

หลักและทฤษฎีการสื่อสาร



พิเชษฐ เพียรเจริญ*

การสื่อสารคืออะไร

คำว่า 'การสื่อสาร' (communication) มาจากภาษาลาตินว่า 'communis' ซึ่งหมายถึง 'ถึงร่วมกัน คล้ายคลึงกัน (common) ถ้าแปลกันตามรากศัพท์เดิมหมายถึง สิ่งที่ถูกสร้างให้เกิด 'ความร่วมมือกัน' ระหว่างบุคคลที่เกี่ยวข้อง หรือกล่าวโดยทั่วไปก็คือ การสื่อสารเป็นกระบวนการในการส่งหรือแลกเปลี่ยนข่าวสาร หรือความคิด ระหว่างบุคคล

ได้มีผู้ให้ความหมายของคำว่า การสื่อสารแตกต่างกันออกไป ตามแต่ทัศนะของแต่ละคนและสิ่งที่ยึดถือในการพิจารณา ในที่นี้จะขอยกตัวอย่างมาเปรียบเทียบพอสังเขป

Osgood, Shannon และ Weaver ได้ให้ความหมายโดยเน้นถึงผลหรืออิทธิพลของการสื่อสาร กล่าวคือ

Charles E. Osgood ได้ให้ความหมายว่า เรามีการสื่อสารกันก็ต่อเมื่อมีระบบหนึ่งซึ่งแหล่งของสารมีอิทธิพลต่ออีกระบบหนึ่งที่เป็นจุดหมายปลายทางโดยการควบคุมสัญญาณต่าง ๆ กันซึ่งสามารถส่งผ่านไปตามช่องทางที่มีการต่อเชื่อมกัน

ส่วน Shannon และ Weaver กล่าวถึงการสื่อสารทั่ว ๆ ไปว่าครอบคลุมถึงกระบวนการทั้งหมดที่ทำให้จิตใจของบุคคลหนึ่งไปมีผลกระทบต่อบุคคลอื่น ไม่เพียงแต่การเขียนและคำพูดเท่านั้น แต่รวมถึง ดนตรี ศิลปะ รูปภาพ ละคร ฟ้อนรำ และพฤติกรรมทั้งหมดของคนบางกรณีอาจจะใช้ในการนิยามให้กว้างขึ้น โดยรวมถึงกระบวนการที่ทำให้เครื่องกลอย่างหนึ่งมีผลต่อเครื่องกลอีกอย่างหนึ่งก็ได้

แต่ในความหมายของ Schramm เน้นถึงการสื่อสารว่าอยู่ที่ความสัมพันธ์ของมนุษย์ (human relationship) พื้นฐานความสัมพันธ์ของมนุษย์ตามความหมายนี้คือ หากมนุษย์ไม่มีความสัมพันธ์กัน การสื่อสารก็ไม่เกิดขึ้น

Rogers ได้ให้ความหมายของการติดต่อสื่อสารว่า คือ การที่ผู้ส่งสาร (source) ส่งสารไปยังผู้รับสาร (receiver) โดยมีวัตถุประสงค์ในการส่งสารเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในตัวของผู้รับสาร ด้านความรู้ ทัศนคติ ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับสาร

*นักวิชาการโสตทัศนศึกษา 8 ฝ่ายเทคโนโลยีทางการศึกษา สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

จากแนวความคิดของบุคคลต่าง ๆ อาจจะสรุปได้ว่า การสื่อสารก็เป็นการติดต่อเพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกัน ด้วยวิธีการต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในผู้รับสาร

โครงสร้างและองค์ประกอบของการสื่อสาร

ในกระบวนการสื่อสารนั้นได้มีการศึกษา และพยายามอธิบายระบบการทำงาน และทฤษฎีการสื่อสาร พร้อมทั้งอธิบายองค์ประกอบของส่วนต่าง ๆ โดยคิดสร้างแบบจำลองของการสื่อสารขึ้นตามแนวคิดของแต่ละคนในที่นี่จะขอยกตัวอย่างแบบจำลองที่นิยมกล่าวถึงกันมาก เพื่อช่วยให้สามารถมองเห็นโครงสร้างของกระบวนการสื่อสารได้อย่างกว้าง ๆ

1. แบบจำลองของลาสเวลล์ (Lasswell's model) Harold D. Lasswell ได้เสนอว่าการสื่อสารประกอบด้วยองค์ประกอบ 6 ประการ โดยกล่าวเป็นประโยคคำถามง่าย ๆ คือ

Who ?	(ใคร)
Says what ?	(กล่าวอะไร)
In which channel ?	(ผ่านสื่อไหน)
To whom ?	(แก่ใคร)
with what effect ?	(มีผลอย่างไร)

Who ? คำตอบ คือ ผู้ติดต่อสื่อสารหรือผู้ส่งสาร ซึ่งผู้ส่งข่าวสารอาจเป็นตัวบุคคล กลุ่มบุคคลหรือสถาบันก็ได้ โดยแหล่งข่าวอาจจะมีหลายระดับ เช่น สื่อมวลชน ผู้นำความคิดเห็น เป็นต้น

Says what ? คำตอบ คือ เนื้อหา หรือข่าวสารซึ่งอาจเป็นความรู้ ความคิดเห็น หรือสร้างทัศนคติก็ได้

In which channel ? คำตอบ คือ โดยผ่านทางสื่อไหน ช่องทาง ของการสื่อสาร อาจแบ่งออกได้เป็นหลายรูป เช่น ท่าทาง การเขียน การสัมผัส การใช้สายตา เป็นต้น สื่อเหล่านี้มีคุณสมบัติเฉพาะตัวแตกต่างกันออกไป

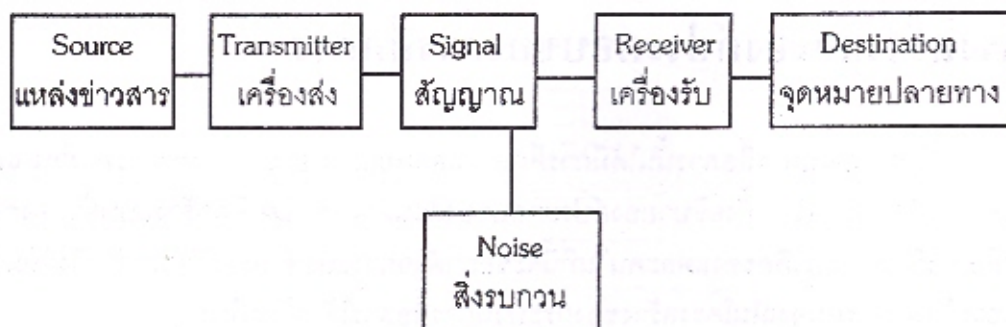
To whom ? คำตอบ คือ ผู้รับสาร หรือ audience นั้นเอง พื้นฐานของผู้รับข่าวสาร ก็มีความแตกต่างกันไป เช่น เพศ อายุ อาชีพ ตำแหน่ง พื้นฐานความรู้ ระดับการศึกษา และการนับถือศาสนา เป็นต้น การสื่อสารก็ต้องคำนึงถึง พื้นฐานของผู้รับข่าวสารเหล่านี้

with what effect ? คำตอบ คือ ผลที่คาดหวังจะให้เกิดขึ้นกับผู้รับสาร ทั้ง ความรู้ ความคิด ทัศนคติ และการปฏิบัติ

2. แบบจำลองของแชนนอน และวีฟเวอร์ (Shannon & Weaver's model)

Claude Shannon และ Warren Weaver วิศวกรไฟฟ้าของบริษัท เบล โทรศัพท์

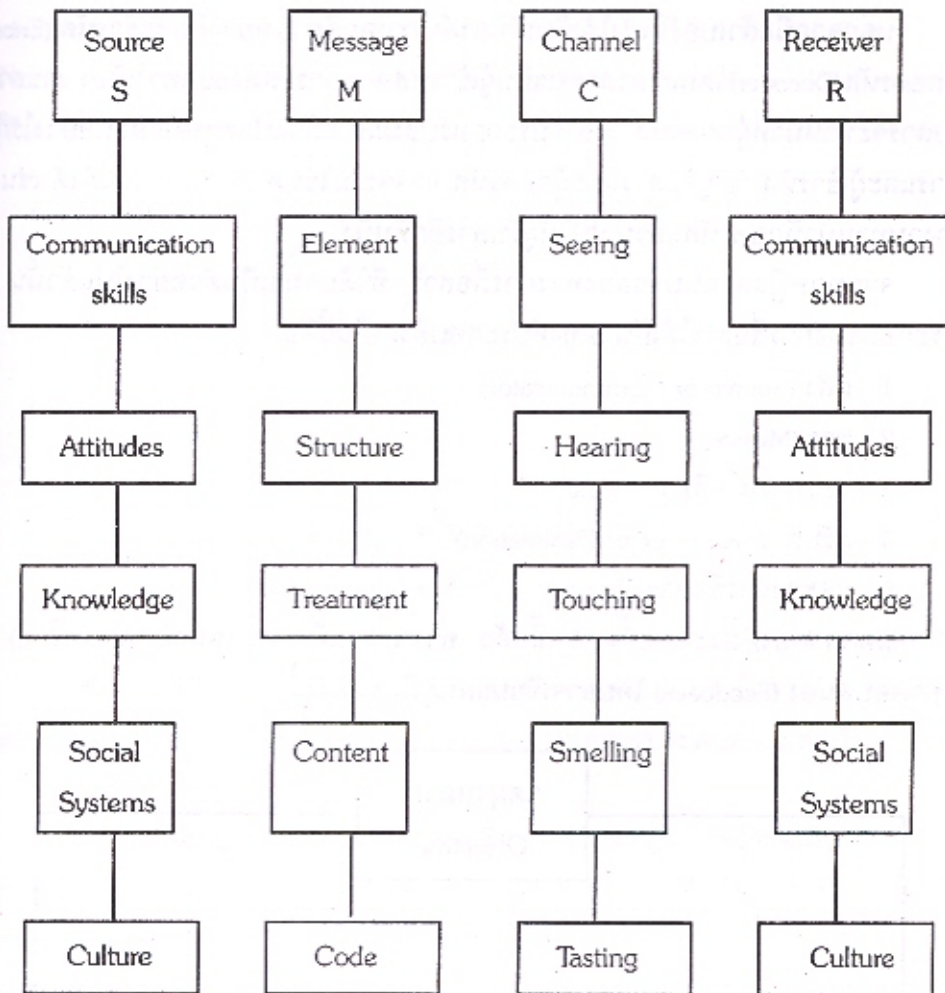
ได้สร้างแบบจำลอง โดยมองแบบจำลองเช่นเดียวกับระบบการทำงานของเครื่องมือสื่อสารที่เขาทำอยู่ ดังแผนภูมิจำลองต่อไปนี้



ตามแบบจำลองนี้ สารจะถูกส่งจากแหล่งสาร (Source) โดยผ่านทางเครื่องส่ง (Transmitter) ซึ่งจะช่วยให้เปลี่ยนสารให้อยู่ในรูปของสัญญาณ (Signal) ส่งไปยังเครื่องรับสัญญาณ (Receiver) ไปสู่จุดหมายปลายทาง (Destination) นอกจากนี้เขายังเพิ่มสิ่งรบกวน (Noise) เป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งด้วย สิ่งรบกวนนี้ก็คือสิ่งที่แทรกเข้ามาในระบบสื่อสารทำให้เกิดการรบกวนสัญญาณ การถ่ายทอดสารจึงถูกเบี่ยงเบนไปทำให้เกิดผลกระทบต่อความสำเร็จ หรือความล้มเหลวในการสื่อสาร เช่น การรบกวนของคลื่นวิทยุ เสียงอึกทึกตริกโครม ที่เกิดขึ้นในขณะมีการบรรยาย เป็นต้น

3. แบบจำลองของเบอร์โล (Berlo's model)

เบอร์โล ได้เสนอองค์ประกอบของการสื่อสารว่า ประกอบไปด้วยแหล่งข่าวสาร (Source) ข่าวสาร (Message) ช่องทางของข่าวสาร (Channel) และผู้รับสาร (Receiver) จึงนิยมเรียกกันแพร่หลายว่า แบบจำลอง SMCR แบบจำลองของเบอร์โลแสดงไว้ดังนี้



ภาพแสดงแบบจำลองของเบอร์โล

จากแบบจำลองของเบอร์โลเขาได้แยกปัจจัยต่าง ๆ ขององค์ประกอบทั้ง 4 ให้เห็นชัดเจนยิ่งขึ้น กล่าวคือ

แหล่งข่าวสาร ขึ้นอยู่กับปัจจัยย่อย ๆ ของผู้ส่งสารซึ่งจะมีผลต่อกระบวนการสื่อสาร เช่น ความสามารถในการสื่อสาร (communication skills) ทศนคติ (attitudes) ความรู้ (knowledge) ระบบสังคม (social systems) และวัฒนธรรม (culture)

เช่นเดียวกับปัจจัยของผู้รับสารซึ่งมีอยู่ 5 ปัจจัย ซึ่งมีผลต่อประสิทธิภาพในการรับสาร ในส่วนของข่าวสาร (Message) นั้นก็ประกอบไปด้วยส่วนประกอบ (elements) โครงสร้าง (structure) วิธีการ (treatment) เนื้อหา (content) และรหัส (code) ของสารนั้น

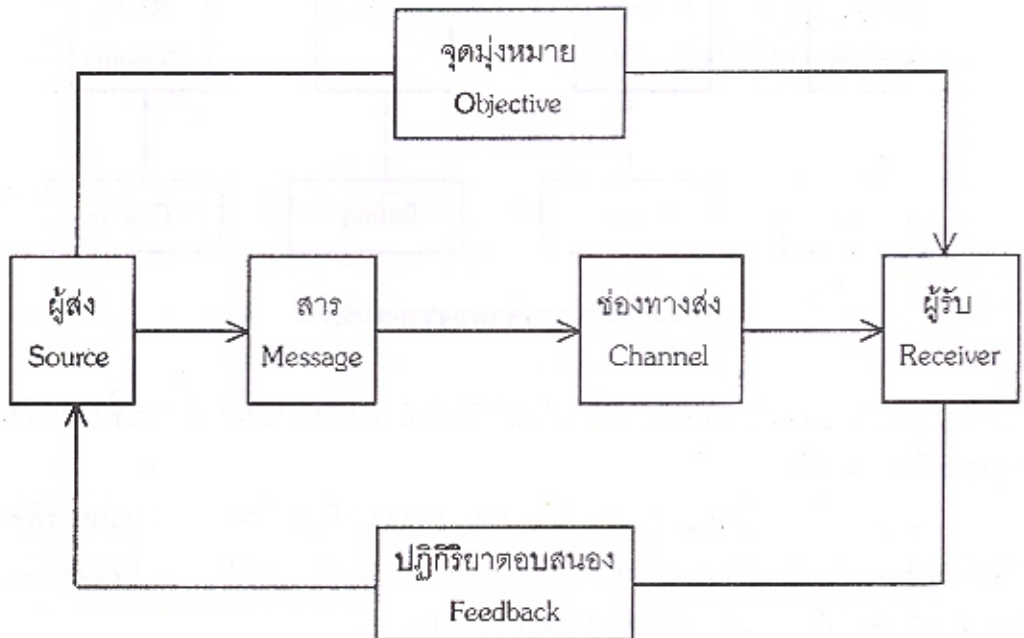
ช่องทาง (channel) เบอร์โลได้เน้นถึงช่องทางในการรับรู้ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ การเห็น (seeing) การได้ยิน (hearing) การสัมผัส (touching) การได้กลิ่น (smelling) และการได้ลิ้มรส (tasting)

นอกจากนี้แล้วเบอร์โลยังได้เพิ่มเติมองค์ประกอบอีก 2 อย่างคือ ผู้เข้ารหัส (Encoder) และผู้ถอดรหัส (Decoder) โดยแหล่งสารจะเป็นผู้เข้ารหัสด้วยการแสดงออกทางเสียง และส่วนอื่น ๆ ผู้รับสารจะทำหน้าที่ผู้ถอดรหัส โดยใช้ประสาทรับสัมผัส แล้วแปลสารออกมา อย่างไรก็ตาม ผู้ส่งสารและผู้เข้ารหัส กับผู้รับสารและผู้ถอดรหัส อาจจะไม่ใช้บุคคลคนเดียวกันก็ได้ เช่น อาจมีพนักงานทำหน้าที่ถอดรหัสแล้วนำไปให้ผู้รับสารอีกทีหนึ่ง

จากทฤษฎีและแบบจำลองทางการสื่อสาร ที่ได้ยกมาเป็นตัวอย่างไปแล้วนั้น สรุปองค์ประกอบของการสื่อสารได้เป็น 5 องค์ประกอบดังต่อไปนี้คือ

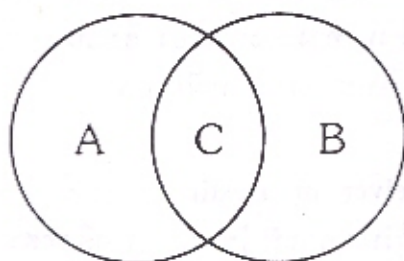
1. ผู้ส่ง (Source or Communicator)
2. สาร (Message)
3. ช่องทางหรือสื่อ (Channel)
4. ผู้รับสาร (Receiver or Destination)
5. ผลของการสื่อสาร (Effects)

นอกจากองค์ประกอบทั้ง 5 นี้แล้ว อาจจะรวมถึงจุดมุ่งหมาย (Objective) และปฏิริยาตอบสนอง (Feedback) โดยอาจเขียนแผนภูมิแสดงดังนี้



1. ผู้ส่ง (Source) คือบุคคลหรือแหล่งที่มาของข่าวสาร ซึ่งอาจเป็นบุคคลเพียงคนเดียวหรือคณะบุคคลหรือองค์การ เช่น สถานีวิทยุ โทรทัศน์ สำนักงานหนังสือพิมพ์ หน่วยงานของรัฐ วิทยากรหรือเจ้าหน้าที่ ฝึกอบรมก็ได้ แหล่งข่าวสารจะต้องเข้ารหัส (encode) เสียก่อน เช่นเขียนข้อความลงบนกระดาษหรือแปลงออกมาเป็นภาพ ผู้รับที่ปลายทางก็จะทำการถอดรหัส

(decode) ออกมา โดยผู้ส่งกับผู้รับต้องมีการปรับเข้าหากัน หรือมีความร่วมกันอยู่ ยิ่งถ้ามีความร่วมกันมาก การสื่อสารก็จะได้ผลดีมากขึ้นเท่านั้น พื้นฐานประสบการณ์ (field of experience) ของผู้รับและผู้ส่งนี้อาจเขียนแสดงเป็นกรอบแห่งการอ้างอิง (frame of reference) ได้ดังนี้



พื้นที่ในวงกลม A คือ ความรู้ ประสบการณ์ ของผู้ส่ง

พื้นที่ในวงกลม B คือ ความรู้ ประสบการณ์ ของผู้รับ

พื้นที่ C คือ ส่วนของความรู้และประสบการณ์ที่มีความเหมือนกันหรือเข้าใจตรงกัน

ก่อนการติดต่อสื่อสารผู้รับอาจมีขนาดของกรอบแห่งการอ้างอิงต่างกัน แต่ตามหลักการติดต่อสื่อสารแล้ว หากพื้นที่ C มีมาก แสดงว่า การสื่อสารประสบความสำเร็จ

2. สาร (Message) คือเนื้อหาสาระที่ส่งออกไปจากผู้ส่ง ซึ่งอาจเป็นความคิด หรือเรื่องราวของเรื่องที่จะส่งไปตามสื่อเช่น คำพูด หรือข้อเขียน หรือแม้แต่รูปภาพที่วาดขึ้นก็คือว่าเป็นสารด้วยเช่นเดียวกัน

สารแบ่งเป็น 3 ลักษณะคือ

1. สัญลักษณ์ของสาร (Code or symbol) เช่น คำ วลี หรือประโยค
2. เนื้อหาของสาร (message content) เช่น ข้อความ บทสรุป ความคิดเห็นต่าง ๆ
3. การเลือกและจัดลำดับข่าวสาร (message treatment) เป็นการบรรณาธิการข่าวสาร (editing) และการวิเคราะห์เนื้อหาข่าวสาร

3. ช่องทางหรือสื่อ (Channel) คือตัวกลางหรือพาหนะที่จะนำสารไปยังผู้รับ ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารประเภทใด ข่าวสารจะต้องถูกผ่านไปทางสื่อในการสื่อสารแบ่งเป็น 3 ลักษณะคือ

1. วิธีการลงรหัสและถอดรหัสข่าวสาร (encoding and decoding messages) เช่น การถ่ายทอดข่าวสารเป็นภาพหรือเสียง เป็นต้น
2. พาหนะที่นำข่าวสาร (message-vehicle) เช่น แผ่นกระดาษที่มีภาพอยู่ หรือ ม้วนเทปที่บันทึกเสียงไว้ เป็นต้น
3. ตัวที่นำพาหนะนั้นไปเช่นอากาศที่พัดลั่นเสียงเข้าไปกระทบกับหูผู้ฟังหรือแสงที่สะท้อนภาพมาเข้าตาคนดู เป็นต้น

การศึกษาเรื่องสื่อ่นั้นจะศึกษาเฉพาะสื่อประเภท 'พาหนะนำข่าวสาร' เท่านั้น และมีการจัดแบ่งสื่อไว้เป็นหลายประเภท ซึ่งจะได้นำมากล่าวโดยละเอียดในตอนต่อไป

การส่งผ่านข่าวสารไปตามช่องทางหรือสื่อ่นั้นไม่จำเป็นต้องผ่านเพียงช่องทางเดียวเสมอไป แต่อาจส่งไปมากกว่า 2 ช่องทางพร้อม ๆ กันไปก็ได้ เช่น ขณะที่กำลังพูด คลื่นเสียงก็เป็นสื่อไปพร้อม ๆ กับการแสดงท่าทางและน้ำเสียง ซึ่งแสดงประกอบขณะพูด การแสดงท่าทางและน้ำเสียงนี้ก็ช่องทางของข่าวสารเช่นเดียวกัน

4. ผู้รับสาร (Receiver or Destination) คือบุคคลที่เป็นจุดหมายปลายทางของข่าวสารที่ส่งออกไป โดยผู้รับสารจะรับรู้ข่าวสารจากสื่อที่ส่งไปด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือการได้เห็น ได้ยิน ได้กลิ่น ลิ้มรส และการสัมผัส แล้วจึงถอดรหัสส่งไปตีความ แต่มีข้อยกเว้นในบางกรณีผู้รับข่าวสารอาจไม่ได้ถอดรหัสสารเอง แต่ต้องอาศัยคนอื่นถอดรหัสให้ เช่น ให้คนอ่านหนังสือให้ฟัง เป็นต้น

ลักษณะของผู้รับสารนี้อาจเป็นบุคคลธรรมดาเพียงคนเดียว เป็นกลุ่มคน หรือมวลชนก็ได้ ในกระบวนการสื่อสารนี้ต้องกระทำโดยมีจุดมุ่งหมายว่าจะสื่อสารให้ผู้รับ เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างไร เพราะหากกระทำไปโดยไร้จุดหมาย การสื่อสารนั้นก็จะไม่สมบูรณ์

5. ผลของการสื่อสาร (Effect) โดยทั่วไปผลของการสื่อสารหมายถึง การเปลี่ยนแปลงหรือข้อแตกต่างซึ่งเกิดขึ้นกับบุคคลหรือกลุ่มบุคคลอันเนื่องมาจากข่าวสาร (Message) ที่ได้รับผลของการสื่อสารนี้แบ่งได้หลายระดับคือ

ระดับจุลภาค (micro individual level) เป็นการศึกษาเฉพาะตัวบุคคลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทัศนคติ และทักษะความชำนาญ

ระดับมหภาค (macro-societal level) เป็นการศึกษาผลของการสื่อสารที่มีต่อสังคมส่วนรวมและการพัฒนาประเทศ

นอกจากนี้ยังมีอีกระดับหนึ่งคือรับระหว่างบุคคล (Inter personal level) ศึกษาผลการสื่อสารระหว่างคน 2 คน หรือ 2 กลุ่ม

การที่ผลของการสื่อสารจะได้รับความสำเร็จเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับหลายองค์ประกอบในกระบวนการสื่อสารนั่นเองก็เป็นตัวกำหนดเช่น แหล่งข่าวสาร เนื้อหาข่าว รหัส ที่ใช้ช่องทางหรือสื่อและผู้รับสารหรือเป้าหมาย

เพื่อให้ทราบผลของการสื่อสารดังกล่าวผู้ส่งสารจำเป็นต้องวัดและประเมินปฏิบัตินองตอบจากผู้รับสารในระดับจุลภาคการวัดและประเมินสามารถสังเกตได้ชัดจากท่าทางภาษาและการสอบถามใกล้ชิด แต่ในระดับมหภาคจะสังเกตได้ยาก เพราะมีความสลับซับซ้อนมาก การศึกษาปฏิบัตินองตอบสนองนับว่ามีความสำคัญอย่างมากในการสื่อสาร ซึ่งให้ผลดีแก่ผู้ส่งสาร กระบวนการสื่อสารทำให้ทราบว่า การสื่อสารมีความผิดพลาด ล้มเหลว หรือบกพร่องเพียงไร จะได้หาทางปรับปรุงแก้ไขต่อไป

ประสิทธิภาพของการสื่อสาร

ผลของการติดต่อสื่อสารนั้นก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปได้หลายทางทั้งในทางลบและทางบวก ผลที่ได้รับนั้นอาจจะไม่ตรงกับเป้าหมายของผู้ส่งก็ได้ เนื่องจากองค์ประกอบหลาย ๆ อย่างที่ได้กล่าวมาแล้วทำให้สารที่ส่งไปถึงผู้รับเกิดการผิดพลาดไป นักวิชาการสื่อสารได้พยายามศึกษาถึงการเพิ่มประสิทธิภาพของการสื่อสาร โดยศึกษาถึงองค์ประกอบแห่งความสำเร็จในการสื่อสาร

Wilbur Schramm นักการสื่อสารที่มีชื่อเสียงผู้หนึ่ง ได้กล่าวถึงเงื่อนไขที่มีผลต่อประสิทธิภาพของการติดต่อสื่อสาร 6 ประการคือ (Danial Lemep and Wilbur Schramm, 1976)

1. การเคลื่อนไหวที่มีการวางแผนมาก่อน (A planned dynamic)

การเปลี่ยนแปลงต้องเกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวทางจิตวิทยา และสังคมซึ่งจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่ต้องการ ทฤษฎีการสื่อสารส่วนใหญ่เน้น จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับความเข้าใจใน 2 ด้านนี้ ดังนั้น การวางแผนสื่อสารที่มีประสิทธิภาพต้องอาศัยพื้นฐานและความเคลื่อนไหวทางจิตวิทยา และสังคมของบุคคลมาประกอบกันเพื่อออกแบบการเปลี่ยนแปลง เช่น ความเชื่อทางทัศนคติ หน้าที่ของผู้นำทางความคิด และนักทฤษฎี ในการยอมรับการกระทำใหม่ ๆ

2. ความเหมาะสมกับวัฒนธรรม (A fit to the culture)

การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วที่มีผลกระทบอย่างมากต่อชนบทรอบนิยาม คุณค่า และการปฏิบัติที่มีอยู่เดิมในท้องถิ่นนั้นจำเป็นต้องได้รับการพิจารณาอย่างรอบคอบ ว่ามีความเหมาะสมกับวัฒนธรรมในท้องถิ่นนั้น มากเพียงไร ความต้องการพื้นฐานเพื่อการสื่อสาร ที่มีประสิทธิภาพในการสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงเป็นเรื่องของความเข้าใจและความเหมาะสมกับวัฒนธรรมที่ต้องการให้มีการเปลี่ยนแปลงนั้น

3. การส่งข่าวสาร (Delivering the message)

การสื่อสารจะให้มีประสิทธิภาพ ข่าวสารต้องถึงผู้รับ เช่น เอกสารเผยแพร่ อาจกองอยู่ในสำนักงาน เพราะไม่มีผู้ที่จะนำไปเผยแพร่ในหมู่บ้าน รถหน่วยเคลื่อนที่ไม่สามารถออกปฏิบัติงานให้คลุมพื้นที่อันกว้างใหญ่ไพศาลได้ การส่งข่าวสารในประเทศกำลังพัฒนา จึงมีความแตกต่างในการกระจายสารไปยังหน่วยงานที่มีการติดต่อสื่อสารและการให้บริการกลุ่มที่ต้องการได้อย่างสะดวกรวดเร็ว การติดต่อสื่อสารต้องมีเป้าหมายที่จะเปลี่ยนแปลงไปยังบุคคลที่สามารถจะตัดสินใจในการเปลี่ยนแปลงนั้นได้โดยตรง

4. การใช้การติดต่อสื่อสารแบบ 2 ทาง (Two-way Communication)

เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่า ที่ใดก็ตามซึ่งต้องการให้มีการเปลี่ยนแปลงทั้งในทางทัศนคติหรือพฤติกรรมใช้การติดต่อสื่อสารแบบ 2 ทาง จะมีประสิทธิภาพมากกว่าการติดต่อ

สื่อสารแบบทางเดียว (One-way Communication)

5. การทำซ้ำ ความน่าเชื่อถือ และความสนใจ (repetition, credibility and attention)

การติดต่อสื่อสารต้องทำให้เกิดการได้ยิน การเห็น ในลักษณะบ่อย ๆ ในหลาย ๆ ช่องทาง และใช้แหล่งข่าวสารที่น่าสนใจมีคุณค่าเช่น นอกจากจะใช้โปสเตอร์ แล้วควรสนับสนุนด้วยสื่ออื่น ๆ ด้วย อาทิ รายการวิทยุ การอภิปรายในหมู่บ้าน การเยี่ยมเยียนและการรณรงค์ การใช้ช่องทางต่าง ๆ ควบคู่กันไปก็เพื่อให้ผู้รับมีโอกาสตรวจสอบความถูกต้อง ชัดความสงสัยและทำให้การกระจายของสารไปถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวางด้วยการใช้แหล่งสารที่น่ามาซึ่งความน่าเชื่อถือ และน่าสนใจจะมีพลังสูงและเป็นที่ยอมรับของประชาชน

6. การสาธิต (Demonstration)

หลายครั้งที่การสาธิตประสบความสำเร็จกับความล้มเหลวถ้าหากกระทำกันอยู่เฉพาะในห้องเรียน แต่เมื่อผู้สาธิตได้ลงไปปฏิบัติในพื้นที่เอง การสาธิตนั้นก็ย่อมจะได้รับผลสำเร็จมากกว่า และถ้าหากชาวบ้านสามารถเห็นวิธีการปฏิบัติของเพื่อนบ้านหรือสิ่งที่หมู่บ้านถัดไปได้ทำ ได้พบปะพูดคุยกับบุคคลที่ได้ลงมือทำงานนั้นแล้ว ก็จะมีค่ามากกว่าการได้ฟังคำบรรยาย

7. การฝึกปฏิบัติ (Practice)

ถ้าต้องการให้เกิดการเรียนรู้พฤติกรรมใหม่ ๆ ก็ต้องการฝึกปฏิบัติ ซึ่งเป็นความคิดพื้นฐานอย่างหนึ่งของทฤษฎีการเรียนรู้ ซึ่งเราจำเป็นต้องกล่าวถึงกันต่อไป การติดต่อสื่อสารจะต้องมีการฝึกปฏิบัติโดยอาศัยความรู้ที่ได้อัน จะช่วยตอกย้ำความเข้าใจและยืนยันความถูกต้องในสิ่งที่ได้เรียนรู้อีก

เอกสารอ้างอิง

- ขวรัตน์ เติตชัย. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการสื่อสาร. กรุงเทพฯ : คณะวารสารศาสตร์และ
สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2527.
- ณรงค์ สมพงษ์. สื่อเพื่องานส่งเสริมเผยแพร่. กรุงเทพฯ : สำนักส่งเสริมและฝึกอบรม
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2530.
- บุญเลิศ ศุกตติก. โครงสร้างและกระบวนการสื่อสาร. กรุงเทพฯ : โครงการพิมพ์ฉบับเอกสาร
ประกอบการบรรยาย งานส่งเสริมตำรา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 253
- Berlo, David K. The Process of Communication. New York : Holt, Rinehart and Winston.,
1960.
- Bradfield, D.J. Guide to Extension Training. Rome : FAO, 1966.
- Daniel, Lernep and Wilbour Schramm. Communication and Change in the
Developing Country.
- Kemp, Jerrold E. Planning & Producing Audiovisual Materials. 4th ed. New York :
Harper & Row, 1980.
- Lorty, Helen B. and others. Using Visual in Agricultural Extension Programs. n.p. :
Federal Extension Services, U.S. Department of Agriculture, 1967.
- Marshall, McLuhan, Understanding among Peasants. New York : Holt, Rinehart and
Winston, 1969.
- Rogers Everrette M. and Rogers Rekha A., Communication in Organization. New York :
The Free Press, 1976.
- Sereno Kenneth K. and Mortenson, David C. Foundation of Communication Theory.
New York : Harper & Row, 1970.