

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดและทฤษฎี

การศึกษาวิจัยเรื่อง “บทบาทของสถานีวิทยุมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์กับการให้ความรู้ การเกษตรและบริการสาธารณะ” นี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการศึกษาดังต่อไปนี้

1. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับโครงสร้างและการกระทำบทบาทหน้าที่ขององค์กรสื่อมวลชน
2. แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทของสื่อมวลชนในฐานะเป็นตัวกลางเชื่อมโยงทางสังคม
3. แนวคิดทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อกับการแสดงบทบาทเพื่อประโยชน์สาธารณะ
4. แนวคิดการสื่อสารกับการพัฒนาการเกษตร

#### 1. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับโครงสร้างและการกระทำบทบาทหน้าที่ขององค์กรสื่อมวลชน

Denis McQuail กล่าวว่า ลักษณะโครงสร้างขององค์กรสื่อมวลชน (The Mass Media Institutional Structures) นั้น มีผลกระทบโดยตรงต่อการปฏิบัติงาน (The conduct) และต่อการแสดงออกซึ่งผลของการทำตามบทบาท (Performance) ขององค์กรสื่อมวลชนนั้นๆ

องค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชน เป็นสถาบันหนึ่งที่ต้องมีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และสามารถดำรงอยู่ได้ด้วยการรักษาดุลยภาพ ระหว่างความต้องการขององค์ประกอบที่เกี่ยวข้องเหล่านั้นกับผลตอบแทนที่องค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชนจะได้รับ ดังนั้นบทบาทหน้าที่ขององค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชน ก็จะต้องเป็นไปตามเงื่อนไขภายใต้กรอบแห่งความสัมพันธ์ดังกล่าว โดยพิจารณาจากทั้งปัจจัยภายในและภายนอกองค์กร

ปัจจัยภายในองค์กรสื่อประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ (Denis McQuail, 1994)

1. การจัดการองค์กร (Management) งานสื่อมวลชนเป็นงานที่ไม่สามารถทำคนเดียวได้ จะต้องมีผู้ร่วมงานมากมายภายในองค์กร และผู้ร่วมงานแต่ละคนก็มีความแตกต่างกัน ไม่ว่าจะ เป็นด้านระดับการศึกษา อายุ เพศ ฯลฯ องค์กรจึงต้องอาศัยการจัดการบริหารที่ดี

Selznick (1957) นักสังคมวิทยาได้เน้นให้เห็นว่าในทุกองค์กรมีกระบวนการ "การจัดสถาบัน" (Institutionalization) เพื่อให้องค์กรนั้นดำรงอยู่ เพื่อทำประโยชน์ให้แก่สังคมโดยส่วนรวม ดังนั้นองค์กรจะอยู่โดดเดี่ยวไม่ได้จำเป็นต้องผูกพันกับกลุ่มคน และสภาพแวดล้อมอื่นๆ ด้วย กระบวนการจัดองค์กรหรือสถาบันจึงต้องมุ่งไปที่การยอมรับเงื่อนไขสำคัญ ที่จะทำให้องค์กรนั้นดำรงอยู่ได้ องค์กรหรือสถาบันบางแห่งจัดตั้งขึ้นเพื่อผลิตสินค้าและแสวงหาผลกำไรให้ได้มากที่สุด แต่องค์กรหรือสถาบันบางแห่งก็ได้จัดตั้งขึ้นมาเพื่อแสวงหาผลกำไร

ตามทฤษฎีขององค์กรจะแบ่งองค์กรตามการกำหนดเป้าหมายขององค์กร ออกเป็น 2 แบบ คือ

1. องค์กรที่ถือประโยชน์เป็นสำคัญ (Utilitarian organization) เป็นองค์กรที่มุ่งผลิตกระจายสินค้าหรือบริการเพื่อผลประโยชน์ทางการเงิน
2. องค์กรที่เน้นบรรทัดฐานทางสังคม (Normative organization) มีเป้าหมายเพื่อการพัฒนา ทำให้เกิดสิ่งที่เป็นประโยชน์ โดยความสมัครใจของผู้เข้าร่วม

Tunstall (1971) ได้อธิบายถึงเป้าหมายขององค์กรสื่อในแง่เศรษฐกิจว่า มีความแตกต่างระหว่างองค์กรที่ไม่มุ่งหวังผลกำไรกับองค์กรที่มุ่งหวังผลกำไร คือ

1. องค์กรที่ไม่มุ่งหวังผลกำไร มีวัตถุประสงค์ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการเงินโดยตรง แต่จะเกี่ยวข้องกับการได้รับชื่อเสียง การมีอำนาจหรืออิทธิพลในสังคม หรือเพื่อบรรลুবรรทัดฐานทางสังคมในที่สุด จึงมีการวางเป้าหมายอยู่ในกรอบของผลประโยชน์สาธารณะอย่างกว้างๆ

2. องค์กรที่มุ่งหวังผลกำไร มีวัตถุประสงค์หลักอยู่ 2 ประการ คือ

2.1 การได้รับรายได้จากการขายโดยตรงต่อผู้บริโภคหรือการขายช่วงเวลาให้แก่ผู้ลงโฆษณา

2.2 ผู้รับสารเป็นเป้าหมายรอง แต่ในทางปฏิบัติก็ต้องคำนึงถึงความพึงพอใจของผู้รับสารด้วย เพราะผู้ลงโฆษณาจะเลือกสื่อโดยพิจารณาจากความพึงพอใจของผู้รับสาร

ในการกำหนดเป้าหมายองค์กรแตกต่างกันนั้น Selznick (1957) กล่าวว่าต้องอาศัยกลยุทธ์ในการบริหารงานที่แตกต่างกันไป ซึ่งกลยุทธ์ในการบริหารงานขององค์กรนั้น สามารถเปลี่ยนแปลงได้ ถ้าได้รับการยอมรับ และสามารถเข้ากันได้กับปัจจัยต่างๆ ภายในองค์กร

ซึ่ง Selznick (1957) กล่าวไว้ว่า

1. การจัดองค์กร หรือ สถาบัน สามารถสร้างความมั่นคงและความภักดีต่อองค์กรหรือสถาบันได้ แต่เมื่อใดที่มีความต้องการเปลี่ยนแปลงก็ไม่สามารถกระทำได้อย่างรวดเร็วเช่นกัน

กล่าวคือ การเปลี่ยนแปลงขององค์กรจะต้องเกิดขึ้นจากความต้องการการเปลี่ยนแปลงของทุกคนร่วมกัน มิฉะนั้นอาจเกิดความขัดแย้งและล้มเหลวได้ ดังนั้นกลยุทธ์การบริหารงานขององค์กร ผู้ผลิตสื่อมวลชนจะต้องทำให้เกิดดุลยภาพระหว่างองค์กรและปัจจัยแวดล้อมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น

2. ด้านเทคนิค (Technical) เกี่ยวข้องกับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการผลิตและกระจายข่าวสารข้อมูล

3. ความเป็นมืออาชีพ (Media professional) จะต้องมีการฝึกหัดและต้องมีวิชาความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน นอกจากนี้จะต้องมีมาตรฐานจรรยาบรรณและกฎเกณฑ์ทางอาชีพประกอบด้วย

McQuail ยังกล่าวอีกว่า ความสัมพันธ์ขององค์กรสื่อกับส่วนต่างๆ ในสังคม ซึ่งจัดว่าเป็นปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อการปฏิบัติกิจกรรม และการกระทำบทบาทของบุคลากรที่อยู่ในองค์กร สื่อมวลชน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

#### 1. ความสัมพันธ์กับสถาบันสังคม

ความสัมพันธ์ของสื่อกับสังคมนั้นถือเป็นความสัมพันธ์ที่เป็นไปได้ในทุกๆ ที่และมีมากขึ้นเรื่อยๆ อย่างต่อเนื่องในสังคมเสรีประชาธิปไตย สื่อถือว่ามีเสรีภาพในการทำงานที่อยู่ภายใต้ข้อจำกัดทางกฎหมาย แต่ยังมีข้อขัดแย้งที่ยังคงเกิดขึ้นเสมอในความสัมพันธ์ของสื่อกับรัฐหรือสถาบันของรัฐที่มีอำนาจสูง สื่อยังมีข้อขัดแย้งระหว่างเป้าหมายของสื่อเองกับกลุ่มกดดันที่ก่อตั้งขึ้น ประเด็นต่างๆ จะถูกกำหนดขึ้นและมีการจัดการจากสื่ออย่างไรรั้น ขึ้นกับเป้าหมายที่ถูกวางไว้จากองค์กรสื่อเอง ซึ่งมีแนวโน้มที่จะแตกต่างกันอย่างมาก ยกตัวอย่างเช่น สื่อที่ให้ความสำคัญของงานด้านสังคม วัฒนธรรม หรือการเมือง และกลุ่มนี้ให้ความสำคัญในเรื่องของกำไรเป็นหลัก ผลลัพธ์ที่ได้ยังขึ้นอยู่กับความเป็นมืออาชีพของสื่อในแต่ละแขนง

#### 2. ความสัมพันธ์กับผู้เป็นเจ้าของ ลูกค้าและคนกลาง

องค์กรสื่อมีความสัมพันธ์ในเชิงถูกควบคุมไว้โดยเจ้าของ และจากกลุ่มตัวแทนเศรษฐกิจในสภาพแวดล้อมของสื่อเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มที่ให้การสนับสนุนด้านการเงิน ได้แก่ นักลงทุน ผู้โฆษณา และผู้สนับสนุนอื่นๆ ตามคำกล่าวของ Altschull ที่ว่า "เนื้อหาของข่าวมักจะสะท้อนให้เห็นถึงผลประโยชน์ของผู้ที่ให้เงินสนับสนุนสื่อ" อย่างไรก็ตามเจ้าของสื่อก็มีขอบเขตในการใช้อำนาจในการตัดสินใจในฐานะผู้กระทำการสื่อสาร และมีสื่อแตกต่างกันไปหลายประเภท รวมทั้งมีผู้ให้เงินทุนมากมายหลายประเภท ที่สำคัญได้แก่เจ้าของสื่อและผู้ลงโฆษณา

ผู้เป็นเจ้าของสื่อย่อมมีอำนาจต่อเนื้อหาของสื่อ อย่างไรก็ตามก็ยังมีธรรมเนียมปฏิบัติที่เคร่งครัด ซึ่งคุ้มครองอำนาจของบรรณาธิการในการเลือกข่าวสาร ถึงกระนั้นก็ยังมีความโน้มเอียงว่าเจ้าของสื่อจะกำหนดนโยบายให้ปฏิบัติตาม

ทางด้านการกระจายเสียงเพื่อสาธารณชนนั้นจะยิ่งสลับซับซ้อน ด้วยไม่มีเจ้าของ มีแต่เพียงผู้จัดการ ผู้ควบคุมและผู้ดูแล ที่ได้รับการแต่งตั้งจากรัฐบาล อิสรภาพของนักสื่อสารมวลชนจะถูกจำกัดให้น้อยกว่าสื่อที่มีตลาดเป็นฐาน

ทางด้านผู้ลงโฆษณานั้น การเข้าไปแทรกแซงเนื้อหาของข่าวไม่เป็นที่ติดต่อสื่อและผู้ลงโฆษณาเอง เพราะจะทำให้สูญเสียความน่าเชื่อถือและประสิทธิภาพ องค์กรสื่อที่มักจะได้รับอิทธิพลจากแรงกดดันของผู้ลงโฆษณา คือองค์กรที่มีรายได้จากการโฆษณาเพียงแหล่งเดียว

### 3. ความสัมพันธ์กับผู้รับสาร

แม้ว่าผู้รับสารจะถือเป็นลูกค้าที่มีความสำคัญ และมีอิทธิพลสูงสุดต่อองค์กรสื่อ แต่ผลวิจัยได้แสดงให้เห็นว่า ผู้รับสารมีความสำคัญน้อยมากสำหรับนักสื่อสารมวลชนจำนวนมาก Burns (1969) กล่าวไว้ว่าความเป็นมืออาชีพของสื่อจะแสดงให้เห็นถึงระดับของการวางตัวของสื่อ ประกอบด้วยทัศนคติทั่วไปในความเป็นมืออาชีพ ซึ่งขึ้นอยู่กับว่าสื่อจะทราบได้ดีกว่าลูกค้าถึงสิ่งที่จะเป็นประโยชน์สำหรับสื่อเอง Burns ยังเสริมถึงข้อเปรียบเทียบในอาชีพที่ให้บริการทั่วไปว่า พนักงานจะต้องเก็บงำท่าทาง หรือพฤติกรรมที่ไม่ดีของตนไว้ โดยไม่แสดงออกต่อลูกค้า

### 4. ความสัมพันธ์กับเหตุการณ์ต่างๆ ในสังคม

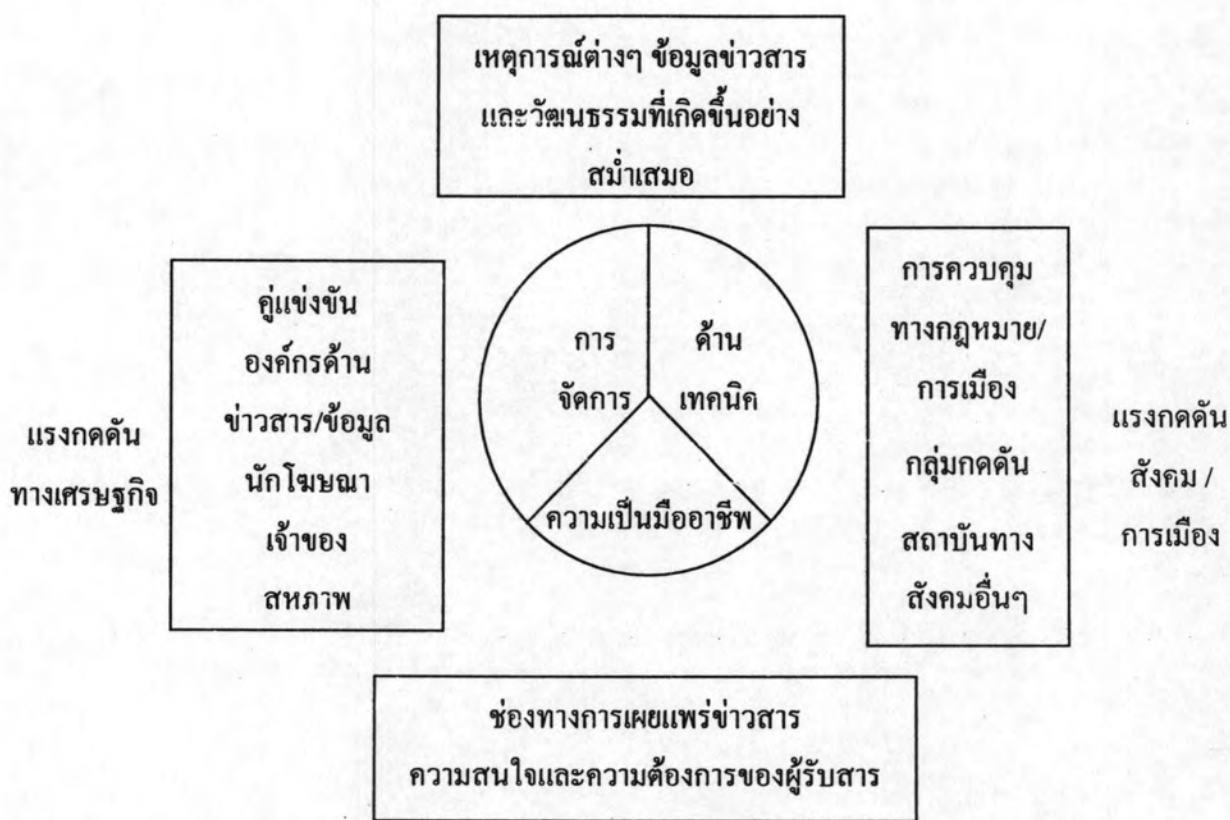
ความสัมพันธ์กับแรงกดดันจากสภาพเหตุการณ์ทางสังคมและวัฒนธรรม มักเป็นในรูปแบบที่ไม่เป็นทางการ แต่มีพลังอำนาจกดดันต่อสิ่งที่สื่อจะกระทำ โดยเฉพาะความพยายามตั้งข้อจำกัดและเงื่อนไขในการถ่ายทอด และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์ต่างๆ ในสังคม เช่น เรื่องศาสนา การเมือง ตลอดจนการร้องเรียน เป็นต้น ซึ่งบ่อยครั้งที่จะมีการเกี่ยวข้องกับ ความชอบธรรม

### 5. ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบภายในองค์กร

Denis McQuail ได้ชี้ให้เห็นถึงการจัดระดับและแบ่งขอบข่ายการดำเนินงานภายในองค์กร โดยมักแบ่งตามลักษณะหน้าที่ความรับผิดชอบของหน่วยย่อยภายในองค์กร ซึ่งในแต่ละส่วนที่ถูกแบ่งออกนั้นจะมีความสนใจที่ต่างกัน แต่จำเป็นจะต้องประสานงานร่วมกัน เพื่อสถานการณ์ในการแข่งขันทั้งเรื่องการบริหารจัดการองค์กร และการเงิน

ในข้อเท็จจริงที่ว่าบุคลากรในองค์กรสื่อต่างก็มาจากพื้นฐานทางสังคมที่ต่างกัน มีความหลากหลายทั้งในเรื่องของ วัย เพศ เชื้อชาติ และคุณลักษณะสำคัญอื่นๆ ด้วยคุณสมบัติที่ต่างกันนี้จึงส่งผลต่อผลิตภัณฑ์ของสื่อได้อีกด้วย

จากแนวความคิดเกี่ยวกับองค์กรสื่อสารมวลชนภายใต้พลังผลักดันทางสังคม สามารถแสดงออกมาได้ในรูปแบบของแผนภูมิดังนี้



แผนภูมิที่ 1 องค์กรสื่อมวลชนภายใต้แรงกดดันต่างๆ ทางสังคม



## 2. แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทของสื่อมวลชนในฐานะเป็นตัวกลางเชื่อมโยงทางสังคม

Harold D. Lasswell ได้กล่าวถึงหน้าที่ทางสังคมของสื่อมวลชนได้ 3 ประการดังนี้

1. หน้าที่ในการตรวจตราสภาพแวดล้อมทางสังคม (Surveillance of the environment) ซึ่งหมายถึงหน้าที่ในด้านการสังเกตและติดตามเอาใจใส่เหตุการณ์หรือเรื่องราวต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกสังคม เท่ากับว่าทำหน้าที่เก็บรวบรวมและกระจายข่าวสารต่างๆ ที่ควรแก่การสนใจไปสู่สมาชิกในสังคม เพื่อให้ตระหนักถึงภัยอันตรายและมองเห็นโอกาสหรือช่องทางต่างๆ ที่มีอยู่ในสังคม

2. หน้าที่ในการหาความสัมพันธ์ในสวนต่างๆ ของสังคม (Correlation of the parts of society) ซึ่งหมายถึงการทำหน้าที่ชี้แจงให้เข้าใจว่า มีส่วนใดในสังคมที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับเหตุการณ์ หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้น โดยการศึกษารายละเอียดของเหตุการณ์ และเรื่องราวเหล่านั้นอย่างรอบคอบ พร้อมทั้งทำหน้าที่ตีความและอธิบายขยายความเข้าใจให้แก่สมาชิกของสังคม ซึ่งเท่ากับเป็นการกระตุ้นให้มีปฏิกิริยาได้ตอบสนองต่อเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้น

3. หน้าที่ในการถ่ายทอดมรดกทางสังคม จากคนรุ่นหนึ่งไปยังคนอีกรุ่นหนึ่ง (Transmission of the social heritage) ซึ่งหมายถึงหน้าที่สืบทอดความคิดเห็น ความเชื่อ ค่านิยม และบรรทัดฐานทางสังคมจากสมาชิกของสังคมในช่วงยุคสมัยหนึ่งไปสู่สมาชิกในยุคต่อๆ ไปเพื่อเป็นการอบรมให้สมาชิกของสังคมได้เรียนรู้บทบาทและสถานภาพทางสังคม

ต่อมา Charles Wright ได้เพิ่มเติมบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนเข้าไปอีกเป็นข้อที่สี่คือ

4. หน้าที่ในการให้ความบันเทิง (Entertainment) เป็นการสร้างสรรค์ความสนุกสนานเพลิดเพลินให้แก่สมาชิกในสังคม เพื่อเป็นการพักผ่อนและลดความตึงเครียดจากสภาพการณ์ต่างๆ ที่แต่ละคนประสบอยู่ในสังคม

Denis McQuail ได้เพิ่มบทบาทหน้าที่ประการที่ห้าของสื่อมวลชน คือ การกระตุ้นเร้าหรือการผลักดัน (Mobilization) McQuail เห็นว่าการกระตุ้นเร้าเป็นสิ่งที่สื่อมวลชนจะต้องปฏิบัติเพื่อพัฒนาผลประโยชน์ของชาติ ส่งเสริมแบบแผนของพฤติกรรมและคุณค่าที่สำคัญบางประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเวลาวิกฤติ ด้วยเหตุนี้ McQuail จึงเห็นว่าบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนควรมีดังนี้

1. การให้ข่าวสาร (Information)

- การให้ข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์และสภาพการณ์ในสังคมและในโลก
- แจ้งให้ทราบถึงความสัมพันธ์ของอำนาจ
- ช่วยส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรม การปรับตัวและความก้าวหน้า

2. การประสานสัมพันธ์ (Correlation)

- อธิบาย ตีความ และวิพากษ์วิจารณ์ เกี่ยวกับความหมายของเหตุการณ์และข่าวสาร
- ให้การสนับสนุนผู้ที่อยู่ในอำนาจและบรรทัดฐานที่มีอยู่
- ให้การขัดเกลาทางสังคม
- ประสานกิจกรรมต่างๆ เข้าด้วยกัน
- สร้างประชาคติ
- จัดลำดับความสำคัญและชี้ให้เห็นถึงสถานการณ์ที่มีความสัมพันธ์

3. ความต่อเนื่อง (Continuity)

- แสดงออกซึ่งวัฒนธรรมหลัก และยอมรับวัฒนธรรมย่อยรวมทั้งพัฒนาการของวัฒนธรรมใหม่
- ส่งเสริมและธำรงไว้ซึ่งค่านิยมพื้นฐานร่วมกัน

4. ให้ความบันเทิง (Entertainment)

- ให้ความสนุกสนาน หลากหลาย และเป็นวิธีการผ่อนคลายอารมณ์

5. การกระตุ้นเร้า (Mobilization)

- รณรงค์เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ทางสังคมในเรื่องของการเมือง สงคราม การพัฒนาเศรษฐกิจ การทำงาน และศาสนา

3. แนวคิดทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อกับการแสดงบทบาทเพื่อประโยชน์สาธารณะ

หลักทั่วไปของทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อจะเกี่ยวข้องกับเรื่องการควบคุม (control) การปกป้อง (protection) หรือการกำกับดูแล (regulation) กระบวนการทำงานของสื่อมวลชน โดยอาศัยกลไกแบบต่างๆ เช่น กฎหมาย จรรยาบรรณวิชาชีพ องค์การของผู้รับสาร ฯลฯ แม้ในการดำเนินงานจริงๆ จะไม่มีสื่อมวลชนใดที่สามารถจะทำตามหลักการที่ดีเป็นอุดมคตินั้นได้ทั้งหมด แต่สถานการณ์ของทฤษฎียังคงมีความสำคัญในฐานะหลักยึดที่จะคอยเหนี่ยวรั้งมิให้การทำงานของสื่อจมดิ่งลงไปหรือเบี่ยงเบนไปจากบรรทัดฐานเนื่องจากแรงผลักดันต่างๆ แนวคิดของทฤษฎี

บรรทัดฐานจะเป็นส่วนสำคัญในยามที่จะมีการพิจารณาออกกฎหมายเกี่ยวกับสื่อ นโยบายการใช้สื่อหรือการวางจรรยาบรรณของสื่อ

ทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อมีความผูกพันโยงใยกับสภาพสังคมที่มีอยู่ เมื่อปัจจัยที่เกี่ยวข้องแปรเปลี่ยนไป ทฤษฎีบรรทัดฐานก็ย่อมเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย

McQuail (1994) ได้ระบุลักษณะสำคัญๆ ของทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคมของสื่อมวลชนดังนี้ คือ

- สื่อมวลชนต้องมีพันธกิจอันพึงปฏิบัติต่อสังคม เจ้าของสื่อควรจะเป็นมหาชน
- ข่าวสารของสื่อจะต้องเป็นเรื่องจริง ถูกต้อง ยุติธรรม ตรงไปตรงมา และสอดคล้องต้องกัน
- สื่อต้องทำหน้าที่เป็นเวทีแลกเปลี่ยนทัศนคติอันหลากหลาย
- สื่อควรจะต้องมีเสรีภาพภายใต้การควบคุมตัวเอง
- สื่อจะต้องปฏิบัติงานตามหลักจรรยาบรรณและมาตรฐานของวิชาชีพ
- ในบางสถานการณ์ สังคมอาจจำเป็นต้องเข้าแทรกแซงการทำงานของสื่อ เพื่อผลประโยชน์ส่วนรวม

McQuail (1987) ได้ประมวลหน้าที่หลักๆ ของสื่อมวลชนที่พึงมีในเนื้อหาของทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาสังคมดังนี้

- สื่อมวลชนต้องยอมรับและเข้าร่วมดำเนินการในงานพัฒนาประเทศที่สอดคล้องกับแผนและนโยบายการพัฒนาสังคมโดยรวม
- เสรีภาพของสื่อมวลชน จะมีอยู่ได้ภายในขอบเขตที่กำหนดไว้ว่าจะต้องขึ้นอยู่กับลำดับความสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจ และความต้องการการพัฒนาในด้านต่างๆ ของสังคม
- เนื้อหาของสื่อต้องให้ความสำคัญอันดับแรก ในเรื่องวัฒนธรรม และภาษาของชาติ
- ข่าวและสารสนเทศของสื่อ ต้องให้ความสนใจอันดับแรกกับประเทศที่กำลังพัฒนาด้วยกัน โดยเฉพาะประเทศที่อยู่ใกล้ชิดกับทางภูมิศาสตร์ การเมืองและวัฒนธรรม
- นักข่าวและนักสื่อมวลชนจะต้องปฏิบัติงาน ทั้งการรวบรวมและการกระจายข่าวสารอย่างมีประสิทธิภาพไปพร้อมๆ กับการมีความรับผิดชอบต่อสังคม
- เพื่อผลประโยชน์ของการพัฒนาประเทศ รัฐมีสิทธิ์ที่จะเข้าแทรกแซง หรือควบคุมการทำงานของสื่อมวลชน ไม่ว่าจะด้วยกลไกแบบต่างๆ เช่น การเซ็นเซอร์ การให้ทุนสนับสนุนหรือการเข้าควบคุมโดยตรง



McQuail (1987) ยังได้กล่าวถึงหน้าที่ของสื่อมวลชนตามทฤษฎีประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วมไว้ดังนี้

- พลเมืองทุกคนและชนกลุ่มน้อยทุกกลุ่มมีสิทธิ์ที่จะเข้าถึงสื่อมวลชน และมีสิทธิ์ที่จะใช้สื่อเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง
- องค์กรของสื่อและเนื้อหาสื่อจะต้องไม่ถูกควบคุมจากหน่วยงานของรัฐ
- สื่อต้องมีอยู่เพื่อประชาชนมิใช่เพื่อองค์กรเอง มิใช่เพื่อกิจอาชีพ หรือบรรดาลูกค้าของสื่อ
- กลุ่มองค์กร และชุมชนควรจะเป็นเจ้าของสื่อได้เอง
- สื่อขนาดเล็กที่มีลักษณะ interactive และเปิดโอกาสให้ผู้รับมีส่วนร่วมย่อมดีกว่าสื่อขนาดใหญ่ที่ดำเนินการโดยนักสื่อมวลชนมืออาชีพ และเป็นการสื่อสารแบบทางเดียว
- การสื่อสารนั้นมีความสำคัญมากเกินกว่าที่จะปล่อยให้อยู่ในมือของพวกนักวิชาชีพสื่อมวลชนเท่านั้น

Wilbur Schramm (1964) ได้กล่าวว่าสื่อมวลชนที่มีอยู่ทุกชนิดในสังคมเป็นสถาบันทางสังคมที่ทำหน้าที่สร้างความทันสมัยให้เกิดขึ้นกับคน โดยจะให้บริการความรู้และข่าวสารในด้านต่างๆ ซึ่งความรู้เหล่านี้จะเป็นส่วนสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพของคนในสังคม อันเป็นปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการพัฒนาประเทศในโอกาสต่อไป

จากบทบาทหน้าที่ดังกล่าวข้างต้นนั้น จะเห็นได้ว่า สื่อมวลชนได้ถูกคาดหวังให้ตอบสนองต่อผลประโยชน์สาธารณะมากกว่าเพื่อการค้า แต่อย่างไรก็ตามก็ไม่ใช่ว่าเรื่องง่ายที่จะให้คำนิยามว่าผลประโยชน์สาธารณะคืออะไร หรือสื่อมวลชนจะตอบสนองผลประโยชน์สาธารณะอย่างไร ขอบเขตแค่ไหน

Vilfredo Pareto (1970) กล่าวว่า "ผลประโยชน์สาธารณะ" ก็คือ สวัสดิการสังคม คือสิ่งใดก็ตามที่สามารถเพิ่มประโยชน์หรือให้ความสุขแก่สมาชิกของประชาคม โดยที่ไม่ทำให้บุคคลหนึ่งบุคคลใดต้องสูญเสียผลประโยชน์อันเนื่องมาจากการที่สิ่งทีว่ำนั้นเกิดขึ้น การที่บุคคลในสังคมได้รับประโยชน์สุขเพิ่มขึ้นโดยไม่มีใครสูญเสียผลประโยชน์นี้ ถือได้ว่าได้เพิ่มสวัสดิการสังคม หรือ "ผลประโยชน์สาธารณะ" แล้ว

สำหรับสื่อมวลชนนั้นควรตอบสนองผลประโยชน์สาธารณะ โดยการนำเสนอมุมมองและเรื่องราวที่หลากหลาย ขยายประสบการณ์และแนวคิดของสังคม ทั้งแนวความคิดเก่าและความคิด

ใหม่ ให้ประชาชนรู้จักวัฒนธรรมอื่นๆ ในโลกนี้ รวมถึงขนบธรรมเนียมประเพณีและนวัตกรรม ทั้งที่เป็นที่นิยมและที่ยังมีคนรู้จักน้อย

สถานีวิทยุกระจายเสียงเพื่อการบริการสังคมของอังกฤษ ระบุว่าคุณภาพของรายการที่ออกอากาศจะต้องประกอบด้วยหลักการ 4 อย่าง คือ

1. การกระจายเสียงต้องมีความน่าสนใจและดูดี มีรสนิยม ดึงดูดความสนใจ
2. ต้องนึกถึงคนกลุ่มน้อย โดยเฉพาะกลุ่มที่ด้อยโอกาสทางสังคม ควรจะมีรายการที่ผลิตเพื่อคนกลุ่มนี้โดยเฉพาะ
3. ผู้ทำการกระจายเสียงต้องนึกถึงความรู้สึกของสังคมด้วย
4. การกระจายเสียงจะต้องไม่เสียเวลาเปล่ากับสิ่งที่ไร้ประโยชน์

#### 4. แนวคิดการสื่อสารกับการพัฒนาการเกษตร

พรสิทธิ์ พัฒนานารักษ์ (2532 : 460) กล่าวว่า การสื่อสารการเกษตร หมายถึง กระบวนการในการสื่อสารโดยมีผู้ส่งสารทำหน้าที่ในการส่งข่าวสารที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการเกษตร ในลักษณะการให้บริการและเผยแพร่วิธีปฏิบัติที่ถูกต้อง ผ่านสื่อหรือช่องทางการสื่อสารไปสู่เกษตรกร เพื่อให้เกิดผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางความรู้ ทักษะคิดและพฤติกรรม การสื่อสารจึงถือเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งของการพัฒนา เพราะเป็นส่วนเชื่อมระหว่างแหล่งวิทยาการที่เป็นหน่วยงานมุ่งค้นคว้าวิจัยความก้าวหน้าในการพัฒนาการเกษตรกับเกษตรกร ซึ่งเป็นผู้ที่จะนำวิทยาการเหล่านั้นไปสู่การปฏิบัติเพื่อก่อให้เกิดผลผลิตเพิ่มขึ้น หรือ ลดต้นทุนการผลิต โดยอาจรวมถึงการพัฒนาคุณภาพของผลผลิต

เค เอน ซิงห์ (K.N. Singh) ได้กล่าวในบทความเรื่อง "The Need for Communication Strategy for Rural Development" ว่าในระบบวิจัย (research system) มีหน่วยงานย่อยๆ ได้แก่ สถาบันการศึกษา สถานีทดลอง และสถาบันวิจัยที่มีนักวิทยาศาสตร์หรือนักประดิษฐ์ทำหน้าที่ในการศึกษาค้นคว้าเพื่อความก้าวหน้าของวิทยาการในการผลิต จากนั้นระบบเชื่อม (linking system) ซึ่งประกอบด้วยหน่วยงานพัฒนาอันได้แก่ เจ้าหน้าที่ส่งเสริม พัฒนาการ จะนำวิทยาการจากระบบวิจัยสู่ระบบผู้ใช้ (client system) ซึ่งได้แก่เกษตรกรหรือสมาชิกในสังคมโดยตรง หรืออาจผ่านผู้ผลิตปัจจัยการผลิต

การสื่อสารทางด้านการเกษตรนั้น ผู้ส่งสารไม่ว่าจะเป็นเจ้าหน้าที่ส่งเสริมหรือเจ้าหน้าที่พัฒนาชนบท ต่างก็ให้ความสนใจในส่วนนี้เป็นอย่างมาก เพราะจุดมุ่งหมายหลักของการสื่อสารนั้นมาจากผู้ส่งสารหวังต้องการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบางอย่างของผู้รับสาร โดยก่อให้เกิด "การเปลี่ยนแปลง" หรือ "ข้อแตกต่าง" เกิดขึ้นกับผู้รับสารภายหลังการสื่อสาร หรือการที่ผู้ส่งสารมุ่งก่อให้เกิด "อิทธิพล" ต่อผู้รับสาร รวมทั้งการให้เกิด "การสัมฤทธิ์ผล" ในการสื่อสาร

ระบบการสื่อสารเป็นหัวใจสำคัญในการดำเนินงานการพัฒนาการเกษตรและชนบท โดยเฉพาะการทำงานร่วมกับประชาชนในชนบท เทคนิคการสื่อสารจะสามารถสนับสนุนความสำเร็จของโครงการในชุมชนให้สมบูรณ์รวดเร็วยิ่งขึ้น ระบบการสื่อสารไม่ว่าจะเป็นสื่อบุคคลหรือสื่อมวลชน นับเป็นตัวจักรอันสำคัญที่จะกระตุ้นหรือส่งเสริมช่วยให้มีการเปลี่ยนแปลง นำไปสู่การปรับวิถีชีวิต และค่านิยมเพื่อการพัฒนา

การสื่อสารเพื่อพัฒนาการเกษตร มีความสำคัญต่อการที่จะเป็นส่วนเชื่อมระหว่างระบบวิจัยและระบบผู้ใช้ ซึ่งเมื่อพิจารณาถึงวัตถุประสงค์ และบทบาทขององค์การสื่อสาร เพื่อการพัฒนาการเกษตรได้ ดังนี้

1. เพื่อยกระดับความรู้ความเข้าใจของเกษตรกรหรือผู้รับสาร
2. เพื่อให้ข่าวสารการเคลื่อนไหวทางด้านเกษตร
3. เพื่อแนะนำส่งเสริมการพัฒนาการผลิตทางด้านเกษตร
4. เพื่อกระตุ้นและสนับสนุนให้เกษตรกรมีความสามารถในการผลิต
5. เพื่อเป็นการให้ข้อมูลแก่เกษตรกรในการเสริมสร้างความเข้าใจสู่ภาวะการณ์ต่างๆ
6. เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนความรู้และข่าวสารต่างๆ ทั้งในชุมชนและต่างชุมชนนั้น
7. เพื่อจัดสร้างบรรยากาศให้เกษตรกรมีโอกาสในทางพัฒนาปัญหาหรือความรู้

ความสามารถ

8. เพื่อช่วยให้การดำรงชีพของเกษตรกรเป็นไปตามมาตรฐาน
9. เพื่อช่วยให้สมาชิกในครอบครัวเกษตรกรมีโลกทัศน์ทางการเกษตรกว้างขวางขึ้น
10. เพื่อสร้างความภาคภูมิใจในความเป็นอยู่และอาชีพ ความอิสระและพึ่งตนเอง
11. เพื่อช่วยให้เกิดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ในการศึกษาถึงการใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงของสถานีวิทยุ ม.ก. ว่าได้ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางเชื่อมโยงวิทยาการความรู้ เพื่อให้เกิดประโยชน์ และสนองตอบความต้องการของสังคมอย่างไร และมีการวางแผนการปรับเปลี่ยนโครงสร้างการบริหารสถานี เพื่อรองรับและสอดคล้องกับบทบัญญัติแห่งกฎหมายรัฐธรรมนูญ มาตรา 40 อย่างไรบ้างนั้น ผู้วิจัยจะได้นำแนวคิดทฤษฎีดังกล่าวข้างต้นมาใช้เป็นกรอบอ้างอิงในการศึกษาวิจัยถึงบทบาทหน้าที่ของสถานีวิทยุ ม.ก. กับการให้ความรู้การเกษตรและบริการสาธารณะ

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ดวงจันทร์ ศิริบัญชาชัย (2538) เกี่ยวกับ บทบาทหน้าที่ของสถานีวิทยุกระจายเสียง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผลการวิจัยพบว่า วัตถุประสงค์และโครงสร้างของสถานีวิทยุฯ เปลี่ยนแปลงไปตามนโยบายของผู้บริหารจุฬาฯ ในแต่ละยุคสมัย และบทบาทหน้าที่ของสถานีวิทยุฯ จะแตกต่างกันไป ขึ้นกับปัจจัย 4 ประการ ได้แก่ 1. อิสรภาพและเสรีภาพในการดำเนินงาน 2. ขอบข่ายในการแสดงออกซึ่งความคิดเห็น 3. ความสามารถในการสนองต่อความต้องการของผู้รับสาร และ 4. บรรทัดฐานและความคาดหวังสังคม

วิสาข์ รอดคำดี (2541) ทำการวิจัยเกี่ยวกับ โครงสร้างและบทบาทหน้าที่ของสถานีวิทยุสถาบันการศึกษา กล่าวถึง สถานีวิทยุมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์มุ่งเน้นที่การตอบสนองต่อความต้องการของมหาวิทยาลัย โดยมีบทบาทในการเผยแพร่ความรู้ทางด้านการเกษตรแก่ประชาชน แต่ด้วยความจำเป็นทางด้านรายได้ ทำให้สถานีวิทยุต้องเน้นบทบาทในการให้ความบันเทิงมากขึ้น

พร เรศานนท์ (2520) ได้ศึกษาพบว่า แหล่งที่เกษตรกรได้รับคำแนะนำหรือได้รับบริการด้านความรู้ทางการเกษตร ตลอดจนความรู้ด้านต่างๆ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการประกอบอาชีพของเกษตรกรนั้น ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง คิดเป็นร้อยละ 76.47 เกษตรอำเภอเป็นอีกแห่งหนึ่งที่เกษตรกรจะได้รับคำแนะนำด้านความรู้ต่างๆ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 15.88 นอกจากนี้ ยังมีสถาบันอื่นที่เกษตรกรได้รับความรู้อันเป็นประโยชน์ต่อการประกอบอาชีพของตนอีก คือกลุ่มเกษตรกรที่อยู่ในท้องถิ่นนั้น หรือที่ตนเองเป็นสมาชิกในกลุ่มนั้นอยู่

สว่าง เติลิ่งคพันธ์ (2520) ได้ศึกษาความสนใจของเกษตรกรภาคกลางต่อรายการส่งเสริมการเกษตรทางสถานีวิทยุกระจายเสียง ม.ก. บางเขน และได้เสนอหลักการจัดทำรายการส่งเสริมการเกษตรของเกษตรกร คือ ภาคเช้า เวลา 05.00 - 06.15 น. ภาคค่ำ เวลา 19.25 - 20.00 น. การใช้ภาษาควรเป็นแบบง่ายๆ เหมือนการสนทนาระหว่างผู้จัดทำรายการกับเกษตรกร หลีกเลี่ยงการใช้ภาษาที่ยากต่อการเข้าใจ ตลอดจนคำที่เป็นภาษาอังกฤษ หากมีความจำเป็นต้องใช้ก็อธิบายจนคิดว่าเกษตรกรเข้าใจ โดยการสร้างความเชื่อถือและความเป็นกันเอง การจัดทำรายการความรู้ทางการเกษตรควรพิจารณาความเหมาะสมของเนื้อหากับระดับความรู้ของเกษตรกรและรูปแบบรายการ และควรเชิญเกษตรกรมาร่วมรายการเป็นครั้งคราว สำหรับเคมีภัณฑ์ที่แนะนำให้เกษตรกรเลือกใช้ควรมีคุณภาพดีเพื่อสร้างความศรัทธาต่อไป