

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีแนวคิดเกี่ยวกับภาวะวิกฤติอยู่หลายประการ ซึ่งเป็นแนวทางสำหรับวิเคราะห์และอธิบายผลของการวิจัยครั้งนี้ได้ ซึ่งแนวคิดดังกล่าวมีดังต่อไปนี้

- 1) แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะภาวะวิกฤติ
- 2) แนวคิดเกี่ยวกับการปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ เพื่อแก้ไขภาวะวิกฤติ
- 3) แนวคิดเกี่ยวกับสภาพการณ์ที่เกิดจากภาวะวิกฤติ
- 4) แนวคิดเกี่ยวกับหน้าที่ของการสื่อสารในภาวะวิกฤติ

1. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะภาวะวิกฤติ

เมื่อจะพิจารณาสถานการณ์ที่บุคคลหนึ่งกำลังเผชิญอยู่นั้น เป็นภาวะวิกฤติหรือไม่ คาร์ล เอ. สไลเคว (Karl A. Slaikeu 1984:53) ได้อธิบายถึงสิ่งที่บ่งบอกว่าสถานการณ์ที่กำลังอยู่ในภาวะวิกฤติ มักจะมีองค์ประกอบคือ

- 1) เกิดอย่างปัจจุบันทันด่วน กล่าวคือ ในขณะที่เหตุการณ์ต่าง ๆ ได้ดำเนินไปเรื่อย ๆ นับเป็นปี ๆ แต่ภาวะวิกฤติจะเกิดขึ้นอย่างทันทีทันใด
- 2) เกิดขึ้นโดยไม่คาดคิดมาก่อน แม้ว่าจะมีบางคนที่มีการเตรียมการสำหรับเหตุการณ์ในภาวะวิกฤติบ้าง แต่คนส่วนใหญ่ก็มักคิดเข้าข้างตนเองว่า น่าจะเกิดกับคนอื่นมากกว่า
- 3) มีคุณลักษณะของความฉุกเฉิน มีผลกระทบกระเทือนทั้งร่างกายและจิตใจ จำเป็นต้องมีการปฏิบัติการอย่างฉับพลันทันที โดยมีขั้นตอนที่เหมาะสม
- 4) มีผลกระทบต่อสาธารณชน เนื่องจากเหตุการณ์ต้องเกี่ยวข้องกับคนหมู่มาก ทั้งญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง จำเป็นต้องแก้ไขหรือดำเนินการต่อผู้ได้รับผลกระทบทันที

5) ก่อให้เกิดอันตรายและกระทบต่อสถานภาพ เมื่อเหตุการณ์ของภาวะวิกฤติเกิดขึ้น จะส่งผลโดยตรงให้ครอบครัวของผู้เสียหายสูงขึ้นหรือตกต่ำลงได้

นอกจากนี้ สไลคิว (1984:13) ยังได้พูดถึงทฤษฎีของวิกฤติไว้ว่า "วิกฤติ" เป็นภาวะที่ผิดหวังรุนแรงชั่วขณะและไม่สามารถจะจัดระเบียบใด ๆ ได้ มักไม่สามารถต่อสู้กับสถานการณ์นั้น ๆ ได้ และจะใช้ความเชื่อของตนเองในการแก้ปัญหา จึงก่อให้เกิดผลทั้งผลลบและผลบวก

เจมส์ เอ็น. โรสแมน (James N. Roseman 1969:415) ได้กล่าวถึงภาวะวิกฤติว่า เป็นเรื่องที่น่าสะพรึงกลัว เกิดขึ้นกะทันหัน และสร้างความตระหนกตกใจ

เมื่อเกิดภาวะวิกฤติขึ้นแล้วนั้น ควรมีการเข้าไปแทรกในเหตุการณ์เพื่อ ก่อให้เกิดผลในเชิงป้องกันใน 3 ลักษณะ (สไลคิว 1984:9) คือ

- 1) เพื่อลดความสับสนอลหม่าน
- 2) เพื่อลดผลกระทบของเหตุการณ์
- 3) เพื่อพยามไม่ให้เกิดความเสื่อมเสียหลังจากเกิดเหตุการณ์ขึ้น

เจมส์ เอ โรบินสัน (Robinson 1968:510-514) ได้อธิบายถึงความหมายของวิกฤติการณ์พอสรุปได้ว่า วิกฤติการณ์ หรือ crisis นั้น เป็นคำที่มีความหมายคล้ายคลึงกับคำว่า stress (ความฉุกฉะทุก) panic (ความอลหม่าน) disaster (ความหายนะ) violence (ความรุนแรง) เมื่อมองรวม ๆ แล้ว วิกฤติการณ์ ก็คือ สถานการณ์หรือเหตุการณ์อย่างหนึ่งที่เกิดขึ้นในกระบวนการตัดสินใจ ตกลงใจ เมื่อพิจารณาถึงลงไปเชิงทฤษฎี โรบินสันได้อ้างถึงงานค้นคว้าทางวิชาการของ ไวเนอร์และคาห์น (Wiener & Kahn) ซึ่งได้ทำการศึกษาและประมวลลักษณะของวิกฤติการณ์ว่ามีลักษณะทั่วไปถึง 12 มิติ (โรบินสัน 1968:510-511) ดังนี้

1. โดยทั่วไปแล้ววิกฤติการณ์ก็คือหัวเลี้ยวหัวต่อของเหตุการณ์ หรือการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง

2. วิกฤติการณ์ก็คือ สถานการณ์ซึ่งบุคคลผู้มีส่วนร่วมมีความต้องการในระดับสูงที่จะให้เกิดการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง
3. วิกฤติการณ์จะคุกคามต่อเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของผู้ที่เกี่ยวข้อง
4. วิกฤติการณ์เป็นเหตุการณ์ที่ตามมาจากการเกิดขึ้นของผลบางอย่างที่จะกำหนดอนาคตของผู้ที่เกี่ยวข้อง
5. วิกฤติการณ์ประกอบด้วยจุดบรรจบของเหตุการณ์ ซึ่งมีผลต่อการกำหนดสถานการณ์ใหม่
6. วิกฤติการณ์สร้างความไม่แน่นอนใจในการควบคุมสถานการณ์และในการสร้างทางเลือกต่าง ๆ ที่จะมีต่อเรื่องนั้น
7. วิกฤติการณ์ลดความสามารถที่จะควบคุมเหตุการณ์และผลที่จะเกิดขึ้น
8. วิกฤติการณ์ทำให้เกิดสภาวะฉุกเฉิน ซึ่งมักจะสร้างความฉุกเฉินและความวิตกกังวลในบรรดาผู้มีส่วนร่วม
9. วิกฤติการณ์ก็คือ สถานการณ์ที่ผู้มีส่วนร่วมในเหตุการณ์รู้สึกขาดสารสนเทศ (information) อย่างผิดปกติ
10. วิกฤติการณ์เพิ่มความกดดันทางด้านเวลาแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง
11. วิกฤติการณ์ถูกกำหนดโดยความเปลี่ยนแปลงของความสัมพันธ์ระหว่างผู้มีส่วนร่วม
12. วิกฤติการณ์เพิ่มความตึงเครียดระหว่างผู้มีส่วนร่วมโดยเฉพาะในวิกฤติการณ์ทางการเมืองซึ่งเป็นวิกฤติการณ์ระหว่างชาติต่าง ๆ

นอกจากนั้น มิลเลอร์และอิสโค (Miller & Iscoe) นักวิชาการซึ่งได้ศึกษาลักษณะของวิกฤติการณ์ในกระบวนการศึกษาทางจิตวิทยาและสังคมวิทยา ก็ได้สรุปลักษณะของวิกฤติการณ์ไว้ในทานองเดียวกับที่ไวเนอร์และคาร์ทน์สรุปไว้ (โรบินสัน 1968:511) คือ

1. วิกฤติการณ์นั้นมีลักษณะเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างรุนแรง มากกว่าจะเกิดขึ้นแบบเรื้อรังอย่างค่อยเป็นค่อยไป แต่อย่างไรก็ตามเป็นการยากที่จะกำหนดว่าวิกฤติการณ์แต่ละครั้งจะกินเวลานานเท่าใด

2. วิกฤติการณ์จะมีผลทำให้เกิดพฤติกรรมที่ "ไม่พึงปรารถนา" เช่น ความไร้ประสิทธิภาพ

3. วิกฤติการณ์คุกคามเป้าหมายของบุคคลหรือกลุ่มที่เกี่ยวข้อง

4. วิกฤติการณ์มีลักษณะ เป็นสิ่งที่จะต้องเทียบเคียงกับสิ่งอื่น (relative) สิ่งซึ่งเป็นวิกฤติการณ์สำหรับบุคคลกลุ่มหนึ่ง หรือผู้มีส่วนร่วมคนใดคนหนึ่งอาจไม่ใช่วิกฤติการณ์สำหรับผู้อื่น

5. วิกฤติการณ์เป็นสาเหตุของความตึงเครียดในอินทรีย์ (organism) ซึ่งมีทั้งทางร่างกายและจิตใจ

2. แนวคิดที่เกี่ยวกับการปฏิบัติการประชาสัมพันธ์เพื่อแก้ไขภาวะวิกฤติ

เมื่อเกิดภาวะวิกฤติขึ้น จำเป็นต้องนำการประชาสัมพันธ์เข้ามาเพื่อแก้ไขเหตุการณ์ ซึ่งผู้เชี่ยวชาญได้แนะนำไว้ว่า (อานวย วีรวรรณ 2527)

- การแก้ไขปัญหาวิกฤติการณ์จะต้องว่าไปตามลักษณะของปัญหา ต้องใช้ไหวพริบในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ถึงแม้จะมีการวางแผนระยะยาวไว้แล้วก็ตาม จะทำตามแผนที่วางไว้ตลอดไปไม่ได้ ในบางครั้งต้องมีความยืดหยุ่นบ้างพอสมควร

- เมื่อเกิดปัญหาขึ้นไม่ควรรอนาน ควรรีบแก้ไขทันที เพราะการแก้ไขภาพพจน์ครั้งแรกสำคัญมาก ถ้าแก้ไขไม่ดีอาจทำให้ปัญหายิ่งวิกฤติมากขึ้น และทำให้การแก้ไขต้องยืดเยื้อ

- การตอบคำถามหรือการแก้ข่าว ควรพูดเฉพาะในสิ่งที่เป็นจริง มีหลักฐานอ้างอิงอย่างเด่นชัด และควรพูดตามแนวที่เตรียมไว้ ไม่ควรพูดแบบแก้ปัญหาคำเฉพาะหน้าและไม่ควรพูดในลักษณะกลบเกลื่อนความจริง

- ควรให้ข่าวกับพรรคพวก หรือคนในองค์กรก่อน เพราะเป็นกลุ่มที่เข้าใจเหตุการณ์ได้ง่ายที่สุด และเป็นกลุ่มที่จะต้องถูกซักถามมากที่สุด คนกลุ่มนี้จะช่วยแก้ข่าวให้ได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้จะต้องพยายามกระจายความจริงออกไปให้มากที่สุดเพื่อกลบข่าวลือที่ไม่ถูกต้อง

- ควรแถลงความจริงให้สื่อมวลชนทราบโดยเร็วที่สุด เพราะสื่อมวลชนจะต้องเสนอข่าวทุกวัน เมื่อสื่อมวลชนทราบความจริง การเสนอเรื่องข่าวลือจะได้ลดน้อยลง

สำหรับการปฏิบัติการในแง่ประชาสัมพันธ์เมื่อเกิดภาวะวิกฤตินั้น เจมส์ อี. ลูคัสซิวสกี (James E. Lukaszewski 1990: 68-69) ได้สรุปการดำเนินการประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤติไว้ดังนี้

ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ส่วนหนึ่งใช้วิธีการประชาสัมพันธ์ที่ผิด เช่น

1. แกลงข่าวโดยไม่มีเตรียมการ
2. ให้ข้อมูลยุ่งยากสับสน
3. บล่อยให้มีการเล่าต่อ ๆ กันไป
4. แกลงข่าวแบบหลบเลี่ยง
5. ผู้บริหารสูงสุดไม่ลงมาแก้ปัญหาด้วยตนเอง
6. ไม่แถลงข้อเท็จจริงแก่สาธารณชน

ลูคัสซิวสกี ได้เสนอแนวความคิดที่ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ควรดำเนินการเมื่อเกิดภาวะฉุกเฉิน ดังนี้

1. การวิเคราะห์เหตุการณ์ วิเคราะห์เหตุการณ์ว่ากำลังเกิดอะไรขึ้น การตัดสินใจที่จะแจ้งข่าวสารแก่ฝ่ายบริหารและสาธารณชน โดยมุ่งที่จะสร้างความเข้าใจและให้เกิดการรับรู้ที่ถูกต้องแก่ผู้รับสาร และควรให้ข้อมูลอย่างต่อเนื่อง พยายามประสานงานหรือควบคุม กระแสข่าวสาร เนื้อหาข่าว ผู้แถลงข่าว และแผนต่าง ๆ ให้ได้

2. จัดคณะทำงาน ควรมีการจัดเตรียม หรือฝึกคณะทำงาน ผู้แถลงข่าว และทีมงานสนับสนุน เพื่อให้มีอิสระในการปฏิบัติงานในภาวะฉุกเฉิน

3. การสร้างเครือข่ายข่าวสาร ควรสร้างขอบข่ายข่าวสารให้มีประสิทธิภาพสูงสุด โดยอาศัยผู้แถลงข่าว และข่าวสารที่เหมาะสมทั้งในและต่างประเทศ

โดยสรุปแล้ว องค์ประกอบในการสร้างความเข้าใจ และกลยุทธ์การสื่อสารทั้งภายในและภายนอกในภาวะฉุกเฉิน คือ พยายามลดความกดดัน และความรุนแรงลงให้ได้

นอกจากนั้น ลูคัสชีวสก็ได้กล่าวเพิ่มเติมอีกว่า เนื้อหาของข่าวสารที่จะใช้แถลงในภาวะฉุกเฉินควรตอบคำถามเหล่านี้ได้

- เกิดอะไรขึ้น
- เกิดขึ้นเมื่อไร
- เหตุเกิดจากอะไร
- มีผู้ใดได้รับบาดเจ็บไหม
- ความเสียหายเกิดขึ้นมากน้อยเพียงใด
- มีอะไรจะเป็นสาเหตุให้เกิดความเสียหายต่อไปอีกหรือไม่
- ใครรับผิดชอบ
- อะไรที่ผิด
- ฝ่ายบริหารจะทำอะไรต่อไปเกี่ยวกับสิ่งที่เกิดขึ้น
- เมื่อไรจะได้รับข้อมูลเพิ่มเติม

แนวทางการบริหารงานประชาสัมพันธ์เมื่อเกิดภาวะฉุกเฉิน มีดังนี้

1. ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ควรคำนึงถึงว่าจะทำอะไร และจะพูดอะไร เมื่อเกิดภาวะฉุกเฉินใน 2-3 ชั่วโมงแรก
2. ก่อนที่สื่อมวลชนจะติดต่อเข้ามา ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ควรจัดตั้งหน่วยรับโทรศัพท์สำหรับสื่อมวลชน และจัดเตรียม ชื่อผู้สื่อข่าว, ชื่อสื่อ, ที่อยู่, หมายเลขโทรศัพท์, หัวข้อที่สอบถามเข้ามา, คำถามที่ต้องการให้ตอบ, กำหนดวัน (Deadline) ของการให้คำตอบ รวมทั้งบุคคลที่นักข่าวต้องการสัมภาษณ์
3. ผู้บริหารประชาสัมพันธ์ ควรมีการเตรียมข้อมูลที่ถูกต้องที่จะแถลง และเตรียมผู้แถลงข่าวที่เหมาะสม

4. จัดเตรียมผู้ที่จะให้สัมภาษณ์นักข่าวได้
5. เตรียมห้องแถลงข่าวสำหรับสื่อโทรทัศน์ หรือบางที่อาจเตรียมการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ไว้ด้วย
6. แจ้งให้พนักงานในองค์กรทราบถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น และสิ่งที่กำลังจะเกิดขึ้น สิ่งที่จะแถลงข่าว เพื่อให้พนักงานรับทราบของตน และควรให้ได้รับข้อมูลเดียวกับที่จะแถลงข่าว
7. จัดห้องให้สื่อมวลชนเป็นสัดส่วน พร้อมอุปกรณ์อำนวยความสะดวก เพื่อให้เขาสามารถทำงานได้อย่างเต็มที่
8. ควรกำหนดเวลาการแถลงข่าว หรือแจ้งข้อมูลเพิ่มเติมเป็นระยะ ๆ ให้ทุกคนได้รับข้อมูลข่าวสารเดียวกัน พร้อม ๆ กัน
9. หลังการแถลงข่าว ควรมีการสรุปผลเป็นเอกสารประชาสัมพันธ์ เวียนออกไปให้ผู้บริหารท่านอื่น ๆ ทราบด้วย
10. ควรมีการติดตามข่าวสารในสื่อมวลชน เพื่อดูผลจากการแถลงข่าว หรือเพื่อหาข้อมูล หรือแง่มุมใหม่ที่อาจปรากฏออกมา
11. ความผิดพลาดอาจเกิดขึ้นได้ ต้องปล่อยให้ผ่านไปจนกว่าจะมีข้อมูลที่ถูกต้อง แล้วจึงติดต่อแจ้งแก่สื่อมวลชนในข้อเท็จจริงนั้น

3. แนวคิดเกี่ยวกับสภาพการณ์ที่เกิดจากภาวะวิกฤติ

3.1 สภาพการณ์ตื่นตระหนก

เมื่อเกิดภาวะวิกฤติขึ้น สิ่งที่จะตามมาก็คือ ความตื่นตระหนกของฝูงชน ซึ่งเราอาจจะให้คำจำกัดความได้ว่า ความตื่นตระหนกของฝูงชน (Collective Excitement) หมายถึง สภาพของอารมณ์ตั้งเครียดที่เกิดขึ้นกับสาธารณชน คำว่า

สาธารณชนในที่นี้อาจครอบคลุมถึงประชาชนทั้งหมดในสังคมก็ได้ หากว่าสังคมนั้น กำลังอยู่ในสภาวะสงคราม หรืออาจหมายถึงคนในกลุ่มเล็ก ๆ กลุ่มใดกลุ่มหนึ่งก็ได้

การเกิดสภาพตื่นตระหนกของฝูงชน อาจเกิดขึ้นได้เองโดยธรรมชาติ หรืออาจเกิดขึ้นจากการได้รับข่าวสารไม่กระจ่างชัด หรือมีแหล่งข้อมูลมากเกินไป หากว่าแต่ละแหล่งหยิบยกประเด็นที่ไม่ถูกต้องตรงกัน ก็จะก่อให้เกิดความสับสนขึ้นมา นอกจากนี้ ในบางครั้งข่าวสารนั้นก็มีเนื้อหาที่อาจกระตุ้นให้เกิดความตื่นตระหนกเกินกว่าเหตุได้ การศึกษาสภาพความตื่นตระหนกของฝูงชนมี 3 ระดับ คือ

1. ความตื่นตระหนกอย่างรุนแรง (High Collective Excitement) คือ สภาพความตื่นเต้นตกใจหรือความตึงเครียดอย่างรุนแรง เกิดขึ้นจากสภาพเงื่อนไขในสังคมที่ประสบความหายนะ ความเสียหาย ที่อาจเกิดขึ้นโดยธรรมชาติหรือเกิดขึ้นจากการกระทำของประชาชนในสังคมนั้น เช่น การประสบกับภัยทางธรรมชาติ ได้แก่ น้ำท่วม แผ่นดินไหว อัคคีภัย หรือเกิดจากสภาพสงคราม การปฏิวัติ การจลาจล ฯลฯ สภาพการณ์ดังกล่าวเมื่อเกิดขึ้นแล้วจะแผ่ขยายออกไป และมีผลกระทบต่อประชาชนในสังคมเป็นจำนวนมาก และคาดคะเนเหตุการณ์ล่วงหน้าได้ยาก สภาพดังกล่าวนี้ทำให้ประชาชนเกิดความตึงเครียดทางอารมณ์ และมีความต้องการข่าวสารมาก ทั้งข่าวสารที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ หรือเรียกกันว่า "ข่าวลือ" เมื่อมีความต้องการข่าวสารมาก ผู้รับข่าวสารจะมีการกลั่นกรองน้อย ความเร็วในการแพร่กระจายข่าวสารมีมาก ลักษณะเนื้อหาของข่าวสารส่วนมากเป็นแบบไม่เป็นทางการ และมีลักษณะที่ก่อให้เกิดการแสดงออกทางอารมณ์ร่วมกันต่อเหตุการณ์ที่ประสบร่วมกัน ลักษณะของข่าวสารไม่มีความแน่นอน

2. ความตื่นตระหนกระดับกลาง (Moderate Collective Excitement) คือ สภาพความตื่นตระหนกในระดับปานกลาง เกิดขึ้นจากเงื่อนไขบางประการที่เกิดขึ้นจากการแก้ปัญหาหรือเผชิญปัญหาในสังคม เช่น การเกิดปัญหาทางเศรษฐกิจ การเมือง หรือสังคม การตัดสินใจของรัฐบาลที่มีผลต่อประชาชน หรือแม้แต่การประสบกับภัยธรรมชาติ ภาวะจลาจล ความวุ่นวายทางสังคม ที่มีระดับความรุนแรงน้อยกว่าสภาพที่เกิดขึ้นในข้อแรก สภาพความตื่นตระหนกที่เกิดขึ้นมีผลต่อการรับข่าวสาร ความต้องการข่าวสารและการกลั่นกรองข่าวสารในระดับปานกลาง

3. ความตื่นตระหนกระดับต่ำ (Low Collective Excitement) คือ สภาพความตื่นตระหนกเล็กน้อย เป็นความตึงเครียดเล็ก ๆ น้อย ๆ ที่เกิดขึ้นตามปกติของการดำรงชีวิตอยู่ในสังคม เช่น การเผชิญในการทำงาน หรือความวุ่นวายเล็กน้อยในชีวิตประจำวัน สภาพดังกล่าวมีผลต่อการรับข่าวสาร ความต้องการข่าวสาร ตลอดจนการแพร่กระจายข่าวในระดับต่ำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งข่าวลือมีการแพร่กระจายน้อย ข่าวลือที่เกิดขึ้นมีหน้าที่เป็นเพียงส่วนเสริมจากข่าวสารที่เป็นทางการในบางเรื่องเท่านั้น

การศึกษาเรื่องความตื่นตระหนกของฝูงชนมีความสำคัญ เพราะเหตุว่าสภาพของความตื่นตระหนกเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กับการสื่อสารในสังคม โดยเฉพาะการสื่อสารกับมวลชน บางครั้งสื่อมวลชนมิได้ตั้งใจที่จะกระจายข่าวสารเพื่อสร้างความตื่นตระหนกแก่ฝูงชนโดยตรง แต่จากบทบาทหน้าที่หลัก (function) ของสื่อมวลชน คือ การรายงานข่าวหรือการสอดส่องความเป็นอยู่ของสังคมให้ประชาชนรับทราบ แต่หากมีการรายงานข่าวในเรื่องหนึ่ง ๆ ที่ได้รับจากแหล่งข้อมูลที่มีความเข้าใจในเรื่องนั้น ๆ ไม่เพียงพอ อาจทำให้เกิดบทบาทหน้าที่ที่ให้ผลเสีย (dysfunction) คือ การสร้างความตื่นกลัวและกังวลใจแก่ประชาชนผู้รับสารขึ้นมาได้

3.2 สภาพการณ์สูญเสีย

เมื่อเกิดภาวะวิกฤติ สิ่งที่จะเกิดตามมาคือ การสูญเสีย ดังนั้น ในการศึกษาภาวะวิกฤติ จึงจำเป็นต้องเข้าใจถึงความหมายของการสูญเสีย (The Concept of Loss) ซึ่งสามารถจะรวบรวมแนวคิดได้ว่า การที่บุคคลขาดหรือไม่ได้รับสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่จะสนองต่อความต้องการพื้นฐานที่ตนเองต้องการ สิ่งที่บุคคลสูญเสียนั้น อาจเป็นสิ่งที่อยู่ภายนอกหรือภายในร่างกายก็ได้

พฤติกรรมการแสดงออกที่เกิดจากการสูญเสียที่สำคัญ ได้แก่ ความรู้สึกเศร้าโศก ซึ่งเป็นความรู้สึกที่เกี่ยวข้องกับความเจ็บปวดทางจิตใจ เกิดความทุกข์ทรมานทางใจ จะมีผลต่อการดำเนินชีวิตประจำวันเป็นอย่างมาก กระบวนการของความเศร้าโศกที่ปกติจะใช้เวลาประมาณ 2 สัปดาห์ ถึง 2 เดือน บุคคลที่ประสบการสูญเสียจะพยายามใช้กลไกทางจิตใจในการปรับความทุกข์ทรมานใจที่ละน้อย

ค่อยเป็นค่อยไปจนสามารถยอมรับความเป็นจริงได้ อย่างไรก็ตามหากการสูญเสียนั้นเป็นประสบการณ์ทันทีทันใดที่บุคคลไม่ได้เตรียมพร้อมทางจิตใจมาก่อน ระยะเวลาของความเศร้าโศกอาจจะนานออกไปได้

ผู้ประสบภาวะวิกฤติทุกคนจะประสบกับภาวะการสูญเสีย เนื่องจากภาวะดังกล่าวมักจะเกิดขึ้นอย่างทันทีทันใดและรุนแรง ไม่มีการเตรียมตัวมาก่อน จึงเกิดความรู้สึกทุกข์ทรมานใจ จากการสูญเสียศักยภาพในด้านการงาน การหาเลี้ยงครอบครัว อาณาจักรและความสำคัญในตนเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งสูญเสียการหาหน้าที่ของร่างกายบางส่วน สูญเสียความรู้สึกในคุณค่าของตนเอง สูญเสียความเข้มแข็ง และสมรรถภาพด้านต่าง ๆ ที่เคยกระทำได้

จอร์จ แอล. เอนเจล (George L. Engel : 1964) ได้แบ่งระยะของความเศร้าโศก ซึ่งเกิดจากการสูญเสียออกเป็น 3 ระยะ ในแต่ละระยะผู้สูญเสียจะมีปฏิกิริยาตอบสนองแตกต่างกันออกไปดังนี้คือ

1. ระยะที่มีอาการตื่นตระหนกและไม่เชื่อ (Shock and Disbelief) ปฏิกิริยาระยะแรก เมื่อรับรู้ว่ามี การสูญเสียเกิดขึ้น คือ ตกใจ ตื่นตระหนก และไม่เชื่อว่าสิ่งที่เกิดขึ้นเป็นความจริง จะปฏิเสธเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น โดยมีความหวังว่าการสูญเสียจะไม่ปรากฏให้เห็นหรือให้ได้ยิน

พฤติกรรมตอบสนองทางจิตใจในระยะนี้ ได้แก่ การใช้กลวิธีการปฏิเสธ ไม่ยอมรับเพื่อปกป้องตนเองจากความรู้สึกทางอารมณ์ที่เกิดขึ้นอย่างรุนแรง ปฏิกิริยาการแสดงออกที่แสดงถึงการปฏิเสธไม่ยอมรับความจริงของผู้สูญเสียอาจมีได้หลายอย่าง เช่น แสร้งทำเป็นร่าเริงแจ่มใส เพื่อฝืน ความคิดและกิริยาท่าทางมักจะไม่สัมพันธ์กัน

2. ระยะที่รับรู้การสูญเสีย (Developing Awareness of Loss) เป็นระยะที่ผู้สูญเสียเริ่มตระหนักในความเป็นจริงว่า ตนเองได้มีการสูญเสียหลายอย่างเกิดขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งสูญเสียศักยภาพในการหาหน้าที่ต่าง ๆ สูญเสีย

ความเป็นอิสระที่จะพึ่งตนเอง สูญเสียความรู้สึกยอมรับนับถือในคุณค่าตนเอง ผู้ประสบภัยที่อยู่ในภาวะวิกฤติมาก ก็ยังมีความรู้สึกสูญเสียเหล่านี้มากขึ้น

พฤติกรรมการแสดงออกที่นำมาใช้เพื่อต่อต้านความรู้สึกเศร้าเสียใจในระยะนี้อาจมีหลายอย่าง เช่น ความโกรธ ความไม่พึงพอใจ และความก้าวร้าวต่อบุคคลในครอบครัวที่มาเยี่ยมหรือผู้ที่มาติดต่อ

3. ระยะที่ปรับตัวคืนสู่สภาพปกติ (Restitution) เป็นระยะสุดท้ายของความเศร้าโศกจากการสูญเสีย ผู้สูญเสียได้ทดสอบความเป็นจริง โดยการยอมรับความสูญเสียที่เกิดขึ้นที่ละน้อยและค่อย ๆ เป็นไป ถึงแม้จะยังคงมีความเจ็บปวดและเศร้าเสียใจ และพฤติกรรมตอบสนองทางอารมณ์จะค่อย ๆ ผ่อนคลายลง ผู้สูญเสียจะอยู่ในระยะของการปรับภาวะทางจิตใจได้และเริ่มเผชิญกับภาวะเจ็บป่วยที่ประสบอยู่ตามความเป็นจริง โดยการยอมรับสภาพความจำกัดของตนเองที่เกิดขึ้นจากภาวะเจ็บป่วยที่วิกฤตินั้น ในระยะนี้ผู้สูญเสียจะมีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของตนเองเพื่อให้สามารถเข้ากับสภาพการณ์ที่จำเป็นต่อการปรับตัวเพื่อรักษาภาวะสมดุลของการดำรงชีวิตต่อไป

สภาวิจัยแห่งชาติแห่งสหรัฐอเมริกา (The National Research Council) ได้ศึกษาถึงความสูญเสียที่สังคมตอบรับกับภาวะวิกฤติว่า แบ่งได้เป็น 5 ระยะ ด้วยกันคือ

- 1) ระยะก่อนความสูญเสีย
- 2) ระยะการสับสน และ
- 3) ระยะความเจ็บปวดทรมาน เกี่ยวเนื่องกับการตอบสนองที่ขาดระบบ
- 4) ระยะการจัดการกับปฏิกิริยาของสังคม
- 5) ระยะหลังความสูญเสีย เมื่อสังคมจะต้องได้รับการพุ่มพักให้กลับเข้าสู่สภาพเดิม และผลที่ถาวรแห่งความสูญเสียจะต้องได้รับการดำเนินการด้วย

ในแต่ละระยะจะต้องใช้การสื่อสารที่เฉพาะตัว เพื่อตอบสนองความรู้สึกที่แตกต่างกัน ซึ่งรูปแบบการสื่อสารควรจะต้องเหมาะสมกับความสูญเสีย และประเภทของอุบัติเหตุ แต่มีใช้เหมาะกับผู้ที่อยู่นอกเหตุการณ์ เนื่องจากไม่มีการเตือนล่วงหน้าในเรื่องการสูญเสีย จึงไม่มีการเตรียมตัวทั้งร่างกายและจิตใจ แต่การสูญเสียสามารถที่จะคลายความรู้สึกของการสูญเสียได้โดยใช้การสื่อสารเข้าไปช่วย ดังนั้นจึงต้องศึกษาหน้าที่ของการสื่อสาร เพื่อจะได้เฝ้าระวังการสื่อสารมาใช้เพื่อลดความรู้สึกเมื่อเกิดความรู้สึกสูญเสียได้อย่างถูกต้อง

4. แนวคิดเกี่ยวกับหน้าที่ของการสื่อสาร (Functions of Communication)

ในภาวะวิกฤติ

สิ่งที่จะช่วยสร้างความเข้าใจให้คนในสังคมได้อย่างดีที่สุดก็คือการ "สื่อสาร" เนื่องจากการสื่อสารจะเป็นกุญแจดอกสำคัญที่จะไขไปสู่ความรู้สึกทั้งบวกและลบของคนในสังคม ซึ่งเราสามารถพิจารณาได้โดยหน้าที่ (Function) ของการสื่อสารมาพิจารณาได้ คือ การสื่อสารโดยตัวมันสามารถอธิบายถึงหน้าที่ให้เราเข้าใจว่า มนุษย์มีการสื่อสารติดต่อที่แตกต่างกันออกไปในหลายลักษณะ ซึ่งบางครั้งอาจจะมีหน้าที่หลาย ๆ หน้าที่ในสารเดียวกันก็ได้ ซึ่งเราสามารถจะแบ่งหน้าที่ของการสื่อสารได้เป็น 4 ลักษณะ ตามแนวคิดของ เฟรดเดอริค (Frederick 1989: 72-81) ได้ดังนี้

1. การสื่อสารเพื่อทราบข้อมูล (Information) หมายถึงข้อเท็จจริงเพียงอย่างเดียว ไม่มีการจูงใจ ไม่มีสาระบันเทิงหรือบันเทิงสนทนาใด ๆ อื่น การสื่อสารทุกชนิดจะไม่เกิดขึ้นหากไม่มีข้อมูล แต่ข้อมูลก็ไม่ได้เป็นพื้นฐานขั้นต้นของการสื่อสาร ข้อมูลเป็นมูลฐานของความจริง เราสามารถหาข้อมูลได้จากแฟ้มคอมพิวเตอร์ หรือหาโดยผ่านแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เช่น ห้องสมุด หนังสือพิมพ์ เราสามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างมากมาย และเรายังสามารถคาดการณ์ล่วงหน้าเกี่ยวกับข้อมูลในสังคมปัจจุบันได้เป็นอย่างดี และสิ่งเหล่านี้ยังทำให้เรารู้เกี่ยวกับข้อมูลของธุรกิจอีกด้วย

2. การสื่อสารเพื่อความบันเทิง (Entertainment) ในที่นี้ไม่ได้หมายความว่าความถึง ความสนุกสนาน ความสำราญ แต่หมายถึงความน่าสนใจในการสื่อสาร หากเราใช้ข้อมูลเพียงอย่างเดียว อาจทำให้การสื่อสารไม่ดีเท่าที่ควร เราควรสอดแทรกความบันเทิงลงในเนื้อหา จะทำให้ข้อมูลนั้นน่าสนใจมากขึ้น เช่น รายการเซซิมีสตรีท (Sesame Street) ทางสถานีโทรทัศน์ในสหรัฐอเมริกา เป็นรายการที่ให้ความรู้แก่เด็ก ๆ ถ้าเขาสอนเด็ก ๆ โดยไม่สอดแทรกอย่างอื่นเลย รายการนี้อาจจะไม่มีเด็กคนไหนดูเลยก็ได้ แต่เขาได้สอดแทรกความบันเทิงไว้ในรูปแบบต่างๆ ประกอบกับการสอน จึงทำให้น่าสนใจมาก เช่น การเรียนรู้เกี่ยวกับอักษร E เขาก็มีเพลงและการ์ตูนประกอบ ทำให้เด็ก ๆ สนใจและสนุกสนาน อักษร E จึงมีความน่าสนใจมากขึ้น และในสังคมธุรกิจปัจจุบันนี้ความบันเทิงก็เป็นปัจจัยสำคัญในการสื่อสาร ความบันเทิงนี้ เนื้อสารจะเน้นที่ให้ความรู้สึกทางอารมณ์เป็นสำคัญ

3. การสื่อสารเพื่อการแนะนำ (Instruction) หมายถึง การตีความจากข้อเท็จจริง ซึ่งหมายถึง การสาธิต การแสดง กรรมวิธีต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการสาธิตอะไรก็ตาม ถือเป็นคำแนะนำ เช่น การที่พ่อแม่สาธิตวิธีการแปรงฟันให้แก่อีกเด็ก ๆ ดู หรือการที่หนังสือพิมพ์ชี้แจงสถานการณ์ของเศรษฐกิจ ถ้าในการติดต่อสื่อสารมีเพียงการแนะนำสาธิต ก็จะมีคามน่าสนใจน้อย จึงต้องเติมความบันเทิงหรือการจูงใจลงในสารนั้น ในกระบวนการนี้จะทำให้เรารู้ถึงความแตกต่างว่า การติดต่อสื่อสารที่ดีที่สุดควรทำอย่างไร

4. การสื่อสารเพื่อการจูงใจ (Persuasion) เป็นขั้นตอนที่ซับซ้อนที่สุด เพราะจะรวมทั้งข้อมูล ความบันเทิง การแนะนำ ขั้นตอนนี้ต้องคำนึงถึงความเชื่อ และพฤติกรรมของประชาชน เพื่อที่จะจูงใจให้ถูกทาง

สารที่มีการจูงใจจะประสบความสำเร็จต้องเป็นดังต่อไปนี้

1. ได้มาซึ่งความใส่ใจและความสนใจของพวกเขา
2. ทำให้เราเข้าถึงปัญหา หรือข้อความที่เราถูกถามว่าต้องการจะให้เชื่อหรือทำตาม
3. ให้เหตุผลส่วนตัวกับเขา เพื่อตอบปัญหาหรือข้อความสั้น ๆ

4. ทำให้เรามีการเคลื่อนไหว เพื่อแสดงว่าเรายอมรับที่กระทำ หรือ
เชื่อในสิ่งที่กล่าวมา

การจูงใจจะเกิดขึ้นในทุก ๆ ที่ของการดำเนินชีวิตของเรา ซึ่งจะใช้
บ่อยมากแต่ไหนขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ของผู้สื่อสาร สิ่งที่สำคัญของความสัมพัธ์ก็มี
พื้นฐานมาจากความคุ้นเคยซึ่งกันและกัน ในแง่ของความต้องการพิเศษ ๆ และความ
ปรารถนาต่าง ๆ ที่จะเป็นตัวทำให้เข้าใจ และเชื่อใจกันระหว่างทั้ง 2 ฝ่าย การ
จูงใจนั้นจะประสบความสำเร็จในกรณีที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารได้ตอบกันเพียง 2 คน
มากกว่าการติดต่อแบบสื่อมวลชน การจูงใจนั้นจะเป็นพื้นฐานที่จะพัฒนาความสัมพันธ์
ของมนุษย์

ทฤษฎีนี้ยังมีอีก 2 ตัวแปร คือ ผู้รับสาร กับ ผู้ส่งสาร อาจทำให้การ
ติดต่อสื่อสารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพหรือล้มเหลว ดังนั้น จึงต้องขึ้นอยู่กับวิจาร์ณ-
ญาของผู้ส่งสารว่า ควรจะใช้วิธีไหน และใช้อย่างไร จึงจะสื่อสารได้อย่างมี
ประสิทธิภาพมากที่สุด แชนนอน และ วีเวอร์ (Shannon and Weaver) ได้กล่าว
ไว้ว่า สิ่งรบกวนทางจิตใจ (Psychological noise) ได้แก่ อคติ อารมณ์
ปัญหาในใจของผู้ฟัง จะเป็นเหตุที่ทำให้เกิดการจำกัดประสิทธิภาพการถ่ายทอดสาร
ทำให้การสื่อสารไม่สามารถบรรลุผลเท่าที่ควร

จากแนวคิดที่รวบรวมทั้งหมด ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะภาวะวิกฤติ
การปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ เพื่อแก้ไขภาวะวิกฤติ ตลอดถึงสภาพการณ์ที่เกิดจากภาวะ
วิกฤติและหน้าที่ของการสื่อสารในภาวะวิกฤติ ผู้วิจัยจะได้นำไปใช้อธิบายถึงสิ่งที่ได้
ค้นพบจากกรณีศึกษาเครื่องบินของ บริษัท เดินอากาศไทย จำกัด ประสบอุบัติเหตุ
โดยแนวทางขั้นตอนการศึกษาวิจัยนั้นจะนำเสนอในบทต่อไป