

## บทที่ 2

## การเสนอข่าวสารทางการเกษตรทางสื่อมวลชน

ด้วยเหตุผลที่กล่าวว่า ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรม ประชาชนส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพเกษตรกรรม จึงจำเป็นต้องใช้การเกษตรเป็นแกนกลางในการพัฒนาประเทศ เพื่อให้เกิดผลทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองให้เป็นไปอย่างราบรื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางด้านเศรษฐกิจนั้น หากประชาชนในภาคเกษตรมีความอยู่ดีกินดีจนสามารถช่วยเหลือตนเองได้ ก็น่าจะส่งผลให้การพัฒนาในภาคอื่น ๆ สัมฤทธิ์ผลได้เช่นกัน วิธีการที่จะดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าวได้คือ การระดมทรัพยากรทั้งที่เป็นวัตถุและบุคคล ทั้งในภาครัฐบาลซึ่งมีหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรโดยตรง และภาคเอกชนได้แก่กลุ่มเกษตรกร รวมถึงธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร ตลอดจนสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ มาประสานงานร่วมกันเพื่อผลประโยชน์ในทางเศรษฐกิจของประชาชนดังที่กล่าวมา

ตั้งแต่แรกเริ่มมีการสื่อมวลชนมาจนถึงปัจจุบัน สื่อมวลชนได้เข้ามามีบทบาทในการเสนอข่าวสารเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมการเกษตรมาโดยตลอด แม้ว่าปริมาณข่าวสารที่นำเสนอจะเป็นสัดส่วนที่น้อยเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนเกษตรกรทั้งประเทศ และเป็นสัดส่วนน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณข่าวสารรวมทั้งหมด แต่ก็นับได้ว่า เท่าที่ผ่านมา สื่อมวลชนได้มีบทบาทในการพัฒนาทางด้านนี้มากกว่าในอดีต ที่เคยใช้สื่อบุคคลเพื่อการเผยแพร่ข่าวสารทางการเกษตร

ลักษณะการติดต่อสื่อสารของมนุษย์ สามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภทคือ

1. การติดต่อสื่อสารแบบตัวต่อตัว เช่นการพบปะพูดคุยกัน การเขียนจดหมายติดต่อสำหรับการส่งเสริมการเกษตรในลักษณะนี้คือ การส่งเจ้าหน้าที่เข้าไปพูดคุยแนะนำเกษตรกรโดยตรง
2. การติดต่อสื่อสารแบบเป็นหมู่คณะ คือการติดต่อสื่อสารกับบุคคลตั้งแต่ 1 คนขึ้นไปจนถึงกลุ่มที่มีขนาดใหญ่ การส่งเสริมการเกษตรในลักษณะนี้เช่นการจัดอบรมสัมมนาสำหรับเกษตรกรเป็นกลุ่ม
3. การติดต่อสื่อสารแบบมวลชน เป็นการติดต่อสื่อสารที่มุ่งสู่คนจำนวนมาก คือ

เป็นกลุ่มชนขนาดใหญ่และขนาดย่อมที่อาศัยอยู่กระจัดกระจายกว้างขวางโดยไม่จำกัดพื้นที่ เช่น การใช้สื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ในการกระจายข่าวสาร ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ชนิดต่าง ๆ รวมถึงการจัดนิทรรศการ <sup>1</sup>

การติดต่อสื่อสารแบบตัวต่อตัวและเป็นหมู่คณะนั้น มีส่วนคือ เป็นลักษณะการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง ( TWO-WAY COMMUNICATION ) ผู้ส่งสารกับผู้รับสารสามารถติดต่อหรือพูดคุยกันได้โดยตรง ทำให้มีโอกาสสร้างความรู้ความเข้าใจกันอย่างชัดเจนและถูกต้อง แต่การใช้วิธีสื่อสารเหล่านี้แค่เพียงอย่างเดียวในงานส่งเสริมการเกษตร ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายคือเกษตรกรทั่วประเทศนั้น เป็นไปไม่ได้ เพราะการสื่อสารวิธีนี้ต้องใช้เวลานาน อีกทั้งสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายและบุคคลากร ส่วนการติดต่อสื่อสารแบบมวลชนนั้น แม้จะเป็นการติดต่อสื่อสารแบบทางเดียว ( ONE-WAY COMMUNICATION ) คือผู้ส่งสารกับผู้รับมิได้พบปะกันโดยตรง ถึงแม้เคยได้รับปฏิริยาตอบสนองจากผู้รับสารมากก็ตาม แต่สื่อเหล่านี้ เมื่อใช้ในงานส่งเสริมการเกษตรแล้ว สามารถเข้าถึงเกษตรกรได้แทบทุกพื้นที่ของประเทศเป็นจำนวนมากในเวลาอันรวดเร็ว แต่ผู้ผลิตรายการต้องสามารถนำเสนอสิ่งที่น่าสนใจในรูปแบบที่แปลกใหม่เท่านั้น จึงจะเกิดประโยชน์ต่อเกษตรกรได้ เพราะความสนใจของผู้รับสารทั่วไป มักขึ้นอยู่กับคุณภาพของเนื้อหาสาระ และรูปแบบของการนำเสนอมากกว่าสิ่งอื่นใด

ในปัจจุบัน การใช้เครื่องมือสื่อสารเพื่อส่งเสริมการเกษตรนี้ มิใช่เป็นบทบาทโดยเฉพาะของรัฐบาลเท่านั้น หากแต่เอกชนก็เริ่มมีบทบาทในด้านนี้บ้างแล้ว โดยนำสื่อไปใช้ในการบริการความรู้ควบคู่กับการเสนอข่าวสารและการโฆษณาสู่กลุ่มเป้าหมายด้วย จึงอาจสรุปการส่งเสริมการเกษตรโดยสื่อมวลชนในรูปแบบต่าง ๆ เท่าที่ผ่านมาได้ดังนี้

วิทยุกระจายเสียง

ประเทศไทยนับว่าเป็นประเทศที่มีสถานีวิทยุมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น ๆ ในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่มีจำนวนประชากรใกล้เคียงกัน และสถานีวิทยุส่วนใหญ่ในประเทศเหล่านั้น มักมิได้มีการบรรจुरายการด้านความรู้ทางการเกษตรอย่างจริงจัง

---

<sup>1</sup> มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช , การใช้สื่อทางไกลทางงานส่งเสริมการเกษตร, สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์ , พ.ศ. 2526 , หน้า 6

จากรายงานการสัมมนาเรื่อง บทบาทของสื่อมวลชนในการเผยแพร่วิทยาการ  
 ด้านการเกษตรแผนใหม่ ซึ่งจัดโดยกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เมื่อวันที่ 2-3 พฤศจิกายน  
 2524 ณ. ตึกสันติไมตรี ทำเนียบรัฐบาล ได้ประมาณว่าทั้งในส่วนกลางคือกรุงเทพมหานคร  
 และในส่วนภูมิภาค 44 จังหวัด มีสถานีวิจัยกระจายเสียงกว่า 200 สถานี ในจำนวนนี้มีรายการ  
 เผยแพร่ความรู้ทางการเกษตรรวมประมาณ 40 สถานี ซึ่งหมายรวมถึงสถานีวิทยุประชา-  
 สัมพันธ์ 8 วิทยุการเกษตร และสถานีวิจัยของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ อันเป็นสถานีหลัก  
 ที่นำเสนอเรื่องราวทางการเกษตรด้วย โดยมีทั้งรายการของราชการและเอกชนปะปนกันไป  
 และพบว่าช่วงเวลาที่ได้รับสารเปิดรายการวิทยุทางการเกษตรฟัง ส่วนใหญ่คือเวลาในช่วง  
 เช้าก่อนออกไปทำงาน เวลาพักกลางวัน และเวลากลางคืนก่อนนอน ดังนั้น จึงปรากฏว่า  
 มีรายการทางการเกษตรแน่นหนามากในช่วงเวลาเหล่านี้<sup>2</sup> สำหรับลักษณะของรายการ  
 สามารถแบ่งได้ดังนี้

บทความ บทความทางการเกษตรส่วนใหญ่ในปัจจุบันมักเป็นของหน่วยราชการ  
 บทความเหล่านี้มักมีลักษณะเป็นวิชาการประยุกต์ เหมาะกับผู้ฟังที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ

ข่าว ส่วนใหญ่มีลักษณะคล้ายการประชาสัมพันธ์ หรือเป็นเรื่องราวที่ควรจะแจ้ง  
 ให้เกษตรกรได้ทราบในช่วงเวลานั้น เช่น สภาวะผิดปกติของดินฟ้าอากาศ การป้องกัน  
 โรคระบาดของพืชและสัตว์เลี้ยงในช่วงเวลานั้น เป็นต้น

ประกาศ คือเรื่องที่แจ้งนั้นเกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมายโดยตรง เช่น การประกาศ  
 ป้องกันน้ำเค็มเข้าสวนผลไม้ หรือการณรงค์ให้เกิดการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่นการ  
 ใช้พันธุ์ข้าวใหม่

การถ่ายทอด มักเป็นลักษณะการถ่ายทอดเสียงการประชุมหรือสัมมนาทางวิชาการ  
 ต่างๆ

ลักษณะรายการเกษตรทางวิทยุเหล่านี้นิยมใช้กันทั่วไป แต่อย่างไรก็ตาม ในการ  
 ส่งเสริมการเกษตร ก็ได้นำเอารายการไปใช้ในลักษณะอื่น ๆ เช่น การจัดกลุ่มอภิปรายจาก  
 รายการวิทยุ การสอนทางวิทยุโดยจัดกลุ่มผู้เรียน เป็นต้น การจัดรายการเพื่อการเกษตร

<sup>2</sup> มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช , อ้างแล้ว หน้า 34

สำหรับกลุ่มเป้าหมายคือตัวเกษตรกรและสมาชิกในครอบครัวของเกษตรกร จะเป็นที่น่าสนใจมากน้อยเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับว่าผู้จัดรายการนั้นมีวิธีการนำเสนอรายการที่น่าสนใจ น่าติดตาม มีประโยชน์ และมีคุณภาพมากน้อยเพียงใดเป็นสำคัญ

### หนังสือพิมพ์

ในเรื่องการเปิดรับสารของเกษตรกร ได้มีผู้ทำการศึกษาไว้หลายท่าน เช่น สุภัททวี สุนทรจัมปะกะ ได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องการรับรู้ของเกษตรกรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีต่อรายการวิทยุการเกษตร โดยศึกษาเฉพาะเกษตรกร 2 หมู่บ้านในจังหวัดขอนแก่น พบว่า เกี่ยวกับเรื่องการเป็นเจ้าของสื่อ ร้อยละ 100 เป็นเจ้าของเครื่องรับวิทยุกระจายเสียง ร้อยละ 46.67 ซื้อหนังสือพิมพ์มาอ่าน ร้อยละ 16.00 ร่อนนิตยสารมาอ่าน และ ร้อยละ 0.67 (1 คน) ครอบความเป็นเจ้าของเครื่องรับโทรทัศน์<sup>3</sup>

จากผลงานวิจัยนี้ เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์เป็นอันดับ 2 รองจากสื่อวิทยุกระจายเสียง อย่างไรก็ตามจำนวนที่เปิดรับสารจากหนังสือพิมพ์ก็ไม่ถึง ร้อยละ 50 ซึ่งอาจจะกล่าวได้ว่า หนังสือพิมพ์ยังมีบทบาทในการเสนอข่าวสารทางสารเกษตรไม่มากนักเมื่อเทียบกับสื่อวิทยุกระจายเสียง ประกอบกับการดำเนินงานหนังสือพิมพ์ในลักษณะเป็นธุรกิจระดับชาติ มีกลุ่มเป้าหมายเป็นมวลชนที่กว้างไกล ต่างวัย ต่างพื้นฐานทางการศึกษา เศรษฐกิจและสังคม ทำให้จำเป็นต้องจัดเสนอข่าวสารสำหรับผู้อ่านทั่วไป จึงทำให้ข่าวสารทางการเกษตรต้องถูกจำกัดลง อย่างไรก็ตามสื่อหนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่มีบริการทุกวัน และจำนวนพิมพ์มีมากมายหลายฉบับ โดยทั่วประเทศมีจำนวนถึง 200 ฉบับ<sup>4</sup> จึงช่วยในการเผยแพร่ความรู้ทางการเกษตรให้เกษตรกรได้มากและกว้างกว่าสื่อหลายๆ สื่อ แม้จะยังมีข้อจำกัดในเรื่องราคาสูงทำให้จำกัดผู้อ่านเฉพาะผู้ที่มั่งคั่งซื้อ ผู้ที่อยู่ห่างจากรับบริการจำหน่ายของหนังสือพิมพ์ ไม่มีโอกาสซื้อได้เป็นประจำ

<sup>3</sup> สุภัททวี สุนทรจัมปะกะ , การรับรู้ของเกษตรกรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีต่อรายการวิทยุทางการเกษตร , อ้างถึงใน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช , อ้างแล้ว หน้า 318

<sup>4</sup> มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช , อ้างแล้ว หน้า 57

## สิ่งพิมพ์

การใช้สื่อสิ่งพิมพ์ในงานส่งเสริมการเกษตรนั้น นำไปใช้ทั้งในงานราชการและงานเอกชน สิ่งพิมพ์ที่จัดทำโดยหน่วยงานราชการอาจแบ่งได้เป็น 4 รูปแบบคือ

1. วารสาร ซึ่งจะมีเนื้อหาเน้นไปทางวิชาการเพื่อเผยแพร่ความรู้ ความก้าวหน้าทางวิชาการให้แก่ผู้รับสาร ซึ่งส่วนมากเป็นข้าราชการ นักวิชาการไม่สถาบันราชการและเกษตรกรชั้นนำ

2. เอกสาร ซึ่งแบ่งเป็น 2 ลักษณะคือ เอกสารทางวิชาการ ซึ่งเนื้อหาส่วนใหญ่เน้นวิชาการเฉพาะเรื่อง และมักจัดพิมพ์ในบางโอกาสที่มีผลงานพอจะพิมพ์เผยแพร่ และเอกสารอีกประเภทหนึ่งมีลักษณะเป็นคำแนะนำส่งเสริม มีเนื้อหาทางวิชาการที่เข้าใจง่ายพร้อมจะนำไปปฏิบัติได้ทันที เอกสารประเภทนี้ เหมาะกับเกษตรกรทั่วไป

3. โปสเตอร์ เป็นแผ่นภาพที่มีสีสันและมักมีคำขวัญชวน มักใช้สื่อนี้เพื่อพรรคการเมืองใดเรื่องหนึ่ง เช่น ชักชวนให้เกษตรกรทำปุ๋ยหมัก

4. หนังสือพิมพ์ฝายนึ่ง มีลักษณะเหมือนหนังสือพิมพ์แต่มีเพียงแผ่นเดียว หน้าเดียว เพื่อสะดวกต่อการถือไว้ตามกำแพงหรือฝายนึ่ง เป็นบริการให้เปล่า มักส่งไปเผยแพร่ยังหน่วยงานที่เกษตรกรไปมาติดต่อบ่อย ๆ เช่น ศาลากลางจังหวัด ที่ว่าการอำเภอ สถานีอนามัย เป็นต้น

สำหรับการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ของเอกชนในด้านการส่งเสริมการเกษตร ส่วนใหญ่มีรูปแบบเช่นเดียวกับของราชการ แต่จะแฝงธุรกิจโฆษณาไว้ด้วย เช่นการจัดพิมพ์นิตยสารที่มีการขายเนื้อที่ในการโฆษณา ผู้ที่ซื้อเนื้อที่นี้ ได้แก่ บริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายปุ๋ยและยากำจัดศัตรูพืช เป็นต้น นิตยสารเหล่านี้ที่ยังคงจัดพิมพ์อยู่ในปัจจุบัน เช่น ชาวเกษตรกร เกษตรการเกษตร

บทบาทของสื่อสิ่งพิมพ์ต่องานส่งเสริมการเกษตรโดยทั่วไปนั้น สามารถกระจายไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้จำนวนมาก แต่ปัจจุบันกำลังเกิดปัญหาที่น่าเป็นห่วงเนื่องจากค่าใช้จ่ายในการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์นั้นวันจะมีราคาสูงขึ้น จนอาจเกินกำลังความสามารถของผู้จัดทำทั้งในส่วนราชการและเอกชนที่จะขยการ ใช้สื่อนี้ให้กว้างขวางกว่าที่เป็นอยู่ นอกเสียจากรัฐบาลจะเล็งเห็นความสำคัญของการใช้สื่อประเภทนี้ในงานส่งเสริมการเกษตร

## ภาพยนตร์

ลักษณะของภาพยนตร์ที่จัดทำไว้ใช้ในงานส่งเสริมการเกษตรส่วนมากจะเป็นไป  
 ในรูปของผลงานทางวิทยาการเฉพาะเรื่อง เฉพาะตอน เพื่อใช้ประกอบการเรียนการสอน  
 หรือการอบรมเคลื่อนที่ตามแต่กรณี นอกจากนั้น ยังมีภาพยนตร์ประเภทวิชาการบ้าง สารคดี  
 บ้าง ซึ่งมักได้มาจาก 2 ทางคือ จัดซื้อไว้หรือได้รับความช่วยเหลือจากต่างประเทศ และ  
 อาจเป็นการขอยืมจากหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของต่างประเทศที่มีสำนักงานในประเทศ

## การจัดนิทรรศการด้านการเกษตรและงานพิเศษอื่น ๆ

เป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อใช้เป็นสื่อในการเผยแพร่ความรู้ด้านการเกษตร โดยมี  
 กลุ่มเป้าหมายคือเกษตรกร แต่มิได้มีการกำหนดรูปแบบไว้เป็นมาตรฐานแน่นอน ส่วนมากมัก  
 จะจัดแบบผสมผสาน คือมีกิจกรรมหลาย ๆ แบบพร้อมกันไป เช่น งานสาธิต การประกวด  
 พืช-สัตว์ การบรรยาย การอภิปราย และการใช้สื่อต่าง ๆ เพื่อดึงดูดใจเกษตรกรที่มาเที่ยว  
 งาน ตัวอย่างงานพิเศษเหล่านี้เช่น งานวันเกษตรแห่งชาติ งานวันเกษตรจังหวัด เป็นต้น  
 การจัดนิทรรศการเพื่อส่งเสริมการเกษตรนั้นนับว่ามีกว้างขวางในปัจจุบัน ประมาณว่าทั้งใน  
 ส่วนกลางและส่วนภูมิภาคปีหนึ่ง ๆ มีผู้จัดงานลักษณะนี้ทั้งโดยภาครัฐบาลและเอกชนไม่ต่ำกว่า  
 100 ครั้ง<sup>5</sup> ในเรื่องนี้ ศจ.ท่านอง สิงคาลวณิช อธิบดีกรมนครช่วยว่าการกระทรวงเกษตร  
 และสหกรณ์ได้แสดงความเห็นว่า อาจมีปัญหาว่าเนื้อหาความรู้ใหม่ ๆ ที่นำไปเผยแพร่ นั้นจะ  
 ซากแคลน หากมีการจัดบ่อยเกินไป ควรลดความถี่ของงานลักษณะนี้ลง แต่จัดให้มีคุณภาพ  
 สูงในแต่ละครั้งจึงน่าจะมีผลดีต่อการส่งเสริมการเกษตรได้มากกว่า<sup>6</sup>

นอกจากสื่อประเภทต่าง ๆ ที่กล่าวมาแล้ว ยังมีสื่ออื่น ๆ ที่ใช้ในทางส่งเสริม  
 การเกษตร เช่น สื่อบุคคล การประชุมร่วมกันระหว่างเจ้าหน้าที่และผู้นำชุมชนต่าง ๆ และ  
 ในปัจจุบันสื่อที่มีความสำคัญคือ สื่อโทรทัศน์ ซึ่งจะกล่าวถึงโดยละเอียดในบทต่อไป

เท่าที่ได้กล่าวมาแล้วจะเห็นได้ว่าสื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญมากต่องานส่งเสริม  
 การเกษตร สื่อทุกสื่อมีความจำเป็นและมีประโยชน์ในการนำข่าวสารความรู้ทางการเกษตร  
 ไปสู่เกษตรกรที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี

<sup>5</sup> มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช , อ้างแล้ว หน้า 39

<sup>6</sup> ศจ.ท่านอง สิงคาลวณิช , มสช. , อ้างแล้ว หน้า 39