

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเด็กค้อยโอกาส ความตระหนัก ความเชื่อถือ และการตัดสินใจของประชาชนในการให้การสนับสนุนองค์การเอกชนที่พัฒนาเด็กและเยาวชน ศึกษาเฉพาะกรณีประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้นำทฤษฎี แนวความคิด ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาศึกษา เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิจัย ดังนี้

ตอนที่ 1 ทฤษฎีและแนวคิดด้านการสื่อสาร ซึ่งได้แก่ ทฤษฎีทางการสื่อสาร, การเปิดรับข่าวสาร, ทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อมวลชน และสื่อบุคคล, แนวความคิดเกี่ยวกับความตระหนัก, แนวความคิดเกี่ยวกับความเชื่อถือ และทฤษฎีการตัดสินใจ

ตอนที่ 2 แนวความคิดเกี่ยวกับองค์การเอกชน ที่พัฒนาเด็กและเยาวชน (NGOs เด็ก) ซึ่งจะกล่าวถึง ประวัติความเป็นมา, ลักษณะขององค์การเอกชน ที่พัฒนาเด็กและเยาวชน ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน, การส่งเสริมเด็กค้อยโอกาส และการดำเนินงานขององค์การเอกชน ที่พัฒนาเด็กและเยาวชน

ตอนที่ 3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีทางการสื่อสาร

การสื่อสาร หมายถึง การถ่ายทอดข่าวสารจากผู้ส่งสารผ่านสื่อไปยังผู้รับสาร ซึ่งสามารถแบ่งเป็นองค์ประกอบย่อย ๆ ได้แก่ ผู้ส่งสาร, สาร, สื่อหรือช่องทางในการสื่อสาร, ผู้รับสาร และปฏิกิริยาตอบกลับ

จอร์จ เกร็บเนอร์ (George Gerbner, 1956) ได้ให้ความหมายของการสื่อสารไว้ว่า การสื่อสารคือ กระบวนการที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารมีปฏิสัมพันธ์กันในสภาพแวดล้อมทางสังคมเฉพาะ

การสื่อสารจึงมีความสำคัญและเป็นพื้นฐานของการมีปฏิริยาของมนุษย์ มนุษย์เราสามารถศึกษาว่ามีอะไรเกิดขึ้นบ้าง เมื่อมีการกระทำทางการสื่อสาร หรือในกระบวนการสื่อสารมีองค์

ประกอบอะไรบ้าง และในองค์ประกอบเหล่านั้นมีความสัมพันธ์กันอย่างไร ดังนั้นทฤษฎีทางการสื่อสาร จะช่วยทำหน้าที่เป็นตัวเปรียบเทียบเกี่ยวกับสิ่งที่กำลังศึกษา เพื่อสร้างความเข้าใจให้แจ่มชัดขึ้น เพราะจะสามารถลดความเป็นนามธรรมให้น้อยลง

ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน

การสื่อสารมวลชน หมายถึง การที่ผู้ส่งสารส่งข่าวผ่านสื่อมวลชน ไปยังผู้รับสารจำนวนมาก ได้ในระยะเวลาอันรวดเร็ว กระบวนการสื่อสารมวลชนประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ คือ องค์การสื่อมวลชน ในฐานะผู้ส่งสาร, มวลชน ในฐานะผู้รับสาร ผู้รับสารแต่ละคนมิได้อยู่โดดเดี่ยว แต่จะมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม ซึ่งกลุ่มสังคมเหล่านี้มักจะมีอิทธิพลต่อการรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ จากสื่อมวลชนเสมอ ซึ่งช่องทางในการถ่ายทอดข่าวสาร หรือสื่อมวลชนนั้น สามารถแบ่งเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ สื่อสิ่งพิมพ์, สื่อวิทยุกระจายเสียง และสื่อโทรทัศน์

บทบาทของสื่อมวลชนต่อสังคม

เนื่องจากการสื่อสารมวลชน เป็นช่องทางการสื่อสารที่สำคัญในการเชื่อมโยงระหว่างผู้ส่งสาร (สถาบันต่าง ๆ เช่น รัฐบาล หรือ สถาบันบริษัทขนาดใหญ่) กับผู้รับสาร (ประชาชน) จำนวนมาก จึงทำให้สื่อมวลชนกลายเป็นสถาบันที่มีบทบาทและอิทธิพลสูงมากในสังคมปัจจุบัน การขาดความเข้าใจในสื่อมวลชน ก็จะทำให้ขาดความเข้าใจถึงสังคมในแก่นแท้ เพราะสื่อมวลชนเป็นภาพสะท้อนของสังคมได้อย่างแจ่มชัด ยิ่งกว่านั้น หากปราศจากสื่อมวลชนแล้ว ก็เสมือนหนึ่งสังคมที่ขาดความมีชีวิต ขาดความเคลื่อนไหว

หน้าที่และภารกิจของสื่อมวลชน

หน้าที่และภารกิจของสื่อมวลชนที่สำคัญได้แก่

1. การสอดส่องแจ้งข้อเท็จจริงให้กับสังคม (Surveillance) โดยการรายงานข่าวและการนำเสนอข่าวที่เกิดขึ้น แจ้งให้ประชาชนรับทราบ การนำเสนอข่าวจะต้องเป็นสารสนเทศ หรือข้อเท็จจริงที่ได้จากเหตุการณ์หรือแหล่งข่าว มิใช่เกิดจากการตีความ และสอดคล้องค่านิยมส่วนตัวของสื่อมวลชน
2. การวิพากษ์วิจารณ์สังคม (Correlation) การวิพากษ์วิจารณ์เป็นผลพวงจากการให้คุณค่าของข่าวที่เกิดขึ้นภายในสังคม การวิจารณ์จึงไม่ใช่ข้อเท็จจริง แต่เป็นการแปลความหมายจากเนื้อหาของข่าวที่เกิดขึ้น ดังนั้นการวิพากษ์วิจารณ์จึงเป็นการเชื่อมโยงปรากฏการณ์ของข่าวนั้น ๆ กับทัศนคติของผู้เขียนเพื่อสนองต่อสภาพแวดล้อม หรือบรรยากาศของสังคมในขณะนั้น ๆ งานของสื่อมวลชนใน

เชิงนี้ จึงมีลักษณะเป็นการนำเสนอเพื่อโน้มน้าวให้ผู้รับสารคล้อยตามสื่อมวลชน ทั้งนี้เพื่อหวังผลให้เกิดความสอดคล้องทางความคิด และเอกภาพทางสังคม ในการนำไปสู่สิ่งที่คิดว่า

3. การถ่ายทอดมรดกทางสังคม (Heritage) สื่อมวลชนสามารถให้ความรู้แก่ผู้รับสารได้ทั้งโดยทางตรง (การศึกษา) และทางอ้อม (การเรียนรู้) มรดกสังคมที่ผ่านสื่อมวลชนสะท้อนถึงวัฒนธรรมของสังคม และประสบการณ์ส่วนบุคคลของนักสื่อมวลชน การถ่ายทอดมรดกทางสังคมของสื่อมวลชนจึงแทรกอยู่ทั่วไปโดยตรง และแทรกอยู่ระหว่างบรรทัดในการนำเสนอของสื่อมวลชน การย้อนกลับไปศึกษางานของสื่อมวลชนในอดีต ย่อมทำให้เห็นประวัติศาสตร์ทางความคิดของสังคมในยุคต่าง ๆ ได้เสมอ
4. กิจกรรมบันเทิง (Entertainment) เดิมลาสเวลล์ (Lasswell, 1948) ได้ชี้ให้เห็นว่าหน้าที่ของสื่อมวลชนมี 3 ประการข้างต้น แต่ชาร์ล อาร์ ไวท์ (Charles R. Wright, 1975) ได้เพิ่มเติมภารกิจของสื่อมวลชนอีกประการหนึ่ง คือ การนำเสนอกิจกรรมบันเทิง หลายคนย่อมปฏิเสธไม่ได้ว่าสื่อมวลชนทุกแขนง มักนำเสนอด้านบันเทิงมากกว่าด้านอื่น ๆ ชึ่งในปัจจุบันแล้ว การเปิดรับสื่อมวลชนของบุคคลส่วนใหญ่ ก็เพื่อแสวงหาความบันเทิงให้กับตนเอง หรือมิฉะนั้น ก็เพื่อต้องการทราบความเคลื่อนไหวของกิจกรรมบันเทิง (สุรพงษ์ โสภนะเสถียร, การสื่อสารกับสังคม : 2533)

หน้าที่และภารกิจของสื่อมวลชนดังกล่าว เกี่ยวข้องกับการวิจัยครั้งนี้ โดยในการที่สื่อมวลชนจะเสนอข่าวสารต่าง ๆ ไปยังประชาชนนั้น จะต้องเป็นไปตามหน้าที่หรือภารกิจที่เหมาะสม มิใช่ว่าเสนอข่าวสารอย่างไร้ขอบเขต ซึ่งอาจจะก่อให้เกิดผลในเชิงลบ หรือความเสียหายตามมาได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานวิจัยครั้งนี้ มีกลุ่มเป้าหมายเป็นประชาชนที่มาจากหลายสาขาอาชีพ มีพื้นฐานทางด้านเศรษฐกิจและสังคมที่หลากหลาย ข่าวสารต่าง ๆ ที่มาจากสื่อมวลชนจึงควรเป็นไปอย่างเหมาะสม และเป็นข้อมูลที่ถูกต้อง ประกอบกับเป็นเรื่องขององค์การกุศลที่เกี่ยวกับเด็กด้อยโอกาส การเสนอข่าวสารของสื่อมวลชนจึงน่าจะสามารถถ่ายทอดให้น่าสนใจ ไม่ว่าจะเป็นตัวรูปแบบรายการหรือรูปแบบในการนำเสนอ ฯลฯ เพราะเป็นภารกิจในแง่ของการเสริมสร้าง ความรู้ ความเข้าใจ เพื่อให้เกิดความตระหนัก ความเชื่อถือ และการตัดสินใจให้การสนับสนุนองค์การเอกชนที่พัฒนาเด็กและเยาวชนต่อไป

ทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อมวลชน

สื่อมวลชนแต่ละประเภท อาจมีผลต่อสังคมในระดับต่าง ๆ กัน เช่น ในสหรัฐอเมริกาสื่อที่มีอิทธิพลหรือผลสูงสุดในสังคม ได้แก่ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และวิทยุ ในระดับกลางได้แก่ หนังสือ และภาพยนตร์ สื่อทั้งสองประเภทนี้เคยมีอิทธิพลมากในประเทศดังกล่าวมาในอดีต แต่ปัจจุบันมิได้มีอิทธิพลสูงเท่าเก่า ส่วนในระดับที่มีอิทธิพลน้อยได้แก่ สื่อต่าง ๆ ที่เหลืออยู่ อาทิ แผ่นประกาศ จดหมายเวียน และอื่น ๆ

ในการเปรียบเทียบสื่อประเภทต่าง ๆ จะเห็นว่าสื่อทางอิเล็กทรอนิกส์เหนือกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ในบางลักษณะ แต่ก็ด้อยกว่าในบางลักษณะเช่นกัน จากการศึกษาของ ชแรมม์ (Schramm, 1972) พบว่า ยิ่งคนมีการศึกษามากเท่าใดก็ยิ่งมีแนวโน้มที่จะสนใจสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าสื่ออิเล็กทรอนิกส์มากขึ้นเท่านั้น ขณะเดียวกันการศึกษาของ โรเจอร์ (Roger, 1978) พบว่า ถ้าคนถูกจำกัดให้เลือกรับสื่อใดสื่อหนึ่ง โทรทัศน์จะเป็นสื่อที่คนต้องการมากที่สุด และเห็นว่าเป็นสื่อที่น่าเชื่อถือที่สุด (พัชนี เขยจรรยา และคณะ, แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์ : 2538)

ในกระบวนการสื่อสารมีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ ได้แก่

1. ผู้ส่งสาร (Source)
2. สาร (Message)
3. สื่อ (Media)
4. ผู้รับสาร (Receiver)

องค์ประกอบทั้ง 4 นี้ มีส่วนสำคัญในการกำหนดความสำเร็จของการสื่อสารที่จะทำให้ผู้รับสาร เกิดความตระหนัก มีทัศนคติ และพฤติกรรมไปในแนวทางที่ผู้ส่งสารตั้งใจ

สื่อ (Media) คือ พาหนะที่นำพาข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ซึ่งจำแนกได้ 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ (เสถียร เขยประทับ 2528)

- สื่อมวลชน (Mass Media)
- สื่อบุคคล (Personal Media)

1. สื่อมวลชน หมายถึง สื่อที่สามารถจะเข้าถึงกลุ่มผู้รับสารที่มีจำนวนมาก และอยู่กันอย่างกระจัดกระจายได้อย่างรวดเร็ว เป็นการแพร่กระจายข่าวสาร ซึ่งสื่อมวลชนของการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร

คุณลักษณะของสื่อมวลชน คือ

1. สามารถเข้าถึงผู้รับหรือกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากได้ในเวลาอันรวดเร็ว
2. สามารถให้ความรู้และข่าวสารได้ดี
3. สามารถนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ไม่พึงปรารถนาได้

แกทซ์ และ ลาซาร์สเฟลด์ (Katz and Lazarsfeld, 1955 : 27) เห็นว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลมีผลต่อการทำให้ผู้รับสารยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และยอมรับที่จะให้ความร่วมมือ ในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ มากที่สุด ฉะนั้นสื่อมวลชนจึงมีความสำคัญมากกว่าสื่อมวลชนในชั้นสูงใจ ส่วนสื่อมวลชนจะมีความสำคัญกว่าในชั้นของการให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง และอาจมีผลบ้าง ในการสร้างทัศนคติ ในเรื่องที่คุณคณยังไม่เคยรับรู้มาก่อน

โจเซฟ ที. แคลปเปอร์ (Joseph T. Klapper, 1960) กล่าวถึงอิทธิพลของการสื่อสารมวลชน ต่อบุคคลในสังคมว่า เป็นเพียงแรงเสริมในกระบวนการโน้มน้าวใจต่อความคิดเห็น หรือทัศนคติที่มี อยู่แล้ว สื่อสารมวลชนมิได้มีอิทธิพลโดยตรงต่อบุคคล จึงต้องอาศัยปัจจัยอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากการ สื่อสารร่วมด้วย จึงจะมีอิทธิพลต่อบุคคลได้ ซึ่งได้แก่อุปนิสัย บรรทัดฐานของกลุ่ม กระบวนการเลือก รับสาร การเผยแพร่ข่าวสารโดยบุคคลหรือผู้นำความคิดเห็น ระบบการปกครอง และระบบสื่อสาร มวลชน

อิทธิพลของสื่อมวลชน

โจเซฟ ที. แคลปเปอร์ (Joseph T. Klapper อ้างใน ประมะ สตะเวทิน, 2533 : 142) ได้เสนอ แนวความคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ที่มีต่อทัศนคติ และพฤติกรรมด้านต่าง ๆ ของประชาชนไว้ดังนี้

1. อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อประชานั้น ไม่ใช่อิทธิพลโดยตรง แต่เป็นอิทธิพลโดย อ้อม เพราะมีปัจจัยต่าง ๆ ที่กั้นอิทธิพลของสื่อมวลชน ปัจจัยดังกล่าว ได้แก่

1.1. ความมีใจโน้มเอียงของผู้รับสาร (Predispositions) ประชาชนจะมีความคิดเห็น ค่านิยม และมีความโน้มเอียงที่จะประพฤติ ปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งอยู่ก่อน ซึ่งได้รับอิทธิพลจากการ คบหาสมาคมกับคนอื่น และสถาบันสังคมที่ตนเป็นสมาชิก เมื่อบุคคลผู้นั้นสัมผัสกับสื่อมวลชนก็จะ นำเอาทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมเหล่านั้นคิดตัวมาด้วย

1.2. การเลือกรับของผู้รับสาร (Selective Process) ประชาชนจะเลือกรับสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความสนใจของตน และจะหลีกเลี่ยงไม่ยอมรับสารที่ไม่สอดคล้อง หรือที่ขัดแย้งกับความคิดเห็น และความสนใจของตน ประชาชนจะพยายามตีความสารตามความเชื่อ และค่านิยมที่ตนที่มีอยู่เดิม และจะเลือกจดจำเฉพาะสิ่งที่สนับสนุนความคิดและความเชื่อของตน

1.3. อิทธิพลของบุคคล (Personal Influence) ข่าวสารจากสื่อมวลชนอาจไม่ได้ไปถึงประชาชนทั่วไปในทันที แต่จะผ่านสื่อบุคคลหรือผู้นำความคิดเห็นก่อนจะไปถึงประชาชน ผู้นำความคิดเห็นมักสอดคล้องกับทัศนคติของตนเข้าไปด้วย ซึ่งผู้นำความคิดเห็นมักจะเป็นคนที่ได้รับความเชื่อถือเต็มใจ และไว้วางใจจากประชาชนทั่วไป จึงเป็นผู้มีอิทธิพลต่อความคิดเห็น และการตัดสินใจของประชาชน

1.4. ลักษณะของธุรกิจด้านสื่อมวลชน (Economics Aspects) การดำเนินธุรกิจด้านสื่อมวลชนในสังคมเสรีนิยม ซึ่งมีระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนั้น สื่อมวลชนสามารถแข่งขันกันได้โดยเสรี ต่างฝ่ายต่างเสนอความคิดเห็นและค่านิยมที่แตกต่างกันออกไป และประชาชนก็มีเสรีภาพในการที่จะเลือกเชื่อถือความคิดเห็นใดความคิดเห็นหนึ่งได้ และตัดสินใจว่าจะเชื่อสื่อมวลชนไหนดี

2. อิทธิพลที่สื่อมวลชนมีต่อประชาชน เป็นเพียงผู้สนับสนุนเท่านั้น คือ สื่อมวลชนจะสนับสนุนทัศนคติ ค่านิยม ความมีใจโน้มเอียง ตลอดจนแนวโน้มด้านพฤติกรรมของประชาชนให้มีความเข้มแข็งขึ้นและพร้อมที่จะแสดงให้ปรากฏออกมาเมื่อมีแรงจูงใจเพียงพอ หรือเมื่อมีโอกาสเหมาะสม

3. สื่อมวลชนอาจทำหน้าที่เป็นผู้เปลี่ยนแปลงประชาชนได้เช่นกัน แต่จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อบุคคลมีความโน้มเอียงที่จะเปลี่ยนแปลงอยู่ก่อนแล้ว หากสื่อมวลชนสามารถเสนอสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการของเขา เขาก็จะเปลี่ยนทัศนคติ และพฤติกรรมได้ สื่อมวลชนจึงทำหน้าที่เป็นเพียงผู้เสนอหนทางในการเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมเท่านั้น

4. สื่อมวลชนสามารถสร้างทัศนคติ และค่านิยมให้เกิดแก่ประชาชนได้ในกรณีทีบุคคลนั้น ๆ ไม่เคยมีความรู้หรือประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้นมาก่อน ทัศนคติและค่านิยมใหม่นี้จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อบุคคลผู้นั้นรับสารที่เสนอเรื่องราวในแนวเดียวกันบ่อย ๆ เป็นอิทธิพลในลักษณะสะสม มิใช่อิทธิพลที่ก่อให้เกิดผลได้ทันทีทันใด หรือในระยะเวลายาวนาน

บอลล์-โรคิช และเดอเฟลอร์ (Ball-Rokeach, S. J. and DeFleur, M.L. 1976 : 3-21 อ้างถึงใน ไพธิน ศศิชนากรแก้ว : 19-20) กล่าวว่า การสื่อสารมวลชนที่จะมีผลต่อผู้รับสารหรือไม่นั้น ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันของตัวแปร 3 ตัว คือ ระบบสื่อมวลชน ผู้รับสาร และระบบสังคม การที่ข่าวสารจากสื่อมวลชนจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และการกระทำของผู้รับสารเมื่อใดนั้นขึ้นอยู่กับระดับความพึ่งพา (Dependency) ของผู้รับสารที่มีต่อสารจากสื่อมวลชน

นอกจากนั้น เดอเฟลอร์ ยังได้แสดงกรอบแนวความคิดพื้นฐานเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม โดยการพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเป็นตัวแปรแทรก (Intervening Variables) ระหว่างสื่อ ซึ่งเป็นตัวกระตุ้น (Stimulus) กับพฤติกรรมการตอบสนอง (Response) โดยแยกเป็นทฤษฎีต่าง ๆ คือ

1. ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (The Individual Differences Theory) ทฤษฎีนี้เชื่อว่า การที่มนุษย์เรียนรู้ และมีสภาวะแวดล้อมที่เติบโตขึ้นมาต่างกัน เป็นผลให้เกิดรูปแบบทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ ประกอบกันเป็นบุคลิกภาพส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน โครงสร้างทางบุคลิกภาพเหล่านี้ จะมีส่วนสำคัญต่อการกำหนดพฤติกรรม แบบของการรับรู้ หรือการเรียนรู้ของมนุษย์ในเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ตลอดจนการรับข่าวสารที่ต่างกัน

2. ทฤษฎีการจัดลำดับชั้นในสังคม (The Social Categories Theory) ทฤษฎีนี้ได้แยกแยะบุคคลในสังคมออกเป็นกลุ่ม โดยยึดถือเพศ อายุ รายได้ สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม มารวมเข้าไว้ในกลุ่มเดียวกัน และถือว่ามีโครงสร้างทางสังคมใกล้เคียงกัน ตัวแปรเหล่านี้มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน และเป็นตัวแปรแทรกระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร และปฏิกิริยาตอบสนองที่คล้าย ๆ กัน

3. ทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม (The Social Relationship Theory) ทฤษฎีนี้กล่าวถึงความสัมพันธ์ภายในกลุ่มว่ามีอิทธิพลต่อการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้นำความคิดเห็นในสังคม จะเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการแพร่กระจายข่าวสาร ความคิดและการตัดสินใจยอมรับของบุคคลในสังคมนั้น

4. ทฤษฎีบรรทัดฐานทางวัฒนธรรม (The Cultural Norms Theory) ทฤษฎีนี้ให้ความสำคัญของบรรทัดฐานทางวัฒนธรรม และเหตุการณ์แวดล้อมในสังคมว่ามีผลต่อพฤติกรรม เพราะโดยปกติแล้ว บุคคลย่อมประพฤติตามแนวบรรทัดฐานของสังคม สิ่งที่มีเนื้อหาสาระเป็นไปตามบรรทัดฐานอย่างใดอย่างหนึ่ง จะมีผลให้บุคคลคล้อยตาม

วิลเบอร์ ชรามม์ (Wilbur Schramm) ได้กล่าวว่า การสื่อสารเข้ามามีบทบาทต่อการพัฒนาได้ 3 ลักษณะ คือ

- ประชาชนต้องได้รับสารเกี่ยวกับการพัฒนา
- ประชาชนมีโอกาสเข้าร่วมในกระบวนการตัดสินใจที่จะเปลี่ยนแปลง
- ทักษะที่จำเป็นต้องได้รับการอบรมตั้งตอน เช่น เด็กต้องได้รับการศึกษา ผู้ประกอบการอาชีพต่าง ๆ ต้องได้รับการอบรม เรียนรู้ในการปรับปรุงอาชีพของคนให้ก้าวหน้า

ทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal communication)

การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นการสื่อสารรูปแบบหนึ่ง ที่ไม่ได้กินความหมายเฉพาะว่าต้องเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลสองคน หรือมากกว่านั้น แต่ยังหมายความถึงการมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างบุคคลในทุกรูปลักษณะ คือ ทั้งในเชิงวงจรมภาษา และอวัจนภาษา โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้

- บุคคล
- ข่าวสาร
- ผลที่เกิดขึ้น

บุคคล : การสื่อสารระหว่างบุคคลต้องประกอบด้วยบุคคลอย่างน้อย 2 คน คือ ผู้ทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารกับผู้รับสาร และทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างก็ไม่จำเป็นต้องทำหน้าที่ของตนเองอย่างเดี๋ยวมองไป อาจสับเปลี่ยนหมุนเวียนกันทำหน้าที่ส่งสารและรับสารได้ ซึ่งการสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นมีข้อดีอยู่ที่ ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถที่จะซักถามทำความเข้าใจ และมีปฏิริยาโต้ตอบซึ่งกันและกันได้ทันที เพราะการสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นมีองค์ประกอบของการสื่อสารอยู่อย่างครบถ้วน คือ ผู้ส่งสาร (Source) สาร (Message) สื่อ (Media) ผู้รับสาร (Receiver) ผล (Effect) และปฏิริยาสนองกลับ (Feedback)

ข่าวสาร : ข่าวสารหรือที่บางคนเรียกว่า "สาร" ที่ใช้ในกระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคล มีทั้งที่เป็นวัจนสาร และอวัจนสาร วัจนสารที่พบมากในการสื่อสารระหว่างบุคคลก็คือ คำพูดที่ใช้สื่อสารระหว่างกัน ส่วนอวัจนภาษาที่พบมากก็คือ การมองหน้า การพยักหน้า การยิ้ม ฯลฯ

ผลที่เกิดขึ้น : ผลของการสื่อสารระหว่างบุคคลอาจจะเป็นไปในรูปแบบของการเพิกเฉย ปฏิเสธ หรือการยอมรับข่าวสาร ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งปฏิกิริยาด้านกายภาพ ด้านจิตใจ หรือด้านอารมณ์

โรเจอร์ และชูเมกเกอร์ (Roger and Shoemaker) กล่าวว่า ในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใด ๆ เกิดการยอมรับในสารที่เสนอออกไปหรือจะทำการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพที่สุด เพื่อให้เกิดการยอมรับสารนั้น ควรที่จะใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนี้จะมีประโยชน์มากในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับเกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับทัศนคติและพฤติกรรมในการรับสาร นอกจากนี้ยังเป็นวิธีช่วยให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัด และตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้นอีกด้วย

ประสิทธิภาพของสื่อบุคคล

สเตียร์ เชยประทับ (2525) ได้กล่าวถึงประสิทธิภาพของสื่อบุคคลไว้ดังนี้

1. สามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบยูกิวติ ถ้าผู้รับสารไม่เข้าใจในสารก็สามารถที่จะไต่ถาม หรือขอข่าวสารเพิ่มเติมจากผู้ส่งสารได้ในเวลาอันรวดเร็ว ส่วนตัวผู้ส่งสารก็สามารถปรับปรุงแก้ไขสารที่ส่งออกไปให้เข้ากับความต้องการ และความเข้าใจของผู้รับสารในเวลาอันรวดเร็วเช่นกัน

การที่ช่องทางที่เป็นสื่อระหว่างบุคคลมีปฏิกิริยาตอบสนองหรือปฏิกิริยาสะท้อนกลับสามารถทำให้ลดอุปสรรคของการสื่อสารที่เกิดจากการเลือกรับสาร การเลือกแปลหรือตีความสาร และการเลือกจำสารได้

2. สามารถที่จะจูงใจบุคคลให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังรากลึกได้

ลาซาร์สเฟลด์ และ แมนเซล (Lazarsfeld and Manzel, 1968) ได้ให้เหตุผลของการที่สื่อบุคคลมีประสิทธิภาพว่า

1. การพูดคุยเป็นกันเอง เป็นส่วนตัว ทำให้ผู้พูดและผู้ฟังเกิดความเป็นกันเอง และทำให้ผู้ฟังยอมรับความคิดเห็นของผู้พูด ได้ง่ายขึ้น

2. การสื่อสารแบบเผชิญหน้า ทำให้ผู้พูดสามารถคัดแปลงเรื่องราวต่าง ๆ ให้ตรงกับความต้องการของผู้ฟังได้อย่างเหมาะสม

3. การสื่อสารแบบนี้ทำให้ผู้ฟังรู้สึกว่าคุณเองได้รับรางวัล หรือมีส่วนร่วมในเรื่องที่สามารถแสดงความคิดเห็นกับผู้อื่นได้

การสื่อสารระหว่างบุคคลแบ่งเป็น 2 ประเภท (เสถียร เขยประทับ, 2525) คือ

1. การติดต่อโดยตรง (Direct Contact) การติดต่อโดยตรงนี้ใช้สื่อบุคคลในการเผยแพร่ข่าวสารโดยวิธีเยี่ยมบ้าน เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีกับประชาชน วิธีนี้หากประชาชนหรือผู้รับสารไม่เข้าใจก็สามารถซักถามทำความเข้าใจได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้ผู้เผยแพร่ข่าวสารยังสามารถสำรวจข้อเท็จจริงเกี่ยวกับผู้รับสารได้ด้วย ฉะนั้นในกิจการเผยแพร่ข่าวสาร เพื่อสร้างความเข้าใจหรือชักจูงโน้มน้าวใจจึงนิยมใช้การติดต่อสื่อสารโดยตรง แต่มีข้อจำกัดคือ การสื่อสารประเภทนี้ต้องใช้สื่อบุคคลเป็นจำนวนมาก จึงสิ้นเปลืองเวลา ค่าใช้จ่าย และแรงงานในการเผยแพร่ข่าวสาร

2. การติดต่อโดยกลุ่ม (Group Contact of Community Public) คือการติดต่อโดยผ่านกลุ่ม กลุ่มจะมีอิทธิพลต่อบุคคลส่วนรวม กลุ่มต่างๆ ช่วยให้การสื่อสารของบุคคลบรรลุเป้าหมายได้

ดั่งที่ บลูมเมอร์ (Blummer, 1969) กล่าวได้ว่า "สังคมมนุษย์ประกอบด้วยกลุ่มที่ต่างชนิดกัน ส่วนใหญ่ชีวิตที่ร่วมกันอยู่ทั้งหมดจะประกอบกันเป็นแบบแผนปฏิบัติและมีพฤติกรรมร่วมกันของกลุ่ม เมื่อกลุ่มมีความสนใจมุ่งไปในทิศทางใด บุคคลส่วนใหญ่ในกลุ่มก็จะมี ความสนใจในทางนั้นด้วย

ซึ่งการติดต่อโดยกลุ่มอาจทำได้โดยการสนทนาภายในกลุ่ม ประชุมสัมมนา คือจัดกลุ่มคนที่มีความสนใจร่วมกัน ตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ให้สนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นมีปฏิริยาโต้ตอบกัน ซึ่งจะมีส่วนช่วยในการตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธข่าวสารได้

โรเจอร์ (Rogers, 1978 : 291) ได้กล่าวเปรียบเทียบประสิทธิภาพของสื่อมวลชน และสื่อบุคคลไว้ว่า จากผลการวิจัยต่าง ๆ พบว่าสื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนแปลงการรับรู้ ซึ่งหมายถึง การเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่การสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นมีประสิทธิภาพมากกว่า เมื่อวัตถุประสงค์ของผู้รับสารอยู่ที่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เพราะข่าวสารที่ถ่ายทอดออกจากสื่อมวลชนอย่างเดียว ไม่สามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังแน่น หรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้

เบททินเฮาส์ (Bettinhaus, 1968:180 อ้างในดิวอี้ พอโง, 2536) กล่าวว่าสื่อมวลชนเป็นเพียงตัวเสริมความเชื่อและทัศนคติที่มีอยู่เดิม ให้ฝังแน่นมากกว่าจะเปลี่ยนแปลงทัศนคติอย่างสิ้นเชิง แต่อาจเปลี่ยนแปลงการรับรู้ได้บ้างในขอบเขตอันจำกัดของประสบการณ์ ฉะนั้นสื่อมวลชนจึงเป็นเพียงแหล่งความคิดและเป็นผู้วางแนวทางในการเปลี่ยนแปลงเท่านั้น กิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้นของมนุษย์นั้นเป็นผลมาจากการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล แบบเห็นหน้ากันทั้งสิ้น

นอกจากนี้ทฤษฎีการสื่อสารแบบหลายขั้นคอน (Multi-Step Flow of Communication) ยังกล่าวไว้ว่า ข่าวสารส่วนใหญ่ที่เผยแพร่จากสื่อมวลชนไปยังประชาชนเป้าหมายนั้น มักจะผ่านผู้นำความคิดเห็น (Opinion Leader) หรือผู้ที่เข้าถึงสื่อมากกว่าก่อน แล้วบุคคลเหล่านี้ จะนำเอาข่าวสารข้อมูลที่ได้รับ ไปเผยแพร่แก่ประชาชนเป้าหมายคนอื่นต่อไป ซึ่งในการถ่ายทอดข่าวสารแต่ละครั้ง ผู้รับสารคนต่างๆจะได้รับข่าวสารที่มีทัศนคติของกลุ่มชนหนาแน่นลงไปด้วย ซึ่งอาจมีผลไม่น้อยที่ทำให้ผู้รับสารคล้อยตาม (Katz, 1955)

การนำเอาสื่อมวลชนมาใช้ควบคู่กับสื่อระหว่างบุคคลสามารถลดอุปสรรคของการสื่อสารที่เกิดจากการเลือกรับสาร (Selective exposure) ได้ สื่อระหว่างบุคคลจะทำหน้าที่สนับสนุนผล หรืออิทธิพลที่เกิดจากสารของสื่อมวลชน และ Media Forums จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของสารที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับสาร โดยช่วยลดอุปสรรคของการสื่อสารอันอาจเกิดจากการเลือกรับสาร (Selective exposure) และการตีความสาร (Selective perception) (เสถียร เขยประทับ, 2525)

ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory)

เดอเฟลอร์ ได้ดัดแปลงหลักการเชิงกลไกของสิ่งเร้า-ตอบสนอง โดยมองว่าผู้รับสารจากสื่อมวลชนแต่ละคนนั้น ต่างก็มีความแตกต่างกันในทางจิตวิทยา เช่น ทัศนคติ, ค่านิยม และความเชื่อ ทำให้ความสนใจในการเปิดรับข่าวสาร หรือตีความหมายข่าวสารจากสื่อมวลชนแตกต่างกัน และได้เสนอหลักการพื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคลไว้ ดังนี้

- มนุษย์เรามีความแตกต่างอย่างมากในองค์ประกอบทางจิตวิทยาส่วนบุคคล
- ความแตกต่างนี้ บางส่วนมาจากลักษณะแตกต่างทางชีวภาค หรือทางร่างกายของแต่ละบุคคล แต่ส่วนใหญ่แล้วจะมาจากความแตกต่างที่เกิดจากการเรียนรู้

- มนุษย์ซึ่งถูกเลี้ยงดูภายใต้สภาพการณ์ต่าง ๆ จะเปิดรับความคิดเห็นแตกต่างกันไปอย่างกว้างขวาง
- จากการเรียนรู้สิ่งแวดลอมทำให้เกิดการทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อที่รวมเป็นลักษณะทางจิตวิทยาส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไป

ความแตกต่างดังกล่าวนี้ กลายเป็นสถานะเงื่อนไขที่กำหนดการรับรู้ข่าวสารต่อมวลชน กระบวนการเลือกสรรในการเปิดรับสื่อมวลชนหรือการเลือกจดจำข่าวสาร (มหาวิทยาลัยสุโขทัย ธรรมาริราส, หลักและทฤษฎีการสื่อสาร : 2529)

ทฤษฎีการแบ่งกลุ่มทางสังคม (Social Categories Theory)

ทฤษฎีนี้อธิบายว่า บุคคลที่มีคุณลักษณะทางสังคมคล้ายคลึงกัน เช่น การศึกษา รายได้ อาชีพ ศาสนา อายุ เพศ ภูมิภาค ฯลฯ จะมีพฤติกรรมการสื่อสารคล้ายคลึงกัน เช่น การเปิดรับสื่อ ความพอใจในสื่อ และถึงแม้ว่าในสังคมสมัยใหม่ผู้รับสารจะมีคุณลักษณะหลากหลายแตกต่างกันไปมากมาย แต่ทฤษฎีนี้เชื่อว่า ผู้รับสารที่มีลักษณะทางสังคมคล้ายคลึงกัน จะแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และอุปนิสัยการใช้สื่อร่วมกัน ด้วยเหตุผลนี้ลักษณะกลุ่มทางสังคมจะมีอิทธิพลอย่างมากต่อกระบวนการสื่อสารของบุคคล (พัชาน เซยจรรยา และคณะ, แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์ : 2538)

ในปัจจุบันสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ก็ได้มองเห็นถึงความสำคัญของทฤษฎีนี้ โดยได้จัดรูปแบบและเนื้อหาของสื่อแต่ละประเภทให้กับกลุ่มคนที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน เพื่อให้สอดคล้องกับความสนใจโดยรวมของแต่ละกลุ่ม

ทฤษฎีทางด้านการสื่อสารที่ได้กล่าวมาทั้งหมดในข้างต้นนั้น จะสามารถช่วยในการศึกษาถึงองค์ประกอบต่าง ๆ รวมถึงปัจจัยสำคัญที่จำเป็นด้านการสื่อสาร เนื่องจากงานวิจัยชิ้นนี้เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารโดยตรง ทฤษฎีต่าง ๆ จึงมีส่วนช่วยในการศึกษาผู้ส่งสาร สาร สื่อ ผู้รับสาร รวมถึงปฏิกิริยาตอบกลับที่จะเกิดขึ้นในแง่บวกต่าง ๆ

สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media)

นอกจากสื่อทั้งประเภทที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว ยังมีสื่ออีกชนิดหนึ่งที่ผู้ส่งสารใช้ในการถ่ายทอดข่าวสารข้อมูลไปยังมวลชน บุคคล หรือกลุ่มบุคคล สื่อดังกล่าวนี้ถูกสร้างขึ้นเพื่อให้ติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ เรียกว่า สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media)

สมควร กวียะ (2530 อ้างใน อรวรรณ ปิณฑิโรวาท, 2537) ได้ให้คำจำกัดความของสื่อเฉพาะกิจไว้ คือ สื่อที่สร้างขึ้น หรือซื้อ หรือเช่า โดยองค์กรใดองค์กรหนึ่ง เพื่อใช้ในการสื่อสารหรือประชาสัมพันธ์ ขององค์กรนั้นโดยเฉพาะ สื่อเฉพาะกิจจัดว่าเป็นแขนงหนึ่งของสื่อมวลชน แต่ได้พัฒนาเนื้อหามาใช้ประโยชน์เป็นเรื่อง ๆ ไป ฉะนั้นสื่อเฉพาะกิจโดยทั่วไปจึงมีกลุ่มประชาชนที่เป็นเป้าหมายที่แน่นอน มีการส่งเนื้อหาต่าง ๆ อันจะเป็นประโยชน์เฉพาะแก่กลุ่มประชาชนกลุ่มนั้น ๆ การผลิตไม่ยุ่งยาก การนำเสนอเนื้อหาเป็นไปอย่างง่าย ๆ

ประสิทธิภาพของสื่อเฉพาะกิจ

อาดัมส์ (Adams, 1971) ได้กล่าวถึงความสำคัญของสื่อเฉพาะกิจไว้ดังนี้ คือ สื่อเฉพาะกิจจัดว่ามีความสำคัญต่อการเผยแพร่ข่าวสารและข่าวสารข้อมูล เพราะสื่อเฉพาะกิจเป็นสื่อที่จัดทำขึ้น เพื่อสนับสนุนกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ การใช้สื่อเฉพาะกิจเป็นการให้ความรู้และข่าวสารที่เป็นเรื่องราวเฉพาะอย่าง โดยมีกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) ที่กำหนดไว้แน่นอน ตัวอย่างสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ การจัดพิมพ์เอกสาร จุลสาร แผ่นพับ หรือแผ่นปลิวออกเผยแพร่ ซึ่งอาจจะจัดส่งไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยทางไปรษณีย์ (Direct Mail) นอกจากนี้การปิดโปสเตอร์ตามชุมชนต่าง ๆ การจัดนิทรรศการ การสาธิต (Demonstration) ก็เป็นการใช้เฉพาะกิจที่มีประสิทธิภาพในการรณรงค์เผยแพร่ประชาสัมพันธ์รูปแบบต่าง ๆ และทันสมัยในสังคมนั้น ๆ

2. แนวความคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร (Media Exposure)

ก่อนที่จะตัดสินใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง มนุษย์ต้องการข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องนั้น ๆ มาประกอบการตัดสินใจเสมอ โดยเฉพาะหากเป็นเรื่องที่ไม่แน่ใจด้วยแล้ว มนุษย์ยังต้องการข้อมูลข่าวสารมากเป็นพิเศษ ข่าวสารจึงนับเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจ นอกจากนี้ในการรับข่าวสารนั้น มนุษย์จะไม่รับข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านเข้ามา แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนของสิ่งที่คิดว่าเป็นประโยชน์ต่อตนเอง ผลักดันที่ทำให้บุคคลหนึ่ง ๆ ได้มีการเลือกรับข่าวสารเกิดจากคุณสมบัติพื้นฐานของผู้รับสารในด้านต่าง ๆ ได้แก่

1. องค์ประกอบทางด้านจิตใจ เช่น กระบวนการเลือกรับข่าวสาร การเลือกรับรู้ตามทัศนคติและประสบการณ์เดิมของคน
2. องค์ประกอบทางด้านสังคม สภาพแวดล้อม เช่น ครอบครัว วัฒนธรรม ประเพณี ลักษณะทางประชากร เช่น อายุ เพศ ภูมิฐานะ การศึกษา ตลอดจนสถานภาพทางสังคม

การเปิดรับข่าวสารของผู้รับสารจากสื่อมวลชนนั้น จะเกิดจากปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการรับรู้ข่าวสาร ซึ่งได้มีแนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการเปิดรับข่าวสาร ดังนี้

• การเลือกสรรในการรับสาร

กระบวนการเลือกสรรข่าวสาร จะเป็นปัจจัยในการกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการส่งสารไปยังผู้รับสาร ข่าวสารต่าง ๆ แม้ว่าจะได้รับการเตรียมมาอย่างพิถีพิถัน ใช้ผู้ถ่ายทอดที่มีความสามารถและความน่าเชื่อถือสูง หรือใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพมากก็ตาม แต่ถึงเหล่านี้มิได้ประกันความสำเร็จของการสื่อสารตามที่ผู้ส่งสารต้องการร้อยเปอร์เซ็นต์ ทั้งนี้เพราะผู้รับสารจะมีกระบวนการเลือกรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ตามความเชื่อ ทักษะคติ ฯลฯ ที่ไม่เหมือนกัน

ในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ผู้รับสารอาจเปิดรับสารโดยผ่านกระบวนการในการเลือกรับข่าว (Selective Process) ซึ่งมีขั้นตอนต่าง ๆ คือ (Klapper 1960 : 5)

1. การเลือกรับหรือการเลือกใช้ (Selective Exposure)

บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อ และข่าวสารจากแหล่งสารต่าง ๆ ตามความสนใจ และความต้องการของตน เพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาและเป็นข้อมูล เพื่อสนองความต้องการของตน

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention)

นอกจากบุคคลจะเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว บุคคลยังเลือกให้ความสนใจต่อข่าวสารที่ได้รับ ซึ่งสอดคล้องหรือเข้ากันได้กับทัศนคติ และความเชื่อดั้งเดิมของบุคคลนั้น ๆ ในขณะที่เดียวกันก็พยายามหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารที่ขัดต่อทัศนคติ หรือความเชื่อดั้งเดิม ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้สึกของเขา จะทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจ และสับสนได้

3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Selective Interpretation)

เมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว ผู้รับสารอาจมีการเลือกรับรู้ และเลือกตีความสารที่ได้รับตามประสบการณ์ของแต่ละคน ผู้รับสารจะมีการตีความข่าวสารที่ได้รับมาตามความเข้าใจของตนเองหรือตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อถือ ความต้องการ และแรงงูใจของตนในขณะนั้น

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention)

หลังจากที่บุคคลเลือกให้ความสนใจ เลือกรับรู้ และตีความข่าวสารไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติ และความเชื่อของตนแล้ว บุคคลยังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารในส่วนที่ต้องการจำเข้าไว้เป็นประสบการณ์ ในขณะที่เดียวกันก็มักจะลืมข่าวสารที่ไม่ตรงกับความสนใจของตนเอง

ขั้นตอนในการรับสื่อนี้ ขเรมมีคำอธิบายว่า ข่าวสารที่เข้าถึงระดับความสนใจของผู้รับสารจะมีแนวโน้มที่จะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น

นอกจากนี้นักสื่อสารหลายท่านได้กล่าวถึง “การเปิดรับสื่อมวลชน” ไว้ต่าง ๆ กัน (อ้างใน โพลิติน ศศิชนากรแก้ว, 2537 :12-14) ดังนี้

แม็คคอมบส์ และ เบ็คเกอร์ (McCombs and Becker, 1979) ได้ให้ความเห็นว่าบุคคลเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน เพื่อตอบสนอง ความต้องการ 4 ประการ คือ

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามความเคลื่อนไหว และสังเกตการณ์สิ่งต่าง ๆ รอบตัวจากสื่อมวลชน เพื่อจะได้รู้ทันเหตุการณ์ ทันสมัย และรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งสำคัญที่ควรรู้
2. เพื่อต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวกับชีวิตประจำวัน การเปิดรับข่าวสารทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของคนต่อสภาวะ หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ รอบตัวได้
3. เพื่อการพูดคุยสนทนา (Discussion) การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลที่จะนำไปใช้ในการพูดคุยกับคนอื่นได้
4. เพื่อความต้องการมีส่วนร่วม (Participation) เพื่อรับรู้ และมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม และรอบ ๆ ตัว

ชาร์ล เค อัทकिन (Atkin, 1973 :208) กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากยิ่งขึ้นหูดากว่างไกล มีความรู้ ความเข้าใจในสภาพแวดล้อม และเป็นคนที่ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

เลอเนอร์ (Lerner, 1958 : 56) ให้คำจำกัดความการเปิดรับสื่อมวลชนว่า หมายถึง อัตราส่วนของประชาชนที่มีวิทยุ จำนวนจำหน่ายหนังสือพิมพ์ และจำนวนผู้ที่นั่งชมโทรทัศน์ต่อประชาชน 1,000 คนและจำนวนผู้ที่นั่งชมภาพยนตร์ต่อประชาชน 1,000 คน

เลอเนอร์ เป็นคนแรกที่ศึกษาอิทธิพลที่เกิดจากการเปิดรับสื่อมวลชน ในประเทศตะวันออกกลาง ในปี ค.ศ. 1958 และพบว่า เมื่อมีการขยายตัวของชุมชนจนกลายเป็นเมือง จะช่วยให้เกิดการพัฒนาด้านความรู้หนังสือ และระดับการเรียนรู้หนังสือที่สูงขึ้น จะทำให้การเปิดรับสื่อมวลชนแพร่หลายมากขึ้น ในทำนองเดียวกัน เมื่อชุมชนมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี จากการพัฒนา

อุตสาหกรรมมากขึ้น สังคมจะขยายขอบข่ายของสื่อมวลชน และการขยายตัวของสื่อมวลชนนี้เอง จะช่วยยกระดับการรู้หนังสือมากขึ้น

โรเจอร์ส และ เซเวนนิ่ง (Rogers and Sevenning, 1969 : 3) ให้คำนิยามว่า สื่อมวลชนนั้นคลุมถึงสื่อ 5 ประเภท คือ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และภาพยนตร์ ด้วยเหตุนี้ คำนีในการวัดการเปิดรับสื่อมวลชนในความหมายของเขา จึงประกอบด้วยจำนวนรายการวิทยุที่รับฟังต่อสัปดาห์ การอ่านหนังสือพิมพ์ต่อสัปดาห์ ภาพยนตร์ที่ดูต่อปี และอื่น ๆ

โรเจอร์ส (อ้างใน เสถียร เชนประทับ, 2530 : 104-105) เป็นคนแรกที่เสนอแนะว่า สื่อมวลชนทำหน้าที่เป็นตัวแปรสอดแทรกได้ โรเจอร์สได้ใช้วิธีการทางสถิติแบบ Partial Correlation เมื่อทดสอบผลแทรกของการเปิดรับสื่อมวลชน ระหว่างตัวแปรที่มีมาก่อน และตัวแปรที่เป็นผลขั้นแรก โรเจอร์สหาค่าสหสัมพันธ์ด้วย Zero-Order Correlation ระหว่างตัวแปรที่มีมาก่อน กับตัวแปรที่เป็นผลขั้นแรก หลังจากนั้นหาค่าสหสัมพันธ์ด้วยวิธี First-Order Correlation สำหรับตัวแปรเหล่านี้ ในขณะที่ควบคุมอิทธิพลที่เกิดจากการเปิดรับสื่อมวลชน ความแตกต่างยิ่งมากขึ้นเท่าไร ระหว่างค่าของ Zero-Order และ First-Order Partial Scores ก็ยิ่งแสดงถึงผลสอดแทรกของตัวแปรที่ถูกควบคุมมากขึ้นเท่านั้น

ทั้งนี้ โรเจอร์ส พยายามวิเคราะห์ระหว่างความสามารถในการรู้หนังสือ ซึ่งเป็นตัวแปรที่มีมาก่อนเพียงตัวแปรเดียว กับตัวแปรที่เป็นผลขั้นแรก คือ ความสามารถในการเอาใจเขามาใส่ใจเรา ความรวดเร็วในการยอมรับนวัตกรรมทางการเกษตร ความรู้ในทางการเมือง และความทะเยอทะยานในทางการศึกษา โรเจอร์สเลือกความสามารถในการรู้หนังสือ เป็นตัวแปรที่มีมาก่อนด้วยเหตุผลในทางทฤษฎี และเนื่องจากตัวแปรที่มีมาก่อนมีค่าสหสัมพันธ์สูงสุด (เมื่อเปรียบเทียบ กับตัวแปรที่มีมาก่อนอื่น ๆ ในการเปิดรับสื่อมวลชน) จากผลการวิเคราะห์นี้ทำให้โรเจอร์ส เชื่อว่า การเปิดรับสื่อมวลชนเป็นตัวแปรสอดแทรก

สำหรับเหตุผลในการที่มนุษย์เลือกสนใจ หรือตั้งใจรับข่าวสารอย่างไรจากสื่อ นั้น นักวิชาการหลายท่าน ที่มีความเห็นสอดคล้องกันดังนี้

ฟรีดสัน (Friedson) ไรเลย์ (Riley) และ ฟลาวเวอร์แมน (Flowerman) มีความเห็นว่า แรงจูงใจที่ต้องการเป็นที่ยอมรับของสมาชิกภายในสังคม จะเป็นสิ่งที่ช่วยกำหนดความสนใจการเปิดรับข่าว

สารจากสื่อต่าง ๆ ก็เพื่อตอบสนองความต้องการของคน ซึ่งปรากฏการณ์นี้เมอร์ตัน (Merton) ไรท์ (Wright) และวามเลต (Waples) เรียกว่า “พฤติกรรมในการแสวงหาข่าวสาร” นักวิชาการเหล่านี้มีความเห็นตรงกันว่า ผู้รับข่าวสารจะเลือกรับข่าวสารจากสื่อใดนั้น ขึ้นอยู่กับตามบทบาท และสถานภาพในสังคมของผู้รับสาร และเหตุผลในการรับสารก็เพื่อนำไปเป็นหัวข้อในการสนทนา ซึ่งจะทำให้ผู้รับสารรู้สึกว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

วิลเบอร์ ชรามม์ (Wilbur Schramm, 1973) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบที่มีบทบาทสำคัญต่อการเลือกสรรของมนุษย์ ได้แก่

1. ประสบการณ์ ประสบการณ์ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน
2. การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสาร ผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง
3. ภูมิหลังที่แตกต่างกัน ทำให้บุคคลมีความสนใจต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม ทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมการเลือกรับสื่อและเนื้อหาข่าวสาร
5. ความสามารถในการรับข่าวสาร ซึ่งเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจ ทำให้พฤติกรรมการเลือกรับข่าวสารของบุคคลแตกต่างกัน
6. บุคลิกภาพทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจ และพฤติกรรมของผู้รับสาร
7. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสาร จะทำให้ผู้รับเข้าใจความหมายของข่าวสารหรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของข่าวสารได้
8. ทัศนคติ จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับ และตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือข่าวสารที่ได้พบ

นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่เป็นตัวกำหนดให้เกิดความแตกต่างกันในการเลือกสรรข่าวสารของมนุษย์ ซึ่งงานการศึกษาของ เดอเฟลอร์ (DeFleur, M.L., 1966) ได้เสนอทฤษฎีที่เกี่ยวกับตัวแปรแทรก (Intervening Variables) ที่มีอิทธิพลในกระบวนการสื่อสารมวลชนระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยเน้นให้เห็นว่าข่าวสารมิได้ไหลผ่านจากสื่อมวลชนถึงผู้รับ และเกิดผลโดยตรงทันทีทันใด แต่มีปัจจัยบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้รับสารแต่ละคน เช่น จิตวิทยาและสังคม ตลอดจนอิทธิพลของบุคคลหรือกลุ่มที่บุคคลนั้นสังกัดอยู่ ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการรับข่าวสารนั้น ๆ ทำให้เกิดผลไม่เหมือนกัน หรือไม่ปฏิบัติตามเจตคติของผู้ส่งสาร



● การแสวงหาข่าวสาร

การแสวงหาข่าวสารมุ่งศึกษาถึง ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลต่าง ๆ ที่มีผลต่อการเลือก บริโภคหรือแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยชี้ให้เห็นว่าบุคคลเป็นผู้เลือกใช้สื่อมวลชนเพื่อสนอง ความพึงพอใจต่าง ๆ ของตนเอง

ชาร์ลส์ แอตकिन (Charles Atkin, 1973) กล่าวว่า บุคคลจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชน นั้นขึ้นอยู่กับ การคาดคะเนเปรียบเทียบผลรางวัลตอบแทน (Reward Value) กับการลงทุนลงแรง (Expenditures) และพันธะผูกพัน (Liabilities) ที่จะตามมา ถ้าผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่จะได้ รับสูงกว่าการลงทุน บุคคลย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น แต่ถ้าผลประโยชน์ที่ได้รับน้อยกว่าการลงทุนลงแรง บุคคลก็อาจจะเฉยเมยต่อข่าวสารนั้น ในกรณีที่บุคคลเห็นว่าการรับข่าวสารนั้นจะก่อให้เกิดพันธะ ผูกพัน เช่น ทำให้เกิดความไม่พอใจ ไม่สบายใจ หรือความไม่แน่ใจมากขึ้น ก็อาจจะใช้วิธีหลีกเลี่ยง ข่าวสารนั้น

ชาร์ลส์ แอตकिन (Charles Atkin, 1973) ชี้ให้เห็นว่า การแสวงหาข่าวสารหรือความต้องการสื่อ สารมวลชนของบุคคลนั้น คือ ต้องการได้รับข่าวสารและความบันเทิง

ความต้องการข่าวสารนั้นเกิดจากความไม่รู้หรือไม่แน่ใจของบุคคลที่มาจาก

- ความมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกันระหว่างระดับความรู้ของบุคคลขณะนั้น กับระดับ ความต้องการที่อยากจะรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก คือยังเป็นเรื่องที่สำคัญก็ยิ่งอยากรู้มีความรู้ ความแน่ใจสูง

- การมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกันระหว่าง ความรู้ที่มีอยู่ของบุคคลขณะนั้น กับความรู้ ตามเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งกำหนดโดยระดับความสนใจส่วนบุคคลของบุคคลนั้นต่อสิ่งหนึ่ง

สำหรับความต้องการได้รับความบันเทิงของบุคคลนั้น มาจากการกระตุ้นอารมณ์แห่งความ รื่นเริงบันเทิงใจ ที่เกิดจากการมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกันระหว่างสถานะที่เป็นอยู่ของบุคคล ขณะนั้น กับความสนุกสนานที่คาดหวังไว้

ข่าวสารที่จะลดความไม่รู้ หรือความไม่แน่ใจที่เกี่ยวข้องกับความสนใจภายในส่วนบุคคลต่อ สิ่งใดสิ่งหนึ่ง และที่เกี่ยวกับความบันเทิง สนุกสนานส่วนตัวนั้น ชาร์ลส์ แอตकिनเรียกว่า “ข่าวสารที่ให้

ความพึงพอใจทันทีในเชิงการบริโภค” ส่วนข่าวสารที่ลดความไม่รู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอกนั้น ให้ชื่อว่า “ข่าวสารที่ใช้ประโยชน์เป็นเครื่องมือช่วยในการตัดสินใจ ช่วยเพิ่มพูนความรู้ ความคิด และ แก้ไขปัญหาต่าง ๆ”

การเปิดรับข่าวสารของบุคคลนั้น จะเกิดจากการแสวงหาข่าวสาร และเลือกรับข่าวสาร ซึ่งวิธีการดังกล่าวนี้ นอกเหนือจากเพื่อสนับสนุนทัศนคติ หรือค่านิยมและความเข้าใจที่มีอยู่เดิมแล้ว ยังเป็นการแสวงหาเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ในทางอื่น ๆ เช่น เพื่อให้มีความรู้ ใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจ แก้ไขปัญหา รวมทั้งเพื่อตอบสนองความสนใจส่วนบุคคล และเพื่อความบันเทิงใจด้วย นอกจากนี้การที่บุคคลใดจะตัดสินใจแสวงหาข่าวสาร เฉลยเมตต่อข่าวสาร หรือหลีกเลี่ยงการเปิดรับข่าวสารนั้น ก็ขึ้นอยู่กับ การประเมินเปรียบเทียบถึงความพยายามที่ใช้และผลตอบแทนในการที่จะรับรู้ข่าวสารใด ๆ ด้วย

ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสารนี้ จะสามารถช่วยอธิบายในการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะ และ พฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารของกลุ่มเป้าหมายในการวิจัยครั้งได้เป็นอย่างดี เนื่องจากการเปิดรับข่าวสารของแต่ละบุคคลนั้นแตกต่างกัน อันเนื่องมาจากความแตกต่างกันของสภาพแวดล้อมทางสังคม การเลือกรับข่าวสาร รวมถึงปัจจัยอื่น ๆ อีกมาก ดังนั้นในการถ่ายทอดข่าวสารผ่านสื่อมวลชนไปยังกลุ่มเป้าหมาย จะต้องคำนึงถึงปัจจัยเหล่านี้ เพื่อให้สามารถถ่ายทอดข่าวสารเรื่องปัญหาเด็กด้อยโอกาสได้อย่างเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

3. แนวความคิด เกี่ยวกับความตระหนัก (Awareness)

คาร์เตอร์ วี. กูด (Carter V. Good, 1973 : 54) ได้ให้ความหมายของ “ความตระหนัก” ไว้ว่า หมายถึง ความรู้สึกที่แสดงถึงการเกิดความรู้ของบุคคล หรือการที่บุคคลแสดงความรู้สึกผิดชอบต่อปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ซึ่งมีความหมายเหมือนกับความสำนึก (Conscious)

ดาโกเบิร์ต ดี. รูนส์ (Dagobert D. Runes, 1971 : 32) กล่าวถึงความตระหนักอย่างสั้น ๆ ว่า ความตระหนักเป็นการกระทำที่เกิดจากความสำนึก

เบนจามิน เอส. บลูม (Benjamin S. Bloom, 1971 : 273) ได้ให้ความหมายของ “ความตระหนัก” ว่าเป็นขั้นต่ำสุดของภาคอารมณ์ และความรู้สึก ความตระหนักเกือบคล้ายความรู้ ตรงที่ทั้งความรู้และความตระหนัก ไม่เป็นลักษณะของสิ่งเร้า ความตระหนักไม่จำเป็นต้องเน้นปรากฏการณ์หรือสิ่งหนึ่งสิ่งใด ความตระหนักจะเกิดขึ้นเมื่อมีสิ่งเร้าให้เกิดความตระหนัก

เบนจามิน บี. โวลแมน (Benjamin B. Wolman, 1973 : 38) ได้กล่าวถึงความหมายของความตระหนักไว้ว่า เป็นภาวะการณที่บุคคลเข้าใจ หรือสำนึกบางสิ่งบางอย่างของเหตุการณ์ ประสบการณ์ หรือวัตถุสิ่งของ

ฟิลิป (Phillipp 1981 : 92) ได้ให้ความหมายของความตระหนักไว้ว่า ความตระหนัก หมายถึง การเข้าใจ การมองเห็น การรับสิ่งที่ผ่านเข้ามาในจิตใจ รู้สึกเป็นห่วงสนใจต่อสถานการณ์ความจริง หรือวัตถุภายนอก

อีเซนค และอาร์โนลด์ (Eysenek and Arnold 1972: 110) ได้อธิบายความตระหนักในแง่จิตวิทยาว่า ความตระหนักเป็นความสัมพันธ์ของความสำนึก (Consciousness) และเจตคติ (Attitudes) ความตระหนักเป็นภาวะของจิตใจ ซึ่งไม่อาจแยกเป็นความรู้สึกหรือความคิดเพียงอย่างเดียว

คอฟคา (Koffka 1978: 212) กล่าวว่า ความตระหนัก หมายถึง สภาวะจิตใจที่เกี่ยวกับความรู้สึก ความคิด และความปรารถนาต่าง ๆ เกิดจากการรับที่มีความหมาย ซึ่งมีความหมายเหมือนคำว่า ความสำนึก (consciousness)

เนลสัน (Nelson 1965: 308) กล่าวว่า ความตระหนักเป็นสภาวะที่บุคคลได้รับความรู้ หรือประสบการณ์ต่าง ๆ แล้วมีการประเมินค่า และตระหนักถึงความสำคัญที่ตนเองมีต่อสิ่งนั้น ๆ ซึ่งเป็นเรื่องของสภาวะตื่นตัวทางจิตใจต่อเหตุการณ์ หรือสถานการณ์นั้น ๆ

ความหมายของความตระหนัก หมายถึง สภาวะของจิตใจที่เกี่ยวกับความรู้สึก (Feeling) ความคิด (Idea) และความปรารถนาที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือปรากฏการณ์ใดปรากฏการณ์หนึ่ง ด้วยการพูด เขียน หรือวิธีการอื่นๆ โดยอาศัยระยะเวลาหรือประสบการณ์ หรือสภาพแวดล้อมในชุมชน หรือสิ่งเร้าภายนอก เป็นปัจจัยที่ทำให้บุคคลมีความตระหนักขึ้น หรือ ความตระหนักก็คือ ความสำนึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั่นเอง (ลดาวัลย์ พอใจ, 2536)

ความตระหนัก หมายถึง การที่บุคคลถูกคิดได้ หรือการเกิดขึ้นในความรู้สึกว่ามีสิ่งหนึ่ง เหตุการณ์หนึ่ง หรือสถานการณ์ ซึ่งการรู้สึกว่ามี หรือการได้ถูกคิดถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่งเหล่านี้ เป็นความ

รู้สึกที่เกิดขึ้นในภาวะจิตใจ แต่ไม่ได้แสดงว่า บุคคลนั้นสามารถทำได้ หรือระลึกได้ถึงลักษณะบางอย่างของสิ่งนั้น

จากความหมายของความตระหนักที่ได้กล่าวมา พอสรุปได้ว่า ความตระหนัก หมายถึงความสำนึก ซึ่งเป็นสภาวะทางจิตที่เกี่ยวกับความรู้สึก ความคิด และความปรารถนาต่างๆ เกิดจากการรับรู้และความสำนึก เป็นสภาวะที่บุคคลได้รับรู้มาก่อน (ประภาเพ็ญ สุวรรณ, 2526)

จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปความหมายของความตระหนักได้ว่า ความตระหนักเป็นสภาวะตื่นตัวทางจิตใจ ที่แสดงออกมาในรูปของความรู้สึกนึกคิด ความสำนึก ความเป็นห่วง คอสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง ในที่นี้ก็คือความรู้สำนึกเกี่ยวกับปัญหาเด็กค่อยโอกาสนั่นเอง

1. ปัจจัยที่มีผลต่อความตระหนัก

เนื่องจากความตระหนักเป็นสิ่งที่เกิดจากประสบการณ์ต่าง ๆ ของมนุษย์ที่รวมตัวกันขึ้น และมีความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ต่าง ๆ เหล่านั้น และประเมินค่าสิ่งเหล่านี้ออกมาเป็นความตระหนัก ซึ่งมีความหมายเหมือนกับความสำนึก (Koffka 1978 : 212) ดังนั้นความตระหนักจึงเป็นพฤติกรรมภายในอย่างหนึ่งของมนุษย์ที่แสดงออกถึงสภาวะจิตใจ ที่เกี่ยวกับความรู้สึก ความคิด และความปรารถนาต่าง ๆ ในลักษณะที่ตื่นตัวต่อบุคคล ต่อหลักการหรือต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งหมายความว่าระยะเวลา หรือประสบการณ์และสภาพแวดล้อม หรือสิ่งเร้าภายนอก เป็นปัจจัยที่ทำให้บุคคลเกิดความตระหนักขึ้น

2 การวัดความตระหนัก

ความตระหนัก (Awareness) เป็นพฤติกรรมเกี่ยวกับการรู้สำนึกว่ามีสิ่งนั้นอยู่ (Conscious of Something) จำแนกและรู้จัก (Recognitive) ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่ละเอียดอ่อนเกี่ยวกับด้านความรู้สึกและอารมณ์ ดังนั้น การที่จะทำการวัดและประเมินผล จึงต้องมีหลักการและวิธีการ ตลอดจนเทคนิคเฉพาะ จึงจะวัดความรู้ และอารมณ์ดังกล่าวออกมาได้โดยตรง และเชื่อมั่นได้ เครื่องมือที่ใช้วัดความรู้สึกและอารมณ์นั้น มีหลายประเภทด้วยกัน ซึ่งจะนำมากล่าวไว้ดังนี้ (ชวาล แพรวรัตนกุล 2526 : 201-225)

2.1 วิธีการสัมภาษณ์ (Interview) อาจเป็นการสัมภาษณ์ชนิดที่มี โครงสร้างแน่นอน (Structured Item) โดยสร้างคำถามและมีคำตอบให้เลือกเหมือน ๆ กับแบบสอบถามชนิดเลือกตอบ

และคำถามจะต้องตั้งไว้ก่อน เรียงลำดับก่อนหลังไว้อย่างดี หรืออาจเป็นแบบไม่มีโครงสร้าง (Unstructured Item) ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์ที่มีไว้ แแต่หัวข้อใหญ่ ๆ ให้ผู้ตอบมีเสรีภาพในการตอบมาก และคำถามก็เป็นไปตามโอกาสอันวามขณะสัมภาษณ์

2.2 แบบสอบถาม (Questionnaire) แบบสอบถามอาจเป็นชนิดเปิด หรือปิด หรือแบบผสม ระหว่างเปิดกับปิดก็ได้

2.3 แบบตรวจสอบรายการ (Checklist) เป็นเครื่องมือวัดชนิดที่ให้ตรวจสอบว่า เห็นด้วย-ไม่เห็นด้วย หรือมี-ไม่มีสิ่งที่กำหนดรายการ อาจอยู่ในรูปของการทำเครื่องหมายตอบ หรือเลือกว่าใช่-ไม่ใช่ก็ได้

2.4 มาตรวัดอันดับคุณภาพ (Rating Scale) เครื่องมือชนิดนี้เหมาะสำหรับวัดอารมณ์ และความรู้สึกที่ต้องการทราบความเข้ม (Intensity) ว่ามีมากน้อยเพียงไรในเรื่องนั้น

2.5 การใช้ความหมายภาษา (Semantic Differential Technique : S.D.) เทคนิคการจัดโดยใช้ความหมายภาษาของ ชาร์ลส์ อี ออสกู๊ด (Charles E. Osgood) เป็นเครื่องมือที่วัดได้ครอบคลุมมาก ชนิดหนึ่ง เครื่องมือชนิดนี้จะประกอบด้วยเรื่อง ซึ่งถือเป็น "ตั้งกับ" และมักจะมีคุณศัพท์ที่ตรงข้ามกัน เป็นคู่ ๆ ประกอบตั้งกับนั้นหลาย ๆ คู่ แต่ละคู่จะมี 2 ขั้ว ช่องห่างระหว่าง 2 ขั้วบ่งด้วยตัวเลข ถ้าใกล้ข้างใดมากก็จะมีลักษณะตามคุณศัพท์ของขั้วนั้นมาก

คุณศัพท์ที่ประกอบเป็น 2 ขั้วนี้ แยกออกเป็น 3 พวกใหญ่ ๆ คือ พวกที่เกี่ยวกับการประเมินค่า (Evaluation) พวกที่เกี่ยวกับศักยภาพ (Potential) และพวกที่เกี่ยวกับกิจกรรม (Activity)

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างแบบวัดความตระหนักเป็นเรื่องสถานการณ์เกี่ยวกับปัญหาเด็กด้อยโอกาส และองค์การเอกชนที่พัฒนาเด็กและเยาวชนในปัจจุบัน แล้วถามความรู้สึก ความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อสถานการณ์ดังกล่าว ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด และมีสเกลให้เลือกตอบ 5 อันดับ ตั้งแต่เห็นด้วย จนถึงไม่เห็นด้วย

ความสำคัญของความตระหนัก ต่อการตัดสินใจให้การสนับสนุนขององค์กรเอกชนที่พัฒนาเด็กและเยาวชน

การที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งเกิดถูกคิดขึ้นมาได้ หรือเกิดความรู้สึก กำเนิดขึ้นมาได้ว่า ปัญหาเด็ก ค้อยโอกาสในสังคมไทย เป็นปัญหาที่กำลังทวีความรุนแรงยิ่งขึ้น และกำลังต้องการการแก้ไขอย่างเร่งด่วน บุคคลนั้น ๆ ก็จะมองหาหนทางที่จะช่วยเหลือเด็ก ๆ ค้อยโอกาสเหล่านั้น และเมื่อบุคคลนั้น ๆ ค้นหาวิธีการที่จะช่วยเหลือเด็ก ก็จะทราบว่ามืองค์การเอกชน (NGOs) ที่ทำงานพัฒนาเด็กและเยาวชน อยู่ในสังคม และเมื่อได้ศึกษาการทำงานขององค์กรเอกชนที่พัฒนาเด็กและเยาวชนพอสมควร บุคคลเหล่านั้นก็จะเกิดความรู้ถึงผลกระทบถึงความสำคัญขององค์กรเอกชนที่พัฒนาเด็กและเยาวชน และนำไปสู่การตัดสินใจช่วยเหลือองค์กรเหล่านั้นไปในที่สุด

4. แนวความคิดเกี่ยวกับความเชื่อถือ

แนวความคิดเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร (Source Credibility) เป็นแนวความคิดที่อธิบายศักยภาพของสื่อในการจูงใจ หรือ โน้มน้าวใจผู้รับสาร ดังที่ Aristotle ได้กล่าวไว้ว่า

“การจูงใจที่บรรดามันนั้นขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของผู้พูด เมื่อคำปราศรัยของผู้พูดสามารถโน้มน้าวจิตใจของเราให้รู้สึกว่าเขามีความน่าเชื่อถือกว่าคนพรรคอื่น เรื่องนี้เป็นเรื่องจริง ไม่ว่าจะตั้งปุจฉาใด และไม่ว่าแห่งหนใด ที่แม้ไม่มีคามเที่ยงแท้ดำรงอยู่ หากแต่ ณ ที่นั้นสถิตด้วยหากทัศนคติก็ตาม” (Aristotle, Book I.2, อ้างถึงใน กฤตนิธิ ประชาบาล, 1997)

ได้มีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของแหล่งสารมากกว่า 5 ทศวรรษแล้ว โดยมักจะทำการศึกษาด้านองค์ประกอบของความน่าเชื่อถือ ซึ่งยอมรับกันว่าเป็นแนวคิดที่มีองค์ประกอบหลากหลายแง่มุม (Multi-dimensional Concept)

ผู้ริเริ่มศึกษาเรื่องความน่าเชื่อถือ มิทเชลล์ วี. ชาร์นเลย์ (Mitchell V. Charnley) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับความถูกต้องของการรายงานข่าวหนังสือพิมพ์ ในปี 1936 และ คาร์ล แอล. โอฟแลนด์, เอียร์วิง แอล. เจนิส และ เคลลี (Carl L. Hovland, Irving L. Janis และ Howard H. Kelly) ในปี 1953 ศึกษาเกี่ยวกับการจูงใจในการสื่อสาร (อ้างถึงใน Garziano และ McGrath, 1986)

โอฟแลนด์, เจนิส และเคลลี (Hovland, Janis and Kelly, 1953 อ้างใน Garziano และ McGrath, 1986) ประเมินความน่าเชื่อถือของแหล่งสารจากทัศนคติของผู้รับสารที่มีต่อแหล่งสาร ซึ่งได้แก่ ความไว้วางใจ (trust) ความเชื่อมั่น (confidence) และความเชื่อ (belief) ของผู้รับสารที่มีต่อ

ความเฉลียวฉลาด (intelligence) และ ความจริงใจ (sincerity) ของแหล่งสาร ทศนคติดังกล่าวเป็น เครื่องซึ่งประกอบของแหล่งสาร ที่ผู้รับสารให้ความไว้วางใจ

กริฟฟิน (Griffin, 1967) สรุปว่า ความไว้วางใจของผู้รับสารขึ้นอยู่กับความชำนาญ (expertise) ความน่าไว้วางใจ (reliability) เจตนา (intention) ความดึงดูดใจ (attractiveness) และความ คิดเห็นที่สอดคล้องกัน (association opinion) (อ้างถึงใน Triandis, 1971)

เบอร์โร, เลเมิร์ต และเมิร์ทซ์ (Berlo, Lemert and Mertz, 1970) กล่าวว่า ควรประเมินภาพ ลักษณะของแหล่งสารจากคามมีชีวิตชีวา (อ้างถึงใน ดวงกมล ชาติประเสริฐ, 1993)

การศึกษาวิจัยเหล่านี้ชี้ให้เห็นว่า ผู้รับสารเป็นผู้ตัดสินความน่าเชื่อถือของแหล่งสารจากองค์ ประกอบที่หลากหลายแง่มุม

โฮฟแลนด์ และไวต์ (Hovland and Weiss, 1951) ระบุว่าปัจเจกบุคคล หรือสถาบันที่มี ลักษณะความน่าเชื่อถือ จะสามารถมีอิทธิพลให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมของผู้รับข่าวสาร และมีความ สามารถในการชักชวนให้ผู้รับสารเกิดความเชื่อถือในตัวข่าวสารมากกว่า ปัจเจกบุคคลที่มีลักษณะ ความน่าเชื่อถือต่ำ สำหรับแหล่งของความน่าเชื่อถือนี้ Hovland and Associated กล่าวว่าเกิดจากการรับ รู้ในความสามารถ หรือสมรรถวิสัยและความเป็นผู้นำไว้วางใจของผู้ส่งข่าวสาร ความน่าเชื่อถือนี้มิใช่ ลักษณะใดลักษณะหนึ่งของปัจเจกบุคคล เช่น อายุ หรือเพศ หากแต่ว่าความน่าเชื่อถือเป็นชุดของ ลักษณะ เช่น ตำแหน่งหรือสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ความน่าเชื่อถือนี้เป็นชุดของการรับรู้ เกี่ยวกับแหล่งข่าว โดยผู้รับข่าว ดังนั้นในการพิจารณาว่าบุคคลใดมีลักษณะความเป็นผู้ที่มีความน่าเชื่อ ถือ จำเป็นจะต้องสอบถามจากผู้รับข่าวสาร มิใช่พิจารณาจากแหล่งข่าวสาร Chaplin (1986) ให้ความ หมายของความน่าเชื่อถือว่าเป็นการรับรู้ของผู้รับข่าว ที่มีต่อลักษณะของผู้ส่งข่าวในด้านความเป็นผู้ ไว้วางใจ หรือเป็นผู้ที่มีความชำนาญที่สามารถทำให้ข่าวสารนั้นมีความน่าเชื่อถือ

โฮฟแลนด์, เจนิส และเคลลี (Hovland, Janis and Kelly, 1953) ได้เสนอองค์ประกอบหลัก ของความน่าเชื่อของแหล่งสารไว้ 2 ประการ คือ ความน่าไว้วางใจ (trustworthiness) และความเชี่ยวชาญ (expertise) Osgood, Suci และ Tannenbaum (1961) เป็นผู้นำ Semantic Differential Scales มา ใช้วัดความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร โดยให้ผู้อ่านประเมินคุณลักษณะต่าง ๆ ของแหล่งสารจากค่า คะแนน 7 ระดับ (อ้างใน Emmert และ Brooks, 1970)

ไวท์เฮด (Whitehead, 1968) ได้ให้นักศึกษาจำนวน 152 คน ประเมินความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร โดยใช้ Semantic Differential Scales ในการวัด ผลการวิจัยพบว่า แหล่งสารที่มีความน่าเชื่อถือสูง เป็นแหล่งสารที่มีคุณสมบัติของความน่าไว้วางใจ ความมีชีวิตชีวา (dynamism) ความเป็นกลาง (objectivity) และความสามารถ (competence) (อ้างอิงใน ดวงกมล ชาติประเสริฐ, 1993)

โรเจอร์ และชูเมกเกอร์ (Rogers and Shoemaker, 1971) ให้ความหมายของความน่าเชื่อถือว่าเป็นระดับของการรับรู้ของผู้รับสารที่มีต่อแหล่งข่าว หรือช่องทางของข่าวสาร (Communication source or Channel) ในด้านความน่าไว้วางใจ และสมรรถวิสัย นอกจากนี้ เมอร์เดน (Burden, 1971) ยังได้กล่าวอีกว่า ความน่าเชื่อถือของผู้นำการเปลี่ยนแปลงนี้ เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญปัจจัยหนึ่ง ในการติดต่อสื่อสารและแลกเปลี่ยนข่าวสารของบุคคล และมีอิทธิพลให้เกิดการเปลี่ยนทัศนคติและความคิดเห็นด้วย

วิลเลียม เจ. แม็กไกว์ (William J. McGuire, 1973) กล่าวไว้ว่า ความน่าเชื่อถือของแหล่งสารเกิดขึ้นจากการที่ผู้รับสารยอมรับในเนื้อหา ซึ่งถูกต้องและสอดคล้องกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง ฉะนั้นจึงเห็นได้ว่าความน่าเชื่อถือของแหล่งสารจึงอยู่ที่การยอมรับของผู้รับสาร ที่มีต่อผู้ส่งสารว่า ได้รู้ในสิ่งที่ถูกต้อง ได้รับการโน้มน้าวใจในสิ่งที่เขารู้แน่ หรือถ้ากล่าวอย่างสั้น ๆ ก็คือ ความน่าเชื่อถือของแหล่งสารขึ้นกับการยอมรับในความชำนาญ (Expertise) และสิ่งที่ประจักษ์ (Objectivity)

เจมส์ ซี. แม็คครอสกี และโทมัส เอ. เจนสัน (James C. McCroskey and Thomas A. Jenson, 1975) เห็นว่าความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร หมายถึง การรับรู้ของผู้รับสารเกี่ยวกับภาพลักษณ์ (Image) ของแหล่งสารนั้น ๆ

สจวร์ต แอด. ทูบส์ และซิลเวีย มอสส์ (Stewart L. Tubbs and Sylvia Moss, 1977) ได้เสริมว่า ความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร คือ ความเชื่อถือได้ หรือความเต็มใจของผู้รับสารที่จะเชื่อในสิ่งที่ผู้อื่นพูดหรือทำ

ฮาร์ท และคณะ (Hart and Associated, 1975) ได้กล่าวว่า แหล่งความน่าเชื่อถือเกิดจากการรับรู้ของผู้ฟังที่มีต่อผู้พูด ซึ่งนำไปสู่การยอมรับ หรือไม่ยอมรับในจุดมุ่งหมายของผู้พูดหรือผู้ส่งข่าวสาร ความน่าเชื่อถือมีอยู่ในจิตใจ และความนึกคิดของผู้ฟัง และอาจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา

นอกจากนี้ แอนนิต้า เทย์เลอร์ และคณะ (Anita Taylor and Associated, 1980) ยังได้กล่าวถึงความน่าเชื่อถือว่า ความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร หรือผู้ส่งสาร ประเมินจากผู้รับสารเกี่ยวกับความเชื่อถือได้ของแหล่งสาร ในสถานการณ์หนึ่ง ๆ และเพิ่มเติมว่า กลุ่มคนจะให้ความเชื่อถือต่อข่าวสาร เมื่อผู้ส่งสารมีความน่าเชื่อถือสูง เพราะผู้ส่งสารที่มีความน่าเชื่อถือสูง ไม่เพียงแต่จะทำให้ผู้รับสารยอมรับในตัวเขาเท่านั้น หากแต่ยังยอมรับในสิ่งที่เขาพูด รวมทั้งสามารถจดจำผู้ส่งสารได้นาน นอกจากนี้ยังมีแนวโน้มที่จะเชื่อผู้ส่งสารที่มีความน่าเชื่อถือสูง มากกว่าผู้ส่งสารที่มีความน่าเชื่อถือต่ำ

ซึ่งสอดคล้องกับความคิดว่า เอยวิน พี. เบ็ตทิงเฮาส์ (Erwin P. Bettinghaus) ที่ว่า ความน่าเชื่อถือนั้นขึ้นอยู่กับ การยอมรับของผู้รับสารเป็นสำคัญ หากใช้ความเป็นจริงที่อยู่ในตัวผู้ส่งสารไม่ ขณะเดียวกันความน่าเชื่อถือของบุคคลที่เป็นแหล่งสารนี้ ก็มีได้ขึ้นอยู่กับคุณสมบัติใดเพียงอย่างเดียว เช่น เพศ หรือ อายุ แต่เกี่ยวข้องกับบุคลิกอื่น ๆ อาทิ สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมด้วย

สำหรับ ซิงเกิลทาร์รี่ (Singletary, 1976) เขาคิดว่า ความน่าเชื่อถือของแหล่งสารประกอบด้วย ความน่าไว้วางใจ ความรอบรู้ (knowledgeability) ความชัดเจนสั้นไหล (articulation) ความดึงดูดใจ (attraction) ความเป็นปรปักษ์ (hostility) และความมั่นคง (stability)

สำหรับการจำแนกองค์ประกอบของความน่าเชื่อถือของแหล่งสารนี้ ครอนไคท์ และลิสก้า (Cronkite and Liska, 1978) ได้อธิบายไว้แตกต่างจากงานวิจัยก่อนหน้านี้ที่พยายามจัดองค์ประกอบไว้เป็นหมวดหมู่ กล่าวคือ Cronkite และ Liska เห็นว่าองค์ประกอบของความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร จะแปรผันตามสถานการณ์ของการสื่อสาร และหัวข้อของการสื่อสาร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Meter (1974) ที่กล่าวไว้ว่า ความน่าเชื่อถือของแหล่งสารเป็นแนวคิดหลากหลายแง่มุม ฉะนั้นจึงต้องใช้เกณฑ์ในการวัดที่หลากหลายแง่มุมเช่นกัน

งานวิจัยในช่วงต่อมา เป็นเรื่องสนับสนุนแนวคิดดังกล่าวเป็นอย่างดี นักวิจัยหลายท่านได้กำหนดองค์ประกอบของความน่าเชื่อถือให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และตัวแปรที่ต้องการจะวัด

ลี (Lee, 1978) ได้ศึกษาเปรียบเทียบความน่าเชื่อถือระหว่างข่าวโทรทัศน์ และข่าวหนังสือพิมพ์ และศึกษาองค์ประกอบของความน่าเชื่อถือของสื่อทั้ง 2 ประเภท โดย Lee สร้าง Semantic Differential Scales 28 คู่ จากองค์ประกอบดังต่อไปนี้ ความน่าไว้วางใจ ความเชี่ยวชาญ ความมีชีวิต

ชีวา ความเป็นกลาง ความเห็นพ้องต้องกัน (agreeable) ความไวใจได้ และความใกล้ชิด (intimacy) เป็นเกณฑ์ในการประเมิน

กาซิอาโน และแม็กกราธ (Garziano และ McGrath, 1986) ได้วิจัยเรื่องเดียวกันนี้ทั่วประเทศสหรัฐอเมริกา โดยแบ่งผู้รับสารออกเป็น 3 กลุ่มตามปริมาณความเชื่อถือ คือ กลุ่มที่มีความเชื่อถือสูง กลาง ต่ำตามลำดับ และแบ่งข่าวออกเป็นข่าวระดับท้องถิ่น และข่าวระดับประเทศ Garziano และ McGrath ใช้ Semantic Differential Scales เป็นเกณฑ์ในการประเมิน และกำหนดองค์ประกอบของความน่าเชื่อถือเอาไว้ 7 ประการ คือ ความยุติธรรม (fairness) ความน่าไว้วางใจ ความเชี่ยวชาญ ศีลธรรม (morality) ความถูกต้อง (accuracy) ความเป็นข้อเท็จจริง (factuality) และการคำนึงถึงสังคม (social concern)

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือในยุคต่อมา นักวิจัยได้หันมาศึกษาแหล่งสารที่เป็นบุคคล (เช่น ผู้เขียน คอลัมน์นิสต์ เป็นต้น) และ สาร ที่ไม่ใช่ข่าว (เช่น บทความ คอลัมน์ สารคดี เป็นต้น) มากขึ้น

มิติและสิ่งที่มีชีถึงความน่าเชื่อถือ (Dimension and indices of credibility)

นักวิชาการสื่อสารหลาย ๆ ท่าน ได้พยายามระบุถึงมิติต่าง ๆ ของแหล่งความน่าเชื่อถือ Wenburg and Wilmort (1973) ได้อ้างข้อเขียนของ Aristotle ที่เสนอแนะว่า แหล่งของความน่าเชื่อถือนี้ประกอบด้วย 3 มิติที่แยกออกจากกัน ซึ่งได้แก่

- ความประพฤติ หรือนิสัย (Character)
- ความเป็นผู้คงแก่เรียน (Sagacity)
- ความเป็นผู้มีไมตรีจิต (Goodwill)

ถึงแม้ว่ามิติต่าง ๆ ที่อริสโตเติลได้ระบุนั้น จะเป็นสิ่งท้าทายให้มีการพิสูจน์ ซึ่งไม่มีใครปฏิเสธถึงข้อสันนิษฐานที่ระบุว่า ความน่าเชื่อถือมีส่วนประกอบที่มากกว่า 1 มิติ

ในการอธิบายถึงปัจเจกบุคคลที่ได้รับการรับรู้ว่ามีความน่าเชื่อถือสูง Wenburg and Wilmort (1973) ได้เสนอมิติต่าง ๆ ที่มีความเป็นรูปธรรมขึ้นมาแทนที่มิติทั้งสามของอริสโตเติล ซึ่งได้แก่

- ความเป็นผู้รู้ (Knowledgeable)
- ความซื่อสัตย์ (Sincere)

- ความเป็นผู้มีความเข้าใจ (Understanding)
- ความเป็นผู้ห่วงใย (Concerned)
- ความเป็นผู้ประทับใจ (Impressive)
- ความเป็นผู้จริงใจ (Articulate)
- ความเป็นผู้ชำนาญ (Expert)
- ความเป็นผู้มีมิตรจิต (Friendly)

ส่วน โอฟแลนด์ และคณะ (Hovland and Associates, 1953) ในแนวคิดว่า ความน่าเชื่อถือนั้น ประกอบด้วย ความเป็นผู้ชำนาญการ หรือเป็นผู้ที่มีสมรรถวิสัย มีความน่าไว้วางใจ และความตั้งใจต่อผู้รับข่าวสารตามการรับรู้ของผู้รับข่าว แนวคิดของโอฟแลนด์ และคณะนี้นับได้ว่าเป็นกระงอกเงยของแนวคิดของอริสโตเติล กล่าวคือ ความเป็นผู้ชำนาญการ เป็นคำทดแทนความเป็นผู้คงแก่เรียนหรือมีคุณวุฒิ ความเป็นผู้นำไว้วางใจ ทดแทนความประพฤติหรือนิสัย และความตั้งใจ ทดแทนความเป็นผู้มีไมตรีจิต ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างมิติต่าง ๆ ของความน่าเชื่อถือตามแนวคิดของ Aristotle และ Hovland and Associates

นักวิชาการ	มิติต่าง ๆ ของความน่าเชื่อถือ		
Aristotle	Intelligence	Character	Goodwill
Hovland and Associates	Expertise / Competence	Trustworthiness	Intention

นอกจากนั้น Wenburg and Wilmort (1973) ได้อ้างผลงานของ Andersen ที่ระบุถึงความน่าเชื่อถือ ซึ่งสามารถวัดได้ใน 2 มิติ คือ การประเมินคุณค่า (Evaluation) และความเป็นผู้กระตือรือร้น / กล่องตัว (Dynamism) โดยแอนเดอร์สันได้ค้นพบตัวบ่งชี้ที่สามารถวัดได้ด้วยมาตรวัด โดยใช้คำคุณศัพท์สองทาง ดังรายละเอียดในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างมิตินำเชื่อถือ กับมาตรวัดของ Andersen

มิติของความน่าเชื่อถือ	สิ่งบ่งชี้ / มาตรวัด / คุณลักษณะที่วัด
1. การประเมินคุณค่า (Evaluation)	<p>ซื่อสัตย์-ไม่ซื่อสัตย์</p> <p>มีคุณธรรม-ไม่มีคุณธรรม</p> <p>เห็นอกเห็นใจผู้อื่น-ไม่เห็นอกเห็นใจผู้อื่น</p> <p>ดี-เลว</p> <p>เป็นผู้มีเหตุผล-เป็นผู้ไม่มีเหตุผล</p>
2. ความเป็นผู้กระตือรือร้น / คล่องตัว (Dynamism)	<p>เป็นผู้สนใจ-ไม่เป็นผู้สนใจ</p> <p>แข็งแรง-อ่อนแอ</p> <p>รวดเร็ว-ชักช้า</p> <p>เกิดขาด-ไม่เกิดขาด</p> <p>ว่องไว / ตื่นตัว-ไม่ตื่นตัว</p>

จากสิ่งบ่งชี้ (Indices) ที่แอนเดอร์สัน ได้ระบุมานั้น ในมิติของการประเมินคุณค่า (Evaluation) นั้นมีความคล้ายคลึงกับมิตินำเชื่อถือของผู้คงแก่เรียน (Sagacity / Intelligence) และมิตินำเชื่อถือหรือนิสัย (Character) ของอริสโตเติล สำหรับมิตินำเชื่อถือคล่องตัว / กระฉับกระเฉง (Dynamism) นั้นเป็นอีกมิติหนึ่งที่แอนเดอร์สัน ได้เพิ่มเติมขึ้น ดังรายละเอียดในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงสิ่งบ่งชี้มิติของความน่าเชื่อถือตามแนวทางวิจัยของ Anderson เปรียบเทียบกับมิติต่าง ๆ ของความน่าเชื่อถือตามแนวคิดของ Aristotle และ Hovland and Associates

นักวิชาการ	มิติต่าง ๆ ของความน่าเชื่อถือ		
Aristotle	Intelligence	Character	Goodwill
Hovland and Associates	Expertise / Competence	Trustworthiness	Intention
Anderson	Evaluation		Dynamism

สำหรับ Berlo, Lemart and Mertz (1969-1970) ซึ่งได้ศึกษาถึงมิติต่าง ๆ ของความน่าเชื่อถือเพื่อประเมินการยอมรับข่าวสารที่มีต่อแหล่งของข่าวสารนั้น Berlo and Associates ได้แยกมิติของความน่าเชื่อถือออกเป็น 3 มิติเช่นกัน โดยใช้คำว่า ความรู้สึกละอายใจ (Safety) ความเป็นผู้ที่มีคุณวุฒิ (Qualification) และความคล่องตัว/ความกระฉับกระเฉง (Dynamism) เมื่อพิจารณารายละเอียดของมิติ

ความรู้ที่กลบกลืนแล้ว พบว่ามีความคล้ายคลึงกับมิตติความประพฤตินิยัตย์ของ Aristotle และ ความน่าไว้วางใจของ Hovland and Associates รวมทั้งเป็นส่วนหนึ่งของมิตติการประเมินคุณค่าของ Andersen และในทำนองเดียวกัน มิตติความเป็นผู้มีคุณวุฒิมีความคล้ายคลึงกับความเป็นผู้ทรงแก่เรียน ของฮริสโตเติล และความเป็นผู้ชำนาญการ หรือมีสมรรถวิสัยที่เสนอโดยโฮฟแลนด์ และคณะ อีกทั้ง เป็นส่วนหนึ่งของการประเมินคุณค่าของแอนเดอร์เซ็น สำหรับมิตติความเป็นผู้มีความคล่องตัว ได้ จำลองแบบมาจากมิตติความคล่องตัวของแอนเดอร์เซ็น ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 เปรียบเทียบแนวคิดของ Berlo and Associates กับแนวคิดของ Aristotle, Hovland and Associates และ Andersen เกี่ยวกับมิตติต่าง ๆ ของความน่าเชื่อถือ

นักวิชาการ	มิตติต่าง ๆ ของความน่าเชื่อถือ			
Aristotle	Intelligence	Character	Goodwill	
Hovland and Associates	Expertise / Competence	Trustworthiness	Intention	
Andersen	Evaluation			Dynamism
Berlo and Associates	Qualification	Safety	-	Dynamism

สำหรับสิ่งบ่งชี้ และมาตรวัดคุณลักษณะความน่าเชื่อถือนั้น Berlo and Associates ได้นำเสนอไว้ดังนี้

ตารางที่ 5 แสดงมิตความน่าเชื่อถือ กับมาตรวัดของ Berlo and Associates

มิตความน่าเชื่อถือ	สิ่งบ่งชี้ / มาตรวัด / คุณลักษณะ
1. ความรู้สึกไม่เป็นภัย (Safety)	ปลอดภัย-ไม่ปลอดภัย ยุติธรรม-ไม่ยุติธรรม ใจดี-ร้าย ซื่อสัตย์-ไม่ซื่อสัตย์
2.ความเป็นผู้มีคุณวุฒิ (Qualification)	ชำนาญการ-ไม่ชำนาญการ มีคุณวุฒิ-ไม่มีคุณวุฒิ มีความรอบรู้-ไม่มีความรอบรู้ มีประสบการณ์-ไม่มีประสบการณ์
3.ความคล่องตัว / กระฉับกระเฉง (Dynamism)	แข็งขันเด็ดขาด-อ่อนโยน หนักแน่น-ตึงเล กระฉับกระเฉง-อ่อนล้า ตื่นตัว-ไม่ตื่นตัว มีความกล้า-ขี้อาย

นอกจากนั้น Berlo and Association ยังได้ให้ข้อเสนอว่า มิตความรู้สึกไม่เป็นภัยนี้ จะเป็นเครื่องประกันว่าผู้นำเสนอข่าวสาร จะสามารถเข้าถึงผู้รับข่าวได้ ถ้าผู้รับข่าวรับรู้ว่าเป็นภัย (รู้สึกปลอดภัยในตัวผู้ส่งข่าว) เป็นมิตร และซื่อสัตย์ ผู้รับข่าวจะเกิดความไว้วางใจในตัวผู้ส่งข่าว และเชื่อในสิ่งที่ผู้ส่งข่าวกล่าวถึง ในขณะที่เดียวกัน ถ้าผู้รับข่าวรับรู้ว่าเป็นภัย ผู้ส่งข่าวไม่มีความยุติธรรม หนีบคาย และไม่ซื่อสัตย์ ผู้รับข่าวจะบังเกิดความไม่ไว้วางใจในตัวผู้ส่งข่าว และเนื้อข่าว และจะต่อต้านในเนื้อข่าวนั้น ๆ

สำหรับมิตความเป็นผู้มีคุณวุฒิ (Qualification) นั้นสะท้อนถึงความสามารถ หรือความเป็นผู้ชำนาญในเนื้อหาวิชาที่ผู้ส่งข่าวกำลังกล่าวถึง ถ้าผู้รับข่าวเกิดการรับรู้ว่าเป็นภัยผู้ส่งข่าวมีลักษณะเป็นผู้ชำนาญการ มีความรอบรู้ และมีพหุทักษะแล้ว ผู้ส่งข่าวจะบังเกิดความน่าเชื่อถือ และผู้รับ

ข่าวจะเชื่อในเนื้อหาที่ผู้ส่งข่าวกล่าวถึง ในทางตรงกันข้าม ถ้าผู้รับข่าวรับรู้ว่าผู้ส่งข่าวไม่มีความชำนาญ และไม่มีประสบการณ์ ผู้ส่งข่าวจะได้รับควาไม่น่าเชื่อถือจากผู้รับข้างเช่นเดียวกัน

ในมิติของความคล่องตัว (Dynamism) ตามแนวคิดของ Berlo and Associates ซึ่งชี้ให้เห็นว่า ถ้าผู้รับข่าวรับรู้ว่าผู้ส่งข่าวมีความเด็ดขาด / แข็งขัน ตื่นตัว และกระฉับกระเฉงอยู่เสมอ ผู้ส่งข่าวจะได้รับความเชื่อถือในระดับสูง แต่ถ้าผู้ส่งข่าวมีลักษณะอ่อนถ้อ อ่อนไหว ลังเลและขี้อาย ผู้ส่งข่าวจะได้รับความเชื่อถือในระดับต่ำ

ดังเป็นที่ประจักษ์ว่า นักวิชาการด้านการสื่อสารหลายท่าน ได้ใช้มิติหลายมิติในการตัดสินความน่าเชื่อถือของผู้ส่งข่าว ซึ่งในทำนองเดียวกับ Cronkrite (1969) ได้ระบุว่า ถึงลักษณะของผู้ส่งข่าวที่ผู้ฟัง หรือผู้รับข่าวนำมาพิจารณาในการประเมินความน่าเชื่อถือของผู้ส่งข่าว ซึ่งได้แก่ ความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) ความคล่องตัว / กระฉับกระเฉง (Dynamism) ความมีสมรรถวิสัย (Competence) ความรู้จักมักคุ้น (Sociability) การประเมินคุณค่า (Evaluation) ความเห็นพ้องต้องกัน (Agreeableness) มีความเปิดเผย (Extroversion) อารมณ์ดี (Emotional) ความมั่นคง (Stability) ความเป็นธรรม (Conscientiousness) พฤติกรรม (Culture) มีความตรงไปตรงมา (Objectivity) และมีความคล้ายคลึง (Identification) กับผู้ฟัง แต่อย่างไรก็ตาม นักวิชาการเหล่านั้นอาจมีแนวคิดในการประเมินลักษณะของความน่าเชื่อถือเหล่านี้ไม่เหมือนกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับปัญหาที่วิจัย เนื้อหาสาระและเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าความน่าเชื่อถือนี้ เป็นปรากฏการณ์ในลักษณะหลากหลายมิติ (Multidimension phenomenon)

5. ทฤษฎีการตัดสินใจ

ความหมายของการตัดสินใจ

การตัดสินใจในที่นี้ใช้เทียบกับคำว่า "decision-making" ในภาษาอังกฤษ คำการบริหารบางเล่มใช้คำว่า "การวินิจฉัยสั่งการ" หรือ "การตัดสินใจสั่งการ" เป็นต้น แต่ก็มีความหมายเดียวกัน

คำนิยามของการตัดสินใจนั้นมีหลายอย่าง หลายท่านวน แล้วแต่สำนักแล้กวิชาการแต่ละกลุ่ม บางกลุ่มถือว่ากิจกรรมของมนุษย์ทุกอย่างต้องมีการตัดสินใจทั้งสิ้น แต่ในทางตรงกันข้ามก็มีนักวิชาการบางท่านกล่าวว่า เรามีการตัดสินใจจริง (Real decision) ไม่บ่อยนัก แต่ไม่ว่าจะเป็นการทำอะไรก็ตาม การตัดสินใจหนีไม่พ้นการเลือก หรือจะต้องที่ทางเลือกอยู่เสมอ ถ้าไม่มีทางเลือกหลายทาง แต่มีอยู่ทางเดียว เราก็ต้องเลือกอีกกว่า เราจะทำหรือไม่ทำตามแนวทางนั้น โดยทั่วไปแล้ว กรณีหลังนี้เกิดขึ้น

น้อยจนเราไม่สามารถนำมาเป็นกรณีสำคัญ โดยเหตุนี้จึงมีผู้ให้คำนิยามว่า “การตัดสินใจ คือ การเลือกทางใดทางหนึ่งจากหลาย ๆ ทาง (A choice among alternatives) นั่นเอง ซึ่งมีความหมายไปในทางเดียวกับความหมายเดิมของคำว่า “decision” ที่มาจากภาษาละติน ซึ่งมีความหมายว่า Cut off เป็นการเลือกการตัดสินใจลงไปยังอย่างใดอย่างหนึ่ง

ความหมายของการตัดสินใจที่ว่า การเลือกจากหลาย ๆ ทางนี้ เป็นคำนิยามที่อธิบายให้เห็นถึงลักษณะหรือแนวความคิดหลักของการตัดสินใจ แต่การเลือกหรือการตัดสินใจนี้ บุคคลหรือกลุ่มที่ตัดสินใจ หรือเลือกทางนั้นจะไม่เลือกอย่างเลื่อนลอย หรือเลือกไปอย่างไร้จุดหมาย จะต้องเลือกเพราะจุดมุ่งหมายอย่างใดอย่างหนึ่งเสมอ แม้ว่าจุดมุ่งหมายนี้จะชัดแจ้งหรือซ่อนเร้นอยู่ก็ตาม ด้วยเหตุนี้คำนิยามที่กว้างขวางของการตัดสินใจก็คือ “การซึ่งใจ ไตร่ตรองและตัดสินใจเลือกทางดำเนินการที่เห็นว่าดีที่สุดในหลาย ๆ ทาง เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการ” หรือ “เป็นการกระทำที่ตั้งใจเลือกเพื่อให้บรรลุผลที่ตั้งไว้”

การให้คำนิยามที่กว้างขวางไปกว่า 2 ลักษณะที่กล่าวมาแต่ต้น คือ คำนิยามที่ครอบคลุมองค์ประกอบของการตัดสินใจเข้าไว้ด้วยกัน เพื่อให้ลักษณะของการตัดสินใจที่ชัดเจนขึ้นว่า การตัดสินใจแต่ละครั้งมีอะไรเข้ามาเกี่ยวข้องบ้าง คือคำนิยามของ Schackle ที่กล่าวว่า “การตัดสินใจเป็นเหตุการณ์สร้างสรรค์ทางจิต ที่ความรู้ ความคิด ความรู้สึก และจินตนาการผสมผสานกันเพื่อผลในทางปฏิบัติ” คำนิยามนี้ ชี้ให้เห็นว่าการตัดสินใจนั้นจะต้องเกี่ยวข้องกับความรู้ ความคิด และจินตนาการพร้อมกัน

โดยสรุปแล้ว “การตัดสินใจ” ก็คือ กระบวนการเลือกในระหว่างทางเลือกต่าง ๆ ซึ่งเป็นเทคนิคที่จะลดจำนวนทางเลือกจากหลาย ๆ ทางมาให้เหลือเท่ากับจำนวนทางเลือกที่ต้องการนั่นเอง ซึ่งจะเป็นทางเลือกที่ผู้เลือกพอใจมากที่สุดตามหลักเกณฑ์ของแต่ละคน

กระบวนการตัดสินใจ

กระบวนการตัดสินใจ (Decision-making process) ได้แก่ การกำหนดขั้นตอนการดำเนินการตัดสินใจ ซึ่งเป็นเทคนิคที่จะลดจำนวนทางเลือกมาให้เหลือเพียงจำนวนทางเลือกที่ตนเองต้องการเท่านั้น กระบวนการตัดสินใจของมนุษย์นั้น มีทั้งที่เป็นระบบ และไม่เป็นระบบ

กระบวนการตัดสินใจอย่างไม่เป็นระบบนั้น เราจะพบได้เสมอและบ่อย ๆ ในชีวิตประจำวัน ส่วนใหญ่จะอาศัยสามัญสำนึก อาศัยการลองผิดลองถูก อาศัยความเคยชิน และจากประสบการณ์ ซึ่งบุคคลเป็นจำนวนมากตัดสินใจโดยวิธีการดังกล่าว แต่วิธีการที่ควรทำความเข้าใจ และศึกษาเพื่อเป็น

แนวทางปฏิบัติ คือ การตัดสินใจอย่างเป็นระบบอย่างมีเหตุผลตามวิธีการทางศาสตร์ (Rational decision-making) วิธีการนี้คือ วิธีการทางวิทยาศาสตร์ (Scientific method) นั่นเอง แต่ได้พัฒนาขึ้นเพื่อใช้อธิบายการตัดสินใจของบุคคล

การศึกษากระบวนการตัดสินใจนี้ มีนักวิชาการให้ความเห็นและจัดลำดับขั้นตอนของกระบวนการไว้มากบ้างน้อยบ้าง สุดแต่ทัศนะของผู้เขียนแต่ละคน แต่โดยสรุปแล้วก็มีลักษณะและสาระสำคัญที่คล้ายคลึงกันอยู่มาก เพราะส่วนใหญ่ก็คือ แนววิธีการพิจารณาแก้ปัญหาที่เรียกว่า "Problem solving approach" เป็นเกณฑ์สำหรับการพิจารณา ดังนั้นจึงจะขอก้าวถึงขั้นตอนต่าง ๆ ของกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งนักวิชาการทั้งหลายได้ให้ความหมายเอาไว้ โดยจะกล่าวถึงนักวิชาการบางคนเท่านั้น

แฮร์เบิร์ต เอ. ซิมอน (Herbert A. Simon, 1977) ได้กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจ มีด้วยกัน 4 ขั้นตอน คือ

1. การค้นหาข่าวสาร (Intelligent activity) ซึ่งได้แก่ การดำเนินการค้นหาข่าวสารข้อมูล และรายละเอียดต่างๆ เพื่อนำมาใช้ประกอบการพิจารณาตัดสินใจ
2. กิจกรรมออกแบบ (Design activity) ซึ่งได้แก่ การดำเนินการค้นหาจัดตั้ง และวิเคราะห์หนทางเลือกต่าง ๆ ที่อาจเป็นทางออกของการตัดสินใจ ในประเด็นหรือปัญหาที่ต้องการตัดสินใจนั้น ๆ
3. กิจกรรมเลือก (Choice activity) ซึ่งได้แก่ การดำเนินการตัดสินใจเลือกหนทางเลือกทางใดทางหนึ่ง จากบรรดาทางเลือกต่าง ๆ ที่ได้ค้นหามาแล้วในกิจกรรมออกแบบ และเป็นหนทางเลือกที่สามารถเป็นไปได้ด้วย
4. ขั้นตอนประเมินและทบทวน (Review activity) เป็นขั้นตอนที่จะทบทวน และประเมินผลถึงทางเลือกที่ได้เลือกไว้แล้ว

กระบวนการต่าง ๆ ตามที่ Simon ได้กล่าวมานั้นก็คือ กระบวนการแก้ปัญหาซึ่ง John Dewey ได้กล่าวถึงไว้นานแล้วในหนังสือ How we think ได้แก่ ขั้นตอนง่าย ๆ 3 ขั้น คือ ปัญหาอะไร มีทางแก้ อะไรบ้าง และทางไหนดีที่สุด ซึ่งก็คล้ายคลึงกับกิจกรรมขั้นต้นดังกล่าวมาแล้ว

ส่วน เอ็ดวิน บี. ฟลิปโป (Edwin B. Flippo, 1966) ได้สรุปขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจไว้ดังนี้

1. ศึกษาให้ได้ข้อเท็จจริง และพิจารณาปัญหาที่จะต้องตัดสินใจว่า มีความมุ่งหมายอย่างไร มีลักษณะขัดแย้งหรือกระทบกระเทือนต่อองค์การอย่างไรบ้างหรือไม่ ทั้งนี้ต้องไม่ลืมหลักการพิจารณาและผลที่จะเกิดจากการวินิจฉัยนั้น การพิจารณาในประการนี้มีลักษณะเป็นการสร้างขอบเขตของปัญหา และวิธีการที่จะวินิจฉัยให้แคบเข้า ในการนี้จำเป็นต้องอาศัยความรู้และความรอบคอบประกอบกัน

2. พิจารณาเลือกแนวทางแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่มีอยู่หลายทาง โดยเลือกไว้สำหรับเป็นแนวทางพิจารณาขั้นสุดท้ายสัก 3-5 ประการ ซึ่งในการนี้จำเป็นต้องอาศัยความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ และภูมิหลังของผู้ตัดสินใจในปัญหาเป็นส่วนประกอบ

3. รวบรวมข้อมูลและข่าวสาร เพื่อทำการวิเคราะห์เกี่ยวกับแนวทางแก้ปัญหาที่ได้เลือกไว้จากขั้นที่ 2 การเลือกแนวทางแก้ปัญหาไว้เพียง 3-5 ประการนี้ จะช่วยประหยัดเวลาและตัวปัญหาให้แคบเข้า โดยไม่ต้องรวบรวมข้อมูลและข่าวสารทั้งหมด เพราะจะทำให้เสียเวลาและสิ้นเปลืองมาก

4. พิจารณาผลดีและผลเสีย ที่จะเกิดจากการเลือกวิธีการแก้ปัญหาต่าง ๆ โดยอาศัยการวิเคราะห์เปรียบเทียบจากข้อมูลและข่าวสารที่รวบรวมไว้ แล้วเลือกวิธีการที่คาดว่าจะดีที่สุดเป็นแนวทางวินิจฉัยตัดสินใจต่อไป

สำหรับ จอห์น เอ็ม. ฟิฟเนอร์ (John M. Pfaffner, 1960) ได้แบ่งกระบวนการตัดสินใจออกเป็น 9 ขั้นตอนดังนี้

1. การยอมรับรู้ถึงปัญหา
2. การรวบรวมข้อมูล
3. การแยกประเภทและวิเคราะห์ข้อมูลนี้
4. การเตรียมนำรายงานของวิธีหลาย ๆ วิธีที่จะบรรลุเป้าหมาย
5. การระบุถึงวิธีแก้ปัญหา เพื่อเลือกไว้หลาย ๆ วิธี
6. การประเมินผลวิธีแก้ปัญหาเพื่อเลือกเหล่านั้น
7. การตัดสินใจ
8. การปฏิบัติการให้เป็นไปตามการตัดสินใจ
9. การแสวงหาข้อคิดเกี่ยวกับผลของการปฏิบัติการให้เป็นไปตามการตัดสินใจ

ชาร์ล อี. ลินด์บลอม (Charles E. Lindblom, 1968) แบ่งกระบวนการตัดสินใจออกเป็น 5 ขั้นตอน คือ

1. ระบุปัญหาให้ชัดเจน
2. กำหนดจุดมุ่งหมายในการแก้ปัญหา และจัดลำดับความสำคัญของจุดมุ่งหมาย
3. พิจารณาวิธีปฏิบัติที่เป็นไปได้ เพื่อใช้แก้ปัญหาจุดมุ่งหมายแต่ละข้อ
4. ประเมินผลดี และผลเสียของวิธีปฏิบัติแต่ละวิธี
5. เลือกวิธีปฏิบัติที่ดีที่สุด

อี. แฟรงค์ แฮริสัน (E. Frank Harrison, 1975) แบ่งกระบวนการตัดสินใจเป็น 6 ขั้นตอน คือ

1. กำหนดจุดมุ่งหมายในการแก้ไขปัญหาไว้
2. ค้นหาทางเลือกต่าง ๆ สำหรับแก้ปัญหานั้น ๆ
3. เปรียบเทียบและประเมินทางเลือกในการแก้ปัญหา
4. กระทำการเลือกทางแก้ปัญหา
5. ตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด
6. ติดตามและควบคุมผลของการตัดสินใจเลือกทางเลือกนั้น

ส่วน ฟรีมอนท์ อี. แคสท์ และเจมส์ อี. โรเซนซไวท์ (Fremont E. Kast and James E. Rosenzweig, 1979) พูดถึงการตัดสินใจ โดยเทียบถึงความสัมพันธ์กับข่าวสารว่า

“การวางระบบข่าวสารในการตัดสินใจ เป็นเรื่องสำคัญยิ่งที่จะต้องกระทำอย่างรอบคอบ

การตัดสินใจที่ดีที่สุดนั้น คือจากการลดข่าวสารข้อมูลที่ไม่มีประโยชน์ ให้น้อยลงมากที่สุด

สุด

ข่าวสารที่ดีมีลักษณะสำคัญดังนี้

1. มีความถูกต้อง (Accuracy)
2. มีความตรงกับกรณี (Relevant)
3. มีความเหมาะสมกาละ (Timely)
4. มีความบริบูรณ์เพียงพอ (Sufficiency)
5. ไม่มีอคติ (Lack of Bias)
6. มีจำนวนเพียงพอ (Adequacy)

ส่วน บรูซ เอฟ. เบคด์ (Bruce F. Baird, 1978) ได้ให้ข้อคิดเห็นที่สอดคล้องกันว่า ผู้บริหารที่ใช้ข่าวสารในการตัดสินใจควรมุ่งถึงลักษณะของข่าวสารในเรื่องต่อไปนี้

1. เชื่อถือได้ (Reliable)
2. ประหยัด (Economical)
3. จำเป็น (Necessary)
4. ถูกต้อง (Accurate)
5. ใช้ประโยชน์ได้ (Usable)

สำหรับนักวิชาการไทย ก็ได้ให้ความหมายของกระบวนการตัดสินใจไว้เหมือนกัน ดังต่อไปนี้

วุฒิชัย ชำนงค์ แบ่งกระบวนการตัดสินใจออกเป็น 6 ขั้นตอน คือ

1. การแยกแยะปัญหา (Problem identification) เป็นการค้นหาข้อเท็จจริงในตัวปัญหาออกมาให้ได้ การแก้ปัญหานั้นเมื่อได้รู้ตัวปัญหาที่แท้จริง ก็เท่ากับว่าแก้ปัญหาได้ครึ่งหนึ่งแล้ว ซึ่งหมายถึงว่า ในหลายกรณีผู้ที่แก้ปัญหาไม่ทราบถึงตัวปัญหาที่แน่นอน เพราะฉะนั้นก็อาจจะดำเนินการแก้ปัญหาทุกอย่าง โดยไม่ทราบปัญหาที่แท้จริงก็เป็นได้

ขั้นตอนแรกของการตัดสินใจนั้น เป็นเรื่องของการสร้างความแน่ใจ มั่นใจโดยการค้นหา ทำความเข้าใจกับตัวปัญหาที่แท้จริง ที่กล่าวว่าเป็นเรื่องของการแยกแยะตัวปัญหาออกมาให้แน่ชัด หรือตัวปัญหาที่แน่นอนแท้จริงนั้น ก็เพราะว่ากระบวนการตัดสินใจจะเริ่มต้นตามขั้นตอนแรก เมื่อผู้ทำการตัดสินใจมีความรู้ที่คิดว่าได้เกิดปัญหานั้นมา ซึ่งโดยทั่วไปแล้วตัวปัญหานี้จะเรียกร้องความสนใจ หรือความตั้งใจในอันที่จะแก้ปัญหาเหล่านั้น การตัดสินใจอยู่ที่การแยกแยะตัวปัญหาที่แท้จริงออกมาให้ได้นั่นเอง

2. การหาข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับตัวปัญหานั้น (Information search) ในขั้นที่ 2 ของกระบวนการตัดสินใจ ก็เป็นเรื่องของข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับตัวปัญหา กล่าวคือ ในปัญหาต่าง ๆ นั้น เราจะทราบได้แน่นอนว่า การที่จะเกิดปัญหาใด ๆ ขึ้นมาจำเป็นต้องมีสาเหตุ เพราะฉะนั้นการเสาะหาข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับตัวปัญหาก็คือ การเสาะหาถึงที่เป็นสาเหตุ หรือสิ่งที่ก่อให้เกิดตัวปัญหานั้น ซึ่งอาจจะไม่ใช่สาเหตุโดยตรงก็เป็นได้ ความสามารถที่จะหาข่าวสารข้อมูลที่ครอบคลุมมากที่สุด หรือที่กล่าวว่าเป็นข่าวสารที่สมบูรณ์ (Complete information) นั้นอาจจะเป็นไปได้

แต่ในข้อเสนอในขั้นตอนการตัดสินใจขั้นที่ 2 นี้ เป็นเรื่องของการเสาะแสวงหาข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับสาเหตุของปัญหามากที่สุดเท่าที่จะมากได้ ทั้งนี้การเสาะหาข่าวสารควรจะเป็นไปตามแนวความคิดที่ว่า ข่าวสารที่สรรหามานั้น จำเป็นจะต้องมีความเกี่ยวข้องและจำเป็นกับตัวปัญหา ตลอดจนมีความเพียงพอต่อการแก้ปัญหา ซึ่งการเสาะแสวงหาที่ทำได้ละเอียดลึกซึ้งด้วยความช่วยเหลือของเครื่องจักรกลบางชนิด ที่มีความรวดเร็ว และสามารถที่จะดำเนินการเพื่อค้นหาข่าวสาร ที่เกี่ยวข้องกับปัญหาได้ถูกต้องแน่นอนมากยิ่งขึ้น

3. การประเมินค่าข่าวสาร (Evaluation of information) ในบรรดาข่าวสารที่เสาะหามานั้น ก็ต้องยอมรับความจริงประการหนึ่งว่า มิได้หมายความว่าข่าวสารทุกชนิดที่หามาได้นั้น เกี่ยวข้องกับตัวปัญหาและมีคุณค่ากับตัวปัญหานั้นอย่างแท้จริงเสมอไป ทั้ง ๆ ที่ขณะทำการเสาะหาที่ตั้งใจเช่นกัน เพราะฉะนั้นก็จำเป็นต้องมีการประเมินค่าข่าวสารที่ได้มานั้นถูกต้อง เหมาะสม เพียงพอตรงกับเวลา และสามารถที่จะนำไปวิเคราะห์ปัญหาได้หรือไม่ ซึ่งจะมีการเสาะหาข่าวสารเพิ่มเติม หลังจากประเมินค่าข่าวสารแล้วว่า ไม่เพียงพอหรือไม่เกี่ยวข้องเท่าที่ควร หรือจำเป็นต้องตัดข่าวสารบางอย่างออกไป ถ้าเห็นว่าไม่เกี่ยวข้องกับตัวปัญหาที่จะทำการแก้ปัญหาหรือตัดสินใจนั้น

4. การกำหนดทางเลือก (Listing of alternative) ในขั้นนี้เองที่โดยทั่วไป ๆ ไปมักจะเห็นว่าเป็นขั้นสำคัญมากของการตัดสินใจ คือ การกำหนดทางเลือกมากที่สุดเท่าที่จะมากได้ แต่ได้กล่าวแล้วว่า ในกระบวนการตัดสินใจตามขั้นตอนนั้น การกำหนดทางเลือกใด เป็นการพยายามครอบคลุมวิธีทางที่จะแก้ปัญหาได้ในหลาย ๆ วิธี จริงอยู่ถ้ามีข่าวสารสมบูรณ์สำหรับปัญหาแต่ละเรื่อง เราอาจกำหนดทางเลือกได้เหมาะสม และครอบคลุมอย่างแท้จริงได้ แต่ต้องยอมรับความจริงว่า ในบรรดาทางเลือกที่กำหนดออกมานั้นจะยังไม่สมบูรณ์ เพราะเหตุว่าข่าวสารที่ได้มานั้นไม่สมบูรณ์นั่นเอง ในการกำหนดทางเลือกหลาย ๆ ทางนั้น ทางเลือกทุกทางอาจจะช่วยแก้ปัญหา แต่อาจจะมีคุณค่าหรือความจำเป็น ตลอดจนความเหมาะสมในหลาย ๆ ระดับด้วยกัน คือ ทางเลือกแต่ละทางอาจช่วยแก้ปัญหาได้ถูกต้องเหมาะสมในระดับที่ต่าง ๆ กัน เพราะฉะนั้นความจำเป็นอย่างหนึ่ง คือ การกำหนดทางเลือกที่มีลำดับความสำคัญของการแก้ปัญหา เพื่อที่จะสรุปในการที่จะเลือกในขั้นต่อไป

5. การเลือกทางเลือก (Selection of alternative) เมื่อได้กำหนดทางเลือกต่าง ๆ ออกมาแล้ว พร้อมทั้งกำหนดลำดับ ความสำคัญ และความเหมาะสมในการแก้ปัญหาแล้ว ขั้นต่อไปก็คือ การเลือกทางเลือกที่จะปฏิบัติต่อไป ขั้นตอนนี้เองเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่า เป็นการตัดสินใจโดยแท้จริง ความจริงแล้วขั้นนี้ก็เป็นเพียงอีกขั้นหนึ่ง ที่อยู่ในขั้นตอนการตัดสินใจ ซึ่งยังไม่สามารถที่จะกล่าวได้ว่า

สมบูรณ์ตามที่ตั้งใจ เพราะเหตุว่าจำเป็นต้องมีขั้นตอนอีกขั้นหนึ่ง ซึ่งอย่างน้อยที่จะสร้างความสมบูรณ์ให้กับการตัดสินใจตามขั้นตอนเหล่านี้ได้

6. การปฏิบัติตามการตัดสินใจ (Implementation of decision) เมื่อทางเลือกได้ถูกเลือกขึ้นมาแล้ว ก็เป็นการปฏิบัติตามผลของการตัดสินใจหรือทางเลือกนั้น เราจะทราบว่า การตัดสินใจนั้นถูกต้องเหมาะสมเพียงใดหรือไม่ ก็ขึ้นอยู่กับผลของการตัดสินใจนั้น หมายถึงว่าสามารถที่จะแก้ปัญหาที่ได้แยกแยะออกมาได้ตามขั้นตอนแรกได้หรือไม่ ซึ่งในหลายกรณีมีการสอแตรงกันตอนออกมาว่า เมื่อเริ่มปฏิบัติการตามผลของการตัดสินใจนั้น แม้จะมีวิธีการประเมินผลของการตัดสินใจได้อย่างไร ในทางที่จะตรวจสอบว่า ผลของการตัดสินใจที่ได้ถูกปฏิบัติว่า เหมาะสมกับการแก้ปัญหาที่ต้องการจะแก้หรือไม่

สมยศ นาวิการ แบ่งกระบวนการตัดสินใจออกเป็น 6 ขั้นตอน คือ

1. การยอมรับความจำเป็นที่จะต้องตัดสินใจ (Need)
2. การสร้างหลักเกณฑ์ในการตัดสินใจ (Criteria)
3. การสร้างลำดับความสำคัญ น้ำหนัก และข้อจำกัดของหลักเกณฑ์ (Priorities, weights, limits)
4. ระบุถึงทางเลือกต่าง ๆ ที่เหมาะสม (Relevant alternatives)
5. ประเมินทางเลือกแต่ละทางด้วยหลักเกณฑ์ที่วางไว้ (Evaluate)
6. ตัดสินใจเลือกหนทางที่ดีที่สุด

กระบวนการตัดสินใจทั้ง 6 ขั้นตอนดำเนินไปดังนี้ คือ เมื่อมีการยอมรับถึงความจำเป็นในการตัดสินใจแล้ว จะต้องเป็นหลักเกณฑ์ที่ได้คาดหมายผลที่จะได้รับในอนาคตไว้แล้ว หลักเกณฑ์ที่จะพิจารณาผลที่เกิดขึ้นในอนาคตนั้น จะต้องมีการลำดับความสำคัญ และให้น้ำหนักตามความสำคัญ หลังจากนั้นก็จะระบุหนทางเลือกต่าง ๆ ที่จะใช้ในภาคตัดสินใจ หนทางเลือกต่าง ๆ เหล่านี้จะได้รับการประเมิน โดยเปรียบเทียบกับหลักเกณฑ์ที่วางไว้ การตัดสินใจเลือกขั้นสุดท้าย ย่อมขึ้นอยู่กับว่าหนทางเลือกใดจะเป็นไปตามหลักเกณฑ์นั่นเอง

นอกจากนี้ เนื่องจากการวิจัยฉบับนี้ เป็นการวิจัยเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความตระหนัก ความเชื่อถือ และการตัดสินใจของประชาชนในการให้การสนับสนุนองค์การเอกชนที่พัฒนาเด็กและเยาวชน ซึ่งในส่วนของทฤษฎีการตัดสินใจนั้น ผู้วิจัยได้ประยุกต์ “ทฤษฎีการตัดสินใจกับการถือสารการตลาด” มาใช้เสริมด้วย เนื่องจากเห็นว่า ในการที่ผู้บริโภคจะการตัดสินใจซื้อสินค้าใดสักอย่างหนึ่ง

นั้น ผู้บริโภคต้องผ่านขั้นตอนของการคิดหลายระดับ ไม่ว่าจะเป็นความกังวลว่าจะซื้อสินค้ายี่ห้อไหนดี จนกระทั่งไปแสวงหาข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติม และนำมาสู่การตัดสินใจซื้อในที่สุด

ในการตัดสินใจของประชาชนในการให้การสนับสนุนองค์การเอกชนที่พัฒนาเด็กและเยาวชนก็เช่นเดียวกัน ก่อนที่ประชาชนแต่ละคนจะตกลงใจได้ในที่สุดว่า จะให้ความช่วยเหลือองค์การเอกชนต่าง ๆ ดีหรือไม่ จะช่วยองค์การไหนดี ก็ขึ้นอยู่กับว่าเขาได้รับข่าวสารจากองค์การไหนมากกว่ากัน เพื่อจะได้มีข้อมูลพอเพียงในการตัดสินใจ ซึ่งขั้นตอนการตัดสินใจนี้ก็คล้ายคลึงกับการตัดสินใจของผู้บริโภคนั่นเอง เพราะฉะนั้นในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้นำส่วนหนึ่งของทฤษฎีการตัดสินใจของผู้บริโภคมาเป็นแนวทางในการทำวิจัย

การตัดสินใจกับการสื่อสารการตลาด

การตัดสินใจเป็นกระบวนการเลือกในระหว่างทางเลือก เพื่อลดทางเลือกลงมาให้เลือกทางเดียว ซึ่งหมายความว่าทางเลือกทางใดทางหนึ่งนั่นเอง ในกระบวนการดังกล่าว Simon ให้ความเห็นว่ามี 3 ขั้นตอน คือ เป็นกิจกรรมด้านเขาวนปัญญา (Intelligence activity) เป็นกิจกรรมออกแบบ (Design Activity) และเป็นกิจกรรมคัดเลือก (Choice activity) จึงจะเลือกทางเลือกอันเหมาะสมที่จะนำไปปฏิบัติได้จริง ดังนั้นหลักการตัดสินใจจึงมิได้สิ้นสุดที่การเลือก แต่จะ ไปสิ้นสุดที่การปฏิบัติ ซึ่งอาจจำแนกขั้นตอนการตัดสินใจใหม่เป็น 6 ขั้นตอนย่อย ใน 3 ขั้นตอนใหญ่ ดังนี้

1) กิจกรรมด้านเขาวนปัญญา แยกเป็น

1.1 การแยกแยะตัวปัญหา (Problem identification)

1.2 การหาข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับตัวปัญหานั้น (Information search)

2) กิจกรรมการออกแบบ แยกเป็น

2.1 การประเมินค่าข่าวสาร (Evaluation information)

2.2 การกำหนดทางเลือก (Listing of alternative)

3) กิจกรรมคัดเลือก

3.1 การเลือกทางเลือก (Selection of alternative)

3.2 การปฏิบัติตามการตัดสินใจ (Implement of decision)

จะเห็นว่าข่าวสารเข้ามามีส่วนสำคัญในกระบวนการตัดสินใจ เพราะจะแยกแยะปัญหา และ ประเมินข่าวสาร เพื่อกำหนดทางเลือกที่จะใช้ในการตัดสินใจต่อไป การเสาะหาข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับตัวปัญหานั้น ก็คือ การเสาะหาสิ่งที่เป็นสาเหตุหรือสิ่งทีก่อให้เกิดตัวปัญหานั้น ทั้งนี้การเสาะหาข่าวสารควรจะเป็นไปตามแนวคิดที่ว่า ข่าวสารที่เสาะหาขึ้นจำเป็นต้องมีการประเมินค่าข่าวสารนั้นว่า

เหมาะสมหรือเพียงพอต่อการวิเคราะห์ปัญหานั้นหรือไม่ อาจจะต้องหาข่าวสารเพิ่มเติม หรือตัดข่าวสารบางอย่างออกไปก่อนที่จะกำหนดทางเลือก ข่าวสารจึงจำเป็น และสำคัญมากต่อกระบวนการตัดสินใจ

สำหรับข่าวสารที่มีความจำเป็น และสำคัญต่อกระบวนการตัดสินใจทางธุรกิจ หรือในทางการตลาด เราเรียกว่าข่าวสารการตลาด หรือการสื่อสารการตลาด (Market communication) ซึ่งมีความหมายกว้าง ๆ คือ

1) กระบวนการนำเสนอข่าวสาร ในรูปของการกระตุ้นเร้าด้วยวิธีการต่าง ๆ ไปสู่เป้าหมายทางการตลาด (Target market) โดยมุ่งหวังที่จะก่อให้เกิดปฏิกิริยาตอบสนองในลักษณะที่คาดหมาย หรือกำหนดเอาไว้ล่วงหน้า คือการซื้อหรือขายสินค้าและบริการ

2) การกำหนดช่องทางทางการสื่อสารไปยังตลาด เพื่อจะได้รวบรวมข้อมูลข่าวสารจากกลุ่มเป้าหมายในตลาดนั้น เพื่อนำมาตีความประกอบในการดำเนินงานต่อไป และหาช่องทางใหม่ หรือโอกาสในการสื่อสารคราวต่อไปให้ดีกว่าเดิม

จากคำจำกัดความดังกล่าวนี้ แสดงให้เห็นว่าธุรกิจทั้งหลายทำการสื่อสารทั้งสองด้าน คือ เป็นผู้ส่งข่าวสาร และเป็นผู้รับสารด้วยพร้อม ๆ กัน ในฐานะของผู้ส่งข่าวสารธุรกิจจะต้องพยายามชักจูงเชิญชวนผู้บริโภคให้หันมาซื้อสินค้าที่หือของเขา เพื่อทดแทนสินค้าอื่น ๆ ของคู่แข่ง ซึ่งจะทำให้ได้ผลกำไรตามความมุ่งหมาย องค์การพัฒนาเอกชนที่พัฒนาเด็กและเยาวชนก็เดียวกัน ต้องเป็นทั้งผู้ส่งข่าวสาร และผู้รับสารไปพร้อมกัน เพื่อชักจูง โน้มน้าวใจให้ประชาชนตัดสินใจให้การสนับสนุน องค์การของตนเอง

ส่วนในฐานะผู้รับ สารองค์กรธุรกิจจำเป็นต้องปรับปรุงตนเองให้เหมาะสม หรือทันต่อเหตุการณ์ตรงตามความจริงในลักษณะของป้อนข้อมูลกลับจากตลาดของเขา เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ประกอบการตัดสินใจดำเนินกิจกรรมการตลาดที่ถูกต้องต่อไป โดยเหตุนี้องค์กรธุรกิจจะทำหน้าที่ผู้รับสารที่ดีได้ จึงต้องหมั่นค้นคว้าหาวิธีการต่าง ๆ เพื่อแสวงหาข่าวสารหลังจากที่ได้ส่งสารไปแล้ว ซึ่งในระยะเวลาหนึ่งทำให้องค์กรธุรกิจทราบว่า ผู้รับสารมีความสนใจหรือไม่ ฟังพอใจหรือไม่ เชื่อถือหรือไม่ ยอมรับข่าวสารเหล่านั้นหรือไม่ เป็นต้น นอกจากนี้ข้อมูลป้อนกลับยังช่วยให้ธุรกิจได้รู้ถึงลักษณะความต้องการของลูกค้า อันจะเป็นแนวทางในการพิจารณาตัดแปลงเพิ่มเติม หรือปรับปรุงสินค้าของธุรกิจให้มีลักษณะตรงตามความต้องการของลูกค้ามากขึ้นในโอกาสต่อไป สำหรับองค์การเอกชนที่พัฒนาเด็กและเยาวชน เมื่อได้ข้อมูลย้อนกลับมาแล้ว ก็ควรมานำมาปรับปรุงข่าวสารให้เหมาะสม

กับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อที่จะได้มีผู้ให้การสนับสนุนมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ข้อมูลย้อนกลับยังเป็นประโยชน์สำหรับธุรกิจเพื่อแสวงหาช่องทาง หรือโอกาสทางการตลาดอื่น ๆ ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจนั้นมีสถานภาพการแข่งขันในตลาดดีขึ้นกว่าเดิม

ปัจจัย 3 ประการที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจทางการตลาด ได้แก่

1) ปัจจัยเกี่ยวกับสิ่งเร้า (Stimulus Factor) ได้แก่ แหล่งสาร สาร และสื่อ ซึ่งรวมไปถึงเวลา และสถานที่ที่จะเลือกส่งสารนั้น ๆ ด้วย

2) ปัจจัยเกี่ยวกับตัวบุคคล (Personal Factor) มีความสำคัญมากในกระบวนการเปิดรับข่าวสาร เพราะการที่บุคคลมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกันนั้น เนื่องจากความแตกต่างกันทางสถานภาพส่วนบุคคล หรือสภาพจิตวิทยา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านความรู้ เจตคติ และการยอมรับปฏิบัติ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ทำให้บุคคลเกิดกระบวนการเลือกสรรสาร ซึ่งประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ

- 2.1. การเลือกเปิดรับสาร (Selective Exposure)
- 2.2. การเลือกสารที่สนใจ (Selective attention)
- 2.3. การเลือกสรรการรับรู้ (Selective perception)
- 2.4. การเลือกจดจำ (Selective retention)

3) ปัจจัยที่เกี่ยวกับการตอบสนอง (Response Factor) มี 5 ขั้นตอน คือ

3.1. ขั้นการรับรู้ (Awareness) หมายถึง การที่บุคคลได้รับทราบข่าวสาร ซึ่งอาจจะขัดแย้งหรือสนับสนุนความรู้ที่นึกคิดเดิมของตน แต่ยังไม่มีการปฏิเสธหรือยอมรับใด ๆ ต่อข่าวสารที่ได้รับ

3.2. ขั้นสนใจ (Interest Stage) เมื่อบุคคลได้รับทราบข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดเดิมของตน หรือเป็นข่าวที่กำลังต้องการหาข้อมูลอยู่ ข่าวสารนั้นก็จะได้รับความสนใจขึ้นมาทันที

3.3. ขั้นเข้าใจ (Comprehensive Stage) เมื่อบุคคลผู้นั้นให้ความสนใจต่อข่าวสารที่ได้รับมา ก็จะศึกษาเพื่อให้เข้าใจมากยิ่งขึ้นจนพอที่จะสนับสนุนความรู้ที่สนใจเดิมที่ตนมีอยู่

3.4. ขั้นยอมรับ (Yielding Stage) เมื่อศึกษามาจนเข้าใจได้อย่างถ่องแท้มากจนเป็นที่พอใจแล้ว ก็จะเกิดการยอมรับในสิ่งที่ได้รับทราบมา

3.5. ขั้นพฤติกรรม (Behavioral Stage) คือ การที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งนำข่าวสารที่ตนยอมรับไปกำหนดเป็นทางเลือกเพื่อการเลือกปฏิบัติ

แนวความคิดเกี่ยวกับองค์การเอกชนที่พัฒนาเด็กและเยาวชน

จุดเริ่มต้นขององค์การเอกชน (NGOs) ในเมืองไทย (อ้างอิงใน Environmental and NGOs in Thailand 1992 : 8)

ประเทศไทยมีกลุ่มบุคคลที่มารวมพลังกันทำประโยชน์ให้สังคม โดยเน้นไปที่การพัฒนาชนบทตั้งแต่ปลายทศวรรษที่ 70 ซึ่งอาจเรียกได้ว่า เป็นองค์การพัฒนาเอกชนขนาดเล็ก (small - scale NGOs) แต่จุดเริ่มต้นที่แท้จริงของ NGOs ในเมืองไทย เริ่มต้นขึ้นเมื่อต้นทศวรรษที่ 80 นี้เอง

บุคคลซึ่งเป็นหัวหอกในหน้าประวัติศาสตร์ NGOs ในเมืองไทยสมัยนั้น คือ ดร. ปิ๋ว อิงภากรณ์ ซึ่งมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันดีในฐานะข้าราชการไทยที่ห่วงใยสังคม และนักต่อสู้เพื่อสังคม (social activist) (อ้างอิงใน Thai NGOs : The Continuing Struggle for Democracy 1995 : 99) ฉะนั้นแนวความคิดของ NGOs ในระยะแรกนี้จึงเป็นการเน้นการพัฒนาคน โดยเน้นไปที่การพัฒนาคนในชนบทเสียส่วนใหญ่ (อ้างอิงใน Environmental and NGOs in Thailand 1992 : 8)

ส่วนการพัฒนาเด็กและเยาวชนนั้น เริ่มต้นขึ้นตั้งแต่สมัยก่อน 14 ตุลาคม 2516 ซึ่งหน่วยงานที่ทำงานช่วยเหลือเด็กในระยะแรกนี้เป็นการช่วยเหลือในลักษณะปลายเหตุคือ เป็นหน่วยงานสงเคราะห์ที่ส่วนมากจะอยู่ในรูปของมูลนิธิเพื่อสงเคราะห์เด็ก คือ เมื่อเห็นเด็กมีปัญหา หรือได้รับความเดือดร้อนก็จะยื่นมือเข้าไปช่วยเหลือทันที ส่วนทางด้านเงินทุนที่จะนำมาบริหารงานของมูลนิธินั้น จะได้รับการบริจาคของประชาชน ซึ่งจะเป็นในลักษณะที่เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานลงไปขอรับบริจาคกับประชาชนด้วยตนเอง (อัญชญา สุวรรณานนท์ กรรมการมูลนิธิผู้หญิง)

สำหรับองค์การเอกชนที่พัฒนาเด็กและเยาวชนในระยะหลัง ๆ ซึ่งเป็นองค์การที่ได้รับการก่อตั้งขึ้นหลังช่วง 14 ตุลาคม 2513 นั้น นอกจากจะมีกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือเด็กด้อยโอกาส ที่กำลังได้รับความยากลำบากในสังคมแล้ว หน่วยงานเหล่านี้ยังมีนโยบายการแก้ไขปัญหาคือ ดันเหตุด้วย เพราะฉะนั้นบทบาทอีกอย่างหนึ่งขององค์การเหล่านี้ก็คือ เป็นตัวคอยกระตุ้นรัฐบาล เพราะเขาเห็นว่ารัฐบาลไทยมีนโยบายในการบริหารประเทศที่ล้มเหลว ไม่สามารถที่จะดูแลพัฒนาได้ครอบคลุมทั้งประเทศ นอกจากนั้นเขายังมองว่า นโยบายบางอย่างของรัฐบาลยังเป็นตัวทำให้เกิดปัญหาเดิมขยายวงกว้างขึ้น ยังก่อให้เกิดปัญหาอื่น ๆ เพิ่มขึ้นตามมาอีกด้วย (อัญชญา สุวรรณานนท์ กรรมการมูลนิธิผู้หญิง)

นอกจากนั้นในช่วงระยะเวลาใกล้เคียงกัน คือ ประมาณปีพุทธศักราช 2518 ก็มี NGOs ต่างประเทศเข้ามาให้การช่วยเหลือประชาชนในเมืองไทยแล้ว ซึ่งก็มีนโยบายด้านการพัฒนาชนบทเช่นเดียวกัน (อัญญา สุวรรณานนท์ กรรมการมูลนิธิผู้หญิง)

NGOs ที่เกิดขึ้นในเมืองไทยตามลำดับเวลา มีดังนี้ (Environment and NGOs in Thailand 1992 : 8)

- ปี 2508 The Soon Klang Thewa Credit Union เป็นหนึ่งในจำนวน NGOs ที่ได้รับการก่อตั้งขึ้นในระยะแรก ๆ เพื่อช่วยเหลือสนับสนุนคนยากจนในเมืองไทย
- 2512 Thailand Rural Reconstruction Movement (TRRM) เป็น NGOs แห่งแรกที่ได้รับ การก่อตั้งขึ้นเพื่อยกระดับฐานะทางเศรษฐกิจของประชาชนที่ยากจนในชนบท และเพื่อเป็นวิถีทางในการพัฒนามนุษย์อย่างสมบูรณ์
- ปลายปี 2513 ได้มีการก่อตั้ง มูลนิธิโกมล คีมทอง และโครงการบัณฑิตอาสา (Thammasart University Graduate Volunteer Center) มีชื่อย่อว่า TRRM เป็นโครงการที่ส่งนักศึกษาที่เรียนจบแล้ว ออกไปพัฒนาชนบท และไปเรียนรู้สภาพภายนอกมหาวิทยาลัย และต้องเขียนรายงานส่ง
- หลังจากนั้นก็มีโครงการที่ ดร.ปิวย ผลักดันขึ้นอีก ในปี 2517 คือ The Meklong Integrated Rural Development (MIRD) เป็นโครงการพัฒนาชนบทที่รอบด้าน ทั้งด้านสุขภาพ, เศรษฐกิจ ให้พึ่งตนเองได้ และการเมือง คือให้สามารถปกครองตนเองได้
- 2518 Friedrich - Naumann - Stiftung เป็นหนึ่งใน NGOs ต่างประเทศแรก ๆ ที่มีโครงการเข้ามาทำงานพัฒนาชนบททางภาคเหนือของไทย ปรึกษาในการท างานของ FNS ในตอนต้นนั้นมีผลต่อแผนการดำเนินงานของ NGOs ขนาดเล็กในเมืองไทยเป็นจำนวนมากมาจนกระทั่งปัจจุบัน
- NGOs ดังประเทศส่วนใหญ่ (CARE, REDD. BARNA) เข้ามามีบทบาทในเมืองไทยหลังสงครามเวียดนาม หรือตั้งแต่ช่วงระหว่าง 2513-2523 โดยช่วงแรกทำงานในลักษณะองค์กรสาธารณกุศลและบรรเทาทุกข์ (Welfare Organization) ต่อมาภายหลังถึงได้มีแผนงานด้านพัฒนาชนบท

ซึ่ง Ernst W. Gohmert ได้กล่าวไว้ในหนังสือ "Power and Culture" พิมพ์ในปี 1990 ว่า "ปรากฏการณ์นี้เป็นผลมาจากกระแสการเปลี่ยนแปลงของเหล่า NGOs นานาชาติ NGOs ได้พัฒนา

จากขั้นแรก (การทำงานบรรเทาทุกข์ และทำกิจกรรมสาธารณกุศล) มาเป็นขั้นที่สอง (เป็นแผนงานเพื่อการพัฒนาในระยะยาว) และเมื่อเร็ว ๆ นี้ก็ได้ก้าวเข้าสู่ขั้นที่สาม คือ NGOs ทำงานแบบมีกลยุทธ์ (strategy organization) แต่ NGOs ต่างประเทศที่มีฐานการทำงานอยู่ในเมืองไทยทั้งหมดยังอยู่ในขั้นที่สองเท่านั้น

ในช่วงที่ผ่านมา NGOs เพื่อการพัฒนาชนบทเกิดขึ้นมากมาย ในการสำรวจปี 2530 มี NGOs ไม่ต่ำกว่า 135 แห่ง ซึ่ง NGOs เหล่านี้ส่วนมากมีขนาดเล็ก (small - scale NGOs) และมีบุคลากรในการดำเนินงานน้อยกว่า 10 คน และได้รับการจดทะเบียนน้อยมาก อีกทั้งมีงบประมาณในการดำเนินงานแค่ประมาณ 700,000 - 1,000,000 บาท เท่านั้น

ซึ่ง (Small-scale NGOs) NGOs ขนาดเล็กจะมีลักษณะดังนี้

- มีขนาดไม่ใหญ่มาก
- ดำเนินงานโดยประชาชนที่ได้รับความลำบากและเป็นเจ้าของปัญหาเอง (Grassroot Orientation)
- มีความตื่นตัวทางวัฒนธรรม
- มีความพร้อมที่จะประสานงานกัน
- ไม่ยุ่งเกี่ยวทางการเมือง
- ดำเนินงานโดยประชาชนที่ได้รับความลำบาก และเป็นเจ้าของปัญหาเอง (grassroot orientation)
- no large bureaucracy
- ยืดหยุ่นได้
- เชี่ยวชาญในเรื่องเกี่ยวกับท้องถิ่น (local experience)

ซึ่งในการจะตัดสินว่า NGO ใดเป็น "small - scale" นั้น เราไม่สามารถวัดกันที่ขนาดเท่านั้น เพราะมี NGO หลายแห่งที่มีขนาดไม่เล็กแต่ถูกจัดว่าเป็น small - scale ด้วย เนื่องจากมีคุณสมบัติอื่น ๆ ที่ชัดเจนกว่า เช่น ยืดหยุ่นได้ มีโครงสร้างการดำเนินงานแบบไม่รวมอำนาจ (Environment and NGOs in Thailand 1992 :10)

จุดกำเนิดของหน่วยงานที่ทำงานด้านพัฒนาเด็กและเยาวชนในเมืองไทย (แบ่งตามช่วงระยะเวลา)

สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท คือ (จากการสัมภาษณ์คุณอัญญา สุวรรณานนท์)

1) หน่วยงานช่วยเหลือเด็ก ก่อตั้งมาก่อนยุค 14 ตุลาคม 2513

ส่วนมากจะอยู่ในรูปของมูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก ก่อตั้งขึ้นเพื่อช่วยเหลือเด็กที่ได้รับความลำบาก เดือดร้อนโดยเฉพาะ ไม่ยุ่งเกี่ยวกับทางการเมือง และหาเงินมาสนับสนุนการดำเนินงานจากการขอรับบริจาคจากประชาชน

2) หน่วยงานที่ก่อตั้งขึ้นหลังยุค 14 ตุลาคม 2513

พวกนี้จะเรียกตนเองว่า Non Governmental Organization (NGO) คือเป็นองค์การเอกชนที่พัฒนาเด็กและเยาวชน ที่นอกจากจะช่วยเหลือเด็กด้วยโอกาสในด้านต่าง ๆ แล้ว ยังมีบทบาทในการตรวจสอบนโยบายของรัฐบาล และเป็นตัวกระตุ้นให้รัฐบาลปรับนโยบายบางอย่างที่ NGOs เหล่านี้เห็นว่าอาจจะนำมาซึ่งผลกระทบต่อเด็กและเยาวชน ทั้งทางตรงและทางอ้อม

3) องค์การจากต่างประเทศ

พวกนี้เข้ามาทำงานเพื่อช่วยเหลือเด็กด้วยโอกาสเช่นเดียวกัน โดยอาจจะเป็นการทำงานประสานงานกับ NGOs ด้านเด็กของประเทศไทย ที่มีอยู่แต่เดิม

องค์การเอกชนที่พัฒนาเด็กและเยาวชนทั้งที่จดทะเบียน และไม่ระบุว่าทะเบียน แบ่งเป็นประเภทต่าง ๆ ดังนี้

● มูลนิธิ	58	องค์การ
● สมาคม	15	องค์การ
● องค์การ	7	องค์การ
● ศูนย์	2	องค์การ
● คณะกรรมการ	1	องค์การ
● โครงการ	1	องค์การ
● สภา	1	องค์การ
● สโมสร	1	องค์การ

องค์การที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพ ฯ มีจำนวนทั้งสิ้น 68 องค์การ

(ระบบการดำเนินงานขององค์การเอกชนที่พัฒนาเด็กและเยาวชน 2532 : 25)

จากการจัดแบ่งองค์การตามกลุ่มเป้าหมายหลัก องค์การเอกชนที่พัฒนาเด็กและเยาวชน ในเขตกรุงเทพ ฯ มีจำนวนทั้งสิ้น 33 องค์การ คือ 1) คณะภคินีชาวอเมริกันแห่งประเทศไทย 2) โครงการฝึกอบรมเยาวชนเพื่อการพัฒนา 3) พิธยานุเคราะห์มูลนิธิ 4) มูลนิธิกรุงเทพเคหะสงเคราะห์ 5) มูลนิธิเกียรติร่วมมิตรเพื่อการศึกษา 6) มูลนิธิโกมล คีมทอง 7) มูลนิธิคณะเซนต์คาเบรียลแห่งประเทศไทย 8) มูลนิธิช่วยเหลือเด็กกำพร้าของสตรีไทยมุสลิมแห่งประเทศไทย 9) มูลนิธิเด็ก 10) มูลนิธิเด็กอ่อนในสลัม 11) มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก 12) มูลนิธิมิตรมวลเด็ก 13) มูลนิธิสงเคราะห์เด็กของสภาคดีเด็กและเยาวชน 14) มูลนิธิสงเคราะห์เด็กยากจนซี.ซี.เอฟ.ในประเทศไทย 15) มูลนิธิสงบจิตต แมชชีไทย 16) มูลนิธิสร้างสรรค์เด็ก 17) มูลนิธิหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ 18) ศูนย์พัฒนาเยาวชน 19) ศูนย์พิทักษ์สิทธิเด็ก 20) สถาบันศิลปวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนา <มาฮา> 21) สถาบันส่งเสริมการศึกษาและวิจัยเกี่ยวกับอิสลาม 22) สภายิวพุทธิกสมาคมแห่งชาติ ในพระบรมราชูปถัมภ์ 23) สภายิวคาทอลิกแห่งประเทศไทย 24) สมาคมต่อต้านยาเสพติดให้โทษแห่งประเทศไทย 25) สมาคมยุวมุสลิมแห่งประเทศไทย 26) สมาคมไว.เอ็ม.ซี.เอ กรุงเทพ ฯ 27) สหทัยมูลนิธิ 28) ไสตะมูลนิธิแห่งประเทศไทย ฯ 29) องค์การกองทุนช่วยเหลือเด็ก 30) องค์การกุศลเฟิร์ธ เอส บัค <สาขาประเทศไทย> 31) อวค์การอนุเคราะห์เด็ก 32) มูลนิธิสงเคราะห์เด็กสภาภาษาชาติไทย 33) มูลนิธิเพื่อเด็กพิการ (ทำเนียบนามองค์การพัฒนาเอกชนไทย 2533 : 661)

ซึ่งองค์การพัฒนาเอกชนเหล่านี้ จะเป็นแหล่งข้อมูลให้ผู้วิจัยทำการทดสอบเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร ความตระหนัก ความเชื่อถือ และการตัดสินใจของประชาชนในการให้การสนับสนุนองค์การดังกล่าว

การวางแผนประชาสัมพันธ์ขององค์การเอกชนที่พัฒนาเด็กและเยาวชน

แม้ว่าองค์การที่ทำงานเพื่อพัฒนาเด็กและเยาวชนสามารถแบ่งออกได้เป็นหลายประเภท ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของมูลนิธิ โครงการ หน่วยงาน และอื่นๆอีกมากมาย ล้วนมีจุดมุ่งหมายในการประชาสัมพันธ์ที่เหมือนกัน คือ เพื่อให้ประชาชนมีความรู้สึก และทัศนคติที่ดีต่อการดำเนินงานขององค์การ ในอันที่จะนำมาซึ่งการให้การสนับสนุนองค์การนั่นเอง

การดำเนินงานขององค์การที่พัฒนาเด็กและเยาวชน

แม้ว่าการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ขององค์การที่ทำงานพัฒนาเด็กและเยาวชนจะดำเนินไปในทางทิศทางเดียวกัน คือ เพื่อให้ประชาชนเกิดความศรัทธาและนำมาซึ่งการบริจาคเงินสนับสนุนองค์การก็ตาม

แต่ลักษณะการดำเนินงานขององค์กรที่พัฒนาเด็กและเยาวชนนั้น กลับมีลักษณะงานที่แตกต่างกันออกไป เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ จากการสำรวจพบว่า จากจำนวนองค์กรทั้งสิ้นที่ตอบแบบสอบถามมา 128 แห่ง ดำเนินงานด้านเด็กและเยาวชนโดยตรง, 35 แห่งดำเนินงานอบรมบุคลากรเพื่อเด็ก, 32 แห่งดำเนินการบำเพ็ญสาธารณประโยชน์

นอกจากนี้ยังมีองค์กรที่ดำเนินการในลักษณะอื่นๆอีก เช่น องค์กร 24 แห่งดำเนินการพัฒนาชนบท และในจำนวนเดียวกันยังได้ดำเนินงานฝึกอบรมอาชีพ และดำเนินการด้านศีลธรรม วัฒนธรรม ส่วนองค์กรซึ่งเน้นการดำเนินการด้านกีฬาแก่เด็กและเยาวชน มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 10 องค์กร

เป็นที่น่าสังเกตว่า จากองค์กรที่สำรวจทั้งหมดส่วนใหญ่แล้วได้เน้น หรือให้ความสำคัญโดยตรงกับการพัฒนาเด็กและเยาวชน องค์กรส่วนน้อยเท่านั้นที่ดำเนินงานโดยอ้อมเพื่อพัฒนาเด็กและเยาวชน

ตารางที่ 6 แสดงการดำเนินงานขององค์กรเอกชนที่พัฒนาเด็กและเยาวชน

การดำเนินงาน	จำนวน	ร้อยละ
ด้านเด็กและเยาวชน	128	36.98
อบรมบุคลากรเพื่อเด็ก	35	10.09
บำเพ็ญสาธารณประโยชน์	32	9.22
พัฒนาชนบท	24	6.92
การอบรมอาชีพ	24	6.92
ด้านศีลธรรม วัฒนธรรม	24	6.92
พัฒนาชุมชน	21	6.05
ด้านสาธารณสุข	20	5.76
ด้านศาสนา	15	4.30
ด้านสิทธิมนุษยชน	14	4.03
ด้านกีฬา	10	2.88
รวม	357	100.00

จำนวนบุคลากรที่ปฏิบัติงานในโครงการ

บุคลากรถือเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่จะช่วยดำเนินการ โครงการการให้บรรรพัตถุ ประสงค์ที่กำหนดไว้ บุคลากรที่ปฏิบัติงานนั้นอาจจะเป็นบุคลากรขององค์การพัฒนาเด็กและเยาวชน หรืออาจจะต้องอาศัยอาสาสมัคร และบุคลากรขององค์การอื่นๆ ทั้งประเภทเต็มเวลาและไม่เต็มเวลา

จากการศึกษาเรื่องการวิเคราะห์การดำเนินงานขององค์การเอกชนที่พัฒนาเด็กและเยาวชน (2529) พบว่า จำนวนบุคลากรขององค์การเอกชนนั้นมีบุคลากร 3 ประเภท คือ กรรมการ เจ้าหน้าที่ และอาสาสมัคร

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนบุคลากรขององค์การพัฒนาเด็กและเยาวชนประเภทต่างๆ

จำนวน	ประเภทบุคลากร					
	กรรมการ		เจ้าหน้าที่		อาสาสมัคร	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1-5	10	7.19	36	25.90	27	19.42
6-10	25	17.98	26	18.70	10	7.19
11-15	34	24.46	12	8.63	9	6.47
16-20	15	10.79	11	7.91	14	10.07
21-25	25	17.98	7	5.04	4	2.88
26-30	6	4.32	5	3.60	2	1.44
31-35	2	1.44	1	0.72	2	1.44
36-40	3	2.16	1	0.72	2	1.44
41-45	2	1.44	5	3.60	1	0.72
46-50	4	2.88	0	0	8	5.75
มากกว่า 50 คน	7	5.03	17	12.23	14	10.79
ไม่ตอบและไม่ แน่นอน	6	1.32	18	12.95	45	32.37
รวม	139	100.00	130	100.00	139	100.00

การจัดทำเอกสารสิ่งพิมพ์ขององค์การเอกชนที่พัฒนาเด็กและเยาวชน

จากการสำรวจองค์การเอกชนที่พัฒนาเด็กและเยาวชนพบว่า องค์การส่วนใหญ่มีการจัดทำเอกสาร สิ่งพิมพ์เพื่อเผยแพร่ข้อมูล หรือให้การศึกษาเกี่ยวกับลักษณะงานของตน ซึ่งอาจจะเผยแพร่ในรูปแบบของระเบียบการดำเนินงาน การให้ความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชนผู้สนใจ เป็นต้น อย่างไรก็ตามยังมีองค์การเอกชนอีกหลายแห่งที่ยังไม่มีการทำเอกสารหรือสิ่งตีพิมพ์เลย

ตารางที่ 8 แสดงการจัดทำเอกสาร สิ่งพิมพ์ขององค์การเอกชนที่พัฒนาเด็กและเยาวชน

การจัดทำเอกสารสิ่งพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
องค์การที่จัดทำเอกสาร สิ่งพิมพ์	103	74.10
องค์การที่ไม่ได้จัดทำเอกสาร สิ่งพิมพ์	36	25.90
รวม	139	100.00

ประเภทของเอกสาร สิ่งพิมพ์ ที่องค์การพัฒนาเด็กและเยาวชนจัดทำขึ้น

จากการสำรวจองค์การที่มีการจัดทำสิ่งพิมพ์เพื่อเผยแพร่ผลงานขององค์การของตนพบว่า เอกสาร สิ่งพิมพ์ ที่ได้จัดทำมีลักษณะแตกต่างกัน แยกเป็นประเภทต่างๆ ได้ดังนี้ คือ หนังสือ จุลสาร วารสาร รายงานประจำปี จดหมายข่าว เอกสารการดำเนินงาน แผ่นพับ และเอกสารการประชาสัมพันธ์

ตารางที่ 9 แสดงประเภทของเอกสาร สิ่งพิมพ์ที่องค์การเอกชนพัฒนาเด็กและเยาวชนจัดทำ

ประเภทของเอกสาร	จำนวนองค์การ	ร้อยละ
หนังสือ	52	28.73
รายงานประจำปี	23	12.71
จดหมายข่าว	23	12.71
เอกสารการดำเนินงาน	21	11.60
แผ่นพับ	21	11.60
เอกสารการประชาสัมพันธ์	21	11.60
จุลสาร วารสาร	20	11.05
รวม	181	100.00

ความสัมพันธ์ระหว่างองค์การกับการวางแผนประชาสัมพันธ์

การวิเคราะห์และประเมินสถานการณ์ขององค์การสามารถวิเคราะห์ในเรื่องต่าง ได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับภูมิหลังขององค์การ
2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยแวดล้อมขององค์การ
3. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับธรรมชาติขององค์การ
4. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่มีผลกระทบต่อองค์การ
ในอนาคต

1. ข้อมูลเกี่ยวกับภูมิหลังขององค์การ

คงไม่มีหน่วยงานใดที่ดำเนินกิจการเรื่อยมาโดยปราศจากอุปสรรคปัญหาใดๆ ดังนั้นข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาขององค์การในอดีต เป็นต้นว่าสาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหา แนวทางการแก้ปัญหาที่ดำเนินการไปแล้ว ต้นเหตุที่แท้จริงของปัญหาจะช่วยให้ผู้วางแผนงานประชาสัมพันธ์เข้าใจสถานการณ์ในอดีต และเข้าใจปัญหาที่ส่งผลสืบเนื่องมาในปัจจุบัน เพื่อหาแนวทางแก้ปัญหาที่องค์การประสบอยู่ได้อย่างเหมาะสมกับสภาพขององค์การต่อไป

2. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยแวดล้อมขององค์การ

นักประชาสัมพันธ์ควรเปิดใจให้กว้างที่จะรับฟังปัญหา และรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับองค์การในทุกๆด้านด้วยใจที่เป็นธรรม โดยศึกษาข้อมูลต่างๆ เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับคู่แข่ง ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้สึกของพนักงานที่มีต่อองค์การ ในเรื่องของค่าจ้าง หรือในเรื่องของนโยบายของฝ่ายบริหาร ความคิดเห็นของประชาชนกลุ่มต่างๆที่มีต่อองค์การ ตลอดจนสภาพทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมที่อาจมีผลกระทบต่อองค์การดำเนินงานขององค์การ นักประชาสัมพันธ์หรือผู้วางแผนงานประชาสัมพันธ์จะต้องสำรวจอย่างรอบคอบว่า การดำเนินงานขององค์การของตนนั้นมีผลกระทบต่อบุคคลหรือองค์การอื่นในสังคมอีกบ้างหรือไม่ เพื่อวางแผนงานประชาสัมพันธ์ได้ถูกต้องตามความสนใจและรสนิยมของประชาชนกลุ่มต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. ข้อมูลเกี่ยวกับธรรมชาติขององค์การ

องค์การแต่ละองค์การต่างมีลักษณะธรรมชาติขององค์การแตกต่างกันออกไปตามวัตถุประสงค์ขององค์การ เช่น องค์การเพื่อสาธารณกุศล องค์การเพื่อธุรกิจ เป็นต้น ลักษณะธรรมชาติขององค์การมักสะท้อนออกมาให้เห็นในลักษณะของการบริหารงาน เช่น การใช้อำนาจบังคับบัญชาเป็นไปในลักษณะการรวมอำนาจ หรือกระจายอำนาจ การบริหารงานเป็นแบบเครือญาติหรือไม่ การ

ติดต่อกับสื่อสารภายในองค์การมีลักษณะเป็นอย่างไร เป็นแบบทางการหรือไม่เป็นทางการ ความเข้าใจในธรรมชาติขององค์การจะช่วยให้ผู้วางแผนเข้าใจสภาพของคนได้ว่าบทบาทของคนในองค์การนั้นควรมีบทบาทอย่างไรจึงจะเหมาะสม ซึ่งแผนงานประชาสัมพันธ์ที่จะกำหนดขึ้นควรสอดคล้องรับกับสภาพขององค์การที่ตนรับผิดชอบ

4. ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่มีผลกระทบต่อองค์การในอนาคต

นักวางแผนที่มีความสามารถเป็นที่ยอมรับ คือ นักวางแผนที่สามารถทำนายสถานการณ์ในอนาคตได้อย่างแม่นยำ และวางแผนเพื่อรองรับสถานการณ์ที่จะเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม การประเมินสถานการณ์ขององค์การจึงจำเป็นต้องแสวงหาความรู้ ข่าวสารเกี่ยวกับแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงในเรื่องของปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานขององค์การด้วย (อ้างถึงใน อรรถกุล ภูบัวเดือน 2533 : 50-52)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ มีจุดประสงค์ที่จะหาคำตอบว่า การเปิดรับของประชาชนเกี่ยวกับเรื่องเด็กด้อยโอกาส รวมทั้งปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเพศ อายุ อาชีพ รายได้ และการศึกษา มีความสัมพันธ์กับความตระหนัก ความเชื่อถือ และการตัดสินใจของประชาชน (ในเขตกรุงเทพมหานคร) ในการให้การสนับสนุนองค์การเอกชนที่พัฒนาเด็กและเยาวชน ทั้งทางตรงและทางอ้อมหรือไม่

ในที่นี้ผู้วิจัยจึงได้แบ่ง “งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง” ออกเป็น 5 ประเภท คือ

1. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับ “เรื่องเด็กด้อยโอกาส / องค์การเอกชนที่พัฒนาเด็กและเยาวชน”
2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับ “การเปิดรับข่าวสาร”
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับ “ความตระหนัก”
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับ “ความเชื่อถือ”
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับ “การตัดสินใจ”

• งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับ “เรื่องเด็กค้อยโอกาส / องค์การเอกชนที่พัฒนาเด็กและเยาวชน”

รายงานการวิจัยเรื่อง “ระบบการประสานงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อให้บริหารแก่กำพร้า เด็กพิการ และเด็กเร่ร่อน” โดยกิติพัฒน์ นนทปัทมะคุณย์ และคณะ (2530) โดยความสนับสนุนของสภาองค์การพัฒนาเด็กและเยาวชน

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาขั้นตอนและวิธีการ ตลอดจนการปฏิบัติการช่วยเหลือและพัฒนาเด็กใน 3 กลุ่มเป้าหมาย คือ เด็กกำพร้า เด็กพิการและเด็กเร่ร่อน ของหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องว่า สามารถตอบสนองต่อปัญหาและความต้องการของกลุ่มเป้าหมายทั้งสามได้อย่างเหมาะสมเพียงไร นอกจากนี้ยังศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่เนื่องมาจากกฎระเบียบ ข้อบังคับ แนวทางปฏิบัติงาน รวมถึงปัญหาเกิดขึ้นเรื่องมาจากการขาดระบบการประสานงาน อันจำเป็นแก่การดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และเสนอแนวทางแก้ไขอุปสรรค และระบบประสานงานอันเหมาะสม โดยการศึกษาจากเอกสาร และกรณีศึกษา และคัดเลือกกรณีของเด็กกำพร้า 8 ราย เด็กพิการ 6 ราย เด็กเร่ร่อน 4 ราย โดยความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

และในท้ายที่สุด ผู้วิจัยได้ให้ข้อเสนอแนะไว้ว่า ในกรณีที่มีกลุ่มองค์การที่ให้บริการแก่กลุ่มเด็กประเภทต่าง ๆ เช่น กลุ่มงานเด็กกำพร้า กลุ่มงานเด็กเร่ร่อน ทั้งภาครัฐบาลและเอกชนควรมีการประสานงานกันระหว่างกลุ่มงานเดียวกัน เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์

นอกจากนั้นสภาองค์การพัฒนาเด็กและเยาวชนจะต้องเป็นหลักในการผลักดันการประสานงานงานทุกรูปแบบ ทั้งการให้ข้อมูลข่าวสาร การสนับสนุนทางวิชาการ ด้านการพัฒนาบุคลากรต่อองค์การได้เร็วขึ้น

รายงานการวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์การดำเนินงานขององค์การเอกชนที่พัฒนาเด็กและเยาวชน” โดยคณะอนุกรรมการวิจัยเฉพาะกิจ การวิเคราะห์การดำเนินงานเยาวชนแห่งชาติ (2529)

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงานในกิจกรรมด้านเด็กและเยาวชน ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานขององค์การเอกชนในประเทศไทย ศึกษาวัตถุประสงค์และรายละเอียดของโครงการ หรือประเภทกิจกรรมด้านเด็กและเยาวชนเป็นรายโครงการ หรือประเภทกิจกรรม ตลอดจนประเมินผลของโครงการ หรือประเภทกิจกรรมและเกณฑ์ในการวัดความสำเร็จของโครงการ หรือประเภทกิจกรรมขององค์การเอกชนที่ดำเนินการในปีงบประมาณ 2528 ใช้วิธีการศึกษาโดยส่งแบบสอบถามไปยังองค์การที่พัฒนาเด็กและเยาวชน ได้รับคำตอบกลับคืนมา 199 ฉบับ

ซึ่งผู้วิจัยได้ชี้ให้เห็นถึงปัญหาและอุปสรรคที่ทำให้องค์การไม่ประสบความสำเร็จในการดำเนินโครงการและกิจกรรมว่า องค์การระบุว่ามีสาเหตุหลายประการ คือ ด้านงบประมาณ ด้านบุคลากร ด้านเจ้าหน้าที่ กรรมการ อาสาสมัคร และด้านเด็กและเยาวชน ผู้รับบริการและผู้ปกครองของเด็ก ซึ่งมีจำนวนมากและขาดความเข้าใจในโครงการต่างๆ

ส่วนความต้องการขององค์การต่อบทบาทของภาครัฐในการช่วยเหลือ ส่วนหนึ่งต้องการให้รัฐบาลช่วยด้านวิชาการ การเป็นสื่อกลางช่วยประชาสัมพันธ์กระจายข่าวสารเพื่อให้เกิดความร่วมมือระหว่างองค์การ ยกเว้นภาษีมูลนิธิ การสร้างตำหนักและชี้ให้สังคมเห็นความสำคัญของการร่วมกลุ่มของเยาวชน เปิดโอกาสให้หน่วยงานอื่นอุปถัมภ์ของทางราชการได้ เป็นต้น

รายงานการวิจัยเรื่อง “ปัญหาสวัสดิการและการตอบสนองโดยองค์การเอกชน” โดย ชุันทนา นพคุณ (2532) โดยการสนับสนุนของ สมาคมสวัสดิการเด็กในประเทศไทย

ผลการวิจัยชี้ได้ให้เป็นถึงปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานขององค์การ ในสายตาของผู้บริการและผู้ประสานงาน คือ ปัญหาเรื่องปริมาณและคุณภาพของบุคลากร ปัญหาเรื่องลงมาคือ งบประมาณไม่เพียงพอ การต้องการความช่วยเหลือด้านวิชาการ ต้องการงบประมาณสนับสนุนจากรัฐบาล และการลดหย่อนภาษี

นอกจากนี้ยังได้ให้ข้อเสนอแนะว่า องค์การเอกชนที่พัฒนาเด็กและเยาวชนควรขยายบริการไปนอกเขตสุขภาพในลักษณะรุกเพื่อสกัดกั้นปัญหา และขยายบริการครอบคลุมเด็กนอกกระบวนโรงเรียนมากขึ้น สำหรับองค์การแม่ข่ายหรือหน่วยประสานงานควรให้บริการด้านวิชาการแก่องค์การมากขึ้น ร่วมมือกับหน่วยงานหรือสถาบันทางวิชาการมากขึ้น ทั้งควรรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับปัญหาเด็กและการทำงานขององค์การให้สมบูรณ์ เพื่อเผยแพร่ให้ประชาชนได้ทราบอย่างทั่วถึง

การวิจัยเรื่อง “บทวิเคราะห์หน่วยงานและโครงการเยาวชน” โดยกองนโยบายและแผนงานเยาวชน สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมและประสานงานเยาวชนแห่งชาติ (2522)

การศึกษานี้ได้แบ่งเป็น 2 ส่วนคือ

1. การศึกษาวิเคราะห์สภาพทั่วไปของการดำเนินงานของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเยาวชน

เป็นการศึกษาเพื่อให้ทราบถึงแหล่งที่ตั้ง วัตถุประสงค์ ลักษณะกิจกรรมที่ดำเนินการ งบประมาณ แหล่งที่มาของเงินทุน ระดับความสามารถในการให้บริการแก่เยาวชน ความสอดคล้องของการดำเนินงานกับนโยบายเยาวชนแห่งชาติ ตลอดจนปัญหาในการดำเนินงานของหน่วยงานดังกล่าว

ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ปริมาณหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนไม่แตกต่างกันมากนัก ยกเว้นภาคใต้ ส่วนเรื่องงบประมาณในการดำเนินงานพบว่ามาจาก แหล่ง คือ งบประมาณของรัฐอย่างเดียว จากเอกชนอย่างเดียว และจากการอุดหนุนขององค์การระหว่างประเทศ ในด้านกำลังคนในการดำเนินงานนั้น มีทั้งเจ้าหน้าที่อาสาสมัคร เจ้าหน้าที่ประจำ และวิทยากรพิเศษ อีกทั้งหน่วยงานต่าง ๆ ส่วนใหญ่ดำเนินงานสอดคล้องกับนโยบายเยาวชนแห่งชาติด้วย

2. การศึกษาวิเคราะห์โครงการส่งเสริมและพัฒนาเยาวชนในประเทศไทย

เอกสารรายงานฉบับนี้ เป็นบทสรุปจากการประมวลโครงการส่งเสริมและพัฒนาเยาวชนต่าง ๆ ว่ามีลักษณะอย่างไร โดยแสดงออกมาในเชิงสถิติบรรยาย เพื่อให้มองเห็นภาพพจน์อย่างกว้าง ๆ ของรูปลักษณะทั่วไปของโครงการต่าง ๆ ที่ดำเนินอยู่ในปัจจุบันและอนาคต

ซึ่งผลจากวิจัยชี้ให้เห็นว่า ปัญหาและอุปสรรคที่ทำให้การดำเนินงานไม่เป็นไปตามที่ต้องการ ส่วนใหญ่มีสาเหตุมาจากการขาดแคลนเงินทุน และบุคลากร อุปกรณ์ หรือสถานที่ ตลอดจนขาดความร่วมมือที่ดีจากฝ่ายต่าง ๆ

รายงานการสำรวจวิจัย การปฏิบัติงานขององค์การสังคมสงเคราะห์เอกชน (เฉพาะจังหวัดพระนครและธนบุรี) โดยกองวิชาการสังคม กรมประชาสงเคราะห์ (2513)

พบว่าปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานขององค์การสังคมสงเคราะห์เอกชนนั้น ส่วนใหญ่จะมีปัญหาเรื่องเงินทุน, บุคลากรไม่เพียงพอและไม่ค่อยมีประสิทธิภาพ, ปัญหาด้านสถานที่, ขาดความร่วมมือและสนับสนุนจากหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง, วิธีการดำเนินงานและประสานงานยังไม่ค่อยมีประสิทธิภาพ, ขาดอุปกรณ์ในการดำเนินงาน, ขาดการโฆษณาและการสื่อสารมวลชน

รายงานการศึกษาเรื่อง องค์การพัฒนาเอกชนในประเทศไทย โดย วิทย์ สัตยารักษ์วิทย์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (2526)

การศึกษาค้นคว้านี้มุ่งศึกษาองค์การเอกชน ที่มีวัตถุประสงค์ในการพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจ ซึ่งเน้นการพัฒนาชนบท ผู้วิจัยได้ให้ข้อสังเกตไว้ว่า องค์การเอกชนที่ใช้ชื่อว่า "สมาคม" จะมีระยะ

เวลาการก่อตั้งมานานกว่าองค์การที่ใช้ชื่อว่า “มูลนิธิ” แต่องค์การประเภทมูลนิธิก็ก่อตั้งมานานกว่า องค์การที่มีได้จดทะเบียน ซึ่งองค์การที่ไม่ได้จดทะเบียนเพิ่งเริ่มก่อตั้งในระยะเวลาอันสั้น

Child Abuse and Neglect in Thailand : Working Children and Abandoned Children
โดย ยุพา วงศ์ไชย (2521)

ได้ให้ข้อเสนอแนะว่า การให้การศึกษาแก่สมาชิกในสังคมและสาธารณชน เรื่องสวัสดิภาพเด็กและการสนับสนุนเรื่องสิทธิเด็ก เป็นเรื่องที่ต้องกระทำโดยผ่านบทบาทของสื่อมวลชน เพื่อสร้างทัศนคติที่ถูกต้องและสร้างความตระหนักในเรื่องการทารุณกรรมและทอดทิ้งเด็ก และเป็นการขยายข้อมูลข่าวสารด้านเด็กไปสู่สาธารณชนให้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ แอนน์ แฮริส โคห์น (Anne Harris Cohn) เรื่อง *The Role of Media Campaigns in Preventing Child Abuse* (1982) ที่ชี้ว่าการรณรงค์และการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลด้านเด็กที่ถูกทารุณ เป็นเรื่องที่ต้องกระทำผ่านสื่อมวลชน เพราะจะเป็นวิธีการหนึ่งที่สามารถสร้างความตระหนักแก่สังคม ทำให้ประชาชนได้ทราบปัญหาและสร้างความรู้ความเข้าใจแก่พ่อแม่ ในเรื่องการให้การคุ้มครองสวัสดิภาพของเด็ก ซึ่งเป็นวิธีหนึ่งที่จะทำให้อัตการทารุณเด็กลดลงได้

การศึกษาของ กิติพัฒน์ นนทปัทมะคุลย์ เรื่องปัญหาการทารุณกรรมและการปล่อยปละละเลยเด็ก (2528)

ได้ให้ข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหาการทารุณกรรมและการปล่อยปละละเลยเด็กว่า ควรมีการรณรงค์ด้านแนวความคิดให้ครอบคลุมและกว้างขวางในหมู่นักวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะกลุ่มบุคคลที่คาดว่าจะมีการทารุณกรรมเด็กเกิดขึ้น เช่น แหล่งชุมชนแออัด พ่อแม่ที่มีอายุน้อย ให้ตระหนักถึงสวัสดิภาพและความปลอดภัยที่พึงให้กับเด็ก และความตระหนักต่อปัญหา จะเป็นพื้นฐานที่สำคัญในการป้องกันและช่วยเหลือเด็กที่ถูกทารุณกรรมและปล่อยปละละเลยได้

โทมัส เอฟ. กราซิโอ (Thomas F. Grazio) เรื่อง New Perspective on Child Abuse / Neglect Community Education (1981)

เน้นว่า การให้การศึกษาแก่ชุมชน (Community Education) และการให้การศึกษาแก่สาธารณชน (Public Education) ในเรื่องสวัสดิภาพและความคุ้มครองแก่เด็กยังมีไม่มาก การใช้สื่อมวลชนในการกระจายข่าวสารเรื่องสวัสดิภาพเด็กยังเป็นอันดับรองจากการใช้สื่อบุคคล แต่อย่างไรก็ตามมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับเด็กพยายามเรียกร้องให้สื่อมวลชนขยายขีดความสามารถในการให้บริการเผยแพร่ข่าวสารด้านเด็กให้มากขึ้น

การวิจัยเรื่อง “การศึกษารูปแบบและเนื้อหาของจดหมายข่าวที่ขึ้นโครงการสโมสรแรงงานเด็ก” โดย แสงวี กิริยาพงศ์ (2534)

ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบจดหมายข่าวควรมีขนาดเท่าเดิม แต่ให้เพิ่มจำนวนหน้า และจำนวนภาพที่ใช้ประกอบ อีกทั้งควรเปลี่ยนสีพิมพ์ไปเรื่อย ๆ , บทความที่สโมสรแรงงานเด็กชอบอ่านมากที่สุดคือ ข่าวสโมสร ตามด้วยสาระน่ารู้ และเพื่อนถึงเพื่อน, กลุ่มสมาชิกสโมสรแรงงานเด็กชอบอ่านจดหมายข่าว และต้องการอ่านเดือนละ 1 ฉบับ กลุ่มแรงงานเด็กจะรู้สึกเสียใจเมื่อไม่มีการทำจดหมายข่าว เพราะจดหมายข่าวทำให้รู้จักเพื่อนคนอื่น ๆ และรู้สึกเสียใจ เพราะชอบอ่านเรื่องและภาพในจดหมายข่าวมาก

การวิจัยเรื่อง “หนังสือพิมพ์รายวันกับการพัฒนาเด็กและเยาวชน : ศึกษาเชิงวิเคราะห์เนื้อหาเฉพาะหน้าสำหรับเด็กและเยาวชน โดย ชฎา เปราโยธิน (2527)

การศึกษาค้นคว้ามีวัตถุประสงค์ที่จะวิเคราะห์เนื้อหาที่เกี่ยวกับเด็กและเยาวชน ที่ปรากฏในหน้าสำหรับเด็กและเยาวชนของหนังสือพิมพ์รายวัน 10 ชื่อฉบับ คือ มติชน สยามรัฐ แนวหน้า บ้านเมือง ไทยรัฐ สายกลาง เดลินิวส์ มหาชัย เดลินิวส์ และชาวไทย จัดแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ประเภทเพื่อเป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์ คือ เนื้อหาที่เกี่ยวกับการพัฒนาเด็กและเยาวชน, เนื้อหาเกี่ยวกับค่านิยม และเนื้อหาเกี่ยวกับการใช้ภาษาในหน้าสำหรับเด็กและเยาวชน

ซึ่งพบว่า รูปแบบในการเสนอเนื้อหาสำหรับเด็กและเยาวชนของหนังสือพิมพ์รายวัน ทั้ง 10 ชื่อฉบับมีความหลากหลายมาก ส่วนการใช้ภาษาในหน้าสำหรับเด็กและเยาวชนส่วนใหญ่มีความเหมาะสมดี ใช้ภาษาเข้าใจง่าย แนวโน้มในการเนื้อหาเกี่ยวกับการพัฒนาเด็กและเยาวชนและค่านิยมที่พึงประสงค์ของหนังสือพิมพ์ทั้ง 10 ฉบับนั้น ต่างให้ความสำคัญกับเนื้อหาในด้านใดด้านหนึ่งมากเป็นพิเศษเหมือนกัน สำหรับความตระหนักนั้นพบว่า หนังสือพิมพ์รายวันตระหนักถึงความสำคัญของการปลูกฝังและสร้างเสริมค่านิยมที่พึงประสงค์แก่เด็กและเยาวชน

การวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์เนื้อหาการโทรทัศนสำหรับเด็ก โดย นารากร ดิยาน (2536)

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบ วิธีการนำเสนอ และเนื้อหาการโทรทัศนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเด็ก ซึ่งผลการวิจัยพบว่า มีรูปแบบรายการ 3 ประเภท คือ นิยายทางอากาศ 3 รายการ ข่าว 1 รายการ และเกมโชว์ 2 รายการ มีวิธีการนำเสนอ 8 ลักษณะ คือ การสนทนา การบรรยาย การเล่านิทาน การตอบปัญหา การแสดงประกอบเพลง การสัมภาษณ์ การแสดงการปฏิบัติจริง และเกมโชว์ และพบว่ารายการโทรทัศนสำหรับเด็กที่ศึกษา นำเสนอเนื้อหาเน้นหนักด้านพัฒนาการทางสติ

ปัญญามากที่สุด รองลงมาได้แก่ เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทางร่างกาย พัฒนาการทางอารมณ์และบุคลิกภาพ และพัฒนาทางสังคม นอกจากนี้ยังพบว่า รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กนำเสนอเนื้อหาที่เหมาะสมกับเด็กวัย 3 ปีครึ่งถึง 12 ปี

การวิจัยของ วรทัย เมฆสุด เรื่องการประเมินผลสื่อที่ใช้เผยแพร่ในโครงการแรงงานเด็กของมูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก (2534)

ชี้ให้เห็นว่า สื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้เผยแพร่ในโครงการแรงงานเด็ก มีประสิทธิภาพในการดึงดูดความสนใจเด็กได้ค่อนข้างดี และสื่อผสมสามารถให้ความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับการใช้แรงงานเด็กได้ตรงตามวัตถุประสงค์ในการเผยแพร่ของโครงการแรงงานเด็ก มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็กในระดับที่ค่อนข้างน่าพอใจ

การวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์บทบาทหนังสือพิมพ์ในการเสนอเนื้อหาด้านสิทธิเด็ก และการสำรวจความคิดเห็นของหน่วยงานพัฒนาเด็ก ที่มีต่อการเสนอเนื้อหาด้านสิทธิเด็กในหนังสือพิมพ์ โดย อำนวยรัตน์ เขตบรรพต (2534)

การวิจัยนี้มีความมุ่งหมายที่จะศึกษาว่าหนังสือพิมพ์มีบทบาทในการนำเสนอเนื้อหาที่มีมาแจ้งข้อมูลข่าวสาร และเสนอข้อคิดเห็นแก่สาธารณชนในเรื่องสิทธิเด็กมากน้อยเพียงใด ซึ่งการศึกษานี้ประกอบด้วย 2 ตอนคือ

1. การวิเคราะห์เนื้อหา เพื่อศึกษาบทบาทหนังสือพิมพ์ในการเสนอเนื้อหาด้านสิทธิเด็ก
2. การสำรวจความคิดเห็นของหน่วยงานพัฒนาเด็ก ที่มีต่อการเสนอเนื้อหาด้านสิทธิเด็กในหนังสือพิมพ์

ซึ่งผลการศึกษาทั้ง 2 ตอนพบว่า การเสนอเนื้อหาด้านสิทธิเด็กในหนังสือพิมพ์ มักจะมีการเสนอในช่วงที่มีเหตุการณ์ความเคลื่อนไหว ที่เกี่ยวกับสิทธิเด็กและสวัสดิภาพความปลอดภัยของเด็กเท่านั้น แต่ในเวลาเดียวกันหน่วยงานพัฒนาเด็กกลับมีความคาดหวังว่า หนังสือพิมพ์จะมีบทบาทในการนำเสนอเนื้อหาด้านสิทธิเด็กในปริมาณที่มากกว่าที่เป็นอยู่ และมีความต่อเนื่องมากกว่านี้

● งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับ “การเปิดรับข่าวสาร”

แอทกิน และ การ์ราโนม (Atkin and Garranome : 1983) ได้ศึกษากลุ่มนักเรียนระดับมัธยมศึกษาพบว่า การเปิดรับข่าวโทรทัศน์ช่วยให้เด็กมีความรู้ด้านต่างประเทศเพิ่มขึ้น และสามารถลำดับความสำคัญของผู้นำและบทบาทของประเทศต่าง ๆ ได้ นอกจากนี้ แอทกิน และ การ์ราโน ยังพบว่า

การเปิดรับข่าวสารต่างประเทศทางโทรทัศน์มีส่วนสัมพันธ์ในทางบวกกับความรู้ด้านข่าวต่างประเทศของนักเรียน มากกว่าการเปิดรับข่าวต่างประเทศจากวิทยุและหนังสือพิมพ์

แคลปเปอร์ (Klapper : 1960) ได้ศึกษาและสรุปการวิจัยที่สำคัญ ๆ เกี่ยวกับผลหรือ อิทธิพลของการสื่อสารมวลชน และสรุปให้เห็นถึงความสามารถของการสื่อสารมวลชนในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมของบุคคลว่า โดยปกติ การสื่อสารไม่ใช่สาเหตุที่สำคัญเพียงประการเดียวที่ทำให้เกิดผลในผู้รับสาร แต่จะทำหน้าที่ร่วมกันหรือผ่านปัจจัย และอิทธิพลที่เป็นตัวกลางอื่น ๆ มากกว่า และประสิทธิภาพของการสื่อสารมวลชนขึ้นอยู่กับลักษณะต่าง ๆ ของการสื่อสาร แหล่งสาร หรือสถานการณ์ของการสื่อสาร

ศิริชัย ศิริภายะ (2525) ศึกษาเรื่องบทบาทของสื่อมวลชน เพื่อการพัฒนาในเขตเมืองป็นชนบท ในเขตคลองหลวง ัญบุรี พบว่าการเปิดรับสื่อมวลชนขึ้นอยู่กับความแตกต่างของค่านิยมสมัยใหม่ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับการมีส่วนร่วมทางการเมือง และระดับสถานภาพทางเศรษฐกิจของประชาชน

ประภาพรรณ อุ๋นอบ (2529) ได้ศึกษาเรื่อง ผลของการโฆษณาทางโทรทัศน์เรื่องตาวีเศษ ที่มีผลต่อต่อพฤติกรรมการทิ้งขยะของนักเรียนระดับประถมศึกษาตอนต้น พบว่า นักเรียนที่ได้ดูโฆษณาชุดนี้คิดต่อกันทุกวัน วันละ 1 ครั้ง เป็นเวลา 1 สัปดาห์ มีพฤติกรรมการทิ้งขยะลงในถังขยะทุกครั้งที่ทานขนม

ธานี เกสทอง (2530) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องค่านิยมเกี่ยวกับการใช้ทรัพยากรป่าไม้ของครู โรงเรียนประถมศึกษา จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า เพศ อายุของครู ไม่มีผลทำให้ค่านิยมเกี่ยวกับการใช้ทรัพยากรป่าไม้แตกต่างกัน แต่ครูที่เคยได้รับการอบรมเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม และไม่เคยได้รับการอบรมจะมีค่านิยมเกี่ยวกับการทรัพยากรป่าไม้แตกต่างกัน

ทัศนัย สุนทรวิภาค (2531) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเมืองไทย กับการมาท่องเที่ยวในเมืองไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ณ เมืองพัทยา พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยจากสื่อหนังสือพิมพ์ आयุมิมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเมืองไทยจากสื่อวิทยุ ระดับการศึกษามีความ

สัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการมาเที่ยวเมืองไทยจากสื่อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ ไปตเตอร์ แผ่นพับ และการจัดนิทรรศการ

ศรัทธา โรจน์สุพจน์ (2534) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อมวลชนกับความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมของประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าการอ่านหนังสือพิมพ์ และการดูโทรทัศน์แบบเจาะจง และแบบทั่วไป มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อม แต่การอ่านหนังสือพิมพ์แบบเจาะจงมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมสูงกว่าการอ่านหนังสือพิมพ์แบบทั่วไป และการดูโทรทัศน์แบบเจาะจงมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมสูงกว่าการดูโทรทัศน์แบบทั่วไป

สุภาพษ์ ระรวยทอง (2535) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสาร ความรู้ ทัศนคติ ต่อการเสนอข่าวต่างประเทศทางสื่อมวลชนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า การเปิดรับข่าวต่างประเทศทางหนังสือพิมพ์และโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับความรู้ด้านข่าวต่างประเทศ

อารยา สุพุทธมงคล (2535) ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารโฆษณาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ทางสื่อโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร” พบว่า ประชาชนในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่ทราบข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมจากโทรทัศน์ โดยเปิดรับด้วยความถี่บ่อยครั้ง ประชาชนที่เปิดรับและสนใจโฆษณาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม จะมีความตระหนักในปัญหาสิ่งแวดล้อม และมีแนวโน้มที่จะมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อการแก้ไข ป้องกัน และรักษาคุณภาพของสิ่งแวดล้อม

ไพธิน ศศิชนากรแก้ว (2536) ศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ ความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีระดับการเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อมจากสื่อมวลชน และสื่อโทรทัศน์ในระดับปานกลาง มีความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน ระดับการเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อมจากสื่อมวลชนของประชาชนมีความแตกต่างตามระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และระดับการเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ และความตระหนักในการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม แต่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม

ศุภารักษ์ อุตระกูล (2537) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับความรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในการทิ้งขยะแยกประเภทเพื่อการหมุนเวียนกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ (Recycle) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกัน การเปิดรับข่าวสารจะแตกต่างกัน และการเปิดรับข่าวสารจะมีความสัมพันธ์กับความรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในการทิ้งขยะแยกประเภทเพื่อการหมุนเวียนกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่

พัชรินทร์ เศวตสุทธิพันธ์ (2537) ศึกษาเรื่อง การสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ผู้ชมมีความต้องการข่าวสารจากรายการโทรทัศน์ทุกวัน และมีความจำเป็นต้องใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในชีวิตประจำวัน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีเหตุผลในการเปิดรับคือ เพื่อติดตามข่าวสารบ้านเมืองเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เพื่อการผ่อนคลายอารมณ์ รวมไปถึงการนำเรื่องราวที่พบเห็นไปสนทนากับผู้อื่น

ศุภารักษ์ อุตระกูล (2537) ทำการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับความรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในการทิ้งขยะแยกประเภท เพื่อการหมุนเวียนกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ (Recycle) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศ อายุ การศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกัน การเปิดรับข่าวสารจะแตกต่างกัน และการเปิดรับข่าวสารจะมีความสัมพันธ์กับความรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในการทิ้งขยะแยกประเภทเพื่อการหมุนเวียนกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่

ฉิยากร เตะระเวช (2539) ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมหลักเกี่ยวกับการชมรายการโทรทัศน์ของพนักงานการไฟฟ้านครหลวง” พบว่า กลุ่มพนักงานที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมที่แตกต่างกัน จะมีความหวังและต้องการในการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ต่างกัน คือ กลุ่มนักบริหารและนักวิชาการจะต้องการรายการที่มีสาระประโยชน์ ในขณะที่กลุ่มผู้ปฏิบัติงานต้องการรายการที่เป็นความบันเทิงมากกว่า ส่วนรายการที่เปิดรับชมนั้นต้องสนุกสนาน ไม่เครียด ดูแล้วสบายใจ หากแต่เมื่อใดที่ไม่พอใจในรายการโทรทัศน์ ก็จะแสดงออกได้คือ การเปลี่ยนช่องสถานี การปิดเครื่องรับ การเปิดเครื่องรับไว้แล้วทำกิจกรรมอื่น ๆ การทนดูเพื่อสมาชิกในครอบครัว ซึ่งในกรณีนี้ รายการเกมโชว์เป็นรายการหนึ่งที่ผู้ชมมีความต้องการที่จะหลีกเลี่ยง

สนิ นัยวินิจ (2539) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมกับความรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อันเกี่ยวเนื่องกับ

ธุรกิจแพทนท์เกี่ยวข้องกับประชาชน ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า การเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดลอมทางสื่อหนังสือพิมพ์ และนิตยสาร มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการอนุรักษ์สิ่งแวดลอม

● งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับ “ความตระหนัก”

บาบารา เจ. วินสตัน (Winston, 1974) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ด้านความตระหนักของนักเรียน ในชิคาโกต่อคุณภาพสิ่งแวดลอม ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนยอมรับและมีความรู้ ความเข้าใจในสิ่งแวดลอม และจากการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างในปัญหา กับความตระหนักและการปฏิบัติแก้ปัญหาล้างแวดลอม พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ

วันพร ผลวัลย์ (2528) ศึกษาเรื่องความรู้ ความตระหนัก ของครูมัธยมศึกษาในเรื่องผลกระทบสิ่งแวดลอมจากโครงการพัฒนาชายฝั่งตะวันออก พบว่า ครูมัธยมศึกษามีความรู้เรื่องผลกระทบสิ่งแวดลอมที่อาจเกิดจากโครงการพัฒนาชายฝั่งทะเลตะวันออกในระดับปานกลาง แต่ใความตระหนักต่อปัญหา และผลกระทบสิ่งแวดลอมค่อนข้างสูง

จินตนา เลิศทวีสินธุ์ (2528) ศึกษาเรื่องความรู้ ความตระหนัก และการปฏิบัติของตำรวจจราจร เพื่อป้องกันอันตรายจากมลพิษทางอากาศ และเสียงในกรุงเทพมหานครพบว่า ตำรวจจราจรมีความรู้เกี่ยวกับมลพิษทางอากาศและเสียงในระดับปานกลาง แต่มีความตระหนักต่อมลพิษทางอากาศและเสียง โดยเฉลี่ยในระดับค่อนข้างสูง สำหรับความรู้ และความตระหนักของตำรวจเกี่ยวกับมลพิษทางอากาศ และเสียงมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก

เสน่ห์ พบพาน (2528) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตระหนักเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดลอมของประชาชนอำเภอนครหลวง โดยศึกษากรณีกิจการอุตสาหกรรมในเขตเกษตรกรรมพบว่า ประชาชนมีความตระหนักเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดลอม โดยส่วนรวมอยู่ในระดับปานกลาง การเปิดรับสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตระหนักเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดลอมในส่วนรวม ส่วนอายุ ระยะเวลาที่อยู่ในชุมชน และการเข้าถึงสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความตระหนักเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดลอมโดยส่วนรวม

วีณา ลอยกุลนันท์ (2532) ศึกษาความรู้ และความตระหนักของผู้ขับขีรถจักรยานยนต์ ในกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับมลพิษทางเสียงพบว่า ผู้ขับขีรถจักรยานยนต์มีความรู้เกี่ยวกับมลพิษทางเสียงในระดับปานกลาง และพบว่า ปัจจัยความสนใจข่าวสารมลพิษทางเสียงก่อให้เกิดการผันแปรในความ

รู้เรื่องมลพิษทางเสียงอย่างมีนัยสำคัญ ความรู้และความตระหนักของผู้ขับขีรถจักรยานยนต์เกี่ยวกับมลพิษทางเสียง มีความสัมพันธ์เชิงบวก

บุญถือ กชเสนีย์ (2532) ได้ศึกษาความรู้ และความตระหนักของประชาชนในท้องถิ่นที่มีต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม บริเวณสถานที่ท่องเที่ยวชายทะเล ศึกษาเฉพาะเกาะเสม็ด จังหวัดระยองพบว่า ประชาชนในท้องถิ่นส่วนใหญ่มีความรู้ในระดับสูง โดยผู้ประกอบอาชีพหลักเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จะมีความรู้มากกว่าผู้ที่ประกอบอาชีพไม่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว และประชาชนที่มีการศึกษาสูงมีความตระหนักมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาค่ำ ประชาชนในท้องถิ่นส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการรับข่าวสารในระดับปานกลาง

วรรณา เจียรตนศิริกุล (2531) ได้ศึกษาถึงอิทธิพลของรายการโทรทัศน์ที่มีต่อความตระหนักในการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า ระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไปมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตระหนักในการส่งเสริมรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม ภาระการรับชมข่าวสารและรายการส่งเสริมความรู้ทั่วไป มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตระหนักในการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม แต่การรับชมรายการที่ส่งเสริมความรู้ทางสิ่งแวดล้อม ไม่มีความสัมพันธ์กับความตระหนักในการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม

สุวารีย์ วงศ์วัฒนา (2536) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับความรู้ ความตระหนักและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของชุมชนชาวแพ จังหวัดพิษณุโลกพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับความตระหนักและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

● งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับ “ความเชื่อถือ”

โฮฟแลนด์, เจนิต และเคลลี (Hovland Janis and Kelly : 1953) ได้วิจัยค้นคว้าเรื่องแหล่งกำเนิดข่าวสาร ที่รวมทั้งบุคคลและสถาบัน (Individuals and Institutions) ว่ามีอิทธิพลและผลในทาง “ความเชื่อถือได้” และ “การโน้มน้าวใจ” อยู่มาก นอกจากนี้ยังได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารและการงูใจพบว่า เมื่อคนยึดมั่นในปัจเจกบุคคล หรือสถาบันใดแล้ว เขาจะมีความเชื่อถือในสิ่งนั้นมากกว่า และองค์ประกอบของความน่าเชื่อถือที่สำคัญคือ ความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) ซึ่งเป็นความรู้สึกรับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร ได้แก่ ความจริงใจ และ ความซื่อสัตย์ เป็นต้น

เกตแมน และ โฮฟแลนด์ (Kelman and Hovland : 1953) ได้ศึกษาจากการฟังรายการวิทยุของนักเรียนมัธยมปลายพบว่า ความแตกต่างของความน่าเชื่อถือประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ประการแรก ได้แก่ ความน่าเชื่อถือที่มาจากผู้ส่งสารที่ได้รับการฝึกฝนมาเป็นอย่างดี โดยมีความรู้ในเรื่องดังกล่าว ประการที่สอง เป็นผู้ที่มีอำนาจหน้าที่ในเรื่องนั้น และประการที่สาม จะต้องเป็นผู้ที่มีความจริงใจ และซื่อสัตย์ แต่ถ้าผู้ส่งสารพูดผ่านห้องส่ง โดยไม่แจ้งภูมิหลังไว้กลับพบว่าความน่าเชื่อถือนั้นจะลดน้อยลง

โฮฟแลนด์ และ ไวส์ (Hovland and Weiss : 1961) ได้ทำการทดลองศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารของนักศึกษาจากการอ่านบทความในหนังสือพิมพ์ที่เกี่ยวกับข่าวรุนแรงพบว่า นักศึกษามีความเชื่อถือต่อข่าวสารเพียงเล็กน้อย นอกจากนี้ เขายังได้ศึกษาเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือในการเขียนข่าวด้วยบุคคลและสถาบัน โดยเปรียบเทียบระหว่าง J. Robert Oppenheimer ซึ่งเป็นนักฟิสิกส์ กับสำนักข่าว Pravda ของรัสเซีย ปรากฏว่า ความน่าเชื่อถือของสิ่งใดที่มีมากกว่า ย่อมจะมีผลสูงใจให้กลุ่มเป้าหมายยอมรับสิ่งนั้นมากกว่าด้วย

นอกจากนี้ รายงานวิจัยวิทยานิพนธ์ในประเทศไทยหลายชิ้นยังได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความน่าเชื่อถือ และปัจจัยอื่น ๆ ที่เป็นปัจจัยร่วมกัน อธิบายความสัมพันธ์ที่มีต่อการตัดสินใจเข้าร่วมกลุ่มต่าง ๆ หรือต่อการยอมรับข่าวสารหรือนวัตกรรม ได้แก่

ภาระณี ประถมบุรณ์ (2524) และสุนทรา นาคพงษ์ (2525) ได้ผลของการวิจัยที่สอดคล้องกันว่า ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของเจ้าหน้าที่ส่งเสริม หรือผู้นำท้องถิ่น รวมถึงเพื่อนบ้าน และสมาชิกในครอบครัว ร่วมกับปัจจัยอื่น มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเข้าร่วมกลุ่มจัดตั้งกองทุนยาหรือสหกรณ์ยาขึ้น

ในการด้านเกษตร รัตนาวดี บุรณวงศ์ (2525) ก็พบว่า ปัจจัยเรื่องความน่าเชื่อถือของเจ้าหน้าที่การเกษตร ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมและการพัฒนาทางเทคนิคของนวัตกรรม มีผลต่อการยอมรับที่จะให้มีการเปลี่ยนพันธุ์ข้าว จากพันธุ์พื้นเมืองเป็นพันธุ์ส่งเสริม เช่นเดียวกับ พิมพ์จันทร์ ใจวงศ์ (2527) ที่พบว่า ปัจจัยเรื่องความน่าเชื่อถือของเจ้าหน้าที่ส่งเสริม เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดของปัจจัยทั้งหมด ในการอธิบายการยอมรับวิทยาการแผนใหม่ในการเพาะเลี้ยงกุ้งทะเลของสมาชิกสหกรณ์นิคม ด.โคกขาม จ.สมุทรสาคร

แต่ในขณะที่เดียวกันก็มีงานวิจัยอื่น ๆ ที่ได้ผลแตกต่างกันออกไป เช่น นางถิษณ์ ชาวไพบูลย์ (2525) ศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ และความพยายามปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมในสายตาของกลุ่มเป้าหมาย กับการยอมรับการจัดตั้งศูนย์พัฒนาเด็กเล็กเล็กไม่มีความสัมพันธ์กันเลย แต่จากการสังเกตการณ์ และการสัมภาษณ์พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่า เจ้าหน้าที่ส่งเสริมแสดงตนเป็นผู้นำที่มีความน่าเชื่อถือในกิจกรรมพัฒนาใด ๆ ที่ทำร่วมกับประชาชน และการประชุมกลุ่ม เป็นวิธีการหนึ่งที่จะช่วยให้เกิดการยอมรับมากขึ้น

เช่นเดียวกับที่ เดชพันธ์ ประวิชัย (2531) พบว่า ความน่าไว้วางใจ ความสามารถ ความกระตือรือร้นของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ไม่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรม และทักษะการสื่อสารมีความสัมพันธ์ในทางลบกับการยอมรับนวัตกรรม ส่วนความบ่อยครั้งในการเป็ ครับข่าวสารจากบุคคลอื่นของเกษตรกรมีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรม

• งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับ “การตัดสินใจ”

พยักมพันธุ์ โพธิ์แก้ว (2525) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการเปิดรับการสื่อสารที่มีผลต่อการพัฒนา ด้านความรู้ ทักษะคิด และการปฏิบัติงานตามโครงการสร้างงานในชนบท ของคณะกรรมการสภาตำบล ศึกษาเฉพาะกรณีคณะกรรมการสภาตำบลในอำเภอม่วงสามสิบ จังหวัดอุบลราชธานีพบว่า ปริมาณการเปิดรับการสื่อสารมีความสัมพันธ์กับความรู้ ทักษะคิด และการตัดสินใจอนุมัติโครงการสร้างงานในชนบทของคณะกรรมการสภาตำบล

ปัจจัยเกี่ยวกับผลประโยชน์ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจอนุมัติโครงการสร้างงานในชนบทของคณะกรรมการสภาตำบล และปริมาณการเปิดรับการสื่อสาร ความรู้ ทักษะคิดของคณะกรรมการสภาตำบล มีความสัมพันธ์กับผลของโครงการสร้างงานในชนบทที่ได้ดำเนินการเสร็จสิ้นไปแล้ว

จะเห็นได้ว่า จากงานวิจัยดังกล่าวข้างต้น ได้มีการกล่าวถึงเรื่องเด็กด้อยโอกาส ในประเด็นใหญ่ ๆ 4 หัวข้อ คือ

1. ประเด็นเรื่องปัญหาเรื่องเด็กด้อยโอกาส โดยเน้นที่เด็กด้อยโอกาสประเภทเด็กเร่ร่อน เด็กกำพร้า และโสภณมีเด็กมากเป็นพิเศษ
2. ประเด็นเรื่องรูปแบบและการดำเนินงานขององค์การเอกชนที่พัฒนาเด็กและเยาวชน
3. การนำเสนอเรื่องเด็กด้อยโอกาสผ่านทางสื่อมวลชน

4. ความคิดเห็นของหน่วยงานพัฒนาเด็กและเยาวชนต่อการนำเสนอเรื่องเด็กค้อยโอกาสทาง
สื่อมวลชน

ส่วนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร ความตระหนัก ความเชื่อถือ และการ
ตัดสินใจที่กล่าวมาข้างต้น ไม่มีงานวิจัยชิ้นใดที่กล่าวถึงการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเด็กค้อยโอกาส
รวมทั้งไม่มีงานวิจัยใดที่กล่าวถึงความตระหนัก ความเชื่อถือ และการตัดสินใจของประชาชนในการ
ให้การสนับสนุนองค์การเอกชนที่พัฒนาเด็กและเยาวชน

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมดข้างต้นก็มีส่วนคล้ายคลึงกับการวิจัยในครั้งนี้ ด้วย
เหตุนี้ผู้วิจัยจึงจะนำแนวคิดทั้งหมดมาเป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยด้วย



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย