

## การสื่อสารการเกษตรภายใต้มิติการหลอมรวมสื่อ Agricultural Communication under the Dimension of Media Convergence

ปฏิภาณ กิตตินันท์<sup>1</sup>, สุภาภรณ์ ศรีดี<sup>2</sup> และ หฤทัย ปัญญาวุฒตระกูล<sup>3</sup>  
Patipan Kittinanthawat<sup>1</sup>, Supaporn Sridee<sup>2</sup> and Hareuthai Panyarvuttrakul<sup>3</sup>

<sup>1</sup>นักศึกษาลัทธิปริชญาคุณุภบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์  
แขนงวิชานวัตกรรมการสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช  
<sup>2</sup>รองศาสตราจารย์, ดร. ประจำหลักสูตรปริชญาคุณุภบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์  
แขนงวิชานวัตกรรมการสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช  
<sup>3</sup>ผู้ช่วยศาสตราจารย์, ดร. ประจำหลักสูตรปริชญาคุณุภบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์  
แขนงวิชานวัตกรรมการสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

Corresponding Author: Patipan.k@rbru.ac.th

Received: June 19, 2025. Revised: August 7, 2025. Accepted: August 14, 2025

### บทคัดย่อ

บทความวิชาการมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการสื่อสารการเกษตรภายใต้มิติการหลอมรวมสื่อ บทความชี้ให้เห็นถึงการสื่อสารการเกษตรทั้งด้านกระบวนการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การสร้างความเข้าใจร่วมกัน และการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ตั้งแต่ผู้ผลิต นักวิจัย ผู้กำหนดนโยบาย ผู้บริโภค ผู้ถ่ายทอดข้อมูลความรู้เทคโนโลยี และนโยบายทางการเกษตรจากแหล่งต่าง ๆ ไปสู่เกษตรกรหรือจากเกษตรกรไปสู่ผู้กำหนดนโยบาย เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงพฤติกรรม ทักษะ และปฏิบัติการอย่างยั่งยืน ปัจจุบันการสื่อสารภายใต้มิติการหลอมรวมสื่อการบูรณาการระหว่างสื่อดั้งเดิมกับสื่อใหม่ที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้สามารถเป็นทั้งผู้รับสารและผู้ผลิตสาร สร้างการมีส่วนร่วมของเกษตรกรอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในกลุ่มเกษตรกรรุ่นใหม่ การสื่อสารภายใต้มิติการหลอมรวมสื่อจึงเน้นการนำเสนอด้วยเรื่องเล่าที่เข้าใจง่าย ใช้ภาพประกอบและเทคนิคมีเดีย เพื่อเพิ่มแรงบันดาลใจและสร้างภาพลักษณ์ที่ทันสมัยให้กับอาชีพเกษตรกร ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการสื่อสาร ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร ความเข้าใจของผู้รับสาร เนื้อหาที่สอดคล้องกับบริบท ช่องทางที่เข้าถึงง่าย และค่านิยมของชุมชน สำหรับแนวทางการพัฒนาการสื่อสารการเกษตรภายใต้มิติการหลอมรวมสื่อเน้นการส่งเสริมบทบาทของผู้นำชุมชน พัฒนาสื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย สนับสนุนสถานศึกษาและองค์กรท้องถิ่นเป็นศูนย์กลางการสื่อสาร และส่งเสริมงานวิจัยด้านนี้อย่างต่อเนื่องเพื่อขับเคลื่อนภาคเกษตรกรรมไทยสู่ความยั่งยืน

**คำสำคัญ:** การสื่อสารการเกษตร, การถ่ายทอดเทคโนโลยี, หลอมรวมสื่อ

### Abstract

This academic article provided knowledge and insights into agricultural communication within the framework of media convergence. It emphasized agricultural communication as a process of opinion exchange, mutual understanding, and participatory engagement among all relevant stakeholders—from producers, researchers, and policymakers to consumers. The primary function of agricultural communication was to transmit information, knowledge, and policies from various sources to farmers, with the objective of fostering sustainable changes in behavior, attitudes, and practices.

In the modern era, communication is situated within the context of media convergence, which refers to the integration of traditional media with new digital platforms. This convergence enabled users to act as both receivers and creators of content, thus enhancing participatory communication, particularly among younger generations of farmers. Communication under media convergence placed emphasis on the use of accessible storytelling, visual aids, and multimedia techniques to inspire audiences and modernize the image of agriculture as a profession. Key factors contributing to the success of agricultural communication included the credibility of the message sender, the audience's comprehension, content relevance to specific contexts, accessible communication channels, and alignment with community values.

Strategic development approaches involved empowering community leaders, developing media tailored to target groups, supporting local educational institutions and organizations as communication hubs, and continuously promoting research in this field to advance the sustainability of Thai agriculture.

**Keywords:** Agricultural Communication, Technology Transfer, Media Convergence

## บทนำ

ภาคเกษตรกรรมเป็นรากฐานสำคัญของระบบเศรษฐกิจไทยมาช้านาน อย่างไรก็ตาม ในยุคที่โลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจากเทคโนโลยีและดิจิทัล การพัฒนาเกษตรกรไทยให้สามารถปรับตัวและพัฒนาไปกับการเปลี่ยนแปลงจึงมีความสำคัญยิ่ง โดยเฉพาะการส่งเสริมให้เกษตรกรเข้าถึงความรู้ ข้อมูลข่าวสาร และเทคโนโลยีใหม่ ๆ ซึ่งกระบวนการที่มีบทบาทอย่างยิ่งคือ "การสื่อสารการเกษตร" (Agricultural Communication) การสื่อสารการเกษตรไม่ได้จำกัดเฉพาะการถ่ายทอดข้อมูลจากนักวิชาการไปสู่เกษตรกรเท่านั้น แต่ยังหมายถึงกระบวนการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การสร้างความเข้าใจร่วมกัน และการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ตั้งแต่ผู้ผลิต นักวิจัย ผู้กำหนดนโยบาย จนถึงผู้บริโภค บทความนี้จึงมุ่งเน้นการศึกษาบทบาทและความสำคัญของการสื่อสารการเกษตรภายใต้มิติการหลอมรวมสื่อ ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพของการสื่อสารการเกษตร ปัญหาของการสื่อสารการเกษตรในปัจจุบัน การประยุกต์ใช้การสื่อสารการเกษตรภายใต้มิติการหลอมรวมสื่อ เพื่อสร้างองค์ความรู้ และเสริมสร้างกลยุทธ์การสื่อสารที่สอดคล้องกับทัศนคติของเกษตรกร เป็นที่ทราบกันดีว่าในยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีสารสนเทศมีบทบาทสำคัญต่อทุกมิติของการดำเนินชีวิต การสื่อสารได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและซับซ้อน โดยเฉพาะในภาคการเกษตรที่ต้องเผชิญกับความท้าทายทั้งด้านทรัพยากร การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และความต้องการสินค้าทางการเกษตรของตลาดโลก การสื่อสารการเกษตรจึงกลายเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการถ่ายทอดองค์ความรู้ เทคโนโลยี และแนวทางปฏิบัติสู่เกษตรกร เพื่อให้สามารถพัฒนาและปรับตัวได้อย่างมีประสิทธิภาพ (เพชร ทวีวงศ์, 2566)

แนวคิด "การหลอมรวมสื่อ" (media convergence) Jenkins (2006) ได้กล่าวไว้ว่าเป็นแนวโน้มสำคัญที่สะท้อนถึงการรวมตัวของสื่อดั้งเดิมกับสื่อใหม่ โดยอาศัยเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นตัวกลางในการขยายขอบเขตของการสื่อสาร ทั้งในแง่ของช่องทางสาร ผู้ส่งสาร และรูปแบบของเนื้อหา ขณะเดียวกัน ธีรรัฐ รัตนเจริญ (2566) ได้กล่าวเพิ่มเติมไว้ว่า การหลอมรวมสื่อทำให้การสื่อสารการเกษตรไม่จำกัดอยู่แค่การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนแบบเดิม เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หรือหนังสือพิมพ์เท่านั้น แต่ยังรวมถึงการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์อย่าง Facebook, YouTube, LINE และ TikTok ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเฉพาะเจาะจงและโต้ตอบได้ทันที

ภายใต้บริบทการหลอมรวมสื่อนี้ การสื่อสารการเกษตรจึงต้องอาศัยการออกแบบสารที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อที่เปลี่ยนแปลงไป ตลอดจนการสร้างการมีส่วนร่วมของเกษตรกรในฐานะ "ผู้สื่อสาร" ไม่ใช่เพียงแค่ "ผู้รับสาร" เท่านั้น ความเข้าใจในมิติต่าง ๆ ของการหลอมรวมสื่อจะช่วยให้การส่งเสริมการเกษตรมีพลังมากยิ่งขึ้น ซึ่งบทความวิชาการนี้ผู้เขียนได้รวบรวมข้อมูลจากการศึกษาเอกสาร ทฤษฎี ผลงานวิจัย และสัมภาษณ์จากผู้ที่มีประสบการณ์มาเรียบเรียงให้เป็นระบบ อ่านเข้าใจง่าย ซึ่งแบ่งเนื้อหาในการอธิบายตามหัวข้อที่หน้าสนใจคือ ความหมายของการสื่อสารการเกษตร ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพของการสื่อสารการเกษตร ปัญหาของการสื่อสารการเกษตรในปัจจุบัน การประยุกต์ใช้การสื่อสารการเกษตรภายใต้มิติการหลอมรวมสื่อ และสรุปขบยอดในตอนท้าย ตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

## ความหมายการสื่อสารการเกษตร

ความหมายของการสื่อสารการเกษตรนั้น มีผู้เชี่ยวชาญได้ให้ความหมายเอาไว้อย่างกว้างขวาง ทั้งที่เหมือนกันและต่างกัน ตามแต่ละศาสตร์แต่ละมุมมอง แต่โดยรวมแล้วไม่ได้แตกต่างกันในเชิงหักล้างกันเสียทีเดียว โดยจะได้นำความหมายบางส่วนของผู้เชี่ยวชาญมานำเสนอต่อไปนี้

กูริพัฒน์ แก้วตารนวัฒนา (สัมภาษณ์ 28 พฤษภาคม 2568) ได้ให้ความหมายเอาไว้ว่า การสื่อสาร การเกษตรนั้นสามารถแยกเป็น 2 วัสดุ คือ การสื่อสาร กับ การเกษตร การสื่อสารก็คือกระบวนการถ่ายทอดสาร หรือข้อมูลจากผู้ส่งไปยังผู้รับ เพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน ไม่ว่าจะในรูปแบบของคำพูด ข้อความ ภาพ เสียง หรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ ส่วน การเกษตร คือ การเกษตรคือกระบวนการผลิตอาหาร พืช และสัตว์ เพื่อยังชีพหรือจำหน่าย ดังนั้น การสื่อสารการเกษตรจึงหมายถึง กระบวนการถ่ายทอดข้อมูล ความรู้ และประสบการณ์ด้านการเกษตรจากผู้ส่งไปยังผู้รับ เพื่อให้เกิดความเข้าใจและนำไปสู่การพัฒนาด้านการผลิตพืชและสัตว์อย่างมีประสิทธิภาพ

เพชร ทวีวงษ์ (2566) ได้กล่าวเอาไว้ว่า เป็นการนำการสื่อสารมาใช้เป็นเครื่องมือที่ทรงพลังในการสร้างความเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นในภาคการเกษตร เช่น การใช้สื่อต่าง ๆ เพื่อเปลี่ยนแปลงความรู้ วิธีปฏิบัติ และทัศนคติใหม่ ๆ ที่นำไปสู่การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ให้กับภาคการเกษตร รวมถึงการสื่อสารเพื่อให้คำปรึกษาที่นำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกร

ศุภางค์ นันตา, พุฒิพงษ์ รับจันทร์, จณัญญา วงศ์เสนา จงศิริ และสมยศ พรหมงาม (2562) ได้ให้แนวคิดเอาไว้ว่า การสื่อสารการเกษตรในมุมมองของชาวบ้านไม่ใช่แค่การส่งข่าวสารหรือถ่ายทอดความรู้จากผู้รู้สู่ผู้ไม่รู้ แต่คือกระบวนการแลกเปลี่ยนความหมายร่วมกันที่เกิดจากประสบการณ์ตรง ความเชื่อ และวิถีชีวิตของคนในชุมชนเอง การสื่อสารจึงแฝงด้วยบริบทของความสัมพันธ์ ความไว้วางใจ และวัฒนธรรมท้องถิ่น การเล่าเรื่อง (storytelling) ไม่เพียงเพื่อให้ข้อมูลแต่เพื่อส่งต่อคุณค่าและจิตวิญญาณของเกษตรกร เป็นการสนทนาแนวราบที่ให้พื้นที่กับเสียงของทุกฝ่าย โดยเฉพาะเสียงของชาวบ้านที่เป็นผู้ปฏิบัติจริง

จึงพอสรุปได้ว่า การสื่อสารการเกษตรคือกระบวนการแลกเปลี่ยน ถ่ายทอดข้อมูล ความรู้ เทคโนโลยี และแนวคิดจากแหล่งต่าง ๆ ไม่ได้จำกัดเฉพาะการถ่ายทอดข้อมูลจากนักวิชาการไปสู่เกษตรกรเท่านั้น แต่ยังหมายถึงการสื่อสารของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งเสริมให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรม ความคิด และการปฏิบัติทางการเกษตร

### ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพของการสื่อสารการเกษตร

Berlo, D. K. (1960) ได้นิยามทฤษฎีแบบจำลองการสื่อสารเอาไว้ว่า การสื่อสารนั้นประกอบด้วย ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางสาร และผู้รับสาร (SMCR) ซึ่งเป็นแบบจำลองที่ได้รับความนิยมและให้การยอมรับมากที่สุด อีกแบบจำลองหนึ่ง ความสำเร็จของกระบวนการสื่อสารย่อมขึ้นอยู่กับหลายปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ทั้งในด้านเนื้อหา ช่องทาง และผู้ส่งสาร ปัจจัยเหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการกำหนดระดับของการเข้าใจและการนำไปปฏิบัติของผู้รับสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของเกษตรกรที่มีความหลากหลายทั้งในด้านภูมิศาสตร์และทักษะดิจิทัล ซึ่งจะได้อธิบายเป็นรายหัวข้อให้เข้าใจโดยสังเขปดังต่อไปนี้

1) ปัจจัยด้านผู้ส่งสาร (S) ความน่าเชื่อถือ ความรู้ และทักษะในการสื่อสารของผู้ส่งสาร ผู้ส่งสารควรเลือกใช้สื่อที่ตนเองรู้จักวิธีใช้เป็นอย่างดี เช่น หากผู้ส่งสารรู้วิธีการนำเสนอด้วยคอมพิวเตอร์ก็สามารถเลือกใช้สื่อคอมพิวเตอร์ในการนำเสนองานในห้องประชุม เพราะคอมพิวเตอร์จะเป็นสื่อสมัยใหม่ที่ช่วยให้การนำเสนอเป็นไปได้อย่างสมบูรณ์ อย่างไรก็ตามหากผู้ส่งสารไม่รู้วิธีการใช้สื่ออื่น ๆ ก็ควรมีการพัฒนาความรู้และทักษะในการใช้สื่ออื่น ๆ ก่อนที่จะนำไปใช้จริง ทั้งนี้ผู้ส่งสารพึงระลึกไว้เสมอว่า “คุณค่าที่แท้จริงของสารอยู่ที่เนื้อหา ไม่ใช่สื่อหรือเทคโนโลยีใด ๆ”

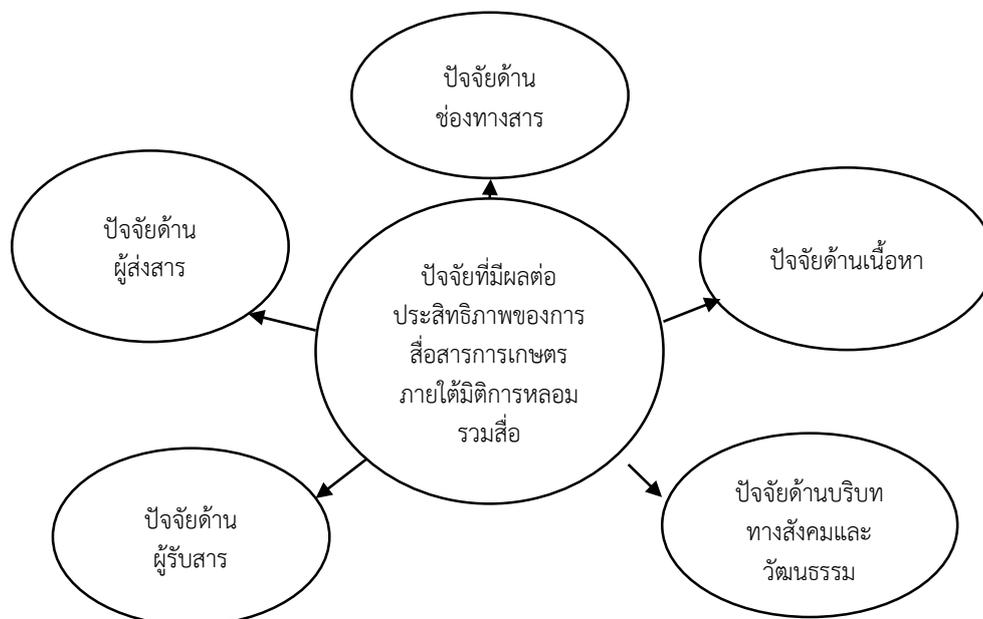
2) ปัจจัยด้านเนื้อหา (M) ความเข้าใจง่าย ความเกี่ยวข้อง และความทันสมัยของเนื้อหา การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้ได้ผล วิธีการเขียนต้องชัดเจนไม่คลุมเครือ เปิดเผย เข้าใจง่าย โดยเขียนเพียงเรื่องเดียวไม่ควรพูดหลายเรื่องในเวลาเดียวกัน และไม่ใช้ตัวเลขเชิงสถิติขั้นสูง พยายามยกตัวอย่างให้ง่าย ๆ เกี่ยวกับการเกษตรปัจจุบันให้มากที่สุด ควรใช้ภาษาให้ถูกต้องและสุภาพ กะทัดรัด และจัดลำดับเรื่องราวให้สอดคล้องสัมพันธ์กัน

3) ปัจจัยด้านช่องทางสาร (C) ความเหมาะสมของช่องทางกับกลุ่มเป้าหมาย และการเข้าถึงได้ง่าย ผู้ส่งสารควรเลือกใช้สื่อที่มีความเหมาะสมกับเนื้อหาสาร วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร ผู้รับสาร และความถนัดของตัวผู้ส่งสารเอง เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการสื่อสาร

4) ปัจจัยด้านผู้รับสาร (R) ระดับการศึกษา ทักษะคิด ประสพการณ์ และความต้องการของเกษตรกร ผู้ส่งสารควรเลือกใช้สื่อที่ผู้รับสารสามารถเข้าถึงได้ง่าย เช่น การประชาสัมพันธ์เผยแพร่เรื่องการป้องกันและกำจัดเพลี้ยกระโดดสีน้ำตาลแก่กลุ่มเป้าหมายที่อยู่ในชนบทห่างไกล จำเป็นต้องพิจารณาว่าผู้รับสารสามารถเข้าถึงและสะดวกที่จะใช้สื่อประเภทใดมากกว่ากัน

5) ปัจจัยด้านบริบททางสังคมและวัฒนธรรม ค่านิยม ความเชื่อ และรูปแบบการดำเนินชีวิตของชุมชน ค่านิยมและความเชื่อในชุมชนมีบทบาทสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมและการตัดสินใจของเกษตรกร ตัวอย่างเช่น ความเชื่อในแม่มโหฬารและพิธีกรรมที่เกี่ยวข้องกับการทำนา ซึ่งสะท้อนถึงการเคารพธรรมชาติและการพึ่งพิงสิ่งเหนือธรรมชาติในการเกษตร

นอกจากนี้ ความไว้วางใจในตัวผู้ส่งสารยังเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปิดรับสารอย่างมีประสิทธิภาพ และการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งและผู้รับสารในลักษณะสองทาง (two-way communication) ก็จะช่วยเสริมสร้างความเข้าใจร่วมกันและความยั่งยืนของการพัฒนาด้านการเกษตร โดยสามารถเขียนเป็นแผนผังให้เกิดความเข้าใจง่ายดังต่อไปนี้



แผนภาพที่ 1 ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพของการสื่อสารการเกษตร  
ที่มา: สังเคราะห์จากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องโดยผู้เขียน

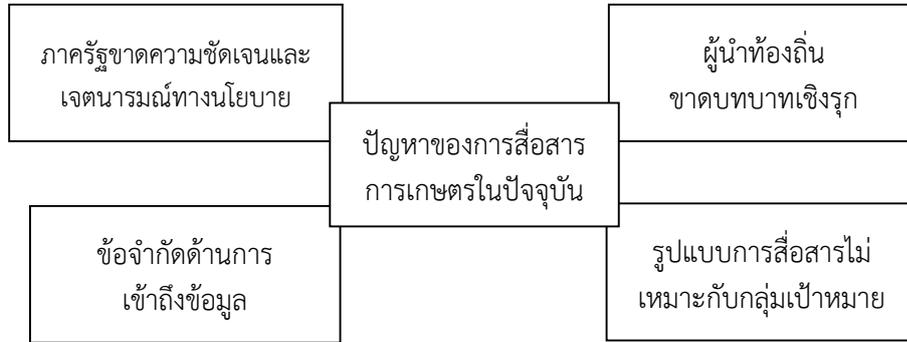
## ปัญหาของการสื่อสารการเกษตรในปัจจุบัน

ปัญหาของการสื่อสารการเกษตรในปัจจุบัน จากการศึกษาข้อมูล สามารถระบุได้ดังต่อไปนี้ การขาดความมุ่งมั่นระดับนโยบายหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง ไม่มีความตั้งใจจริงในการผลักดันนโยบายการสื่อสาร ทั้งยังมีความขัดแย้งระหว่างหน่วยงานเอง การสื่อสารที่ไม่ชัดเจน มีเจตนาในการปิดบังหรือบิดเบือนข้อมูลบางอย่างเกี่ยวกับภาคการเกษตร เช่น บิดเบือนสารตกค้างในทุเรียนเพื่อไม่ให้เกิดการตื่นตระหนกในประชาชน สำหรับประชาชนเองก็ยิ่งขาดความตระหนักในข้อมูลข่าวสาร เช่น ผู้คนในชุมชนยังนิยมความสะดวกสบายจึงยังพึ่งพาสารเคมีโดยไม่คำนึงถึงผลกระทบต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม ผู้นำชุมชนขาดบทบาทเชิงรุก บางชุมชนผู้นำไม่มีเวลา ไม่มีความตั้งใจจริงในการสื่อสารหรือสร้างความร่วมมือกับสมาชิกในชุมชน การขาดแรงจูงใจที่เพียงพอแม้จะมีงานรณรงค์ แต่คนในชุมชนไม่เห็นคุณค่า การทำงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องขาดการเชื่อมโยงกัน ทำให้การสื่อสารไม่ต่อเนื่อง ปัญหาผลประโยชน์แอบแฝงของกลุ่มทุน เช่น บริษัทสารเคมีมีอิทธิพลต่อกระบวนการสื่อสารและการตัดสินใจของหน่วยงานรัฐ ทำให้การเลิกใช้สารเคมีเกิดความล่าช้า (ประยุทธ์ วรรณอุดม, 2561) นอกจากนี้การสื่อสารการเกษตรในปัจจุบันยังเผชิญกับปัญหาและข้อจำกัดหลายประการที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของการถ่ายทอดองค์ความรู้สู่เกษตรกร หนึ่งในประเด็นสำคัญคือ การเข้าถึงข้อมูลอย่างไม่เท่าเทียมเกษตรกรจำนวนมากโดยเฉพาะในพื้นที่ชนบทห่างไกลยังขาดโอกาสเข้าถึงสื่อสารสนเทศและเทคโนโลยีใหม่ ๆ อีกทั้งยังมีความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล ซึ่งส่งผลให้การรับรู้ข้อมูลด้านการเกษตรยังคงอยู่ในวงจำกัด ยังมีการใช้ภาษาหรือรูปแบบการสื่อสารที่ไม่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น การใช้ศัพท์เทคนิคที่เข้าใจยาก หรือการนำเสนอในรูปแบบที่ไม่สอดคล้องกับบริบทของชุมชน ก็เป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้สารไม่ถูกถ่ายทอดอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังพบว่า การสื่อสารมักเป็นแบบ “บนลงล่าง” ซึ่งไม่เปิดโอกาสให้เกษตรกรมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือถ่ายทอดประสบการณ์ของตนเอง ความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลก็เป็นปัญหาสำคัญในยุคข้อมูลข่าวสาร โดยเฉพาะในโลกออนไลน์ที่มีข้อมูลหลากหลายและบางครั้งขาดการตรวจสอบ ทำให้เกษตรกรอาจหลงเชื่อข้อมูลผิด ๆ หรือใช้แนวทางที่ไม่เหมาะสมในการผลิต นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยเชิงโครงสร้าง เช่น ขาดบุคลากรด้านการสื่อสารการเกษตรที่มีความเชี่ยวชาญ และการประสานงานระหว่างหน่วยงานรัฐยังขาดเอกภาพและต่อเนื่อง การแก้ไขปัญหาดังกล่าวจึงต้องอาศัยการวางแผนเชิงระบบ การใช้สื่อที่หลากหลายและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย การมีส่วนร่วมของชุมชน และการสร้างความน่าเชื่อถือของข้อมูลเพื่อนำไปสู่การพัฒนาภาคการเกษตรอย่างยั่งยืน (Atinaf, M., Molla, A., & Anteneh, S., 2021) จากปัญหาดังกล่าวสามารถสรุปประเด็นที่สำคัญเป็น 4 ข้อได้ดังต่อไปนี้

- 1) ภาครัฐขาดความชัดเจนและเจตนาแน่วแน่ทางนโยบาย หน่วยงานรัฐขาดความมุ่งมั่นในการผลักดันนโยบาย เช่น การควบคุมสารเคมี เกิดความขัดแย้งระหว่างหน่วยงาน และบางแห่งมีการบิดเบือนข้อมูลเพื่อหลีกเลี่ยงการตื่นตระหนก
- 2) ผู้นำท้องถิ่นขาดบทบาทเชิงรุกและไม่มีเวลาในการสื่อสาร เช่น หน่วยงานท้องถิ่นบางแห่งเพิกเฉยต่อการลดการใช้สารเคมี ส่งผลให้การถ่ายทอดแนวทางหรือความรู้ด้านเกษตรปลอดภัยไม่สามารถเข้าถึงเกษตรกรได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 3) ข้อจำกัดด้านการเข้าถึงข้อมูล เกษตรกรในพื้นที่ห่างไกลขาดโอกาสในการเข้าถึงสื่อสารสนเทศและเทคโนโลยีใหม่ ความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัลส่งผลให้เกิดช่องว่างในการรับรู้ข้อมูล การขาดบทบาทเชิงรุกของผู้นำท้องถิ่นทำให้ขาดการเชื่อมโยงระหว่างนโยบายระดับชาติและการปฏิบัติจริงในพื้นที่

4) รูปแบบการสื่อสารไม่เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น ใช้ศัพท์เทคนิคเข้าใจยาก การสื่อสารแบบบนลงล่างไม่เปิดพื้นที่ให้เกษตรกรมีส่วนร่วม โดยเฉพาะเมื่อใช้ภาษาทางเทคนิคหรือศัพท์เฉพาะที่เกษตรกรไม่คุ้นเคย ยิ่งทำให้เกิดช่องว่างระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร

จากปัญหาของการสื่อสารการเกษตรในปัจจุบันที่พบในข้างต้น สามารถเขียนสรุปให้เป็นแผนภาพได้ดังต่อไปนี้



**แผนภาพที่ 2** แสดงปัญหาของการสื่อสารการเกษตรในปัจจุบัน

ที่มา: สังเคราะห์จากรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องโดยผู้เขียน

### การประยุกต์ใช้การสื่อสารการเกษตรภายใต้มิติการหลอมรวมสื่อ

การสื่อสารการเกษตรในยุคปัจจุบันดำเนินอยู่ภายใต้บริบทของการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้คนอย่างรวดเร็ว การหลอมรวมสื่อ (media convergence) ทำให้เส้นแบ่งระหว่างสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่เลือนลางลง สื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ถูกปรับใช้ควบคู่กับแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ ยูทูป และติ๊กต็อก เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มเกษตรกรรุ่นใหม่ที่มีความคุ้นเคยกับเทคโนโลยี ในบริบทนี้สื่อไม่ได้เป็นเพียงช่องทางส่งต่อสารเท่านั้น แต่ยังเป็นพื้นที่ของการมีส่วนร่วม การโต้ตอบ และการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ซึ่งช่วยเสริมพลังให้แก่การสื่อสารการเกษตรให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ผู้สื่อสารจำเป็นต้องเข้าใจลักษณะของแต่ละแพลตฟอร์ม จุดแข็ง จุดอ่อน และพฤติกรรมการใช้งานของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อออกแบบสารให้เหมาะสมและตรงจุดที่สุด นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงความเร็วของกระแสข่าว การแพร่กระจายของข้อมูล และความน่าเชื่อถือของแหล่งที่มา ซึ่งมีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับสารโดยตรง (Jenkins, H., 2006) ซึ่งจะอธิบายทีละประเด็นให้เกิดความเข้าใจมากยิ่งขึ้นดังต่อไปนี้

1) **สื่อดั้งเดิม** วิทยุชุมชน หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ แผ่นพับ สื่อดั้งเดิมเป็นสื่อที่มีความสำคัญและถูกใช้กันมาโดยตลอดตั้งแต่เริ่มมีการส่งเสริมสื่อ สื่อดั้งเดิมจึงเป็นสื่อที่ยังใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์เรื่องราวต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร ทั้งเรื่องข้อมูลความรู้ในเชิงการปฏิบัติการและข่าวสารการเกษตรต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น รวมไปถึงการเชิญชวนจูงใจให้เกษตรกรและผู้ที่เกี่ยวข้องเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติในการทำงานให้เกิดความก้าวหน้าและยั่งยืนในงานการเกษตรของตนเองได้ สื่อดั้งเดิมถูกใช้ในหลายรูปแบบ เช่น จัดหมายเวียน แผ่นพับ หนังสือเล่ม ฯลฯ แต่การผลิตสื่อแต่ละชิ้นนั้นต้องคำนึงถึงผู้อ่านว่ามีความรู้ความสามารถในระดับใด มีพื้นฐานทักษะด้านใดเพื่อจะผลิตสื่อ สิ่งพิมพ์ที่สามารถสื่อสารกับผู้อ่านได้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด (ณัฐรัตน์เจริญ, 2566)

**2) สื่อใหม่** สื่อออนไลน์ (Facebook, YouTube, TikTok) แอปพลิเคชันมือถือ เว็บไซต์ เป็นสื่อที่ต้องพึ่งพาอุปกรณ์ที่ใช้ไฟฟ้าในการทำงาน หรือที่เข้าใจโดยทั่วไปว่า “สื่ออิเล็กทรอนิกส์” สื่อนี้จะใช้ประสาทสัมผัสทั้งทางตาและทางหูในการรับรู้ทำให้ช่วยสร้างความสนใจได้มาก สื่อใหม่ในงานส่งเสริมการเกษตรจะแบ่งออกเป็นสื่อที่ใช้เครื่องถ่ายทอดสัญญาณภาพและเสียง กับสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ สื่อทั้ง 2 ประเภท มีคุณลักษณะสำคัญคือ ความรวดเร็วในการถ่ายทอดข่าวสาร และไม่จำเป็นต้องพึ่งพาทักษะการอ่าน สื่อเหล่านี้มีต้นทุนการทำงานสูงกว่าสื่อชนิดอื่น ๆ จากการที่ต้องลงทุนเกี่ยวกับอุปกรณ์เพื่อการผลิตและถ่ายทอดในราคาสูง แต่ก็มีความสามารถในการถ่ายทอดเนื้อหาได้อย่างรวดเร็วและไม่จำกัดพื้นที่ ขอเพียงแค่มียุคสมัยเครื่องรับส่งสัญญาณเท่านั้นจึงเป็นสื่อที่เข้าถึงผู้คนในพื้นที่ห่างไกลได้และมีอิทธิพลสูง นอกจากนี้ สื่อใหม่ยังเปิดโอกาสให้เกษตรกรสามารถมีส่วนร่วมในการผลิตเนื้อหาและแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับชุมชนเกษตรออนไลน์ได้อย่างสะดวกยิ่งขึ้น ความสามารถในการถ่ายทอดสด (Live) และการโต้ตอบแบบเรียลไทม์ ทำให้การสื่อสารมีความใกล้ชิดและน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังสามารถนำเสนอข้อมูลในรูปแบบที่เข้าใจง่าย เช่น อินโฟกราฟิก วิดีโอสั้น หรือภาพถ่ายประกอบคำอธิบาย ส่งผลให้เกษตรกรสามารถเรียนรู้และนำไปปรับใช้ได้จริงในพื้นที่ของตน สื่อใหม่จึงไม่ได้เป็นเพียงช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูล แต่ยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างการเรียนรู้ร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพในยุคดิจิทัล (Suebsombut, P., Sureephong, P., Sekhari, A., Chernbumroong, S., & Bouras, A. , 2023) ในช่วงหลังปี 2563 เป็นต้นมา พบว่าเกษตรกรรุ่นใหม่จำนวนมากหันมาใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางในการแลกเปลี่ยนความรู้การเกษตร โดยใช้การเล่าเรื่องแบบง่าย ๆ แฝงด้วยสาระ เช่น เทคนิคปลูกพืช เทคนิคการผสมปุ๋ย หรือการเลี้ยงสัตว์แบบอินทรีย์ ซึ่งได้รับความนิยมสูงในกลุ่มผู้ชม ทั้งนี้ เพราะมีความกระชับ ทันสมัย และมีภาพประกอบที่ชัดเจนการใช้สื่อสังคมออนไลน์ยังเอื้อต่อการสร้างภาพลักษณ์ใหม่ของอาชีพเกษตรกร ให้ดูทันสมัยและมีคุณค่า ซึ่งเป็นแนวโน้มการสื่อสารที่น่าสนใจในการเข้าถึงเกษตรกรยุคใหม่อย่างมีประสิทธิภาพ เทคโนโลยีสารสนเทศที่พัฒนาจนกลายเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter, LINE, YouTube และ Instagram ได้เพิ่มทางเลือกใหม่ให้เกษตรกรสามารถสื่อสาร แลกเปลี่ยนความรู้ และค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และเฉพาะเจาะจง โดยแต่ละแพลตฟอร์มมีคุณลักษณะเฉพาะ เช่น LINE ใช้สื่อสารเป็นกลุ่มแบบไม่มีค่าใช้จ่าย YouTube ใช้เผยแพร่วิดีโอให้ความรู้ หรือ Instagram ใช้แสดงสินค้าผ่านภาพที่สวยงาม ทั้งหมดนี้ช่วยให้เกษตรกรสามารถเข้าถึงองค์ความรู้ พัฒนาการผลิต และเชื่อมต่อกับตลาดได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นในยุคดิจิทัล (บำเพ็ญ เขียวหวาน และ เจนณรงค์ เทียนสว่าง, 2561)

**3) ช่องทางบุคคล** พิรญา รัตนจันทวงศ์, กิตติมา ชาญวิชัย และอัจฉรา ศรีพันธ์ (2567) ได้กล่าวไว้ว่า สื่อช่องทางบุคคลหมายถึง เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ผู้นำชุมชน เกษตรกรต้นแบบ สื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในการเข้าถึงและใกล้ชิดกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด สามารถจูงใจเกษตรกรได้ด้วยการพูดคุยแบบเป็นกันเอง เพราะเป็นสื่อที่ต้องมีการเผชิญหน้า เห็นหน้าค่าตากัน ดังนั้นผู้ที่ทำหน้าที่เป็นสื่อบุคคลจะทราบปฏิกิริยาตอบกลับจากเกษตรกรได้ทันทีทันใด เนื่องจากเห็นอกกับกิริยาซึ่งกันและกันว่าเป็นอย่างไรและสามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมทั้งของตนเองและเกษตรกรได้ตลอดเวลาเพื่อให้การสื่อสาร นั้นบรรลุเป้าหมาย

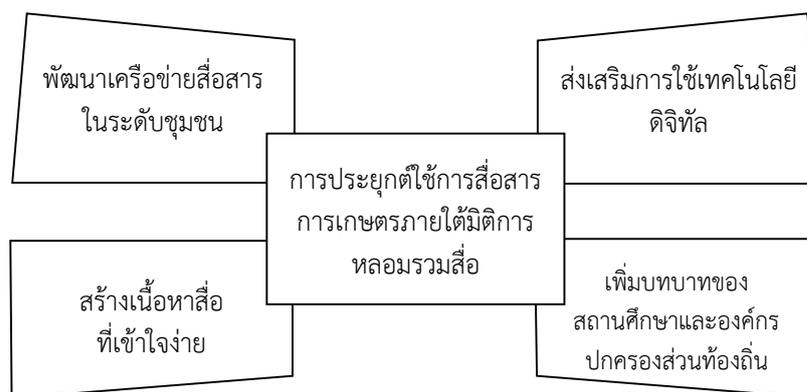
**4) ช่องทางสถาบัน** สถาบันการศึกษา หน่วยงานรัฐ องค์กรพัฒนาเอกชน (NGO) มุ่งเน้นการถ่ายทอดเทคโนโลยีและนวัตกรรมสู่ชุมชน โดยเฉพาะพื้นที่ชายขอบ เพื่อยกระดับการผลิตและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับภาคเกษตรกรรมอย่างทั่วถึง พร้อมทั้งทดสอบและปรับใช้เทคโนโลยีให้เหมาะสมกับแต่ละพื้นที่จริง พัฒนาเกษตรกรและเจ้าหน้าที่ให้เป็นผู้นำด้านเทคโนโลยี และสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงภาคการผลิตสู่ตลาด เพื่อเพิ่มโอกาสทาง

เศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตของเกษตรกรอย่างยั่งยืน (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, 2553)

5) **ช่องทางเกษตรกรด้วยตนเอง** การสื่อสารการเกษตรในยุคหลอมรวมสื่อไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการเผยแพร่ข้อมูลเชิงวิชาการจากภาครัฐหรือหน่วยงานส่งเสริมการเกษตรอีกต่อไป แต่เปิดโอกาสให้เกษตรกรทั่วไปสามารถเป็นผู้สร้างและเผยแพร่เนื้อหาได้ด้วยตนเอง ผ่านช่องทางการหลอมรวมสื่อที่เข้าถึงง่ายและต้นทุนต่ำ การใช้โซเชียลมีเดียช่วยลดช่องว่างในการเข้าถึงข้อมูลของเกษตรกรในพื้นที่ห่างไกล และสร้างเครือข่ายความรู้ระหว่างชุมชนได้อย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น นอกจากนี้ การสื่อสารผ่านสื่อใหม่ยังสามารถวัดผลตอบรับได้ทันที เช่น ยอดไลค์ การแชร์ และคอมเมนต์ ทำให้สามารถปรับปรุงเนื้อหาให้เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง และนำไปสู่การเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืนยิ่งขึ้นในภาคเกษตรกรรม

ภูมิทัศน์สื่อใหม่ในยุคการหลอมรวมสื่อเป็นปรากฏการณ์ของการหลอมรวมสื่อที่มีการเชื่อมโยงระหว่างอินเทอร์เน็ตกับโทรศัพท์มือถืออัจฉริยะ แท็บเล็ต คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ และคอมพิวเตอร์เคลื่อนที่ ด้วยการใช้งานบนแอปพลิเคชันต่าง ๆ โดยผู้ใช้สื่อเป็นผู้เลือกจัดผังในการรับชมข้อมูลข่าวสาร และความบันเทิงที่สอดคล้องกับความต้องการของแต่ละบุคคล ผู้ใช้สื่อสามารถเป็นได้ทั้งผู้รับสารและผู้ผลิตเนื้อหาสาระในเวลาเดียวกัน อีกทั้งยังมีการพัฒนาแอปพลิเคชันที่ช่วยส่งเสริมให้ผู้ใช้สื่อใหม่เข้ามาสร้างสรรค์เนื้อหา การสร้างธุรกิจ ในสินค้าสินค้าการเกษตรและบริการให้มีการบริโภคที่สูง การสร้างตัวตน การสร้างรายการเพื่อสร้างกระแสในอัตราการรับชมและอัตราการติดตามที่สูงสู่การสร้างรายได้ ดังนั้นจึงเป็นแรงสนับสนุนให้ทั้งภาครัฐ และเกษตรกรรุ่นใหม่มีการบูรณาการประยุกต์ใช้สื่อใหม่สร้างแพลตฟอร์มสตรีมมิ่ง เฟซบุ๊กแฟนเพจ ช่องยูทูบเป็นเส้นทางคู่ขนานกับสื่อโทรทัศน์ เพื่อตอบสนองพฤติกรรมมารับชมบนภูมิทัศน์การหลอมรวมสื่อ ของเกษตรกรยุคใหม่ (ทิพย์ภาศิริ แก้วเทศ, 2565) โดยสามารถสรุปแนวทางการประยุกต์ได้ดังต่อไปนี้

- 1) พัฒนาเครือข่ายสื่อสารในระดับชุมชน โดยสนับสนุนผู้นำเกษตรกรให้เป็นผู้ถ่ายทอดความรู้
- 2) สร้างเนื้อหาสื่อที่เข้าใจง่าย ใช้ภาษาท้องถิ่น และเหมาะกับบริบทของผู้รับสาร
- 3) ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีการหลอมรวมสื่อในการสื่อสารอย่างเหมาะสม
- 4) เพิ่มบทบาทของสถานศึกษาและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการเป็นศูนย์กลางการสื่อสาร



**แผนภาพที่ 3** แสดงการประยุกต์ใช้การสื่อสารการเกษตรภายใต้มิติการหลอมรวมสื่อ  
ที่มา: สังเคราะห์จากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องโดยผู้เขียน

หากจะอธิบายการเปลี่ยนแปลงนี้ผ่านกรอบทฤษฎีของเดวิดเคเบอร์โล (SMCR) SMCR Model ซึ่งประกอบด้วย

**Sender (ผู้ส่งสาร)** ในบริบทการสื่อสารการเกษตร ผู้ส่งสารไม่จำกัดอยู่แค่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรหรือหน่วยงานรัฐอีกต่อไป แต่รวมถึงเกษตรกรต้นแบบ ผู้นำชุมชน ไปจนถึงเกษตรกรทั่วไปที่สามารถผลิตและเผยแพร่เนื้อหาผ่านโซเชียลมีเดียได้ด้วยตนเอง ผู้ส่งสารที่มีความเข้าใจสื่อใหม่จะสามารถปรับเนื้อหาและวิธีการสื่อสารให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

**Message (สาร)** สารที่ใช้ในการสื่อสารการเกษตรในปัจจุบันต้องมีความหลากหลาย ทั้งในรูปแบบและเนื้อหา เช่น ความรู้ด้านเทคนิคการเกษตร การแนะนำวิถีปฏิบัติที่ยั่งยืน หรือการนำเสนอข่าวสารในรูปแบบที่เข้าใจง่าย ชวนติดตาม และสามารถนำไปใช้ได้จริง เช่น วิดีโอสั้น อินโฟกราฟิก และเนื้อหาเชิงเล่าเรื่อง (storytelling) ที่เชื่อมโยงกับชีวิตประจำวันของเกษตรกร

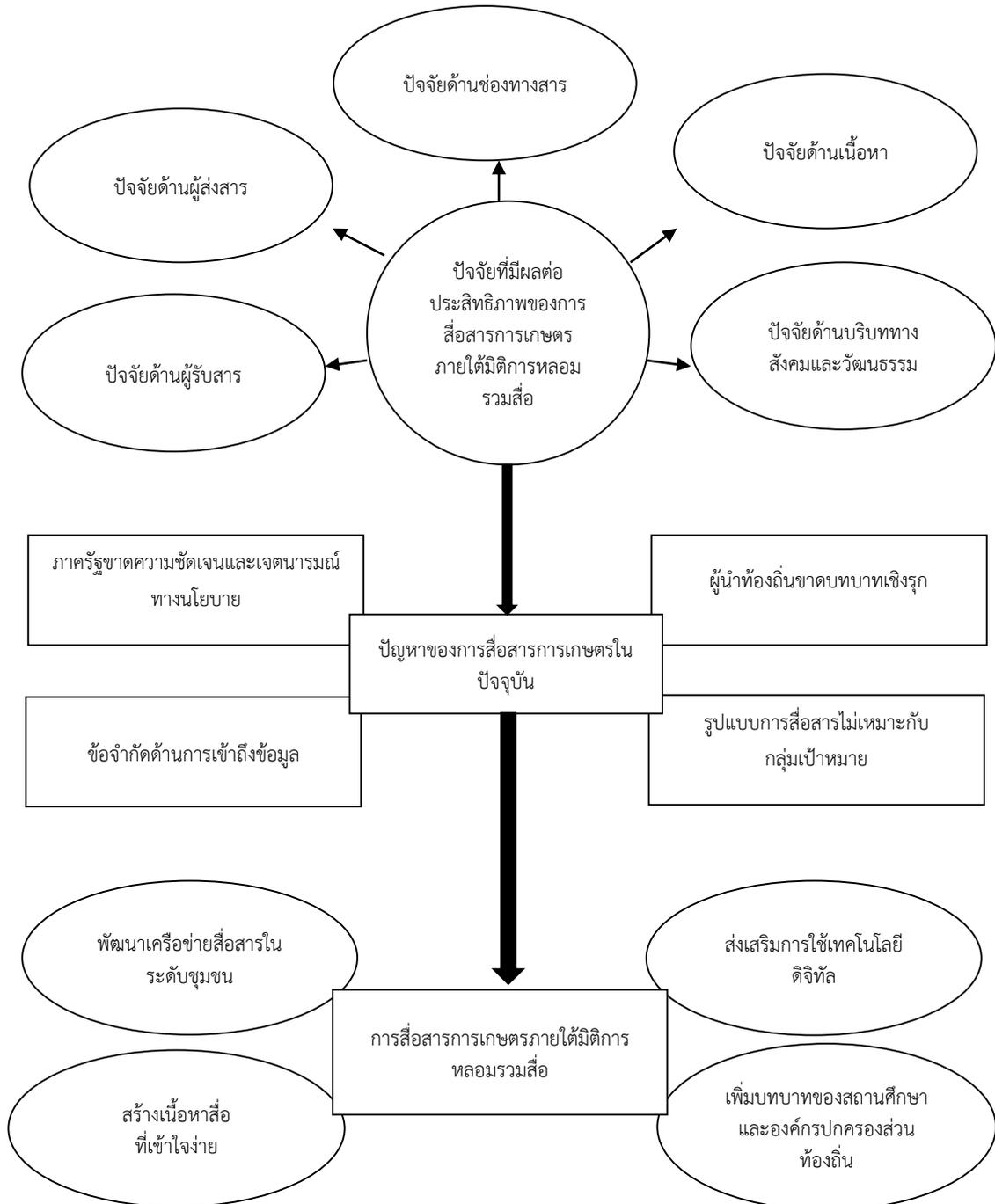
**Channel (ช่องทางการสื่อสาร)** การหลอมรวมสื่อได้เปิดโอกาสให้ใช้หลายช่องทางในการสื่อสารแบบผสมผสาน ทั้งสื่อดั้งเดิม (โทรทัศน์ วิทยุ แผ่นพับ) และสื่อใหม่ (Facebook, YouTube, TikTok) ทำให้เกิดการเข้าถึงที่กว้างขวางและรวดเร็ว ช่องทางเหล่านี้ไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือในการส่งข้อมูล แต่ยังเป็นพื้นที่ของการมีส่วนร่วม การแสดงความคิดเห็น และการโต้ตอบแบบเรียลไทม์

**Receiver (ผู้รับสาร)** กลุ่มเป้าหมายหลักในการสื่อสารการเกษตร ได้แก่ เกษตรกรในทุกช่วงวัย โดยเฉพาะกลุ่มเกษตรกรรุ่นใหม่ที่มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีการหลอมรวมสื่อ การออกแบบสารและเลือกช่องทางให้ตรงกับพฤติกรรม ความสนใจ และระดับความรู้ของผู้รับสารจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะจะส่งผลโดยตรงต่อทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับสาร

## บทสรุป

การสื่อสารการเกษตรในยุคปัจจุบันได้เปลี่ยนผ่านจากรูปแบบดั้งเดิมสู่การผสมผสานเข้ากับเทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อใหม่ ภายใต้บริบทของการหลอมรวมสื่อ ที่ทำให้เส้นแบ่งระหว่างสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่เลือนลางลง ส่งผลให้ช่องทางการสื่อสาร ผู้ส่งสาร และรูปแบบการรับรู้ของเกษตรกร โดยเฉพาะกลุ่มเกษตรกรรุ่นใหม่ มีความหลากหลาย เข้าถึงได้ง่าย รวดเร็ว และตรงเป้าหมายมากยิ่งขึ้น แม้จะเป็นการเปิดโอกาสในการเรียนรู้และเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร แต่ก็ยังเผชิญกับความท้าทายด้านความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล การขาดแคลนบุคลากรด้านการสื่อสารเฉพาะทาง และข้อจำกัดด้านภาษาและวัฒนธรรมที่อาจส่งผลต่อการยอมรับข้อมูลใหม่ในบางพื้นที่ การประยุกต์ใช้การสื่อสารการเกษตรภายใต้แนวคิดการหลอมรวมสื่อทำให้กระบวนการสื่อสารมีความซับซ้อนมากขึ้น แต่ขณะเดียวกันก็มีศักยภาพสูงชันอย่างชัดเจน หากวิเคราะห์ผ่านกรอบแนวคิด โมเดล SMCR ของเดวิด เค. เบอร์โล จะพบว่าผู้ส่งสารไม่ได้จำกัดอยู่แค่ภาครัฐหรือผู้เชี่ยวชาญเท่านั้น แต่ยังรวมถึงเกษตรกรทั่วไปที่สามารถสร้างสรรค์และเผยแพร่เนื้อหาผ่านการหลอมรวมสื่อได้ด้วยตนเอง ขณะเดียวกัน สาร (Message) ก็มีความหลากหลายมากขึ้น ทั้งในเชิงเนื้อหา รูปแบบ และการนำเสนอที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้รับสาร ช่องทาง (Channel) ในการสื่อสารมีความยืดหยุ่นสูง โดยเฉพาะการใช้สื่อใหม่ที่เอื้อต่อการโต้ตอบแบบเรียลไทม์ และการมีส่วนร่วมของผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งทำให้ผู้รับสาร (Receiver) ไม่เพียงแต่เป็นผู้รับข้อมูล แต่ยังสามารถสะท้อนความคิดเห็น ตั้งคำถามและกลายเป็นผู้ส่งสารรายใหม่ได้ในกระบวนการเดียวกัน ทั้งหมดนี้สะท้อนให้เห็นว่าการสื่อสารการเกษตรภายใต้การหลอมรวมสื่อ ได้ก้าวสู่รูปแบบการสื่อสารสองทาง ที่ส่งเสริมการเรียนรู้ร่วมกันอย่างยั่งยืน และเปิดพื้นที่ให้เกษตรกรได้มีบทบาทมากขึ้นในการขับเคลื่อน

องค์ความรู้ พัฒนาศักยภาพและเชื่อมโยงเครือข่ายทางการเกษตรผ่านพลังของสื่อในยุคหลอมรวมอย่างแท้จริง ดังนั้นการพัฒนาการสื่อสารการเกษตรต้องอาศัยความร่วมมือของภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา และองค์กรชุมชน การหลอมรวมสื่อออกแบบสารให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและเปิดพื้นที่การมีส่วนร่วมของชุมชน ถือเป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรอย่างยั่งยืน สามารถเขียนสรุปการสื่อสารการเกษตรภายใต้มิติการหลอมรวมสื่อเป็นแผนภาพเพื่อความเข้าใจง่ายดังต่อไปนี้



แผนภาพที่ 4 แสดงบทสรุปการสื่อสารการเกษตรภายใต้มิติการหลอมรวมสื่อ  
ที่มา: สังเคราะห์จากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องโดยผู้เขียน

### เอกสารอ้างอิง

- คณะทำงานพัฒนาหลักสูตร. (2560). *แนวทางการศึกษาชุดวิชาการสื่อสารเพื่อการพัฒนางานส่งเสริมการเกษตร*. กรมส่งเสริมการเกษตร และมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ณรัฐ รัตนเจริญ. (2566). หน่วยที่ 7 สื่อในงานส่งเสริมการเกษตร. *เอกสารการสอน*, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ทิพย์ภาศิริ แก้วเทศ. (2565). การสร้างคอนเทนต์บนภูมิทัศน์สื่อใหม่ในยุคดิจิทัล. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง*, 11(2), 92-201.
- บำเพ็ญ เขียวหวาน และ เจนณรงค์ เทียนสว่าง. (2561). *รายงานการวิจัยเรื่อง การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อการผลิตข้าวของเกษตรกรในจังหวัดกำแพงเพชร*. สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ประยุทธ์ วรรณอุดม. (2561). ปัจจัยที่ทำให้สื่อสารเพื่อลดการใช้สารเคมีการเกษตรในประเทศไทยไม่ประสบความสำเร็จ. *วารสารวิชาการราชภัฏเชียงราย*, 10(2), 1-12.
- พิรญา รัตนจันทร์, กิตติมา ชาญวิชัย และอัจฉรา ศรีพันธ์. (2567). "รูปแบบการสื่อสารเพื่อพัฒนาเกษตรกรปราดเปรื่องรุ่นใหม่จังหวัดเชียงราย." *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 15(2), 43-58.
- เพชร ทวีวงศ์. (2566). การสื่อสารเพื่อส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรที่ยั่งยืน. *วารสารเกษตร มสธ.*, 5(1), 13-22.
- ศุภางค์ นันทา, พุฒิพงษ์ รั้งจันทร์, จณัญญา วงศ์เสนา จงศิริ และสมยศ พรหมงาม. (2562). การสื่อสารเพื่อใช้ประโยชน์จากงานวิจัย: เกษตรอินทรีย์มีชีวิต เล่าเรื่องผ่านวีดิทัศน์คนยโสธร. *วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่*, 11(2). 123-134
- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (27 ธันวาคม 2553). *Technology Readiness Levels: ระดับความพร้อมของเทคโนโลยีสู่อุตสาหกรรม*.  
[https://www.nstda.or.th/home/knowledge\\_post/technology-readiness-levels/](https://www.nstda.or.th/home/knowledge_post/technology-readiness-levels/)
- Atinaf, M., Molla, A., & Anteneh, S. (2021). *Towards a resilient information system for agriculture extension information service: An exploratory study*. arXiv preprint arXiv:2108.09748. สืบค้นจาก <https://doi.org/10.48550/arXiv.2108.09748>
- Berlo, D. K. (1960). *The Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice*. New York: Holt, Rinehart, and Winston.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: NYU Press.
- Suebsombut, P., Sureephong, P., Sekhari, A., Chernbumroong, S., & Bouras, A. (2023). *Chatbot Application to Support Smart Agriculture in Thailand*. arXiv. <https://arxiv.org/abs/2308.02524>
-