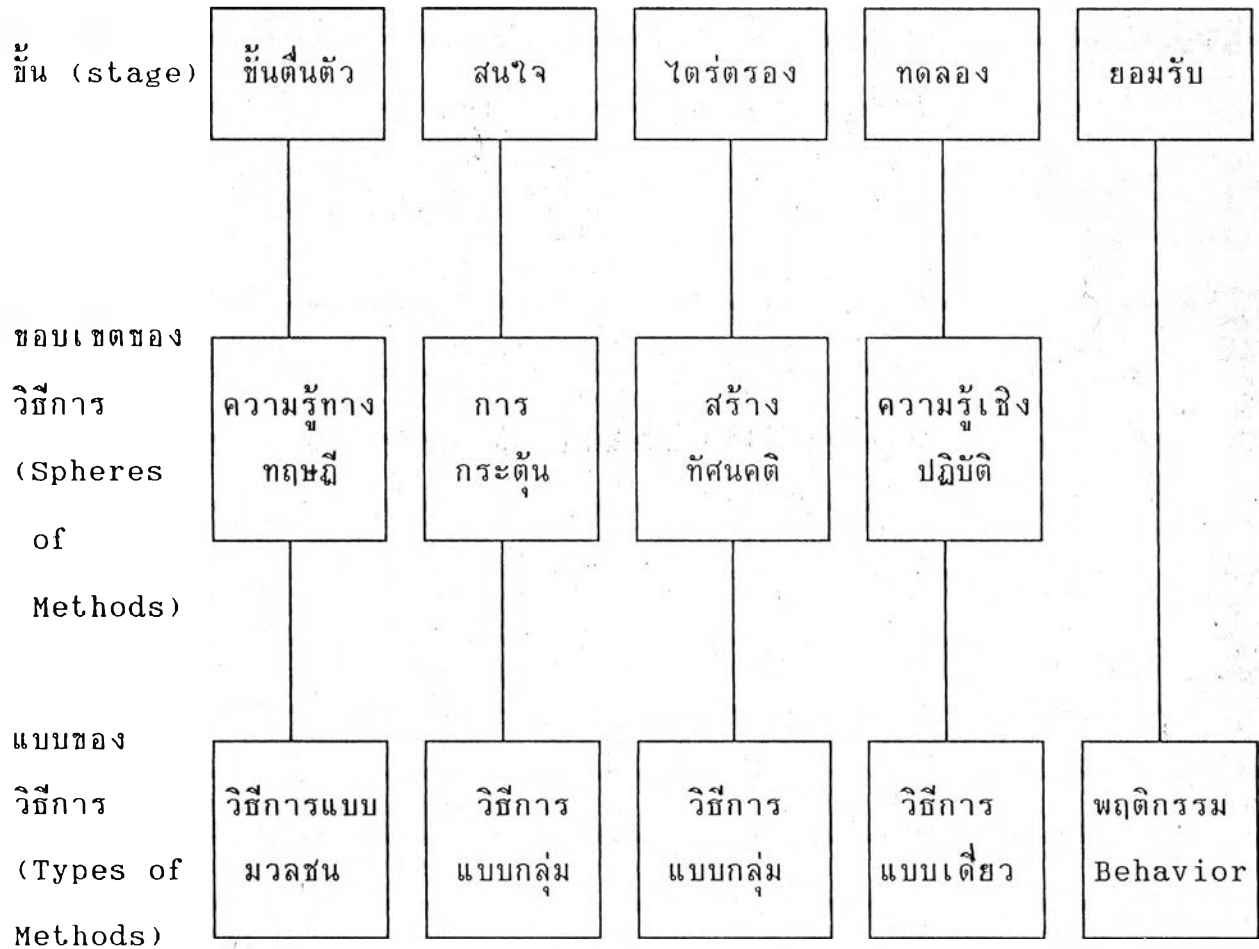
ขั้นที่ 4 : **ขั้นทดลอง (trial)** หากเกษตรกรพิจารณาเปรียบเทียบข้อดีข้อเสียและความเสี่ยงต่าง ๆ แล้ว ถ้าผลออกมาทางบวก เกษตรกรก็พร้อมที่จะทดลองทำตามความคิดใหม่ ๆ ในพื้นที่เล็ก ๆ ก่อน ยกตัวอย่างเกษตรกรอาจตัดสินใจใส่ปุ๋ยคอกหรือปุ๋ยเคมี ในเนื้อที่เพาะปลูกน้อย ๆ และเปรียบเทียบผลที่จะเกิดขึ้น ซึ่งการกระทำเช่นนั้น เขาต้องการคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมโดยใกล้ชิดและมากยิ่งขึ้น

สำหรับขั้นตอนนี้ เขาต้องการทราบวิธีการที่จะปรับปรุงใช้นวัตกรรมต่าง ๆ และเรียนรู้เกี่ยวกับวิธีการ (technical know-how) ของนวัตกรรมนั้น

ขั้นที่ 5 : ขั้นยอมรับ (adoption) ถ้าการทดลองของเกษตรกรได้ผลเป็นที่น่าพอใจ เกษตรกรก็จะยอมรับความคิดใหม่ ๆ อย่างเต็มที่ และขยายพื้นที่กว้างออกไป มีการกระทำที่ต่อเนื่อง และนวัตกรรมนั้น ก็จะกลายเป็นวิธีการที่เขายึดถือปฏิบัติโดยถาวรต่อไป ซึ่งถือเป็นขั้นสุดท้ายของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปตามที่เราต้องการ

ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการยอมรับนวัตกรรมทั้ง 5 ขั้นนี้ ถูกนำไปใช้ในการวางแผนจัดโครงการส่งเสริม และใช้เมื่อต้องการเลือกวิธีการส่งเสริมที่เหมาะสมสำหรับแต่ละขั้นตอนของกระบวนการยอมรับนั้น ซึ่งอาจจะสรุปเป็นแผนภูมิได้ดังนี้

แผนภูมิ : ขั้นตอนของกระบวนการยอมรับ



ที่มา : Zucherman S. Basic Principles in Agricultural Extension, 1973, p.30

จากแผนภูมิของกระบวนการยอมรับนั้น สื่อมวลชนจะเข้าไปมีบทบาทอย่างมากในขั้นต้น คือขั้นต้นตัวหรือตระหนัก (awareness) ซึ่งการยอมรับคงไม่ได้จำกัดอยู่แค่กิจกรรมแต่คงเป็นการยอมรับหรือตระหนักในเรื่องราว หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่สื่อมวลชนคัดเลือกมานำเสนอต่อกลุ่มผู้รับสารซึ่งนับว่าขั้นนี้มีความสำคัญ และเป็นใบเบิกทางที่ดีของนักส่งเสริมการเกษตรหรือผู้ที่ทำการเผยแพร่ข่าวสารกับกลุ่มเกษตรกรหรือชาวชนบททั่วไป

2.4 ปรัชญาในการส่งเสริมและเผยแพร่

ปรัชญาในงานส่งเสริมและเผยแพร่คือ แนวความคิดหรือความเชื่อ ซึ่งเป็นพื้นฐานในการยึดถือ นำไปสู่การปฏิบัติตามที่ถูกต้อง หลักพื้นฐานทางการส่งเสริมการเกษตรที่สำคัญมี 4 ประการ คือ (ดิเรก ฤกษ์หว่าย, 2522 : 35)

- ก. หลักการช่วยตนเองของบุคคลเป้าหมาย (self-help) คือมุ่งให้เกษตรกรกระทำการต่าง ๆ เพื่อให้สามารถพึ่งตนเองได้
- ข. หลักการทำงานในรูปของกลุ่ม (working as a group) เพื่อประสานประโยชน์ของเกษตรกรและคนในชุมชน เพื่อผลประโยชน์ร่วมของคนส่วนใหญ่ในชุมชน และเพื่อรับใช้ชุมชนโดยส่วนรวม
- ค. หลักการเรียนรู้โดยการกระทำด้วยตนเอง (learnig by doing) เป็นการปฏิบัติด้วยตนเอง นำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงหรือการพัฒนาบุคคล
- ง. หลักการเข้าร่วมในการทำงานด้วยความสมัครใจ (voluntary participation) การร่วมมือกันด้วยความสมัครใจ จะทำให้การส่งเสริมการเกษตรบรรลุผลอย่างแท้จริง

จากหลักพื้นฐานทั้ง 4 ข้อนี้ จะเห็นว่า ปรัชญาของการส่งเสริมการเกษตรก็คือ การสอนให้เกษตรกรรู้จักช่วยตนเอง ปรัชญานี้จึงนำไปสู่วิธีการปฏิบัติงานส่งเสริมที่จะไม่มีการให้ฟรีทั้งของต่าง ๆ แก่กลุ่มเป้าหมาย แต่จะให้การศึกษาคือสอนให้เกษตรกรได้พึ่งตนเอง เช่น ให้ความรู้ ชี้แนะวิธีการปฏิบัติ กระตุ้นให้เกษตรกรมองเห็นถึงปัญหาและความต้องการที่แท้จริง ชี้แนะการแก้ปัญหาตลอดจนสร้างเชื่อมั่นให้กับเกษตรกรที่ยอมรับการเปลี่ยนแปลงโดยการให้เกษตรกรได้ลงมือกระทำด้วยตนเองและต้องการสนับสนุนจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริม

ในการศึกษาหัวข้อการให้บริการข่าวสารการเกษตรผ่านสื่อโทรทัศน์นั้น จำเป็นต้องทำความเข้าใจกับแนวทางของงานส่งเสริมและงานเผยแพร่ ซึ่งสามารถใช้เป็นพื้น

ฐานหรือเป็นกรอบในการวิเคราะห์ถึงลักษณะเนื้อหาที่สื่อมวลชนเผยแพร่ออกไปสู่สาธารณชน นั้น ว่ามีลักษณะหรือคุณค่าตรงกับปรัชญางานส่งเสริม และเผยแพร่ข่าวสารเกษตรมากน้อย เพียงใด

3. แนวคิดในการให้บริการ

ในสภาวะปัจจุบันมีการแข่งขันกันทางด้านการทำธุรกิจค่อนข้างสูงมาก และนับวันยิ่งทวีความรุนแรงยิ่งขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งนี้ การดำเนินธุรกิจต่าง ๆ ดังกล่าว เพื่อหวังที่จะเป็นเจ้าของผู้บริโภคหรือลูกค้าให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ รวมทั้งมีความต้องการที่จะให้ผู้บริโภคหรือลูกค้าเพิ่มปริมาณการบริโภคให้มากขึ้นจากสภาวะการแข่งขันนี้เอง จึงทำให้ผู้บริโภคและลูกค้า ได้มีโอกาสและทางเลือกที่จะแสวงหาสิ่งที่ตัวเองคาดหวัง เพื่อตอบสนองความต้องการของตัวเอง ซึ่งอาจจะเกิดขึ้นจากความต้องการที่แท้จริงหรืออาจจะเกิดความต้องการจากเงื่อนไขทางด้านการตลาดของผู้ผลิตสินค้าและบริการ อย่างไรก็ตาม ในธุรกิจที่ประสบผลสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ มักจะพบข้อสรุปที่เหมือน ๆ กันว่า ในการดำเนินธุรกิจให้เจริญก้าวหน้า สู่ความเป็นหนึ่ง (To Be Number One) หรือการค้าก้าวไปสู่ความเป็นเลิศ (To Be Excellence) ได้นั้น ได้มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องมาเกื้อหนุนธุรกิจ ดังนี้ (วีรชัย ตันติวีระ, 2532 : 24-28)

1. มีผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่ดีเลิศ
2. มีบริการที่เยี่ยมยอด
3. มีเทคนิคและวิธีการทำงานที่ล้ำยุค
4. มีผู้บริหารที่ชาญฉลาด
5. มีทีมงานที่แข็งแกร่ง
6. มีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อองค์การร่วมกัน

จากข้อสรุปดังกล่าว จะเห็นได้ว่าการดำเนินธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จได้นั้นย่อมจะต้องอาศัยปัจจัยเกื้อหนุนซึ่งกันและกันทั้ง 6 ประการ จะกล่าวว่ามีเพียงปัจจัยใดปัจจัย

หนึ่งจะสามารถสร้างความสำเร็จก็เป็นไปไม่ได้ แต่อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันเกือบทุกธุรกิจต่างพยายามที่จะปรับปรุงปัจจัยต่าง ๆ ให้ดีขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยในส่วนที่มีผลกระทบต่อลูกค้าโดยตรงคือ การให้บริการ

ดังนั้น "การให้บริการลูกค้า" หมายถึง การทำกิจกรรมการเอาใจใส่ดูแลลูกค้า และการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เกิดจากความคาดหวัง เพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า

จากความหมายดังกล่าวจะเห็นว่า กิจกรรมการเอาใจใส่ดูแลที่ธุรกิจจะต้องดำเนินการทำนั้น มีขอบเขตกว้างขวางมากที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งในแต่ละธุรกิจจะแตกต่างกันออกไป แต่ลักษณะของลูกค้านั้นจะมีความคาดหวัง (expectation) ในบางสิ่งบางอย่างที่เขาต้องการเมื่อลูกค้าคาดหวังว่า "การส่งสินค้าจะต้องรวดเร็วทันใจ" หากไม่ได้รับการตอบสนองคือ "การส่งสินค้าล่าช้ากว่ากำหนด" ย่อมทำให้มีผลกระทบต่อความต้องการให้บริการทันทีคือไม่พึงพอใจแต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าหากลูกค้าได้รับการตอบสนองคือ "หน่วยงานส่งสินค้ารวดเร็วมาก และเอาใจใส่อย่างดีเยี่ยม" จนเกินความคาดหวังของลูกค้า ย่อมทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

ดังนั้น การให้บริการการเอาใจใส่ดูแลลูกค้าของหน่วยงาน จึงต้องตอบคำถามที่ว่า "จะทำอย่างไรในการปฏิบัติต่อลูกค้าให้เขารู้สึกว่า ได้รับการตอบสนองความต้องการเกินความคาดหวังให้ได้" ถ้าหากหน่วยงานได้เกิดสภาวะการหย่อนยานในการให้บริการแก่ลูกค้า หน่วยงานจะต้องรีบดำเนินการแก้ไขเยียวยาทันที ทั้งนี้เพื่อกอบกู้ รักษาสถานะภาพของกิจการ

การสื่อสารในฐานะเป็นสถาบันหนึ่งของสังคมจึงควรมีบทบาทหน้าที่และพฤติกรรมเกี่ยวเนื่องกับการบริการข่าวสารและการรับสาร มีความรับผิดชอบร่วมกันในการที่จะให้บริการข้อมูลข่าวสาร ทั้งจากภายในและภายนอกสังคมหลังไหลถ่ายเทในหมู่สมาชิกด้วยความสะดวกคล่องตัว ทั้งนี้ เพื่อช่วยดำรงรักษาและพัฒนาสังคม

จากแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาโดยใช้สื่อ การส่งเสริมและการให้บริการดังรายละเอียดข้างต้นนี้แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของการให้บริการข่าวสารวิชาการเกษตรผ่านสื่อโทรทัศน์นั้น อาจส่งผลเสริมในด้านลักษณะการทำการส่งเสริมการเกษตร ซึ่งถ้าบรรลุผลนั้นจริง ๆ ก็นับได้ว่าสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่มีประสิทธิภาพในการส่งเสริมเกษตรกรและย่อมนำไปสู่การพัฒนาประเทศชาติในที่สุด

สรุปการนำแนวคิดและทฤษฎีมาใช้กับงานวิจัย

ในการวิเคราะห์เพื่อตอบปัญหาว่า เนื้อหาในรายการข่าวสารการเกษตรที่แพร่ภาพทางโทรทัศน์นั้น ส่งผลกระทบต่อกลุ่มผู้รับสารบ้างนั้น ก่อนอื่นเราต้องทำความเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน ซึ่งในที่นี้คือสื่อ "โทรทัศน์" ว่ามีบทบาทเป็นอย่างไร และเอื้อประโยชน์ต่อการช่วยส่งเสริมสื่อเผยแพร่ความรู้ที่ทำอยู่นั้น ให้แก่เกษตรกรเพื่อพัฒนาและส่งเสริมด้านการเกษตรให้ดียิ่งขึ้นได้อย่างไร

ดังนั้น เพื่อความเข้าใจในระบบและขั้นตอนของการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยซึ่งมีปัจจัยอะไรบ้างที่ส่งผลให้ "สาร" หรือ เนื้อหารายการข่าวสารการเกษตรออกมาอย่างที่เห็นและเป็นอยู่ จึงสมควรศึกษาถึงกระบวนการผลิตสาร โดยเน้นความสำคัญไปที่บุคคลที่ทำหน้าที่เป็นนายทวารข่าวสาร (gate keeper)

ในขณะเดียวกัน การจัดแบ่งประเภทกลุ่มผู้รับสาร ตามหลักการจัดประเภททางสังคม (The Social Categories Theory) และ การจัดแบ่งกลุ่มผู้รับสารตามลักษณะรสนิยม (Taste Segment) ก็จะมีผลที่เด่นชัดของลักษณะที่แท้จริงของกลุ่มเป้าหมายรายการข่าวสารการเกษตรที่เผยแพร่สื่อโทรทัศน์ได้เช่นกัน

นอกจากนี้ แนวคิดต่าง ๆ เกี่ยวกับการพัฒนา การส่งเสริมการเกษตร กระบวนการยอมรับนวัตกรรม และการให้บริการ ก็จะเป็นกรอบในการวิเคราะห์ถึงคุณค่าของเนื้อหารายการข่าวสารการเกษตรได้เป็นอย่างดี

เพราะฉะนั้น ความสัมพันธ์ของแนวคิดทั้งหมดในงานวิจัยนี้ จะช่วยให้เราสานต่อในการชี้ให้เห็นว่า กลุ่มเป้าหมายของรายการข่าวสารการเกษตรนั้น มิใช่เป็นเพียงกลุ่มเกษตรกรเท่านั้น แต่ยังเป็นกลุ่มบุคคลที่มีอาชีพต่าง ๆ แต่มีรสนิยมในการเลือกชมหรือให้ความสนใจในเนื้อหารายการที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร ซึ่งงานวิจัยนี้จะทำการตรวจสอบถึงกระบวนการผลิตข่าวสารการเกษตร ปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อการกำหนดเนื้อหา โครงสร้าง เนื้อหา รูปแบบรายการ และวิธีการนำเสนอ รวมทั้งผลจากการให้บริการข่าวสารการเกษตรในแง่ผู้ชมต่าง ๆ ที่สามารถสะท้อนได้จากการศึกษาตัวเนื้อหารายการ ดังรายละเอียดที่จะเสนอต่อไป