



บทที่ 2

ทฤษฎี แนวความคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องนี้ เป็นการศึกษาถึงประสิทธิภาพของสื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้ในโครงการพัฒนาคนแค้มที่จะสร้างความสนใจ ทศนคติที่ดี และความรู้ความเข้าใจแก่เกษตรกรในเรื่องเทคโนโลยีใหม่เกี่ยวกับการพัฒนาและอนุรักษ์ดิน รวมทั้งรู้จักเลือกพันธุ์พืชที่เหมาะสมกับลักษณะดินที่ปลูก และศึกษาประสิทธิผลของสื่อสิ่งพิมพ์ที่ทำให้เกษตรกรมีความรู้ความเข้าใจเพิ่มขึ้นและเชื่อเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่ได้เสนอไปในสื่อสิ่งพิมพ์

ฉะนั้นในการศึกษาทฤษฎี แนวความคิด และผลงานวิจัยที่สนับสนุนนี้ จึงแบ่งได้เป็น 5 แนวทางใหญ่ ๆ คือ

1. การสื่อสารกับการพัฒนาประเทศ
  - 1.1 บทบาทและหน้าที่ของการสื่อสารในการพัฒนา
  - 1.2 หน้าที่ของสื่อในการพัฒนา
  - 1.3 การสื่อสารกับการถ่ายทอดเทคโนโลยี
  - 1.4 การสื่อสารกับวัฒนธรรม
2. ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการสื่อสาร
  - 2.1 ประสิทธิภาพของการสื่อสาร
  - 2.2 ประสิทธิผลของการสื่อสาร
3. สื่อสิ่งพิมพ์
  - 3.1 โปสเตอร์
  - 3.2 เอกสารแนะนำ
4. การอ่าน
  - 4.1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการอ่าน
  - 4.2 อุปสรรคของการอ่าน
  - 4.3 ลักษณะการอ่าน
5. แนวความคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### การสื่อสารกับการพัฒนาประเทศ

สภาพพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ให้ความหมายการพัฒนาประเทศว่า เป็นกระบวนการที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้นทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ตลอดจนเป็นการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมนั้น เพื่อให้มีระดับคุณภาพชีวิตที่สูงขึ้น และในกระบวนการเปลี่ยนแปลงสังคม นั้นจะมีการสื่อสารหรือการเผยแพร่เป็นองค์ประกอบ นั่นคือ การเปลี่ยนแปลงสังคมไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบใดจะต้องมีการสื่อสารเข้าไปเกี่ยวข้องด้วยเสมอ

ดังนั้นการสื่อสารเพื่อการพัฒนาจึง หมายถึง กระบวนการถ่ายทอดสารที่เป็นสิ่งใหม่ ความคิดใหม่ หรือ นวัตกรรม จากผู้ส่งสาร โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะเปลี่ยนแปลงความรู้ ( knowledge ) หรือทัศนคติ ( attitude ) และเกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านพฤติกรรมที่สังเกตเห็นได้ ( overt behavior or practice ) ของผู้รับสาร ( Rogers 1971 : 12-13 )

Lerner , Pye และ Schramm ได้ให้ความหมายของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาไว้ว่าเป็นเครือข่ายการสื่อสารโดยใช้เทคโนโลยีพื้นฐาน อย่างไม่คำนึงถึงสารและเนื้อหาสาร โดยมุ่งที่จะสร้างสรรค์ตามคุณลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละชนิด เพื่อก่อให้เกิดบรรยากาศที่เอื้อต่อการพัฒนา ในขณะที่เดียวกัน Childers ก็ได้ให้ความหมายของการสื่อสารเพื่อการสนับสนุนการพัฒนาไว้ว่า เป็นการสื่อสารที่มีการกำหนดรูปแบบโดยเฉพาะ เพื่อใช้ในการสนับสนุนโครงการพัฒนาโครงการใดโครงการหนึ่ง ( Jayaweera 1978 : xviii ) ในที่นี้เราสามารถแบ่งความแตกต่างระหว่างการสื่อสารเพื่อการพัฒนากับการสื่อสารเพื่อสนับสนุนการพัฒนาได้ ดังนี้

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ความแตกต่างระหว่างการสื่อสารเพื่อการพัฒนา  
กับ การสื่อสารเพื่อสนับสนุนการพัฒนา

การสื่อสารเพื่อการพัฒนา	การสื่อสารเพื่อสนับสนุนการพัฒนา
1. เป็นการนำมาประยุกต์ใช้ในระดับประเทศมหภาค	1. เป็นการนำมาประยุกต์ใช้ในระดับจุลภาคหรือระดับท้องถิ่น
2. ทำหน้าที่ในทางอ้อมและมีลักษณะคลุมเครือ	2. ทำหน้าที่โดยตรง เกี่ยวข้องกับผลกระทบและตรงตามวัตถุประสงค์
3. ไม่มีการจำกัดเวลาที่แน่นอนและเป็นลักษณะของการโน้มน้าวใจ	3. อยู่ในขอบเขตของเวลาและเป็นลักษณะของการรณรงค์
4. มีความเชื่อในเรื่องของผลกระทบที่เกิดจากคุณสมบัติของเทคโนโลยี	4. มุ่งเน้นในส่วนที่เป็นสาร และระมัดระวังต่อส่วนที่เป็นเนื้อหา
5. ใช้เฉพาะสื่อมวลชน	5. ใช้สื่อวัฒนธรรมทุกชนิด
6. มีลักษณะของการสั่งการจากบนลงล่างตามลำดับชั้น	6. เป็นลักษณะของการมีปฏิสัมพันธ์และอาศัยความร่วมมือ
7. ปัจจุบันไม่เป็นที่เชื่อถือ	7. ได้รับความเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับของ UN และหน่วยงานพัฒนาในระดับชาติและระหว่างประเทศ

( Jayaweera 1987 : xix )

การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพก็สามารถทำให้เศรษฐกิจและสังคมพัฒนา ในเรื่องนี้ Schramm ( อ้างใน Kunczik 1984 : 122 ) ได้ยืนยันถึงความสำคัญของการสื่อสารที่ก่อให้เกิดการเคลื่อนไหวของทรัพยากรมนุษย์ไว้ว่า จะต้องมึรูปแบบของข่าวสาร ที่จะกระตุ้นให้เกิดทัศนคติ แบบแผนของสังคมและขนบธรรมเนียมของสังคม เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องและเป็นการเตรียมประชาชนในการพัฒนา นอกจากนี้ยังต้องปรับปรุงในส่วนที่เกี่ยวกับการไหลของข่าวสาร ที่จะช่วยการสร้างบรรยากาศในการพัฒนาประเทศอีกด้วย ในส่วนนี้ยูเนสโกได้

กำหนดความเหมาะสมของสื่อมวลชนต่อประชาชนไว้ว่า ประชาชนทุก ๆ 100 คน ควรจะมีหนังสือพิมพ์รายวัน 10 ฉบับ เครื่องรับวิทยุ 5 เครื่อง และเครื่องรับโทรทัศน์ 2 เครื่อง (Kunczik 1984 : 123)

## 1. บทบาทและหน้าที่ของการสื่อสารในการพัฒนา

ในสังคมที่กำลังมีการเปลี่ยนแปลง หรือกำลังอยู่ในช่วงของการพัฒนา การสื่อสารโดยเฉพาะในส่วนของสื่อมวลชน มีบทบาทในการเตรียมประชาชนให้พร้อมที่จะรับการเปลี่ยนแปลงในด้านความรู้ ทัศนคติ และวิธีการปฏิบัติ นอกจากนี้ยังเป็นการส่งเสริม สนับสนุน และขยายงานพัฒนาออกไปให้กว้างขวาง โดยการตี ประมะ ๕๓๖๖ ( 2529 : 147-149 ) ได้กล่าวไว้ว่า การสื่อสารจะทำหน้าที่ 3 ประการ คือ

1.1 หน้าที่ของการให้ข่าวสาร โดยเป็นการเน้น ย้ำ หรือเป็นการแสดงบทบาทในการให้ข่าวสารในลักษณะของการสร้างบรรยากาศของการพัฒนา เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนเกิดความรู้สึก เกิดความทะเยอทะยาน เกิดความต้องการการเปลี่ยนแปลง ข่าวสารที่เสนอจึงเป็นเรื่องของการพัฒนา เช่น ข่าวหรือภาพของสังคมอื่นที่เจริญกว่า เป็นต้น เมื่อประชาชนรับข่าวสารแล้วก็จะเกิดการเปรียบเทียบกับตนเอง

1.2 หน้าที่ในการชักจูงใจ บทบาทของการสื่อสารในหน้าที่นี้ จะแตกต่างจากสภาวะปกติของสังคม นั่นคือ เป็นหน้าที่ในสภาวะของการเปลี่ยนแปลง ดังนั้นบทบาทของการสื่อสารจึงเป็นการชักจูงใจที่มุ่งไปสู่เรื่องของการพัฒนา โดยสื่อมวลชนที่สามารถเข้าถึงประชาชนได้เป็นจำนวนมากจะช่วยชี้แนะ แสดงความคิดเห็น สนับสนุนโครงการ แผนงานที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนา เป็นประโยชน์ต่อชุมชน ในลักษณะของการชักจูง แนะนำ ให้ประชาชนเห็นชอบ เห็นตาม เห็นประโยชน์ของการยอมรับเอาแผนงานการพัฒนาไปใช้ การชักจูงใจนี้มีจุดมุ่งหมายในขั้นสุดท้ายคือ ให้ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาอย่างจริงจัง ซึ่งถือเป็นขั้นตอนของการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่มีความสำคัญ

1.3 หน้าที่ในการให้ความรู้และการศึกษา เมื่อประชาชนมีความทะเยอทะยาน อยากมีชีวิตที่ดีและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นหลังจากที่ได้รับข่าวสารแล้ว การสื่อสารจะต้องสอนให้คนมีความรู้ ความสามารถ ในอันที่จะปรับตัวให้เข้ากับสังคมที่เปลี่ยนไปได้ และเมื่อประชาชนเกิดการเรียนรู้แล้วจะเกิดการปฏิบัติ

## 2. หน้าที่ของสื่อในการพัฒนา

นอกจากการสื่อสารจะมีบทบาทในการให้ข่าวสาร ทำหน้าที่ในการชักจูงใจ ให้ความรู้และการศึกษาแก่ประชาชนแล้ว ในส่วนที่เป็นสื่อก็มีหน้าที่ในการพัฒนาด้วย ในเรื่องนี้ Schramm ( อ้างใน จุมพล รอดคำดี 2532 : 20-23 ) ได้พูดถึงหน้าที่ของสื่อในกระบวนการพัฒนาประเทศไว้ว่า

2.1 ช่วยทำให้การพัฒนาแพร่กระจายไปอย่างกว้างขวาง โดยสื่อมวลชนจะเป็นผู้นำสิ่งใหม่ ๆ เข้ามาให้ประชาชนรู้จักและทราบว่าผู้อื่นหรือสังคมอื่นเป็นอย่างไร เป็นการช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดี

ช่วยทำให้ประชาชนแต่ละสังคมเกิดความรู้สึกเห็นอกเห็นใจซึ่งกันและกัน ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาคนเพื่อให้เกิดความอยากที่จะร่วมมือกัน

2.2 ช่วยรวมความสนใจของประชาชนไปสู่การพัฒนา โดยสื่อมวลชนจะเป็นผู้นำสิ่งต่าง ๆ มาทำให้เป็นที่น่าสนใจ

2.3 ยกระดับของความทะเยอทะยานของประชาชน ให้เกิดความอยากที่จะอยู่ดีกินดี หรือแสวงหาชีวิตที่ดีกว่า เพราะการที่คนเรามีความพอใจในสิ่งที่เป็นอยู่จนเกินไปก็อาจจะเป็นสาเหตุให้การพัฒนาไปได้ช้า

2.4 ช่วยเปลี่ยนทัศนคติหรือค่านิยมในการปฏิบัติของประชาชนในทางอ้อม เนื่องจากยังไม่มียุติวิธานได้ว่าสื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนทัศนคติที่ฝังแน่นของประชาชนได้ แต่สื่อมวลชนก็ยังมิบทบาทในการเปลี่ยนแปลงทางอ้อม กระบวนการตัดสินใจในการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญนั้นต้องอาศัยสื่อบุคคลเป็นสำคัญ

2.5 เป็นช่องทางของการสื่อสารระหว่างบุคคล หมายถึงการกระจายข่าวสารผ่านสื่อมวลชนไป โดยมีวัตถุประสงค์ให้ประชาชนหรือผู้ที่เกี่ยวข้องได้รับข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้นไปถ่ายทอดอีกต่อหนึ่ง ซึ่งจะเป็นผลให้มีการตัดสินใจที่ดีขึ้น

2.6 ช่วยสร้างสถานภาพของบุคคล การที่สื่อมวลชนยกย่องหรือพูดถึงบุคคลหนึ่งบุคคลใดอยู่เสมอ เท่ากับเป็นการสร้างความสนใจให้เกิดแก่ตัวบุคคล ซึ่งบุคคลนั้นอาจจะกลายเป็นผู้นำในการพัฒนาประเทศต่อไปได้

2.7 ทำให้นโยบายการพัฒนาได้รับการพูดถึงอย่างแพร่หลาย โดยสื่อมวลชนจะเป็นผู้ช่วยถ่ายทอดหรือขยายข้อความที่เกี่ยวกับการพัฒนาไปอย่างกว้างขวาง แล้วประชาชนก็ย่อมจะแสดงความเข้าใจและพร้อมที่จะปฏิบัติตามได้ง่าย

2.8 ทำให้เกิดบรรทัดฐานของสังคม สิ่งใดก็ตามที่ถือว่าเป็นการกระทำที่ผิดแปลกไปจากบรรทัดฐานของสังคม ถ้ายังไม่มีผู้นำมาตีแผ่กันในหมู่ประชาชนอย่างกว้างขวางแล้วทุกคนในสังคมก็ดูเหมือนว่าจะมีปฏิกิริยาคัดค้านหรือแสดงความไม่เห็นด้วยอยู่ในใจเท่านั้น แต่เมื่อสิ่งเหล่านี้ถูกนำมาตีแผ่สู่สาธารณชนแล้วก็จะทำให้เกิดการคัดค้านอย่างออกหน้าออกตา ซึ่งเท่ากับ ว่าสื่อมวลชนได้ช่วยสังคมให้อยู่ในกรอบหรือบรรทัดฐานที่วางไว้

2.9 มีผลต่อทัศนคติที่ไม่รุนแรงและค่อย ๆ เปลี่ยนทัศนคติบางอย่างให้มั่นคง แม้สื่อมวลชนจะไม่สามารถเปลี่ยนทัศนคติที่มีอย่างรุนแรงในเรื่องหนึ่งเรื่องใดได้ แต่สำหรับทัศนคติที่ไม่รุนแรงนั้น ถ้าสื่อมวลชนเสนอแนะแนวทางที่ดีกว่า มีเหตุผล มีน้ำหนัก ก็อาจมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคตินั้นได้

2.10 ช่วยสนับสนุนการมีสตินิยมที่ดี ในการพัฒนาประเทศ สื่อมวลชนจะเป็นผู้ช่วยทำให้เกิดการตัดสินใจเลือกในสิ่งที่ถือได้ว่าเป็นการปฏิบัติที่ถูกต้อง การกระทำบางอย่างอาจจะกลายเป็นสิ่งที่ล้าสมัย

หรือก่อนข้างจะไม่มีความพร้อม บางสิ่งบางอย่างสามารถบอกได้ว่าสิ่งเหล่านี้คือเอกลักษณ์ของชาติ เพราะเป็นสิ่งที่แสดงถึงความเป็น " คนไทย " เป็น " ของไทย " เป็นต้น

2.11 เป็นประโยชน์ในการศึกษาและฝึกอบรมทุกชนิด โดยสื่อมวลชนจะเป็นผู้ที่ให้การศึกษาคำให้ความรู้แก่ประชาชนในทางอ้อม

นอกจากนี้ Schramm ยังได้ให้ความเห็นในเรื่องนโยบายของการใช้สื่อไว้ว่า ประเทศที่กำลังพัฒนาไม่ควรรื้อหรือจะลงทุนในส่วนที่เป็นการพัฒนาและการใช้สื่อมวลชนที่ได้รับการพิจารณาอย่างคั่งแล้ว โดยจะต้องคำนึงถึงความเหมาะสมทางด้านวัฒนธรรมและความต้องการที่แท้จริงของท้องถิ่น

### 3. การสื่อสารกับการถ่ายทอดเทคโนโลยี

เทคโนโลยี หมายถึง ตัวความรู้ และการเปลี่ยนแปลงทางด้านกายภาพของความรู้จากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง ถือว่าเป็นการถ่ายทอดเทคโนโลยี ( Hancock 1984 : 14 )

ดังนั้น การถ่ายทอดเทคโนโลยีจึงเป็นกระบวนการสื่อสารชนิดหนึ่งที่มีความแตกต่างกันไปตามสถานที่ การถ่ายทอดเทคโนโลยีที่จะประสบความสำเร็จขึ้นอยู่กับการวิเคราะห์ปัญหาอย่างรอบคอบ มีการเรียนรู้จากการประเมินผลและจากสิ่งที่เกี่ยวข้อง ทั้งในส่วนที่เป็นองค์ประกอบและกำลังสติปัญญาที่ใช้ในการถ่ายทอดเทคโนโลยีนั้น ( Hancock 1984 : 26 ) การถ่ายเทคโนโลยี จึงไม่ใช่การจัดการในด้านเครื่องจักรกลที่ใช้ในการผลิตเท่านั้น แต่ยังรวมถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นส่วนประกอบของมันด้วย เช่นความคิดสร้างสรรค์ในแต่ละหัวข้อหรือเรื่องที่จะทำการถ่ายทอด การนำกระบวนการถ่ายทอดเทคโนโลยีมาใช้จะต้องคำนึงถึงความต้องการเทคโนโลยีของแต่ละสังคม ความเป็นไปได้ทางทรัพยากรทั้งในส่วนที่เป็นสิ่งของและมนุษย์ ระยะเวลา การตลาด ทางเลือกและวิธีการถ่ายทอด ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดประสิทธิภาพของการถ่ายทอดเทคโนโลยีนั้น ๆ

นอกจากนี้ การถ่ายทอดเทคโนโลยียังต้องคำนึงถึง เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับสังคม ค่าใช้จ่ายของเทคโนโลยีและการถ่ายทอด ระดับการควบคุมของท้องถิ่น ความช่วยเหลืออย่างต่อเนื่องของการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่มีผลต่อการเติบโตอย่างไม่หยุดยั้งนั้น และความสามารถในการตัดสินใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีของแต่ละท้องถิ่น โดยมีเป้าหมายสุดท้ายของการถ่ายทอดเทคโนโลยีคือ ผู้รับสามารถที่จะคัดแปลง เลียนแบบ และสามารถคิดทำเทคโนโลยีใหม่ได้

### 1.4 การสื่อสารกับวัฒนธรรม

Jayaweera ( 1987 : xvii ) กล่าวว่า การพัฒนาจะต้องคิดขึ้นภายใต้กรอบของวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณี นั่นคือค่านิยมและขนบธรรมเนียมต่าง ๆ ของประชาชนจะต้องนำมาใช้ในการพัฒนามากกว่าที่จะเห็นว่าเป็นตัวเหนี่ยวรั้งหรือขัดขวางการพัฒนา ทั้งนี้เนื่องจากการพัฒนาประเทศเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องและมีผลกระทบกับประชาชนทุกคน และเมื่อเป็นประชาชนที่มีความแตกต่างกันในทางด้าน

ความเชื่อ ทักษะ และความคิดเห็นด้วยแล้ว ลำพังกระบวนการสื่อสารที่เป็นแบบตะวันตกจึงไม่เพียงพอที่จะใช้ในการพัฒนาประเทศได้ ดังนั้นนักพัฒนาจำเป็นต้องให้ความสนใจกับสภาพสังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมของประชาชนในแต่ละท้องถิ่นด้วย โดยเฉพาะในส่วนที่เป็นเนื้อหาของสื่อสารที่จะต้องประกอบด้วย ความคิด แนวคิด ความจริง ค่านิยม บรรทัดฐานและความรู้สึกต่าง ๆ ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนเกิดจากวัฒนธรรมประเพณีของประชาชน ดังนั้นจึงพูดได้ว่า อุปสรรคในการสื่อสารอันหนึ่งก็คือ วัฒนธรรม โดยเฉพาะในประเทศโลกที่สามนั้น มีหลายประเทศที่ประกอบด้วยคนต่างเชื้อชาติ ต่างภาษาและต่างวัฒนธรรมรวมอยู่ในประเทศเดียวกัน สิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดรูปแบบของการสื่อสารที่แตกต่างกัน ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันในการพัฒนา ดังที่ Sapir - Whorf ( อ้างใน Dissanayake 1988 : 9 ) ได้กล่าวไว้ว่า ระบบภาษาแต่ละภาษาไม่เพียงแต่จะเป็นเครื่องมือสำหรับการแสดงความคิดเท่านั้น แต่ยังเป็นตัวกำหนดรูปแบบของความคิดด้วย และปัจจุบันความคิดนี้ก็เป็นที่ยอมรับกันเป็นสากล ดังนั้นการสื่อสารที่จะให้เกิดประสิทธิผลนั้นจำเป็นต้องสำรวจลักษณะของประชากรในทุกด้านเสียก่อน เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวางแผนทางที่จะเข้าถึงประชาชนเฉพาะกลุ่มนั้น

#### ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการสื่อสาร

เพื่อให้การพัฒนาวรรณวัตถุประสงค์หรือเป้าหมาย สิ่งสำคัญที่จะต้องคำนึงถึงก็คือ การสื่อสารเพื่อพัฒนานั้นจะต้องมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ดังนั้นประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการสื่อสารจึงเป็นสิ่งที่พึงปรารถนาของผู้ทำการสื่อสารทุกครั้ง

#### 1. ประสิทธิภาพของการสื่อสาร :

ในส่วนที่เกี่ยวกับประสิทธิภาพของการสื่อสารนั้น เมื่อพิจารณาจากแบบจำลองการสื่อสารของ Berlo ( 1960 : 41-70 ) จะเห็นว่าสื่อสารที่มีประสิทธิภาพนั้นจะต้องประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ ในกระบวนการสื่อสาร โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวกับสารเขาได้กล่าวในส่วนนี้ไว้ว่า สาร ( message ) ที่จะมีประสิทธิภาพขึ้นอยู่กับ

- 1) เนื้อหาสาร ( content ) เป็นเรื่องราวที่ผู้ส่งสารต้องการให้ผู้รับสารได้รับรู้ เข้าใจและอาจนำไปปฏิบัติ
- 2) การจัดสาร ( treatment ) เป็นการจัดเรียงลำดับสารให้สะดวก เข้าใจง่าย เพื่อที่ผู้รับสารจะได้ไม่ต้องใช้ความพยายามในการทำความเข้าใจเนื้อหาสารมากนัก

3) รหัสสาร ( code ) รหัสสารในที่นี้ หมายถึง ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารได้แก่ ภาษาพูด ภาษาเขียน และอวัจนภาษา ซึ่งได้แก่การจัดหน้า การวางภาพ ขนาดตัวอักษร ที่ใช้ในการสื่อสารนั้น ที่จะต้องดูสวยงาม ชัดเจน และเข้าใจได้ง่าย

ทั้งนี้เนื้อหาสาร การจัดสาร และการเข้ารหัสสารนี้จะต้องคำนึงถึงในส่วนที่เป็นองค์ประกอบย่อย และโครงสร้างในแต่ละส่วนของมันอีกด้วย

นอกจากนี้ประสิทธิภาพของการสื่อสารในส่วนที่เป็นช่องทางในการรับสารหรือสื่อ ( channel ) นั้น ผู้รับสารจะรับสารโดยผ่านระบบประสาท สัมผัสทั้ง 5 ของมนุษย์ ได้แก่

- 1) ทางตา ( seeing ) ด้วยการมองเห็น สื่อที่ใช้ก็จะมีโทรทัศน์ ภาพยนตร์ สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ
- 2) ทางหู ( hearing ) ด้วยการได้ยิน สื่อที่ใช้จะเป็นวิทยุ เทปบันทึกเสียง
- 3) ทางการสัมผัส ( touching ) ด้วยการทดลองให้ปฏิบัติ
- 4) ทางจมูก ( smelling ) ด้วยการทดลองให้ดมกลิ่น
- 5) การชิมรส ( testing ) ด้วยการทดลองชิม

การสื่อสารที่จะมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นอยู่กับการเลือกใช้สื่อโดยจะพิจารณาจากสิ่งต่างๆเหล่านี้คือ

- 1) ความชอบในสื่อชนิดต่าง ๆ ของผู้รับสาร
- 2) สื่อที่จะมีผลกระทบต่อผู้รับสารมากที่สุด
- 3) สื่อที่ผู้ส่งสารสามารถนำมาปรับใช้ได้ตามประสงค์มากที่สุด
- 4) สื่อที่มีความเหมาะสมกับเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ

## 2. ประสิทธิภาพของการสื่อสาร

ประสิทธิภาพในการสื่อสาร หมายถึง การได้รับสิ่งที่ต้องการ ( Berlo 1960 : 40 ) นั่นคือ เมื่อผู้ทำการสื่อสารส่งสารที่ต้องการโน้มน้าวใจออกไปแล้ว ผู้รับสารเห็นด้วยและปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ของสารนั้น แสดงว่าการสื่อสารนั้นมีประสิทธิภาพ เพราะผลที่เกิดขึ้นนั้นตรงกับความต้องการของผู้ส่งสาร

ในการสื่อสารนี้แม้ว่าสื่อชนิดต่าง ๆ จะมีความสามารถในการเข้าถึงประชาชนได้เป็นจำนวนมากแต่สื่อเหล่านี้ก็ไม่ได้มีประสิทธิภาพทั้งหมด ' โดยเฉพาะในด้าน การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของปัจเจกบุคคล จากการศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารมวลชนที่มีต่อบุคคล ของ Klapper ( อังโน เสตีเยร เชยประทับ 2531 : 12-22 ) เขาได้สรุปไว้เป็นหลักกว้าง ๆ ที่แสดงให้เห็นถึงความสามารถและข้อจำกัดของ



การสื่อสารมวลชน ดังนี้

2.1 โดยปกติ การสื่อสารมวลชนไม่ใช่สาเหตุที่สำคัญเพียงประการเดียวที่จะทำให้เกิดผลในผู้รับสาร โดยจะมีปัจจัยที่เป็นตัวกลาง 5 ประการ ซึ่งมีบทบาทในการลดความสามารถของสื่อมวลชนในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับสารคือ

2.1.1 ทัศนคติและความเชื่อที่เป็นอยู่ในขณะนั้นของปัจเจกบุคคลมีอิทธิพลอย่างมากต่อพฤติกรรมที่เกี่ยวกับสื่อมวลชนของบุคคลนั้น และต่อการใช้สื่อมวลชนจะมีผลหรืออิทธิพลต่อบุคคลนั้นอย่างไร เนื่องจากอิทธิพลของกระบวนการเลือกเปิดรับสาร เลือกตีความสาร และเลือกจำสารของบุคคล ทั้งนี้บุคคล ( จะรู้ตัวหรือไม่ก็ตาม ) มีแนวโน้มที่จะเข้าถึงสารที่เข้ากันได้กับความคิด ความเชื่อ หรือทัศนคติของตน ถ้าบุคคลต้องเผชิญกับสารที่ตรงกันข้าม หรือเข้ากันไม่ได้กับความคิด ความเชื่อ หรือทัศนคติของตน บุคคลนั้นจะไม่สามารถตีความสารนั้นได้อย่างถูกต้อง หรือจะบิดเบือนสารนั้นเพื่อให้เข้ากันได้กับความคิด ความเชื่อ หรือทัศนคติของตน นอกจากนี้บุคคลยังมีแนวโน้มที่จะลืมสารที่เข้ากันไม่ได้กับความคิด ความเชื่อ หรือทัศนคติของตน เร็วกว่าสารที่เข้ากันได้กับความคิด ความเชื่อ หรือทัศนคติของตน เพราะฉะนั้นบุคคลใดที่มีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลง จะเลือกเปิดรับสารที่เข้ากันได้กับแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงของตน

2.1.2 อิทธิพลของกลุ่มที่แต่ละบุคคลเป็นสมาชิกอยู่ จากการวิจัยกลุ่มเล็กพบว่าความเห็นของแต่ละบุคคลมักจะเป็นความเห็นของกลุ่มที่ผู้นั้นเป็นสมาชิกอยู่

2.1.3 อิทธิพลของสมาชิกแต่ละคนในกลุ่ม เนื่องจากแต่ละคนมีความผูกพันกันด้วยสายใยของความเป็นมิตรภาพ ผลประโยชน์ร่วมกัน และความเห็นที่คล้ายกัน

2.1.4 อิทธิพลของผู้นำความคิดเห็น ผู้นำความคิดเห็นมักจะมีความคิดเห็นในทางที่จะสนับสนุนผู้ตามความคิดเห็น ดังนั้นสิ่งที่ผู้ตามความคิดเห็นไม่เห็นด้วย ผู้นำก็จะใช้อิทธิพลของตนทำให้ข่าวสารนั้นไม่น่าเชื่อถือไปด้วย

2.1.5 อิทธิพลที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจ ทำให้สื่อมวลชนไม่สามารถทำให้ประชาชนส่วนใหญ่ไม่พอใจได้ เพราะอาจทำให้สมาชิกผู้รับสารของตนลดลง ทำให้เสียรายได้ทางการค้า การโฆษณา ฉะนั้นสื่อมวลชนที่มีลักษณะเป็นการค้าจึงมักสนับสนุนความเห็น ความเชื่อ หรือทัศนคติ ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปแล้วเท่านั้น เป็นการช่วยรักษาสถานภาพเดิมมากกว่าที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมเพื่อการพัฒนา

2.2 อิทธิพลของปัจจัยต่าง ๆ ทำให้การสื่อสารมวลชนทำหน้าที่ในการเสริมหรือสนับสนุนความเห็นให้เหมือนเดิมมากกว่าที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง หรือถ้าเกิดการเปลี่ยนแปลงก็จะเป็นการเปลี่ยนแปลงความเห็นเพียงเล็กน้อย และมักเกิดจากเงื่อนไข 3 ประการคือ

2.2.1 เมื่อมีความพยายามในการตั้งใจไม่มากนักและไม่ไปกระตุ้นกระบวนการเลือกต่างๆของบุคคลให้ทำหน้าที่เลือกเปิดรับ เลือกดีความ และเลือกข่าวสารอย่างเต็มที่

2.2.2 เมื่อการเปลี่ยนแปลงนั้นอยู่ภายในกรอบที่บรรทัดฐานของกลุ่มยอมให้เปลี่ยนแปลงได้

2.2.3 เมื่อแต่ละบุคคลอยู่ภายใต้แรงกดดันสองอย่างที่ตรงข้ามกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะปัจเจกบุคคลมีความเห็น ความเชื่อ หรือทัศนคติสองอย่างซึ่งขัดแย้งกันหรือเพราะแต่ละบุคคลเป็นสมาชิกของกลุ่มที่มีบรรทัดฐานขัดแย้งกัน

2.3 ในกรณีที่มีการสื่อสารสามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง จะเกิดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดในสองอย่าง คือ

2.3.1 ภายใต้สถานการณ์หรือเงื่อนไขบางอย่าง ปัจจัยที่เป็นตัวกลางจะไม่ทำหน้าที่อะไร และการสื่อสารมวลชนจะมีอิทธิพลหรือมีผลต่อผู้รับสาร เช่น ในกรณีที่ปัญหาใหม่จริง ๆ และไม่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จหรือทัศนคติที่เป็นอยู่ในขณะนั้น

2.3.2 ปัจจัยที่เป็นตัวกลาง เช่น กระบวนการเลือก กลุ่ม บรรทัดฐานของกลุ่ม ผู้นำทางความคิดและอิทธิพลส่วนบุคคล อาจทำหน้าที่สนับสนุนการเปลี่ยนแปลงมากกว่าการเสริมเงื่อนไขที่เป็นอยู่ในขณะนั้น

2.4 มีสถานการณ์บางอย่างที่การสื่อสารมวลชนจะมีผลโดยตรง หรือสามารถทำหน้าที่บางประการในทางจิตวิทยาและทางกายภาพได้ด้วยตัวของมันเอง

2.5 ประสิทธิภาพของการสื่อสารมวลชน ขึ้นอยู่กับลักษณะต่าง ๆ ของสื่อมวลชน สารแหล่งสาร และสถานการณ์ของการสื่อสาร ภาพพจน์ของแหล่งสารในทัศนะของผู้รับสาร เช่น ความน่าเชื่อถือ ความน่าไว้วางใจ และเกียรติยศชื่อเสียง มีอิทธิพลต่อการตั้งใจผู้รับสาร สื่อมวลชนโดยตัวของมันเองสามารถให้สถานภาพแก่ผู้ทำการสื่อสารและแก่นวนคิดที่ถ่ายทอดโดยสื่อ นั้น ในขณะที่สื่อมวลชนแต่ละประเภทต่างมีประสิทธิภาพแตกต่างกัน แต่การสื่อสารแบบตัวต่อตัวที่ไม่เป็นทางการได้พิสูจน์ให้เห็นตลอดมาว่า มีประสิทธิภาพในการตั้งใจมากกว่าการสื่อสารมวลชนใดๆ เป็นที่ทราบกันดีว่าเทคนิคในการสื่อสารบางอย่างมีประสิทธิภาพที่แตกต่างกันอย่างมาก และความรู้สึกรับรู้ของประชาชนในขณะนั้นที่มีต่อเนื้อหาของสื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของการสื่อสารเพื่อการตั้งใจ

จากการที่สื่อแต่ละประเภทต่างมีข้อจำกัดและอุปสรรค ในการสื่อสารกับผู้รับสารที่อยู่ห่างไกล ยากจน ความสามารถในการอ่านออกเขียนได้ต่ำ มีสภาพสังคมวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน การใช้สื่อแต่ละประเภท จึงต้องพิจารณาถึงการเข้าถึงผู้รับสาร พฤติกรรมต่าง ๆ ของผู้รับสารในค่านิยมของผู้รับสาร ความน่าเชื่อถือที่มีต่อสื่อที่ประชาชนเปิดรับ สิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดที่สำคัญต่อการเผยแพร่ การกระจายนวัตกรรมและการยอมรับข่าวสารจากสื่อ อีกทั้งยังต้องพิจารณาถึงปฏิกิริยาตอบโต้ในพฤติกรรมการรับสื่อของผู้รับสาร โดยเฉพาะเมื่อเนื้อหาของสารมีวัตถุประสงค์ที่จะแจ้งข่าวสารหรือกระตุ้นความสนใจ ทั้งนี้เพื่อจะเลือกใช้สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกได้อย่างเหมาะสมที่สุด

### สื่อสิ่งพิมพ์

สื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อที่ได้รับความนิยม ใช้สร้างความสนใจ สร้างทัศนคติที่ดี และใช้เผยแพร่ความรู้ ในหน่วยงานต่างๆ ปัจจุบันมีการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อใช้ในการพัฒนาประเทศมากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากสิ่งพิมพ์เหล่านี้สามารถนำไปใช้ได้อย่างกว้างขวางและสะดวก อย่างไรก็ตามสื่อสิ่งพิมพ์ยังมีข้อดีและข้อเสียในตัวของมันเองดังนี้

#### ข้อดี ของสื่อสิ่งพิมพ์

- 1) เป็นสื่อที่มีความคงทนสามารถเก็บได้เป็นเวลานาน
- 2) ผู้รับสารเมื่อรับสื่อสิ่งพิมพ์ไปแล้ว สามารถอ่านและทบทวนได้บ่อยครั้งเท่าที่ต้องการ
- 3) เป็นสื่อที่สามารถนำติดตัวไปได้ทุกหนแห่ง
- 4) เป็นสื่อที่มีราคาถูก เมื่อผลิตครั้งละจำนวนมาก ๆ

#### ข้อเสีย ของสื่อสิ่งพิมพ์

- 1) ถ้าจะทำให้ดีต้องเสียค่าใช้จ่ายสูง
- 2) ต้องอาศัยความสามารถในการอ่าน นั่นคือ ประชาชนกลุ่มเป้าหมายจะต้องเป็นผู้ที่

อ่านออกเขียนได้

สื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้ในการพัฒนาและอนุรักษ์ดิน ได้แก่

#### 1. โปสเตอร์ ( poster )

เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้มากที่สุด บางครั้งเรียกว่าสื่อราคาถูก ลักษณะการใช้คือ ถ่ายทอดข่าวสาร , ใช้เตือน และเรียกร้องให้เกิดความสนใจ ลักษณะของโปสเตอร์ที่ดีนั้น Glaser ( อ้างใน Herdég 1981 : 8 ) ได้กล่าวไว้ว่า จะต้องมิลักษณะดังนี้

- 1) ดึงดูดความสนใจในระยะเวลายันสั้น นั่นคือสามารถที่จะดูครั้งเดียวแล้วเข้าใจได้ทันที

- 2) เป็นการระบุข้อความสำคัญเดียว หรือหัวเรื่องเดียว
- 3) วัตถุประสงค์ที่จะเสนอต้องรัดกุมและเฉพาะเจาะจง ไม่กว้างมากนัก
- 4) ข้อความในโปสเตอร์ควรจะมีลักษณะดังนี้ คือ ต้องสั้น อาจเป็นคำขวัญสั้น ๆ , เป็นคำคล้องจอง วลีที่กินใจ หรือคำสุภาพที่คุ้นเคย
- 5) ภาพจะต้องดึงดูดความสนใจ เข้าใจง่าย สอดคล้องกับข้อความที่ใช้ และเข้ากันได้กับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย

นอกจากนี้โปสเตอร์ยังมีส่วนประกอบที่สำคัญ ดังนี้

- 1) เป็นลักษณะของการเรียกร้องความสนใจ
- 2) จะต้องเป็นลักษณะของการแจ้งข่าว และ/หรือ ทำให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกปรารถนา
- 3) จะต้องมึลักษณะของการเรียกร้องให้เกิดการกระทำ
- 4) ภาษาที่ใช้จะต้องเป็นที่เข้าใจของประชาชนกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ

## 2. เอกสารแนะนำ ( booklet )

เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีรายละเอียดของเนื้อหามากกว่าโปสเตอร์ มีประโยชน์สำหรับการให้คำแนะนำ เนื้อหาอาจจะมีวัตถุประสงค์เฉพาะ และเอกสารแนะนำควรมีลักษณะดังนี้

- 1) รูปเล่มต้องน่าสนใจ
- 2) เนื้อหาอ่านและตรงกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย
- 3) ใช้สีสันทันตึงดูดี
- 4) เน้นความงามในลักษณะของการจัดหน้าที่สวยงาม สวยงาม

## การอ่าน

สิ่งพิมพ์นอกจากจะต้องมีลักษณะที่ดึงดูดความสนใจของผู้อ่านแล้ว ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของสื่อสิ่งพิมพ์ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยอีกหลายอย่าง ปัจจัยหนึ่งก็คือสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการอ่านดังนี้ ฉวีลักษณ์ บุญยกาญจน ( 2525 : 39-41 ) ได้กล่าวไว้ว่า

" สิ่งหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการอ่าน สำหรับตัวผู้อ่านนั้น การตั้งใจจะเป็นตัวการที่กระตุ้นให้เกิดกิจกรรม และการตั้งใจอาจจะเกิดขึ้นโดยการใช้เครื่องสื่อต่าง ๆ เช่น วัสดุที่ใช้ในการอ่าน ความสนใจของสิ่งที่อ่าน ความสนใจ และการให้รับทราบผลการอ่านของคนเป็นอย่างไร "

### 1. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการอ่าน

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการอ่าน ในส่วนที่เกี่ยวกับวัสดุสิ่งพิมพ์ ได้แก่

- 1.1 ความยาวของวัสดุที่อ่าน ซึ่งมีผลต่อเวลาอ่านไม่เหมือนกัน วัสดุที่อ่านที่ยาวขึ้นย่อมใช้เวลาเพิ่มขึ้น
- 1.2 ความยากง่ายของเนื้อหาและการมีความหมายของเนื้อหา
- 1.3 วัสดุที่อ่าน ที่มีความหมายต่อผู้อ่าน ย่อมจะอ่านได้เร็วขึ้น
- 1.4 วัสดุที่อ่านง่ายจะอ่านได้เร็วกว่าที่ยาก

Zcheff ( อังโน ฉวีลักษณ์ บุญกาญจน 2525 : 47 ) ได้เขียนแผนภูมิเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้เกิดปัญหาในการอ่าน ดังนี้



## 2. อุปสรรคของการอ่าน

สำหรับอุปสรรคของการอ่าน กำธร ศติรกุล ( อังโน ฉวีลักษณ์ บุญกาญจน 2525 : 48-51 )

ได้กล่าวไว้ว่าขึ้นอยู่กับ

2.1 ความยากง่ายในด้านการสื่อความหมายเรื่องราว ( readability ) สิ่งนี้จะขึ้นอยู่กับผู้เขียน ผู้เรียบเรียง หรือผู้ประพันธ์ว่าจะใช้ภาษายากง่าย หรือสละสลวย ช่วยให้สนใจในการอ่านได้มากน้อยเพียงใด

2.2 ความยากง่ายในรูปตัวหนังสือและความถูกต้องชัดเจน ได้แก่

2.2.1 ลักษณะรูปแบบของตัวหนังสือ ตัวหนังสือต้องมีส่วนสูง ส่วนตรง สัดส่วนสมดุล ( balance ) กัน ในความรู้สึกของผู้อ่าน

2.2.2 แบบโครงสร้างตัวหนังสือที่เอามาประสมกันเป็นคำ เป็นบรรทัดหรือเป็นหน้า ต้องมีหลักเกณฑ์ถูกต้อง ทำให้อ่านง่าย อยู่ในพวกเดียวกัน หรือ คล้ายไปทางเดียวกัน

2.2.3 ลักษณะการเอาตัวหนังสือมาเรียงเป็นบรรทัด จะต้องกะให้ได้ช่วงบรรทัดพอดีไม่ ยาวเกินไป แต่ละบรรทัดไม่ควรขีดเกินไป

นอกจากนี้ยังจะต้องคำนึงถึงองค์ประกอบอื่นๆอีกคือ

2.3. การออกแบบและวางหน้า การจัดพิมพ์หนังสือจะต้องเรียกความสนใจจากผู้อ่าน ให้หยิบขึ้นมาอ่าน อ่านแล้วจะหยิบอ่านอยู่นาน อ่านทุกหน้าทุกบรรทัดติดต่อกันไป ตัวหนังสือต้องอ่านง่าย อ่านสะดวก มีความถูกต้องชัดเจนสูง

2.4 รูปร่างของหนังสือ โดยทั่วไป มี 2 แบบคือ ถ้าหากเปิดหน้าโดยจับด้านยาวของเล่มเปิดออก เรียกว่าหนังสือแบบ upright และแบบเปิดหน้าโดยจับด้านกว้างของเล่ม เรียกว่าหนังสือแบบ oblong โดยมีความเหมาะสมกันในการรู้สึกของคนเรา

2.5 สีที่ใช้พิมพ์หนังสือและภาพ จะดึงดูดความสนใจผู้อ่านได้มากกว่า นานกว่า ทำให้เกิดความเข้าใจและจำได้มากกว่าภาพขาวดำ และช่วยให้เกิดความประทับใจ เนื่องจากสีทำให้เกิดภาพเหมือนจริง ก่อให้เกิดอารมณ์ต่าง ๆ ได้ตามที่ผู้ใช้ต้องการ

2.6 ภาพที่นำมาใช้มีจุดประสงค์ 2 ประการคือ

2.6.1 ใช้เรียกร้องความสนใจจากผู้อ่าน

2.6.2 เพื่ออธิบายเรื่องราว เพราะความคิดบางอย่างอธิบายเป็นตัวอักษรได้ยากต้องใช้ภาพประกอบ

2.7 ตัวหนังสือในส่วนที่เป็น ชื่อเรื่อง หัวเรื่อง จะต้องสะกดตา และตัวหนังสือที่จะถ่ายทอดความคิดไปยังผู้อ่านได้ดี จึงต้องเลือกตัวหนังสือที่อ่านได้ง่าย มีความถูกต้องชัดเจนสูง เหมาะกับวัยและความรู้ของผู้อ่าน

3. ลักษณะการอ่าน ผู้อ่านส่วนมากนิยม

3.1 อ่านจากซ้ายไปขวา

3.2 อ่านจากบนมาล่าง

3.3 อ่านเป็นช่วง ๆ เรียกว่า ช่วงการอ่าน ( fixation ) โดยปกติคนเราใช้เวลาประมาณ 0.157 ถึง 0.199 วินาที ต่อช่วงการอ่าน ผู้อ่านทั่วไปสามารถอ่านได้ 250 คำต่อ นาทีโดยเฉลี่ย

#### 5. แนวความคิด ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สำหรับการศึกษา ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของสื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้ในโครงการพัฒนาคนเค็มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นการศึกษาโดยเห็นว่าสื่อเฉพาะกิจที่ใช้ในโครงการนี้สามารถสร้างความรู้ความเข้าใจ ดึงดูดความสนใจเกษตรกรได้และสามารถทำให้เกษตรกรยอมรับเทคโนโลยีในการอนุรักษ์และพัฒนาคนเค็มได้ Adams ( อ้างใน เนิน นวนคงรอด 2528 : 37 ) ได้กล่าวถึงความสำคัญของสื่อเฉพาะกิจว่า มีความสำคัญต่อการเผยแพร่นวัตกรรม เพราะเป็นสื่อที่จัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ และการใช้สื่อเฉพาะกิจเป็นการให้ความรู้และข่าวสารที่เป็นเรื่องราวเฉพาะ โดยมีกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้แน่นอน ส่วนสื่อเอกสารเผยแพร่จะช่วยเสริมความรู้ในด้านรายละเอียดแก่กลุ่มเป้าหมายที่ได้รับจากสื่อบุคคล เนื่องจากสามารถนำมาอ่านทบทวนได้ตลอดเวลา ( รัตนาวดี นุรณทิวศ 2525 : 95 )

จากการศึกษาของ เนิน นวนคงรอด ( 2528 : 62-63 ) ในส่วนที่เป็นสื่อเฉพาะกิจที่ใช้ในโครงการเร่งรัดการป้องกันและกำจัดหนูเห็บหมัดในนาข้าว พบว่า สื่อเฉพาะกิจที่มีบทบาทในการให้ความรู้มากกว่าสื่อบุคคล และได้ตั้งข้อสังเกตผลการวิจัยในครั้งนั้นว่า ที่เป็นเช่นนี้อาจจะเนื่องมาจากสื่อเฉพาะกิจที่จัดขึ้นนั้น เป็นสื่อที่อยู่ใกล้ชิดและเกษตรกรสามารถแสวงหาความรู้จากสื่อได้ตลอดเวลา ประกอบกับเนื้อหา ( content ) ก็ไม่ยากนัก ดังนั้นเกษตรกรอ่านแล้วจึงสามารถนำไปปฏิบัติได้ และจากการศึกษาบทบาทของสื่อเฉพาะกิจในการให้ความรู้เรื่องอนามัยครอบครัวแก่สตรีวัยเจริญพันธุ์ อายุ 14-45 ปี ของลักขณา มนธาคุณสิน ( 2524 : 94 ) พบว่าหลังจากแจกเอกสารไปแล้ว ผู้ได้รับเอกสารเผยแพร่ได้รับความรู้เพิ่มขึ้นกว่าผู้ไม่ได้รับแจก ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีฐานะทางเศรษฐกิจดีได้รับความรู้เพิ่มขึ้นกว่าผู้มีการศึกษาต่ำและผู้มีฐานะต่ำกว่าและผู้ที่ย่านเอกสารเผยแพร่บ่อยครั้งได้รับผลสัมฤทธิ์เพิ่มขึ้นมากกว่าผู้อ่านเอกสารเผยแพร่น้อยครั้งกว่า

นอกจากนี้ ในการศึกษาการใช้สื่อมวลชนและการแพร่กระจายข่าวสารเพื่อกิจกรรมค่านการพัฒนาชนบท ของศิริชัย ศิริกายะ ( 2531 : 65 ) พบว่าสื่อเฉพาะกิจมีบทบาทในการให้ความรู้สูงกว่าสื่อบุคคล และเสนอแนะให้เจ้าหน้าที่เกษตรตำบล เกษตรจังหวัด หรือทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ให้มีการกระจายสื่อเฉพาะกิจไปถึงมือเกษตรกรมากยิ่งขึ้น

สรุป

จากเหตุผลที่การสื่อสารเพื่อการพัฒนาเป็นกระบวนการถ่ายทอดสารที่เป็นสิ่งใหม่ จากผู้ส่งสาร โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะเปลี่ยนแปลงความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมที่สังเกตได้ของผู้รับสาร ทำให้การสื่อสาร

เข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาทั้งในระดับสังคมและระดับประเทศ การสื่อสารนอกจากจะมีบทบาทและหน้าที่ในการให้ข่าวสาร ชักจูงใจ และให้ความรู้การศึกษาแก่ประชาชนแล้ว การถ่ายทอดเทคโนโลยีหรือความรู้ ที่จะประสบความสำเร็จนั้น ยังขึ้นอยู่กับ สติปัญญา การวิเคราะห์ปัญหาและยังต้องมีการเรียนรู้จากการประเมินผลจากสิ่งต่างๆที่เกี่ยวข้อง ซึ่งรวมถึงขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และสภาพสังคมในแต่ละท้องถิ่นด้วย

เมื่อพิจารณาถึง ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการสื่อสารพบว่า ในส่วนที่เป็น " สาร " ซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งในกระบวนการสื่อสารนั้น ลักษณะสารที่มีประสิทธิภาพจะขึ้นอยู่กับ เนื้อหาสาร การจัดเรียงลำดับสารและรหัสสารที่ใช้ ทางด้าน " สื่อ " จากการศึกษาพบว่าแม้สื่อมวลชนจะมีบทบาทในการที่จะเข้าถึงประชาชนได้เป็นจำนวนมาก แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าสื่อมวลชนจะทำให้การสื่อสารแต่ละครั้งประสบความสำเร็จได้ตามวัตถุประสงค์ การใช้สื่อเฉพาะกิจซึ่งได้แก่โปสเตอร์และเอกสารแนะนำจึงเข้ามามีบทบาทในการพัฒนา ทั้งนี้เนื่องจากสื่อเฉพาะกิจแต่ละชนิดเหล่านี้ได้รับการออกแบบให้เหมาะสมกับผู้รับสารเฉพาะกลุ่มสามารถดึงดูดความสนใจ สร้างทัศนคติ และถ่ายทอดความรู้ได้ตรงตามวัตถุประสงค์ และจากการวิจัยที่ผ่านมา ก็ได้ชี้ให้เห็นว่า สื่อเฉพาะกิจเหล่านี้ยังมีบทบาทสูงและมีความสำคัญมากในการเสริมและถ่ายทอดความรู้

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย