

เครือข่ายการสื่อสารและการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา



นางสาวอนิษฐา แจ็งเอียด

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2553

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

COMMUNICATION NETWORK AND PARTICIPATING IN THE  
“VOLUNTEERSPIRIT NETWORK”



Miss Anisada Jang-eam

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Arts Program in Development Communication

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2010

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

เครือข่ายการสื่อสาร และการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัคร  
เครือข่ายจิตอาสา

โดย

นางสาวอนิษฐา แจ่มเยี่ยม

สาขาวิชา

การประชาสัมพันธ์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

รองศาสตราจารย์ พัทธนี เขยจรรยา

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง  
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

.....  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนม คลี่ฉายา)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก  
(รองศาสตราจารย์ พัทธนี เขยจรรยา)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย  
(อาจารย์ ดร.ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว)

ศูนย์วิจัยและพัฒนา  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อนิษฐา แจ่งเอี่ยม : เครือข่ายการสื่อสารและการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา. (COMMUNICATION NETWORK AND PARTICIPATING IN THE "VOLUNTEERSPIRIT NETWORK") อ. ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : รองศาสตราจารย์ พัทธนี เรยจรรยา, 178 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะเครือข่ายการสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสา และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข่าวสารกับการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัคร และความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัคร เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ โดยทำการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้แกนนำเครือข่ายจิตอาสา 15 คน และอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา 10 คน และทำการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติคือร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า เครือข่ายจิตอาสาเป็นเครือข่ายที่ไม่เป็นทางการ โดยมีศูนย์กลางในการรวบรวมข้อมูลต่างๆ คือ ศูนย์ประสานงานเครือข่ายจิตอาสา รูปแบบการติดต่อสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสาที่พบ มี 3 ลักษณะคือ การสื่อสารสองทางไม่เป็นทางการ การสื่อสารสองทางกึ่งทางการ และการสื่อสารทางเดียว นอกจากนี้ยังเป็นเครือข่ายการสื่อสารแบบลูกโซ่และเครือข่ายการสื่อสารแบบทุกช่องทาง

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า

1. การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัคร มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001
2. ทัศนคติที่มีต่องานด้านอาสาสมัคร มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

ภาควิชา ..... การประชาสัมพันธ์ ..... ลายมือชื่อนิติศ..... อนิษฐา แจ่งเอี่ยม  
 สาขาวิชา ..... นิเทศศาสตร์พัฒนาการ ..... ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....  
 ปีการศึกษา ..... 2553

# 5284731528 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEYWORDS : COMMUNICATION NETWORK / INFORMATION SEEKING / ATTITUDE / PARTICIPATION AS VOLUNTEER / VOLUNTEERSPIRIT NETWORK

ANISADA JANG-EAM : COMMUNICATION NETWORK AND PARTICIPATING IN THE "VOLUNTEERSPIRIT NETWORK". THESIS ADVISOR : ASSOC.PROF. PATCHANEE CHEYJUNYA, 178 pp.

The objective of this research is to study the characteristics of communication network among the Volunteerspirit network, to examine the relationship between information seeking and participation as volunteer and to investigate the relationship between attitude and participation as volunteer. The qualitative research method with participation observation and in-depth interview technique was used to collect data from leading network 15 persons and volunteer 10 persons. The quantitative research method with questionnaires. The data were collected from a total of 400 samples. Analysis of the data was analyzed using percentage, mean, and Pearson's Product Moment Correlation Coefficient.

The research shows that characteristic of communication network of the Volunteer spirit network is informal network. Center in collecting information is to coordinate the Volunteer spirit network. The communication style is differentiated into three parts : Informal two-way communication, one-way communication and semi-formal two-way communication. There is also chain network and all channel network.

The result of hypothesis testing are as follows :

1. Information seeking about volunteer correlated positively with the participation as volunteer. Statistically significant at 0.001
2. Attitude toward the volunteer correlated positively with the participation as volunteer. Statistically significant at 0.001

Department : Public Relations.....

Field of Study : Development Communication.....

Academic Year : 2010.....

Student's Signature Anisada Jang-eam.  
Advisor's Signature Patchanee

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาอย่างยิ่งจาก รองศาสตราจารย์ พัชนี เสงี่ยมวิทยา อาจารย์ที่ปรึกษา ที่คอยให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา คอยกระตุ้นเตือน ชี้แนะแนวทางในการทำงานวิจัยชิ้นนี้มาโดยตลอด รวมถึงการเอาใจใส่เป็นอย่างดี ผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนม คลี่ฉายา ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ ดร.ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่สละเวลาอันมีค่าในการดำเนินการสอบวิทยานิพนธ์ พร้อมทั้งกรุณาให้คำชี้แนะที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัยชิ้นนี้

ผู้วิจัย ขอขอบคุณ เพื่อนๆ Dev.Com.ทุกคน โดยเฉพาะ อู๋ม พี่ไอ พาด้า ป่าน เมฆ ที่คอยเป็นกำลังใจ ให้คำปรึกษา รวมถึงรับฟังปัญหา ความยากลำบาก ในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้เสมอ และขอบคุณที่ร่วมฝ่าฟันอุปสรรคต่างๆร่วมกันมา

ขอบคุณเหล่าอาสาสมัคร และพี่ ๆ เพื่อนๆทุกคนที่มีจิตอาสา ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลในการทำวิจัยครั้งนี้ ขอขอบคุณสำหรับมิตรภาพ และจิตที่พร้อมจะให้ พร้อมจะช่วยเหลือ แม้จะรู้จักกันไม่นาน ขอขอบคุณจากใจจริง

ขอบคุณ คุณอนุชา มงคะวิระ สำหรับความรัก ความเข้าใจ และเป็นกำลังใจให้ ผู้วิจัยเสมอมา

ท้ายนี้ ขอขอบพระคุณทุกคนในครอบครัว โดยเฉพาะคุณแม่ สำหรับทุกๆอย่าง คอยเป็นกำลังใจ เข้าใจ ให้คำปรึกษา รับฟัง ในยามที่ผู้วิจัยท้อแท้เหน็ดเหนื่อย จนทำให้ผู้วิจัยสามารถฟันฝ่าอุปสรรคและสำเร็จการศึกษาได้อย่างราบรื่น

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหานำวิจัย.....	8
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	8
ขอบเขตการวิจัย.....	8
นิยามศัพท์.....	9
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	11
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	12
แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายการสื่อสาร.....	12
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสาร.....	25
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณลักษณะของสื่อ.....	34
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ.....	42
แนวคิดเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัคร.....	44
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	50
3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	60
ส่วนที่ 1 ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ.....	60
กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย.....	60
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	63
การตรวจสอบความเที่ยงและความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ.....	64
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	64
การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล.....	65
ส่วนที่ 2 ข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ.....	65

## สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
	ประชากร..... 65
	กลุ่มตัวอย่าง..... 66
	การเลือกกลุ่มตัวอย่าง..... 66
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย..... 66
	การตรวจสอบความเที่ยงและความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ ..... 70
	การเก็บรวบรวมข้อมูล..... 71
	การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล..... 71
4	ผลการวิจัย..... 73
	การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ..... 74
	การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ..... 115
5	สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ..... 132
	สรุปผลการวิจัย..... 133
	อภิปรายผล..... 141
	ข้อเสนอแนะ..... 157
	รายการอ้างอิง..... 159
	ภาคผนวก..... 165
	ภาคผนวก ก..... 166
	ภาคผนวก ข..... 174
	ประวัติผู้เขียน..... 178



## สารบัญญัตราจ

ตารางที่		หน้า
1	รูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร.....	81
2	รูปแบบการติดต่อสื่อสารระหว่างองค์กร.....	88
3	รูปแบบการติดต่อสื่อสารระหว่างเครือข่ายจิตอาสาทบอาสาสมัคร.....	93
4	รูปแบบการติดต่อสื่อสารระหว่างอาสาสมัครทบอาสาสมัคร.....	102
5	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	115
6	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....	115
7	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา.....	116
8	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ.....	116
9	จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการ แสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัครจากสื่อบุคคล.....	117
10	จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการ แสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัครจากสื่อออนไลน์.....	118
11	จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการแสวงหา ข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัครจากสื่อเฉพาะกิจและสื่อกิจกรรม.....	119
12	ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานโดยรวมของระดับความถี่ในการแสวงหา ข่าวสารจากสื่อบุคคล สื่อออนไลน์ สื่อเฉพาะกิจและสื่อกิจกรรม.....	120
13	จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามทัศนคติที่มีต่องานอาสาสมัคร.....	120
14	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัคร.....	123
15	จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลใน ในการเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัคร.....	123
16	จำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม การตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัครในครั้งต่อไป.....	125
17	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม เหตุผลที่จะเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัครในครั้งต่อไป.....	126

## สารบัญตาราง(ต่อ)

	หน้า	
18	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลที่จะ ไม่เข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัครในครั้งต่อไป.....	126
19	ความสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัคร กับการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา.....	127
20	ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่องานอาสาสมัคร กับการตัดสินใจเป็นอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา.....	128
21	เปรียบเทียบผลการวิจัยเชิงคุณภาพและผลการวิจัยเชิงปริมาณ.....	129


  
 ศูนย์วิทยทรัพยากร  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่		หน้า
1	ลักษณะการติดต่อสื่อสารระหว่างเครือข่ายจิตอาสา กับองค์กรเครือข่าย องค์กรภาคี และหน่วยงานอื่นๆ ในช่วงที่ 1.....	110
2	ลักษณะการติดต่อสื่อสารระหว่างเครือข่ายจิตอาสา กับองค์กรเครือข่าย องค์กรภาคี และหน่วยงานอื่นๆ ในช่วงที่ 2.....	111
3	ลักษณะการติดต่อสื่อสารในการประชุมเครือข่ายและการติดต่อสื่อสาร ระหว่างองค์กรเครือข่าย.....	112
4	ลักษณะการติดต่อสื่อสารระหว่างองค์กรเครือข่ายของ เครือข่ายจิตอาสา กับองค์กรภาคีหรือหน่วยงานอื่นๆ.....	113
5	ลักษณะเครือข่ายการสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสา.....	114

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ที่มาและความสำคัญของปัญหา

นับจากเหตุการณ์พิบัติภัยสึนามิในวันที่ 26 ธันวาคม 2547 ซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่เหนือความคาดหมายว่าจะเกิดขึ้นกับประเทศไทย หลังเหตุการณ์ครั้งนั้นประเทศไทยได้เผชิญกับปัญหาภัยธรรมชาติขนาดกลางถึงใหญ่อีกหลายครั้ง ไม่ว่าจะเป็น เหตุการณ์ดินถล่มในภาคใต้ เหตุการณ์อุทกภัยและดินถล่มในภาคเหนือในวันที่ 26 พฤษภาคม 2549 เมื่อมองภาพรวมจากรายงานทางสถิติเกี่ยวกับความถี่ของภัยพิบัติเปรียบเทียบกับระหว่างภัยพิบัติในปัจจุบันนี้กับปี 1960 พบว่ามีความถี่ในการเกิดภัยพิบัติสูงขึ้นถึง 3 เท่า และมีการเสียชีวิตเพิ่มขึ้นถึง 4 เท่าของสงครามและการจลาจล (มูลนิธิกระจกเงา, 2552 : ออนไลน์)

หากกล่าวถึงการมีส่วนร่วมของคนทั่วไปในภัยพิบัติ งานวิจัยชิ้นหนึ่งสำรวจพบว่าผู้รอดชีวิตส่วนใหญ่จากเหตุแผ่นดินไหว (พ.ศ. 2538 ขนาด 6.9 ริคเตอร์) ที่ จ.โกเบ ประเทศญี่ปุ่นนั้นไม่ได้มาจากการช่วยเหลือภาครัฐ แต่มาจากการ อาสาสมัครช่วยเหลือกันและกัน เราจึงสังเกตเห็นว่า “งานอาสาสมัคร” ก็เป็นกุญแจสำคัญดอกหนึ่ง ในการจัดการป้องกัน แก้ไข และฟื้นฟูพัฒนา เนื่องจากเป็นการระดมทุนทางสังคม ทั้งแรงใจ แรงกาย และกำลังทรัพย์ เข้า ไปหนุนเสริมภาระแสหลักที่มีข้อจำกัดของภาครัฐ (มูลนิธิกระจกเงา, 2552 : ออนไลน์)

“งานอาสาสมัคร” จึงน่าจะเป็นการกระตุ้น ส่งเสริม ให้เกิดขึ้นในระดับชุมชน จากเหตุการณ์สึนามิทางภาคใต้ เหตุการณ์อุทกภัยดินถล่มในภาคเหนือ แสดงให้เห็นว่า “ในสภาวะวิกฤติ” คนที่อยู่ในชุมชนที่ประสบภัย,อาสาสมัคร และกลไกต่างๆในชุมชนที่ทำหน้าที่บรรเทาภัยต่างๆที่มีการจัดตั้งไว้ ในสภาวะปกตินั้นกลับกลายเป็นผู้ประสบภัยที่จำเป็นต้องได้รับการช่วยเหลือด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะเมื่อปัญหานั้นใหญ่เกินกว่าที่คาดคิด เช่น โครงสร้างพื้นฐานของสาธารณูปโภค การคมนาคม การสื่อสาร ทั้งหลาย ได้ถูกภัยพิบัติทำลายไป จนไม่สามารถรับมือด้วยตนเองได้ทัน เมื่อนั้นหน่วยงานและคนที่อยู่ภายนอกควรเข้าไปช่วยเหลือ แก้ไขสถานการณ์ให้แก่พวกเขาอย่างเร่งด่วน

กรณีวิกฤตการณ์สินามิทำให้เกิดกระแสด้านอาสาสมัครขึ้นมาอย่างชัดเจนอีกครั้งในสังคมไทย ซึ่งเป็นระบบอาสาสมัครที่มีความซับซ้อนและหลากหลายมาก กล่าวคือมีตั้งแต่การออกค่ายของนักศึกษา อาสาสมัครทางด้านต่างๆตามความรู้ความสามารถของพนักงานภาคเอกชนและรัฐบาล การให้การสนับสนุนบริจาคในรูปแบบต่างๆไม่ว่าจะเป็นเงิน สิ่งของ หรือบริการ

จากกรณีภัยพิบัติสินามิ ทำให้องค์กรต่างๆ ประมาณ 9-10 องค์กร อาทิ มูลนิธิอาสาสมัครเพื่อสังคม มูลนิธิกระจกเงา ศูนย์อาสาสมัครมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ตลอดจนเครือข่ายอาสาสมัครธรรมชาติ ได้ร่วมกันประสานขอความช่วยเหลือ ระหว่างพื้นที่ประสบภัย กับกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ มีการประสานกับเครือข่ายความร่วมมือฟื้นฟูชุมชนชายฝั่งอันดามัน Save Andaman Network (SAN) ซึ่งเป็นองค์กร ที่ดูแลและฟื้นฟูชายฝั่งอันดามันทั้งหมด เมื่อเหตุการณ์ผ่านไปไม่นานสถานการณ์ก็เริ่มดีขึ้นเป็นลำดับ จากการประชุมประสานความร่วมมือ ณ ช่วงเวลานั้น ทางองค์กรภาคสังคมต่างๆต้องการให้สังคมไทย เล็งเห็นความสำคัญของจิตอาสาหรืองานอาสาสมัคร กล่าวคือ ไม่ต้องการให้กระแสของงานอาสาสมัครยุติลงไปพร้อมกับเหตุการณ์ภัยพิบัติสินามิ หรือต้องรอจนกว่าจะมีวิกฤตการณ์ภัยพิบัติต่างๆเกิดขึ้น จึงจะมีกระแสของอาสาสมัครหรือจิตอาสาขึ้นมา เพราะปัญหาสังคมในปัจจุบันมีความซับซ้อนมากขึ้น ไม่สามารถรอความช่วยเหลือจากภาครัฐเพียงอย่างเดียว และอีกประการหนึ่งคือต้องการให้กรณีภัยพิบัติสินามิ มีการขับเคลื่อนระยะยาวในสังคมไทย ต้องการให้คนในสังคมนำเอากรณีภัยพิบัติสินามินี้ เป็นบทเรียนเพื่อการป้องกันและเตรียมรับมือกับเหตุการณ์ที่ในอนาคตที่ไม่อาจคาดเดาได้ จึงมีความเห็นว่าควรมีศูนย์ประสานงานเครือข่ายจิตอาสาขึ้น เพื่อให้กระแสอาสาสมัครในสังคมไทยนั้นเป็นไปอย่างมั่นคงและยั่งยืนซึ่งมีการร่วมกันคิดยุทธศาสตร์ของเครือข่ายจิตอาสา มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. Job Placement: เป็นศูนย์เชื่อมประสานข้อมูลระหว่างอาสาสมัครองค์กรด้านอาสาสมัครและสังคม
2. Advocacy: การทำงานเชิงนโยบาย ร่วมกำหนดวาระสาธารณะ และขับเคลื่อนกระแสอาสาสมัครอย่างต่อเนื่อง
3. Improvement: พัฒนาศักยภาพการจัดการอาสาสมัครอย่างรอบด้าน ทั้งเป็นแหล่งรวบรวมและสร้างความรู้ในการส่งเสริมจิตสาธารณะ

จากการประสานความร่วมมือขององค์กรด้านอาสาสมัคร ดังกล่าวข้างต้น เครือข่ายจิตอาสาอยู่ภายใต้มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ อย่างไรก็ตาม เครือข่ายจิตอาสา ไม่ได้ทำการจดทะเบียนเป็นองค์กร หรือมีการทำ MOU (Memorandum Of Understanding) ที่ชัดเจนร่วมกัน อีกทั้งเป็นการรวมตัวของบุคคลที่อยู่ในองค์กร มากกว่าเป็นการรวมตัวขององค์กรต่างๆ และเป็นารรวมตัวกันแบบหลวมๆ จึงทำให้ไม่สามารถระบุองค์กร เครือข่าย หรือองค์กรภาคี ได้ครบถ้วนทุกองค์กร แต่จากการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปองค์กรที่มีการติดต่อสื่อสารกันอย่างสม่ำเสมอ มีดังต่อไปนี้

1. บ้านจิตอาสา มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์
2. มูลนิธิอาสาสมัครเพื่อสังคม (มอส.)
3. มูลนิธิกระจกเงา
4. กลุ่มนวัตกรรมเยาวชนเพื่อสังคม (YIY)
5. บุคเพจดอทคอม (www.budpage.com)
6. มูลนิธิสุขภาพไทย
7. มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก
8. มูลนิธิกองทุนไทย
9. บางกอกฟอรั่ม
10. เครือข่ายพุทธิกา
11. สำนักบัณฑิตอาสาสมัคร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
12. ศูนย์เรียนรู้บ้านดินไทย

หน้าที่ของเครือข่ายจิตอาสา คือ การเป็นศูนย์กลางประสานงานกิจกรรมอาสาสมัครขององค์กรต่างๆ ที่ทำงานเพื่อสังคม ทั้งนี้ไม่ได้แบ่งว่าต้องเป็นภาคีของเครือข่ายจิตอาสาเท่านั้น แต่เปิดรับทุกกลุ่มกิจกรรมที่ทำงานเพื่อสังคม โดยทำหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสารและประสานงานแต่ละเครือข่าย เช่น สถานที่ เวลา ในการจัดกิจกรรม ผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ เช่น เว็บไซต์ของเครือข่ายจิตอาสา อีเมลล์ จดหมายข่าว เป็นต้น ซึ่งแต่ละกิจกรรมจะเปิดรับอาสาสมัครประมาณ 50 - 100 คน ขึ้นอยู่กับงบประมาณ วัสดุอุปกรณ์และพื้นที่ของการทำกิจกรรม

รูปแบบการจัดกิจกรรมของเครือข่ายจิตอาสา เกิดขึ้นจากการชักชวนผู้ที่มีจิตในการให้มีจิตใจใฝ่บุญกุศลและเสียสละมารวมตัวกันเกิดเป็นเครือข่ายเป็นรูปธรรม ในส่วนของโครงการจิต

อาสา ตอนนี้มีหลายโครงการ อาทิ โครงการสืบสานคลื่นน้ำใจกู้ภัยสึนามิ ที่เขาหลัก จ.พังงา มีอาสาสมัครร่วมกันซ่อมบ้านเรือนให้กับผู้ประสบภัย ทำความสะอาดพื้นที่ และทำความสะอาดได้น้ำ ,โครงการนวดเด็ก สัมผัสกาย สัมผัสรัก เพื่อน้องผู้ด้อยโอกาส ที่สถานสงเคราะห์บ้านเด็กอ่อนปากเกร็ด,โครงการแบ่งปันน้ำใจให้เพื่อนร่วมโลก ดูแลสุนัขและแมว จ.นครนายก และ จ.ปทุมธานี โดยการปรับภูมิทัศน์ ซ่อมแซมคอกสุนัข ทำความสะอาดพื้นที่ ให้อาหารสุนัขและแมว นอกจากนี้ยังมีเยี่ยมเยียนและให้กำลังใจป่าสำรวจ โศภฤกษ์ หึงชรา วัย 56 ปี ที่ต้องรับภาระเลี้ยงดูสุนัขจรจัด แมวพิการไร้บ้านกว่า 400 ชีวิต โครงการอาสาสมัครร่วมกันสร้างบ้านดิน สถาปัตยกรรมผสมผสานระหว่างมิตรภาพ ลมหายใจ และฝ่าเท้า ที่จ.ชัยภูมิ และ จ.ระยอง โดยการย่ำดินด้วยแรงจากฝ่าเท้าจนเป็นบ้านดินอิงธรรมชาติที่เรียบง่าย และโครงการปลูกป่าต่อลมหายใจให้โลก จ.ศรีสะเกษ ร่วมกับดาบวิชัย สุริยทนต์ ผู้พลิกแผ่นดินที่แห้งแล้งกลับคืนสู่สีเขียว และร่วมปลูกต้นไม้ร่วมสนทนารธรรมกับพระไพศาล วิสาโล เจ้าอาวาสวัดป่าสุคะโต ที่จ.ชัยภูมิ โครงการผ้าป่าเพื่อพัฒนาเด็ก ที่กรุงเทพมหานคร โดยการสร้างศาลาดินเป็นห้องสมุด ระดมทุนผ้าป่าเพื่อนำรายได้ปรับปรุงภูมิทัศน์ให้กับสถานสงเคราะห์บ้าน เด็กอ่อน ปากเกร็ด และ โครงการรวมใจไทยเป็นหนึ่งเดียว สร้างโรงเรียนให้น้อง และเก็บข้อมูลเด็กไร้สัญชาติที่ จ.แม่ฮ่องสอน

จะเห็นได้ว่า กิจกรรมอาสาสมัครนั้น มีหลากหลายรูปแบบ เพื่อรองรับกับความ ต้องการของผู้ที่มีจิตอาสา หรือจิตสาธารณะ ต้องการช่วยเหลือผู้อื่น ไม่จำเป็นจะต้องมีรายได้สูง หรือไม่ต้องมีเวลามากมาย ก็สามารถเข้ามาร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่ทางเครือข่ายจิตอาสา หรือองค์กรเครือข่ายจัดขึ้นได้ ดังคำกล่าวของพระไพศาล วิสาโล ที่ว่า

“เนื้อแท้ของความเป็นอาสาสมัครนั้นอยู่ที่จิตใจ คือมี ‘จิตอาสา’ ที่ต้องการช่วยเหลือผู้อื่น หรือนึกถึงส่วนรวม จะเป็นครู พ่อค้า นักธุรกิจ ข้าราชการ ก็สามารถเป็นอาสาสมัครได้ตลอดเวลาหากมีจิตใจ ที่คำนึงถึงส่วนรวมอยู่เสมอ เราจำเป็นต้องตระหนัก อยู่เสมอว่า ‘อาสาสมัคร’ นั้นไม่ใช่เป็นอาชีพ หากคือสำนึกที่สมควรมีอยู่คู่กับความเป็นมนุษย์ของเราจนกว่าชีวิตจะหาไม่” (พระไพศาล วิสาโล อ้างถึงใน [www.volunteerspirit.org](http://www.volunteerspirit.org))

การร่วมกันขับเคลื่อนกระแสทางด้านอาสาสมัคร เกิดขึ้นในทุกภาคส่วน แม้กระทั่งภาครัฐเองก็ได้ประกาศให้ ปี 2550 เป็น “ปีแห่งการให้และการช่วยเหลือสังคม” ในโอกาสสมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 และกำหนดให้เป็นวาระแห่งชาติ นอกจากนี้ คณะรัฐมนตรียัง มีมติอนุญาตให้ข้าราชการ และเจ้าหน้าที่ของรัฐ ปฏิบัติงาน

อาสาสมัคร โดยไม่ถือเป็นวันลาและให้ถือเป็นวันปฏิบัติราชการได้ไม่เกิน 5 วันทำการต่อปี รวมทั้งเชิญชวนให้ภาคเอกชนอนุญาตให้ลูกจ้างลาไปปฏิบัติงานอาสาสมัครได้เป็นการร่วมมือกันรณรงค์ส่งเสริม “จิตอาสา” ให้เกิดขึ้นในประเทศไทย เป็นการปลุกน้ำใจคนไทยให้ ออกงามกลับมาอีกครั้งหนึ่ง มาช่วยกันดูแลสังคมไทยร่วมกัน ดูแลสิ่งแวดล้อม ชุมชน ตลอดจนปัญหาต่างๆ รอบๆตัว อย่างน้อย มองออกมานอกกรอบของเรื่องตัวเอง ออกมาดูคนอื่น เห็นใจ เข้าใจคนอื่นกันมากขึ้น ร่วมกันสร้างสรรค์สิ่งดี ทำดีให้เป็นรูปธรรมกันมากขึ้นในสังคมไทย (ศูนย์ส่งเสริมการให้และการอาสาช่วยเหลือสังคม, 2551)

ประเทศไทยมีระบบอาสาสมัครที่กลายเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมที่มีความชัดเจน โดยเฉพาะในกลุ่มนักเรียน นักศึกษาผ่านวัฒนธรรมค่ายอาสาสมัครต่างๆซึ่งมีประวัติยาวนานกว่าห้าสิบปี ซึ่งล้วนแต่เป็นกลไกสำคัญยิ่งในด้านการยกระดับจิตใจของคนไทยให้มีความเห็นใจและร่วมช่วยเหลือสังคมตลอดมา อย่างไรก็ตามนอกเหนือไปจากวัฒนธรรมค่ายอาสาสมัครแล้วนั้น ประเทศไทยยังใหม่อยู่มากในด้านการพัฒนาโครงสร้างการอาสาสมัครอย่างเป็นระบบที่มีประสิทธิภาพและมุ่งส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมทางสังคมใหม่ๆ แม้แต่วัฒนธรรมค่ายอาสาสมัครเองก็มีปัญหาเรื่องรูปแบบที่ขาดประสิทธิภาพเนื่องด้วยเหตุที่ค่ายอาสาต่างๆไม่ได้ตอบสนองความต้องการจริงในชนบทมากนัก (สุนิตย์ เชรขุสา และวินัย เมฆไตรภาพ, 2548)

ทั้งนี้ จากข้อมูลของมูลนิธิกระจกเงา พบว่า มีคนจำนวนมากในสังคมพร้อมจะใช้เวลาของตนในงานอาสาสมัครจริง การประชาสัมพันธ์และการให้ข้อมูลที่อาสาสมัครจำเป็นต้องรู้ เป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจของคนที่จะเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครอย่างมาก ความรุนแรงของภัยพิบัติ เช่น ธรณีสึนามิ หรือ โคลนถล่ม ที่สื่อมวลชนสื่อสารออกไปเป็นปัจจัยสำคัญ ในการจูงใจและเร่งเร้าให้คนในสังคมก้าวสู่การเป็นอาสาสมัครในทันที และงานอาสาสมัครนั้น แม้ว่าจะอาศัยจิตใจในการเกื้อกูลแบ่งปัน แต่หากมี “กระบวนการจัดการ” ที่ดี จะส่งผลให้งานอาสาสมัครนั้น มีประสิทธิภาพมากขึ้น การใช้ร่างกายและทรัพยากร ตรงต่อความจำเป็นของปัญหาในทุกๆระยะ ตั้งแต่ระยะการป้องกัน การแก้ไข และการฟื้นฟู ตลอดจนก่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ และการสร้างเครือข่ายอาสาสมัคร ทั้งในระดับปัจเจก ระดับเครือข่าย และระดับสังคม (มูลนิธิกระจกเงา, 2552 : ออนไลน์)

จากงานวิจัยของสุนิตย์ เชรขุสา และวินัย เมฆไตรภาพ ในปี พ.ศ.2548 เรื่อง การศึกษาและประยุกต์บทเรียนงานอาสาสมัครจากต่างประเทศเพื่อการพัฒนาอาสาสมัครในประเทศไทย



ไทย พบว่า ในประเทศไทยยังไม่ม้งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอาสาสมัครและวิจัยอย่างเป็นระบบเท่าที่ควร อาจเป็นเพราะ ภาครัฐยังไม่เล็งเห็นถึงความสำคัญมีระบบที่ซับซ้อน ภาคเอกชนยังไม่คำนึงถึงการมีส่วนร่วมทางสังคม และภาคประชาสังคมไม่มีการเก็บข้อมูลไว้อย่างเป็นระบบ ทำให้การวิจัยที่ผ่านไม่สามารถครอบคลุมได้ข้อมูลเท่าที่ควร จึงไม่ม้งานวิจัยและข้อมูลเพียงพอที่จะสะท้อนให้เห็นถึงสถานการณ์และแนวโน้มของอาสาสมัครตามสภาพความเป็นจริง อาจกล่าวได้ว่าอาสาสมัครเป็นทรัพยากรที่มองไม่เห็น (invisible resources ) ก็เป็นไปได้ เพราะไม่ว่าผลกระทบเชิงบวกที่ได้ทั้งต่อสังคมและเศรษฐกิจจากงานอาสาสมัครจะมีแค่ไหนก็ตาม การวิจัย เกี่ยวกับการงานด้านอาสาสมัครยังมีจำนวนน้อยมากในระดับโลก และมีข้อมูลน้อยมากถึงตัวเลขที่แท้จริงของจำนวนอาสาสมัครที่เกี่ยวข้อง ที่ทำงานอยู่

นอกจากนี้สุนิตย์ เจริญฐา และวินัย เมฆไตรภพ ยังได้ข้อค้นพบจากการศึกษาวิจัยงานต่างประเทศและกรณีศึกษาต่างๆ พบว่าสามารถนำมาประยุกต์กับงานอาสาสมัครในเมืองไทยได้หลากหลายแนวทาง โดยแนวทางหนึ่งนั้น กล่าวไว้ว่า เราสามารถนำรูปแบบวิธีการพัฒนาเครือข่ายพหุภาคีมาประยุกต์ใช้

โดยมีตัวอย่างจากเครือข่ายจิตอาสาที่มีตัวแทนจากภาครัฐ ภาคประชาสังคม และภาคธุรกิจ โดยสร้างความแข็งแกร่งของเครือข่ายองค์กรที่ทำงานด้านอาสาสมัครก่อน เป็นการร่วมมือโดย เริ่มจากการนำนโยบาย กิจกรรม เป้าหมายที่แต่ละองค์กรมีมาปรึกษาหาความร่วมมือกัน เพื่อหาเป้าหมายของเครือข่ายร่วมกัน ในการขับเคลื่อนให้เกิดกระแสการเปลี่ยนแปลงอย่างที่ไม่สามารถทำให้เกิดขึ้นได้จากการทำงานขององค์กรใดองค์กรหนึ่ง โดยพิจารณาแบ่งหน้าที่ตามศักยภาพและความถนัดของแต่ละกลุ่มองค์กร มีการติดตามประสานงานข้อมูลความเคลื่อนไหวรักษาทิศทางและเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง นำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนและมีส่วนร่วม

หากกล่าวว่า เครือข่าย คือ การรวมตัวกันของบุคคลที่มีความสนใจเหมือนกัน และได้ทำกิจกรรมร่วมกัน อีกทั้งมีการติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกัน นอกจากนั้นแล้วธรรมชาติของเครือข่ายก็คือ การที่บุคคลสามารถที่จะเข้าออกจากกลุ่มได้ตลอดเวลา โดยบุคคลที่มาร่วมตัวกันนั้นอาจจะเป็นผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมอย่างใกล้ชิด หรือเป็นผู้ที่เฝ้าดูอยู่ห่างๆก็ได้ ดังนั้นลักษณะการรวมตัวกันของเครือข่ายจิตอาสา ก็นับได้ว่าเป็นลักษณะเครือข่าย เพราะมีบุคคลซึ่งมีความสนใจในเรื่องของงานด้านอาสาสมัครมารวมตัวกัน โดยประกอบไปด้วยบุคคลที่หลากหลาย มีการจัดทำกิจกรรมต่างๆขึ้นมาอย่างต่อเนื่อง และมีการติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกัน

อย่างไรก็ตาม จากการทบทวนค้นคว้างานวิจัยทางด้านอาสาสมัคร ยังไม่พบว่ามีผู้ใดศึกษาเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัคร และทัศนคติต่องานอาสาสมัคร โดยรวมเลย ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า อาสาสมัครในปัจจุบันนั้น ไม่เพียงแต่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัครเพียงอย่างเดียว แต่มีการแสวงหาข่าวสารจากสื่อต่างๆ อาทิ มีกิจกรรมอาสาสมัครกิจกรรมใดบ้าง ที่ตรงกับเวลาและเป็นเรื่องที่น่าสนใจ อาสาสมัครนั้นสนใจ ต้องการที่จะใช้เวลาว่างช่วยเหลือสังคม หรือความรู้ แนวคิดทางด้านอาสาสมัคร ทรรศนะต่างๆ ของอาสาสมัครต้นแบบ ฯลฯ รวมไปถึงทัศนคติต่องานอาสาสมัคร น่าจะเป็นส่วนหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยเหลือสังคม

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา เรื่อง "เครือข่ายการสื่อสารและการตัดสินใจเป็นอาสาสมัครของเครือข่ายจิตอาสา" เพื่อศึกษาลักษณะเครือข่ายการสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสาว่ามีรูปแบบการติดต่อสื่อสารกันอย่างไร นอกจากนี้จะได้ทราบสาเหตุผลใด กลุ่มคนเหล่านี้ จึงสละประโยชน์ส่วนตนมาเป็นอาสาสมัคร เพื่อทำประโยชน์ต่อ สังคม รวมทั้งศึกษาการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัคร และทัศนคติต่องานอาสาสมัคร ว่ามีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเป็นอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา หรือไม่ โดยศึกษาเฉพาะผู้ที่เป็อาสาสมัครนอกเวลา ซึ่งหมายถึง ผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัครของเครือข่ายจิตอาสาในเวลารว่าง และไม่ได้ทำงานอาสาสมัครเป็นงานประจำ เพราะสมาชิกที่เข้ามาร่วมกิจกรรมของเครือข่ายจิตอาสาส่วนใหญ่จะเป็นอาสาสมัครนอกเวลา และมูลเหตุที่เลือกศึกษาเครือข่ายจิตอาสานั้น เนื่องจากไม่ใช่องค์กรที่ทำงานด้านอาสาสมัครด้านใดด้านหนึ่ง แต่เป็นศูนย์ประสานงานระหว่างองค์กรอาสาสมัครและผู้ที่เป็นอาสาสมัคร จึงคิดว่าน่าจะครอบคลุมในการศึกษาวิจัยเรื่องดังกล่าวได้ดีกว่า ซึ่งจะมีส่วนช่วยพัฒนาระบบงานอาสาสมัครในประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพ และเป็นรากฐานของการพัฒนาประเทศได้อย่างยั่งยืนต่อไป

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ปัญหานำวิจัย

1. ลักษณะเครือข่ายการสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสาเป็นอย่างไร
2. การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัคร มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเป็นอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสาหรือไม่ อย่างไร
3. ทักษะคติต่องานอาสาสมัคร มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเป็นอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสาหรือไม่ อย่างไร

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะเครือข่ายการสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสา
2. เพื่อศึกษาการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัคร ทักษะคติต่องานอาสาสมัคร และการตัดสินใจเป็นอาสาสมัคร ของอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัครกับการตัดสินใจเป็นอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทักษะคติต่องานอาสาสมัครกับการตัดสินใจเป็นอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา

## สมมติฐานการวิจัย

1. การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัคร มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเป็นอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา
2. ทักษะคติต่องานด้านอาสาสมัคร มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเป็นอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา

## ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเครือข่ายการสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสาและการตัดสินใจเป็นอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา โดย ในส่วนของงานวิจัยเชิงคุณภาพจะศึกษาเฉพาะเครือข่ายการสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสา โดยการศึกษาแบ่งออกเป็น องค์ประกอบของเครือข่าย รูปแบบการติดต่อสื่อสาร และการวิเคราะห์ Network Descriptors ในส่วนของงานวิจัยเชิงปริมาณจะศึกษาเฉพาะ การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัคร ทักษะคนที่มีความต้องการอาสาสมัคร และการตัดสินใจเป็นอาสาสมัคร ของอาสาสมัครที่เข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัครของเครือข่ายจิตอาสา ในเวลาว่าง และไม่ได้ทำงานอาสาสมัครเป็นงานประจำ เท่านั้น

## นิยามศัพท์

**เครือข่ายการสื่อสาร** หมายถึง แบบแผนการพูดคุยติดต่อประสานงาน แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างบุคคลหนึ่งกับบุคคลอื่นๆ ในกลุ่มและนอกกลุ่ม โดยบุคคลดังกล่าวอาจอยู่ในสถานภาพที่แตกต่างกัน คือ ผู้นำกลุ่ม สมาชิกกลุ่ม สมาชิกในสังคม

**การแสวงหาข่าวสาร** หมายถึง ความถี่ในการหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัคร จากสื่อประเภทต่างๆ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อออนไลน์ สื่อเฉพาะกิจ และสื่อกิจกรรม

**สื่อบุคคล** หมายถึง เจ้าหน้าที่อาสาสมัคร(Staff) คนในครอบครัว/ญาติ เพื่อน แฟน/เพื่อนสนิท และคนรู้จัก

**สื่อเฉพาะกิจ** หมายถึง สื่อที่ผลิตหรือจัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับแนวความคิดอาสาสมัคร ได้แก่ หนังสือ และพ็อกเก็ตบุ๊คส์

**สื่อออนไลน์** หมายถึง จุดหมายข่าวออนไลน์ เว็บไซต์เครือข่ายจิตอาสา เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก (www.facebook.com) และเว็บไซต์อื่นๆ เช่น เว็บไซต์องค์กรเครือข่าย องค์กรภาคี หรือเว็บไซต์ที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องราวของจิตอาสา

**สื่อกิจกรรม** หมายถึง กิจกรรมอาสาสมัครต่างๆที่เครือข่ายจิตอาสาหรือองค์กรที่เครือข่ายเครือข่ายจิตอาสาจัดขึ้น เช่น กิจกรรมอาสาปลูกปะการัง ชายฝั่ง อาสาสร้างบ้านดินศูนย์การเรียนรู้บ้านดินไทย เป็นต้น

**ทัศนคติ** หมายถึง ความคิดเห็น ความรู้สึกนึกคิด ที่มีต่องานด้านอาสาสมัคร ซึ่งเป็นได้ทั้งในเชิงบวก และเชิงลบ

**การตัดสินใจเป็นอาสาสมัคร** หมายถึง ระยะเวลาในการเป็นอาสาสมัครหรือช่วยจิตอาสา

**ข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัคร** หมายถึง ข้อมูลที่เผยแพร่โดยเครือข่ายจิตอาสา เช่น แนวคิดเกี่ยวกับจิตอาสา หรือด้านอาสาสมัคร ผ่านสื่อต่างๆ รวมไปถึงข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมอาสาสมัครที่ได้จัดขึ้น

**อาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา** หมายถึง บุคคลที่อาสาเข้ามาช่วยเหลือสังคมด้วยความสมัครใจ เสียสละ เพื่อช่วยเหลือผู้อื่น ในการป้องกันแก้ไขปัญหาและพัฒนาสังคม โดยไม่หวังสิ่งตอบแทน ในงานวิจัยครั้งนี้ จะศึกษาเฉพาะอาสาสมัครที่ เข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัครของเครือข่ายจิตอาสาในเวลารว่าง โดยไม่ได้ทำงานอาสาสมัครเป็นงานประจำ เท่านั้น

**จิตอาสา** หมายถึง จิตใจที่เห็นแก่ผู้อื่น ไม่เห็นแก่ตัวเอง มีน้ำใจ ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน สามารถแสดงออกมาได้ในหลายรูปแบบ ทั้งการให้รูปแบบต่างๆ ตลอดจนการอาสาเพื่อช่วยเหลือสังคม

**บ้านจิตอาสา** หมายถึง ศูนย์ประสานงานของเครือข่ายจิตอาสา ซึ่งอยู่ภายใต้มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์

**เครือข่ายจิตอาสา** หมายถึง ศูนย์เชื่อมป ระสานข้อมูลระหว่างอาสาสมัคร องค์กรด้านอาสาสมัครและสังคม ร่วมกำหนดวาระสาธารณะและขับเคลื่อนกระแสอาสาสมัครอย่างต่อเนื่อง มีการพัฒนาศักยภาพการจัดการอาสาสมัครอย่างรอบด้าน อีกทั้งเป็นแหล่งรวบรวมและสร้างความรู้ในการส่งเสริมจิตสาธารณะ

**องค์กรเครือข่าย** หมายถึง องค์กรที่มีส่วนช่วยในการขับเคลื่อนเครือข่ายจิตอาสา และมีการติดต่อกันระหว่างองค์กรในเครือข่าย ผู้ประสานงานเครือข่าย และบ้านจิตอาสาอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งในงานวิจัยชิ้นนี้หมายถึง มูลนิธิอาสาสมัครเพื่อสังคม (มอศ.) มูลนิธิกระจกเงา กลุ่มนวัตกรรมเยาวชนเพื่อสังคม (YIY) เครือข่ายพุทธิกา และมูลนิธิสุขภาพไทย

**องค์กรภาคี** หมายถึง องค์กรที่มีการติดต่อกับเครือข่ายจิตอาสาไม่บ่อยมากนัก หรือไม่ได้มีส่วนช่วยในการขับเคลื่อนเครือข่ายจิตอาสาเท่ากับองค์กรเครือข่าย เป็นการติดต่อเพื่อขอความร่วมมือ หรือขอความช่วยเหลือกันในด้านต่างๆ อาทิ บุคลากรจิตอาสา ศูนย์การเรียนรู้บ้านดินไทย มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก บางกอกฟอรัม กรีนพีซ (ประเทศไทย) องค์กรอโซก้า เครือข่ายอาสาสมัครธรรมชาติ เป็นต้น

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นแนวทางในการก่อเกิดของเครือข่ายอื่นๆในสังคม และนำไปประยุกต์ใช้ให้เข้ากับบริบทของเครือข่ายนั้นๆ ได้อย่างเหมาะสม
2. เพื่อเป็นข้อมูลให้เครือข่ายจิตอาสา ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กรและเครือข่ายต่อไป
3. เพื่อเป็นข้อมูลให้กับองค์กรที่ทำงานด้านอาสาสมัคร และใช้เป็นแนวทางในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัครให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
4. เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ที่ต้องการทำงานวิจัยเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัครอื่นๆต่อไป

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “เครือข่ายการสื่อสารและการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา” ผู้วิจัยได้กำหนดแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาประกอบในการอธิบายปัญหาในการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายการสื่อสาร
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสาร
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณลักษณะของสื่อ
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
5. แนวคิดเกี่ยวกับงานอาสาสมัคร
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายการสื่อสาร

การที่มนุษย์มาอยู่รวมกันเป็นกลุ่มนั้นจำเป็นที่จะต้องใช้ “การสื่อสาร” มาเป็นเครื่องมือในการเชื่อมโยงบุคคลในกลุ่มเข้าด้วยกัน ซึ่งวัตถุประสงค์หลักของการวิเคราะห์เครือข่ายการสื่อสารก็คือ ต้องการระบุถึงโครงสร้างการสื่อสาร เพื่อให้เข้าใจถึงภาพรวมของการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในกลุ่ม โดยมีผู้ได้ให้ความหมายของ “เครือข่ายการสื่อสาร” ไว้หลากหลายดังต่อไปนี้

ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์ (2526 : 47) กล่าวว่า เครือข่ายการสื่อสาร หมายถึง ระบบการแพร่กระจายข้อมูลข่าวสารในบรรดาสมาชิกของกลุ่ม ซึ่งมีทั้งเครือข่ายแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ

วินิจ เกตุขำ (2522 : 45) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เครือข่ายการสื่อสาร หมายถึง แบบแผนการติดต่อเกี่ยวข้อง และประสานกันภายใน กลุ่มจะมีการรับการถ่ายทอดเพื่อให้งานบรรลุเป้าหมายตามที่ตั้งไว้

Rogers (1986 : 203) กล่าวว่า เครือข่ายการสื่อสารเกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลซึ่งเชื่อมโยงกันโดยรูปแบบการไหลของข่าวสาร

นอกจากนั้นRogers และKincaid (1981 : 42) ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับการวิเคราะห์เครือข่ายทางการสื่อสาร ว่าเป็นวิธีการศึกษาเพื่อระบุถึงโครงสร้างการสื่อสารในระบบ โดยการวิเคราะห์การไหลของข้อมูลข่าวสาร ซึ่งอาศัยความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลเป็นหน่วยในการวิเคราะห์

จากลักษณะของการวิเคราะห์เครือข่ายการสื่อสารที่ใช้ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลวิเคราะห์ ดังนั้น สถานภาพของสมาชิกแต่ละคนในกลุ่มก็ต้องสัมพันธ์กับการสื่อสารระหว่างบุคคล ยังมีสถานภาพสูง เช่น เป็นหัวหน้า การสื่อสารมักจะออกมาในรูปการเสนอความคิดเห็น และรับเอาความคิดเห็นจากสมาชิกอื่นๆ ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารและสถานภาพของสมาชิกอาจแยกได้เป็น 3 ลักษณะ คือ (วินิจ เกตุขำ : 2522)

1. การสื่อสารมักมีแนวโน้มไปสู่บุคคลที่มีสถานภาพสูงในกลุ่ม เช่น หัวหน้า หรือ ประธานกลุ่มจะมีการสื่อสารกับคนอื่นในกลุ่มมากกว่าลูกน้องหรือสมาชิก เพราะอย่างน้อยหัวหน้าต้องคอยติดต่อประสานงานรับฟังสมาชิกในกลุ่ม
2. การสื่อสารมักมีแนวโน้มไปสู่บุคคลที่มีสถานภาพเท่าเทียมกันมากกว่าแตกต่างกัน เช่น กลุ่มที่มีคนหลายฐานะ ต่างวัยวุฒิ คุณวุฒิกันมาก ๆ จะมีการสื่อสารน้อยกว่าในกลุ่มที่มีฐานะ วัยวุฒิ คุณวุฒิ เท่าเทียมกัน
3. การสื่อสารจะไม่ค่อยเกิดขึ้นในกลุ่มที่บุคคลที่มีสถานภาพเหลื่อมล้ำต่ำสูงกว่ากัน หรือ สถานภาพไม่เป็นที่บังชัดเจน

การวิเคราะห์เครือข่ายการสื่อสารทำได้โดย

1. วิเคราะห์ลักษณะของเครือข่ายการสื่อสาร
2. วิเคราะห์บทบาทของสมาชิกภายในเครือข่าย
3. วิเคราะห์ดัชนีความสัมพันธ์ในเครือข่ายการสื่อสาร (Network Descriptors)



### ลักษณะของเครือข่าย

เสาวลักษณ์ ชายทวีป (2542 อ้างถึงใน เสรี พงศ์พิศ , 2548) ได้อธิบายลักษณะของเครือข่าย ดังนี้

ในแง่ของการปฏิบัติการทางสังคม เพื่อให้การทำงานเครือข่ายประสบผลสำเร็จและสร้างเครือข่ายให้มีความเข้มแข็ง การทำความเข้าใจเครือข่ายต้องพิจารณาลักษณะ และองค์ประกอบทั้งหมดของเครือข่าย ซึ่งในมุมมองกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความเข้มแข็งให้กับเครือข่าย เครือข่ายควรจะประกอบไปด้วยลักษณะดังต่อไปนี้

1. เครือข่ายควรมีบทบาทในการเป็นกลไกขั้นต้น ในการเปิดโอกาสให้กลุ่มต่างๆได้เข้าไปสู่กลไกขั้นต้นในการเปิดโอกาสให้กลุ่มต่างๆ ได้เข้าไปสู่กลไก แก้ไขปัญหาที่อยู่ในระดับที่สูงขึ้น เครือข่ายเป็นองค์รภาคประชาชนที่เปรียบเสมือนห้องปฐมพยาบาลขั้นต้น
2. องค์กรที่เป็นเครือข่าย ควรมีความสัมพันธ์เป็นแบบเพื่อนร่วมงานเพื่อการประสานงานกันช่วยเหลือกัน เพื่อจะได้มีพลังที่เป็นขบวน ความสัมพันธ์ขององค์กรเครือข่าย อาจจะมีลักษณะแนวดิ่ง แต่ไม่ได้หมายถึงการมีอำนาจในการสั่งการ
3. เครือข่ายต้องมีเป้าหมายที่ชัดเจน องค์กรที่เป็นเครือข่ายควรมีลักษณะที่เป็นอิสระ

#### คุณลักษณะของเครือข่ายที่ดี

1. ต้องเป็นการทำงานแบบดาวกระจาย ไม่รวมศูนย์ ตัวศูนย์กลาง คือผู้ประสานงาน
2. องค์กรสมาชิกมีความเท่าเทียมกัน
3. มีความไว้วางใจกัน
4. มีการสื่อสารหลายทาง
5. มีกิจกรรมร่วมกันที่ต่อเนื่องเป็นประโยชน์โดยความร่วมมือจากสมาชิก
6. มีการประสานงานทั้งแนวดิ่ง และแนวนอน
7. มีแกนกลางที่มีประสิทธิภาพ

ในเรื่องของเครือข่ายการสื่อสารนั้น Harold J. Leavitt ได้ทดลองทำการวิจัยโดยใช้แบบของการสื่อสารหลายแบบ พบว่า การสื่อสารแบ่งออกได้เป็น 2 แบบ คือ แบบที่มีศูนย์กลางกับแบบกระจายอำนาจ

1. การสื่อสารแบบมีศูนย์กลาง (Centralized Communication) เป็นการสื่อสารที่มีใครคนใดคนหนึ่งเป็นศูนย์กลางหรือทางผ่าน โดยที่สมาชิกคนอื่น ๆ ไม่มีการติดต่อกันโดยตรง แต่ต้อง ผ่านคนกลาง

2. การสื่อสารแบบกระจายอำนาจ (Decentralized Communication) เป็นการสื่อสารที่สมาชิกในกลุ่มติดต่อกันโดยอิสระ ไม่มีใครตัดสินใจคนเดียว แต่ร่วมกันคิดร่วมกันแก้ปัญหา เป็นวิธีที่ใช้ได้ตรงกับกระบวนการกลุ่มมาก เพราะทุกคนมีปฏิสัมพันธ์กัน (Interaction) ผลที่ออกมาจะได้ทั้งผลผลิต (Product) และกระบวนการ (process) ของกลุ่ม หมายถึง การสื่อสารแบบนี้คำนึงถึงการเอาใจใส่ผู้ทำงาน สิ่งแวดล้อมในการทำงาน ขวัญและกำลังใจของกลุ่มด้วย

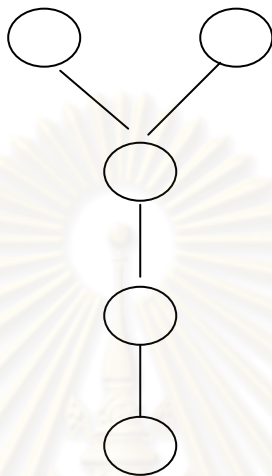
## 1. การสื่อสารแบบมีศูนย์กลาง (Centralized Communication)

1.1 เครือข่ายการสื่อสารแบบลูกโซ่ (Chain network) ได้แก่ เครือข่ายการสื่อสารที่สมาชิกแต่ละคนจะได้ติดต่อไปยังสมาชิกคนอื่นที่อยู่ถัดไปเท่านั้น เนื่องจากมีข้อจำกัดในแง่ การประสานงานและการติดต่อระหว่างสมาชิกในกลุ่ม บางครั้งจึงเป็นความยากลำบากที่กลุ่มจะทำงานให้สำเร็จได้ตามที่ต้องการ การขาดความเป็นอิสระในการติดต่อสื่อสารเพราะสมาชิกจะติดต่อกับบุคคลอื่น ได้เพียง 2 คน หรือ 2 คนที่ต่อจากเขาเท่านั้น จึงทำให้ความพอใจของสมาชิกในกลุ่มค่อนข้างต่ำ

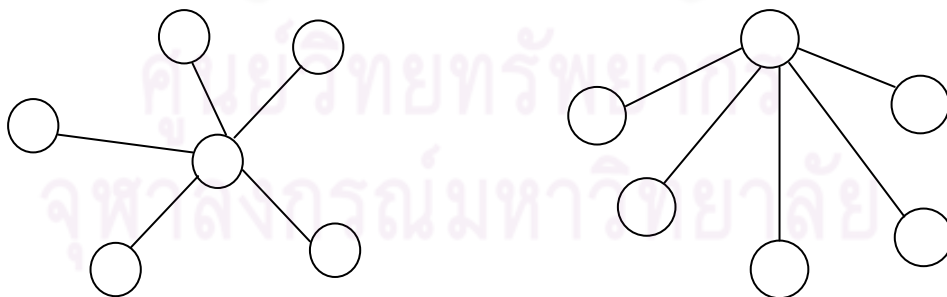


1.2 เครือข่ายการสื่อสารแบบตัววาย (Y Network) ได้แก่ เครือข่ายการสื่อสารที่มีสมาชิกที่อยู่ตรงกลางเพียง 2 คน จะทำหน้าที่ประสานงาน และส่งข้อมูลที่ได้รับจากสมาชิกคนอื่น ๆ ที่อยู่รอบนอก การสื่อสารแบบนี้มีความเหมาะสมกว่าแบบลูกโซ่ในแง่ที่ทำให้งานสำเร็จได้ดีกว่า เพราะข้อมูลสามารถผ่านทางทิศทาง ต่าง ๆ ได้มากกว่า แทนที่จะอาศัยคนที่อยู่ถัดไปเท่านั้น โดยปกติบุคคลที่อยู่ตรงกลางสักคนหรือ 2 คน เท่านั้น ที่มีความพอใจต่อรูปแบบการสื่อสารแบบนี้ แต่ส่วนที่เหลือของกลุ่มหรือผู้ที่อยู่รอบนอกมีความพอใจต่ำ รูปแบบของเครือข่ายการสื่อสารแบบตัว

วายนี้อาจเกิดขึ้นในกลุ่มที่สมาชิกเพียง 1 คน หรือ 2 คนเท่านั้น เต็มใจที่จะรับทำงานและรับผิดชอบต่อผลสำเร็จของงานในขณะที่เหลือของกลุ่มไม่ยอมรับผิดชอบ

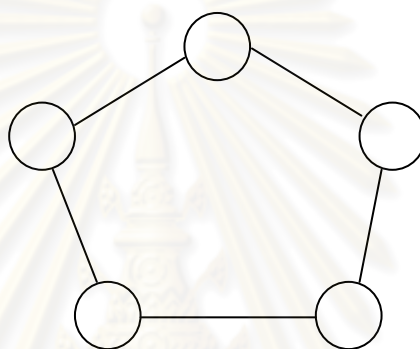


1.3 เครือข่ายการสื่อสารแบบวงล้อ (Wheel Network) ได้แก่ เครือข่ายการสื่อสารที่สมาชิกคนหนึ่งเป็นผู้รับข่าวจากสมาชิกคนใดคนหนึ่งแล้วส่งข่าวนั้นไปยังสมาชิกคนอื่น ๆ บุคคลที่อยู่ตรงกลางของกลุ่มจะเป็นผู้มีอำนาจอย่างแท้จริงและเป็นผู้นำของกลุ่ม เพราะเป็นผู้เดียวที่รับผิดชอบผลสำเร็จของงาน

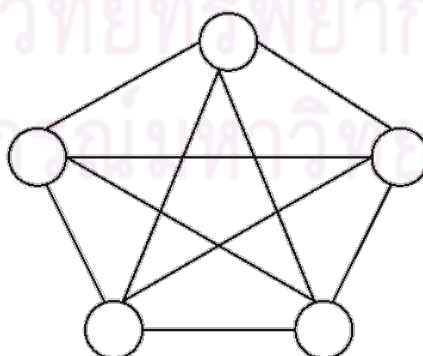


## 2. การสื่อสารแบบกระจายอำนาจ (Decentralized Network)

2.1 เครือข่ายการสื่อสารแบบวงกลม (Circle Network) ได้แก่ เครือข่ายการสื่อสารที่มีสมาชิกในกลุ่มทุกคนสามารถสามารถติดต่อกับสมาชิกที่อยู่ถัดจากคนทั้งสองข้างสถานะของทุกคนที่มีความเท่าเทียมกันและทุกคนมีความพอใจ อย่างไรก็ตาม ปัญหาเรื่องความรับผิดชอบจะเกิดขึ้นเพราะจะหาคนรับผิดชอบไม่ได้เพราะแต่ละคนมีฐานะเท่าเทียมกัน จะหาใครมาเป็นศูนย์รวมของกลุ่มไม่ได้



2.2 เครือข่ายการสื่อสารแบบทุกช่องทาง (All Channel Network) ได้แก่ เครือข่ายการสื่อสารที่สมาชิกทุกคนสามารถติดต่อกับสมาชิกคนอื่นได้โดยตรงไม่ต้องผ่านสมาชิกคนอื่น ๆ ทั้งในการรับข่าวและส่งข่าว อาจถือได้ว่าเป็นเครือข่ายการติดต่อที่สมบูรณ์ที่สุด เพราะไม่มีข้อจำกัดการสื่อสารของสมาชิก โดยเครือข่ายนี้จะเปิดโอกาสให้มีปฏิริยาย่อมกลับสูงที่สุด



Shaw (อ้างถึงในยุบล เบญจรงค์กิจ : 2534) ทำการสรุปผลงานวิจัยในเรื่องของเครือข่ายการสื่อสารไว้ในประเด็นสำคัญ ดังนี้

1. เครือข่ายแบบรวมอำนาจสู่ส่วนกลาง จะก่อให้เกิดผู้นำเพียงคนเดียว และเกิดขึ้นได้ง่ายกว่าแบบกระจายอำนาจ เพราะคนกลางในโครงสร้างจะได้รับข่าวสารเกี่ยวกับปัญหามากกว่าสมาชิกคนอื่น ๆ ทำให้เขาเป็นผู้ควบคุมความสำเร็จในการทำงานของกลุ่มเพราะเขาอยู่ในตำแหน่งตัวเชื่อมการสื่อสารที่สำคัญ

2. โครงสร้างการสื่อสารแบบกระจายอำนาจ มีประสิทธิภาพมากกว่าในการแก้ปัญหาที่สลับซับซ้อน แต่โครงสร้างการสื่อสารแบบรวมอำนาจมี ประสิทธิภาพมากกว่าในการแก้ปัญหาต่างๆ ในการทำงานง่าย ๆ ใช้ข้อมูลข่าวสารจำนวนน้อยในงานที่ต้องการข้อมูลเพียงประการเดียว เครือข่ายแบบรวมอำนาจจะทำงานโดยให้เกิดข้อผิดพลาดน้อย และสำเร็จกว่าแบบกระจายอำนาจ เพราะการติดต่อสื่อสารแบบนี้เป็นการติดต่อทางเดียวที่ถูกครอบงำ โดยผู้นำเพียงคนเดียว ความเป็นระเบียบถูกกำหนดขึ้น เพื่อไม่ได้ให้ไม่มีข่าวสารมาก ส่วนการติดต่อสื่อสารแบบวงกลมสมาชิกของกลุ่มจะติดต่อกับบุคคล 2 คนได้ พวกเขาจึงใช้เวลามากกว่า แต่ในงานที่ดี องค์กรใช้ข้อมูลร่วมกัน และต้องมีการปฏิบัติด้วยนั้น โครงสร้างการสื่อสารแบบกระจายอำนาจจะทำงานได้รวดเร็วและมีข้อผิดพลาดน้อยกว่าแบบรวมอำนาจ

3. สภาวะข่าวสารท่วมท้นมักจะเกิดขึ้นในเครือข่ายการสื่อสารแบบรวมอำนาจ เพราะข่าวสารและการตัดสินใจจะไปรวมอยู่ที่จุดศูนย์กลางของเครือข่าย ทำให้ผู้นำของโครงสร้างการสื่อสารแบบนั้นอยู่ในสภาวะข่าวสารแบบนั้นอยู่ในสภาวะข่าวสารท่วมท้นได้ ส่วนเครือข่ายการสื่อสารแบบกระจายอำนาจนั้น ทุกคนต้องใช้ข้อมูลร่วมกัน ต้องเป็นผู้ตัดสินใจ และเป็นผู้นำ สิ่งนั้นจึงเป็นการยากที่จะมีใครเกิดสภาวะข่าวสารท่วมท้นได้

จะเห็นได้ว่าโครงสร้างของการติดต่อสื่อสารสามารถมีอิทธิพลต่อความรู้สึกของคนรวมทั้งยังมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงานของกลุ่มในด้านความรวดเร็ว ความถูกต้อง และการปรับตัวอีกด้วย

นอกจากนี้ ประพนธ์ ช่ วงศ์ศรี (อ้างถึงใน รุ่งโรจน์ เพชรระบูรณิน , 2546) ได้กล่าวถึงรูปแบบของเครือข่ายที่พิจารณาจากลักษณะความสัมพันธ์ของสมาชิกและแกนกลางประสานงาน เครือข่ายมี 3 รูปแบบคือ

1. รูปแบบรวมศูนย์ จะเป็นเครือข่ายที่องค์กรหรือกลุ่มบุคคลที่เป็นสมาชิก มีความร่วมมือประสานงาน และมีความสัมพันธ์กับกลุ่มแกนกลางสูง

2. รูปแบบกระจาย เป็นเครือข่ายองค์กรแกน หรือกลุ่มแกนกลางประสาน ตลอดจนสมาชิกมีการติดต่อสื่อสาร ประสานงาน ร่วมมือซึ่งกันและกัน กระจายการประสานงาน และเชื่อมประสานสัมพันธ์กันระหว่างสมาชิกด้วยกันและกับกลุ่มแกน ซึ่งกลุ่มแกนจะคอยทำหน้าที่เอื้ออำนวยความสะดวกต่างๆให้แก่สมาชิก

3. รูปแบบกระจายเชิงซ้อน เป็นเครือข่ายกระจายที่สมาชิกเครือข่าย สามารถติดต่อประสานงานร่วมมือซึ่งกันและกัน และขยายการติดต่อไปยังกลุ่มหรือองค์กรอื่นๆ ซึ่งกลุ่มหรือองค์กรต่างๆ เหล่านั้นเป็นเครือข่ายซึ่งกันและกัน มีลักษณะเป็น เครือข่ายเชิงซ้อน โดยกลุ่มแกนหรือองค์กรแกนจะมีผู้ประสานงาน หรือเลขานุการเครือข่ายหลายคน

### บทบาทของสมาชิกภายในเครือข่าย

นอกเหนือจากรูปแบบของการไหลของข่าวสารภายในกลุ่มแล้ว ยังมีเรื่องของความแตกต่างของบทบาทของบุคคลในเครือข่ายการสื่อสารที่เป็นส่วนหนึ่งในการวิเคราะห์เครือข่ายการสื่อสาร โดย Monge (1987 อ้างถึงใน Sven Windahl 1992, 77 ) ได้แบ่งบทบาทของคนในกลุ่มดังต่อไปนี้

- Membership Role คือ กลุ่มบุคคลเป็นสมาชิกในกลุ่มและพวกของเครือข่าย
- Liaison Role คือ บุคคลที่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงระหว่างกลุ่มหนึ่งไปยังอีกกลุ่มหนึ่ง
- Star Role คือ บุคคลซึ่งมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับคนอื่น ๆ เป็นจำนวนมาก
- Isolate Role คือ บุคคลที่มีการติดต่อสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ น้อยมากจะไม่เผยแพร่ต่อ

— Boundary-Spanning Role คือ บุคคลที่ติดต่อระหว่างกลุ่มตัวเองกับกลุ่มภายนอกสังคมเพื่อนำสิ่งต่าง ๆ ภายนอกสังคมเข้ามาเผยแพร่ในสังคมของตน

Belbin (1970 อ้างถึงใน Hartley (1997) ว่า ถ้าหากมองในบทบาทของทีม ที่มีการเชื่อมโยงบทบาทแต่ละบทบาทกับลักษณะบุคลิกภาพของสมาชิกภายในกลุ่ม จะพบว่า มีบทบาทภายในกลุ่มอยู่ 8 บทบาทด้วยกันคือ

1. Coordinator หรือ Chair ทำหน้าที่จัดการและประสาน ช่วยให้กลุ่มมุ่งเน้นไปยังวัตถุประสงค์หลักและให้สมาชิกในกลุ่มให้เข้ามาในส่วนร่วม

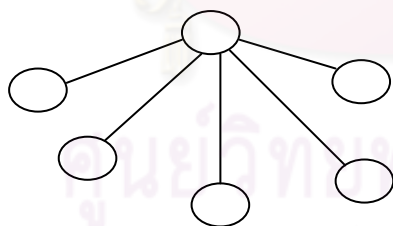
2. Team Leader หรือ Shaper ริเริ่มและเป็นผู้นำเสียงในการได้รับความพึงพอใจหรือด้วยประสิทธิผล ผลักดันและกระตุ้นให้ไปสู่เป้าหมาย

3. Innovator หรือ Plant จัดหาความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ
4. Monitor-evaluator ค้นหาข้อวิพากษ์วิจารณ์ที่ไม่น่าพึงพอใจ
5. Team Worker สนับสนุนให้เกิดสปีดภายในในกลุ่ม
6. Completer ตรวจสอบว่าทุกสิ่งเสร็จสมบูรณ์ และทันตามกำหนด
7. Implementer หรือ Company Worker มุ่งเน้นการปฏิบัติและทำงานอย่างหนักในกลุ่ม
8. Resource Investigator ติดต่อกับภายนอกกลุ่ม

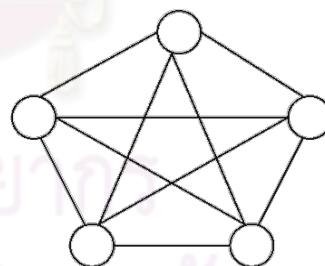
### การวิเคราะห์ Network Descriptors

นอกเหนือจากการศึกษาโครงสร้างและตำแหน่งของสมาชิกภายในเครือข่ายแล้วยังสามารถศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกภายในเครือข่ายโดยการศึกษา Network Descriptors ดังต่อไปนี้ (Hellweg, 1997 : 179 อ้างถึงใน พรรณศิริ จิตรรัตน์, 2544)

- Dominance เป็นตัวชี้วัดระดับความเท่าเทียมกันในความสัมพันธ์ของสมาชิกภายในเครือข่าย ซึ่งถ้าหากเป็นเครือข่าย ซึ่งถ้าเป็นเครือข่ายที่มีการครอบงำสูง (High Dominance Network) การสื่อสารจะเป็นแบบมีศูนย์กลางหรือรวมอำนาจ ในขณะที่เครือข่ายที่มีการครอบงำต่ำ (Low Dominance Network) การสื่อสารจะเป็นกระจายอำนาจ

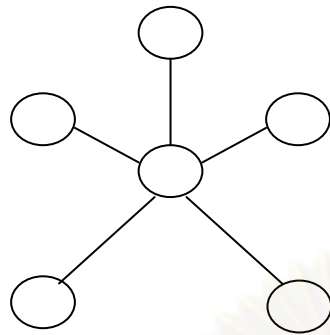


Highly Dominant Network

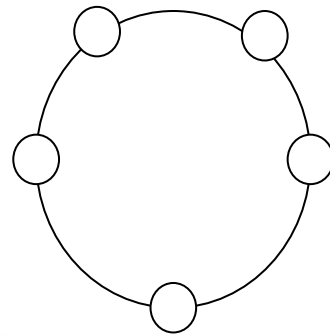


Lowly Dominant Network

- Centrality เป็นตัวชี้วัดระดับที่สมาชิกภายในเครือข่ายจะอยู่บนตำแหน่งที่ข้อมูลข่าวสารไหลผ่าน โดยเครือข่ายที่มีการรวมศูนย์สูง (high Central Network) นั้น ลักษณะการไหลของข้อมูลข่าวสารค่อนข้างจะระบุแน่นอนว่าจะไหลผ่านจากสมาชิกตำแหน่งใดไปสู่ปลายทางที่ตำแหน่งใด

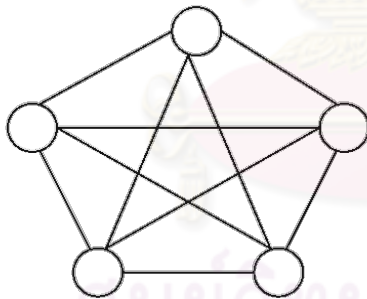


Highly Centralized Network

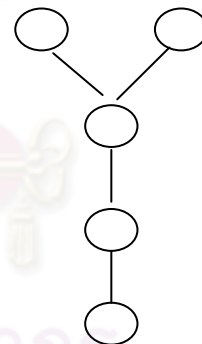


Lowly Centralized Network

-Flexible เป็นตัวชี้วัดระดับที่ปฏิบัติตามกฎของเส้นทางการสื่อสารภายในเครือข่าย โดยเครือข่ายที่มีความยืดหยุ่นสูง (High Flexible Network) จะอนุญาตให้มีเส้นทางการสื่อสารให้หลายเส้นทาง ในขณะที่เครือข่ายที่มีความยืดหยุ่นต่ำ (Low Flexible Network) จะใช้รูปแบบการส่งข่าวสารแบบเดิม ๆ เสมอ



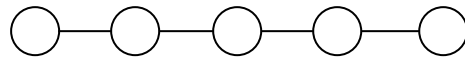
Highly Flexible Network



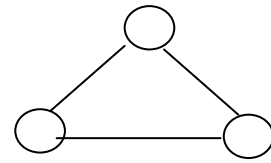
Lowly Flexible Network

- Reachability เกี่ยวข้องกับจำนวนของสมาชิกที่ข้อมูลข่าวสารจะต้องไหลผ่านจนกว่าจะถึงปลายทาง ในเครือข่ายการสื่อสารแบบลูกโซ่ ข้อมูลข่าวสารจะต้องไหลผ่านสมาชิกจำนวนมากก่อนที่จะไปถึงปลายทาง ตรงกันข้ามกับเครือข่ายการสื่อสารแบบวงล้อซึ่งข้อมูลข่าวสารไหลผ่านสมาชิกจำนวนน้อยก่อนที่จะไปถึงปลายทาง โดยจำนวนสมาชิกที่ข้อมูลข่าวสารจะต้องไหลผ่านมีมากเท่าไร ก็จะทำให้เกิดการบิดเบือนข้อมูลข่าวสารมากขึ้นเท่านั้น



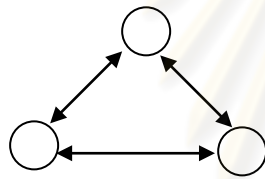


High Reachability Network

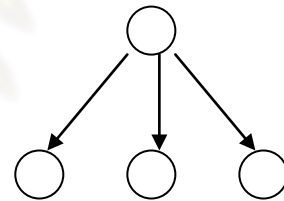


Low Reachability Network

-Symmetry เป็นตัวชี้วัดว่าการแบ่งปันการสื่อสารภายในเครือข่ายระหว่างสมาชิกอย่างเท่าเทียมกันหรือไม่ ซึ่งถ้าเป็นเครือข่ายที่มีความสมดุสูง (Highly Symmetrical Network) จะมีลักษณะการสื่อสารแบบสองทาง ในขณะที่ถ้าเป็นเครือข่ายที่มีความไม่ สมดุสูง (Highly Asymmetrical Network) จะมีลักษณะการสื่อสารแบบทางเดียวและเป็นการสื่อสารแบบบนลงล่าง

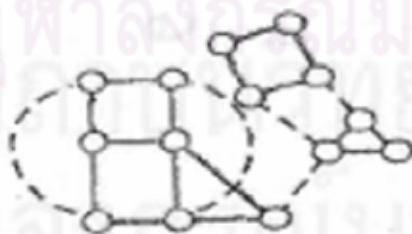


Highly Symmetrical Network

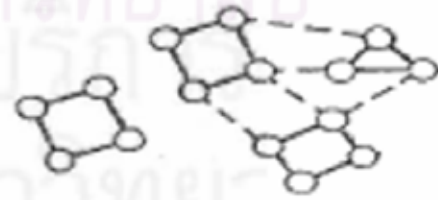


Highly Asymmetrical Network

-Openness เป็นตัวชี้วัดว่าเครือข่ายมีการเชื่อมโยงกับสิ่งแวดล้อมภายนอกมากน้อยเพียงใด โดยเครือข่ายเปิด (Open Network) จะมีการเชื่อมโยงกับเครือข่ายอื่น ๆ ในระบบ เครือข่ายปิด (Closed Network) จะปิดตัวเอง อาจเนื่องมาจากสามารถปฏิบัติงานด้วยตนเองได้ ไม่ต้องการข้อมูลข่าวสารจากภายนอกเพื่อข้อมูลข่าวสาร การบริการ หรือสินค้าใด ๆ



Highly Open Network



Highly Closed Network

## ประโยชน์การมีเครือข่าย

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2543) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของการมีเครือข่ายไว้ดังนี้

1. เครือข่ายเป็นแหล่งรวบรวมและเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลไปมาระหว่างแหล่งข้อมูลต่างๆ
2. เป็นแหล่งสร้างกระบวนการการเรียนรู้ และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกัน โดยผ่านการติดต่อโดยตรงระหว่างบุคคลหรือองค์กรต่างๆ ที่เข้าร่วมเป็นเครือข่าย
3. เป็นการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด และลดความซ้ำซ้อนในระบบงานเครือข่าย
4. เป็นกลยุทธ์ในการเสริมสร้างความเข้มแข็งขององค์กร ด้วยการเข้าร่วมทำงาน

ขนิษฐา กาญจนรังษินนท์ (2547) ได้กล่าวว่าประโยชน์เฉพาะหน้าของเครือข่ายเห็นได้จากผลงานที่สมาชิกดำเนินการ ส่วนประโยชน์ระยะยาวจะบังเกิดในรูปของความเป็นประสิทธิภาพของการวิจัยและพัฒนา การถ่ายทอดวิธีการทำงาน และระบบที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้เครือข่ายในการพัฒนามีประโยชน์หลายประการ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ สมาชิก และกิจกรรมของเครือข่าย ซึ่งพอจะรวบรวมได้ดังนี้

- เครือข่ายช่วยให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ทักษะ ความรู้ ประสบการณ์ เครื่องมือ และสื่อ ผ่านการประชุม การทดลองปฏิบัติ การประชาสัมพันธ์ และการให้ความร่วมมือกันในการดำเนินโครงการ การแบ่งปันทักษะและประสบการณ์ให้แกกันเป็นการเสริมความสมบูรณ์ให้กับสมาชิกเครือข่ายทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นบุคคลหรือองค์กร
- การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และการประสานงานในเครือข่ายช่วยลดการทำงานและการใช้ทรัพยากรซ้ำซ้อน ทำให้การพัฒนาสามารถดำเนินไปได้ ก้าวหน้า รวดเร็ว และส่งผลต่อสังคมในวงกว้างยิ่งขึ้น
- เครือข่ายสามารถเชื่อมโยงคนที่อยู่ในระดับต่างกัน มีวิธีการทำงาน การจัดองค์กร และมีภูมิหลังต่างกันไปที่ไม่มีโอกาสติดต่อกัน เข้าด้วยกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งส่งผลให้เกิดความเข้าใจกันมากขึ้น นำไปสู่การทำงาน เพื่อประโยชน์ของทุกฝ่าย
- เครือข่ายสามารถทำให้คนและองค์กรที่ไม่มีความสัมพันธ์กันได้ทราบว่ายังมีบุคคลหรือหน่วยงานอื่นอีกมากที่สนใจทำงานในเรื่องเดียวกัน และเผชิญปัญหาเหมือนกัน
- เครือข่ายสามารถทำให้ความต้องการของประชาชนได้รับการสนองตอบจากรัฐ

- เครือข่ายช่วยชี้ให้เห็นปัญหาและประเด็นการพัฒนาที่ซับซ้อนและท่วมทับในหมู่บ้าน
- เครือข่ายช่วยเชื่อมหน่วยงานวิชาการและแหล่งทุนกับผู้ที่ต้องการความช่วยเหลือ
- เครือข่ายทำให้คนและองค์กรได้รับความช่วยเหลือจากเพื่อน ได้รับกำลังใจ การจูงใจ และการยอมรับ ซึ่งมีความสำคัญต่อหน่วยเล็กๆ ที่อยู่นอกระบบราชการ

### การจัดทำงานและการจัดการเครือข่าย

ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และชัยวัฒน์ ภิระพันธ์ (2546) ได้เสนอข้อควมคำนึงในการทำงานและการจัดการเครือข่ายไว้ 5 ขั้นตอน คือ

1. เครือข่ายประภิบด้วยสมาชิกที่หลากหลาย กล่าวคือ สมาชิกในเครือข่ายส่วนใหญ่มีความสนใจในการทำงาน มีแนวคิด วิธีการ มีเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่หลากหลาย ดังนั้น ในการดำเนินการกับบุคคล ฝ่ายต่างๆในเครือข่าย จึงต้องคำนึงถึงความหลากหลายของสมาชิก
2. เครือข่ายที่ดีและมีประสิทธิภาพนั้นจะต้องมีชีวิตชีวา กล่าวคือ ควรมี กระบวนการที่เกื้อหนุนความสามารถของสมาชิกในฐานะปัจเจกบุคคลให้สูงขึ้น เพื่อให้ปัจเจกบุคคลได้พัฒนาตนเอง และพัฒนากลุ่มและเครือข่ายให้ไปสู่เป้าหมายของสังคมร่วมกัน โดยความมีชีวิตชีวานั้น ยังหมายถึงการมีกิจกรรมที่ต่อเนื่อง การมีความเคลื่อนไหวของข้อมูลข่าวสาร
3. เครือข่ายที่ดีและมีประสิทธิภาพจะต้องมีการไหลเลื่อนของข้อมูลข่าวสาร กล่าวคือ เครือข่ายจะต้องมีการจัดการข้อมูลข่าวสาร มีการกระจายระบบสารสนเทศแก่สมาชิก ที่สามารถให้ความหมาย หรือมุมมองในการดำเนินกิจกรรมของเครือข่าย ซึ่งข้อมูลสารสนเทศนั้นจะต้องมาจาก การวิเคราะห์บนฐานข้อมูลที่มีความจำเป็นต่อการพัฒนาเครือข่าย
4. เครือข่ายจำเป็นต้องมีชุมทาง (hub) ที่หลากหลาย โดยชุมทางหรืออาจเรียกว่า ศูนย์ประสานงาน ควรมีกระจายอยู่ในสถานที่ต่างๆ และทำหน้าที่สื่อสารเรื่องราวให้สมาชิกทราบ โดยเฉพาะข้อมูลเชิงยุทธศาสตร์และกิจกรรมเคลื่อนไหวของเครือข่าย
5. เครือข่ายจำเป็นต้องมีผู้จัดการเครือข่าย (network manager) เพื่อช่วยดูแลกิจกรรมและประเมินความต้องการของสมาชิกในเครือข่าย โดยการสนับสนุนการบริการต่างๆที่สมาชิกต้องการ เช่น ช่วยจัดระบบข้อมูลข่าวสาร การกำหนดยุทธศาสตร์และเป้าหมายในการทำงาน ตลอดจนช่วยวิเคราะห์ระบบและสภาวะแวดล้อมต่างๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายร่วมกัน โดยผู้จัดการเครือข่ายอาจเป็นเพียงผู้ที่สมาชิกในเครือข่ายมอบหมายให้ดำเนินการแทนสมาชิกในบางช่วงเท่านั้น

## แนวคิดเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสาร (Information Seeking)

ข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ ความต้องการข่าวสารจะเพิ่มมากขึ้นเมื่อบุคคลนั้นต้องการข้อมูลในการตัดสินใจ หรือไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง นอกจากนั้นข่าวสารยังเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้เปิดรับมีความทันสมัย สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ของโลกปัจจุบันได้ดียิ่งขึ้น ดังที่ชาร์ลส์ เค อัทคิน (Charles k. Atkin, 1973:208) ได้กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมาก ย่อมมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อม และเป็นคนทันสมัยทันเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

การศึกษาเรื่องการแสวงหาข่าวสารนั้น จำเป็นต้องเริ่มศึกษาจากแนวคิดเรื่องการเลือกรับสารของบุคคล ซึ่งจะทำให้เข้าใจถึงพฤติกรรมของบุคคลที่มีการใช้วิธีการสื่อสารและสารแตกต่างกันไป ทั้งนี้ ตัวผู้รับสารถือเป็นตัวแปรสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นลักษณะทางประชากร ทัศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรมของบุคคลนั้นในด้านการสื่อสาร โดยเฉพาะการเลือกรับสาร ซึ่งจะส่งผลต่อการแสวงหาข่าวสารของบุคคลต่อไป

อย่างไรก็ตาม บุคคลจะไม่รับข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านมาสู่ตนทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อตน ดังนั้น ข่าวสารที่หลั่งไหลผ่านเข้ามาไปยังบุคคลจากช่องทางต่าง ๆ นั้น มักจะถูกคัดเลือกตลอดเวลา ข่าวสารที่น่าสนใจ มีประโยชน์และเหมาะสมตามความนึกคิดของผู้รับสาร จะเป็นข่าวสารที่ก่อให้เกิดความสำเร็จในการสื่อสาร (กิติมา สุรสนธิ , 2533 : 46-47)

การเลือกสรรข่าวสารของบุคคลเป็นสิ่งที่อธิบายถึงพฤติกรรมการสื่อสารของแต่ละบุคคลว่าความแตกต่างกันทางสภาพส่วนบุคคลหรือสภาพจิตวิทยามีผลต่อการเปิดรับข่าวสาร โดยมีกระบวนการเลือกสรร (Selective Process) ที่แตกต่างกัน

โจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Klapper, J.T., 1960: 19-25) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสาร ในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 4 ขั้นตอนตามลำดับดังต่อไปนี้

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางสื่อสารบุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสาร จากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่นการเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียง

สถานีใดสถานีหนึ่งตามความสนใจและความต้องการของตน อีกทั้งทักษะและความชำนาญในการรับรู้ข่าวสารของคนเรานั้นก็ต่างกัน บางคนถนัดที่จะฟังมากกว่าอ่าน ก็จะชอบฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือ เป็นต้น

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) ผู้เปิดรับข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจหรือ ทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance)
3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้ว ก็เชื่อว่ารับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนาธรรมณ์ของ ผู้ส่งสารเสมอไปเพราะคนเรามักเลือกรับรู้และตีความหมายสารแตกต่างกันไปตาม ความสนใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ ฉะนั้นแต่ละคนอาจตีความเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าว นอกจากจะทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไปยังมีการบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าพอใจของแต่ละบุคคลด้วย
4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับ ความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมหรือไม่นำไปถ่ายทอดในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วย หรือเรื่องที่ขัดแย้งค้ำกับความคิดของตนเอง ข่าวสารที่คนเราเลือกจดจำไว้นั้น มักมีเนื้อหาที่จะช่วยส่งเสริมหรือสนับสนุนความรู้สึกนึกคิด ทัศนคติ ค่านิยม หรือความเชื่อของแต่ละคนที่มีอยู่เดิมให้มีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้นและ เปลี่ยนแปลงยากขึ้น เพื่อนำไปใช้เป็นประโยชน์ในโอกาสต่อไป ส่วนหนึ่งอาจนำไปใช้เมื่อเกิดความรู้สึกขัดแย้งและมีสิ่งที่ทำให้ไม่สบายใจ ขึ้น

สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลนั้น ทอดด์ ฮันท์ และเบรนท์ ดี รูเบน (Todd Hunt and Brent d. Ruben, 1993:65 อ้างถึงในปรมะ สตะเวทิน, 2541: 122-124) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลไว้ดังนี้

1. ความต้องการ (Need) ปัจจัยที่สำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งในกระบวนการเลือกของมนุษย์คือความต้องการ ความต้องการทุกอย่างของมนุษย์ทั้งความต้องการทางกายและใจทั้งความต้องการ ระดับสูงและความต้องการระดับต่ำ ย่อมเป็นตัวกำหนดการเลือกของเรา เราเลือกตอบสนองความต้องการของเรา เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ต้องการ เพื่อแสดงรสนิยม เพื่อการยอมรับในสังคม เพื่อความพอใจ ฯลฯ
2. ทักษะและค่านิยม (Attitude and Values) ทักษะ คือความชอบและมีใจโน้มเอียง(Preference and Predisposition) ต่อเรื่องต่าง ๆ ส่วนค่านิยม คือหลักพื้นฐานที่เรายึดถือ เป็นความรู้สึกรู้สึกว่าเราควรจะทำหรือไม่ควรทำอะไรในการมีความสัมพันธ์กับ สิ่งแวดล้อมและคนซึ่งทักษะและค่านิยมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้ สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำ
3. เป้าหมาย (Goal) มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมาย มนุษย์ทุกคนกำหนดเป้าหมายในการดำเนินชีวิตทั้งในเรื่องอาชีพ การเข้าสมาคม การพักผ่อน เป้าหมายของกิจกรรมต่าง ๆ ที่เรากำหนดขึ้นนี้จะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำเพื่อสนองเป้าหมายของตน
4. ความสามารถ (Capability) ความสามารถของเราเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งรวมทั้งความสามารถด้านภาษา มีอิทธิพลต่อเราในการที่จะเลือกรับข่าวสารเลือกตีความหมาย และเลือกเก็บเนื้อหาของข่าวนั้นไว้
5. การใช้ประโยชน์ (Utility) กล่าวโดยทั่วไปแล้ว เราจะให้ความสนใจและใช้ความพยายามในการที่จะเข้าใจ และจดจำข่าวสารที่เราสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้
6. สไตล์ในการสื่อสาร (Communication Style) การเป็นผู้รับสารของเรานั้นส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับสไตล์ในการสื่อสารของเรา คือ ความชอบหรือไม่ชอบสื่อบางประเภท ดังนั้นบางคนจึงชอบฟังวิทยุ บางคนชอบดูโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์ ฯลฯ
7. สภาพ (Context) สภาพในที่นี้หมายถึง สถานที่ บุคคล และเวลาที่อยู่ในสถานการณ์ การสื่อสาร สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกของผู้รับสาร การมีคนอื่นอยู่ด้วย มีอิทธิพลตรงต่อการเลือกใช้สื่อและข่าวสาร การเลือกตีความหมายและเลือกจดจำข่าวสาร การที่เราต้องถูกมองว่าเป็นอย่างไร การที่

เราคิดว่าคนอื่นมองเราอย่างไร เราเชื่อว่าคนอื่นคาดหวังอะไรจากเรา และการที่คิดว่าคนอื่นคิดว่าเราอยู่ในสถานการณ์อะไร ล้วนแต่มีอิทธิพลต่อการเลือกของเรา

8. ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit) ในฐานะของผู้รับสาร ผู้รับสารแต่ละคนพัฒนานิสัยการรับสารอันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในการรับข่าว สารของเรา เราพัฒนาความชอบสื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง รายการประเภทใดประเภทหนึ่ง ดังนั้นเราจึงเลือกใช้สื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง สนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตีความหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง และเลือกจดจำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

นอกจากนี้ วิลเบอร์ ชแรมม์ (Wilbur Schramm, 1973:121-122) ยังได้ชี้ให้เห็นถึงองค์ประกอบอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับข่าวสารของบุคคลดังนี้

1. ประสบการณ์ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้รับส่งสารแสวงหาข่าวสารที่แตกต่างกัน
2. การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสารที่ผู้รับสารแสวงหาเพื่อตอบสนองจุดประสงค์ของตนอย่างหนึ่งอย่างใด
3. ภูมิหลังที่แตกต่างกันทำให้บุคคลมีความสนใจแตกต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อมทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมการเลือก รับสาร
5. ความสามารถในการรับสาร ซึ่งเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจที่ทำให้พฤติกรรมการเปิดรับสารแตกต่างกัน
6. บุคลิกภาพ ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มנแนวโน้ม และพฤติกรรมของผู้รับสาร
7. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสาร จะทำให้เข้าใจความหมายของข่าวสาร หรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของข่าวสารได้
8. ทัศนคติ จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้า หรือข่าวสารที่ได้พบเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนั้น

สำหรับความหมายของการเปิดรับข่าวสารนั้น แซมมวล เบคเกอร์ (Samuel L. Becker, 1972) ได้ให้ความหมายของการเปิดรับข่าวสาร โดยจำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร คือ

1. การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) กล่าวคือ บุคคลที่จะแสวงหาข้อมูลเมื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือเรื่องทั่ว ๆ ไป
2. การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพื่อทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจ อยากรู้ สนใจ หากมีข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับตนเองก็จะให้ความเอาใจใส่อ่านหรือดูหรือฟังเป็นพิเศษ
3. การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) กล่าวคือ บุคคลที่จะเปิดรับข่าวสารเพราะต้องการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

การแสวงหาข่าวสาร นั่นก็คือ การที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งกระทำในสิ่งหนึ่งเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลข่าวสารที่จะตอบสนองความต้องการของตน เนื่องมาจากการที่บุคคลต้องการรู้ ศึกษา และวิเคราะห์ในประเด็นหนึ่ง และพบว่าความรู้ที่ตนมีอยู่ไม่เพียงพอ จึงทำ การศึกษาเพื่อเพิ่มเติมความรู้ดังกล่าวด้วยการแสวงหา (Krikelas, 1983 : 5)

แนวคิดการแสวงหาข่าวสาร มีเนื้อหาสำคัญว่า เนื่องจากสังคมยุคปัจจุบัน ข้อมูลข่าวสารมีการผลิตและเผยแพร่ข่าวสารออกสู่สาธารณชนในรูปแบบต่างๆที่หลากหลาย จนกลายเป็นเรื่องยุ่งยากต่อผู้รับสารในการค้นหาข่าวสารให้ตรงกับความต้องการของตนเอง

ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารของบุคคล สิ่งจำเป็นของการค้นหาข่าวสาร คือ แหล่งของข่าวสาร (Chen & Hemon, 1982 : 52-53) ได้แบ่งประเภทของแหล่งข่าวสารไว้ เป็น 3 กลุ่มคือ

1. กลุ่มบุคคล ได้แก่ เพื่อน ญาติ หรือบุคคลใกล้ชิด เป็นต้น ซึ่งจะเป็นข้อมูลที่เกิดขึ้นจากความคิด และประสบการณ์ของแต่ละปัจเจกบุคคล
2. กลุ่มสถาบัน ได้แก่ โรงเรียน วัด ห้างสรรพสินค้า บริษัท ห้างร้านในวงธุรกิจ หรือรัฐบาล
3. สื่อ ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ หรือรูปแบบสื่ออื่นๆ เป็นต้น

ชาร์ล แอดกิน (Charles Atkin, 1978 อ้างถึงใน พิระ จิระโสภณ , 2531 : 639) ชี้ให้เห็นว่าการแสวงหาข่าวสารหรือความต้องการสื่อสารมวลชนของปัจเจกบุคคลนั้น คือ



1. ความต้องการได้รับข่าวสาร (Information) ซึ่งเกิดจากความไม่รู้หรือไม่แน่ใจของปัจเจกบุคคลที่มาจาก

1.1 การมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกันระหว่างระดับความรู้ของปัจเจกบุคคลขณะนั้น กับระดับความต้องการที่อยากจะรู้ เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก (Extrinsic Uncertainty) ยิ่งเป็นเรื่องที่สำคัญก็ยิ่งอยากมีความรู้ ความแน่ใจสูง

1.2 การมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกันระหว่างความรู้ที่มีอยู่ของปัจเจกบุคคลในขณะนั้น กับความรู้ตามเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งกำหนดโดยระดับความสนใจส่วนบุคคลของปัจเจกบุคคลนั้นต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด (Intrinsic Uncertainty)

2. ความต้องการได้รับความบันเทิง (Entertainment) ซึ่งเกิดจากการกระตุ้นอารมณ์แห่งความรื่นเริงบันเทิงใจ ที่เกิดจากการมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกันระหว่างสภาวะที่เป็นอยู่ของปัจเจกบุคคลในขณะนั้น กับระดับความสนุกสนานที่คาดหวังไว้

ข่าวสารที่จะลดความไม่รู้ หรือความไม่แน่ใจที่เกี่ยวข้องกับความสนใจภายในส่วนบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Intrinsic Uncertainty) และที่เกี่ยวข้องกับความบันเทิงสนุกสนานส่วนตัว (Intrinsic Desire) นั้นถือว่าเป็นข่าวสารที่ให้ความพึงพอใจทันทีในเชิงการบริโภค (Immediate Consummatory Gratifications) ข่าวสารที่ลดความไม่รู้ หรือความไม่แน่ใจที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมภายนอก (Extrinsic Uncertainty) เรียกว่าข่าวสารที่ใช้ประโยชน์เป็นเครื่องมือช่วยในการตัดสินใจ ช่วยเพิ่มพูนความรู้ ความคิด และแก้ไขปัญหาต่างๆ (Instrumental Utilities) ในชีวิตประจำวัน ข่าวสารบางอย่างอาจจะให้ประโยชน์ทั้งการนำไปใช้ และให้ความบันเทิงในขณะเดียวกันก็ได้

สำหรับเหตุผลในการที่มนุษย์เลือกสนใจหรือตั้งใจรับข่าวสารอย่างไรจากสื่อใดนั้น มีนักวิชาการหลายท่านที่มีความเห็นสอดคล้องกันดังนี้

ไฟรด์ สัน (Friedson) ไรเลย์ (Riley) และฟลาวเวอร์แมน (Flowerman, 1951) มีความเห็นแนวเดียวกันว่า แรงจูงใจที่ต้องการเป็นที่ยอมรับของสมาชิก ภายในสังคมจะเป็นสิ่งที่ช่วยกำหนดความสนใจเปิดรับสื่อจากสื่อต่าง ๆ ก็เพื่อตอบสนองความต้องการของตน ซึ่งปรากฏการณ์นี้เมอร์ตัน (Merton) ไรท์ (Wright) และวอบเลส (Waples) เรียกว่า “พฤติกรรมในการแสวงหาข่าวสาร” นักวิชาการเหล่านี้มีความเห็นตรงกันว่า ผู้รับข่าวสารจะเลือกรับข่าวสารจากสื่อใดนั้นย่อมเป็นไปตามบทบาทและสถานภาพ ทางสังคมของผู้รับสารก็เพื่อนำไปเป็นหัวข้อในการสนทนาซึ่งจะทำให้ผู้รับสาร รู้สึกว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

ในเรื่องของวัตถุประสงค์ของการเลือกรับข่าวสาร หรือการบริโภคข่าวสารของผู้รับสาร นั้น สุรพงษ์ โสภนะเสถียร ก็ได้จำแนกวัตถุประสงค์ของการเลือกเปิดรับข่าวสารไว้ 4 ประการ คือ (สุรพงษ์ โสภนะเสถียร, 2533:40-44)

1. เพื่อการรับรู้ (Cognition) คือผู้รับสารต้องการสารสนเทศ (Information) เพื่อสนองต่อความต้องการและความอยากรู้
2. เพื่อความหลากหลาย (Diversions) เช่น การเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาความเร้าใจ ตื่นเต้น สนุกสนาน รวมทั้งการพักผ่อน
3. เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม (Social Utility) หมายถึง การต้องการสร้างความคุ้นเคยหรือการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม เช่นการใช้ภาษาร่วมสมัย เพื่อหลีกเลี่ยงงานประจำหรือหลีกเลี่ยงคนรอบข้าง
4. การผลละสังคม (Withdrawal) เป็นการเปิดรับสื่อหรือเข้าหาสื่อ เพื่อหลีกเลี่ยงงานประจำหรือหลีกเลี่ยงคนรอบข้าง

แม็ค คอมบ์ และ เบคเกอร์ (McCombs and Becker, 1979: 51-52) ได้ให้แนวคิดที่ว่า โดยทั่วไปบุคคลแต่ละคนมีการเปิดรับข่าวสาร หรือการเปิดรับสื่อ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ 4 ประการคือ

1. เพื่อให้เรียนรู้เกี่ยวกับ เหตุการณ์ (Surveillance) บุคคลสามารถติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตเหตุการณ์ต่าง ๆ รอบตัวจากการเปิดรับข่าวสาร ทำให้คนเป็นที่ทันเหตุการณ์ ทันสมัย
2. เพื่อการตัดสินใจ (Decision) การเปิดรับข่าวสารทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะ หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ รอบตัว เพื่อการตัดสินใจโดยเฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวข้องชีวิตประจำวัน
3. เพื่อพูดคุยสนทนา (Discussion) บุคคลสามารถนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไปใช้ในการพูดคุยกับผู้อื่นได้
4. เพื่อการมีส่วนร่วม (Participation) เพื่อรับรู้และมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ ความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมรอบ ๆ ตัว

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าบุคคลจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่ แตกต่างกัน มีวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน และมีความต้องการในการเปิดรับข่าวสารที่

แตกต่างกันนั้น แต่โดยทั่วไปแล้วบุคคลจะทำการเปิดรับข่าวสารอยู่ 3 ลักษณะ (ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์, 2544: 13-14) คือ

1. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยผู้รับสารมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่าการบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยตอบสนองความต้องการของเขาได้ ซึ่งจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือเปลี่ยนลักษณะนิสัย เปลี่ยนพฤติกรรมบางอย่างได้โดยการเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นจะขึ้นอยู่กับ ความต้องการ หรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง เพราะบุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์และความตั้งใจในการใช้ประโยชน์แตกต่างกันไป

2. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล โดยสื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลผู้ที่นำข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ที่จะมีปฏิริยาโต้ตอบระหว่างกันโรเจอร์สและชูเมกเกอร์ (Rogers and Shoemaker, 1971) กล่าวว่าในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใดเกิดการยอมรับสารนั้นควรที่จะใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนี้จะมีประโยชน์อย่างมากในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัดและตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้น ซึ่งการสื่อสารระหว่างบุคคลนี้สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้ (เสถียร เขยประทับ, 2525)

2.1 การติดต่อโดยตรง (Direct Contact) เป็นการเผยแพร่ข่าวสารเพื่อสร้างความเข้าใจหรือชักจูงโน้มน้าวใจกับประชนโดยตรง

2.2 การติดต่อโดยกลุ่ม (Group Contact of Community Public) โดยกลุ่มจะมีอิทธิพลต่อบุคคลส่วนรวม ช่วยให้การสื่อสารของบุคคลบรรลุเป้าหมายได้เพราะเมื่อกลุ่มมีความสนใจมุ่งไปในทิศทางใด บุคคลส่วนใหญ่ในกลุ่มก็จะมี ความสนใจในทางนั้นด้วย

3. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ โดยสื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมา โดยมีเนื้อหาสาระที่เฉพาะเจาะจงและมีจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะ กลุ่ม (ปรมะสตะเวทิน 2532: 99 อ้างถึงใน เกศินี จุฑาวิจิตร, 2540:135) ตัวอย่างของ สื่อเฉพาะกิจเช่น จุลสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ โบปลิว คู่มือ นิทรรศการ เป็นต้น ดังนั้น การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจนี้ ผู้รับสารจะได้รับข้อมูลข่าวสารหรือความรู้เฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างเฉพาะเจาะจง

จากแนวความคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนี้ จะเห็นได้ว่าข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญในการนำมาประกอบการตัดสินใจของบุคคล ยิ่งบุคคลเกิดความไม่แน่ใจเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใดบุคคลย่อม ต้องการเปิดรับข่าวสารมากขึ้นเท่านั้น โดยไม่จำกัดว่าจะทำการเปิดรับข่าวสารจากสื่อใด ไม่ว่าจะเป็น สื่อมวลชน สื่อบุคคล หรือสื่อเฉพาะกิจ แต่ทั้งนี้บุคคลจะทำการเปิดรับข่าวสารเฉพาะเรื่องที่ตนให้ความสนใจเท่านั้น เนื่องจากข่าวสารในปัจจุบันมีมากเกินไปที่ผู้รับสารจะรับไว้ทั้งหมดได้ จึงทำให้เกิดกระบวนการเลือกรับข่าวสารขึ้น อย่างไรก็ตาม บุคคลแต่ละคนก็จะมีเกณฑ์ในการเลือกรับข่าวสารที่แตกต่างกันตามลักษณะส่วนบุคคล, สภาพแวดล้อมในสังคมนั้น ๆ และวัตถุประสงค์หรือความต้องการที่จะเปิดรับข่าวสารของแต่ละบุคคลที่แตกต่าง กัน ย่อมทำให้มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันได้ด้วย

Wibur Schramm (1973) ที่ได้กล่าวถึงหลักที่ใช้ในการเลือกข่าวสารของบุคคลว่าขึ้นอยู่กับหลักการใช้ความพยายามน้อยที่สุดและผลที่จะได้ สรุปได้ดังนี้

$$\text{การเลือกข่าวสาร} = \frac{\text{ผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ}}{\text{ความพยายามที่ต้องใช้}}$$

สูตรดังกล่าวนี้ เป็นเพียงหลักการเบื้องต้น หรืออาจเกิดขึ้นเฉพาะ การเลือกรับสาร บางครั้งเท่านั้น ยังมีสาเหตุอื่นๆอีกหลายประการ เช่น การมีประสบการณ์ที่ต่างกัน ความสามารถในการประเมินสารนั้น ภูมิหลัง สถานภาพ ตลอดจนสภาวะทางสังคมและจิตใจของผู้รับสารแต่ละคนด้วย อย่างไรก็ตาม จากสูตรนี้แสดงถึงแนวโน้มที่บุคคลจะเปิดรับข่าวสารที่ ใช้ความพยายามน้อย เช่น ข่าวสารที่ใกล้ตัว แสวงหาได้ง่าย และเป็นข่าวสารที่มีประโยชน์กับตนเอง

Charles K. Atkin (1973) กล่าวถึงการเลือกรับสารของบุคคลว่า บุคคลจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชนนั้น ขึ้นอยู่กับการประเมินผลที่ได้รับ โดยการเปรียบเทียบระหว่างผลตอบแทน (Reward Value) กับการลงทุนแรง (Expenditures) และพันธะผูกพันที่จะตามมา ถ้าผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการแสวงหาข่าวสารนั้นมีสูง ในขณะที่ไม่ต้องใช้ความพยายามในการรับรู้หรือทำความเข้าใจมากนัก บุคคลก็จะแสวงหาข่าวสารนั้น แต่ถ้าผลประโยชน์ที่ได้รับต่ำ ในขณะที่ต้องใช้ความพยายามสูง บุคคลจะไม่ให้ความสนใจต่อข่าวสารนั้น หรือหากข่าวสารนั้นทำให้เกิดพันธะผูกพัน เช่น เกิดความไม่สบายใจ บุคคลก็จะหลีกเลี่ยงข่าวสารนั้น แต่ถ้การหลีกเลี่ยงนั้น ต้องใช้ความพยายามหรือต้องลงทุนสูง บุคคลอาจต้องจำยอมรับข่าวสารนั้นทั้งที่ไม่เต็มใจ

กล่าวโดยสรุปได้ว่า การแสวงหาข่าวสารนั้นนอกจากจะเพื่อสนับสนุนทัศนคติหรือความคิดและความเข้าใจที่มีอยู่เดิมแล้ว ยังเป็นการแสวงหาเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ทางอื่น ๆ อีก เช่น เพื่อให้มีความรู้ ใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจแก้ไขปัญหา รวมทั้งเพื่อสนองความสนใจส่วนบุคคลและเพื่อความบันเทิงเริงใจด้วย

### **แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณลักษณะของสื่อ**

สื่อ หรือช่องสาร (Channel) เป็นองค์ประกอบสำคัญของการสื่อสาร โดยเป็นพาหนะหรือตัวกลางในการนำสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร หากผู้ส่งสารที่ต้องการส่งสารไปยังผู้รับสาร ไม่มีสื่อเพื่อการส่งสาร การสื่อสารนั้นย่อมไม่เกิดผล

#### **สื่อบุคคล (Personal Media)**

สื่อบุคคล (Personal Media) หมายถึง ตัวบุคคลที่ทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารอยู่ในระบบการสื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารระดับกลุ่ม (กาญจนา แก้วเทพและคณะ , 2543)

#### **บทบาทของสื่อบุคคล**

โรเจอร์ส และ เมย์เนน (Rogers E.M. & Wicky L.Meyen, 1969) กล่าวว่า สื่อบุคคลเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม โดยสื่อบุคคล มีลักษณะที่เอื้ออำนวยต่อการชักจูงและโน้มน้าวใจ ดังนี้

1. สื่อบุคคลทำให้การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลนั้น ดำเนินไปได้อย่างง่ายดาย ไม่มีกฎเกณฑ์บังคับ คู่สื่อสารมีความใกล้ชิดกัน ซึ่งกระบวนการกลุ่มสามารถมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมของคนได้
2. การสื่อสารแบบเห็นหน้าค่าตาหรือเผชิญหน้าเป็นการสื่อสารที่เปิดโอกาสให้มีการซักถามได้ทันที ทั้งยังสามารถยืดหยุ่นการนำเสนอเนื้อหาได้ หากผู้ถามได้รับการต่อต้านจากผู้ฟัง ก็อาจเปลี่ยนหัวข้อสนทนาได้
3. ผู้รับสารบางคนมีแนวโน้มที่จะเชื่อถือและยอมรับความคิดเห็นหรือทรรศนะของสื่อ บุคคลที่เขา รู้จักคุ้นเคยมากกว่าบุคคลที่เขา ไม่รู้จักคุ้นเคย

## ประสิทธิภาพของสื่อบุคคล

สำหรับประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลนั้น นักวิชาการทางการสื่อสารส่วนใหญ่เห็นพ้องว่า สื่อมวลชนมีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อบุคคลในการให้ข่าวสารแก่คนจำนวนมาก เพื่อก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างถูกต้อง ส่วนสื่อบุคคลจะมีประสิทธิภาพมากกว่าในการชักจูงใจคนให้บุคคลมีทัศนคติต่อเรื่องนั้นๆ

ลาซาร์เฟลด์ และเมนเซล (Lazarfeld and Menzel, 1963) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้การสื่อสารโดยผ่านสื่อบุคคล มีประสิทธิภาพ ไว้ว่า

- การสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นการพูดคุยแบบเป็นกันเองและส่วนตัว ทำให้ผู้พูดและผู้ฟังเกิดความเป็นกันเองและทำให้ผู้ฟังยอมรับความคิดเห็นของผู้พูดง่ายขึ้น
  - เป็นการติดต่อสื่อสารแบบเผชิญหน้า ทำให้ผู้พูดสามารถดัดแปลงเรื่องราวต่าง ๆ ให้ตรงกับความต้องการของผู้ฟังได้
  - การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลนั้น เป็นการสื่อสารที่ส่งผลให้เห็นได้ทันที และมีลักษณะเป็นส่วนตัว จึงง่ายต่อการชักชวน หรือจูงใจ ให้คล้อยตามหรือตัดสินใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง
  - การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลสามารถจัดการเลือกรับสารของผู้ฟังได้
- เนื่องจากการหลีกเลี่ยงการสนทนา หรือรับฟังข่าวสารเป็นไปได้ยากกว่าการรับข่าวสารจากสื่อมวลชน

รูปแบบการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ในลักษณะเผชิญหน้า จัดเป็นแบบที่มีผลต่อการทำให้ผู้รับสารยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่จะยอมรับที่จะร่วมมือปฏิบัติมากที่สุด และสื่อมวลชนจะเป็นตัวเสริมสร้างความรู้เบื้องต้นขณะที่สื่อบุคคลจะเป็นตัวสำคัญมากกว่าในการโน้มน้าวและเปลี่ยนทัศนคติ (Rogers, 1973) ความคิดนี้สอดคล้องกับคำกล่าวของเบตติงเฮาส์ (Bettinghaus, 1968) ที่ว่า สื่อมวลชนเป็นเพียงตัวเสริมความเชื่อ และทัศนคติที่มีอยู่เดิมให้ฝังแน่น มากกว่าจะเปลี่ยนแปลงทัศนคติอย่างสิ้นเชิง แต่อาจเปลี่ยนแปลงการรับรู้ได้บ้าง ในขอบเขตจำกัดของประสบการณ์ ฉะนั้น สื่อมวลชนจึงเป็นเพียงแหล่งความคิดและเป็นผู้วางแนวทางในการเปลี่ยนแปลงเท่านั้น กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างมนุษย์ เป็นผลจากการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเผชิญหน้ากันทั้งสิ้น

โรเจอร์ส (Rogers) ได้เปรียบเทียบคุณลักษณะของสื่อทั้งสองไว้ดังนี้ (Rogers, 1973)

คุณลักษณะ	สื่อบุคคล	สื่อมวลชน
- การส่งสาร	- แนวโน้มเป็นแบบ สองทิศทาง	- แนวโน้มเป็นแบบทิศทาง เดียว
- การสื่อเนื้อหา	- แบบเผชิญหน้า	- ผ่านสื่อ
- ปฏิกริยาตอบสนอง	- สูง	- ต่ำ
- ความสามารถในการเปิดรับ สื่อ	- สูง	- ต่ำ
- ความรวดเร็วต่อผู้ฟังจำนวน มาก	- ช้า	- ค่อนข้างเร็ว
- ประสิทธิภาพ	- ทักษะและการ เปลี่ยนแปลงด้านข่าวสาร	- การเปลี่ยนแปลงด้าน ความรู้

แคทซ์ และ ลาชาส์เฟลด์ (1955) ก็เห็นพ้องต้องกันว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลมีผลต่อการทำให้ผู้รับสารยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และยอมรับที่จะให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ฉะนั้นในกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม สื่อมวลชนจึงมีความสำคัญมากกว่าสื่อบุคคลในชั้นความรู้ ส่วนสื่อบุคคลมีความสำคัญมากกว่าสื่อมวลชนในชั้นจิตใจ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับนวัตกรรมของบุคคลจึงมีความสัมพันธ์กับประเภทของสื่อต่าง ๆ ที่ถูกใช้เป็นช่องทางสำหรับการเผยแพร่ นวัตกรรมใดนวัตกรรมหนึ่ง

นอกจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น การใช้สื่อเฉพาะกิจมีความสำคัญ สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) เป็นสื่อที่จัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ การใช้สื่อเฉพาะกิจเป็นไปในลักษณะการให้ความรู้และข่าวสารที่เป็นเรื่องราวเฉพาะอย่างใดมีกลุ่มเป้าหมายหรือผู้รับสารที่กำหนดไว้แน่นอน สื่อเฉพาะกิจนี้ได้แก่ เอกสาร จุลสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ นอกจากนี้ การจัดนิทรรศการ การสาธิตก็ถือเป็นการใช้สื่อเฉพาะกิจที่มีประสิทธิภาพการรณรงค์เผยแพร่ประดิษฐ์กรรมแปลก ๆ และทันสมัยในสังคมนั้น ๆ (Adams, 1971)

ในการเปรียบเทียบประสิทธิภาพระหว่างสื่อบุคคลกับสื่อเฉพาะกิจ แชรรมม์ (Schramm, 1973) กล่าวว่า การโน้มหน้าใจโดยการเผชิญหน้า (Face – to Face) จะมีประสิทธิผลมากกว่าการโน้มหน้าใจด้วยสื่อเฉพาะกิจ ประเภทโสตทัศนูปกรณ์ และสิ่งพิมพ์

### สื่ออินเทอร์เน็ต

มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของ “สื่ออินเทอร์เน็ต” ไว้ดังนี้

สมใจ บุญศิริ (2538) กล่าวว่า สื่ออินเทอร์เน็ต คือ ข่ายข่าย หมายถึง การเชื่อมโยงระหว่างระบบเครือข่ายจำนวนมหาศาลทั่วโลกเข้าด้วยกัน ภายใต้หลักเกณฑ์มาตรฐานเดียวกัน นั่นคือ ใช้โปรโตคอล TCP / IP ทำให้เครื่องคอมพิวเตอร์ทั้งหลายในข่ายข่ายนี้สามารถติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยนข้อมูลถึงกันได้โดยสะดวก รวดเร็ว ไม่ว่าข้อมูลเหล่านั้นจะอยู่ในรูปแบบใดๆ อาจเป็นตัวอักษร หรือข้อความ ภาพ เสียง ได้ทั้งสิ้น

อภิปต์ย์ คลี่สุนทร (2540) กล่าวว่า อินเทอร์เน็ต เป็นเสมือนระบบเครือข่ายทางเดินข้อมูลสารสนเทศ ซึ่งมีระบบเชื่อมโยงและมีระบบแจกจ่ายจากแต่ละจุด ย่อยเล็ก ๆ ไปยังจุดใหญ่ หรือ จากจุดใหญ่ไปยังจุดย่อย ซึ่งเปรียบเสมือนการรวมห้องสมุดของสรรพวิทยา และตำนานต่างๆ มาไว้ใช้ด้วยกันที่เป็นระบบเปิดเพื่อครอบคลุมผู้ใช้ทั่วโลก

อินเทอร์เน็ต ย่อมาจากคำว่า Interconnecting กับ Network ซึ่งคำว่า Interconnecting หมายความว่า การเชื่อมโยงระหว่าง ส่วนคำว่า Network หมายความว่า เครือข่าย ดังนั้น คำว่า อินเทอร์เน็ต จึงหมายถึง เครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมต่อกันระหว่างประเทศ/ทั่วโลก ซึ่งเครือข่ายอินเทอร์เน็ตนั้นไม่มีศูนย์กลาง เนื่องจากคอมพิวเตอร์ทุกเครื่องที่อยู่ในระบบนี้ จะถือว่าอยู่ในระดับเท่าเทียมกัน โดยไม่มีแม่ข่ายเหมือนคอมพิวเตอร์ในระบบอื่นๆ เช่น ระบบ LAN , UNIX ที่การทำงานทุกอย่างต้องขึ้นอยู่กับส่วนกลาง ดังนั้น สื่ออินเทอร์เน็ต เป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารที่เชื่อมโยงเครื่องคอมพิวเตอร์จากที่ต่างๆ ทั่วโลกไว้ด้วยกัน เป็นสื่อที่มีเครือข่ายขนาดใหญ่ ครอบคลุมเกือบทุกประเทศในโลก จนมีผู้กล่าวว่า เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็น Network of Networks

Michael Stragelove (อ้างถึงใน Busakorn, 1997) กล่าวว่า อินเทอร์เน็ตเป็นเทคโนโลยีที่เปิดและมีการกระจายตัวอย่างกว้างขวาง ซึ่งเป็นรูปแบบใหม่ด้านการสื่อสารของมนุษย์อย่างแท้จริง ทั้งยังเป็น “วัฒนธรรมใหม่” ที่มวลชนผู้รับสารสามารถแสดงความคิดเห็นส่วนตัวอย่างไม่จำกัด และสามารถควบคุมเนื้อหาของสื่อนี้ได้ด้วยตนเอง นอกจากนี้ Michael Stragelove ยังอ้างว่าธรรมชาติของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ให้ทั้งความมีเสรีภาพ (liberating) และความ



เสมอภาค (equalizing) ถือเป็นเสมือนการปฏิวัติครั้งสำคัญและเป็นเทคโนโลยีสื่อสาร “ชนิดแรก” ที่สามารถครอบคลุมได้ทั่วโลกอย่างแท้จริง

Peter Otte (1994) กล่าวถึงอินเทอร์เน็ตว่า การสื่อสารนี้เป็นลักษณะของสังคมที่เรียกว่า “Virtual Community or Virtual Society” เป็นการใช้งานบนระบบเครือข่ายดิจิทัลที่อยู่ใน cyberspace ที่มีข้อมูลข่าวสารเป็นการเคลื่อนไหวที่ประกอบด้วย ข้อความ ภาพ และเสียง มารวมกัน เป็นองค์ประกอบใหม่ของลักษณะสื่อผสมที่ต้องคำนึงถึงความเป็นจริงที่เห็นเป็นรูปทางกายภาพ กับความเป็นจริงที่ได้จากการมองเห็นในการสื่อสาร

กาญจนา แก้วเทพและคณะ (2543) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะของการสื่อสารแบบใหม่ในรูปแบบอินเทอร์เน็ตว่า

1. การไหลเวียนของข่าวสารจากผู้ส่งสารหลายคนสู่ผู้รับสารหลายคน และเป็นการสื่อสารข้อมูลของบุคคลหนึ่งหรือกลุ่มหนึ่ง ที่ส่งไปยังศูนย์คอมพิวเตอร์ให้บริการเครือข่ายผู้ใช้ข่าวสาร หรือระบบกระดานข่าวสารคอมพิวเตอร์ นอกจากนี้ยังลดข้อจำกัดด้านเวลา และระยะทางการสื่อสารออกไป เพราะไม่ว่าผู้ส่งสารจะอยู่บริเวณซีกโลกใดของโลกก็สามารถสื่อสารกันได้
2. ผู้ส่งสารมีความรู้อย่างมากต่อผู้รับสารเนื่องจากระบบ interactive
3. การแบ่งประเภทของผู้รับสารสูงมากเป็นรายบุคคล
4. ระดับการตอบโต้สูง
5. ปฏิกริยาการป้อนกลับมีบ้าง แต่ก็ยังมีข้อจำกัดอาจจะฉับพลันหรือต้องรอ
6. ศักยภาพในการเก็บรักษาข่าวสารสูงมาก
7. ลักษณะอวัจนภาษาค่อนข้างมาก
8. ผู้สื่อสารทั้งสองฝ่าย สามารถควบคุมการไหลเวียนของสารได้เท่าเทียมกัน
9. การสื่อสารจากจุดศูนย์คอมพิวเตอร์ให้บริการเฉพาะกลุ่ม คือการสื่อสารจากบุคคลหนึ่งไปยังศูนย์บริการโดยที่ผู้รับต้องเป็นสมาชิกหรือลงทะเบียนไว้ และการเข้าถึงข้อมูลนี้ได้ต้องการใช้ชื่อและรหัสผ่านด้วย

Kaye and Medoff (1999) ได้สรุปความแตกต่างระหว่างอินเทอร์เน็ต และ เวิลด์ไวด์เว็บกับสื่อดั้งเดิมนั้นในประเด็นต่างๆ ไว้ดังนี้

### ผู้รับสาร (Audience)

สื่อแต่ละประเภทจะแตกต่างกันไปตามความสามารถในการเข้าถึงผู้รับสารจำนวนต่าง ๆ กัน ในเวลาเดียวกัน อินเทอร์เน็ตสามารถเข้าถึงคนจำนวนมากทั่วโลกพร้อมๆ กัน เช่น คนหลายพัน คนที่สามารถเข้าชมเว็บไซต์เดียวกันพร้อมๆ กัน หรือการใช้งานในรูปแบบอื่นของอินเทอร์เน็ต เช่น อีเมล ก็เป็นการสื่อสารกับผู้รับสารคนเดียวหรือหลายคนก็ได้

### เวลา (Time)

สื่อจะแตกต่างกันตรงที่ข้อมูลข่าวสารที่ถูกส่งไปทันที (Synchronous) หรือส่งไปในอีกเวลาหนึ่ง หรือเป็นการส่งโดยแยกเป็นส่วนๆ (Asynchronous) สื่ออาทิ หนังสือพิมพ์ หนังสือ นิตยสาร ซึ่งจะต้องมีการตีพิมพ์ก่อนจะมีความล่าช้าเกิดขึ้น มีช่วงเวลาระหว่างที่สารถูกส่งออกไปกับเวลาที่ผู้รับสารได้รับสาร จึงจัดเป็นสื่อที่มีลักษณะ Asynchronous เช่นเดียวกับวิดีโอเทป ซีดี หรือภาพยนตร์ ส่วนสื่อวิทยุ โทรทัศน์ และโทรศัพท์นั้น เป็นสื่อที่ทำให้ผู้รับสารเกือบจะได้รับสารทันทีที่สารนั้นถูกส่งมาจากผู้ส่งสาร

อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่มีลักษณะทั้ง Synchronous และ Asynchronous เว็บไซต์ อีเมล กลุ่มข่าว (News Group) เป็นรูปแบบของลักษณะ Asynchronous สารจะถูกเก็บไว้จนกว่าจะมีผู้รับสารเข้าถึงสารนั้น แต่ในทางกลับกัน ห้องสนทนาหรือการประชุม (Virtual Conference) บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ที่ผู้ใช้สามารถพิมพ์ข้อความเพื่อส่งสาร ได้ทันทีและสารถูกส่งตรงไปยังผู้ใช้คนอื่น ๆ ทันที นั้น แสดงให้เห็นปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นและเป็นลักษณะของ Synchronous ของอินเทอร์เน็ต

### รูปแบบข้อมูลที่ปรากฏและการเผยแพร่ (Display and Distribution)

รูปแบบข้อมูลที่ปรากฏ (Display) หมายถึง วิธีการทางเทคโนโลยี (ภาพเคลื่อนไหว เสียง หรือข้อความ) ที่ใช้แสดงข้อมูลแก่ผู้รับสาร

การเผยแพร่ (Distribution) หมายถึง วิธีที่ใช้ส่งข้อมูลไปยังผู้รับสาร เช่น โทรศัพท์ เสนอภาพและเสียงไปทางอากาศผ่านเสาอากาศ สายเคเบิลหรือดาวเทียม หนังสือพิมพ์และ นิตยสาร เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้ตัวอักษรหรือข้อความที่เผยแพร่โดยการจัดส่งจากแหล่งผลิตไปยังผู้รับสาร

เว็บไซต์ส่งข้อมูลในรูปแบบที่หลากหลาย ทั้งตัวอักษร ภาพ เสียงและภาพเคลื่อนไหว จากคอมพิวเตอร์เครื่องหนึ่งไปยังคอมพิวเตอร์อีกเครื่องหนึ่งผ่านทางเครือข่ายสายโทรศัพท์หรือสายเคเบิลที่ซับซ้อน ดังนั้น เว็บไซต์จึงเผยแพร่ข้อมูลในรูปแบบต่างๆ โดยใช้วิธีการทางเทคโนโลยี และวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์

### ระยะทาง (Distance)

สื่อบางชนิดเหมาะกับการส่งสารระยะไกล เช่น สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งข่าวสารผ่านคลื่นวิทยุ และสายโทรศัพท์ สายเคเบิล ดาวเทียม และเคเบิลใยแก้ว ทำให้มีข้อได้เปรียบในเรื่องเวลา และค่าใช้จ่ายเมื่อต้องส่งข่าวสารไปในระยะทางไกลๆ

อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อในอุดมคติของการสื่อสารในระยะทางไกล บุคคลไม่ว่าจะอยู่ที่ใดก็ตามในโลกสามารถเข้าถึงข้อมูลบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้อย่างง่ายดายและรวดเร็ว

การสื่อสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต นับวันจะเป็นสื่อที่ทวีความสำคัญยิ่งขึ้น เนื่องจากเครือข่ายของอินเทอร์เน็ตมีคุณลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างจากเทคโนโลยีการสื่อสารอื่นๆ เพราะว่ามีเครือข่ายที่ครอบคลุมไปทั่วโลก จึงสามารถนำไปประยุกต์ใช้ เพื่ออำนวยความสะดวกทางการสื่อสารได้มากมาย อีกทั้งช่วยเปิดโอกาสให้มีการแลกเปลี่ยนข่าวสารซึ่งกันและกันได้ง่ายขึ้น และสามารถเชื่อมถึงกันได้อย่างรวดเร็ว ทำให้สังคมโลกเล็กลงหรือแคบลงด้วยประสิทธิภาพ หรือความเร็วของระบบส่ง - รับ - กระจายข้อมูลข่าวสาร เผยแพร่ข้อมูลออกสู่สาธารณชน โดยผู้ที่สนใจหรือต้องการข้อมูล จะสามารถสืบค้นได้จากอินเทอร์เน็ตเช่นกัน อินเทอร์เน็ตจึงเป็นแหล่งข่าวที่ทันสมัย และช่วยให้รับรู้หรือค้นหาข่าวสารที่เกิดขึ้นในมุมอื่นๆ ของโลกได้อย่างรวดเร็วกว่าสื่ออื่นๆ ไม่ว่าจะเป็น หนังสือพิมพ์ วิทยุ หรือแม้แต่โทรทัศน์ (เบญจรัตน์ มรรยาทอ่อน, 2544)

### สื่อกิจกรรม

ปัจจุบันสื่อกิจกรรม มีความหมายขยายขอบเขตกว้างขวางไปถึงกิจกรรมที่สามารถสื่อความรู้สึกนึกคิด ความรู้ อารมณ์ และเรื่องราวข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้ สื่อประเภทกิจกรรมมีได้มากมายหลายรูปแบบ เช่น การจัดประชุม สัมมนา ฝึกอบรม การแถลงข่าว การสาธิต การจัดรีวิวนวอน การจัดนิทรรศการ การจัดแข่งขันกีฬา การจัดแสดง การจัดกิจกรรมทางการศึกษา การจัดกิจกรรมเสริมอาชีพ การจัดกิจกรรมการกุศล การจัดกิจกรรมอาสาสมัคร เป็นต้น

สื่อกิจกรรมนี้สามารถปรับปรุงดัดแปลงแก้ไขให้ยืดหยุ่น เหมาะสมกับโอกาสและสถานการณ์ได้ง่าย แต่มีข้อจำกัดคือ ผู้รับมีจำนวนจำกัดเฉพาะกลุ่มที่ร่วมกิจกรรมนั้นๆ เท่านั้น

**สื่อเฉพาะกิจ** (Specialized Media) นอกจากสื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่ออินเทอร์เน็ตแล้ว ยังมีสื่ออีกประเภทหนึ่งที่ถ่ายทอดข่าวสารไปยังมวลชน บุคคล หรือกลุ่มชนได้ โดยสร้างขึ้นเพื่อใช้ติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะ เรียกว่า สื่อเฉพาะกิจ

ปารีชาต สถาปัตตานนท์ (2548) กล่าวว่า คำว่า สื่อเฉพาะกิจเป็นสื่อที่ควบคุมได้ (Controlled Media) หมายถึง สื่อต่าง ๆ ที่อยู่ในกำกับดูแล หรือควบคุมเนื้อหาขององค์กรโดยใกล้ชิด เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ โบรชัวร์ หนังสือเล่มเล็ก เทปเพลง สปอตโฆษณา ฯลฯ โดยสิ่งที่สำคัญได้แก่ ข้อความเนื้อหาและรูปแบบต่าง ๆ ที่ปรากฏในสื่อเหล่านั้นมักมีลักษณะตรงตามต้นฉบับ หรือความต้องการขององค์กรทุกประการ

สมควร กวียะ 2530 (อ้างถึงใน พรดี สะสมบัติ ,2548 ) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า คือ สื่อที่สร้างขึ้น หรือเข้าโดยองค์กรใดองค์กรหนึ่ง เพื่อใช้ในการสื่อสารหรือการประชาสัมพันธ์ขององค์กรนั้นโดยเฉพาะ เช่น นิตยสารหรือวารสารขององค์กร ภาพยนตร์หรือวิดีโอเทปที่สร้างเองทำเอง เสียงตามสาย ระบบโทรทัศน์วงจรปิด เป็นต้น

การใช้สื่อเฉพาะกิจนั้น จะทำให้ผู้ใช้สื่อข่าวสารข้อมูลสำหรับเผยแพร่รณรงค์เรื่องหนึ่งเรื่องใดไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างเฉพาะเจาะจงและเหมาะสมกับสภาพของกลุ่มเป้าหมาย ทำให้ประชาชนเป้าหมายได้รับข่าวสารความรู้โดยตรงและถูกต้อง ช่วยให้เกิดการตัดสินใจและลงมือปฏิบัติ อาจกล่าวได้ว่า เหตุผลสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้สื่อเฉพาะกิจมีความสำคัญและมีความจำเป็นอย่างยิ่งก็คือ สื่อเฉพาะกิจเป็นสื่อที่สามารถควบคุมได้ ทั้งในแง่ความถูกต้องของเนื้อหาตามข้อเท็จจริงและแนวคิด อีกทั้งยังเป็นสื่อที่ค่อนข้างมั่นใจได้ว่าถึงตัวผู้รับสาร (สุทธนิภา ศรีไสย์ ,2544 อ้างถึงใน พรดี สะสมบัติ ,2548)

อย่างไรก็ตาม สื่อเหล่านี้ก็มีข้อจำกัดในการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายเพราะมีลักษณะ passive คือ ถ้าไม่อ่านหรือเปิดรับก็ไม่สามารถสื่อสารข้อมูลใด ๆ ออกไปได้ การเลือกใช้สื่อประเภทต่างๆ จึงต้องมีการวางแผนและศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกเปิดรับหรือการแสวงหาข่าวสารของกลุ่มเป้าหมายอย่างรอบคอบอีกด้วย

## แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

ทัศนคติ เป็นแนวความคิดที่มีความสำคัญมากแนวหนึ่งทาง จิตวิทยาสังคม และการสื่อสาร และมีการใช้ คำนี้กันอย่างแพร่หลาย สำหรับการนิยามคำว่า ทัศนคติ นั้น ได้มีนักวิชาการหลายท่านให้ความหมายไว้ดังนี้

โรเจอร์ส (Rogers , 1978 : 208 – 209 อ้างถึงใน สุรพงษ์ ไชยชนะเสถียร , 2533 : 122) ได้กล่าวถึง ทัศนคติ ว่า เป็นดัชนีชี้ว่า บุคคลนั้น คิดและรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง วัตถุหรือสิ่งแวดล้อมตลอดจนสถานการณ์ต่าง ๆ โดย ทัศนคติ นั้นมีรากฐานมาจาก ความเชื่อที่อาจส่งผลถึง พฤติกรรม ในอนาคตได้ ทัศนคติ จึงเป็นเพียง ความพร้อม ที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้า และเป็นมิติของการประเมิน เพื่อแสดงว่า ชอบหรือไม่ชอบ ต่อประเด็นหนึ่ง ๆ ซึ่งถือเป็น การสื่อสารภายในบุคคล (Interpersonal Communication) ที่เป็นผลกระทบมาจาก การรับสาร อันจะมีผลต่อพฤติกรรมต่อไป

คาร์เตอร์ วี. กูด (Carter V. Good , 1959 : 48) ให้คำจำกัดไว้ว่า ทัศนคติ คือ ความพร้อม ที่จะ แสดงออก ในลักษณะใด ลักษณะหนึ่ง ที่เป็น การสนับสนุน หรือต่อต้านสถานการณ์บางอย่างบุคคลหรือสิ่งใด ๆ

นิวคอมบ์ (Newcomb , 1854 : 128) ให้คำจำกัดความไว้ว่า ทัศนคติ ซึ่งมีอยู่ในเฉพาะคนนั้น ขึ้นกับ สิ่งแวดล้อม อาจ แสดงออก ในพฤติกรรม ซึ่งเป็นไปได้ใน 2 ลักษณะ คือ ลักษณะชอบหรือพึงพอใจ ซึ่งทำให้ผู้อื่นเกิด ความรักใคร่ อยากรใกล้ชิดสิ่งนั้น ๆ หรืออีก ลักษณะหนึ่งแสดงออกในรูปความไม่พอใจเกลียดชังไม่อยากรใกล้สิ่งนั้น

นอร์แมน แอล มูน (Norman L. Munn , 1971 : 71) กล่าวว่า ทัศนคติ คือ ความรู้สึก และความคิดเห็น ที่บุคคล มีต่อสิ่งของ บุคคล สถานการณ์ สถาบัน และข้อเสนอใด ๆ ในทางที่จะยอมรับ หรือปฏิเสธ ซึ่งมีผลทำให้ บุคคลพร้อม ที่จะ แสดงปฏิกิริยา ตอบสนอง ด้วย พฤติกรรมอย่างเดียวกันตลอด

เดโช สวานานนท์ (2512 : 28) กล่าวถึง ทัศนคติ ว่าเป็นบุคลิกภาพที่สร้างขึ้นได้เปลี่ยนแปลงได้และเป็นแรงจูงใจที่กำหนดพฤติกรรมของบุคคลที่มีต่อสิ่งแวดล้อมต่างๆ

จึงสรุปได้ว่า ทัศนคติ คือ ความรู้สึก นึกคิด ต่อข้อมูลข่าวสารที่บุคคลนั้นได้เปิดรับมา ซึ่งเป็นไปได้ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ และอาจส่งผลให้มีการแสดงออกมาทางพฤติกรรม

## การเกิดทัศนคติ

ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ จากแหล่งทัศนคติ (Source of Attitude) ต่างๆ ที่มีอยู่มากมาย อย่างไรก็ตามแหล่งที่ทำให้เกิดทัศนคติที่สำคัญคือ (ประภาเพ็ญ สุวรรณ, 2520 : 64-66)

1. **ประสบการณ์เฉพาะอย่าง** (Specific Experience) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เขาเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปในทางที่ดีหรือไม่ดี และจะทำให้เขาเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปในทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน เช่น นาย ก . เคยพูดกับนาย ข. ด้วยไมตรีที่ดี ก็จะทำให้ นาย ข. รู้สึกชอบหรือมีทัศนคติที่ดีต่อ นาย ก. เป็นต้น

2. **การติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่น** (Communication from others) การได้รับการติดต่อจากบุคคลอื่นจะทำให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้ข่าวสารต่างๆ จากผู้อื่นได้ เช่น เด็กที่เคยได้รับการสั่งสอนจากผู้ใหญ่ว่าทำอย่างนี้ดี อย่างนั้นไม่ดี ก็จะทำให้เด็กมีทัศนคติต่อการกระทำต่างๆ ตามที่ได้รับทราบมา

3. **สิ่งที่เป็นแบบอย่าง** (Models) การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้ เช่น เด็กมีความเคารพเชื่อฟังพ่อแม่ เมื่อเห็นว่าพ่อแม่แสดงออกว่าไม่ชอบสิ่งใดก็ตาม เด็กจะเลียนแบบ คือไม่ชอบสิ่งนั้นด้วย

4. **ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน** (Institutional Factors) ทัศนคติของบุคคลหลายอย่างเกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น โรงเรียน วัด หน่วยงานต่างๆ ซึ่งสถาบันเหล่านั้นจะเป็นแหล่งที่มาและสนับสนุนให้คนเกิดทัศนคติบางอย่างขึ้นได้

## องค์ประกอบของทัศนคติ

แคทซ์และสทอตแลนด์ (Katz and Stotland, 1958) ได้แยกองค์ประกอบของทัศนคติไว้ดังนี้คือ

1. **องค์ประกอบด้านความคิดหรือความรู้** ความเข้าใจ เรียกว่า “Cognitive Component” ได้แก่ ความคิด ซึ่งเป็นส่วนประกอบของมนุษย์ในการคิด โดยความคิดนี้จะอยู่ในรูปใดรูปหนึ่ง แตกต่างกันไป

2. **องค์ประกอบด้านอารมณ์** ความรู้สึก เรียกว่า “Affective Component” ซึ่งเป็นตัวเร้าความคิดอีกทอดหนึ่ง ถ้าหากบุคคลมีภาวะความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดี ก็จะแสดงสิ่งที่กำลังคิดในขณะนั้นออกมาในลักษณะที่แตกต่างกัน เช่น ความรู้สึกในด้านบวก เรียกว่า “Positive Affective

Component” ก็จะมีความรู้สึกในด้านบวกเป็นไปในทางที่ดี ขณะที่บุคคลซึ่งมี ความรู้สึกในด้านลบ ซึ่งเรียกว่า “Negative Affective Component” ก็จะมีความรู้สึกในเชิงลบ เป็นไปในทางที่ไม่ดี

3. องค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม เรียกว่า “Behavioral Component” เป็นองค์ประกอบ ที่มีแนวโน้มไปในทางการกระทำหรือพฤติกรรม ในลักษณะที่ว่าเมื่อมีสิ่งเร้าก็จะเกิดปฏิกิริยาอย่างใดอย่างหนึ่งขึ้น เช่น เมื่อบุคคลมีความรู้สึกในด้านบวก พฤติกรรมที่แสดงออกก็จะเป็นไปในทางที่ดี

ดังนั้น ส่วนประกอบทางด้านความคิดหรือความรู้ ความเข้าใจ จึงนับได้ว่าเป็น ส่วนประกอบขั้นพื้นฐานของทัศนคติ และส่วนประกอบนี้จะเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับความรู้สึกของบุคคลอาจออกมาในรูปแตกต่างกันทั้งในทางบวกและทางลบ ซึ่งขึ้นอยู่กับประสบการณ์ และการเรียนรู้ของความรู้สึกที่เกิดขึ้น ที่มีต่อวัตถุ หรือปรากฏการณ์นั้นๆ เป็นสำคัญ

นอกจากนี้ ยังมีนักวิชาการได้ให้ความคิดเห็นว่า สิ่งที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ อาจจะเป็นบุคคลคนเดียว กลุ่มบุคคล หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ หรือสิ่งทีก่อให้เกิดทัศนคติโดยตรง โดยทั่วไปแหล่งข่าวต่างๆ จะมีลักษณะที่แตกต่างกันในด้านต่างๆ เช่น ความสามารถ เป็นที่ดึงดูดความสนใจ ความคุ้นเคย ความเป็นมิตร จากการศึกษาพบว่าแหล่งข่าวที่มีความสามารถ มีความคุ้นเคย สามารถดึงดูดความสนใจและมีอำนาจ จะมีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติมากกว่าแหล่งข่าวที่ไม่มีคุณสมบัติเหล่านี้ นอกจากนี้องค์ประกอบอื่นๆ เช่น เนื้อหาของข่าวสาร (ควรพิจารณาถึงภาษา ความยากง่าย คำที่ใช้ ฯลฯ) และตัวผู้รับ เช่น ทักษะในการสื่อความหมาย ทัศนคติ ความรู้ ระบบสังคม เป็นต้น ก็เป็นองค์ประกอบในการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (สุภาพงษ์ วรรวยทอง , 2535: 18)

### แนวคิดเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัคร

#### **ความหมายของคำว่า “อาสาสมัคร”**

สมพร เทพสิทธิ์า ได้เสนอแนวคิดและทิศทางการพัฒนางานอาสาสมัครในสังคมไทยต่อที่ประชุมสมัชชาสวัสดิการสังคมแห่งชาติ ครั้งที่ 6 ณ ตึกสันติไมตรี ทำเนียบรัฐบาล เมื่อวันที่ 21 ตุลาคม 2546 ไว้ดังนี้

อาสาสมัคร (Volunteer) หมายถึง ผู้ที่สมัครใจทำงานเพื่อประโยชน์แห่งประชาชนและสังคม โดยไม่หวังผลตอบแทนเป็นเงิน

คุณสมบัติที่สำคัญของอาสาสมัครมี 3 ประการ คือ

1. ทำงานด้วยความสมัครใจไม่ใช่ด้วยการถูกบังคับหรือเพราะเป็นหน้าที่
2. เป็นงานเพื่อประโยชน์แก่ประชาชนและสังคมหรือสาธารณประโยชน์
3. ทำโดยไม่หวังผลตอบแทนเป็นเงิน

ผลตอบแทนที่อาสาสมัครได้รับคือความสุข ความภูมิใจที่ได้ปฏิบัติงานที่เป็นประโยชน์แก่ประชาชน สังคม และประเทศชาติ

ปานศักดิ์ ชินพรมราช (2550) ให้ความหมายคำว่า "อาสาสมัคร" คือ การให้ผู้อื่นโดยไม่หวังผลตอบแทน ซึ่งการให้นั้นไม่ได้ระบุว่าเป็นแรงงาน เป็นเงิน เป็นสิ่ง ของ แต่การให้ที่ถ่องแท้จะส่งผลให้เกิดความสุขทางจิตใจทั้งผู้ให้และผู้รับ

วิจิตร ศรีสะอาด (อ้างใน ภูมิธรรม เวชยชัยและสุรัสวดี หุ่นพยนต์ ,2521) ได้วิเคราะห์ไว้ว่าคุณสมบัติอาสาสมัครจะต้องประกอบด้วยลักษณะสำคัญ 4 ประการ ดังนี้ คือ

1. เป็นการบำเพ็ญประโยชน์ต่อส่วนรวม มิใช่เพื่อส่วนตัว
2. เป็นการกระทำที่เป็นไปโดยความสมัครใจ อะไรก็ตามถ้าทำโดยมิใช่ความสมัครใจ หรือมีการบังคับให้ทำ ถือว่าเป็นการทำลาย spirit ของ "งานอาสาสมัคร"
3. เป็นการกระทำที่ไม่มุ่งหวังผลตอบแทนในรูปของสินจ้างรางวัล การทำงาน ต้องถือหลักว่าไม่เป็นการจ้าง ค่าตอบแทนที่ได้ควรเพียงพอแก่การยังชีพเท่านั้น
4. เป็นการอุทิศกำลังกาย กำลังใจและเวลาให้ส่วนรวมไม่ใช่อุทิศกำลังทรัพย์ การบริจาคทรัพย์ มิใช่การอาสาสมัคร ถือเป็นการให้ทานมิใช่ spirit ของอาสาสมัคร

งานใดก็ตามที่เข้าข่ายลักษณะ 4 ประการดังกล่าวมานี้ครบถ้วนจึงจะถือว่าเป็น "งานอาสาสมัคร"

ฉัตรวรรณี องคสิงห์ (2550) ให้ความหมายของอาสาสมัครที่เป็นที่เข้าใจกันโดยทั่วไป คือ ผู้ที่ทำงานเพื่อประโยชน์ของผู้อื่น โดยไม่รับค่าตอบแทน ซึ่งจิตสำนึกของผู้ที่อุทิศตนทำงาน เช่นนี้มีทั่วไปในทุกท้องถิ่น

Susan J. Ellis และ Katerines H. Noyes (อ้างในศุภรัตน์ รัตนมุขย์ ,2544) ให้ความหมายว่า เป็นการเลือกกระทำสิ่งต่างๆ ที่เห็นว่าเป็นสิ่งที่ควรกระทำและเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมโดยไม่หวังผลตอบแทนเป็นเงินทอง และการกระทำนี้ไม่ใช่ภาระงานที่ต้องทำตามหน้าที่ จากความหมายนี้จะเห็นองค์ประกอบที่สำคัญอยู่ 4 ประการ คือ



1. การเลือก (Choose) เป็นการเน้นที่เจตจำนงที่อิสระที่จะกระทำหรือไม่กระทำในสิ่งใดๆ
2. ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) หมายถึงการกระทำที่มุ่งมั่นเป็นประโยชน์ต่อผู้อื่นซึ่งอาจเป็นได้ทั้งบุคคล กลุ่มคน หรือสังคมส่วนรวม
3. โดยไม่หวังผลตอบแทนเป็นเงินทอง ( Without Monetary Profit) หมายถึงไม่ได้หวังผลรายได้ทางเศรษฐกิจ แต่อาจรับเป็นรางวัลหรือค่าใช้จ่ายทดแทนที่ตนเองได้ใช้จ่ายไปแต่ไม่อาจเทียบได้กับค่าของสิ่งที่ได้กระทำ
4. ไม่ใช่ภาระงานที่ต้องทำตามหน้าที่ ( Beyond Basic Obligations) หมายถึงสิ่งที่ทำนั้นอยู่นอกเหนือความจำเป็นหรือสิ่งที่ถูกคาดหวังว่าจะต้องทำตามหน้าที่

ศุภรัตน์ รัตนมุขย์ ( 2544) ให้ความหมายว่าเป็นการกระทำสิ่งต่างๆที่เห็นว่าเป็นสิ่งที่ควรทำและเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมโดยไม่หวังผลตอบแทนเป็นเงินทอง และการกระทำนี้ไม่ใช่ภาระงานที่ต้องทำตามหน้าที่

กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (2547) ให้ความหมายอาสาสมัครว่า หมายถึง บุคคลที่อาสาเข้ามาช่วยเหลือสังคมด้วยความสมัครใจ เสียสละ เพื่อช่วยเหลือผู้อื่น ป้องกัน แก้ไข และพัฒนาสังคมโดยไม่หวังสิ่งตอบแทน

โดยสรุปอาจกล่าวได้ว่าอาสาสมัครหมายถึงบุคคลที่มุ่งทำงานเพื่อการบริการ และอุทิศตนโดยไม่ต้องการค่าตอบแทนเป็นเงินทอง ไม่ต้องการมีการจ่ายให้กับการทำงานนั้นๆแต่อย่างใด อาสาสมัครเต็มใจในการอาสาเพื่องานนั้นโดยตรง

### อาสาสมัครในอุดมคติ

อาสาสมัครในอุดมคติหรืออาสาสมัครที่พึงประสงค์ คืออาสาสมัครที่มีอุดมคติหรืออุดมการณ์ มีจิตและวิญญาณของอาสาสมัคร (Spirit of volunteerism) และมีคุณธรรม

อาสาสมัครควรยึดถืออุดมคติของ สมเด็จพระมหิตลาธิเบศรอดุลยเดชวิกรม พระบรมราชชนก ที่ว่า “ประโยชน์ของเพื่อนมนุษย์เป็นกิจที่หนึ่ง ประโยชน์ส่วนตัวเป็นกิจที่สอง” กล่าวคือถือประโยชน์ส่วนรวมเหนือกว่าประโยชน์ส่วนตัว

อาสาสมัครควรมีศรัทธาในการเป็นอาสาสมัครเพื่อช่วยเหลือผู้อื่นตามกระแส พระราชดำรัสพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวที่ว่า “อาสาสมัครจะต้องระลึกอยู่เสมอว่าศรัทธาในงานอาสาสมัครเพื่อช่วยเหลือผู้อื่นนั้นเกิดขึ้นด้วยตนเอง ตนมีความรู้สึกเห็นชอบในงานอาสาสมัคร มีศรัทธาที่จะทำงาน มีเวลาที่จะปฏิบัติงาน และพร้อมที่จะเป็นอาสาสมัคร”

## บทบาทและความสำคัญของอาสาสมัคร

อาสาสมัครมีบทบาทที่สำคัญในงานสังคมสงเคราะห์ การแก้ไขปัญหาสังคม และการพัฒนาสังคม เป็นกำลังสำคัญของรัฐและองค์การเอกชนที่ช่วยเหลือผู้ประสบปัญหาความทุกข์ยากเดือดร้อนประเภทต่าง ๆ เช่น ผู้เจ็บป่วยตามโรงพยาบาล ผู้ประสบสาธารณภัย ช่วยในการแก้ไขปัญหาสังคม เช่น ปัญหายาเสพติด ปัญหาอาชญากรรม และช่วยในการพัฒนาสังคม เช่น การพัฒนาชุมชนและการพัฒนาชนบท รวมทั้งการส่งเสริมความมั่นคงของชาติ

สมัชชาแห่งสหประชาชาติได้กำหนดให้ปีคริสต์ศักราช 2001 เป็นปีอาสาสมัครสากล เพื่อเน้นถึงความสำคัญของงานอาสาสมัคร และกระตุ้นให้ผู้คนในสังคม ภาครัฐ ภาคธุรกิจ และองค์การเอกชน ได้หาแนวทางที่จะส่งเสริม สนับสนุน ยกย่อง และสร้างความเข้มแข็งให้แก่งานอาสาสมัครทั้งระดับบุคคล กลุ่ม และสาธารณชน

คณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 19 ธันวาคม พุทธศักราช 2543 เห็นชอบตามที่คณะกรรมการส่งเสริมสวัสดิการแห่งชาติ เสนอให้ประเทศไทยจัดกิจกรรมเนื่องในโอกาสปีอาสาสมัครสากล และกำหนดให้วันที่ 21 ตุลาคมของทุกปี อันตรงกับวันคล้ายวันพระราชสมภพสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี ซึ่งรัฐบาลกำหนดให้เป็นวันสังคมสงเคราะห์แห่งชาติ เป็นวันอาสาสมัครไทย

ในโอกาสปีอาสาสมัครสากลและวันอาสาสมัครไทย รัฐบาลพร้อมด้วยหน่วยงานองค์การที่มีอาสาสมัครและบรรดาอาสาสมัครทั้งหลาย จึงได้ประกาศปฏิญญาอาสาสมัครไทย เพื่อแสดงเจตนารมณ์และพันธกิจที่จะส่งเสริมงานอาสาสมัครให้มีความเจริญก้าวหน้า ตลอดจนส่งเสริมบทบาท การปฏิบัติภารกิจของอาสาสมัครให้มีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นประโยชน์แก่ประชาชน สังคม และประเทศชาติยิ่งขึ้น

## ปฏิญญาอาสาสมัครไทย

ข้อ 1 อาสาสมัครมีบทบาทในการบำเพ็ญประโยชน์ให้แก่สังคมทั้งในด้านการสังคมสงเคราะห์ผู้ประสบความทุกข์ยากเดือดร้อน การป้องกัน แก้ไขปัญหา การพัฒนาสังคมและการส่งเสริมความมั่นคงของชาติ ทั้งนี้เพื่อประโยชน์สุขของประชาชนอย่างเป็นธรรมและทั่วถึง

ข้อ 2 อาสาสมัครที่พึงประสงค์ต้องมีจิตวิญญาณของอาสาสมัคร เป็นผู้ปฏิบัติงานด้วยความสมัครใจ เพื่อประโยชน์แก่ประชาชน สังคม ประเทศชาติ โดยไม่หวังสิ่งตอบแทน เป็น

ผู้มีอุดมการณ์ โดยถือประโยชน์ส่วนรวมเหนือประโยชน์ส่วนตน ทำงานด้วยความเสียสละ กระตือรือร้น เลืออาหาร บริสุทธิ์ใจและมีศรัทธาที่จะทำงานอาสาสมัคร

ข้อ 3 อาสาสมัครสมควรได้รับการยกย่องสรรเสริญเพราะเป็นผู้สมัครใจทำงานเพื่อประโยชน์แก่ประชาชน สังคม และประเทศชาติอย่างแท้จริง

ข้อ 4 ภาครัฐและเอกชนจะต้องส่งเสริมสนับสนุนงานอาสาสมัครอย่างจริงจังและต่อเนื่อง โดยพัฒนาอาสาสมัครให้มีความรู้ความสามารถ อุดมการณ์และคุณธรรม

ข้อ 5 ภาครัฐและภาคเอกชน ต้องส่งเสริมสนับสนุนการบริหารจัดการงานอาสาสมัคร เพื่อให้งานอาสาสมัครมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

ข้อ 6 ภาครัฐต้องจัดให้มีกฎหมายหรือระเบียบรองรับสถานภาพของอาสาสมัครให้ การคุ้มครอง และถือประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อ 7 ภาครัฐและภาคเอกชน ควรส่งเสริมและปลูกจิตสำนึกในการเป็นอาสาสมัคร ให้แก่เด็ก เยาวชน และประชาชนทั่วไป

ข้อ 8 ภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ องค์กรธุรกิจ และองค์กรต่าง ๆ ควรส่งเสริมสนับสนุน ให้ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ เจ้าหน้าที่ขององค์กรได้ปฏิบัติงานอาสาสมัครที่เป็น ประโยชน์แก่ประชาชน สังคม และประเทศชาติ โดยไม่ถือเป็นวันลา

ข้อ 9 ภาครัฐต้องจัดตั้งคณะกรรมการ โดยผู้แทนของภาครัฐและภาคเอกชนที่ เกี่ยวข้องกับงานอาสาสมัครเป็นกรรมการ เพื่อทำหน้าที่ในการกำหนดนโยบาย แผนงาน ส่งเสริม สนับสนุน ประสานงาน ติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานของอาสาสมัคร

### นโยบายการพัฒนางานอาสาสมัคร

งานอาสาสมัครเป็นงานที่มีคุณค่าต่อสังคม และบุคคลที่เข้ามาเป็นอาสาสมัครได้ เสียสละเวลาอันมีค่า ตลอดจนความสุขส่วนตัว เพื่อช่วยเหลือผู้อื่นหรือทำประโยชน์ให้แก่สังคม โดยไม่หวังสิ่งตอบแทนนั้น ควรแก่การยกย่องสรรเสริญ โดยเฉพาะในสังคมไทยยุคใหม่ที่มีความ หลากหลายทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้เป็นปัญหา หาทางสังคม การที่มีอาสาสมัครเข้า มาช่วยรัฐบาลบรรเทาปัญหาของบ้านเมืองนั้น นับว่าเป็นคุณประโยชน์อย่างยิ่งและสอดคล้องกับ ทุกภาคส่วนในการเข้ามามีส่วนร่วม ในการจัดการกับปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคม

ดังนั้นเพื่อเป็นการส่งเสริมและพัฒนางานอาสาสมัคร รัฐบาลจึงกำหนดนโยบาย ยการ พัฒนางานอาสาสมัคร ดังนี้

1. ส่งเสริมสนับสนุนอาสาสมัครอย่างจริงจัง โดยการพัฒนาอาสาสมัครให้มีความรู้ ความสามารถ คุณธรรมและคุณธรรม เพื่อจะได้เป็นพลังสำคัญในการสงเคราะห์ผู้มีปัญหา การป้องกัน แก้ไขปัญหา และพัฒนาสังคม พัฒนาองค์การและการส่งเสริมความมั่นคงของชาติ
2. ส่งเสริม สนับสนุน การบริหารจัดการงานอาสาสมัคร เพื่อให้ภาครัฐและ ภาคเอกชนที่มีอาสาสมัครได้บริหารจัดการงานอาสาสมัครได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
3. จัดตั้งองค์การอาสาสมัครระดับชาติ โดยให้มีคณะกรรมการส่งเสริมและ ประสานงานอาสาสมัครแห่งชาติ ประกอบด้วย ผู้แทนของหน่วยงานภาครัฐ องค์การเอกชน และอาสาสมัคร มีอำนาจหน้าที่ในการกำหนดนโยบาย แผนงาน ส่งเสริมสนับสนุน ประสานงาน ติดตาม และประเมินผล การปฏิบัติงานของอาสาสมัคร
4. ส่งเสริมการจัดตั้งสถาบันหรือศูนย์ฝึกอบรมอาสาสมัครทั้งในระดับชาติและระดับ จังหวัด เพื่อจัดให้มีการฝึกอบรมอาสาสมัครประเภทต่าง ๆ ให้อาสาสมัครเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถ คุณธรรม คุณธรรม และมาตรฐานในการปฏิบัติงาน
5. จัดตั้งศูนย์อาสาสมัครระดับชาติ ระดับจังหวัด และระดับท้องถิ่น เพื่อเป็นศูนย์ ข้อมูลกลางในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ประสบการณ์ ส่งเสริมสนับสนุน และประสานงาน ของอาสาสมัคร รวมทั้งจัดทำทะเบียนอาสาสมัคร และให้อาสาสมัครได้ปฏิบัติงานในหน่วยงานที่ ตรงกับความสนใจ
6. จัดทำคู่มือปฏิบัติงานสำหรับอาสาสมัครประเภทต่าง ๆ เพื่อช่วยให้อาสาสมัครได้ ปฏิบัติหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพ ได้มาตรฐานและมีผลงานที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชน สังคม และประเทศชาติ
7. ประชาสัมพันธ์งานอาสาสมัครให้เป็นที่แพร่หลาย เป็นที่รู้จัก ยอมรับของภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนทั่วไป
8. จัดให้มีสวัสดิการ ส่งเสริมขวัญกำลังใจ และให้การยกย่องอาสาสมัคร รวมทั้ง หน่วยงานองค์การที่มีอาสาสมัครที่ปฏิบัติงานด้วยความเข้มแข็ง เสียสละ มีผลงานดีเด่นที่เป็น ประโยชน์แก่ประชาชน สังคม และประเทศชาติ ตลอดจนส่งเสริมสนับสนุนให้ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานเอกชน ได้ปฏิบัติงานอาสาสมัคร โดยไม่ถือเป็นวันลา ทั้งนี้ จะต้องไม่มีผลทำให้เกิดความเสียหายต่องานราชการ
9. ให้การสนับสนุนการจัดงานวันอาสาสมัครไทย ทั้งในระดับชาติและระดับจังหวัด เพื่อส่งเสริมสนับสนุน บทบาทและความสำคัญของอาสาสมัครและงานอาสาสมัคร

10. ปลุกจิตสำนึกและจิตวิญญาณของอาสาสมัครในบุคคลกลุ่มต่างๆ ทั้งเด็ก เยาวชน ประชาชน ตลอดจนนักการเมือง ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานภาคเอกชน ในการทำงานเพื่อสังคม
11. ให้มีกฎหมายหรือระเบียบรับรองรับสถานภาพของอาสาสมัคร ให้การคุ้มครองและ เอื้อประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครได้อย่างมีประสิทธิภาพ
12. จัดตั้งสภาอาสาสมัครแห่งชาติเป็นองค์การอิสระ โดยหน่วยงานและองค์การที่มี อาสาสมัครเป็นสมาชิก เป็นผู้บริหารงานโดยได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ

จากแนวคิดเครือข่ายการสื่อสารนั้น ทำให้ทราบเกี่ยวกับลักษณะของ *เครือข่าย* รูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในและภายนอกเครือข่าย เป็นอย่างไร ผู้วิจัยจึงใช้แนวคิดดังกล่าว เป็นกรอบในการศึกษาวิจัย ทั้งนี้ ผู้รับสารเอง ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้การสื่อสารนั้นมี ประสิทธิภาพและประสิทธิผล ผู้วิจัยจึงสนใจว่าผู้รับสาร ในที่นี้ คือ อาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา มีการเลือกแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัคร และมีทัศนคติต่องานอาสาสมัคร อย่างไร โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสาร แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณลักษณะของ สื่อ และแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ เป็นกรอบในการวิเคราะห์ผลที่ได้ จากการศึกษา รวมไปถึง ได้นำแนวคิดเกี่ยวกับงานอาสาสมัคร มาประกอบการศึกษาวิจัยครั้งนี้ด้วย เพื่อให้ทราบความรู้อย่างถ่องแท้ในเรื่องของอาสาสมัครได้ดียิ่งขึ้น

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### งานวิจัยเกี่ยวกับเครือข่ายการสื่อสาร

เฉษฎา รัตนเขมากร (2541) ศึกษาเรื่อง “ศิลปินไทยและเครือข่ายการสื่อสารกับแฟนคลับ” พบว่า เครือข่ายการสื่อสารของแฟนคลับที่จัดตั้งขึ้นโดยบริษัท และโดยศิลปินนั้น ศิลปินถือเป็น “ตำแหน่งศูนย์กลาง” ที่สุดในเครือข่าย เพราะจะเป็นตำแหน่งที่ส่งข้อมูลข่าวสารต่างๆ ให้กับสมาชิก ส่วนแฟนคลับที่จัดตั้งขึ้นโดยแฟนเพลงอย่างเป็นทางการนั้น พบว่า “ผู้จัดตั้งแฟนคลับ” เป็น ตำแหน่งศูนย์กลาง ซึ่งสมาชิกจะต้องเข้าไปหาตำแหน่งศูนย์กลางเอง โดยสมาชิกมักจะนำข่าวสารนั้นส่งต่อไปให้เพื่อนสมาชิกด้วยกันอีกทอดหนึ่ง ซึ่งถือเป็นการติดต่อสื่อสารในรูปแบบตา

ชาย เมื่อเครือข่ายมีขนาดใหญ่ สมาชิกแฟนคลับมักจะมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ เพียงไม่กี่คนเท่านั้น โดยจะมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลที่มีความเหมือนกับตัวเองมากที่สุด แต่ในกรณีที่สมาชิกมีนิสัยบางอย่างไม่เหมือนกับกลุ่มเพื่อน สมาชิกเหล่านี้ก็จะปรับเปลี่ยนนิสัยให้เหมือนกับเพื่อนทันที เพื่อที่จะได้อยู่ในกลุ่มนั้นหรือเกิดการเกาะกลุ่มกัน

จารุณี พัทธพิมานสกุล (2542) ศึกษาเรื่อง “การศึกษาเครือข่ายการสื่อสารของกลุ่มชีวิต” พบว่า ลักษณะเครือข่ายการสื่อสารของกลุ่มชีวิตเป็นเครือข่ายการสื่อสารแบบแนวระนาบ และเครือข่ายประกอบด้วย 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ มูลนิธิชีวิต กลุ่มแกนนำภายนอก และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สำหรับรูปแบบการติดต่อสื่อสารแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1.รูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในกลุ่ม มีรูปแบบการติดต่อสื่อสารแบบทางเดียว รูปแบบการติดต่อสื่อสารแบบสองทางกึ่งทางการ และรูปแบบการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง ไม่เป็นทางการ 2.รูปแบบการติดต่อสื่อสารระหว่างเครือข่ายของกลุ่ม พบว่า มีรูปแบบการติดต่อสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ รูปแบบการติดต่อสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ รูปแบบการติดต่อสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ และมีปฏิสัมพันธ์กันน้อย และรูปแบบการติดต่อสื่อสารแบบทางเดียวเป็นทางการ

นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยการสื่อสารที่ส่งผลต่อพัฒนาการของเครือข่ายกลุ่มชีวิตนั้นสามารถแบ่งเป็น 5 ปัจจัยหลัก คือ ปัจจัยด้านผู้ส่งสาร ปัจจัยด้านคุณสมบัติของแนวคิดชีวิต ปัจจัยด้านช่องทางการสื่อสาร ปัจจัยด้านผู้รับสาร และด้านบริบทสังคม

พรพนสิริ จิตรรัตน์ (2544) ศึกษาเรื่อง “เครือข่ายการสื่อสารของกลุ่มการเมืองท้องถิ่นใน จ.ชลบุรี” พบว่า ลักษณะเครือข่ายของกลุ่มการเมืองท้องถิ่นใน จ.ชลบุรี เป็นเครือข่ายการสื่อสารแบบรวมศูนย์ โดยรูปแบบการสื่อสารแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ และการสื่อสารแบบเป็นทางการ เป็นเครือข่ายการสื่อสารที่มีการครอบงำสูง มีการรวมศูนย์ มีความยืดหยุ่นน้อย ไม่เท่าเทียมกันในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร มีความไม่สมดุลสูง และเป็นเครือข่ายเปิด ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในกระบวนการรวมกลุ่ม ปัจจัยหลัก คือ ผู้นำกลุ่ม และการจัดสรรผลประโยชน์ระหว่างสมาชิก ปัจจัยสนับสนุน คือ การสื่อสาร การพยายามจัดการความขัดแย้ง ความเคร่งครัดในกฎระเบียบ โครงสร้างเครือข่ายที่ครอบคลุม และผลงานด้านการพัฒนาที่เป็นรูปธรรม

ผกา มาศ ธนพัฒน์พงศ์ (2545) ศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์เครือข่ายการสื่อสารเพื่อการพัฒนาการเกษตรของชมรมสื่อมวลชนเกษตรแห่งประเทศไทย” พบว่า ลักษณะเครือข่ายของชมรมสื่อมวลชนเกษตรแห่งประเทศไทย เป็นเครือข่ายที่มีหลากหลาย มีแกนนำเป็นศูนย์กลาง องค์ประกอบของเครือข่าย ประกอบด้วย 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มแกนนำ กลุ่มสมาชิก และกลุ่มพันธมิตร โดยการสื่อสารในเครือข่าย เป็นการสื่อสารในแนวระนาบหรือแนวนอน ซึ่งมีประเด็นในการสื่อสารในการสื่อสาร 7 ประเด็น ได้แก่ การจัดกิจกรรมออกค่ายทัวร์เกษตร สถานการณ์การเกษตรของประเทศไทย การแก้ไขปัญหาต่างๆ ภายในชมรม การประสานข้อมูลและแบ่งปันข้อมูล ความเคลื่อนไหวต่างๆ ของชมรม ประเด็นทั่วไป และประเด็นเรื่องส่วนตัว

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของเครือข่าย ประกอบด้วย 6 ปัจจัย ได้แก่ ลักษณะของแกนนำ แนวคิดอุดมการณ์ของชมรม การใช้เครือข่ายระหว่างบุคคล ความต้องการในผลประโยชน์โอกาสในการสะท้อนปัญหาทางการเกษตร และบริบทสังคม ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของเครือข่าย ประกอบด้วย ปัจจัยหลัก 2 ปัจจัย ได้แก่ ลักษณะของแกนนำ และลักษณะของเนื้อหาหรือสาร นอกจากนี้ยังประกอบด้วยปัจจัยสนับสนุน 7 ปัจจัย ได้แก่ การเผยแพร่ข่าวทางสื่อมวลชน การบอกปากต่อปากของเครือข่ายระหว่างบุคคล การไปร่วมกิจกรรมทัวร์เกษตร ความหลากหลายของสมาชิก ความต้องการความรู้ทางการเกษตร ความต้องการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และบริบทสังคม

Lene Faye (1998) ทำการศึกษาเรื่อง “อิทธิพลของเครือข่ายทางการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเครื่องตรวจมะเร็งเต้านมของผู้สูงอายุในหมู่เกาะแปซิฟิก” พบว่า เครือข่ายการสื่อสารมีผลทางบวกต่อการยอมรับนวัตกรรมในกลุ่มที่กำลังจะไปตรวจมะเร็ง และกลุ่มที่เคยไปตรวจมะเร็งเต้านมมาแล้ว

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในด้านเครือข่ายการสื่อสารนั้น พบว่า ลักษณะการสื่อสารของเครือข่ายต่างๆ นั้น มีรูปแบบที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับกลุ่มที่เราต้องการจะศึกษา ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาว่าลักษณะเครือข่ายการสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสา นั้น มีรูปแบบ การติดต่อสื่อสารแบบใด เพื่อนำมาตอบปัญหานำวิจัยข้อที่ 1 คือลักษณะเครือข่ายการสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสา เป็นอย่างไร และนำมาประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลและอภิปรายผลต่อไป

## งานวิจัยเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสาร และทัศนคติ

กรรณิการ์ เตชะอุดมโกศา (2544) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสารกับความต้องการบริโภคโลหิตของนักเรียนระดับมัธยมปลายในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการบริโภคโลหิต การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจ มีความสัมพันธ์ กับทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคโลหิต การเปิดรับข่าวสาร จากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับความต้องการบริโภคโลหิต ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคโลหิต มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับความต้องการบริโภคโลหิต และทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคโลหิตมีความสัมพันธ์กับความต้องการบริโภคโลหิต

จุฑามาศ ปิ่นมงคล (2547) ศึกษาเรื่อง “ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมต่อการบริโภคอวัยวะของผู้ที่มาบริโภคโลหิต ณ ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย ” พบว่า ระดับการศึกษาและระยะเวลาที่บริโภคโลหิตมีความสัมพันธ์กับความรู้ ทัศนคติต่อการบริโภคอวัยวะ มีความสัมพันธ์แปรผันตามระดับการศึกษาที่สูงขึ้น ความรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในระดับน้อย ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในระดับปานกลางถึงมาก ผู้บริโภคโลหิตร้อยละ 91.25 เคยรับทราบเรื่องการบริโภคอวัยวะแต่มีเพียงร้อยละ 26.25 ที่ได้แสดงความจำนงบริโภคอวัยวะไว้ โดยส่วนใหญ่ยังไม่ได้แสดงความจำนงและให้เหตุผลว่าไม่ทราบวิธีการบริโภคอวัยวะมากที่สุด ดังนั้นควรมีการประชาสัมพันธ์เรื่องการบริโภคอวัยวะทางสื่อต่างๆให้มากยิ่งขึ้น เพื่อให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจและเกิดทัศนคติในการบริโภคอวัยวะเพื่อนำไปช่วยเหลือชีวิตผู้ป่วยต่อไป

เสมอสุข อุไรสวัสดิ์ (2529) ศึกษาเรื่อง “การศึกษาการเปิดรับข่าวสารและการแสวงหาข่าวสารการรับสมัครงานของผู้สมัครเป็นอาสาพัฒนา กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย ” พบว่า การเปิดรับข่าวสารทั่วไปและข่าวสารการรับสมัครงานอาสาพัฒนาจากวิทยุและหนังสือพิมพ์ไม่มีความสัมพันธ์กับเพศ จากวิทยุไม่มีความสัมพันธ์กับการศึกษา และจากหนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์กับการศึกษา ส่วนทางด้านเศรษฐกิจนั้น พบว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารทั่วไปและข่าวสารการรับสมัครงานอาสาพัฒนาจากวิทยุ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารทั่วไปและข่าวสารการรับสมัครงานอาสาพัฒนาจากหนังสือพิมพ์



สมชาติ สุภฤตยานันท์ (2533) ได้ศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ของการแสวงหาข่าวสารด้านการท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวไทย” พบว่า นิตยสารเป็นสื่อที่นักท่องเที่ยวไทยได้รับข่าวสารการท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ บริษัททัวร์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสื่อบุคคล ส่วนสื่อวิทยุและหนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่ให้ข่าวสารในระดับที่น้อย ในด้านเชื่อมต่อแหล่งข่าวสารด้านการท่องเที่ยว พบว่า สื่อบุคคลเป็นสื่อที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด โดยที่สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมนั้น ไม่มีความสัมพันธ์กับการแสวงหาข่าวสารด้านการท่องเที่ยว การใช้สื่อเพื่อตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว และความบ่อยครั้งในการเดินทาง แต่การแสวงหาข่าวสารด้านการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อเพื่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวไทย

ประไพศรี สุภีโพธิ์ (2539) ศึกษาเรื่อง “การศึกษาการแสวงหาข้อมูลข่าวสารเพื่อมาทำงานในเมืองของแรงงานต่างถิ่นในจังหวัดชลบุรี” เป็นการศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกรุงเทพมหานครที่มีผลต่อความปรารถนาในการทำงานต่างถิ่น พฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารและการศึกษาการสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจมาทำงานในเมือง พบว่า แรงงานต่างถิ่นที่มีความปรารถนาในการมาทำงานต่างถิ่นแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารต่างกัน และพบว่าแรงงานต่างถิ่นแสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำงานในเมืองจากการสื่อสารระหว่างบุคคลมากที่สุด เนื่องจากมีความเชื่อถือ และมีโอกาสเข้าถึงมากที่สุด โดยสื่อมวลชนมีบทบาทในการให้ข้อมูลข่าวสารที่ต้องการน้อยมาก

ศรีหญิง ศรีคชา (2544) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับ และการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษา” พบว่า นิสิตนักศึกษาในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ มี การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่านิสิตนักศึกษาที่กำลังศึกษาในสาขาสังคมศาสตร์-มนุษยศาสตร์ การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต มีอิทธิพลต่อการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่าการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่ออื่นๆ

นอกจากนี้ พบว่านิสิตนักศึกษาค้นหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตโดยการ Search Engine มากกว่าการค้นหาจากแหล่งข้อมูล (www) ซึ่งรูปแบบในการนำเสนอที่น่าสนใจเป็นเหตุผลสำคัญในการแสวงหาข่าวสาร และต้องการข้อมูลที่มีรายละเอียด มีภาพเหมือนจริงประกอบ และสามารถ Link กับเว็บไซต์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้ ปัญหาที่พบในการ

แสวงหาข่าวสารบนสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุดเกี่ยวกับข้อมูล คือ ไม่มีการประชาสัมพันธ์แหล่งข้อมูล ให้เป็นที่รู้จัก

ศศิวิมล ตามไท (2542) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และ พฤติกรรมการบริโภคข่าวกรองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า การเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับข่าวกรองจากสื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สมาชิกในครอบครัว และญาติ /เพื่อน/คนรู้จัก มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับข่าวกรอง และพฤติกรรมการบริโภคข่าวกรอง เนื่องมาจาก ประชาชนได้รับการโน้มน้าวพฤติกรรมจากทั้งสื่อมวลชนและสื่อบุคคล โดยผลของการโน้มน้าวใจ ด้วยวิธีดังกล่าว จึงก่อให้เกิด พฤติกรรมการบริโภคข่าวกรอง แต่การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าว กรองไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับข่าวกรอง

อนุกุล พลศิริ (2551) ศึกษาเรื่อง “ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง” พบว่า นักศึกษามีความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารใน ระดับผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำ มีทัศนคติการบริโภคอาหารในระดับดี และมีพฤติกรรมการบริโภคอา หารในระดับปานกลาง และพบอีกว่า เพศหญิงมีความรู้ในการบริโภคอาหารสูงกว่าเพศชาย ส่วน ทัศนคติและพฤติกรรมไม่แตกต่างกัน ระหว่างเพศชายและเพศหญิง และพฤติกรรมการบริโภค อาหารมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการบริโภคอาหารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากงานวิจัยที่เกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสารและทัศนคติ พบว่า ยังไม่มีงานวิจัยที่ เกี่ยวข้องกับการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัคร พบเพียงการแสวงหาข่าวสาร เกี่ยวกับการสมัครงานของผู้สมัครเป็นอาสาพัฒนา เท่านั้น ส่วนในเรื่องของทัศนคติ ก็พบเกี่ยวกับ ทัศนคติที่มีต่อการบริจาคโลหิต และการบริจาคอวัยวะเท่านั้น ผู้วิจัยจึงนำงานวิจัยในด้านอื่นๆมา ประกอบการวิจัยในครั้งนี้ นอกจากนี้จากผลการวิจัยในเรื่องของการแสวงหาข่าวสาร และทัศนคติ พบว่า การแสวงหาข่าวสารจากสื่อต่างๆ อาทิ สื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ หรือสื่อ อินเทอร์เน็ต รวมทั้งในเรื่อ งของทัศนคติ นั้น ผลการวิจัยจะแตกต่างกันออกไป ตามบริบทที่ ทำการศึกษา ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว เพื่อ ตอบปัญหาวิจัย ข้อที่ 2 และ3 คือ การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัคร มี ความสัมพันธ์กับการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสาหรือไม่ อย่างไร และทัศนคติต่องาน อาสาสมัคร มีความสัมพันธ์กับการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสาหรือไม่ อย่างไร

### งานวิจัยเกี่ยวกับอาสาสมัคร

กองวิจัยและประเมินผล (2532) ทำการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติ ตามบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการพัฒนาสตรี” ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ คณะกรรมการพัฒนาสตรี ระดับตำบล ใน 4 จังหวัดภาคกลาง ในความรับผิดชอบของศูนย์ ช่วยเหลือทางวิชาการพัฒนาชุมชน เขตที่ 2 คือ จังหวัดปราจีนบุรี จังหวัดชลบุรี จังหวัดระยอง และจังหวัดจันทบุรี พบว่า

- 1) คณะกรรมการพัฒนาสตรีที่มีอายุสูง จะปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ได้ดีกว่า คณะกรรมการพัฒนาสตรีที่มีอายุน้อย
- 2) คณะกรรมการพัฒนาสตรีที่มีฐานะทางเศรษฐกิจสูง จะปฏิบัติตามบทบาท หน้าที่ได้ดีกว่า คณะกรรมการพัฒนาสตรีที่มีฐานะทางเศรษฐกิจต่ำ
- 3) คณะกรรมการพัฒนาสตรีที่ได้รับการอบรมซ้ำๆ มากครั้ง จะปฏิบัติตาม บทบาทหน้าที่ได้ดีกว่า คณะกรรมการพัฒนาสตรีที่ได้รับการอบรมซ้ำๆ น้อยครั้ง
- 4) คณะกรรมการพัฒนาสตรีที่ได้รับการสนับสนุนจากเจ้าหน้าที่มากกว่า จะ ปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ได้ดีกว่า คณะกรรมการพัฒนาสตรีที่ได้รับการสนับสนุนจากเจ้าหน้าที่ น้อยลง
- 5) คณะกรรมการพัฒนาสตรีที่ได้รับการสนับสนุนจากชุมชนมากครั้ง จะปฏิบัติ ตามบทบาทหน้าที่ได้ดีกว่า คณะกรรมการพัฒนาสตรีที่ได้รับการสนับสนุนจากชุมชนน้อยลง
- 6) คณะกรรมการพัฒนาสตรีที่ได้รับข่าวสารจากภายนอกมาก จะปฏิบัติตาม บทบาทหน้าที่ได้ดีกว่า คณะกรรมการพัฒนาสตรีที่ได้รับข่าวสารน้อย
- 7) คณะกรรมการพัฒนาสตรีที่มีความเข้าใจในงานพัฒนาชุมชนมาก จะปฏิบัติ ตามบทบาทหน้าที่ได้ดีกว่า คณะกรรมการพัฒนาสตรีที่มีความเข้าใจในงานพัฒนาชุมชนน้อย
- 8) คณะกรรมการพัฒนาสตรีที่มีความเข้าใจในบทบาทหน้าที่มาก จะปฏิบัติตาม บทบาทหน้าที่ได้ดีกว่า คณะกรรมการพัฒนาสตรีที่มีความเข้าใจในบทบาทหน้าที่น้อย
- 9) คณะกรรมการพัฒนาสตรีที่คาดหวังผลประโยชน์มาก จะปฏิบัติตามบทบาท หน้าที่ได้ดีกว่า คณะกรรมการพัฒนาสตรีที่คาดหวังผลประโยชน์น้อย

กองวิจัยและประเมินผล (2532) ทำการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของ ผู้นำอาสาพัฒนาชุมชน” ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ จังหวัดสกลนคร หนองคาย เลย บุรีรัมย์ ร้อยเอ็ด และสุรินทร์

- 1) ผู้นำอาสาพัฒนาชุมชนที่มีอายุสูงจะปฏิบัติงานตามบทบาทของผู้นำอาสาพัฒนาชุมชนได้ดีกว่าผู้นำอาสาพัฒนาชุมชนที่มีอายุต่ำมาก
- 2) ผู้นำอาสาพัฒนาชุมชนที่มีระดับรายได้สูงจะปฏิบัติงานตามบทบาทของผู้นำอาสาพัฒนาชุมชนได้ดีกว่าผู้นำอาสาพัฒนาชุมชนที่มีระดับรายได้ต่ำ
- 3) ผู้นำอาสาพัฒนาชุมชนที่ได้รับการสนับสนุนจากเจ้าหน้าที่มาก จะปฏิบัติงานตามบทบาทของผู้นำอาสาพัฒนาชุมชนได้ดีกว่าผู้นำอาสาพัฒนาชุมชนที่ได้รับการสนับสนุนจากเจ้าหน้าที่น้อย
- 4) ผู้นำอาสาพัฒนาชุมชนที่ได้รับการสนับสนุนจากผู้นำชุมชนมาก จะปฏิบัติงานตามบทบาทของผู้นำอาสาพัฒนาชุมชนได้ดีกว่าผู้นำอาสาพัฒนาชุมชนที่ได้รับการสนับสนุนจากผู้นำชุมชนน้อย
- 5) ผู้นำอาสาพัฒนาชุมชนที่มีการติดตามข่าวสารการพัฒนามาก จะปฏิบัติงานตามบทบาทของผู้นำอาสาพัฒนาชุมชนได้ดีกว่าผู้นำอาสาพัฒนาชุมชนที่มีการติดตามข่าวสารการพัฒนาน้อย
- 6) ผู้นำอาสาพัฒนาชุมชนที่มีความรู้ความเข้าใจในงานพัฒนาชุมชนมาก จะปฏิบัติงานตามบทบาทของผู้นำอาสาพัฒนาชุมชนได้ดีกว่าผู้นำอาสาพัฒนาชุมชนที่มีความรู้ความเข้าใจในงานพัฒนาชุมชนน้อย
- 7) ผู้นำอาสาพัฒนาชุมชนที่มีความรู้ความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ของตนเองมาก จะปฏิบัติงานตามบทบาทของผู้นำอาสาพัฒนาชุมชนได้ดีกว่าผู้นำอาสาพัฒนาชุมชนที่มีความรู้ความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ของตนเองน้อย
- 8) ผู้นำอาสาพัฒนาชุมชนที่มีโอกาสแสดงความสามารถในการปฏิบัติงานได้มาก จะปฏิบัติงานตามบทบาทของผู้นำอาสาพัฒนาชุมชนได้ดีกว่าผู้นำอาสาพัฒนาชุมชนที่มีโอกาสแสดงความสามารถในการปฏิบัติงานได้น้อย
- 9) ผู้นำอาสาพัฒนาชุมชนที่ทราบว่ามีความเหมาะสมในการปฏิบัติงาน จะปฏิบัติงานตามบทบาทของผู้นำอาสาพัฒนาชุมชนได้ดีกว่าผู้นำอาสาพัฒนาชุมชนที่ไม่ทราบว่ามีความเหมาะสมในการปฏิบัติงาน

แพทยา แก้วพวง (2533) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของคณะกรรมการหมู่บ้าน ในการบริหารงานพัฒนาท้องถิ่น ศึกษาเฉพาะกรณีอำเภอไชย จังหวัดอ่างทอง ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ คือ

- 1) ไม่พบว่า กรรมการหมู่บ้านที่มีอายุมากจะมีส่วนร่วมในการบริหารงานพัฒนาท้องถิ่นมากกว่ากรรมการหมู่บ้านที่มีอายุน้อย
- 2) พบว่า กรรมการหมู่บ้านที่มีระดับการศึกษา สูง จะมีส่วนร่วมในการบริหารงานพัฒนาท้องถิ่นมากกว่ากรรมการหมู่บ้านที่มีระดับการศึกษาต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเป็นการยอมรับสมมติฐาน
- 3) พบว่า กรรมการหมู่บ้านโดยการเลือกตั้ง จะมีส่วนร่วมในการบริหารงานพัฒนาท้องถิ่นมากกว่ากรรมการหมู่บ้านโดยตำแหน่ง
- 4) พบว่า กรรมการหมู่บ้านที่มีการติดต่อกับเจ้าหน้าที่มาก จะมีส่วนร่วมในการบริหารงานพัฒนาท้องถิ่นมากกว่ากรรมการหมู่บ้านที่มีการติดต่อกับเจ้าหน้าที่น้อย
- 5) พบว่า กรรมการหมู่บ้านที่มีมาตรฐานการดำรงชีพสูง จะมีส่วนร่วมในการบริหารงานพัฒนาท้องถิ่นมากกว่ากรรมการหมู่บ้านที่มีมาตรฐานในการดำรงชีพต่ำ
- 6) พบว่า กรรมการหมู่บ้านที่เป็นสมาชิกกลุ่มทางสังคมมาก จะมีส่วนร่วมในการบริหารงานพัฒนาท้องถิ่นมากกว่ากรรมการหมู่บ้านที่เป็นสมาชิกกลุ่มทางสังคม
- 7) พบว่า กรรมการหมู่บ้านที่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการดำเนินงานของกรรมการหมู่บ้านมาก จะมีส่วนร่วมในการบริหารงานพัฒนาท้องถิ่นมากกว่ากรรมการหมู่บ้านที่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการดำเนินงานของกรรมการหมู่บ้านน้อย

นันทน์ภัท ประสานทอง (2545) ศึกษาเรื่อง “ความคิดเห็นของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านต่องานสุขภาพจิตชุมชนใน 4 จังหวัด” โดยศึกษาอาสาสมัครในจังหวัดนนทบุรี สระบุรี กาญจนบุรี และนครราชสีมา พบว่า อาสาสมัครเป็นเพศชายต่อหญิงคิดเป็น 1:3.7 มีอายุเฉลี่ย 43.5 ปี สถานภาพสมรสคู่ (78.9%) ส่วนใหญ่จบประถมศึกษา มีอาชีพเกษตรกรกรรม มีประสบการณ์ทำงานอาสาสมัครเฉลี่ย 7.1 ปี บทบาทหน้าที่อื่นนอกเหนือจากการเป็นอาสาสมัครคือ กรรมการหมู่บ้าน และอาสาสมัครจะให้ความสำคัญและปฏิบัติกิจกรรมสุขภาพจิต ด้านค้นหาและคัดกรองผู้มีปัญหาสุขภาพจิตในชุมชนได้น้อยเมื่อเปรียบเทียบกับกิจกรรมอื่นๆ เนื่องจากยังขาดความรู้ ทักษะ สื่อ และเทคโนโลยีด้านสุขภาพจิต

สุนิตย์ เจริญฐา และวินัย เม ฆไทรภพ (2548) ศึกษาเรื่อง “การศึกษาและประยุกต์บทเรียนงานอาสาสมัครจากต่างประเทศเพื่อการพัฒนาระบบอาสาสมัครในประเทศไทย” เป็นการศึกษาทางด้านอาสาสมัครในภาพรวม โดยนำเสนอผลการประมวลงานวิจัยในต่างประเทศ

เพื่อนำมาประยุกต์กับงานอาสาศาสตร์ในประเทศไทย พบว่าควรมีการจัดการฐานข้อมูลอาสาศาสตร์ ร่วมกันประกอบไปด้วยข้อมูลอาสาศาสตร์ องค์การรับอาสาศาสตร์และองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้อง โดย แยกกลางเป็นองค์การอาสาศาสตร์จากภาคประชาสังคม มีภาครัฐและภาคธุรกิจสนับสนุน ควบคู่ไปกับการทำให้งานอาสาศาสตร์เป็นที่ยอมรับผ่านสื่อ ศูนย์กลางชี้ อมูลอาสาศาสตร์ มีองค์ความรู้ที่ เกี่ยวข้องกับงานอาสาศาสตร์ ไปจนถึงการร่วมผลักดันนโยบายที่เกี่ยวข้องกับงานอาสาศาสตร์ เพื่อให้ งานอาสาศาสตร์เป็นส่วนหลักของการพัฒนาประเทศได้เป็นที่ยอมรับอย่างแท้จริง

จากงานวิจัยเกี่ยวกับงานด้านอาสาศาสตร์ พบว่า งานส่วนใหญ่จะเป็นการศึกษา เกี่ยวกับการปฏิบัติหน้าที่หรือการทำงานด้านอาสาศาสตร์ ปัจจัยส่วนบุคคลกับการปฏิบัติหน้าที่ ของอาสาศาสตร์ และมีงานวิจัยที่ ศึกษาในภาพรวมของระบบอาสาศาสตร์เท่านั้น แต่ยังไม่มื งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับเครือข่ายการสื่อสาร หรือ การ เข้าร่วมเป็นอาสาศาสตร์เลย ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาวิจัยเรื่อง เครือข่ายการสื่อสารและการ เข้าร่วมเป็นอาสาศาสตร์เครือข่าย จิตอาสา

ศูนย์วิทยพัทยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง “เครือข่ายการสื่อสารและการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา” ซึ่งการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผสมผสานกัน เพื่อให้ได้ข้อมูลและรายละเอียดในประเด็นต่างๆ ที่ต้องการอย่างครบถ้วนสมบูรณ์ โดยผู้วิจัยแบ่งข้อมูลการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

#### ส่วนที่ 1 : ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ

##### กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย

กลุ่มเป้าหมายในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ 1.แกนนำเครือข่ายจิตอาสา และ 2.อาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา ผู้วิจัยใช้วิธีการแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้ได้บุคคลที่สามารถทำหน้าที่เป็นตัวแทนหลักของกลุ่มเป้าหมายได้ดี หรือเรียกว่ากลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) และใช้เทคนิคก้อนหิมะ (snowball technique) โดยผู้วิจัยขอให้ผู้ให้ข้อมูลแนะนำรายชื่อของบุคคลอื่นๆที่เกี่ยวข้อง และสามารถให้ข้อมูลได้ จากนั้น ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อศึกษาลักษณะเครือข่ายการสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสา โดยมีการคัดเลือกดังนี้

- แกนนำเครือข่ายจิตอาสา

1. เข้าไปพบปะกับบ้านจิตอาสา ซึ่งเป็นเหมือน เพื่อพูดคุยทำความรู้จัก และสอบถามถึงกิจกรรมต่างๆ บุคคลที่มีบทบาทในเครือข่าย และขอคำแนะนำว่าใครคือบุคคลที่คิดว่าเหมาะสม สำหรับการให้สัมภาษณ์ต่อไป
2. ติดต่อประสานงานกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักข้างต้น ซึ่งผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 15 คน ตามรายชื่อดังต่อไปนี้

1. วินัย เมฆไตรภาพ กรรมการเครือข่ายจิตอาสา และผู้ช่วยผู้อำนวยการมูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย

2. นันทน์ภัท วชิระสมบุญ ผู้ประสานงานเครือข่ายจิตอาสา

3. พูลปรีชา เอื้อตันตรังษี ผู้ดูแลฐานข้อมูลคลังเอกสารสาธารณะ และด้านการสื่อสารสารสนเทศ (Openbase Administrator & IT Support)
4. พูลยศ กัมพลกัญญา ผู้ประสานงานโครงการ Paper Ranger
5. สมเกียรติ อำนวยสุวรรณ หัวหน้าฝ่ายส่งเสริมการให้ มูลนิธิกองทุนไทย
6. นริศรา อารมณีนันท์ ผู้ประสานงานโครงการอาสาสมัครเด็ก พลังแห่งการเปลี่ยนแปลง มูลนิธิสุขภาพไทย
7. พิธากร ศรีบุตรวงศ์ เจ้าหน้าที่สื่อสารสาธารณะ บางกอกฟอรั่ม
8. นันทินี มาลานนท์ ผู้จัดการศูนย์อาสาสมัครมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และผู้ประสานงานเครือข่ายจิตอาสา
9. กรวิกา ก้อนแก้ว หัวหน้าโครงการโรงพยาบาลมีสุข มูลนิธิระจกเงา
10. อิศรา สุคงคารัตนกุล ผู้ก่อตั้ง และเว็บมาสเตอร์ [www.budpage.com](http://www.budpage.com)
11. สุรัช สระวาคำ กรรมการเครือข่ายจิตอาสา และหัวหน้าศูนย์การเรียนรู้บ้านดินไทย
12. กรรณิกา ควราชจร ผู้อำนวยการมูลนิธิอาสาสมัครเพื่อสังคม
13. ไพโรจน์ วิสุทธิวงศศิริพันธ์ อาสาสมัครอิสระ และผู้ประสานงานเครือข่ายจิตอาสา
14. คະທາວູ ແວງຮັຍຽມີ ຜູ້ປະສານງານໂຄງການສຸຂໜັດ້ດ້ວຍປັດຼຍຽນາ ເຄືອຂ່າຍພຸທິກາ ເພື່ອພຸຸທທສາສນາແລະສັງຄມ ແລະຜູ້ປະສານງານເຄືອຂ່າຍຈິດອາສາ
15. ดวงรักษ์ เลิศมั่งมี ผู้จัดการกลุ่มนวัตกรรมเยาวชนเพื่อสังคม (YIY)

- อาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา

ผู้วิจัยได้เข้าไปร่วมกิจกรรมอาสาสมัคร ที่ทางองค์กรต่างๆของเครือข่ายจิตอาสา จัดขึ้นก่อน เพื่อเข้าไปพบปะ ทำความคุ้นเคย และขอคำแนะนำว่าใครคือบุคคลที่คิดว่าเหมาะสม สำหรับทำหน้าที่เป็นตัวแทนหลักในการให้สัมภาษณ์ต่อไป โดยกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างในการ สัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 10 คน ทั้งนี้ อาสาสมัครที่เป็นตัวแทนหลักในการให้ข้อมูลนั้น จะต้องเป็นผู้ที่เข้าร่วมทำกิจกรรมอาสาสมัครที่ทางองค์กรของเครือข่ายจิตอาสาจัดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ ตาม รายชื่อดังต่อไปนี้



1. ชื่นจิต สุขสวัสดิ์  
เพศหญิง อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน ระยะเวลาการเป็นอาสาสมัคร 3-4 ปี
2. อารีรัตน์ นิลประเสริฐ  
เพศหญิง อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน ระยะเวลาการเป็นอาสาสมัคร 4 ปี
3. ทินกร สร้อยสังวรณ์  
เพศชาย อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ระยะเวลาการเป็นอาสาสมัคร 1ปี
4. นवलพรรณ จรุงชนม์  
เพศหญิง อาชีพ ประกอบธุรกิจส่วนตัว ระยะเวลาการเป็นอาสาสมัคร 14 ปี
5. กิตตินาถ ทับเที่ยง  
เพศหญิง อาชีพ ไม่ระบุ (มีงานประจำ) ระยะเวลาการเป็นอาสาสมัคร 3 ปี
6. นพวรรณ พงษ์ทอง  
เพศหญิง อาชีพ ไม่ระบุ (มีงานประจำ) ระยะเวลาการเป็นอาสาสมัคร 2 ปี
7. ขนิดา คณิตสิสุวรรณ  
เพศหญิง อาชีพ แม่บ้าน ระยะเวลาการเป็นอาสาสมัคร 4 ปี
8. จันท์เพ็ญ ภิรมย์ลาภา  
เพศหญิง อาชีพ ประกอบธุรกิจส่วนตัว ระยะเวลาการเป็นอาสาสมัคร 4 ปี
9. นพรัตน์ ภาดี  
เพศหญิง อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน ระยะเวลาการเป็นอาสาสมัคร 8 เดือน
10. ไชยวัฒน์ ชินวัตร  
เพศชาย อาชีพ นิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ระยะเวลาการเป็นอาสาสมัคร 2-3ปี

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่

1. แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบอิงโครงสร้างปานกลาง (Semi-Structural) และใช้แนวคำถามปลายเปิด (Open-ended question) ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นคำถามไว้ล่วงหน้าและไม่ชี้นำคำตอบ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถบอกเล่าเรื่องราวต่างๆ ได้อย่างละเอียดและมีความยืดหยุ่นสูง เพื่อตอบปัญหาวิจัยข้อที่ 1 ซึ่งประเด็นในการสัมภาษณ์นั้นประกอบไปด้วย
 

ลักษณะเครือข่ายการสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสา

  - รูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร
  - ลักษณะการติดต่อสื่อสารกันระหว่างองค์กรกับองค์กร
  - รูปแบบการติดต่อสื่อสารระหว่างองค์กรกับอาสาสมัคร หรือประชาชนทั่วไป
  - รูปแบบการติดต่อสื่อสารระหว่างอาสาสมัครกับอาสาสมัคร หรือประชาชนทั่วไป
2. การสังเกตแบบมีส่วนร่วม โดยผู้วิจัยได้เข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัครที่จัดขึ้น เพื่อให้เกิดความสนิทสนมกับบุคคลในเครือข่ายจิตอาสามากขึ้น ในขณะที่เข้าร่วมกิจกรรมนั้นก็ จะทำการสังเกตแบบมีส่วนร่วม เพื่อให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของคนในเครือข่าย ในขณะเดียวกันผู้วิจัยก็จะทำการพูดคุย และสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการควบคู่ไปด้วย
3. เครื่องบันทึกเทป เพื่อบันทึกการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของกลุ่มตัวอย่าง โดยจะใช้ควบคู่ไปกับการจดบันทึกสาระสำคัญของสัมภาษณ์ ทั้งจากการไปพบผู้ให้ข้อมูลหลักโดยตรง และการสัมภาษณ์ผ่านทางโทรศัพท์
4. สมุดจดบันทึก เพื่อใช้จดบันทึกการสัมภาษณ์และการสังเกตการณ์กลุ่มตัวอย่าง
5. กล้องถ่ายภาพ เพื่อใช้ถ่ายภาพสถานที่ บรรยากาศ การจัดกิจกรรมอาสาสมัครต่างๆ

## การตรวจสอบความเที่ยงและความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ

ก่อนที่ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัย ทำการทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของเครื่องมือดังนี้

### แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

การจัดเตรียมแนวคำถามแบบสัมภาษณ์เชิงลึกนั้น ผู้วิจัยคำนึงถึงคุณภาพของเครื่องมือว่ามีความเที่ยงตามเนื้อหาที่ต้องการวัด (Content validity) หรือการวัดได้ครอบคลุมเนื้อหาทั้งหมดตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยหรือไม่ ด้วยการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยผ่านการตรวจสอบแนวทางการสัมภาษณ์ ตลอดจนข้อคำถามจากอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความครอบคลุมของคำถามและการตั้งประเด็นคำถามให้ครบตามความต้องการและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยให้มากที่สุด ตลอดจนกระบวนการวิจัยแล้วนำมาปรับแก้ก่อนนำไปใช้จริง

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลดังนี้

1. ผู้วิจัยได้สมัครเป็นสมาชิกของเครือข่ายจิตอาสาผ่านทาง [www.facebook.com](http://www.facebook.com) และ [www.volunteerspirit.org](http://www.volunteerspirit.org) เพื่อติดตามข้อมูลข่าวสาร กิจกรรม ความเคลื่อนไหวต่างๆ และนำมาประกอบการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป
2. ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่างๆที่ได้ค้นคว้ามา เกี่ยวกับรายละเอียดต่างๆ ของเครือข่ายจิตอาสา เช่น บทความ เว็บไซต์ต่างๆ เป็นต้น รวมไปถึงแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับประเด็นที่ศึกษา เพื่อเตรียมการก่อนลงสนามเก็บข้อมูลและเพื่อเป็นประโยชน์ในการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ทำความรู้จักคุ้นเคยกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อสร้างสัมพันธภาพที่ดีในการสัมภาษณ์ โดยการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ พูดคุยเรื่องทั่วไปเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัคร รวมทั้งประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย
4. แนะนำตัวและแจ้งให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้ และขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูล
5. เข้าพบกลุ่มตัวอย่างและสัมภาษณ์ด้วยตนเอง โดย ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล รวมทั้งมีการบันทึกเทปประกอบการสัมภาษณ์ด้วย

6. ทุกครั้งที่สัมภาษณ์เสร็จ ผู้วิจัยจะรีบถอดเทปทันที เพื่อสามารถนำข้อมูลที่ได้มาจัดเรียงข้อมูล และเป็นประโยชน์ในการสัมภาษณ์ครั้งต่อไป

### การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล

ในส่วนของการวิจัยเชิงคุณภาพนั้น การวิเคราะห์ข้อมูลจะดำเนินไปพร้อมกันกับการเก็บรวบรวมข้อมูล ทั้งนี้เพื่อเป็นการตรวจสอบความเชื่อถือได้ของข้อมูลโดยการแสวงหาความเชื่อถือได้จากแหล่งข้อมูลที่แตกต่างกัน คือผู้ก่อตั้ง แกนนำ และสมาชิกอาสาสมัครของเครือข่ายจิตอาสา โดยนำข้อมูลทั้งจากการรวบรวมเอกสารต่างๆ การสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อนำมาวิเคราะห์ให้เห็นภาพรวมลักษณะเครือข่ายการสื่อสารของกลุ่ม โดยผู้วิจัยมีลำดับขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. จำแนกประเภทข้อมูล (Typological)
2. เปรียบเทียบข้อมูล (Comparison)
3. สร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Induction) จากข้อมูลในขั้นตอนที่ 1 และ 2

เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนข้างต้นแล้ว ผู้วิจัยจะนำเสนอข้อมูลแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) เพื่อชี้ให้เห็นถึงลักษณะเครือข่ายการสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสาต่อไป

### ส่วนที่ 2 : ข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ

#### ประชากร

ประชากรเป้าหมายสำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ อาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนของประชากร เนื่องจากเครือข่ายจิตอาสาไม่ได้มีการสำรวจจำนวนอย่างเป็นทางการ แต่จากการคาดคะเน ตามจำนวนของผู้เข้าร่วมกิจกรรมอาสาแต่ละกิจกรรม ตลอดระยะเวลาในการก่อตั้งเครือข่ายจิตอาสา คือตั้งแต่วันที่ 27 ธันวาคม 2547 จนถึงปัจจุบัน รวมระยะเวลาทั้งสิ้นเกือบ 6 ปี จึงน่าจะมีจำนวนไม่ต่ำกว่า 10,000 คน (วินัย เมฆไตรภพ – สัมภาษณ์ วันที่ 21 มีนาคม 2553)

### กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ อาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีเปิดตารางสำเร็จ ของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) (วิเชียร เกตุสิงห์, 2541 : 29) กำหนดความเชื่อมั่นไว้ที่ระดับ 95% ความผิดพลาดไม่เกิน 5% และกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน

### การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการ สุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) คือเฉพาะบุคคลที่เคยเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัครของเครือข่ายจิตอาสาจัดขึ้นเท่านั้น โดยส่งแบบสอบถามออนไลน์ไปยังกลุ่มตัวอย่าง ในช่วงเวลา ระหว่างวันที่ 1 มิถุนายน ถึง 20 สิงหาคม 2553

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสอบถาม ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจากการศึกษาค้นคว้าและดัดแปลงจากเอกสารต่างๆ รวมทั้งแนวคิดงานวิจัยใกล้เคียงของผู้ที่ได้ทำการวิจัยมาแล้ว เพื่อตอบปัญหาคำถามข้อที่ 2 และ 3 ซึ่งแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นนี้เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Closed-Ended Questionnaire) โดยแบ่งเนื้อหาของแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัคร

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่องานอาสาสมัคร

ตอนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลการเป็นอาสาสมัครและการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัคร

เกณฑ์การให้คะแนน

- การวัดตัวแปรเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัคร

**จากสื่อบุคคล**

เป็นประจำ/บ่อยมาก	5	คะแนน
บ่อย	4	คะแนน
ไม่ค่อยบ่อย	3	คะแนน
นานๆครั้ง	2	คะแนน
ไม่เคยเลย	1	คะแนน

- การวัดตัวแปรเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัคร

**จากสื่อออนไลน์**

เป็นประจำ/บ่อยมาก	5	คะแนน
บ่อย	4	คะแนน
ไม่ค่อยบ่อย	3	คะแนน
นานๆครั้ง	2	คะแนน
ไม่เคยเลย	1	คะแนน

- การวัดตัวแปรเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัคร

**จากสื่อเฉพาะกิจ**

เป็นประจำ/บ่อยมาก	5	คะแนน
บ่อย	4	คะแนน
ไม่ค่อยบ่อย	3	คะแนน
นานๆครั้ง	2	คะแนน
ไม่เคยเลย	1	คะแนน

● การวัดตัวแปรเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านอาสาศัมคร  
จากสื่ออิเล็กทรอนิกส์

เป็นประจำ/บ่อยมาก	5	คะแนน
บ่อย	4	คะแนน
ไม่บ่อยบ่อย	3	คะแนน
นานๆครั้ง	2	คะแนน
ไม่เคยเลย	1	คะแนน

นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย แล้วแปลความหมายของค่าเฉลี่ยดังนี้

มีการแสวงหาข่าวสารในระดับสูงมาก	4.21 – 5.00	คะแนน
มีการแสวงหาข่าวสารในระดับสูง	3.41 – 4.20	คะแนน
มีการแสวงหาข่าวสารในระดับปานกลาง	2.61 – 3.40	คะแนน
มีการแสวงหาข่าวสารในระดับต่ำ	1.81 – 2.60	คะแนน
มีการแสวงหาข่าวสารในระดับต่ำมาก	1.00 – 1.80	คะแนน

● การวัดตัวแปรเกี่ยวกับทัศนคติต่องานอาสาศัมคร

เป็นการวัดความคิดเห็นเกี่ยวกับงานด้านอาสาศัมคร ซึ่งคำถามมีทั้งเชิงบวก และเชิงลบ จึงมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

	เชิงบวก	เชิงลบ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	1
เห็นด้วย	4	2
ไม่แน่ใจ	3	3
ไม่เห็นด้วย	2	4
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	5

นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย แล้วแปลความหมายของค่าเฉลี่ยดังนี้

มีทัศนคติต่องานอาสาสมัครเชิงบวกอย่างมาก	4.21 – 5.00 คะแนน
มีทัศนคติต่องานอาสาสมัครเชิงบวก	3.41 – 4.20 คะแนน
มีทัศนคติต่องานอาสาสมัครเป็นกลาง	2.61 – 3.40 คะแนน
มีทัศนคติต่องานอาสาสมัครเชิงลบ	1.81 – 2.60 คะแนน
มีทัศนคติต่องานอาสาสมัครเชิงลบอย่างมาก	1.00 – 1.80 คะแนน

● **ระยะเวลาการเป็นอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา**

การวัดตัวแปรเกี่ยวกับระยะเวลาในการเป็นอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา ให้คะแนนดังนี้

มากกว่า 4 ปี	5 คะแนน
มากกว่า 3 – 4 ปี	4 คะแนน
มากกว่า 2 – 3 ปี	3 คะแนน
มากกว่า 1 – 2 ปี	2 คะแนน
น้อยกว่า 1 ปี	1 คะแนน

● **เหตุผลในการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัคร**

การวัดตัวแปรเกี่ยวกับเหตุผลในการตัดสินใจทำงานด้านอาสาสมัคร ให้คะแนนดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5 คะแนน
เห็นด้วย	4 คะแนน
ไม่แน่ใจ	3 คะแนน
ไม่เห็นด้วย	2 คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1 คะแนน



- **เกณฑ์ในการประเมินระดับความสัมพันธ์(ค่าสหสัมพันธ์)**

การวิเคราะห์ข้อมูลในการหาระดับความสัมพันธ์ของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ พิจารณาโดยใช้เกณฑ์การให้คะแนนดังนี้ (อ้างอิงใน วิเชียร เกตุสิงห์ : 2541)

ค่าสหสัมพันธ์ ตั้งแต่ 0-.20	มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก
ค่าสหสัมพันธ์ ตั้งแต่ .21-.40	มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
ค่าสหสัมพันธ์ ตั้งแต่ .41-.60	มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง
ค่าสหสัมพันธ์ ตั้งแต่ .61-.80	มีความสัมพันธ์ในระดับสูง
ค่าสหสัมพันธ์ มากกว่า .80	มีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก

### **การตรวจสอบความเที่ยงและความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ**

ข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งมีการทดสอบความเที่ยงและความน่าเชื่อถือได้ของเครื่องมือ ดังนี้

1. นำแบบสอบถามไปหาความเที่ยงตรง โดยการนำแบบสอบถามไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ได้แก่ อาจารย์ที่ปรึกษา นักวิชาการ เป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้เพื่อตรวจสอบดูว่าคำถามในแต่ละข้อ แต่ละตอน ของแบบสอบถามสามารถสื่อความหมายได้ตรงตามที่ต้องการและคำถามมีความเหมาะสมหรือไม่ มีความยากง่ายต่อความเข้าใจเพียงใด และครอบคลุมเนื้อหาทั้งหมดแล้ว หรือยัง เพื่อขอคำแนะนำมาทำการปรับปรุงแก้ไข และเลือกเอาเฉพาะข้อความที่มีความเที่ยงตรงแล้วไปสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจริง

2. นำแบบสอบถามไปปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดสอบความเชื่อถือได้ โดยนำไปทดลองใช้ (pre-test) กับคนที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด เพื่อนำคำตอบที่ได้มาหาค่าความน่าเชื่อถือ ตามแบบสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของ Cronbach (อ้างไว้ใน วิเชียร เกตุสิงห์, 2541:93) สำหรับแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) จะมีค่าความน่าเชื่อถือได้อยู่ในเกณฑ์ที่เป็นที่ยอมรับได้ คืออยู่ในระดับ 0.8 ขึ้นไป ก่อนที่จะนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจริงในภาคสนาม โดยเมื่อนำไปคำนวณผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ซึ่งได้ผลของค่าความน่าเชื่อถือ ดังนี้

- แบบสอบถามเรื่องการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัคร ได้ค่าความเชื่อถือเท่ากับ 0.980
  - แบบสอบถามเรื่องทัศนคติที่มีต่องานอาสาสมัคร ได้ค่าความน่าเชื่อถือเท่ากับ 0.970
  - แบบสอบถามเรื่องการตัดสินใจเป็นอาสาสมัคร 0.970
- เมื่อหาค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามโดยรวม ได้ค่าความน่าเชื่อถือเท่ากับ 0.989 ซึ่งแสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความน่าเชื่อถือได้สูง

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยได้แก้ไขแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ก็จะนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด โดยผู้วิจัย ผู้วิจัยทำการส่งแบบสอบถามออนไลน์ไปยังกลุ่มตัวอย่างผ่าน 3 ช่องทางคือ

1.เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social-Networking Site) คือ [www.facebook.com](http://www.facebook.com) ของเครือข่ายจิตอาสา และองค์กรเครือข่าย โดยส่งแบบสอบถามออนไลน์ไปยังผู้ที่เคยเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัครที่ทางองค์กรเครือข่ายจัดขึ้น

2.เว็บไซต์ (website) ประกอบด้วย 2 เว็บไซต์ คือ เว็บไซต์เครือข่ายจิตอาสา และเว็บไซต์ศูนย์การเรียนรู้บ้านดินไทย โดยผู้วิจัยได้ขอความร่วมมือจากเว็บมาสเตอร์ของสองเว็บไซต์นี้ ให้ลงแบบสอบถามของผู้วิจัยไว้ที่หน้าเว็บไซต์ดังกล่าว

3.อีเมล (E-mail) โดยการส่งไปตามรายชื่ออีเมลของอาสาสมัคร ตามทำเนียบอาสาสมัครที่มีอยู่ หรือขอความร่วมมือกับผู้ดูแลระบบขององค์กรเครือข่าย เช่น [www.budpage.com](http://www.budpage.com) มูลนิธิอาสาสมัครเพื่อสังคม เครือข่ายอาสาสมัครธรรมชาติ ในการส่งแบบสอบถามออนไลน์ไปยังอาสาสมัครที่เคยเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆที่องค์กรจัดขึ้น

### การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ มาใช้เพื่อทำการวิเคราะห์ค่าทางสถิติต่างๆที่ใช้ในการวิจัย และนำเสนอผลการวิจัยต่อไป โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการหาค่าสถิติพื้นฐานคือการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าความแปรปรวน โดยนำเสนอข้อมูลในตารางเพื่ออธิบาย

- ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ
- การแสวงหาข่าวสารด้านอาสาสมัคร ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ สื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อกิจกรรม
- ทักษะคติต่องานอาสาสมัคร
- ข้อมูลการเป็นอาสาสมัครและการตัดสินใจเป็นอาสาสมัคร

2. การวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย โดยใช้สถิติวิเคราะห์ดังนี้

**สมมติฐานที่1** การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัคร มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเป็นอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา

ตัวแปรอิสระ คือ การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัคร

ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเป็นอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา

โดยใช้สถิติอ้างอิง คือ การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

**สมมติฐานที่2** ทักษะคติต่องานอาสาสมัคร มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเป็นอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา

ตัวแปรอิสระ คือ ทักษะคติต่องานอาสาสมัคร

ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเป็นอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา

โดยใช้สถิติอ้างอิง คือ การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “เครือข่ายการสื่อสารและการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะเครือข่ายการสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสา และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัคร ทักษะชีวิตที่มีต่องานอาสาสมัคร กับการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับแกนนำเครือข่ายจิตอาสา และอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา จำนวนทั้งสิ้น 25 คน และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 400 คน ซึ่งจะเสนอผลการวิจัยเรียงตามลำดับดังต่อไปนี้

#### ตอนที่ 1

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ เพื่ออธิบายลักษณะเครือข่ายการสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสา โดยมีการนำเสนอข้อมูลแบ่งเป็นประเด็นดังนี้

1. องค์ประกอบของเครือข่ายจิตอาสา
2. รูปแบบการติดต่อสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสา
3. การวิเคราะห์เครือข่ายการสื่อสาร Network Descriptors

#### ตอนที่ 2

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยการหาค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่า ร้อยละ และค่าเฉลี่ย เพื่ออธิบายข้อมูลส่วนบุคคล การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัคร ทักษะชีวิตที่มีต่องานอาสาสมัคร และการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัคร

### ตอนที่3

การทดสอบสมมติฐานของการวิจัย โดยใช้สถิติวิเคราะห์ดังนี้

**สมมติฐานที่1** การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัคร มีความสัมพันธ์กับการ เข้าร่วมเป็นอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา โดยใช้สถิติอ้างอิง คือ การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficiency)

**สมมติฐานที่2** ทักษะติดต่องานอาสาสมัคร มีความสัมพันธ์กับการ เข้าร่วมเป็นอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา โดยใช้สถิติอ้างอิง คือ การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficiency)

### การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

#### ตอนที่1

- ลักษณะเครือข่ายการสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสา

เพื่อให้เข้าใจลักษณะเครือข่ายการสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสา อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขออธิบายโดยแยกเป็น 3 ส่วนดังนี้

- 1.องค์ประกอบของเครือข่ายจิตอาสา
- 2.รูปแบบการติดต่อสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสา
- 3.การวิเคราะห์เครือข่ายการสื่อสาร Network Descriptors

#### 1. องค์ประกอบและบทบาทสมาชิกของเครือข่ายจิตอาสา

จากการศึกษาวิจัย สามารถแบ่งองค์ประกอบของเครือข่าย ออกเป็น 6 กลุ่ม ซึ่งแต่ละกลุ่มมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงและมีบทบาทต่อกันในลักษณะเป็นเครือข่าย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

## 1.1 ศูนย์ประสานงานของเครือข่ายจิตอาสา

ศูนย์ประสานงานของเครือข่ายจิตอาสา ซึ่งก็คือ บ้านจิตอาสา ภายใต้มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ โดยมีผู้ประจำอยู่ที่บ้านจิตอาสา คือ นายวินัย เมฆไตรภพ เป็นผู้มีส่วนสำคัญในการประสานงานกับองค์กรต่างๆ ทั้งภายใน และภายนอกเครือข่าย คัดกรองข้อมูลข่าวสารก่อนที่จะส่งออกไป ทั้งนี้ บ้านจิตอาสาเป็นเสมือนสำนักงานให้เครือข่ายจิตอาสา และมีเว็บไซต์ [www.volunteerspirit.org](http://www.volunteerspirit.org) ซึ่งเป็นเว็บไซต์กลางของเครือข่ายจิตอาสารวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานอาสาสมัคร และ เผยแพร่กิจกรรมอาสาสมัครขององค์กรต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกเครือข่าย

“ก่อนที่พระป๊อป (วินัย เมฆไตรภพ...ผู้วิจัย) จะบวช พระก็ดูแลที่บ้านจิตอาสา ซึ่งถือเป็นบ้านให้เครือข่าย เหมือนสำนักงานให้เครือข่าย คือ เครือข่ายไม่มีรูปธรรมของตัวเอง ไม่มีออฟฟิศ ไม่มีทุนหลักๆ ไม่ได้จดทะเบียน คือเป็น การตั้งองค์กรต่างๆมาร่วมกันทำ พระป๊อปก็ทำกิจกรรมมา เป็นคนประสานงาน เป็นคนคอยคิดงานอะไรต่างๆ ถือว่าเป็นคนกลาง” (คะฑาวุธ แวงชัยภูมิ , **สัมภาษณ์**, 22 สิงหาคม 2553)

“...ความที่ volunteerspirit มันเป็นเครือข่ายกลาง คือมันเป็นNetwork หมายความว่าถ้าเปรียบเทียบเครือข่ายจิตอาสา เหมือนชุมทางรถไฟ คือรถไฟทุกขบวนจะมาอยู่ในนี้ ก็จะมีพระป๊อป (วินัย เมฆไตรภพ...ผู้วิจัย) เป็นcenter คือตัวเครือข่ายจิตอาสาเนี่ย เป็นเหมือน Hub ใหญ่ๆแล้วHub นี้ก็จะมีOrganizer อยู่คนนึงก็คือพระป๊อบ ก็จะเป็นแหล่งเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสาร องค์ความรู้ต่าง ๆ ที่อาจจะเผยแพร่ผ่านทางเว็บไซต์ volunteerspirit.org ” (สมเกียรติ อำนวยสุวรรณ, **สัมภาษณ์**, 23 มิถุนายน 2553)

“บ้านจิตอาสาคล้ายๆเป็นกองเลขให้เครือข่าย เพราะมีอะไรเวลาประชุมเราก็ประชุมเครือข่ายแล้วก็อัปเดตกัน หน้าที่ของบ้านจิตอาสาที่เราทำได้ก็คือ ทำเรื่องเว็บไซต์นั่นแหละที่เราเห็น รวบรวมข้อมูลให้ความรู้ เพราะเป้าหมายหลักของเรา คือ เราเคยเห็นในประเทศต่างๆเช่นสิงคโปร์ เค้าน่าจะมี NVPC (National Volunteer

and Philanthropy Center) หรือแม้แต่อเมริกา ที่เราเห็นเค้าๆ หน่อยก็จะเป็น Power of Life Center หรือได้หวั่น ก็จะมีศูนย์อาสาสมัครอยู่ แต่ประเทศไทยยังไม่มีตรงนี้ไง เราก็เลยเป็นแรงบันดาลใจที่ว่าทำยังไงเมืองไทยจะมีศูนย์ส่งเสริมอาสาสมัครระดับชาติขึ้น...” (วินัย เมฆไตรภพ, **สัมภาษณ์**, 15 มิถุนายน 2553)

การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารออกไป ไม่ว่าจะเป็นทางอีเมลล์ หรือทางเว็บไซต์ของเครือข่ายจิตอาสา จะมีผู้ช่วยในการเผยแพร่ข้อมูลต่างๆ อีก 2 คน คือ นันทินัทธ วชิระสมบุญรณ์ และพูลปรีชา เอื้อตันตรังษี โดยทั้ง 2 คนจะรับข้อมูลข่าวสารจากวินัย เมฆไตรภพ เป็นหลัก และจากแหล่งข้อมูลอื่นๆ ด้วย เช่น จากองค์กรเครือข่าย จากองค์กรต่างๆ ภายนอกเครือข่าย หรือจากประชาชนทั่วไป

“ในเว็บไซต์ หรือว่าในจดหมายข่าวออนไลน์ พระ(วินัย เมฆไตรภพ ...ผู้วิจัย) จะเป็นคนตัดสินใจทั้งหมดเลยว่าอะไรควรจะทำมาใส่ ตรงไหน แต่ ที่ให้เราตัดสินใจเองได้เลย ก็เรื่องกิจกรรมอาสาสมัครที่ส่งมาจากเครือข่าย ส่งมาทางเมลล์ ก็สามารถให้เราอัพขึ้นได้เลย นอกเหนือจากนี้ที่พิเศษหน่อย พระก็จะบอกมาต่างหากว่า ให้เพิ่มอะไรตรงไหน อย่างบทความ สถิติพิเศษพวกนี้พระจะเป็นคนส่งมาทั้งหมดเลย...” (พูลปรีชา เอื้อตันตรังษี, **สัมภาษณ์**, 23 มิถุนายน 2553)

## 1.2 ผู้ประสานงานเครือข่ายจิตอาสา

ผู้ประสานงานเครือข่ายจิตอาสา ทำหน้าที่ติดต่อประสานงานกับองค์กรภายในเครือข่าย การประชุมปรึกษาหารือ หรือกำหนดทิศทางของเครือข่าย โดยผู้ประสานงานเครือข่ายจิตอาสา มีด้วยกัน 3 คน คือ 1. นันทินี มาลานนท์ 2. ตะท้าวู แวงชัยภูมิ และ 3. ไพโรจน์ วิสุทธีวงศ์รัตน์ ซึ่งทั้ง 3 คนนี้จะติดต่อพูดคุยกันบ่อยมาก เฉลี่ยสัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง ทั้งนี้ บทบาทของการประสานงานเปรียบเสมือนเป็นจุดเชื่อมโยงเครือข่ายไว้ด้วยกัน เพราะทำให้แต่ละองค์กรรับทราบข้อมูลซึ่งกันและกัน ได้มีโอกาสมาพบปะพูดคุย ประชุมปรึกษาหารือร่วมกัน ภายในเครือข่าย และกำหนดทิศทางในการขับเคลื่อนเครือข่ายให้ตรงกัน

“ณ ตอนนี้ เวลาประชุมเครือข่ายโดยหลักก็จะมีพี่สามคนนี่แหละ เป็นคนคิดประเด็นหรือวาระที่จะใช้ในการประชุม แล้วจะส่งอีเมลล์ไปให้กับคนอื่นๆ ใน

เครือข่าย หรือบางทีมันก็จะมีเหมือนเป็นวาระจร เช่นมีคนติดต่อเข้ามา คือคน  
อื่นๆอาจจะเพิ่มประเด็นเข้ามาเพิ่มด้วย แต่มันไม่ได้มีระบบของการมาเป็นสามัญ  
ประจำปี” (ไพโรจน์ วิสุทธรังศรีรัตน์, **สัมภาษณ์**, 17 กันยายน 2553)

“ส่วนใหญ่จะติดต่อกับ พระป๊อป (วินัย เมฆไตรภาพ ...ผู้วิจัย) ด้วย แอม (นันท์นิ  
มาลาพันธ์...ผู้วิจัย) ด้วย เพราะพี่แอมก็ถือเป็นผู้ประสานงาน แล้วก็ทีมที่เป็น  
แกนๆ ของเครือข่ายจิตอาสาเนี่ย อาจจะมีจ้อย (คะฑาวุธ แวงชัยภูมิ ...ผู้วิจัย) มี  
พระป๊อป มีแอม แอมจะมีบทบาทในการเชื่อมประสานไป ดัดดินะคะ สื่อข่าวสารถึง  
กันได้ดี...คือแต่ละองค์กรก็ทำงานของตัวเองไป แต่ถ้าเผื่อมันมีเรื่องราวที่เราควร  
จะมาพบปะกันเป็นประจำ เพื่อมองที่ ศทางหรือเพื่อผลักดันวาระสำคัญๆที่  
เกี่ยวข้องกับเรื่องอาสาสมัครเนี่ย เครือข่ายจิตอาสาเนี่ย ก็สามารถประสานเข้ามา  
คุยกันได้ และพี่คิดว่ากลไกในส่วนของการทำงานประสานงานเนี่ยมีความสำคัญ นี่คือ  
ปัจจัยสำคัญที่ทำให้การทำงานมันเวิร์คไปได้ ต้องเรียกว่ากรณีอย่างพระ ป๊อป  
หรืออย่างแอม หรืออย่างใครที่เป็นแกนกล าง พี่ก็ถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญนะที่เค้า  
พยายามที่จะประสานนะ มันต้องมีส่วนประสานมันถึงจะเชื่อมโยงได้ ” (กรรณิกา  
ควรขจร, **สัมภาษณ์**, 4 สิงหาคม 2553)

### 1.3 องค์กรเครือข่าย

ในส่วนขององค์กรเครือข่ายนั้น เครือข่ายจิตอาสาไม่ได้ระบุแน่ชัดว่า องค์กรใดบ้างเป็น  
องค์กรเครือข่าย เนื่องจากไม่ได้ทำ MOU ร่วมกัน จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้วิจัยได้ให้  
ความหมายขององค์กรเครือข่ายว่า เป็นองค์กรที่มีส่วนช่วยในการขับเคลื่อนเครือข่ายจิตอาสา และ  
มีการติดต่อกันระหว่างองค์กร ผู้ประสานงานเครือข่าย และบ้านจิตอาสา อย่างสม่ำเสมอ กล่าวคือ  
มีการประชุมร่วมกันขององค์กรเครือข่าย และบ้านจิตอาสา เฉลี่ยเดือนละ 1 ครั้ง ทั้งนี้ องค์กรที่  
จัดเป็นองค์กรเครือข่าย มีดังนี้ มูลนิธิอาสาสมัครเพื่อสังคม (มอส.) มูลนิธิกระจกเงา กลุ่ม  
นวัตกรรมเยาวชนเพื่อสังคม (YIY) เครือข่ายพุทธิกา และมูลนิธิสุขภาพไทย



#### 1.4 องค์กรภาคี

องค์กรภาคี นอกจากองค์กรเครือข่ายแล้ว เครือข่ายจิตอาสา ยังประกอบไปด้วย องค์กรภาคีอื่นๆ ข้อแตกต่างระหว่างองค์กรเครือข่าย กับองค์กรภาคี ในงานวิจัยชิ้นนี้คือ การติดต่อสื่อสารระหว่างองค์กรภาคี กับเครือข่ายจิตอาสา นั้น จะไม่บ่อยมากนัก หรือไม่ได้มีส่วนช่วยในการขับเคลื่อนเครือข่ายจิตอาสาเท่าองค์กรเครือข่าย กล่าวคือ หากมีการประชุมเครือข่ายจิตอาสา องค์กรภาคีจะรับทราบข้อมูลผ่านทางเมล์กรู๊ป แต่ไม่ได้เข้าไปประชุมเครือข่ายเป็นประจำ ส่วนใหญ่จะเป็นการติดต่อกันเพื่อขอความร่วมมือ หรือขอความช่วยเหลือซึ่งกันและกันในด้านต่างๆ ซึ่งองค์กรภาคีนั้น มีหลายองค์กร ตัวอย่าง เช่น บุคคลจดอทคอม มูลนิธิกองทุนไทย ศูนย์การเรียนรู้บ้านดินไทย มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก บางกอกฟอรั่ม กรีนพีซ(ประเทศไทย) องค์กรอโซก้า เป็นต้น

#### 1.5 อาสาสมัคร และประชาชนทั่วไป

ในส่วนของการติดต่อสื่อสารกับอาสาสมัครและประชาชนทั่วไปนั้น จัดเป็นการติดต่อสื่อสารภายนอกเครือข่าย หรือการติดต่อสื่อสารสู่สาธารณะ โดย เครือข่ายจิตอาสาจะมีการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มอาสาสมัครผ่านทางเมล์กรู๊ปเป็นหลัก ส่วนประชาชนทั่วไปจะเน้นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ผ่านทาง เว็บไซต์เครือข่ายจิตอาสา เว็บไซต์ขององค์กรเครือข่าย และองค์กรภาคีอื่นๆ นอกจากนี้บทบาทของสมาชิกกลุ่มนี้นั้น คือการที่อาสาสมัครที่เคยเข้าร่วมกิจกรรม นำรูปภาพ ความประทับใจ มาบอกเล่าหรือเผยแพร่ต่อ เป็นการสื่อสารแบบปากต่อปาก ทำให้คนอื่นๆ นั้นสนใจและอยากที่จะเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัครและเป็นการขยายแนวคิดจิตอาสาให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นด้วย (ดูรายละเอียดในส่วนของรูปแบบการติดต่อสื่อสาร)

#### 1.6 หน่วยงานอื่นๆ

เครือข่ายจิตอาสา มีการติดต่อสื่อสาร ประสานงาน ขอความร่วมมือ หรือขอทุนสนับสนุนกิจกรรมกับหน่วยงานอื่นๆ ด้วย เช่น กระทรวง การพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ มูลนิธิสยามกัมมาจล สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) เป็นต้น ซึ่งเป็นการประสานความร่วมมือ เพื่อขับเคลื่อนงานอาสาสมัครในด้านต่างๆ ร่วมกัน นอกจากนี้องค์กรเครือข่าย หรือองค์กรภาคี แต่ละองค์กรก็จะมีการติดต่อประสานงานกับองค์กรอื่นๆ หรือมีองค์กร

เครือข่าย องค์กรภาคี ของตัวเอง ด้วยเช่นเดียวกัน อาจจะเป็นรูปของการติดต่อสื่อสารแบบทวิภาคี หรือพหุภาคี ทำให้เครือข่ายจิตอาสาเป็นเครือข่ายที่ขยายวงกว้างออกไปอีก

“มีการถอดบทเรียนร่วมกันของเครือข่ายร่วมกับมูลนิธิสยามกัมมาจลู้จักกันในนามของบุคคลที่รู้จักกัน ก็ชักชวนกัน ถ้าเกิดกิจกรรมนี้ก็ออกความคิดเห็นร่วมกัน พระป๊อป (วินัย เมฆไตรภาพ ...ผู้วิจัย) ก็จะรู้จักกับสยามกัมมาจลในส่วนของการสนับสนุนกิจกรรมของบ้านจิตอาสา แล้วก็กับศูนย์อาสาสมัครก็จะรู้จักกัน ไม่ใช่องค์กรใดองค์กรหนึ่ง คือหลายๆองค์กรทำงานร่วมกับมูลนิธินี้ อยู่แล้ว ก็เลยมีการทำการถอดบทเรียนกันในระดับเครือข่าย” (ไพโรจน์ วิสุทธิวงศ์รัตน์ , **สัมภาษณ์**, วันที่ 17 กันยายน 2553)

“จริงๆแล้วงานหลักของเครือข่ายจิตอาสาคือการที่เป็นตัวกลางในเรื่องของงานอาสาสมัคร และก็การรวมเครือข่าย เพราะฉะนั้นคือเราก็มีฐานข้อมูลองค์กรอาสาสมัครอื่นๆอยู่เยอะพอสมควร ในการที่จะพอถึงเวลาที่ต้องประสานงานหรืออะไร เราก็จะสามารถประสานงานได้ทันที แล้วก็อีกส่วนหนึ่งก็คือว่า เราก็ได้เข้าไปช่วยจัดตั้งศูนย์ส่งเสริมการให้และการอาสาช่วยเหลือสังคม กึ่งๆจะเป็น National Volunteer Center ระดับประเทศที่กระทรวงพัฒนาสังคมตั้งขึ้นมา ซึ่งที่นั่นก็จะมีฐานข้อมูลองค์กรด้านอาสาสมัคร ทุกภาคส่วนอยู่จำนวนหนึ่ง ซึ่งเราก็เข้าไปช่วยทำด้วย เพราะฉะนั้นตรงนี้เป็นตัวที่ทำให้เราสามารถที่จะรู้ว่าใครทำอะไร อยู่ที่ไหน อะไรยังไง ที่จะต้องติดต่อกันได้ โดยเบื้องต้นพื้นฐาน...ที่เราทำงานด้วยกันมา มีประมาณสิบองค์กร แต่เค้าก็มีองค์กรเครือข่ายของเค้าอีก คือไม่ได้มีแค่เราสิบที่ แต่เรามีมากกว่านั้น เป็นเกือบร้อยองค์กร ...” (นันทินี มาลานนท์ , **สัมภาษณ์**, 9 กรกฎาคม 2553)

“โปรเจกต์ที่สื่อสารสู่สาธารณะของบางกอกฟอรั่ม เราจะมีช่องทางที่เชื่อมประสานที่สำคัญคือ เราผ่านทางทีวีไทย ทีวีไทยเป็นภาคีที่ดีที่สุดสำหรับเราตอนนี้ กับทีวีไทย ตอนแรกรู้จักกันในนามองค์กร คือตอนที่เราทำเครือข่ายพลเมืองเปลี่ยนกรุงเทพฯเนี่ย เราก็คุยกันว่ากรรที่เราจะทำเรื่องนี้ให้มันเกิดกระแสเนี่ยเราควรจะต้องมีสื่อเข้ามาช่วยด้วย เราก็เลยไป คุยกับทีวีไทย เลยทำเวทีในการ debate

ผู้ว่าร่วมกัน เกิดมาเป็นรายก ารเปลี่ยนกรุงเทพด้วยพลังพลเมือง...เครื่องข่ายจิตอาสาจะอยู่ไม่ได้ ถ้าไม่มีการทำงานแบบทวิภาคี หรือว่าอาจจะพหุภาคีก็ได้ มันไม่ใช่output แต่มันเป็น outcome ที่เกิดขึ้นจากเครื่องข่ายจิตอาสา outcome ว่ามันทำให้แต่ละองค์กรเชื่อมประสานงานซึ่งกันและกัน ยกตัวอย่างเลยนะ สมมติ 7 ว่าบางกอกฟอรัมสนิทกับชมรมกรุงเทพฯอาสา สนิทกับ YIY สนิทกับ BlackBox แต่ชมรมกรุงเทพฯอาสาเนี่ยไม่ได้สนิทกับ Black box ไม่ได้สนิทกับYIYนะ แต่ไปสนิทกับกระเจงกา อะไรแบบนี้ มันก็จะถึงก็ต่อกันไป เรื่อย ๆ เป็นลักษณะอย่างงั้นมันเป็นเครื่องข่ายใจ แล้วกระเจงกาก็อาจจะไปสนิทกับองค์กรอื่นๆอีก มันจะเป็นลักษณะแบบนี้มากกว่า..."(พีธากร ศรีบุตพงษ์ , **สัมภาษณ์**, 23 มิถุนายน 2553)

## 2. รูปแบบการติดต่อสื่อสาร

รูปแบบการติดต่อสื่อสารถือเป็นช่องทางสำคัญในการเชื่อมโยงบุคคลต่างๆในเครื่องข่ายเข้าด้วยกัน ทั้งนี้ เครื่องข่ายจิตอาสาประกอบไปด้วยองค์กรต่างๆหลายองค์กร เพื่ออธิบายรูปแบบการสื่อสารให้ชัดเจน ผู้วิจัยจะแบ่งรูปแบบการติดต่อสื่อสารออกเป็น 4 ส่วน ด้วยกัน คือ

- 2.1 รูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร
- 2.2 รูปแบบการติดต่อสื่อสารระหว่างองค์กร กับองค์กร (ภายในเครื่องข่าย)
- 2.3 รูปแบบการติดต่อสื่อสารระหว่างเครื่องข่ายจิตอาสา กับอาสาสมัคร / ประชาชนทั่วไป
- 2.4 รูปแบบการติดต่อสื่อสารระหว่างอาสาสมัคร กับอาสาสมัคร / ประชาชนทั่วไป

## 2.1 รูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร

ผู้วิจัยขอสรุปเป็นตารางรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร ดังนี้

ผู้ส่งสาร	เนื้อหาสาร	ช่องทางการสื่อสาร	ผู้รับสาร	
สมาชิกในองค์กร	-แจ้งให้ทราบตารางทำงาน -บันทึกความเคลื่อนไหวการทำงาน	-ตารางทำงาน(การสื่อสารทางเดียว) -เว็บไซต์ (การสื่อสารสองทาง) ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	สมาชิกในองค์กร	
	-แจ้งข่าวสารให้ทราบ -พูดคุยเรื่องทั่วไป	-โทรศัพท์ -การพูดคุยแบบเห็นหน้าค่าตา		(การสื่อสารสองทาง)
	-สอบถามเรื่องต่างๆ เช่น หาคน/หาสิ่งของ	-วิทยุสื่อสาร เฉพาะมูลนิธิกระเจกา (การสื่อสารสองทาง)		
	-ติดต่อประสานงาน -ส่งไฟล์งาน	-โปรแกรมสนทนา MSN (การสื่อสารสองทาง)		
	-การขับเคลื่อนองค์กร/โครงการ -แจ้งข่าวสาร -update ข้อมูล/การทำงาน -ร่วมกันแก้ไขปัญหา -ปรึกษาหารือเกี่ยวกับโครงการ/กิจกรรมที่กำลังจัดขึ้น -วางแผนกิจกรรมครั้งต่อไป	-การประชุม		
-หัวหน้าฝ่าย	-สรุปงาน -ติดตามงาน -ส่งงาน	E-mail (การสื่อสารสองทาง)	-สมาชิกในองค์กร	

ตารางที่ 1 รูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร

จากตารางที่ 1 รูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรต่างๆของเครือข่ายจิตอาสา ไม่ว่าจะ  
เป็นบ้านจิตอาสา หรือองค์กรเครือข่ายอื่นๆ นั้น สามารถแบ่งรูปแบบการติดต่อสื่อสารได้  
ดังต่อไปนี้

### 1. รูปแบบการติดต่อสื่อสารแบบสองทางไม่เป็นทางการ

ผลการวิจัย พบว่า ลักษณะของการติดต่อสื่อสารกันแบบสองทางไม่เป็นทางการ  
เป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกัน ระหว่างสมาชิกในองค์กร โดยผ่านช่องทางการ  
สื่อสาร ดังต่อไปนี้

#### โทรศัพท์

ผลการวิจัย พบว่า โทรศัพท์เป็นช่องทางหนึ่งในการติดต่อสื่อสารของคนภายใน  
องค์กร ไม่ว่าจะที่บ้านจิตอาสา หรือองค์กรเครือข่ายต่างๆ เนื่องจากการพูดคุยทางโทรศัพท์เป็น  
การติดต่อที่สะดวกรวดเร็ว มากกว่าการเข้ามาเช็คข้อมูลผ่านทางอีเมล โดยประเด็นในการ  
ติดต่อกันทางโทรศัพท์ จะเป็นการแจ้งให้ทราบในเรื่องของข่าวสารต่างๆ และเรื่องทั่วไป

“...บางทีจะโทรคุยกันเหมือนเพื่อนมากกว่า อย่างเช่นโทรหาแมค (พุลปรีชา เอื้อ  
ตันตวัชชี...ผู้วิจัย) ว่าวันนี้แมคมีประชุมนะ จะเป็นสไตล้นั้นมากกว่า นอกจาก  
เรื่องงานก็มีคุยกันเรื่องอื่นก็มีอยู่แล้ว เพราะเหมือนเป็นเพื่อนกัน ...” (นันทน์ภัศ  
วชิระสมบุญ, สัมภาษณ์, 15 มิถุนายน 2553)

#### วิทยุสื่อสาร

ผลการวิจัย พบว่า มีเพียงมูลนิธิกระจกเงาเท่านั้น ที่ใช้วิทยุสื่อสาร หรือ walky  
talky ในการติดต่อกันภายในองค์กร เนื่องจากเป็นองค์กรที่ สำนักงานมีหลายชั้น และมีสองอาคาร  
ดังนั้นการติดต่อสื่อสารด้วยวิทยุสื่อสาร จึงเป็นเครื่องมือสื่อสารที่สะดวกรวดเร็ว และประหยัด  
ค่าใช้จ่าย

“...การประสานงานอย่างเร่งด่วน อย่างรวดเร็ว ก็จะใช้Walky Talky มันก็จะได้ยินกันทั้งหมด อย่างบางทีพี่วอเรียกคนในโครงการพีซีปะ พี่ไม่รู้ว่ายูไหน แต่คืออยากคุยด้วย ตึกนี้ไม่อยู่ แต่ก็บอกอ่า ออเมื่อก็มีคนเห็น ฝากบอกไว้ อะไรแบบนี้ คือเราก็จะรู้ได้ทันที ในการที่ประหยัดตั้ง ช่วยลดต้นทุนเรา หรือว่าเวลาหาอะไรไม่เจอ มีใครหีบของเราไปหรือเปล่า อันนี้ก็จะเป็นการสื่อสารแบบฉับไว อยากได้คำตอบในทันที” (กรวิกา ก้อนแก้ว, **สัมภาษณ์**, 14 กรกฎาคม 2553)

### ระบบอินทราเน็ต

ผลการวิจัย พบว่า มีบางองค์กรที่มีระบบอินทราเน็ต เพื่อใช้เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกันเฉพาะภายในองค์กรเท่านั้น เพื่อให้บุคคลภายในองค์กรรับทราบความเคลื่อนไหวของกันและกัน หรือมีการตั้งกระทู้ในเว็บบอร์ดเพื่อให้สมาชิกในองค์กรแสดงความคิดเห็นต่อเรื่อ  
นั้นๆ

“มีการใช้ระบบอินทราเน็ต เจ้าหน้าที่ก็จะมี account เป็นของตัวเอง อย่างของพี่เวลาเข้าไปมันก็มีตารางนัดหมาย เวลาที่เราจะประสานความร่วมมือกัน สมมติถ้าจะมาหาพี่ ก็เข้ามาดูในตารางของพี่ได้ว่าพี่ว่างหรือเปล่า และคนอื่นๆในมูลนิธิก็จะสามารถเข้าไปดูของทุกคนได้ public เฉพาะในองค์กรนะ ถ้าเข้าไปดูที่อื่นก็เข้าไม่ได้” (สมเกียรติ อำนวยสุวรรณ, **สัมภาษณ์**, 23 มิถุนายน 2553)

“เว็บบอร์ด ระบบอินทราเน็ต เราก็สามารถเข้าเว็บบอร์ดขององค์กรได้ ก็คือเว็บบอร์ดสามารถไปตั้งกระทู้อะไรก็ได้ ตั้งกระทู้คำถาม ตั้งกระทู้สิ่งที่สนใจ ตั้งกระทู้  
อยากแจ้งให้ทราบ เฉพาะคนในองค์กร ซึ่งจะได้รู้ว่าคนในองค์กรเราคิดเห็น  
ยังไง เพราะองค์กรเรามีที่กรุงเทพด้วย เชียงรายด้วย แล้วเราจะสื่อสารผ่านบันทึก  
ประจำวัน ว่าในแต่ละวันเราทำอะไรไปบ้าง เราก็จะเขียน สามสิ่งคือ สิ่งที่คิด สิ่ง  
ที่ทำ แล้วก็ข้อเสนอแนะ เ เขียนลงไปในวันประจำวัน ในระหว่างวันเราทำอะไร  
เสร็จแล้วบ้างก็เขียน เขียนทุกวัน อย่างเช่น เมื่อก่อนพี่ไปลงพื้นที่มา เตรียม  
กิจกรรม workshop ทำอะไร เพื่ออะไร แล้วมีปัญหาอะไรใหม่ ก็เขียนลงไป เพื่อ  
เพื่อนจะได้รู้ความเคลื่อนไหวเรา อย่างบางทีคนมันเยอะ เราไม่มีเวลาที่ จะมานั่ง

คุยกัน ตรงนี้ก็ช่วยได้ส่วนหนึ่ง ” (กรวิกา ก้อนแก้ว , **สัมภาษณ์**, 14 กรกฎาคม 2553)

## อีเมล

ผลการวิจัย พบว่า อีเมล เป็นอีกช่องทางการสื่อสารหนึ่งที่ใช้ในการติดตามการทำงาน ธุรูปงาน หรือพูดคุยโต้ตอบกันระหว่างคนในองค์กร โดยในกรณีนี้ที่เลือกใช้ในการติดต่อผ่านทางอีเมล เนื่องจากเป็นเรื่องที่ไม่เร่งด่วนมากนัก สะดวก ประหยัดค่าใช้จ่าย และให้รายละเอียดได้มากกว่าการพูดคุยผ่านทางโทรศัพท์

“...ใช้อีเมลในการติดต่อกับงาน ธุรูปงาน บางที่มีงานอะไร บางทีพูดคุยกันมันลืม พระก็ชอบให้สรุปเป็นอีเมลไปทำอะไรมาบ้าง คือคุยกันก่อนรอบหนึ่ง บางทีพระแบบไปงานข้างนอกบ่อยไม่ค่อยได้เข้า ก็สั่งงานไว้ อาทิตย์ต่อมาก็สรุปกันว่าทำอะไรไปบ้าง การตามงานจะสรุปเป็นอีเมลอะ คือจะได้ตอบกันทางอีเมลตลอด ถ้าเป็นเมื่อก่อนที่พระ(วินัย เมฆไตรภพ ...ผู้วิจัย) ยังไม่บวชเนี่ยคือตลอดนะ ตลอดเวลา บางทีพระเข้าออฟฟิศมาบ่อยกว่าอาทิตย์ละครั้ง ก็จะมาถามว่าเสร็จหรือยัง พอเสร็จปุ๊บก็รายงานทางอีเมลเลย พระก็จะตรวจดูว่ามีตรงไหนต้องแก้ พระก็จะตอบกลับมาตลอด กลับไปกลับมา ส่วนใหญ่ได้ตอบทางอีเมล ” (พุลปรีชา เอื้อตันตรังษี, **สัมภาษณ์**, 23 มิถุนายน 2553)

“...คือเราทำงานบน ICT เนี่ยค่อนข้างเยอะ อย่างพีเข้ามาก็มาทำงานก็จะเช็คเมลประมาณชั่วโมงหนึ่งที่เหลือก็ประสานงานต่างๆ แล้วมีหลายaccount ไม่เช็คเมลวันสองวันก็มาเยอะเลย ร้อยสองร้อย เพราะงานปกติเราจะส่งกันทางอีเมล นโยบายที่นี้เค้าพยายามให้คล่องตัว คือไม่จำเป็นต้องมาออฟฟิศก็ไม่ต้องมาก็ได้ แต่ก็ให้สื่อสารกัน” (สมเกียรติ อำนวยสุวรรณ, **สัมภาษณ์**, 23 มิถุนายน 2553)

## โปรแกรมสนทนา

ผลการวิจัย พบว่า มีบางองค์กรที่ติดต่อสื่อสารกันผ่านทางโปรแกรมสนทนาอย่าง MSN Messenger ตัวอย่างเช่น มูลนิธิกระจกเงา ที่มีสำนักงานอยู่ที่กรุงเทพมหานคร และเชียงใหม่ จึงใช้โปรแกรมสนทนาดังกล่าว ในการติดต่อสื่อสาร ประสานงาน ส่งข้อมูลต่างๆให้กัน เนื่องจาก สะดวก รวดเร็ว และประหยัดค่าใช้จ่าย

“...ก็จะคุยกันเรื่องงาน อย่างส่งไฟล์งาน ก็ส่งทางอีเมล หรือ MSN อย่าง สำนักงานกรุงเทพ กับเชียงใหม่ก็จะคุยกันทาง MSN เพราะบางทีที่เชียงใหม่มันไม่ค่อยมีสัญญาณโทรศัพท์ โทรไปก็ไม่ติด แต่อย่าง MSN มันจะง่ายเลย คุยกัน ง่ายๆ ส่งไฟล์หากันง่ายๆ อย่างนี้ คือเราจะไม่ปิดกั้นเรื่องพวกนี้นะ คือถ้ามันช่วยลด ต้นทุนของเราได้ในเรื่องของการสื่อสารหรือประสานงานเนี่ยเราก็จะเอามาใช้... คือเราจะอัปเดตตลอดอะ ส่งไฟล์ทางอีเมล ถ้าไฟล์มันใหญ่ก็ส่งทางMSN” (กรวิกา ก้อนแก้ว, สัมภาษณ์, 14 กรกฎาคม 2553)

## การพบปะพูดคุยแบบเห็นหน้าค่าตา

จากผลการศึกษาพบว่า การ พบปะพูดคุยแบบเห็นหน้าค่าตา ช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีให้เกิดขึ้นระหว่างสมาชิกในองค์กรด้วยกัน การพูดคุยในลักษณะนี้ พบได้ในทุกๆ องค์กร อย่างไรก็ตาม รูปแบบการติดต่อสื่อสารระหว่างสมาชิก ในองค์กร สามารถแบ่งลักษณะการพูดคุยได้ดังนี้

### 1. การพูดคุยเพื่อแจ้งข่าวสาร

ผลการศึกษาวิจัยพบว่า การพูดคุยลักษณะนี้ เป็นการพูดคุยแลกเปลี่ยนข่าวสารซึ่งกันและกัน โดยพบในทุกองค์กรของ เครือข่ายจิตอาสา เป็นการสื่อสารรูปแบบหนึ่งในการช่วยแพร่กระจายข้อมูลให้สมาชิกในองค์กรด้วยกันได้รับทราบ ซึ่งบรรยากาศการพูดคุยจะมีลักษณะไม่เป็นทางการ เช่น การแจ้งให้ทราบว่าสัปดาห์นี้องค์กรของตนจะมีกิจกรรมอะไรจัดขึ้นบ้าง หรือมีการประชุมสัมมนาอะไรบ้างที่องค์กรอื่นๆจัดขึ้น



## 2. การพูดคุยเรื่องทั่วไป/เรื่องส่วนตัว

ผลการศึกษาวิจัย พบว่า การพูดคุยในประเด็นเรื่องส่วนตัวนั้น มีการสื่อสารระหว่างกันโดยเป็นการสื่อสารแบบสองทางอย่างไม่เป็นทางการ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นประเด็นเกี่ยวกับเรื่องการถามไถ่สารทุกข์สุกดิบ ชีวิตประจำวัน เรื่องกระจุกกระจิก ทั่วไป

“มันก็เหมือนกับเข้ามาในออฟฟิศก็คุยสรรพเพเหระ มีข่าวอันนั้นอันนี้เกิดขึ้น มันก็เหมือนวิถีชีวิตที่ไม่ได้พูดแต่เรื่องงานตลอด มีเรื่องส่วนตัวทั่วไป มีเรื่องเล่า มีเรื่องเม้าท์ อะไรแบบนี้ ก็สารพัด” (กรรณิกา ควราชจร, **สัมภาษณ์**, 4 สิงหาคม 2553)

## 2. รูปแบบการติดต่อสื่อสารแบบสองทางกึ่งทางการ

### การประชุม

ผลการวิจัย พบว่า การประชุมภายในองค์กรแต่ละองค์กรนั้น ส่วนใหญ่จะมีการประชุมภายในสัปดาห์ละ 1 ครั้ง หรือมากกว่านั้นหากมีงานเฉพาะกิจ และเป็นการประชุมแบบกึ่งทางการ เพื่อติดตามความคืบหน้าของงาน ปัญหาอุปสรรคที่พบในกา รทำงาน ร่วมกันคิดแก้ไข ปัญหา และวางแผนสำหรับงานที่กำลังจะเกิดขึ้นต่อไป

“ก็จะมีนัดประชุม ก็จะคุยว่าวาระที่จะคุยวันนี้ ใครมีประเด็นอะไรที่จะคุย มันก็จะ มีวาระหลักๆ ที่จะขับเคลื่อนองค์กร กับวาระขับเคลื่อนโครงการที่อยากจะทำเอา เข้าประชุม ให้ทุกคนช่วยวิจารณ์แล้วก็ ถก ส่วนอีกวาระก็จะเป็นแค่แจ้งให้ทราบ เฉยๆ หรือว่าเป็นวาระที่อยาก让别人ช่วยตัดสินใจก็จะโยนเข้าไปในประเด็น อัน นี้ก็เป็นการสื่อสารให้เพื่อนรับทราบว่าเรามีปัญหาแบบนี้ๆนะ มันก็จะช่วยลด ช่องว่างเข้าถึงซึ่งกันและกัน สามารถอัปเดตสถานการณ์ว่าตอนนี้ไปถึงไหนแล้ว มี ปัญหาอะไร ต้องการความช่วยเหลืออะไรบ้าง” (กรรณิกา ก้อนแก้ว, **สัมภาษณ์**, 14 กรกฎาคม 2553)

“มีประชุมเหมือนองค์กรทั่วไป แต่พื้นฐานคือจะต้องเป็น weekly update อยู่แล้ว ของทีมงาน แล้วก็ตัวกลุ่มแกนนำอาสาสมัคร...ประชุมภายในก็ประมาณอาทิตย์ ละครั้งโดยพื้นฐาน แต่ถ้ามันมีอีเว้นท์ อะไรที่มันเป็นพิเศษ หรือที่เราต้องเตรียมตัว เยอะๆ เราก็อาจจะประชุมมากกว่านั้น เวลาเราทำงานเราก็ follow up ตาม action plan ที่เราวางไว้แต่ละปี ว่างานอะไรจะต้องทำช่วงไหน พอแต่ละเดือนเราก็ มาดูว่าก่อนที่จะเตรียมงานนั้นมีอะไรบ้าง เราก็คุยกันถึงสิ่งที่อาจจะทำไปแล้วมี อะไรที่มันบกพร่อง หรือว่าเราเรียนรู้อะไร ก็คุยในเชิงของการเรียนรู้ แล้วก็คุยทั้ง ในเชิงของผลของงาน” (นันทินี มาลานนท์, **สัมภาษณ์**, 9 กรกฎาคม 2553)

“ก็จะมาคุยกันว่าเป็นยังไงกันบ้าง ทำอะไรมา แล้วก็ทำอะไรต่อ มีโครงการ อะไรใหม่ จะให้ช่วยยังไง จะไม่ค่อยได้คุยในเรื่องของนโยบาย จะคุยในเรื่องของ เทคนิคและก็การจัดการกิจกรรมที่จะทำกันมากกว่า...ก็จะเป็นการตามงานแล้วก็ คุยว่าเป็นยังไง ถึงไหนแล้ว เป็นการตามงานแลกเปลี่ยนอะไรต่างๆกัน ไปเก็บ ข้อมูลมาได้ผลว่ายังไง คิดว่ายังไงต่อ คนอื่นคิดยังไง จะทำต่อไหมโครงการนี้ เป็น เหมือนการเตรียมงานในการจัดกิจกรรมในครั้งต่อไป” (สุรัช กระจาคำ, **สัมภาษณ์**, 30 กรกฎาคม 2553)

“ก็จะมีการประชุมกันอาทิตย์ละครั้งนึงนะคะ ก็จะคุยกันเรื่องงานต่างๆของมูลนิธิ คืองานมันจะมีหลายด้าน ติดตามความคืบหน้าของแต่ละโครงการว่าเป็นยังไง อย่างเช่นโครงการนี้จะหมดเดือนหน้าแล้ว เราก็จะติดตามและรายงาน ว่า โครงการของเราถึงตรงนี้แล้ว แล้วเราจะเปิดรับอาสาสมัครรุ่นใหม่เมื่อไหร่ และปิด เมื่อไหร่” (นริศรา อารมณชีน, **สัมภาษณ์**, 27 มิถุนายน 2553)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## 2.2 รูปแบบการติดต่อสื่อสารระหว่างองค์กร กับองค์กร

ผู้วิจัยขอสรุปเป็นตารางรูปแบบการติดต่อสื่อสารระหว่างองค์กรกับองค์กร ดังนี้

ผู้ส่งสาร	เนื้อหาสาร	ช่องทางการสื่อสาร	ผู้รับสาร
แกนนำแต่ละองค์กร -บ้านจิตอาสา -องค์กรเครือข่าย -องค์กรภาคี	-Update การทำงาน ของแต่ละที่ -ปรึกษาหารือร่วมกันใน การขับเคลื่อนเครือข่าย หรือกิจกรรมพิเศษที่ ต้องทำร่วมกัน	-ประชุม (การสื่อสาร สองทาง)	แกนนำแต่ละองค์กร -บ้านจิตอาสา -องค์กรเครือข่าย -องค์กรภาคี
	-ขอความช่วยเหลือ -ตอบรับในการเข้าร่วม ประชุม	-โทรศัพท์ (การสื่อสาร สองทาง)	
	-นัดหมายการประชุม -ประชาสัมพันธ์ กิจกรรม/ข่าวสารต่างๆ -ร่วมกันแสดงความ คิดเห็นในประเด็นต่างๆ	E-mail (การสื่อสารสอง ทาง)	
องค์กรภายใน เครือข่ายจิตอาสา/ องค์กรอื่นๆ	-ประชาสัมพันธ์กิจกรรม อาสาสมัครต่างๆ -แจ้งข่าวสารให้ทราบ	โทรสาร (การสื่อสาร ทางเดียว)	-บ้านจิตอาสา

ตารางที่ 2 รูปแบบการติดต่อสื่อสารระหว่างองค์กรกับองค์กร

จากตารางที่ 2 สามารถอธิบายรายละเอียดการติดต่อสื่อสารระหว่างองค์กรกับองค์กรได้  
ดังนี้

### 1. รูปแบบการติดต่อสื่อสารแบบสองทางกึ่งทางการ

#### การประชุม

ผลการวิจัย พบว่า การประชุมของเครือข่ายจิตอาสา จะมีการประชุมประมาณ เดือนละ 1 ครั้ง ซึ่งอาจจะมีวาระการประชุม หรือประเด็นหลักๆที่ จะนำมาพูดคุยกันในที่ประชุม เพื่อเป็นการติดตามข่าวสารขององค์กรภาคีเครือข่าย หรือเพื่อแจ้งให้ทราบข่าวสาร ประสานความร่วมมือต่างๆ รวมถึงการปรึกษาหารือในประเด็นของงานอาสาสมัคร แต่การพูดคุยในที่ประชุม นั้น จะมีลักษณะกึ่งทางการ

“ส่วนใหญ่เครือข่ายประชุมเดือนละครั้ง ร่วมกับองค์กรอื่นๆ คือปกติเวลาประชุม ในเครือข่ายจิตอาสา ก็จะอัปเดตว่าแต่ละที่ทำอะไรกันบ้าง” (นันทินี มาลานนท์ , **สัมภาษณ์**, 9 กรกฎาคม 2553)

“ถ้าตอนนี้เฉลี่ยก็น่าจะเดือนละครั้งถ้าเป็นเครือข่าย ก็จะคุยเรื่องงาน ความเคลื่อนไหว แล้วก็กิจกรรมต่างๆที่จะเกิดขึ้น ...ก็จะมีวาระการประชุม เซ็ตอะไรต่างๆ มีสรุปวาระการประชุม มีโครงการอะไรต่างๆบ้างพวกนี้ แต่มันก็สบายๆกันเอง เพราะว่าไม่ได้ซีเรียสอะไรมากไป เพราะรู้จักกันมาหลายปีแล้วไง ก็เลยคุยกันมากกว่า เหมือนอัปเดต เจอหน้ากัน เป็นไงสบายดีไหม ” (วินัย เมฆไตรภพ , **สัมภาษณ์**, 15 มิถุนายน 2553)

“การประชุมของเครือข่ายไม่เป็นวาระที่ชัดเจน ขึ้นอยู่กับทางผู้ประสานงานด้วย บางทีก็มีประเด็นที่ต้องปรึกษาหารือร่วม ก็จะมีนัดประชุมพิเศษ ตามความสะดวกมากกว่า หรือถ้ามีกิจกรรมอะไรใหญ่ๆที่ต้องทำร่วมกัน ก็อาจจะนัดถี่หน่อย อย่างเช่น สมมติว่าจะมีการ เชิญประชุมอะไรที่เกี่ยวข้องกับประเด็นงานอาสาสมัคร แล้วจะต้องเป็นความเห็นร่วมของเครือข่ายจิตอาสา ก็ไปประชุมร่วมกัน หรือว่าถ้าสรุปกันว่าจะมีกิจกรรมที่จะทำร่วมกัน เช่น จะทำตลาดนัด

อาสาสมัคร จะทำกิจกรรมรณรงค์ ก็จะมีการนัดประชุม เตรียมงานกันบ้าง ”  
(กรรณิกา ควรวจร, **สัมภาษณ์**, 4 สิงหาคม 2553)

“จริงๆ มันมีวาระการประชุม แต่ก็ไม่ถึงกับตายตัว เป็นการพูดคุยปรึกษาหารือกัน  
ซะมากกว่า เพราะว่าไม่ถึงกับมีเรื่องเพื่อพิจารณา เรื่องสืบเนื่อง ไม่ถึงขนาดนั้น  
เรียกว่ากึ่งทางการดีกว่านะ แต่ไม่มีการนัดวาระการประชุมไม่มีนะ อาจจะมีแค่  
ประเด็น คือใครมีเรื่องอะไรที่จะพูดคุยกันบ้าง ก็อาจจะส่งมาให้กันดูก่อน หรือว่า  
จะไปโยนเข้าในประชุมเลยก็ได้...” (พีธากร ศรีบุตตรวงษ์, **สัมภาษณ์**, 4  
กรกฎาคม 2553)

## 2. รูปแบบการติดต่อสื่อสารแบบสองทางไม่เป็นทางการ

### โทรศัพท์

ผลการวิจัย พบว่า การใช้โทรศัพท์ในการติดต่อสื่อสารระหว่างองค์กรนั้น เป็นการ  
ติดต่อที่ต้องการความรวดเร็ว มีทั้งการแจ้งข้อมูลข่าวสาร การขอความช่วยเหลือ อ ประสานความ  
ร่วมมือต่างๆ และเพื่อการตอบรับว่าจะเข้าร่วมการประชุม

“...เวลานัดหมายการประชุม จะส่งมาทางอีเมลล์ แต่ พอใกล้วันจริงๆ เค้าก็จะโทร  
นัดอีกทีนึง สำหรับคนที่แจ้งว่าจะว่างไปประชุม ก็อาจจะโทรไปแจ้งว่าไปได้ คือ ใช้  
ทางอีเมลล์กับโทรศัพท์ สองทาง” (สุรัช สระาคำ, **สัมภาษณ์**, 30 กรกฎาคม 2553)

“ก็มีโทรติดต่อกัน ที่ผ่านมาอย่างพี่โย(สุรัช สระาคำ ...ผู้วิจัย) ก็จะคุยกันบ่อย  
เพราะกิจกรรมอะไรต่างๆ เค้าต้องอัปเดตที่นี้ มันขึ้นอยู่กับกิจกรรม คือที่เรามาเจอ  
กันก็เพราะว่า มีอะไรร่วมกันเป็นหลัก ก็เลยมาร่วมกัน บางครั้งมันก็เป็นกิจกรรมที่  
ทำร่วมกันระหว่างองค์กรในเครือข่ายก็มี สมมติเราคิดกิจกรรมไปทำบ้านดินที่  
อุบล ก็โทรชวนพี่โยไป ไปทำบ้านดินที่อุบลกัน” (วินัย เมฆไตรภพ, **สัมภาษณ์**,  
15 มิถุนายน 2553)

“ส่วนใหญ่เป็นการยกยูกมากกว่า พูดคุยอัปเดตอะไรแบบนี้ กับคนที่เราสนิทในบ้าน เช่น พี่จ้อย (คะฑาวุธ แวงชัยภูมิ...ผู้วิจัย)จะเป็นลักษณะนั้นมากกว่า แต่เราไม่ได้รายงานว่าเราทำอะไร เราติดต่อเมื่อต้องการความช่วยเหลือ แต่บางครั้งก็จะมีเค้ายกหูโทรมาถามว่าเป็นไงบ้าง นานๆที อย่างที่เค้าเชิญประชุมครั้งก่อน ที่ผ่านมานี้ก็ใช้วิธีการยกหูโทรศัพท์ ว่าจะมีประชุมวันนี้ๆนะ ว่างไหม ก็จะเป็นลักษณะนั้นมากกว่าเพราะมันรวดเร็ว และได้คำตอบทันที เพราะบางทีส่งอีเมลก็อาจจะไม่ได้เปิดอ่าน” (พีฑากร ศรีบุตรวงษ์, **สัมภาษณ์**, 4 กรกฎาคม 2553)

### อีเมล(E-mail)

ผลการวิจัย พบว่า การติดต่อสื่อสารระหว่างองค์กรนั้น จะใช้อีเมลเป็นหลักโดยเป็นลักษณะของกรู๊ปเมล ที่ชื่อว่า volunteerspirit.org เป็นการส่งอีเมลครั้งเดียว และทุกคนที่มีรายชื่ออีเมลอยู่ในกรู๊ปนี้ ก็จะได้รับอีเมลเหมือนกันทุกคน ซึ่งรายชื่อที่อยู่ในกรู๊ปเมลนี้จะเป็นองค์กรหรือบุคคลในองค์กรของเครือข่ายจิตอาสาเท่านั้น เพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสาร ในการนัดหมายการประชุม มีข่าวสารที่ต้องการจะประชาสัมพันธ์ให้สมาชิกในเครือข่ายรับทราบ หรือขอความร่วมมือในการแสดงข้อคิดเห็นต่างๆร่วมกัน

“ก็ใช้ทางอีเมลเป็นหลัก เวลาที่มีกิจกรรมอะไรที่จะต้องร่วมมือกัน ก็นัดหมายกัน หรือว่าเวลาที่มีข่าวอะไรดีๆ มีความเห็นก็ใส่ความเห็นกันทางอีเมล หรือมีกิจกรรมที่จะประชาสัมพันธ์ก็ประสานทางอีเมล” (กรรณิกา ครอบขจร, **สัมภาษณ์**, 4 สิงหาคม 2553)

“หลักๆจะใช้ ทางอีเมล ประชาสัมพันธ์ ประสานงาน หรือนัดประชุมอะไรต่างๆ เน้น ทางจิตอาสาเค้าก็จะส่งเมลมาแจ้งอยู่แล้ว แล้วถ้าเครือข่ายคนไหนว่าง คนไหนไม่ว่าง อะไรยังไง ก็ส่งเมลตอบไป...”(สุรัช สะระคำ, **สัมภาษณ์**, 30 กรกฎาคม 2553)

“คือพวกเรามันมีกรู๊ปเมลอยู่แล้ว สมมติว่าใครไปเข้าเวทีนี้มา ก็ทำหน้าที่สรุปมา ก็ส่งในกรู๊ปเมลมาทุกคนก็จะได้รับ ที่ที่รู้ความเคลื่อนไหวก็จากสามคนนี่คือ แอม (นันท์นี่ มาลานนท์...ผู้วิจัย) จ้อย(คะฑาวุธ แวงชัยภูมิ...ผู้วิจัย) พระป๊อป (วินัย เมษ

ไทรภพ...ผู้วิจัย)ถึงพี่จะไม่ได้ไปเข้าร่วมแต่ก็จะรับทราบข่าวจากแม็กกรุ๊ป น้องๆเค้าน่ารัก เค้าจะเขียนมาหมดว่าประชุมเค้ามีประเด็นนี้ๆ เค้ามีความเห็นแบบนี้ๆ หรือเวลาเรามีข้อสังเกตหรือมีอะไรเพิ่มเติมเราก็จะแชร์กัน บางหัวข้อ บางกระทู้เ็นต่อกันเป็นร้อย ก็เป็นการประชุมออนไลน์ ก็ดี มันเหมาะกับสถานการณ์แบบนี้ คือมันไม่ต้องอ้อมอ้อม ไม่ ต้องอะไรมาก จะเห็นด้วยหรือเห็นต่างก็ว่าไป ในแง่ของมูลนิธิกับเครือข่ายจิตอาสาเราก็จะใช้วิธีแบบนี้ แม็กกรุ๊ปมีความเคลื่อนไหวโดยเฉลี่ยพี่ว่าสักสองสามวันที มันก็แล้วแต่ช่วงด้วย อย่างช่วงหน้างานปีที่แล้วที่เราทำกับ SCB มันก็มีความคืบหน้าทุกวัน เปลี่ยนแปลงทุกวัน แต่ถ้าไม่ใช่หน้าเทศกาลหรือหน้างานมันก็จะประมาณสองสามวันทีนึง ของคนนั้นคนนี้ แต่ก็จะเป็นข่าวแบบ Inform เฉยๆ แค่อ้างให้ทราบ ” (สมเกียรติ อำนวยสุวรรณ , **สัมภาษณ์**, 23 มิถุนายน 2553)

### 3. รูปแบบการติดต่อสื่อสารแบบทางเดียว

#### โทรสาร

ผลการศึกษาวิจัยพบว่า การติดต่อสื่อสารกันโดยใช้โทรสารนั้น เป็นการติดต่อสื่อสารกันระหว่างองค์กรเครือข่าย หรือกับองค์กรภายนอกที่ไม่ใช่เครือข่าย ส่งข่าวสารมาเพื่อเชิญไปร่วมกิจกรรม เวทีสัมมนาต่างๆ หรือส่งมาเพื่อต้องการให้ช่วยประชาสัมพันธ์ข้อมูลผ่านทางเว็บไซต์ให้

“องค์กรเครือข่ายเค้าก็มีส่งแฟกซ์มาอยู่แล้ว แต่บางที ในสมัยก่อนน่าจะมีเหมือนกับไปร่วมงานแล้วลงชื่อไว้ เค้ารู้จักเรา เค้าก็จะจำได้ ว่าอ้อ องค์กรนี้ช่วยเผยแพร่ด้วยทางเว็บไซต์ ก็มีหน่วยงานราชการส่งแฟกซ์มา ก็เดาว่าเคยรู้จัก ที่ส่งมาก็จะเป็นเกี่ยวกับกิจกรรมอาสา ก็ส่งแฟกซ์มาให้เราช่วยโปรโมท ก็คือรู้จักเรา อาจจะเคยไปเจอเค้าในงานหรือว่าเค้าเปิดเว็บไซต์เองแล้วเอาขึ้นไม่เป็น มันก็มีได้หลายทาง คือขอให้เค้ารู้จักเว็บเพจเรา เค้าก็จะสามารถส่งมาได้ เพราะว่าในเว็บเพจ มีทั้งอีเมล แล้วก็เบอร์โทร เบอร์แฟกซ์” (นันทน์ภัท วชิระสมบุญ, **สัมภาษณ์**, 15 มิถุนายน 2553)

## 2.3 รูปแบบการติดต่อสื่อสารระหว่างเครือข่ายจิตอาสา กับอาสาสมัครหรือประชาชนทั่วไป

ผู้วิจัยขอสรุปเป็นตารางรูปแบบการติดต่อสื่อสารระหว่างเครือข่ายจิตอาสา กับอาสาสมัคร หรือประชาชนทั่วไป ดังนี้

ผู้ส่งสาร	เนื้อหาสาร	ช่องทางการสื่อสาร	ผู้รับสาร
เครือข่ายจิตอาสา	-แนวคิดจิตอาสาผ่านทางกิจกรรมอาสาสมัคร	-กิจกรรมอาสาสมัคร (การสื่อสารสองทาง)	อาสาสมัคร
	-ประชาสัมพันธ์กิจกรรม -เชิญชวนให้เข้าร่วมกิจกรรม	-E-mail (การสื่อสารสองทาง)	
	-ประชาสัมพันธ์กิจกรรม -ถามตอบข้อสงสัย -พูดคุยเกี่ยวกับกิจกรรมที่จัดไปแล้วและกำลังจะจัดขึ้น	-ชุมชนออนไลน์เฟซบุค (facebook) (การสื่อสารสองทาง)	อาสาสมัครและประชาชนทั่วไป
เครือข่ายจิตอาสา	-แนวคิดเกี่ยวกับจิตอาสา -ผลที่ได้จากโครงการที่ผ่านมา	-หนังสือ/จุลสาร (การสื่อสารทางเดียว)	คนทั่วไป
บ้านจิตอาสา	-รวบรวมสถานที่ทำดีในรูปแบบอาสาสมัคร ในกทม.และพื้นที่ใกล้เคียง	-แผนที่ทำดี (การสื่อสารทางเดียว)	คนทั่วไป
	-รวบรวมสถานที่ปฏิบัติธรรมใน กทม.และพื้นที่ใกล้เคียง	-ลายแทงธรรม(การสื่อสารทางเดียว)	
เครือข่ายจิตอาสา	-แนวคิดเกี่ยวกับงานอาสาสมัคร -ประชาสัมพันธ์กิจกรรมอาสาสมัคร	เว็บไซต์(การสื่อสารทางเดียว)	คนทั่วไป
เครือข่ายจิตอาสา	-แนวคิดและบทความเกี่ยวกับจิตอาสา -กิจกรรมที่กำลังจะจัดขึ้น	จดหมายข่าวออนไลน์ (การสื่อสารทางเดียว)	คนที่สมัครสมาชิกเพื่อขอรับข่าวสาร
ประชาชนทั่วไป	-สอบถามข้อมูล รายละเอียดต่างๆเกี่ยวกับกิจกรรมอาสาสมัคร	โทรศัพท์ (การสื่อสารสองทาง)	เครือข่ายจิตอาสา

ตารางที่ 3 รูปแบบการติดต่อสื่อสารระหว่างเครือข่ายจิตอาสา กับอาสาสมัครหรือประชาชนทั่วไป



จากตารางที่ 3 สามารถอธิบายรูปแบบการติดต่อสื่อสารระหว่างเครือข่ายจิตอาสา กับอาสาสมัครหรือประชาชนทั่วไป ได้ดังนี้

### 1. รูปแบบการติดต่อสื่อสารแบบสองทางไม่เป็นทางการ

#### กิจกรรมอาสาสมัคร

ผลการศึกษาวิจัย พบว่า การจัดกิจกรรมอาสาสมัครต่างๆ ก็นับว่าเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการติดต่อสื่อสารกันระหว่างเครือข่ายจิตอาสา กับอาสาสมัคร โดยเครือข่ายจิตอาสา มีองค์กรที่จัดกิจกรรมอาสาสมัคร ในประเด็นที่หลากหลาย เพื่อรองรับกับความต้องการ ของอาสาสมัครที่มีความสนใจแตกต่างกันไป และเพื่อเป็นแนวทางให้อาสาสมัคร นั้นได้ คิดริเริ่มกิจกรรมของตัวเองขึ้นมา โดยไม่ต้องรอ ไปเข้าร่วมกิจกรรมกับองค์กรต่างๆ ซึ่งจะเป็นการพัฒนา งานอาสาสมัครได้ยั่งยืนมากกว่า

“...ที่ผ่านมามีในระยะเวลาแรกเราก็เริ่มเปิดพื้นที่ ว่ามันมีกิจกรรมดีอะไรบ้างแล้วให้เค้า มาร่วม ซึ่งในตอนแรกก็ทำในเชิงกิจกรรมต้นแบบ ว่ามีกิจกรรมอาสาสมัครอะไรที่ คนมาร่วมได้ เช่นการปลูกป่า การทำบ้านดิน อาบน้ำให้หมาให้แมว หรือกิจกรรมอาสาสมัครในรูปแบบต่างๆ เล็กน้อยๆ เราก็ทำอย่างต่อเนื่องก็มีคนให้ความสนใจ เยอะนะในช่วงนั้น ...ซึ่งปัจจุบันเราเห็นมาพอสมควรนะ คนที่มาร่วมกิจกรรมกับ เราเนี่ย เค้าไปคิดกิจกรรมเอง ตั้งองค์การเอง หรือเป็นกลุ่มของเค้าเอง กลุ่มอิสระ ตรงนี้จะเยอะมาก แต่มันยังไม่มียุทธศาสตร์ที่ชัดเจนต่อไป คือทุกคนอยากทำ ดี แล้วก็ รวมกลุ่มมาแต่กลุ่มต่างๆที่รวมมาเนี่ย อยู่บนพื้นฐาน านที่ว่า มันมีกิจกรรมที่น่า ช่วยเหลืออะ เค้าก็เลยสนใจทำกิจกรรมของเค้า” (วินัย เมฆไตรภพ , สัมภาษณ์, 15 มิถุนายน 2553)

“...ถ้าเป็นในเรื่องการสื่อสารการตลาดวิธีการสื่อสารของเราคือเราใช้ Below the line ทั้งหมด เพราะไม่มีตั้ง เพราะมันทุกอย่างของมันเป็น Below the line เค้าก็ ต้องแปรรูปการสื่อสารออกมาเป็นกิจกรรมทั้งหมดเลย ไปออกบูท ไปรับของ

บริจาค ให้ Event มันบอกด้วยตัวมันเอง บอกโดยเจ้าหน้าที่ ” (สมเกียรติ อำนวยสุวรรณ, **สัมภาษณ์**, 23 มิถุนายน 2553)

### โทรศัพท์

ผลการศึกษาวิจัย พบว่า การติดต่อสื่อสารระหว่าง เครือข่ายจิตอาสา กับ อาสาสมัคร หรือประชาชนทั่วไป โดยใช้การโทรศัพท์นั้น ส่วนใหญ่จะเป็นการที่ คนทั่วไปเข้ามาอ่าน ข้อมูลในเว็บไซต์ แล้วมีข้อสงสัย หรือต้องการรายละเอียดเพิ่มเติม หรือต้องการให้ทางองค์กร แนะนำกิจกรรมอาสาสมัครว่าช่วงนี้มีอะไรบ้าง ก็จะโทรศัพท์เข้ามาสอบถามข้อมูล

“ส่วนมากจะโทรมาถามมากกว่า เท่าที่เราเจอคือ เหมือนคนอ่านในเว็บไซต์ไม่ครบอะ พออ่านไม่ครบก็จะโทรมาถามว่ายังไง เป็นยังไง โทรมาสอบถามรายละเอียด แล้วก็จะมีที่ให้ติดต่อกลับมา คือระบุไว้เลยว่าให้โทรกลับมาเบอร์นี้ ” (นันทน์ภัท วชิระสมบุญ, **สัมภาษณ์**, 15 มิถุนายน 2553)

“ก็จะมีอย่างเช่น อยากทำความดีช่วยแนะนำหน่อย ส่วนใหญ่จะไม่มาโพสต์นะ จะโทรเลย จะโทรมาที่นี้เลย...ก็มีมาบ่อยๆอะ สมมาเสมอ อาทิตย์นึงต้องมี เมื่อเช้า ก็มี 2 องค์กร คืออยากจัดคนเยอะๆไปปลูกป่าชายเลน เหมือนทำงานว่างๆแล้วอยากทำความดี แต่นี้ ก็ไม่ออกเลยโทรมาหาจิตอาสาดีทำให้เค้าแนะนำประมาณว่าอยากทำดีแต่ไม่รู้จะทำอะไร คือเค้าเปิดเว็ บไซต์มา เค้ายังไม่ได้อ่านเลย เค้ามาที่หน้า contact ทันที แล้วก็โทรมาถามเรา ...” (พุลปรีชา เอื้อตันตรังษี, **สัมภาษณ์**, 23 มิถุนายน 2553)

“คนที่เข้ามาตอนแรกเค้าก็จะเห็นจากสื่อต่างๆ แล้วก็โทรมาสอบถามว่ากิจกรรมมันเป็นอย่างไง มีรายละเอียดอะไรบ้าง พอได้รับการสอบถามแล้ว บางคนก็อีเมลเข้ามา เราก็จะสอบถามเค้า หรือโทรคุยกับเค้า แต่ส่วนมากเราจะใช้การโทรมากกว่า เพราะว่ามันจะได้ยินเสียง แล้วมันจะได้ตอบกันได้ทันที ในการคุยรายละเอียดเรา ก็จะคุยในเรื่องของชื่อแม่ ชื่อครอบครัวบิดอะไรต่างๆ...” (นริศรา อารมณีนันท์, **สัมภาษณ์**, 27 มิถุนายน 2553)

“...ที่แรกเพื่อนป่าบอกมาว่ามีรับอาสาสมัครนวดเด็ก ป่าก็เลยโทรมาสอบถาม และอาสาสมัครที่นี่...” (จันทร์เพ็ญ ภิรมย์ลาภา, **สัมภาษณ์**, 27 มิถุนายน 2553)

### เฟซบุ๊ก (Facebook)

ผลการวิจัย พบว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ อย่าง [www.facebook.com](http://www.facebook.com) นี้ เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่เครือข่ายจิตอาสา ได้นำมาใช้เป็นช่องทางการสื่อสารไปยังสาธารณะ ซึ่งพบว่าเกือบทุกองค์กรจะมีเฟซบุ๊กเป็นขององค์กรหรือของโครงการนั่นเอง ซึ่งสมาชิกนั้นจะประกอบไปด้วยเจ้าหน้าที่อาสาสมัคร และอาสาสมัครที่เคยเข้าร่วมกิจกรรม หรือคนทั่วไปที่สนใจ แต่ยังไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัคร และพบว่ามีการพูดคุยโต้ตอบ ชักถามข้อสงสัยกัน ในประเด็นเกี่ยวกับกิจกรรมอาสาสมัครที่จัดไปแล้ว หรือกำลังจะจัดขึ้น และประเด็นทั่วไปอื่นๆ

“เดี๋ยวนี้มันจะมีช่องทางใหม่ ก็คือ เฟซบุ๊ก เค้าก็จะมีหน้าแฟนเพจของแต่ละเครือข่าย อย่างเครือข่ายจิตอาสา ศูนย์ อาสาสมัครมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ สันติวิธี อะไรอย่างเงี้ย ของที่นี่ถ้าเป็นขององค์กรเลย ก็จะเป็นมูลนิธิกระเจกเงา แต่ถ้าของพี่เองก็จะเป็นเครือข่ายเยาวชนจิตอาสาสร้างสุข แต่ละโครงการเค้าก็จะมีของเค้า เป็นแฟนเพจ จะมีย่อยที่เจาะลึกไปอีกทีนึง แต่ของมูลนิธิกระเจกเงาก็จะเป็นแค่ภาพรวม ถ้ารายละเอียดเยอะๆ เรายังไม่สามารถ ใส่หน้าองค์กรได้ ก็จะมีแฟนเพจเฟซบุ๊กของเราอีกต่างหาก” (กรวิภา ก้อนแก้ว, **สัมภาษณ์**, 14 กรกฎาคม 2553)

“...หลังจากที่ใช้เมลล์ก็คุยกันในเครือข่ายจะน้อยลง เพราะใช้เฟซบุ๊กแทน มันจะแยกเป็นสองกลุ่มชัดเจน คือ กลุ่มที่ ปรับตัวเข้าเฟซบุ๊ก จะไปเฟซบุ๊กเลย แต่คนที่ไม่เอาเฟซบุ๊ก เค้าก็ไม่เอาเลย ก็ยิ่งห่างกว่าเดิมอีก เพราะฉะนั้นบทบาทเราก็อยู่ตรงกลาง เราก็เลยยังใช้ yahoo group อยู่แหละ เพราะว่ามันก็ต้องทำนะ ก็ต้องเผยแพร่ทั้งสองทาง ทั้งเฟซบุ๊ก ทั้ง yahoo group แต่มันก็อึดพิศต่างกันไบบางทีอะ ก็เฟซบุ๊กจะเร็วกว่า yahoo group ก็จะช้าบ้าง ก็เบาละ...” (วินัย เมฆไตรภาพ, **สัมภาษณ์**, 15 มิถุนายน 2553)

“เฟซบุ๊ก ได้ผลในระดับหนึ่ง เป็นช่วง อะ อย่างเช่นช่วงตอนที่ทำฟื้นฟูประเทศไทย ตลาดนัดน้ำใจคนไทยไม่ทิ้งกัน มันก็ได้ผลเยอะ จริงๆ เฟซบุ๊กมาเปิดที่หลัง หลังจากที่มีฟื้นฟูประเทศไทย เพราะคนถามว่ามีเฟซบุ๊กไหม ก็เลยเพิ่งเปิด เพราะว่ามันจะติดต่อสื่อสารได้ง่ายกว่า มันดีอย่างที่สามารถส่งข้อความ ไปถึงสมาชิกได้ นี่คือข้อดีของเฟซบุ๊ก มันง่ายกว่าอีเมล ” (พีธากร ศรีบุตรวงษ์ , **สัมภาษณ์**, 4 กรกฎาคม 2553)

### อีเมล (E-mail)

ผลการศึกษาวิจัย พบว่า การติดต่อสื่อสารระหว่างเครือข่ายจิตอาสา ไปยังกลุ่มอาสาสมัครนั้น จะใช้ช่องทางการสื่อสารคือการส่งอีเมล เป็นลักษณะของเมลกรู๊ป เนื้อหาที่จะเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์โครงการ เชิญชวนให้เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่กำลังจะจัดขึ้น หรือเป็นการระดมทุน ระดมกำลัง ขอความร่วมมือในเรื่องต่างๆ

“...การส่งเมลกรู๊ปจะเป็นชื่อจิตอาสาที่จะกว้างหน่อย ใช้กระจายข้อมูลออกไปข้างนอก คล้ายๆเป็น key person ที่เกี่ยวข้องกับโครงการจิตอาสา คนใน sector ต่างๆ แต่มีอีเมลรู้จักกันแหละ แล้วก็อัปเดตบ้าง ไม่บ่อยนักเงะ จะมีประมาณ หลักพัน...” (วินัย เมฆไตรภพ, **สัมภาษณ์**, 15 มิถุนายน 2553)

“...อีกส่วนหนึ่งก็คือ เรามี volunteer หลายรุ่นแล้วใช้ใหม่คะ เราก็จะมีเก็บ mailing list ของเค้าไว้ แล้วก็ส่งเมลไป เวลาเราจะเปิดรับอาสาสมัครใหม่ๆ...” (นริศรา อารมณีนันท์, **สัมภาษณ์**, 27 มิถุนายน 2553)

“...ที่เป็นกลุ่มคนก็จะมีอีเมลกรู๊ปที่ชื่อว่าจิตอาสา ซึ่งอันนั้นคือระดับบุคคลทั่วไป ฐานกว้างที่สุด ที่ลงข้อมูลกับเราไว้ทางอีเมล...ปกติเราสื่อสารทางอีเมล เพราะเรามีอีเมลที่อยู่ในฐานข้อมูลหลายพันคน เวลาเราต้องการประชาสัมพันธ์กิจกรรม เราก็เชิญชวนผ่านทางอีเมลด้วย ถ้าใครสนใจก็ contact มาที่นี้” (นันทินี มาลานนท์, **สัมภาษณ์**, 9 กรกฎาคม 2553)

## 2. รูปแบบการติดต่อสื่อสารทางเดียว

### หนังสือ/จุลสาร

ผลการศึกษาวิจัย พบว่า การติดต่อสื่อสารระหว่างเครือข่ายจิตอาสาไปยังประชาชนทั่วไป ผ่านช่องทางการสื่อสารประเภทหนังสือและจุลสารนั้น ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า มีบางองค์กรที่มีการจัดทำหนังสือหรือจุลสารออกมาเผยแพร่ แต่ก็มีจำนวนไม่มากนัก อาทิ คู่มือจิตอาสา GIVE&VOLUNTEER GUIDE ของเครือข่ายจิตอาสา เต็มเต็มชีวิตด้วยจิตอาสา ของเครือข่ายพุทธิกาฯ สัมผัสรักอาสานวดเด็ก พลังแห่งการเปลี่ยนแปลง ของมูลนิธิสุขภาพไทย จุลสารร้อยดอกไม้ ของมูลนิธิอาสาสมัครเพื่อสังคม (มอศ.) เป็นต้น เนื่องจากการจัดทำหนังสือหรือจุลสารอาจจะต้องใช้งบประมาณในการจัดพิมพ์พอสมควร บางองค์กรมีการจัดทำออกมาในรูปแบบหนังสือออนไลน์ สามารถดาวน์โหลดผ่านทางเว็บไซต์แทน

“มีจุลสารร้อยดอกไม้ เป็นจุลสารเล็กๆ อันนี้สำหรับอาสาสมัครนอกเวลาที่เหมือนกับจะสื่อสารกิจกรรมของมอศ. ที่เปิดโอกาสให้คนทั่วไปเข้ามาร่วมกิจกรรม นอกจากนั้นก็ถ้ามีสาระสำคัญๆ ก็อาจจะมีพิมพ์หนังสือ เช่น ทำทำเนียบอาสาสมัคร หรือว่าตอนเมื่อครบ 25 ปี ก็มีทำหนังสือ ชื่อว่า Change ก็คือได้สัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องกับงานพัฒนาและงานอาสาสมัคร ก็พิมพ์เป็นเล่ม คุณภิญโญ ไตรสุริยธรรมา เจ้าของสำนักพิมพ์ Open เนี่ย ก็ประสานงานร่วมมือกัน เคื่อก็มาเป็นคนสัมภาษณ์แล้วก็พิมพ์ เผยแพร่ด้วย แล้วก็อย่างเราพิมพ์หนังสือภูมิปัญญาแห่งทศวรรษ ซึ่งเป็นหนังสือที่พี่คนนึงเค้าเป็นคนแปล พิมพ์ให้ แล้วก็ให้มอศ.ออกไปจำหน่ายผ่านสายส่ง แล้วเราก็ประชาสัมพันธ์ทางเว็บไซต์ของเราด้วยถ้าใครสนใจก็มาซื้อได้ หรือวางจำหน่ายตามร้านหนังสือทั่วไปด้วย” (กรรณิกา ควรวจร, สัมภาษณ์, 4 สิงหาคม 2553)

## แผนที่ทำดี

ผลการวิจัย พบว่า บ้านจิตอาสา นั้นมองว่า การจัดกิจกรรม อาสาสมัครต่างๆ ขององค์กรเครือข่ายนั้นมีมากอยู่แล้ว แต่สิ่งที่ยังขาดคือ การรวบรวมแหล่งหรือสถานที่ที่จะสามารถทำความดีในรูปแบบของงานอาสาสมัคร จึงได้จัดทำแผนที่ทำดีขึ้นมา ซึ่งเล่มแรกทำเป็นแผนที่ทำดีในกรุงเทพมหานคร และขณะที่ผู้วิจัยทำวิจัยอยู่นี้ ทางบ้านจิตอาสา กำลังรวบรวมข้อมูลสถานที่ หรือองค์กรทั่วประเทศ ที่คนทั่วไปสามารถไปร่วมกิจกรรมอาสาสมัครต่างๆ ตามประเด็นที่สนใจได้

“...เราพบว่ามีคนมาถามคนในองค์กรเยอะไป ว่าอาทิตยนี้มีกิจกรรมอะไรบ้าง... เราเลยมาคิดว่าทำยังไงดี ที่จะให้เค้า direct ไปยังพื้นที่เลย ที่นี่ก็เลยคิดทำเป็นแผนที่ทำดี ที่คุณสามารถทำดี ในรูปอาสาสมัครแบบไหนได้บ้าง ทำเป็นคล้ายๆ หนังสือออกมา แล้วก็ดาวน์โหลดได้ด้วย ต.อนันต์กำลังทำทั่วประเทศอยู่ เพราะเล่มแรกเป็นแผนที่ทำดีในกรุงเทพ...” (วินัย เมฆไตรภพ , **สัมภาษณ์**, 15 มิถุนายน 2553)

## ลายแทงธรรม

ผลการวิจัย พบว่า ลายแทงธรรม จัดเป็นสื่อเฉพาะกิจอย่างหนึ่งที่บ้านจิตอาสาได้จัดทำออกมาเพื่อเผยแพร่ไปยังประชาชนทั่วไป มีลักษณะคล้ายๆ กับแผนที่แนะนำสถานที่ที่สามารถเดินทางปฏิบัติธรรมในกรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียง นอกจากนี้ยังได้รวบรวมรายการวิทยุเกี่ยวกับธรรมะต่างๆ และแนะนำวิธีการปฏิบัติธรรมอย่างคร่าวๆ สำหรับผู้ต้องการพัฒนาจิตใจและทำสิ่งดีๆ ให้กับชีวิตตนเอง ครอบครัวและสังคม

“...ก่อนหน้าก็มีลายแทงธรรม คือเป็นความสนใจส่วนตัวนะ มันก็ออกมาในรูปแบบสถานที่ปฏิบัติธรรมมันก็ impact ระดับหนึ่ง แล้วก็คนก็ไปปรับใช้เยอะ นะ ลายแทงธรรมเราทำมาสามปีแล้ว พอเค้าเห็นโอเคเลย เค้าก็ไปทำของตัวเองด้วย ก็จะมีคู่มือปฏิบัติธรรมออกมาเยอะนะช่วงหลังๆ แต่เราเป็นคนแรกๆที่ ทำก่อน...” (วินัย เมฆไตรภพ, **สัมภาษณ์**, 15 มิถุนายน 2553)

## เว็บไซต์(website)

จากผลการวิจัย พบว่า รูปแบบการติดต่อสื่อสารระหว่างเครือข่ายจิตอาสา กับ อาสาสมัคร หรือประชาชนทั่วไป ผ่านทางเว็บไซต์นั้น ถือเป็นอีกช่องทางการสื่อสารหนึ่งที่สำคัญมาก ทุกองค์กรของเครือข่ายจิตอาสาจะมีเว็บไซต์เป็นของตนเอง เพื่อเผยแพร่แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องของอาสาสมัคร กิจกรรมอาสาสมัครหรือโครงการต่างๆขององค์กร และอาจจะมีสื่อต่างๆ สามารถดาวน์โหลดได้ผ่านทางเว็บไซต์ เช่น หนังสือ วีดิโอ รูปภาพ งานวิจัย เป็นต้น โดยเฉพาะเว็บไซต์ของเครือข่ายจิตอาสา จากการสัมภาษณ์ผู้ดูแลเว็บไซต์เครือข่ายจิตอาสา พบว่า ตั้งแต่มีการปรับปรุงพัฒนาเว็บไซต์เครือข่ายจิตอาสาในรูปแบบใหม่ โดยได้มีการนับสถิติผู้เข้าชมเว็บไซต์ เครือข่ายจิตอาสา ตั้งแต่วันที่ 25 มีนาคม 2551 ถึงวันที่15 กันยายน 2553 จำนวนทั้งสิ้น 578,157 คน และเฉพาะช่วงที่ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลคือ ระหว่างวันที่ 1 มิถุนายน ถึง 15 กันยายน 2553 มีผู้เข้าชมเว็บไซต์ทั้งสิ้น 87,255 คน โดยแหล่งที่มาของการเข้าชมเว็บไซต์แบ่ง ออกเป็นการค้นหาจาก Search Engines การเข้ามาจากเว็บไซต์อื่น การเข้าจากเว็บไซต์เครือข่ายจิตอาสาโดยตรง และอื่นๆ ทั้งนี้ ผู้ที่เข้าชมเว็บไซต์เครือข่ายจิตอาสาส่วนใหญ่มาจากการสืบค้นข้อมูลจาก Search Engines โดยหากสืบค้นข้อมูลจาก Google search engine คำว่า “จิตอาสา” ปัจจุบัน(กันยายน 2553) ผลการค้นหาจะพบจำนวนทั้งสิ้น 476,000 รายการ และเว็บไซต์เครือข่ายจิตอาสายังคงอยู่ในอันดับหนึ่งในการสืบค้นเรื่องราวเกี่ยวกับจิตอาสา

“...เว็บไซต์ก็จะเป็นพวกกิจกรรม มันก็จะแยกเป็นกิจกรรมอาสาสมัคร แล้วก็ ประชาสัมพันธ์โครงการ คือใน 1 อาทิตย์ ก็จะมีการเคลื่อนไหวตลอด...” (นันทน์ ภัท วชิระสมบุญ, สัมภาษณ์, 15 มิถุนายน 2553)

“...ถึงแม้อาสาสมัครบางส่วนเค้าจะไม่รู้จักเรา ไม่เคยไปร่วมแต่เค้าเปิดเว็บไซต์ ผ่านกิจกรรมที่เคยไปจัดมา ไปดูจากกระทู้ต่างๆที่คนที่ไปร่วมมาตอบ ตัวนี้เป็นตัวบ่งบอกได้ว่า องค์กรนี้ทำงาน องค์กรนี้คนไปร่วมแล้ว Happy เค้าเห็นผ่านทางเว็บไซต์ของเรา เค้าก็อยากจะมาร่วมกิจกรรมด้วย...” (สุรัช สระาคำ, สัมภาษณ์, 30 กรกฎาคม 2553)

“รูปแบบการประชาสัมพันธ์ของโครงการ สำคัญที่สุดก็คือหน้าเว็บไซต์ ข้อหนึ่งคือ เราไม่ได้มีงบอะไร ข้อสองคือเรา ำทรัพยากรให้ประหยัดและถูกที่สุด

เพราะฉะนั้นหน้าเว็บไซต์ก็เป็นอะไรที่รวดเร็ว เข้าถึงได้ เผยแพร่ได้โดยไม่ต้องเสียสตางค์มาก...ถ้ากิจกรรมที่จัดที่บ้านจิตอาสา คนเค้าก็รู้จากเว็บ volunteerspirit แต่เว็บเปเปอร์เรนเจอร์จะเป็นเหมือนผลงานของโครงการ ว่าทำอะไรที่ไหนมาบ้าง ให้เค้าตามมาดู เหมือนเป็น resume ของเรา..." (พลยศ กัมพลกัญญา, **สัมภาษณ์**, 23 มิถุนายน 2553)

"เว็บไซต์ของมอศ. ส่วนใหญ่เราจะเผยแพร่เกี่ยวกับงานอาสาสมัคร โดยเฉพาะงานที่เราทำอยู่ อย่างเช่นบทเรียนของอาสาสมัคร เลือกเผยแพร่กับคนทั่วไป เพราะฉะนั้นข้อมูลก็ จะมาจากตัวอาสาสมัครที่ไปปฏิบัติงานในพื้นที่ต่างๆ เวลาเค้าทำสรุปรายงาน หรือว่าเวลาเค้าทำสรุปบทเรียนการทำงาน 1 ปีเนี่ย เราก็จะเอาเรื่องนั้นมาอัปเดตขึ้นเว็บไซต์ อีกส่วนหนึ่งก็จะเป็นข่าวสารในแวดวงงานพัฒนา เพราะว่าเราก็ถือเป็นหน่วยงานที่สนับสนุนงานด้านอาสาสมัครให้กับองค์กรพัฒนาเอกชนต่างๆ เพราะฉะนั้นข่าวสารอะไรที่เป็นประเด็นในงานพัฒนาที่น่าสนใจเราก็จะเอามาขึ้นด้วย หรือจากการประชุมอะไรที่เจ้าหน้าที่เราเข้าไปร่วมหรือรับรู้ผ่านทางสื่ออื่นๆและเห็นว่ามีความสำคัญก็จะเอามาขึ้นไว้ด้วย" (กรรณิกา คอระขจร, **สัมภาษณ์**, 4 สิงหาคม 2553)

#### จดหมายข่าวออนไลน์ (E-news letter)

จากผลการศึกษาวิจัย พบว่า จดหมายข่าวออนไลน์ เป็นรูปแบบการติดต่อสื่อสารระหว่างเครือข่ายจิตอาสา กับอาสาสมัคร หรือบุคคลทั่วไปที่สมัครรับจดหมายข่าวทางเว็บไซต์ โดยจะส่งไปตามอีเมลของสมาชิกที่ได้สมัครไว้ ทั้งนี้ เนื้อหาที่จะเป็นการสรุปสาระสำคัญเกี่ยวกับงานอาสาสมัครของเดือนนั้นๆ และกิจกรรมที่กำลังมีอยู่ ณ เวลานั้น ที่สามารถไปเข้าร่วมได้

"จดหมายข่าว อันนี้เป็นการสื่อสารอีกทางหนึ่งของสมาชิกในเว็บไซต์เลยนะ ก็คือกรอกอีเมลว่าคุณตกลงรับอีเมลจดหมายข่าว ก็จะมีทุกเดือน ...หลังๆพระก็เลยให้ใส่พวกวิดิโอลงไป ในจดหมายข่าว สิ่งที่จะเป็นคนที่เขียนเองก็คือบทกวี จดหมายข่าวจะมีประเด็นเด่นอยู่คอลัมน์แรก กับคอลัมน์รองอีกสี่ประเด็น นอกนั้นก็จะเป็นเนื้อหาที่อัปเดตในเว็บไซต์ตลอดเดือนที่ผ่านมา...มีไว้สำหรับคนที่ไม่ค่อยได้แวะมาดูเว็บเท่าไร ก็จะสรุป พวกสื่อบัพทั้งหมดลงมาเป็นเดือนๆไป..."



พระจะเป็นคนเลือกว่าสี่หัวข้อหลักจะเป็นอะไร ภาพที่ได้ก็จะมาจากบทความที่เอามาจากองค์กรเครือข่ายอยู่แล้ว รูปมันจะมีมาอยู่แล้ว แต่ถ้าไม่มีก็ต้องหาใน google ดู พวกกิจกรรมต่างๆที่เอามาลงคือเป็นเนื้อหาต่างๆในเว็บ บออยู่แล้ว คือมันจะถูกส่งออกไป ณ ปัจจุบันว่ากิจกรรมอาสาตอนนี้ยังมีอะไรให้ทำบ้าง คือที่เก่าๆก็จะหายไป คือ ณ เวลานี้ ยังมีกิจกรรมอะไรให้ทำ ” (พุลปรีชา เอื้อตันตรังษี, **สัมภาษณ์**, 23 มิถุนายน 2553)

“การเผยแพร่ข่าวสารกับอาสาสมัคร เราจะมีฐานข้อมูลอาสาสมัครทั้งเก่า ทั้งใหม่ ในหลายๆโครงการของเราอยู่ เราก็เชิญคนหลายๆเป็นจดหมายข่าว ก็จะไปตาม mailing list ที่เรามีอยู่ ส่งไปคุ้ม ก็หมิ่นกว่าคน ก็มีหลากหลายกลุ่ม มีทั้งสื่อ หลายสาขา ที่เป็นอาสาสมัครกับมูลนิธิกระจกเงาอยู่...” (กรวิกา ก้อนแก้ว, **สัมภาษณ์**, 14 กรกฎาคม 2553)

## 2.4 รูปแบบการติดต่อสื่อสารระหว่างอาสาสมัคร กับอาสาสมัคร หรือประชาชนทั่วไป

ผู้วิจัยขอสรุปเป็นตาราง รูปแบบการติดต่อสื่อสารระหว่างเครือข่ายจิตอาสา กับอาสาสมัคร หรือประชาชนทั่วไป ดังนี้

ผู้ส่งสาร	เนื้อหาสาร	ช่องทางการสื่อสาร	ผู้รับสาร
อาสาสมัคร	-บอกเล่าประสบการณ์ ที่เคยไปร่วมกิจกรรม อาสาสมัคร -แจ้งให้ทราบในช่วงนี้ มีกิจกรรมอะไรบ้าง -เชิญชวนให้ไปร่วม กิจกรรมครั้งต่อไป -เล่าเรื่องและลงรูป กิจกรรม	การบอกปากต่อปาก -โทรศัพท์ -พูดคุยแบบเห็นหน้าค่าตา -เว็บไซต์ (การสื่อสารสองทาง)	-อาสาสมัคร -คนทั่วไป

ผู้ส่งสาร	เนื้อหาสาร	ช่องทางการสื่อสาร	ผู้รับสาร
-อาสาสมัคร -คนทั่วไปที่ สมัครสมาชิก ของเว็บไซต์	-แจ้งให้ทราบว่าจะมี มีกิจกรรมอะไรบ้าง -ถามตอบข้อสงสัย เกี่ยวกับกิจกรรม -เชิญชวนให้เข้าร่วม กิจกรรม	-เว็บไซต์ -ชุมชนออนไลน์เฟซบุค (facebook) (การสื่อสารสองทาง)	-อาสาสมัคร -คนทั่วไปที่สมัคร สมาชิกของ เว็บไซต์

ตารางที่ 4 รูปแบบการติดต่อสื่อสารระหว่างอาสาสมัคร กับอาสาสมัครหรือประชาชนทั่วไป

จากตารางที่ 4 สามารถอธิบายรูปแบบการติดต่อสื่อสารระหว่างอาสาสมัคร กับอาสาสมัครหรือประชาชนทั่วไป โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

#### 1. รูปแบบการติดต่อสื่อสารสองทางไม่เป็นทางการ

##### การบอกปากต่อปาก

ผลการศึกษาวิจัย พบว่า รูปแบบการติดต่อสื่อสารระหว่างอาสาสมัคร กับอาสาสมัครด้วยกันเองหรือกับประชาชนทั่วไปนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นแบบการบอกปากต่อปาก ในการเชิญชวน หรือบอกเล่าประสบการณ์ของตัวเองที่เคยไปเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัครต่างๆ ผ่านการพูดคุยแบบเห็นหน้าค่าตา ทางโทรศัพท์ อีเมลล์หรือแม้แต่การเล่าเรื่อง ลงรูปกิจกรรมผ่านทางเว็บไซต์ ซึ่งเป็นอีกช่องทางการสื่อสารหนึ่งซึ่งช่วยในการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์กิจกรรมอาสาสมัครต่างๆได้เป็นอย่างดี

“...แล้วก็มีอีกช่องทางหนึ่งคือการที่อาสาสมัครเก่าบอกต่ออาสาสมัครใหม่...”  
(กรวิกา ก้อนแก้ว, **สัมภาษณ์**, 14 กรกฎาคม 2553)

“...แฟนคลับของเราส่วนใหญ่ก็จะเป็นแบบมาทำกิจกรรมกับการให้ครั้งหนึ่ง พอประทับใจก็เล่าให้มองเพื่อนฟัง พอเพื่อนสนใจก็มากขึ้น ส่วนใหญ่ครั้งหนึ่งจะเป็นแบบนี้ แต่แต่ละคนก็มีเฟซบุค มีอะไรของตัวเอง เอาจริงๆไปขึ้น แล้วพวกเราส่วนใหญ่ก็

เป็นนักคิดนักเขียนกันโดยธรรมชาติอยู่แล้ว พอคนเข้ามาอ่านก็อยากไปมั่ง งานอาสาเราได้อาสาสมัครจากวิธีแบบนี้เยอะเหมือนกัน...อย่างงานการให้ที่มัน effective เลยเนี่ย คือคนเอาไปพูดต่อ ไปช่วยบอกต่อ ไปเป็นทอดๆ พอได้รับคำแนะนำจากคนที่เค้าเคยทำจริงมันเลยมีน้ำหนัก ในแง่ของกระบวนการสื่อสารเนี่ย คนที่เอาไปพูดต่อให้เราเนี่ยเป็น Gate keeper ที่เรียกว่ามีvalue มาก คือคนฟังไม่ต้องคิดอะไรมาก โอเคตามนั้น ...” (สมเกียรติ อำนวยสุวรรณ , **สัมภาษณ์**, 23 มิถุนายน 2553)

“...ป่าก็มีชวนหลาน แต่อย่างเพื่อนๆบางคนเค้าไป ไม่ได้ชอบทำอะไรแบบนี้ เค้าก็ไม่มา แต่อย่างบางคนเค้ามาดู เค้าสนใจ ป่าก็จะชวนเค้ามาทำ แล้วเค้าก็ชวนเพื่อนอีกคนนึงมาด้วย...” (จันทร์เพ็ญ ภิรมย์ลาภา, **สัมภาษณ์**, 27 มิถุนายน 2553)

“...เวลาที่เค้าเปิดรับอาสาสมัครรุ่นใหม่ เรายังจะช่วยพ่อเวิร์ดเมลล์ไปยังคนที่เรารู้จัก ในลิสต์ที่เรามี...” (ชนิดา คณิตสุวรรณ, **สัมภาษณ์**, 27 มิถุนายน 2553)

“...พี่ก็มีชวนเพื่อน แล้วก็แบบเป็นการเล่าให้ฟังมากกว่าว่าพี่มาทำที่นี่ แล้วก็ชวนให้เค้าลองมาทำดู...” (นวลพรรณ จรุงชนม์, **สัมภาษณ์**, 27 มิถุนายน 2553)

### เว็บบอร์ด (webboard)

ผลการศึกษาวิจัย พบว่า เว็บบอร์ด เป็นอีกช่องทางหนึ่งในการติดต่อสื่อสารกันระหว่างอาสาสมัคร กับอาสาสมัครด้วยกัน หรือกับประชาชนทั่วไปที่สมัครเป็นสมาชิกของเว็บไซต์นั้นๆ เข้ามาประชาสัมพันธ์กิจกรรม ให้สมาชิกคนอื่นๆ ได้รับรู้ หรือสอบถามในประเด็นที่สงสัย ให้สมาชิกคนอื่นๆ ช่วยกันตอบหรือแสดงความคิดเห็น

“เว็บบอร์ดจิตอาสา ก็ คือช่องทางหนึ่งที่เปิดให้สมาชิกเข้ามาพูดคุย มาประชาสัมพันธ์งาน เพราะบางทีคนที่ไม่ได้ร่วมเป็นเครือข่ายกับเรา ที่อยู่ในต่างจังหวัด คือเค้า ไม่ได้เป็นเครือข่ายกับเราโดยตรง เค้าก็จะอาศัยเว็บนี้ในการประชาสัมพันธ์งานเค้าได้ เพราะมันคือศูนย์รวม ก็คือแค่สมัครสมาชิกก็โพสต์ได้เลย เวลามีคนมาโพสต์ก็ช่วยๆกันตอบ สไตร์เว็ บบอร์ด ใครรู้อะไรก็ช่วยกันตอบ

ส่วนใหญ่เป็นเรื่องพูดคุยกับประชาสัมพันธุ์ มันจะไม่ค่อยมีใครมาถามปัญหา นะ ...” (พลปรีชา เอื้อตันตังษี, **สัมภาษณ์**, 23 มิถุนายน 2553)

### เฟซบุ๊ก (Facebook)

ผลการวิจัย พบว่า ในเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก จะเป็นการพูดคุย แลกเปลี่ยนประสบการณ์ ความคิดเห็นต่างๆ ของอาสาสมัครที่เคยเข้าร่วมกิจกรรมอาสา ต่างๆ กับอาสาสมัครด้วยตัวเอง และมีทั้งกับคนทั่วไป ที่ยังไม่เคยไปเข้าร่วมกิจกรรมใดๆ เลย การพูดคุยก็มีทั้งเรื่องของกิจกรรมอาสาสมัคร และประเด็นอื่นๆ ทั่วไป นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังพบว่าอาสาสมัครที่เคยไปเข้าร่วมกิจกรรมบางคน มีการเชิญชวนคนอื่นๆ ให้ไปเข้าร่วมกิจกรรมในครั้งต่อไป รวมทั้งหากมีลิงก์หรือข้อคิดเห็นใดที่เห็นว่ามีประโยชน์หรือน่าสนใจ ก็จะมีการส่งต่อไปยังสมาชิกคนอื่นๆ เป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารโดยใช้เว็บไซต์ชุมชนออนไลน์เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารได้อย่างรวดเร็วอีกช่องทางหนึ่ง

### 3. การวิเคราะห์เครือข่ายการสื่อสาร Network Descriptors

การศึกษาค้นคว้าความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกภายในเครือข่าย สามารถ นำแนวคิดเกี่ยวกับ Network Descriptors ของ Hellweg โดยการศึกษา Descriptors ดังต่อไปนี้ คือ 1) การครอบงำ 2) การรวมศูนย์ 3) ความยืดหยุ่น 4) การเข้าถึงข้อมูล 5) ความสมดุล 6) การเชื่อมโยงกับภายนอก มาวิเคราะห์รูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในเครือข่ายจิตอาสา โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. เครือข่ายการสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสาเป็นเครือข่ายที่มีการครอบงำต่ำ (lowly dominant network) การสื่อสารจะเป็นแบบกระจายอำนาจ โดยเป็นเครือข่ายการสื่อสารแบบทุกช่องทาง (All Channel Network)

ผลการวิจัย พบว่า แม้ว่าเครือข่ายจิตอาสา จะมีนายวินัย เมฆไตรภพ เป็นเสมือน ศูนย์กลางของเครือข่าย และมีผู้ประสานงานเครือข่ายอีก 3 คน ซึ่งมีการติดต่อสื่อสารกันบ่อยมากกว่าคนอื่นๆ ในเครือข่าย ทำหน้าที่คอยเชื่อมประสานข้อมูล หรือคิดริเริ่มประเด็นที่จะพูดคุยกัน หรือกิจกรรมที่เครือข่ายจะทำร่วมกัน แต่เมื่อมี วาระที่จะต้องปรึกษาหารือร่วมกันแล้ว ทุกคนก็

จะมีส่วนร่วมในการเสนอประเด็นเพิ่มเติม แสดงข้อ คิดเห็น และมีส่วนร่วมในตัดสินใจ อย่างเท่าเทียมกัน ไม่ได้ขึ้นอยู่กับบุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือหากองค์กรใดต้องการประสานความร่วมมือ หรือต้องการความช่วยเหลือจากองค์กรใดก็สามารถติดต่อกันได้โดยตรง สามารถสื่อสารไปได้ทุกทิศทาง เพราะทุกองค์กรเป็นอิสระต่อกัน ไม่ได้ขึ้นอยู่กับองค์กรใดองค์กรหนึ่ง

“...ที่ทำงานหลักๆเลยก็คือพีแอม(นันทีนี่ มาลานนท์..ผู้วิจัย) พีแวน(ไพโรจน์ วิสุทธิวงศ์รัตน์...ผู้วิจัย) แล้วก็พี สามคนนี้ สามคนจะบ่อยกว่าคนอื่น ๆ เพราะนอกจากเราจะเจอกันในงานจิตอาสาแล้ว เราก็จะเจอกันในงานอื่นๆที่เราต้องทำร่วมกันอยู่...อย่างการคิดกิจกรรมที่จะทำร่วมกันของเครือข่าย ก็เกิดจากวงในสุด (ผู้ประสานงานเครือข่ายจิตอาสา...ผู้วิจัย)มาคิดกันว่าปีนี้เราจะทำกิจกรรมอะไรกันบ้าง พอวงในคิดเสร็จก็กระจายมาสู่คนอื่นๆ ว่าสิ่งที่เราคิดเค้าเห็นว่าเป็นยังไง ในเบื้องต้นเราก็จะถามในเมลกรู๊ปเค้าก็จะตอบมา พอได้ข้อสรุปจากเมลกรู๊ปก็จะเอาข้อสรุปนั้นมาคุยกันอีกที เป็นการแสดงความเห็นร่วมกันมากกว่า” (คะฑาวุธ แวงชัยภูมิ, **สัมภาษณ์**, 22 สิงหาคม 2553)

## 2. เครือข่ายการสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสาเป็นเครือข่ายที่มีการรวมศูนย์ต่ำ (lowly centralized network)

ผลการวิจัย พบว่า ลักษณะการติดต่อสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสา ทุกคนทำหน้าที่ทั้งเป็นผู้ส่งสาร และผู้รับสาร โดยไม่ได้ผูกขาดว่าการไหลของข่าวสารนั้นจะต้องเป็นจากสมาชิกคนใด ไปยังคนใดก่อนหลัง หรือการติดต่อสื่อสารระหว่างกันนั้นไม่จำเป็นที่จะต้องผ่านไปยังที่บ้านจิตอาสา ก่อน นอกจากวาระการประชุมของเครือข่าย อาจจะมาจากผู้ประสานงานเครือข่ายปรึกษาหารือกันก่อน แล้วเสนอประเด็นหรือวาระ และส่งไปยังอีเมลล์ของสมาชิก แต่การติดต่อสื่อสารกันในเรื่องอื่น ๆ นอกจากการ กำหนดวาระการประชุมแล้ว ทุกคนก็สามารถที่จะส่งข้อมูลไปยังสมาชิกคนอื่น ๆ ในเครือข่ายได้

“...คือทุกคนไม่ใช่ว่าต้องอยู่ภายใต้ร่มของบ้านจิตอาสา แต่มันจะเป็นในเชิงเครือข่ายที่เป็นแนวราบเข้าหากันมากกว่า เพราะฉะนั้นการสื่อสารมันไม่จำเป็นต้องขึ้นไปข้างบนแล้วให้ข้างบนกระจายลงมาข้างล่าง ถ้าบ้านจิตอาสาเป็น

ร่วม คือทุกอย่างจะกลายเป็น Top-down ทุกคนไม่มีเอกภาพในการบริหารงาน  
 ของตัวเอง โมเดลของบ้านจิตอาสาเลยไม่ได้เป็นแบบนี้ไง ...มันเป็นการ  
 ประสานงานกันระหว่างเครือข่าย เป็นแนวราบ และทุกคนมีอิสระสำหรับตัวเองที่  
 จะทำอะไร แล้วก็เครือข่ายจิตอาสาเป็นที่พึ่งได้ในบางครั้งบางครา บางโอกาส  
 เครือข่ายจิตอาสาทำให้คนในเครือข่ายได้มารู้จักกัน รู้ว่าใครเป็นใคร แล้วก็  
 ช่วยเหลือสนับสนุนซึ่งกันและกัน ในลักษณะของทวิภาคี หรือพหุภาคี โดยที่ไม่  
 จำเป็นต้องไปที่ตรงกลางก็ได้ สำหรับพีคิตว่าเป็นความสำเร็จ มัน เหมือนกับ  
 สามารถติดต่อกับใครก็ได้ ทุกทิศทาง ” (ไพธากร ศรีบุตรวงษ์ , **สัมภาษณ์**, 4  
 กรกฎาคม 2553)

3. เครือข่ายการสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสาเป็น**เครือข่ายที่มีความยืดหยุ่นสูง**  
 (High Flexible Network)

เครือข่ายจิตอาสา มีเส้นทางการสื่อสารที่ไม่แน่นอน สมาชิกสามารถที่จะติดต่อกับใครก็ได้  
 มีเส้นทางการสื่อสารได้หลายเส้นทาง ขึ้นอยู่กับ ประเด็น หรือสถานการณ์นั้นๆ ไม่ได้มีรูปแบบที่  
 แน่นอนว่าสมาชิกคนไหน ติดต่อกับคนไหน และจะรับทราบข้อมูลจากคนนั้นๆตลอด ดังนั้นจึงมี  
 ลักษณะเครือข่ายที่มีความยืดหยุ่นสูง

“ปัจจุบันเราอยู่กันแบบไม่เป็นทางการมากกว่า เพื่อความยืดหยุ่นในการทำงาน  
 ขึ้นกับสถานการณ์ว่าจะมีองค์กรไหนเป็นหลัก เช่น โครงการฉลาดทำบุญ  
 เครือข่ายพุทธิกาเป็นหลัก เรื่องของภัยพิบัติ มูลนิธิกระจกเงาเป็นหลัก งาน  
 นโยบาย ข้อมูล เว็บไซต์ของเครือข่าย ทางเราดูเป็นหลัก ” (วินัย เมฆไตรภพ ,  
**สัมภาษณ์**, 15 มิถุนายน 2553)

4. เครือข่ายการสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสาเป็น**เครือข่ายที่มีการเข้าถึงข้อมูล**  
**ข่าวสารสูง** (High Reachability Network)

จากผลการศึกษาวิจัย พบว่า เครือข่ายมีความรวดเร็วในการส่งผ่านข้อมูลข่าวสารไปยัง  
 สมาชิกภายในเครือข่าย และสมาชิกในเครือข่ายสามารถรับทราบข้อมูลได้ทั่วถึงกันหมด ในเวลา

ไล่เดียวกัน โดยข้อมูลข่าวสารสามารถส่งจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารได้โดยตรง ไม่ต้องไหลผ่านสมาชิกจำนวนมากก่อนที่จะไปถึงปลายทาง เพราะส่วนใหญ่การติดต่อภายในเครือข่ายจะติดต่อกันผ่านทางเมล์กรุป และการประชุม จึงไม่มีการบิดเบือนของข้อมูลข่าวสาร

5. เครือข่ายการสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสาเป็น**เครือข่ายที่มีความสมมาตรสูง** (Highly Symmetrical Network)

ผลการวิจัย พบว่า การติดต่อสื่อสารภายในเครือข่ายจิตอาสา ส่วนใหญ่จะติดต่อกันผ่านช่องทางการสื่อสารคือ การประชุม การส่งอีเมลล์ในลักษณะของเมล์กรุป และการโทรศัพท์ ซึ่งมีลักษณะเป็นการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง และอยู่ในแนวระนาบ กล่าวคือ สมาชิกทุกคนมีการแบ่งปัน ส่งและรับข้อมูลข่าวสาร และมีการตัดสินใจได้อย่างเท่าเทียมกัน

6. เครือข่ายการสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสาเป็น**เครือข่ายเปิด** (open network)

ผลการวิจัย พบว่า เครือข่ายมีการเชื่อมโยงกับภายนอก เช่น องค์กร หรือเครือข่ายจากภายนอก สามารถส่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของจิตอาสา หรืองานด้านอาสาสมัครต่างๆ มาและเครือข่ายจิตอาสาเองก็จะช่วยประชาสัมพันธ์ข้อมูลนั้นๆ ให้ และหากสื่อมวลชนสนใจกิจกรรม หรือสื่อต่างๆ ของเครือข่ายจิตอาสา ทางเครือข่าย ก็ยินดีที่จะให้สื่อมวลชน เผยแพร่ประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นการขยายแนวคิดจิตอาสาออกไปสู่สังคมมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ยังมีการประสานความร่วมมือกันกับหน่วยงานอื่นๆ ในการขับเคลื่อนประเด็นเกี่ยวกับเรื่องจิตอาสาด้วย เช่น มูลนิธิสยามกัมมาจล สถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ชมรมกรุงเทพฯอาสา เป็นต้น

“พระป๊อปป(วินัย เมฆไตรภพ ...ผู้วิจัย) เค้ามีจุดแข็ง คือสามารถเชื่อมนโยบายได้ เชื่อมสสส. เชื่อมศูนย์คุณธรรม หน่วยงานที่เป็นองค์กรเชิงโครงสร้างใหญ่ๆนะ พระป๊อปปเค้าเข้าถึง อันนี้ก็ถือว่าเป็นการสื่อสารนะ เพราะถ้าเราไม่สื่อสาร กับองค์กรใหญ่ๆพวกนี้ เราก็จะดูไม่มีน้ำหนัก ...อย่างการถอดบทเรียนร่วมกับมูลนิธิสยามกัมมาจลแรกๆ เค้าอยากจะมีกลไกแบบนี้ อยากจะทำแบบนี้ แต่ว่ากลไกนี้เราทำอยู่แล้ว เค้าก็เลยอยากจะได้กลไกนี้เข้ามาอยู่ในของเค้าด้วย คือเค้าจะทำทั้งประเทศเลย บทบาทของเค้าจะเป็นการสนับสนุนทางด้านวิชาการ ก็คือว่าทุกปี

จะมีการจัดประชุม แล้วก็ชวนพวกอาสาสมัครมาคุยกันว่าทิศทางหรือว่าประเด็นงานอาสาสมัครเป็นยังไงบ้าง...” (คะทาวุธ แวงชัยภูมิ, **สัมภาษณ์**, 22 สิงหาคม 2553)

“ผลพลอยได้ที่ได้ทีหลังกิจกรรมในเว็บ ระยะแรกมันก็มีสื่อติดต่อเข้ามา ไม่รู้ ว่าสื่อเค้าเคยรู้มาก่อนหรือเปล่า พอสื่อจับมาชิ้นหนึ่ง สื่อชิ้นแรกที่จับตอนสมัยพี่คือ BK Magazine เป็นนิตยสารแจกฟรีเป็นภาษาอังกฤษ หลังจากนั้นมันก็จะดังมาเรื่อยๆอะ เช่น สื่อวิทยุ เค้าเห็นโครงการคงจะตามหน้าเว็บ เค้าก็เลยโทรมาสอบถามเรา พอมีข่าวประชาสัมพันธ์ต่อ มีลงข่าวในหนังสือพิมพ์ หลังจากนั้นพอมันเริ่มเป็นกระแสนิยมมากขึ้น ข่าวก็เริ่มเล่นมากขึ้น ออกผู้หญิงถึงผู้หญิง เดือนหน้าก็จะออกอีกสองเล่ม ที่ไปสัมภาษณ์ไว้ คือ BE Magazine กับ Miracle of life” (พุลยศ กัมพลกัญญา, **สัมภาษณ์**, 23 มิถุนายน 2553)

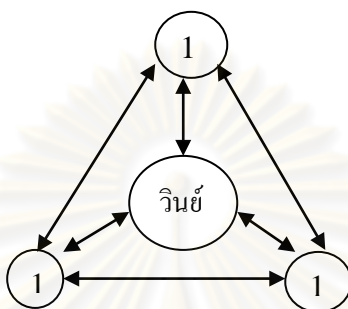
“เราโชคดีอย่างหนึ่งคือเราทำงานเชิง value แบบนี้ สื่อสาธารณะเค้าจะเข้ามาอย่างปีทีแล้วก็มีรายการทีวีมาเยอะแยะเลย ขอเราไปทำกิจกรรมกับเราด้วย อย่าง ThaiPBS พี่ก็รู้จักน้องๆที่เค้าทำสื่อดีๆเยอะ รายการวิทยุก็เยอะ seed fm อะไรพวกนี้ นิตยสารก็มีมาสัมภาษณ์ พอได้ไปลงในสื่อที่คนยอมรับ บว่าเป็นสื่อดี อย่างคนค้นคน รายการคนละไม้คนละมือ รายการแบ่งปันรอยยิ้ม คลื่น seed fm ทำให้คนรู้จักเรา สนใจมาร่วมกิจกรรมมากขึ้น” (สมเกียรติ อำนวยสุวรรณ, **สัมภาษณ์**, 23 มิถุนายน 2553)

ศูนย์วิทยุทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



จากผลการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะเครือข่ายการสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสา สามารถสรุปข้อค้นพบที่ได้จากงานวิจัยชิ้นนี้ แบ่งออกเป็น 2 ช่วง ดังต่อไปนี้

- ช่วงที่ 1 เริ่มก่อตั้งเครือข่ายจิตอาสา จนถึงเดือนกรกฎาคม พ.ศ.2552



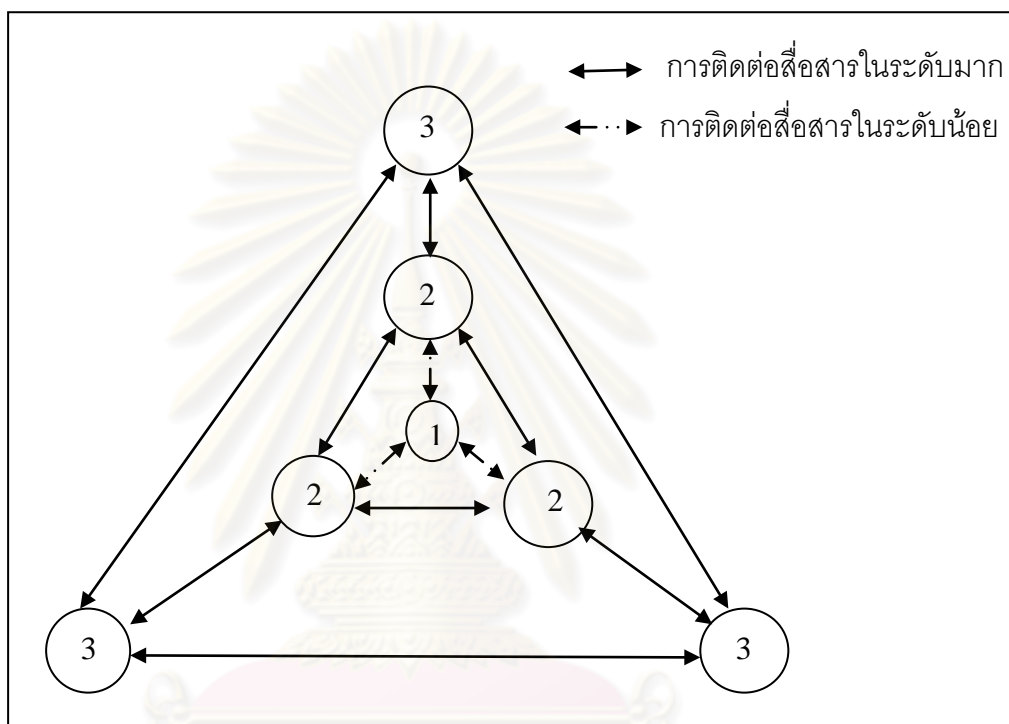
แผนภาพที่ 1 ลักษณะการติดต่อสื่อสารระหว่างเครือข่ายจิตอาสา กับองค์กรเครือข่าย องค์กรภาคี และหน่วยงานอื่นๆ ในช่วงที่ 1

จากแผนภาพที่ 1 อธิบายได้ว่า วินัย เมฆไตรภพ (ประจำอยู่ที่ศูนย์ประสานงานเครือข่ายจิตอาสา) จะมีบทบาทในการติดต่อสื่อสารกับองค์กรเครือข่าย องค์กรภาคี และหน่วยงานอื่นๆ (1) โดยมีนั่นทีนี่ มาลานนท์ เป็นผู้ช่วยในติดต่อสื่อสารกับองค์กรต่างๆ ทั้งภายในแล ะภายนอกเครือข่าย นอกจากนี้ยังเป็นผู้ประสานงานข้อมูลข่าวสารต่างๆ รวมทั้งกำหนดประเด็นหรือวาระในการประชุมของเครือข่ายอีกด้วย

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

- ช่วงที่ 2 ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2552 จนถึงปัจจุบัน

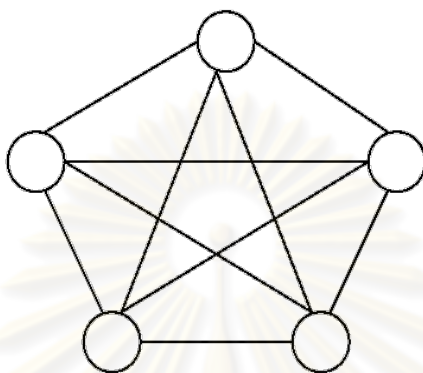
ในช่วงเดือนกรกฎาคม 2552 เครือข่ายจิตอาสาปรับเปลี่ยนบทบาทของผู้ที่เป็นศูนย์กลางของเครือข่าย ดังแผนภาพต่อไปนี้



แผนภาพที่ 2 ลักษณะการติดต่อสื่อสารระหว่างเครือข่ายจิตอาสา กับองค์กรเครือข่าย องค์กรภาคี และหน่วยงานอื่นๆ ในช่วงที่ 2

จากแผนภาพที่ 2 อธิบายได้ว่า วินัย เมฆไตรภพ (1) ลดบทบาทของตัวเองลง โดยมีผู้ประสานงานเครือข่ายจิตอาสา คือ นันทินี มาลานนท์ ไพโรจน์ วิสุทธีวงศศิริรัตน์ และคะฑาวุธ แวงชัยภูมิ (2) มาทำหน้าที่แทน ซึ่งเป็นบทบาทเดียวกับวินัย เมฆไตรภพ ที่ได้กล่าวไว้ในช่วงที่ 1 นั่นคือการติดต่อประสานงานกับองค์กรเครือข่าย องค์กรภาคี และหน่วยงานอื่น ๆ (3) แต่มีลักษณะของการทำงานเป็นทีม และช่วยลดการรวมอำนาจไว้ที่คนเดียวมากขึ้น ถึงแม้จะมีการลดบทบาทของวินัย เมฆไตรภพ แต่วินัย เมฆไตรภพ ก็ยังรับทราบความเคลื่อนไหว ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของเครือข่ายผ่านทางอีเมล และทางโทรศัพท์ นอกจากนี้ยังทำหน้าที่ในการดูแลข้อมูลข่าวสารในเว็บไซต์เครือข่ายจิตอาสาเดิม โดยมีผู้รับผิดชอบในการลงเนื้อหา ข้อมูลต่างๆ คือ นันทน์นภัส วชิระสมบุญณ์ และพุลปรีชา เอื้อตันตรังษ์

อย่างไรก็ตาม ในการประชุมเครือข่าย หรือในการติดต่อสื่อสารกันระหว่างองค์กรเครือข่ายของทั้ง 2 ช่วง มีลักษณะการติดต่อสื่อสารที่เหมือนกัน ดังแผนภาพต่อไปนี้

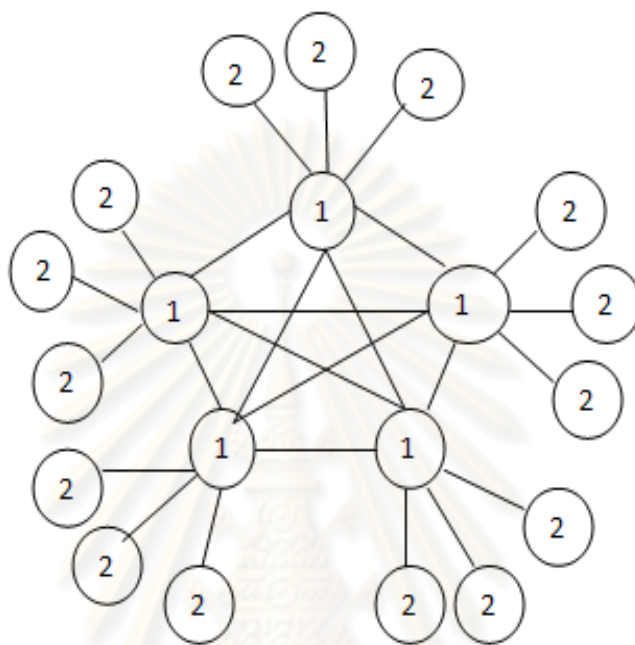


แผนภาพที่ 3 ลักษณะการติดต่อสื่อสารในการประชุมเครือข่าย และติดต่อสื่อสารระหว่างองค์กรเครือข่าย

จากแผนภาพที่ 3 อธิบายได้ว่า รูปแบบการติดต่อสื่อสารระหว่างองค์กรเครือข่าย หรือองค์กรภาคีด้วยกัน สามารถติดต่อกันได้ทุกทิศทาง อย่างเป็นอิสระ และในการประชุมเครือข่ายนั้น ผู้ประสานงานทั้ง 3 คน จะเป็นเพียงผู้คอยคิดประเด็น กำหนดวาระต่างๆ ที่สำคัญ แต่สมาชิกคนอื่นๆที่เข้าร่วมประชุม ก็ยังสามารถเสนอประเด็นเพิ่มเติม ได้ และทุกคนมีอำนาจในการตัดสินใจอย่างเท่าเทียมกัน

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

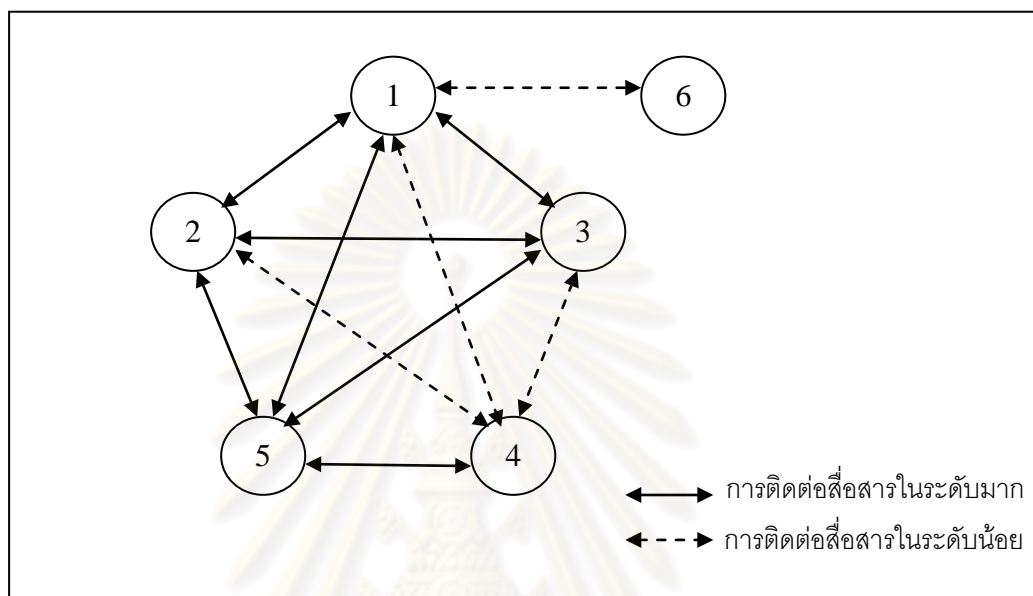
สำหรับในส่วนของการประสานความร่วมมือกับองค์กรภาคีอื่นๆ มีลักษณะการติดต่อสื่อสารเหมือนกันทั้ง 2 ช่วง ดังแผนภาพต่อไปนี้



แผนภาพที่ 4 ลักษณะการติดต่อสื่อสารระหว่างองค์กรเครือข่ายของเครือข่ายจิตอาสากับองค์กรภาคี หรือหน่วยงานอื่นๆ

จากแผนภาพที่ 4 อธิบายได้ว่า ลักษณะเครือข่ายการสื่อสารระหว่าง องค์กรเครือข่ายของเครือข่ายจิตอาสา (1) กับองค์กรภาคีหรือหน่วยงานอื่นๆ (2) นั้น มีการติดต่อสื่อสารกันอย่างเป็นอิสระ โดยองค์กรเครือข่ายแต่ละองค์กร ก็มีองค์กรเครือข่ายเป็นของตนเองเพิ่มเติมอีก เพื่อร่วมมือประสานการทำงานกัน ทำให้ลักษณะของเครือข่ายจิตอาสา มีลักษณะที่กระจายและ ขยายวงกว้างยิ่งขึ้น

หากวิเคราะห์ตามองค์ประกอบของเครือข่ายจิตอาสา ที่ประกอบไปด้วย 6 กลุ่มนั้น สามารถสรุปลักษณะเครือข่ายการสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสาได้ ดังแผนภาพต่อไปนี้



แผนภาพที่ 5 ลักษณะเครือข่ายการสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสา

จากแผนภาพที่ 5 อธิบายได้ว่า ลักษณะเครือข่ายการสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสา ประกอบไปด้วย ศูนย์ประสานงานเครือข่ายจิตอาสา (1) ผู้ประสานงานเครือข่ายจิตอาสา (2) องค์กรเครือข่าย (3) องค์กรภาคี (4) อาสาสมัครและประชาชนทั่วไป (5) ซึ่งแต่ละส่วนจะมีการติดต่อสื่อสารกันได้ทุกทิศทาง อย่างเป็นอิสระ และเป็นการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) ในส่วนของการติดต่อสื่อสารระหว่างองค์กรภาคี(4) กับศูนย์ประสานงานเครือข่ายจิตอาสา(1) ผู้ประสานงานเครือข่าย(2) และองค์กรเครือข่าย(3) นั้น พบว่า มีการติดต่อสื่อสารสองทางเช่นกัน แต่มีการติดต่อสื่อสารกันในระดับน้อย ดังที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้น

อย่างไรก็ตาม การติดต่อสื่อสารระหว่างเครือข่ายจิตอาสา กับหน่วยงานอื่นๆ เช่น มูลนิธิสยามกัมมาจล กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) เป็นต้น โดยส่วนใหญ่จะพบการติดต่อสื่อสารระหว่างศูนย์ประสานงานเครือข่ายจิตอาสา(1) กับหน่วยงานอื่นๆ (6) ในเรื่องของการประสานงาน ขอความร่วมมือ เพื่อขับเคลื่อนงานอาสาสมัครในด้านต่างๆ ร่วมกัน หรือการขอทุนสนับสนุนโครงการต่างๆ เป็นหลัก

## การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำข้อมูลที่ได้มา คำนวณหาค่าสถิติพื้นฐาน แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ข้อมูลส่วนบุคคล การ แสวงหาข่าวสาร ทักษะคติที่มีต่องานอาสาสมัคร และการตัดสินใจเป็นอาสาสมัคร สามารถแจกแจงได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	119	29.8
หญิง	281	70.2
รวม	400	100

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เป็นเพศชาย ร้อยละ 29.8 และเพศหญิง ร้อยละ 70.2

ตารางที่ 6 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	41	10.2
20-25 ปี	121	30.2
26-30 ปี	99	24.8
31-35 ปี	72	18.0
36 ปี ขึ้นไป	67	16.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20-25 ปี มีจำนวนมากที่สุดคือ ร้อยละ 30.2 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 26-30 ปี ร้อยละ 24.8

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	2	0.5
มัธยมศึกษา หรือ ปวช.	23	5.8
อนุปริญญา หรือ ปวส.	10	2.5
ปริญญาตรี	264	66.0
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	101	25.2
รวม	400	100

จากตารางที่ 7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวนมากที่สุดคือ ร้อยละ 66.0 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า ร้อยละ 25.2

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	41	10.2
พนักงานบริษัทเอกชน	166	41.5
ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	33	8.2
ค้าขาย	6	1.5
รับจ้างทั่วไป	12	3.0
แม่บ้าน	8	2.0
นักเรียน/นิสิตนักศึกษา	110	27.5
อื่นๆ	24	6.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนเกือบครึ่งหนึ่ง คือ ร้อยละ 41.5 รองลงมาคือนักเรียน/นิสิตนักศึกษา ร้อยละ 27.5

ตารางที่ 9 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านอาสาศัมครจากสื่อบุคคล

ความถี่ สื่อบุคคล	เป็นประจำ/ บ่อยมาก (ร้อยละ)	บ่อย (ร้อยละ)	ไม่ค่อย บ่อย (ร้อยละ)	นานๆ ครั้ง (ร้อยละ)	ไม่เคยเลย (ร้อยละ)	$\bar{x}$ (1-5)	ความ หมาย
เจ้าหน้าที่ อาสาศัมคร (Staff)	33 (8.2)	84 (21.0)	109 (27.2)	112 (28.0)	62 (15.5)	2.79	ปาน กลาง
คนในครอบครัว/ ญาติ	14 (3.5)	62 (15.5)	92 (23.0)	114 (28.5)	118 (29.5)	2.35	ต่ำ
เพื่อน	40 (10.0)	160 (40.0)	98 (24.5)	80 (20.0)	22 (5.5)	3.29	ปาน กลาง
แฟน/เพื่อนสนิท	36 (9.0)	147 (36.8)	87 (21.8)	73 (18.2)	57 (14.2)	3.08	ปาน กลาง
คนรู้จัก	14 (3.5)	109 (27.2)	127 (31.8)	106 (26.5)	44 (11.0)	2.86	ปาน กลาง
ค่าเฉลี่ย (รวม)						2.87	ปาน กลาง

จากตารางที่ 9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยรวมของการแสวงหาข่าวสารจากสื่อบุคคล อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีการแสวงหาข่าวสารจากสื่อบุคคล ดังนี้

การแสวงหาข่าวสารจากเจ้าหน้าที่อาสาศัมคร(Staff) ในระดับนานๆครั้ง มากที่สุด ร้อยละ 28.0 รองลงมาคือ ไม่ค่อยบ่อย ร้อยละ 27.2 และอยู่ในระดับปานกลาง

การแสวงหาข่าวสารจากคนในครอบครัว/ญาติ ในระดับไม่เคยเลย มากที่สุด ร้อยละ 29.5 รองลงมาคือ ไม่ค่อยบ่อย ร้อยละ 28.5 และอยู่ในระดับต่ำ

การแสวงหาข่าวสารจากเพื่อน ในระดับบ่อย มากที่สุด ร้อยละ 40.0 รองลงมาคือ ไม่ค่อยบ่อย ร้อยละ 24.5 และอยู่ในระดับปานกลาง

การแสวงหาข่าวสารจากแฟน/เพื่อนสนิท ในระดับบ่อย มากที่สุด ร้อยละ 36.8 รองลงมาคือ ไม่ค่อยบ่อย ร้อยละ 21.8 และอยู่ในระดับปานกลาง



การแสวงหาข่าวสารจากคนรู้จัก ในระดับไม่ค่อยบ่อย มากที่สุด ร้อยละ 31.8 รองลงมา คือ บ่อย ร้อยละ 27.2 และอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัครจากสื่อออนไลน์

ความถี่ สื่อออนไลน์	เป็นประจำ/ บ่อยมาก (ร้อยละ)	บ่อย (ร้อยละ)	ไม่ค่อย บ่อย (ร้อยละ)	นานๆ ครั้ง (ร้อยละ)	ไม่เคย เลย (ร้อยละ)	$\bar{x}$ (1-5)	ความ หมาย
เว็บไซต์เครือข่ายจิตอาสา	69 (17.2)	125 (31.2)	104 (26.0)	62 (15.5)	40 (10.0)	3.30	ปาน กลาง
Facebook	63 (15.8)	95 (23.8)	88 (22.0)	54 (13.5)	100 (25.0)	2.92	ปาน กลาง
เว็บไซต์อื่นๆ	26 (6.5)	82 (20.5)	90 (22.5)	98 (24.5)	104 (26.0)	2.57	ต่ำ
จดหมายข่าวออนไลน์	13 (3.2)	40 (10.0)	75 (18.8)	66 (16.5)	206 (51.5)	1.97	ต่ำ
ค่าเฉลี่ย (รวม)						2.69	ปาน กลาง

จากตารางที่ 10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยรวมของการแสวงหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีการแสวงหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ ดังนี้

การแสวงหาข่าวสารจากเว็บไซต์เครือข่ายจิตอาสา ในระดับบ่อย มากที่สุด ร้อยละ 31.2 รองลงมาคือ ไม่ค่อยบ่อย ร้อยละ 26.0 และอยู่ในระดับปานกลาง

การแสวงหาข่าวสารจากwww.facebook.com ในระดับไม่เคยเลย มากที่สุด ร้อยละ 25.0 รองลงมาคือ บ่อย ร้อยละ 23.8 และอยู่ในระดับปานกลาง

การแสวงหาข่าวสารจากเว็บไซต์อื่นๆ ในระดับ ไม่เคยเลย มากที่สุด ร้อยละ 26.0  
รองลงมาคือ นานๆครั้ง ร้อยละ 24.5 และอยู่ในระดับต่ำ

การแสวงหาข่าวสารจากจดหมายข่าวออนไลน์ ในระดับ ไม่เคยเลย มากที่สุด ร้อยละ 51.1  
รองลงมาคือ ไม่ค่อยบ่อย ร้อยละ 18.8 และอยู่ในระดับต่ำ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการแสวงหา  
ข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัครจากสื่อเฉพาะกิจ และสื่อกิจกรรม

ความถี่ สื่อเฉพาะกิจ/ สื่อกิจกรรม	เป็นประจำ/ บ่อยมาก (ร้อยละ)	บ่อย (ร้อยละ)	ไม่ค่อย บ่อย (ร้อยละ)	นานๆครั้ง (ร้อยละ)	ไม่เคย เลย (ร้อยละ)	$\bar{x}$ (1-5)	ความ หมาย
หนังสือ/ พ็อกเก็ตบุ๊คส์	10 (2.5)	45 (11.2)	79 (19.8)	102 (25.5)	164 (41.0)	2.09	ต่ำ
กิจกรรมอาสา ต่างๆ	33 (8.2)	119 (29.8)	128 (32.0)	89 (22.2)	31 (7.8)	3.09	ปาน กลาง

จากตารางที่ 11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการแสวงหาข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ และสื่อ  
กิจกรรม ดังนี้

การแสวงหาข่าวสารจากหนังสือ/พ็อกเก็ตบุ๊คส์ ในระดับไม่เคยเลย มากที่สุด ร้อยละ 41.0  
รองลงมาคือ นานๆครั้ง ร้อยละ 25.5 และอยู่ในระดับต่ำ

การแสวงหาข่าวสารจากการเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัครต่างๆ ในระดับ ไม่ค่อยบ่อย มาก  
ที่สุด ร้อยละ 32.0 รองลงมาคือ บ่อย ร้อยละ 29.8 และอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 12 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (Mean) และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยรวม ของระดับความถี่ในการแสวงหาข่าวสารจากสื่อบุคคล สื่อออนไลน์ สื่อเฉพาะกิจ และสื่อกิจกรรม

ประเภทสื่อ	$\bar{x}$ (1-5)	(S.D.)	ความหมาย
สื่อบุคคล	2.87	1.14	ปานกลาง
สื่อออนไลน์	2.69	1.26	ปานกลาง
สื่อเฉพาะกิจ	2.09	1.13	ต่ำ
สื่อกิจกรรม	3.09	1.08	ปานกลาง

จากตารางที่ 12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการแสวงหาข่าวสารจากสื่อกิจกรรมมากที่สุด อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ มีการแสวงหาข่าวสารจากสื่อบุคคล และสื่อออนไลน์ อยู่ในระดับปานกลาง เช่นเดียวกัน ส่วนการแสวงหาข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ อยู่ในระดับต่ำ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามทัศนคติที่มีต่องานอาสาสมัคร

เหตุผล	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (ร้อยละ)	เห็นด้วย (ร้อยละ)	ไม่แน่ใจ (ร้อยละ)	ไม่เห็น ด้วย (ร้อยละ)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (ร้อยละ)	$\bar{x}$ (1-5)	ความ หมาย
ท่านคิดว่างานอาสาสมัคร ทำให้ท่านได้ทำในสิ่งที่ แปลกใหม่	212 (53.0)	165 (41.2)	19 (4.8)	3 (0.8)	1 (0.2)	4.46	เชิงบวก อย่างมาก
ท่านคิดว่างานอาสาสมัคร เป็นงานที่ไม่ยากเกิน ความสามารถของท่าน	205 (51.2)	165 (41.2)	13 (3.2)	13 (3.2)	4 (1.0)	4.39	เชิงบวก อย่างมาก
ท่านคิดว่างานอาสาสมัคร เป็นประโยชน์ต่อตนเองและ ผู้อื่น	302 (75.5)	96 (24.0)	1 (0.2)	-	1 (0.2)	4.75	เชิงบวก อย่างมาก

เหตุผล	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (ร้อยละ)	เห็นด้วย (ร้อยละ)	ไม่แน่ใจ (ร้อยละ)	ไม่เห็น ด้วย (ร้อยละ)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (ร้อยละ)	$\bar{x}$ (1-5)	ความ หมาย
ท่านคิดว่างานอาสาสมัคร นั้นลำบาก ต้องทุ่มเท แรงกายแรงใจมาก	41 (10.2)	115 (28.8)	80 (20.0)	123 (30.8)	41 (10.2)	3.02	เป็นกลาง
ท่านคิดว่าภาระให้คือพลังอัน ยิ่งใหญ่	283 (70.8)	107 (26.8)	6 (1.5)	2 (0.5)	2 (0.5)	4.67	เชิงบวก อย่างมาก
ท่านคิดว่างานอาสาสมัคร ทำให้ท่านพัฒนา ความสามารถได้มากขึ้น	177 (44.2)	182 (45.5)	40 (10.0)	1 (0.2)	-	4.34	เชิงบวก อย่างมาก
ท่านคิดว่าภาระเป็น อาสาสมัครควรได้รับเงิน ตอบแทนบ้างในบางกรณี	19 (4.8)	65 (16.2)	121 (30.2)	111 (27.8)	84 (21.0)	3.44	เชิงบวก
ท่านคิดว่าภาระเป็น อาสาสมัครเป็นการใช้เวลา ว่างให้เป็นประโยชน์	252 (63.0)	141 (35.2)	6 (1.5)	1 (0.2)	-	4.61	เชิงบวก อย่างมาก
ท่านคิดว่างานอาสาสมัคร จะช่วยเหลือปัญหาต่าง ต่างๆของสังคมได้	192 (48.0)	166 (41.5)	40 (10.0)	1 (0.2)	1 (0.2)	4.37	เชิงบวก อย่างมาก
ท่านคิดว่างานอาสาสมัคร ใครๆก็ทำได้	180 (45.0)	130 (32.5)	63 (15.8)	23 (5.8)	4 (1.0)	4.15	เชิงบวก
ท่านรู้สึกว่าการมาเป็น อาสาสมัครทำให้ท่าน ภาคภูมิใจในตนเอง	229 (57.2)	157 (39.2)	13 (3.2)	-	1 (0.2)	4.53	เชิงบวก อย่างมาก
ท่านคิดว่างานอาสาสมัคร เป็นงานที่น่าเบื่อหน่าย	4 (1.0)	7 (1.8)	37 (9.2)	161 (40.2)	191 (47.8)	4.32	เชิงบวก อย่างมาก

เหตุผล	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (ร้อยละ)	เห็นด้วย (ร้อยละ)	ไม่แน่ใจ (ร้อยละ)	ไม่เห็น ด้วย (ร้อยละ)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (ร้อยละ)	$\bar{x}$ (1-5)	ความ หมาย
ท่านคิดว่างานอาสาสมัคร ทำให้ท่านได้ฝึกความอดทน และรู้จักเสียสละ	220 (55.0)	162 (40.5)	16 (4.0)	1 (0.2)	1 (0.2)	4.50	เชิงบวก อย่างมาก
ท่านคิดว่าการมาเป็น อาสาสมัครทำให้ได้พบปะ กับเพื่อนใหม่ๆ	230 (57.5)	155 (38.8)	13 (3.2)	1 (0.2)	1 (0.2)	4.53	เชิงบวก อย่างมาก
ค่าเฉลี่ย (รวม)						4.29	เชิงบวก อย่างมาก

จากตารางที่ 13 พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมของทัศนคติที่มีต่องานอาสาสมัคร อยู่ในระดับเชิงบวกอย่างมาก โดย กลุ่มตัวอย่างคิดว่างานอาสาสมัครเป็นประโยชน์ต่อตนเองและผู้อื่น มากที่สุดคือเห็นด้วยอย่างยิ่ง ร้อยละ 75.5 และอยู่ในระดับเชิงบวกอย่างมาก รองลงมาคือ คิดว่าการให้คือพลังอันยิ่งใหญ่ กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่ง ร้อยละ 70.8 อยู่ในระดับเชิงบวกอย่างมาก และคิดว่าการเป็นอาสาสมัครเป็นการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่ง ร้อยละ 63.0 อยู่ในระดับเชิงบวกอย่างมาก เช่นเดียวกัน

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน และร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาในการเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัคร

ระยะเวลาในการเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัคร	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	188	47.0
มากกว่า 1-2 ปี	82	20.5
มากกว่า 2-3 ปี	44	11.0
มากกว่า 3-4 ปี	24	6.0
มากกว่า 4 ปี	62	15.5

จากตารางที่ 14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัครน้อยกว่า 1ปี มากที่สุด ร้อยละ 47 รองลงมาคือ มากกว่า 1-2 ปี ร้อยละ 20.5 และ มากกว่า 4ปี ร้อยละ 15.5

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลในการเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัคร

เหตุผล	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (ร้อยละ)	เห็นด้วย (ร้อยละ)	ไม่แน่ใจ (ร้อยละ)	ไม่เห็นด้วย (ร้อยละ)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (ร้อยละ)	$\bar{x}$ (1-5)
ท่านต้องการช่วยเหลือผู้อื่น	203 (50.8)	179 (44.8)	17 (4.2)	1 (0.2)	-	4.46
ท่านต้องการทำในสิ่งที่แปลกใหม่	154 (38.5)	203 (50.8)	32 (8.0)	10 (2.5)	1 (0.2)	4.25

เหตุผล	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (ร้อยละ)	เห็นด้วย (ร้อยละ)	ไม่แน่ใจ (ร้อยละ)	ไม่เห็น ด้วย (ร้อยละ)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (ร้อยละ)	$\bar{x}$ (1-5)
ท่านคิดว่างานอาสาสมัคร เป็นประโยชน์ต่อตนเองและ ผู้อื่น	253 (63.2)	139 (34.8)	7 (1.8)	1 (0.2)	-	4.61
ท่านคิดว่าการทำงานด้าน อาสาสมัครบ่งบอกความเป็น ตัวตนของท่าน	122 (30.5)	161 (40.2)	105 (26.2)	12 (3.0)	-	3.95
ท่านคิดว่างานอาสาสมัครทำ ให้ท่านพัฒนาความสามารถ ของท่านได้มากขึ้น	146 (36.5)	189 (47.2)	60 (15.0)	5 (1.2)	-	4.19
ท่านต้องการมีประสบการณ์ ในการทำงาน	111 (27.8)	167 (41.8)	81 (20.2)	32 (8.0)	9 (2.2)	3.85
ท่านต้องการทำตัวให้เป็น ประโยชน์ต่อสังคม	227 (56.8)	160 (40.0)	13 (3.2)	-	-	4.54
ท่านต้องการงานที่ทำหาย	112 (28.0)	172 (43.0)	89 (22.2)	23 (5.8)	4 (1.0)	3.91
ท่านต้องการงานที่ตรงกับ อุดมการณ์	122 (30.5)	168 (42.0)	84 (21.0)	24 (6.0)	2 (0.5)	3.96
ท่านต้องการใช้เวลาว่างให้ เป็นประโยชน์	197 (49.2)	172 (43.0)	27 (6.8)	3 (0.8)	1 (0.2)	4.40
ท่านต้องการพบปะกับเพื่อน ใหม่ๆ	130 (32.5)	199 (49.8)	60 (15.0)	11 (2.8)	-	4.12
ท่านต้องการทดลองดูว่าจะ ทำงานลักษณะนี้ได้หรือไม่	86 (21.5)	144 (36.0)	78 (19.5)	77 (19.2)	15 (3.8)	3.52

จากตารางที่ 15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีเหตุผลในการเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัคร คือคิดว่างานอาสาสมัครเป็นประโยชน์ต่อตนเองและผู้อื่น มากที่สุด โดยกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่ง ร้อยละ 63.2 รองลงมาคือ ต้องการทำให้เป็นประโยชน์ต่อสังคม กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่ง ร้อยละ 56.8 และต้องการช่วยเหลือผู้อื่น กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่ง ร้อยละ 50.8

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัคร ในครั้งต่อไป

การตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
เข้าร่วม	394	98.5
ไม่เข้าร่วม	6	1.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจจะเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัครในครั้งต่อไปมากที่สุด คือ ร้อยละ 98.5

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 17 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลที่จะเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัครในครั้งต่อไป (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

เหตุผล	จำนวน (ที่เลือกตอบ)	ร้อยละ
ต้องการมีประสบการณ์ในการทำงาน	168	42.0
ต้องการช่วยเหลือผู้อื่น	341	85.2
ต้องการทำตัวให้เป็นประโยชน์ต่อสังคม	334	83.5
ต้องการความสนุกสนาน	185	46.2
ต้องการงานที่ท้าทาย	141	35.2
ต้องการงานที่ตรงกับอุดมการณ์	163	40.8
ท่านมีความสุขในการทำงานด้านอาสาสมัคร	301	75.2
ท่านคิดว่างานอาสาสมัครทำให้ท่านพัฒนา ความสามารถของท่านได้มากขึ้น	194	48.5
อื่นๆ	34	8.5

จากตารางที่ 17 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบเหตุผลที่เข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัครในครั้งต่อไป มากที่สุด คือต้องการช่วยเหลือผู้อื่น ร้อยละ 85.2 รองลงมา คือ ต้องการทำตัวให้เป็นประโยชน์ต่อสังคม ร้อยละ 83.5 และมีความสุขในการทำงานด้านอาสาสมัคร ร้อยละ 75.2

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลที่จะไม่เข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัครในครั้งต่อไป (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

เหตุผล	จำนวน (ที่เลือกตอบ)	ร้อยละ
คิดว่าการอาสาสมัครเป็นงานที่ยากเกิน ความสามารถของท่าน	-	-
คิดว่าการอาสาสมัครนั้นลำบาก ต้องทุ่มเทแรงกาย แรงใจมาก	1	0.2

เหตุผล	จำนวน (ที่เลือกตอบ)	ร้อยละ
ท่านมีภาระหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบมาก	5	1.2
ท่านคิดว่าการเป็นอาสาสมัครควรมีค่าตอบแทน เป็นรายได้	-	-
ท่านรู้สึกเบื่อหน่ายกับการทำงานด้านอาสาสมัคร	-	-
ท่านไม่มีเวลา	5	1.2
ท่านไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับงานอาสาสมัครที่ท่านสนใจ	4	1.0
อื่นๆ	1	0.2

จากตารางที่ 18 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบเหตุผลที่ไม่เข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัคร  
ในครั้งต่อไป มากที่สุดคือ มีภาระหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบมาก และไม่มีเวลา ร้อยละ 1.2 รองลงมา  
คือ ไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับงานอาสาสมัครที่สนใจ ร้อยละ 1.0

### ตอนที่ 3 การทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

**การทดสอบสมมติฐานที่ 1** การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัครมีความสัมพันธ์กับ  
การเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา

ตารางที่ 19 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัครกับการ  
เข้าร่วมเป็นอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา

ตัวแปร	การเข้าร่วมเป็นอาสาสมัคร	
	ค่าสหสัมพันธ์	ระดับนัยสำคัญ
การแสวงหาข่าวสาร	0.299***	0.000

\*\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากตารางที่ 19 พบว่าการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัครมีความสัมพันธ์กับการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 โดยเป็นความสัมพันธ์เชิงบวก กล่าวคือ หากมีการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัครมาก ก็จะมี ระยะเวลาในการเป็นอาสาสมัครมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ความสัมพันธ์ดังกล่าว เป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

**การทดสอบสมมติฐานที่ 2** ทักษะคดีที่มีต่องานด้านอาสาสมัครมีความสัมพันธ์กับการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา

ตารางที่ 20 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทักษะคดีที่มีต่องานด้านอาสาสมัครกับการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา

ตัวแปร	การเข้าร่วมเป็นอาสาสมัคร	
	ค่าสหสัมพันธ์	ระดับนัยสำคัญ
ทักษะคดี	0.551***	0.000

\*\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากตารางที่ 20 พบว่า การทักษะคดีที่มีต่องานด้านอาสาสมัครมีความสัมพันธ์กับการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2 โดยเป็นความสัมพันธ์เชิงบวก กล่าวคือ มี ทักษะคดีต่องานด้านอาสาสมัครในเชิงบวกมาก ก็จะมีระยะเวลาในการเป็นอาสาสมัครมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ความสัมพันธ์ดังกล่าว เป็นความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากการศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพ และข้อมูลเชิงปริมาณ พบว่า สามารถนำมาวิเคราะห์ประสิทธิภาพของการสื่อสารจากสื่อต่างๆ โดยวิเคราะห์จากรูปแบบการติดต่อสื่อสาร เช่น เชื่อมโยงกับการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัคร มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

สื่อ	ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ	ผลการวิจัยเชิงปริมาณ
กิจกรรมอาสาสมัคร	มีกิจกรรมที่หลากหลายและจัดอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับความต้องการของอาสาสมัคร	กลุ่มตัวอย่างมีการแสวงหาข่าวสารจากสื่อกิจกรรมในระดับปานกลาง
เฟซบุ๊ก	เกือบทุกองค์กรจะมีเฟซบุ๊กเป็นของตนเอง เพื่อเผยแพร่ข้อมูลและกิจกรรมต่างๆ	กลุ่มตัวอย่างมีการแสวงหาข่าวสารจากเฟซบุ๊กในระดับปานกลาง
หนังสือ/ จุลสาร	มีบางองค์กรที่จัดทำหนังสือหรือจุลสารออกมาเผยแพร่ แต่ก็มีจำนวนไม่มากนัก	กลุ่มตัวอย่างมีการแสวงหาข่าวสารจากหนังสือ/พ็อกเก็ตบุ๊คส์อยู่ในระดับต่ำ
เว็บไซต์	ทุกองค์กรมีเว็บไซต์ของตนเอง เพื่อเผยแพร่แนวคิดและกิจกรรมอาสาสมัคร	กลุ่มตัวอย่างมีการแสวงหาข่าวสารจากเว็บไซต์เครือข่ายจิตอาสาอยู่ในระดับปานกลางและเว็บไซต์อื่นๆอยู่ในระดับต่ำ
จดหมายข่าวออนไลน์	จดหมายข่าวออนไลน์จะส่งไปตามอีเมลล์ของสมาชิกที่ได้สมัครไว้กับทางเว็บไซต์	กลุ่มตัวอย่างมีการแสวงหาข่าวสารจากจดหมายข่าวออนไลน์อยู่ในระดับต่ำและมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด
การบอกปากต่อปาก	เป็นการเชิญชวนและบอกเล่าประสบการณ์ของตัวเองที่เคยไปร่วมกิจกรรมอาสาสมัครให้คนอื่นๆรับทราบ	กลุ่มตัวอย่างมีการแสวงหาข่าวสารจากสื่อบุคคลอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 21 เปรียบเทียบผลการวิจัยเชิงคุณภาพและผลการวิจัยเชิงปริมาณ ที่มีความเชื่อมโยงกัน

จากตารางที่ 21 สามารถอธิบายรายละเอียดของผลการวิจัยทั้ง 2 ส่วนที่มาความเชื่อมโยงกัน จำแนกตามประเภทของสื่อต่างๆ ได้ดังนี้

#### กิจกรรมอาสาสมัคร

จากผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า กิจกรรมอาสาสมัคร เป็นอีกช่องทางหนึ่ง ที่เครือข่ายจิตอาสา ติดต่อสื่อสารกับอาสาสมัคร เป็นการ สื่อสารสองทางอย่างไม่เป็นทางการ โดยเครือข่ายจิตอาสา มีองค์กรที่จัดกิจกรรมอาสาสมัคร ในประเด็นที่หลากหลาย เช่น การปลูกป่า การทำบ้านดิน อาสาชวนเด็ก อ่านหนังสือให้คนตาบอด อาบน้ำให้สุนัข จัดห้องสมุดเป็นต้น เพื่อรองรับกับความต้องการของอาสาสมัครที่มีความสนใจแตกต่างกันไป สอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงปริมาณ ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการแสวงหาข่าวสาร จากสื่อกิจกรรมในระดับปานกลาง และ เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการแสวงหาข่าวสารจากสื่อต่างๆ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการแสวงหาข่าวสารจากสื่อกิจกรรมมากที่สุด

#### เฟซบุ๊ก

จากผลการวิจัย พบว่า เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่เครือข่ายจิตอาสา ได้นำมาใช้เป็นช่องทางการสื่อสารไปยังสาธารณะ พบว่าเกือบทุกองค์กรจะมีเฟซบุ๊กเป็นขององค์กรหรือ ของโครงการนั้นๆเอง เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร หรือกิจกรรมต่างๆ ซึ่งสมาชิกจะมีการพูดคุยโต้ตอบซักถามข้อสงสัยกัน ในประเด็นเกี่ยวกับกิจกรรมอาสาสมัครที่จัดไปแล้ว หรือกำลังจะจัดขึ้น และประเด็นทั่วไปอื่นๆ และจากการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการแสวงหาข่าวสารจากเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก อยู่ในระดับปานกลาง และถ้าเปรียบเทียบกับ การแสวงหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ พบว่ามีการแสวงหาข่าวสารจากเฟซบุ๊ก มากเป็นอันดับสองรองลงมาจากเว็บไซต์เครือข่ายจิตอาสา

#### หนังสือ/จุลสาร

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า มีบางองค์กรที่มีการจัดทำหนังสือหรือจุลสารออกมาเผยแพร่ แต่ก็มีจำนวนไม่มากนัก เนื่องจากการจัดทำหนังสือหรือจุลสารอาจจะต้องใช้งบประมาณในการจัดพิมพ์พอสมควร บางองค์กรมีการจัดทำออกมาในรูปแบบหนังสือออนไลน์ สามารถดาวน์โหลดผ่านทางเว็บไซต์แทน และจากการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการแสวงหาข่าวสารจากหนังสือ/พ็อกเก็ตบุ๊ค อยู่ในระดับต่ำ และเมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการแสวงหาข่าวสารจากสื่อต่างๆ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการแสวงหาข่าวสารจากหนังสือ/พ็อกเก็ตบุ๊ค น้อยที่สุด

### เว็บไซต์

จากผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า รูปแบบการติดต่อสื่อสารระหว่างเครือข่ายจิตอาสา กับอาสาสมัคร หรือประชาชนทั่วไป ผ่านทางเว็บไซต์นั้น เป็นช่องทางการสื่อสารหนึ่งที่สำคัญมาก ทุกองค์กรของเครือข่ายจิตอาสาจะมีเว็บไซต์เป็นของตนเอง เพื่อเผยแพร่แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องของอาสาสมัคร กิจกรรมอาสาสมัครหรือโครงการต่างๆขององค์กร และจากการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการแสวงหาข่าวสารจากเว็บไซต์เครือข่ายจิตอาสามากที่สุดและอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนเว็บไซต์อื่นๆ อยู่ในระดับต่ำ

### จดหมายข่าวออนไลน์

เป็นช่องทางการติดต่อสื่อสารระหว่างเครือข่ายจิตอาสา กับอาสาสมัคร หรือบุคคลทั่วไปที่สมัครรับจดหมายข่าวทางเว็บไซต์ โดยจะส่งไปตามอีเมลของสมาชิกที่ได้สมัครไว้ อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการแสวงหาข่าวสารจากจดหมายข่าวออนไลน์อยู่ในระดับต่ำ และเมื่อเปรียบเทียบกับสื่อออนไลน์อื่นๆ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

### การบอกปากต่อปาก

เป็นรูปแบบการติดต่อสื่อสารระหว่างอาสาสมัครกับอาสาสมัคร ด้วยกันเองหรือกับประชาชนทั่วไป ในการเชิญชวน หรือบอกเล่าประสบการณ์ของตนเองที่เคยไปเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัครต่างๆ ผ่านการพูดคุยแบบเห็นหน้าค่าตา ทางโทรศัพท์ อีเมล หรือแม้แต่การเล่าเรื่อง ลงรูปกิจกรรมผ่านทางเว็บไซต์ และจากผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการแสวงหาข่าวสารจากสื่อบุคคล คือจากเพื่อนมากที่สุด และค่าเฉลี่ยของการแสวงหาข่าวสารจากสื่อบุคคลอยู่ในระดับปานกลาง

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “เครือข่ายการสื่อสารและการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา” มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ

1. เพื่อศึกษาลักษณะเครือข่ายการสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสา
2. เพื่อศึกษาการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัคร ทักษะคิดต่องานอาสาสมัคร และการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัคร ของอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัครกับการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทักษะคิดต่องานอาสาสมัครกับการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยแบ่งรายละเอียดได้ดังนี้

- การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) แกนนำเครือข่ายจิตอาสา จำนวน 15 คน และอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา จำนวน 10 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้เข้าไปติดต่อบ้านจิตอาสาซึ่งเป็นศูนย์ประสานงานของเครือข่ายจิตอาสา เพื่อพูดคุยทำความรู้จัก และขอคำแนะนำว่าบุคคลใดที่คิดว่าเหมาะสมที่จะสัมภาษณ์ต่อไป จากนั้นจึงติดต่อไปยังบุคคลดังกล่าว นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้เข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัครในบางกิจกรรม เพื่อทำการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ให้ความสัมพันธ์ของคนในเครือข่าย รวมทั้งทำการพูดคุย ทำความสนทนัม และขอคำแนะนำว่าใครคือบุคคลที่คิดว่าเหมาะสม สำหรับทำหน้าที่เป็นตัวแทนหลักในการให้สัมภาษณ์ต่อไป

- การวิจัยเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) คือ เฉพาะบุคคลที่เคยเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัครของเครือข่ายจิตอาสาจัดขึ้นเท่านั้น โดยผู้วิจัยทำการส่งแบบสอบถามออนไลน์ผ่าน 3 ช่องทางคือ 1.ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com ของเครือข่ายจิตอาสาและองค์กรเครือข่าย 2.เว็บไซต์เครือข่ายจิตอาสา และเว็บไซต์ศูนย์การเรียนรู้บ้านดินไทย 3.อีเมล (E-mail) ตามรายชื่อหรือทำเนียบของอาสาสมัครที่มีอยู่ โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลทั้งข้อมูลเชิงคุณภาพ และปริมาณ ตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน ถึงวันที่ 17 กันยายน 2553

## สรุปผลการวิจัย

### ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ เพื่ออธิบายลักษณะเครือข่ายการสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสา โดยมีการนำเสนอข้อมูลแบ่งเป็นประเด็นดังนี้

1. องค์ประกอบของเครือข่ายจิตอาสา
2. รูปแบบการติดต่อสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสา
3. การวิเคราะห์เครือข่ายการสื่อสาร Network Descriptors

### 1. องค์ประกอบและบทบาทสมาชิกของเครือข่ายจิตอาสา

จากการศึกษาวิจัย สามารถแบ่งองค์ประกอบของเครือข่าย ออกเป็น 6 กลุ่ม ซึ่งแต่ละกลุ่มมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงและมีบทบาทต่อกันในลักษณะเป็นเครือข่าย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

#### 1.1 ศูนย์ประสานงานของเครือข่ายจิตอาสา

ศูนย์ประสานงานของเครือข่ายจิตอาสา ซึ่งก็คือ บ้านจิตอาสา ภายใต้มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ โดยมีผู้ประจำอยู่ที่บ้านจิตอาสา คือ นายวินัย เมฆไตรภพ เป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการประสานงานกับองค์กรต่างๆ ทั้งภายใน และภายนอกเครือข่าย คัด



กรองข้อมูลข่าวสารก่อนที่จะส่งออกไป โดยมีผู้ช่วยในการเผยแพร่ข้อมูลต่างๆ อีก 2 คน คือ นันทน์ ภัท วชิระสมบุญ และพุลปรีชา เขื่อนตันตังษี ผู้ประสานงานเครือข่ายจิตอาสา

### 1.2 ผู้ประสานงานเครือข่ายจิตอาสา

ทำหน้าที่ติดต่อประสานงานกับองค์กรภายในเครือข่าย การประชุมปรึกษาหารือ หรือ กำหนดทิศทางของเครือข่าย โดยผู้ประสานงานเครือข่ายจิตอาสา มีด้วยกัน 3 คน คือ 1. นันทน์ มาลานนท์ 2. คศาทวุฒ แวงชัยภูมิ และ 3. ไพโรจน์ วิสุทธิวงศรัตน์ บทบาทของการประสานงาน เปรียบเสมือนเป็นจุดเชื่อมโยงเครือข่ายไว้ด้วยกัน เพราะทำให้แต่ละองค์กรรับทราบข้อมูลซึ่งกัน และกัน

### 1.3 องค์กรเครือข่าย

เครือข่ายจิตอาสา ไม่ได้ระบุแน่ชัดว่า องค์กรใดบ้างเป็นองค์กรเครือข่าย เนื่องจากไม่ได้ทำ MOU ร่วมกัน ผู้วิจัยได้ให้ความหมายขององค์กรเครือข่ายว่า เป็นองค์กรที่มีส่วนช่วยในการ ขับเคลื่อนเครือข่ายจิตอาสา และมีการติดต่อกันระหว่างองค์กร ผู้ประสานงานเครือข่าย และบ้าน จิตอาสาอย่างสม่ำเสมอ กล่าวคือ มีการประชุมร่วมกันขององค์กรเครือข่าย และบ้านจิตอาสา เฉลี่ยเดือนละ 1 ครั้ง ทั้งนี้ องค์กรที่จัดเป็นองค์กรเครือข่าย มีดังนี้ มูลนิธิอาสาสมัครเพื่อสังคม (มอศ.) มูลนิธิกระจกเงา กลุ่มนวัตกรรมเยาวชนเพื่อสังคม (YIY) เครือข่ายพุทธิกา และมูลนิธิ สุขภาพไทย

### 1.4 องค์กรภาคี

ข้อแตกต่างระหว่างองค์กรเครือข่าย กับองค์กรภาคี ในงานวิจัยชิ้นนี้คือ การติดต่อสื่อสาร ระหว่างองค์กรภาคี กับเครือข่ายจิตอาสานั้น จะไม่บ่อยมากนัก หรือไม่ได้มีส่วนช่วยในการ ขับเคลื่อนเครือข่ายจิตอาสาเท่าองค์กรเครือข่าย ส่วนใหญ่จะเป็นการติดต่อกันเพื่อขอความร่วมมือ หรือขอความช่วยเหลือซึ่งกันและกันในด้านต่างๆ ซึ่งองค์กรภาคนั้น มีหลายองค์กร ตัวอย่างเช่น บุคเพจคอทคอม มูลนิธิกองทุนไทย ศูนย์การเรียนรู้บ้านดินไทย มูลนิธิเพื่อการ พัฒนาเด็ก บางกอกฟอรั่ม กรีนพีซ(ประเทศไทย) องค์กรอโซก้า เป็นต้น

### 1.5 อาสาสมัคร และประชาชนทั่วไป

ในส่วนของการติดต่อสื่อสารกับอาสาสมัครและประชาชนทั่วไปนั้น จัดเป็นการ ติดต่อสื่อสารภายนอกเครือข่าย หรือการติดต่อสื่อสารสู่สาธารณะ โดย เครือข่ายจิตอาสาจะมีการ

ติดต่อสื่อสารกับกลุ่มอาสาสมัครผ่านทางเมล์กรุ๊ปเป็นหลัก ส่วนประชาชนทั่วไปจะเน้นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ผ่านทางเว็บไซต์เครือข่ายจิตอาสา เว็บไซต์ขององค์กรเครือข่าย และองค์กรภาคีอื่นๆ

## 1.6 หน่วยงานอื่นๆ

เครือข่ายจิตอาสามีการติดต่อสื่อสาร ประสานงาน ขอความร่วมมือ หรือขอทุนสนับสนุน กิจกรรมกับหน่วยงานอื่นๆด้วย เช่น กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ มูลนิธิสยามกัมมาจล สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) เป็นต้น ซึ่งเป็นการประสานความร่วมมือ เพื่อขับเคลื่อนงานอาสาสมัครในด้านต่างๆ ร่วมกัน

## 2. รูปแบบการติดต่อสื่อสาร

ผู้วิจัยจะแบ่งรูปแบบการติดต่อสื่อสารสื่อสารออกเป็น 4 ส่วนด้วยกัน คือ

- 2.1 รูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร
- 2.2 รูปแบบการติดต่อสื่อสารระหว่างองค์กร กับองค์กร (ภายในเครือข่ายจิตอาสา)
- 2.3 รูปแบบการติดต่อสื่อสารระหว่างเครือข่ายจิตอาสา กับอาสาสมัคร / ประชาชนทั่วไป
- 2.4 รูปแบบการติดต่อสื่อสารระหว่างอาสาสมัคร กับอาสาสมัคร / ประชาชนทั่วไป

### 2.1 รูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร

รูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรต่างๆของเครือข่ายจิตอาสา ไม่ว่าจะเป็นบ้านจิตอาสา หรือองค์กรเครือข่ายอื่นๆ นั้น สามารถแบ่งรูปแบบการติดต่อสื่อสารได้ ดังต่อไปนี้

1. รูปแบบการติดต่อสื่อสารแบบสองทางอย่างไม่เป็นทางการ เป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกัน ระหว่างสมาชิกในองค์กร โดยผ่านช่องทางการสื่อสาร ดังต่อไปนี้
  - โทรศัพท์
  - วิทยุสื่อสาร

- ระบบอินเทอร์เน็ต
  - อีเมลล์
  - โปรแกรมสนทนา
  - การพบปะพูดคุยแบบเห็นหน้าค่าตา
2. รูปแบบการติดต่อสื่อสารแบบสองทางกึ่งทางการ
- การประชุม

## 2.2 รูปแบบการติดต่อสื่อสารระหว่างองค์กร กับองค์กร

จากผลการวิจัย พบว่า รูปแบบการติดต่อสื่อสารระหว่างองค์กรกับองค์กร สามารถแบ่งรูปแบบการติดต่อสื่อสารได้ ดังต่อไปนี้

1. รูปแบบการติดต่อสื่อสารแบบสองทางกึ่งทางการ
  - การประชุม
2. รูปแบบการติดต่อสื่อสารแบบสองทางไม่เป็นทางการ
  - โทรศัพท์
  - อีเมลล์
3. รูปแบบการติดต่อสื่อสารแบบทางเดียว
  - โทรสาร

## 2.3 รูปแบบการติดต่อสื่อสารระหว่างเครือข่ายจิตอาสา กับอาสาสมัครหรือประชาชนทั่วไป

รูปแบบการติดต่อสื่อสารระหว่างเครือข่ายจิตอาสา กับอาสาสมัครหรือประชาชนทั่วไป มีดังนี้

1. รูปแบบการติดต่อสื่อสารแบบสองทางไม่เป็นทางการ
  - กิจกรรมอาสาสมัคร
  - โทรศัพท์
  - เฟซบุค
  - อีเมลล์

## 2. รูปแบบการติดต่อสื่อสารทางเดียว

- หนังสือ/จุลสาร
- แผนที่ทำดี
- ลายแทงธรรม
- เว็บไซต์
- จดหมายข่าวออนไลน์

## 2.4 รูปแบบการติดต่อสื่อสารระหว่างอาสาสมัคร กับอาสาสมัคร หรือประชาชนทั่วไป

รูปแบบการติดต่อสื่อสารระหว่างอาสาสมัคร กับอาสาสมัครหรือประชาชนทั่วไป โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

### 1. รูปแบบการติดต่อสื่อสารสองทางไม่เป็นทางการ

- การบอกปากต่อปาก
- เว็บบอร์ด
- เฟซบุ๊ก

## 3.การวิเคราะห์เครือข่ายการสื่อสาร Network Descriptors

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกภายในเครือข่าย สามารถ นำแนวคิดเกี่ยวกับ Network Descriptors ของเฮลล์เวกส์ โดยการศึกษา Descriptors ดังต่อไปนี้ คือ 1) การครอบงำ 2) การรวมศูนย์ 3) ความยืดหยุ่น 4) การเข้าถึงข้อมูล 5) ความสมดุล 6) การเชื่อมโยงกับภายนอก มาวิเคราะห์รูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในเครือข่ายจิตอาสา โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. เครือข่ายการสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสาเป็นเครือข่ายที่มีการครอบงำต่ำ (lowly dominant network) การสื่อสารจะเป็นแบบกระจายอำนาจ โดยเป็นเครือข่ายการสื่อสารแบบทุกช่องทาง (All Channel Network)

ในการประชุมเครือข่ายจิตอาสา สมาชิก ทุกคนก็จะมีส่วนร่วมในการเสนอประเด็นเพิ่มเติม แสดงข้อคิดเห็น และมีส่วนร่วมในตัดสินใจ อย่างเท่าเทียมกัน ไม่ได้ขึ้นอยู่กับบุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือหากองค์กรใดต้องการประสานความร่วมมือ หรือต้องการความช่วยเหลือจากองค์กรใดก็สามารถติดต่อกันได้โดยตรง สามารถสื่อสารไปได้ทุกทิศทาง เพราะทุกองค์กรเป็นอิสระต่อกัน ไม่ได้ขึ้นอยู่กับองค์กรใดองค์กรหนึ่ง

2. เครือข่ายการสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสาเป็น**เครือข่ายที่มีการรวมศูนย์ต่ำ** (lowly centralized network)

ผลการวิจัย พบว่า ลักษณะการติดต่อสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสา ทุกคนทำหน้าที่ทั้งเป็นผู้ส่งสาร และผู้รับสาร โดยไม่ได้ผูกขาดว่าการไหลของข่าวสารนั้นจะต้องเป็นจากสมาชิกคนใด ไปยังคนใดก่อนหลัง เช่น หากองค์กรเครือข่ายจะติดต่อประสานความร่วมมือกัน ก็สามารถติดต่อกันได้โดยตรง ไม่จำเป็นต้องผ่านศูนย์ประสานงานเครือข่ายจิตอาสา

3. เครือข่ายการสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสาเป็น**เครือข่ายที่มีความยืดหยุ่นสูง** (High Flexible Network)

เครือข่ายจิตอาสา มีเส้นทางการสื่อสารที่ไม่แน่นอน สมาชิกสามารถที่จะติดต่อกับใครก็ได้ มีเส้นทางการสื่อสารได้หลายเส้นทาง ขึ้นอยู่กับ ประเด็น หรือสถานการณ์นั้นๆ อาทิ หากบ้านจิตอาสา ต้องการประสานความร่วมมือในเรื่องของภัยพิบัติ ก็จะประสานไปที่มูลนิธิกระจกเงา เป็นหลัก หากเป็นเรื่องของโครงการฉลาดทำบุญ ก็จะติดต่อไปยังเครือข่ายพุทธิกา เป็นต้น

4. เครือข่ายการสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสาเป็น**เครือข่ายที่มีการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารสูง** (High Reachability Network)

เครือข่ายจิตอาสา มีความรวดเร็วในการส่งผ่านข้อมูลข่าวสารไปยังสมาชิกภายในเครือข่าย และสมาชิกในเครือข่ายสามารถรับทราบข้อมูลได้ทั่วถึงกันหมด ในเวลาไล่เลี่ยกัน โดยข้อมูลข่าวสารสามารถส่งจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารได้โดยตรง เพราะส่วนใหญ่การติดต่อภายในเครือข่ายจิตอาสาจะติดต่อกันผ่านทางเมล์กรุ๊ป และการประชุม

5. เครือข่ายการสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสาเป็น**เครือข่ายที่มีความสมมูลสูง** (Highly Symmetrical Network)

ผลการวิจัย พบว่า สมาชิกทุกคนทำหน้าที่ ส่งและรับข้อมูลข่าวสาร กล่าวคือ มีการติดต่อสื่อสารสองทาง และอยู่ในแนวระนาบ สมาชิกทุกคนมีอำนาจในการตัดสินใจได้อย่างเท่าเทียมกัน

6. เครือข่ายการสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสาเป็น**เครือข่ายเปิด** (open network)

ผลการวิจัย พบว่า เครือข่ายมีการเชื่อมโยงกับภายนอก มีการประสานความร่วมมือกันกับหน่วยงานอื่นๆ ในการขับเคลื่อนประเด็นเกี่ยวกับเรื่องจิตอาสาด้วย เช่น มูลนิธิสยามกัมมาจล สถาบันโทรทัศน์ทีวีไทย ชมรมกรงไทยอาสา เป็นต้น

## ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

1. ลักษณะทางประชากร

การศึกษากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน มีเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 20-25 ปี กลุ่มตัวอย่างเกินครึ่งหนึ่งมีการศึกษาระดับปริญญาตรี และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คือ เกือบครึ่งหนึ่งมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน

2. การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัคร

การแสวงหาข่าวสารในงานวิจัยนี้ มีผลการวิจัยดังนี้

2.1 สื่อบุคคล พบว่า อาสาสมัครมีการแสวงหาข่าวสาร เกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัคร จากเพื่อน มากที่สุด รองลงมาคือ แฟน /เพื่อนสนิท และอาสาสมัครมีการแสวงหาข่าวสารจากสื่อบุคคลอยู่ในระดับปานกลาง

2.2 สื่อออนไลน์ พบว่า อาสาสมัครมีการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัคร จากเว็บไซต์เครือข่ายจิตอาสา มากที่สุด รองลงมาคือเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์เฟซ บุค (www.facebook.com) และอาสาสมัครมีการแสวงหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์อยู่ในระดับปาน กลาง

2.3 สื่อเฉพาะกิจ พบว่า อาสาสมัครมีการแสวงหาข่าวสารจากหนังสือ /พ็อกเก็ตบุคส์ อยู่ในระดับไม่เคยเลยมากที่สุด และเมื่อพิจารณาการแสวงหาข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ ของ อาสาสมัครอยู่ในระดับต่ำ

2.4 สื่อกิจกรรม พบว่า อาสาสมัครมีการแสวงหาข่าวสารจากสื่อกิจกรรม คือมีการเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัครต่างๆอยู่ในระดับไม่ค่อยบ่อย มากที่สุด และอาสาสมัครมีการแสวงหา ข่าวสารจากสื่อกิจกรรมอยู่ในระดับปานกลาง

โดยสรุปแล้วอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสาที่มีการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้าน อาสาสมัครจากสื่อกิจกรรม มากที่สุด

### 3. ทักษะคนที่มีความต้องการอาสาสมัคร

ผลการวิจัย พบว่า อาสาสมัครมีทัศนคติต่องานอาสาสมัคร คือ คิดว่างานอาสาสมัคร เป็นประโยชน์ต่อตนเองและผู้อื่นมากที่สุด รองลงมาคือ คิดว่าการให้คือพลังอันยิ่งใหญ่ และคิดว่าการเป็นอาสาสมัครเป็นการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ โดยมีทัศนคติในระดับเชิงบวกอย่างมาก

### 4. ข้อมูลการเป็นอาสาสมัครและการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัคร

ผลการวิจัย พบว่า อาสาสมัครเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัครน้อยกว่า 1 ปี มากที่สุด โดยให้เหตุผลในการเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัคร คือ คิดว่างานอาสาสมัครเป็นประโยชน์ต่อตนเอง และผู้อื่นมากที่สุด รองลงมาคือ ต้องการทำตัวให้เป็นประโยชน์ต่อสังคม และอาสาสมัครเกือบ ทั้งหมดจะเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัครครั้งต่อไป คือร้อยละ 98.5 โดยให้เหตุผลที่จะเข้าร่วม กิจกรรมอาสาสมัครในครั้งต่อไป คือ ต้องการช่วยเหลือผู้อื่น มากที่สุด

### ตอนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 1** การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัครมีความสัมพันธ์กับการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัคร มีความสัมพันธ์กับการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.001 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน อย่างไรก็ตามเป็นความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำ

**สมมติฐานที่ 2** ทักษะชีวิตที่มีต่องานด้านอาสาสมัครมีความสัมพันธ์กับการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ทักษะชีวิตที่มีต่องานด้านอาสาสมัคร มีความสัมพันธ์กับการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน อย่างไรก็ตามเป็นความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับปานกลาง

### อภิปรายผล

ผู้วิจัยขอแบ่งการอภิปรายผลตามปัญหาคำถามวิจัย ดังนี้

#### ลักษณะเครือข่ายการสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสา

เมื่อกล่าวถึงเครือข่าย ส่วนใหญ่แล้วมักจะพบเครือข่ายที่เป็นทางการ ต้องมีโครงสร้าง วิสัยทัศน์ ภารกิจ การบริหารจัดการเครือข่าย สำนักงาน หรือแม้กระทั่งความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในเครือข่ายจะต้องมีรูปแบบที่แน่นอน แต่เครือข่ายจิตอาสานั้น เป็นเครือข่ายที่ไม่เป็นทางการ ไม่มีโครงสร้าง หรือองค์กรที่ตายตัว ไม่มีใครเป็นเจ้าของเครือข่าย มีความยืดหยุ่นสูง สมาชิกของเครือข่ายสามารถรักษาเป้าหมาย แนวทางการทำงานตามวิสัยทัศน์ หรือภารกิจขององค์กรตนเองได้ แต่การมารวมกันเป็นเครือข่ายจิตอาสานั้น ก็เพื่อทำหน้าที่ในการขับเคลื่อนงานด้านอาสาสมัคร หรือแนวคิดจิตอาสา เป็นภารกิจร่วมกัน โดยมีการติดต่อสื่อสารระหว่างกันอย่างสม่ำเสมอ ผ่านทางเมล์กรู๊ป หรือการพบปะหารือผ่านการประชุมแบบกึ่งทางการ เป็นหลัก และ



อาจจะมียุทธศาสตร์ของเครือข่ายที่มาร่วมกัน อาทิ โครงการตลาดนัดจิตอาสา โครงการฉลาดทำบุญ ญ ด้วยจิตอาสา

การมาร่วมกันของเครือข่ายจิตอาสา เป็นการสนับสนุนกันและกันของสมาชิกเครือข่าย โดยการระดมความรู้ ความชำนาญที่แตกต่างกันของสมาชิก เพื่อนำมาเสริมจุดอ่อนจุดแข็งของกัน และกัน ส่งผลให้องค์กรได้ประโยชน์ เครือข่ายก็ได้ประโยชน์ด้วย สามารถร่วมกันทำงานได้บน ความต่าง แต่มีจุดร่วมเดียวกันคือการสนับสนุนงานจิตอาสา ยกตัวอย่างองค์กรสมาชิกเครือข่าย จิตอาสาที่มีความหลากหลาย แตกต่างกันตามลักษณะของเนื้องานที่ทำ เช่น มูลนิธิอาสาสมัคร เพื่อสังคม (มอศ.) จะเน้นการสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้กับคนหนุ่มสาว โดยเป็นอาสาสมัครเต็ม เวลา ทำงานในโครงการพัฒนาสังคมขององค์กรพัฒนาเอกชน ศูนย์การเรียนรู้บ้านดินไทย จะเน้น การทำกิจกรรมอาสาสมัคร เช่น กิจกรรมสร้างบ้านดิน อาสาปลูกป่าชายเลน บางกอกฟอรั่ม จะ เน้นการสร้างอาสาสมัครในชุมชนเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มนวัตกรรมเยาวชนเพื่อสังคม (YIY) เน้น การพัฒนาศักยภาพอาสาสมัครเยาวชน เปิดโอกาสให้เด็กและ เยาวชนที่อยากเป็นอาสาสมัครได้มี โอกาสทำงานจริง เป็นต้น จะเห็นได้ว่าแต่ละองค์กรจะมีลักษณะของงานที่หลากหลาย แต่มี เป้าหมายเดียวกันคือเรื่องของพัฒนางานอาสาสมัคร สอดคล้องกับการถอดบทเรียนของ เครือข่ายพลเมืองเปลี่ยนกรุงเทพฯ (2551) พบว่า กลุ่มองค์กรและเครือข่ายที่ทำงานด้านการ พัฒนาชุมชน หรือขับเคลื่อนประเด็นต่าง ๆ นั้นมีอยู่อย่างหลากหลายทั่วกรุงเทพฯ ความแตกต่าง หลากหลายของเนื้องาน และยุทธวิธีการขับเคลื่อนองค์กรของแต่ละองค์กรที่เข้ามารวมกันเป็น เครือข่ายพลเมืองเปลี่ยนกรุงเทพฯ นั้น ถือเป็นข้อเด่นของเครือข่ายที่จะได้นำข้อแข็งของกลุ่ม เครือข่ายตนให้เป็นประโยชน์แก่เครือข่ายพลเมืองฯ เพราะการแก้ไขปัญหา หรือทำคุณภาพชีวิต ของคนกรุงเทพฯ ให้ดีขึ้น ก็ไม่อาจสนใจแก้ไข หรือดำเนินงานเพียงประเด็นใดประเด็นหนึ่งได้ เพราะ ไม่ใช่การแก้ปัญหาที่แท้จริง และไม่เพียงพอที่จะผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในภาพรวมได้ และ ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของชนัญญา กาญจนรังษี นนท์ (2547) ที่กล่าวว่า เครือข่ายสามารถ เชื่อมโยงคนที่อยู่ในระดับต่างกัน มีวิธีการทำงาน การจัดการองค์กร และมีภูมิหลังต่างกันไปไม่มี โอกาสติดต่อกัน เข้าด้วยกันอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งส่งผลให้เกิดความเข้าใจกันมากขึ้น นำไปสู่ การทำงานร่วมกัน เพื่อประโยชน์ของทุกฝ่าย เครือข่ายจิตอาสาที่เช่นเดียวกัน หากจะผลักดันหรือ พัฒนางานอาสาสมัครในประเทศไทยนั้น ประเด็นงานอาสาสมัครมีอยู่หลากหลายในสังคม ดังนั้น จึงต้องร่วมกันผลักดันจากหลายๆองค์กร หากไม่รวมกันเป็นเครือข่ายแล้วก็ไม่สามารถที่จะผลักดัน งานอาสาสมัครให้ครอบคลุมในทุกประเด็นได้ นอกจากนี้ การรวมเป็นเครือข่ายยังก่อให้เกิดการ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างองค์กรสมาชิกในเครือข่าย เกิดความรู้ความเข้าใจมากยิ่งขึ้น เพราะมี

หลายแง่มุม จากหลายคน หลายองค์กร สอดคล้องกับเกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2543) ที่กล่าวว่า เครือข่ายเป็นแหล่งสร้างกระบวนการเรียนรู้ และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกัน โดยผ่านการติดต่อโดยตรงระหว่างบุคคลหรือองค์กรต่างๆ ที่เข้าร่วมเป็นเครือข่าย

จากผลการศึกษา พบว่า เครือข่ายจิตอาสาเป็นเครือข่ายที่เกิดจากการรวมตัวขององค์กร แต่ไม่ใช่เป็นการรวมกันขององค์กรทั้งองค์กร เป็นการรวมตัวของบุคคลที่อยู่ในองค์กร หรือฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของงานอาสาสมัคร เข้าด้วยกัน โดยมีศูนย์กลางในการรวบรวมข้อมูลต่างๆ คือศูนย์ประสานงานเครือข่ายจิตอาสา หรือ ที่เรียกว่าบ้านจิตอาสา และมีเว็บไซต์ [www.volunteerspirit.org](http://www.volunteerspirit.org) เป็นสื่อกลางในการสื่อสาร และรวบรวมงานอาสาสมัครขององค์กรทั้งภายในและภายนอกเครือข่าย นอกจากนี้ยังมีศูนย์กลางการทำงาน คือ วินัย เมฆไตรภพ และผู้ประสานงานเครือข่ายจิตอาสาทั้ง 3 คน โดยบุคคลเหล่านี้ จะเป็นเสมือนชุมทาง หรือ Hub ทำหน้าที่ในการสื่อสารเรื่องราวให้สมาชิกทราบ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นข้อมูลในเชิงยุทธศาสตร์ ของเครือข่าย หรือวาระในการประชุมของเครือข่าย สอดคล้องกับปาริชาติ สถาปิตา นนท์ และชัยวัฒน์ ธิระพันธ์ (2546) กล่าวถึงข้อควรคำนึงในการทำงานและการจัดการเครือข่ายไว้ว่า เครือข่ายจำเป็นต้องมีชุมทาง (hub) ที่หลากหลาย โดยชุมทางควรมีกระจายอยู่ในสถานที่ต่างๆ และทำหน้าที่สื่อสารเรื่องราวให้สมาชิกทราบ โดยเฉพาะข้อมูลเชิงยุทธศาสตร์และกิจกรรม คลื่นไริวของเครือข่าย ซึ่งเครือข่ายจิตอาสาเองก็มีชุมทางที่หลากหลาย และกระจายอยู่ในสถานที่ต่างๆ กล่าวคือ ผู้ที่ทำหน้าที่เสมือนชุมทางนั้น ก็มีองค์กรที่ทำงานประจำอยู่แล้ว ซึ่งองค์กรเหล่านี้ ก็เป็นองค์กรเครือข่าย หรือองค์กรภาคีของเครือข่ายจิตอาสา นั่นคือ วินัย เมฆไตรภพ ประจำอยู่ที่บ้านจิตอาสา นันทินี มาลานนท์ ประจำอยู่ที่ศูนย์อาสาสมัครมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ คณะวารุฑ แวงชัยภูมิ ประจำอยู่ที่เครือข่ายพุทธิกา เพื่อพุทธศาสนาและสังคม และไพโรจน์ วิสุ ทิวงค์รัตน์ เป็นอาสาสมัครอิสระ

สำหรับ ประเภทของเครือข่ายการสื่อสาร จากผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการติดต่อสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสาที่ปรากฏนั้น มีการสื่อสารสองทางไม่เป็นทางการ การสื่อสารสองทางกึ่งทางการ การสื่อสารทางเดียว จะเห็นได้ว่า ไม่พบลักษณะของการสื่อสารแบบเป็นทางการอยู่เลย แสดงให้เห็นว่าเครือข่ายจิตอาสา มีลักษณะแบบไม่เป็นทางการ มีความยืดหยุ่นสูง และสมาชิกสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันได้อย่างเต็มที่ จึงถือเป็นการสื่อสารในแนวนอน (Horizontal Communication) สอดคล้องกับแนวคิดที่เสนอ เติเยอร์ (2541 : 442) ได้กล่าวไว้ว่า การสื่อสารในแนวนอนเกิดขึ้นระหว่างบุคคลในระดับเดียวกัน และ เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่าง

บุคคล เพราะพื้นฐานของการสื่อสารนี้ ขึ้นอยู่กับบรรยากาศของความไว้วางใจซึ่งกันและกัน ดังนั้น การสื่อสารในแนวนอน จึงมีลักษณะค่อนข้างเป็นการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ของคนในเครือข่าย จากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า ความสัมพันธ์ของสมาชิกในเครือข่าย มีความสนิทสนมกัน ทำงานในลักษณะของเพื่อน เกิดความไว้วางใจซึ่งกันและกัน ไม่มีบุคคลใดมีอำนาจเหนือกว่าบุคคลใด แต่เข้ามาทำงานร่วมกันเป็นเครือข่าย โดยมีเป้าหมายเดียวกัน คือ เพื่อขับเคลื่อนงานอาสาสมัคร อย่างต่อเนื่องร่วมกัน สอดคล้องกับ เสรี พงศ์พิศ (2548) ได้อธิบายลักษณะเครือข่ายที่เข้มแข็งว่า องค์กรที่เป็นเครือข่าย ควรมีความสัมพันธ์เป็นแบบเพื่อนร่วมงาน เพื่อการประสานงานช่วยเหลือกัน และเครือข่ายต้องมีเป้าหมายที่ชัดเจน องค์กรที่เป็นเครือข่ายควรมีลักษณะที่เป็นอิสระ และการประชุมของเครือข่าย หรือการมีกิจกรรมร่วมกันในเครือข่ายจิตอาสา ยังเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเห็นหน้าค่าตากัน ทำให้ความสัมพันธ์ของคนในเครือข่ายสนิทสนมกันมากขึ้น สอดคล้องกับ Lazarsfeld and Mansel (1986 อ้างถึงใน ผกามาศ ธนพัฒน์พงศ์ , 2545) ที่กล่าวว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลมีบทบาทสำคัญ เพราะเป็นการสื่อสารที่มีความเป็นกันเอง และเป็นส่วนตัว ก่อให้เกิดความคุ้นเคย ซึ่งจะช่วยให้เกิดการยอมรับความคิดเห็นได้ง่ายขึ้น

ในส่วนของทิศทางการสื่อสาร ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า การสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสา ส่วนใหญ่จะเน้นการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) คือผู้ส่งสารและผู้รับสาร สามารถสลับบทบาทในการรับและส่งสาร เปิดโอกาสให้สมาชิกมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน ชักถามข้อสงสัยต่างๆ การสื่อสารจึงค่อนข้างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับ ตามหลักของการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมที่เน้นกระบวนการโต้ตอบกันของสมาชิก (Dialectic Process) บนพื้นฐานของความเท่าเทียมกัน (ปาริชาติ สถาปิตานนท์ , 2542) โดยผลการวิจัยพบว่า ทั้งการสื่อสารภายในองค์กร การสื่อสารระหว่างองค์กร การสื่อสารระหว่างเครือข่ายจิตอาสา กับ ประชาชน การสื่อสารระหว่างอาสาสมัครกับอาสาสมัคร /ประชาชน ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารใดก็ตาม จะทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ สามารถชักถามข้อสงสัยต่างๆ เป็นการสร้างความเข้าใจซึ่งกันและกัน ในส่วนของการสื่อสารแบบสองทางนั้น เป็นการสื่อสารผ่านช่องทางสื่อสารต่างๆ ทั้งแบบออฟไลน์ (Offline) เช่น โทรศัพท์ การประชุม การพูดคุยแบบเห็นหน้าค่าตา การจัดกิจกรรม และแบบออนไลน์ (Online) เช่น โปรแกรมสนทนา อีเมล เฟซบุ๊ก เว็บบอร์ด เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม การสื่อสารแบบทางเดียว ยังคงปรากฏให้เห็นอยู่บ้าง โดยพบในกรณีการแจ้งข้อมูลให้ทราบระหว่างองค์กร จะส่งผ่านทางโทรสารบ้างในบางครั้ง และการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่างๆระหว่างเครือข่ายจิตอาสา กับอาสาสมัครหรือประชาชนทั่วไป จะเผยแพร่ผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ เช่น หนังสือ จุลสาร แพนที่ทำดี ปลายทางธรรม จดหมายข่าวออนไลน์ เว็บไซต์ เป็นต้น

นอกจากนี้ จากผลการวิจัยในบทที่ 4 ผู้วิจัยได้นำแนวคิด Network Descriptors ของ Hellweg (1997) ในการวิเคราะห์เครือข่ายการสื่อสาร ซึ่งผู้วิจัยพบว่า แนวคิดดังกล่าวสามารถช่วยให้ผู้วิจัยอธิบายภาพของเครือข่ายการสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสา ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

แนวคิด Network Descriptors ของ Hellweg เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกภายในเครือข่าย โดยการศึกษา Descriptors ดังต่อไปนี้ คือ 1) การครอบงำ 2) การรวมศูนย์ 3) ความยืดหยุ่น 4) การเข้าถึงข้อมูล 5) ความสมดุล 6) การเชื่อมโยงกับภายนอก

สิ่งที่ผู้วิจัยศึกษาพบครั้งนี้ สามารถเสริมเข้าไปในแนวคิด Network Descriptors ของ Descriptors แต่ละประเภท โดยจากผลการวิจัย พบรายละเอียดดังนี้

- เครือข่ายการสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสา เป็นเครือข่ายที่มีการ ครอบงำต่ำ (lowly dominant network) ผู้วิจัยค้นพบจากผลการศึกษาประเด็น Dominance Descriptor คือ เครือข่ายจิตอาสาที่มีการสื่อสารเป็นแบบกระจายอำนาจ โดยเป็นเครือข่ายการสื่อสารแบบทุกช่องทาง (All Channel Network) สมาชิกมีความเท่าเทียมกัน
- เครือข่ายการสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสา เป็นเครือข่ายที่มีการรวมศูนย์ต่ำ (lowly centralized network) ผู้วิจัยค้นพบจากผลการศึกษาประเด็น Centrality Descriptor คือ ลำดับการไหลของข่าวสารระหว่างสมาชิกของเครือข่ายจิตอาสา ไม่ได้ผูกขาดว่าการไหลของข่าวสารนั้นจะต้องเป็นจากสมาชิกคนใดไปยังคนใด ก่อนหลัง
- เครือข่ายการสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสา เป็นเครือข่ายที่มีความยืดหยุ่นสูง (High Flexible Network) ผู้วิจัยพบจากผลการศึกษาประเด็น Flexibility Descriptor คือ เครือข่ายจิตอาสา มีเส้นทางการสื่อสารที่ไม่แน่นอน สมาชิกสามารถที่จะติดต่อกับใครก็ได้ มี เส้นทางการสื่อสารได้หลายเส้นทาง ขึ้นอยู่กับ ประเด็น หรือสถานการณ์นั้นๆ

- เครือข่ายการสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสา เป็น เครือข่ายที่มีการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารสูง (High Reachability Network) ผู้วิจัยค้นพบจากผลการศึกษาในประเด็น Reachability Descriptor คือ ความรวดเร็วในการส่งผ่านข้อมูลข่าวสาร และการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร
- เครือข่ายการสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสา เป็นเครือข่ายที่มีความสมมาตรสูง (Highly Symmetrical Network) ผู้วิจัยค้นพบจากผลการศึกษาในประเด็น Symmetry Descriptor คือ การสื่อสารแบบสองทาง และการสื่อสารกลับภายในเครือข่าย
- เครือข่ายการสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสา เป็นเครือข่ายเปิด (open network) ผู้วิจัยค้นพบจากผลการศึกษาในประเด็น Openness Descriptor คือ เครือข่ายจิตอาสา มีการเชื่อมโยงกับเครือข่ายอื่นๆ

ข้อสังเกตจากการนำแนวคิด Network Descriptors ไปใช้ในการวิเคราะห์เครือข่ายการสื่อสาร พบว่า ยังมีข้อจำกัด เนื่องจาก Hellweg ได้แบ่ง Descriptors แต่ละประเภทออกเป็น 2 ขั้ว คือ สูง-ต่ำ เช่น ครอบคลุมสูง-ครอบคลุมต่ำ รวมศูนย์สูง-รวมศูนย์ต่ำ, มาก-น้อย เช่น ยึดหยุ่นมาก-ยึดหยุ่นน้อย เท่าเทียมมาก-เท่าเทียมน้อย, และเปิด-ปิด เช่น เครือข่ายเปิด-เครือข่ายปิด

ปัญหาที่ผู้วิจัยพบ เช่นเดียวกับพรรณนศิริ จิตรรัตน์ (2544) ที่ศึกษาเรื่องเครือข่ายการสื่อสารของกลุ่มการเมืองท้องถิ่นใน จ.ชลบุรี คือ ในการวิเคราะห์ผลการศึกษา บางกรณีไม่สามารถตัดสินหรือระบุลักษณะของเครือข่ายได้อย่างชัดเจนว่าเครือข่ายอยู่ในขั้วไหน หรือมีลักษณะการติดต่อสื่อสารตาม Descriptors ประเภทใดประเภทหนึ่ง หากสามารถวัด Descriptors แต่ละตัวให้ออกมาในรูปแบบของ scale ได้ เช่น สูง-กลาง-ต่ำ, มาก-ปานกลาง-น้อย และเปิด-กึ่งเปิด-กึ่งปิด-ปิด จะช่วยให้การวิเคราะห์เครือข่ายด้วย Descriptors มีความละเอียด และถูกต้องตรงกับความเป็นจริงมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ งานวิจัยชิ้นนี้ยังได้ข้อค้นพบเกี่ยวกับลักษณะเครือข่ายการสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสา ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ช่วง ตามที่กล่าวไปแล้วในบทที่ 4 สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

ช่วงที่ 1 เริ่มก่อตั้งเครือข่ายจิตอาสา จนถึงเดือนกรกฎาคม พ.ศ.2552 จากแผนภาพที่ 1 (รายละเอียดหน้า 110) จะเห็นได้ว่า วินัย เมฆไตรภพ (ประจำอยู่ที่ศูนย์ประสานงานเครือข่ายจิตอาสา) มีบทบาทในการติดต่อสื่อสารกับองค์กรเครือข่าย องค์กรภาคี และหน่วยงานอื่นๆ สอดคล้อง

กับบทบาทของสมาชิกตามแนวคิดของ Mongr(1987 อ้างถึงใน Sven Windahl, 1972) คือ บทบาทของ Liaison Role คือเป็นบุคคลที่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงระหว่างกลุ่มหนึ่งไปยังอีกกลุ่มหนึ่ง และเทียบเคียงได้กับ Star Role คือเป็นบุคคลที่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับคนอื่น ๆ เป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ ยัง สอดคล้องกับแนวคิดบทบาทของทีมตามลักษณะบุคลิกภาพของสมาชิกภายในกลุ่ม ของ Belbin (1970 อ้างถึงใน Hartley, 1997) ที่กล่าวว่า Coordinator ทำหน้าที่จัดการและประสาน ช่วย ให้กลุ่มมุ่งเน้นไปยังวัตถุประสงค์หลัก และให้สมาชิกในกลุ่มเข้ามามีส่วนร่วม ซึ่งในช่วงนี้ วินัย เมฆไตรภพ จะเป็นเสมือนศูนย์กลางของเครือข่าย ประสานกับทุก ๆ องค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง โดยมีนั่นทีนี่ มาลานนท์ เป็นผู้ช่วย ในติดต่อสื่อสารกับองค์กรต่างๆ ทั้งภายใน และภายนอกเครือข่าย นอกจากนี้ยังเป็นผู้ประสานงานข้อมูลข่าวสารต่างๆ รวมทั้งกำหนดประเด็น หรือวาระในการประชุมของเครือข่ายอีกด้วย ทั้งนี้ รูปแบบการติดต่อสื่อสารระหว่างวินัย เมฆไตรภพ กับองค์กรอื่นๆ เป็นการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) อย่างไรก็ตาม หากวิเคราะห์ตามแนวคิดของ Harold J. Leavitt (1973) ที่อธิบายเกี่ยวกับลักษณะเครือข่าย การสื่อสาร พบว่าผลการวิจัยแตกต่างกับแนวคิดดังกล่าว เนื่องจากผลการวิจัย พบว่า ลักษณะเครือข่ายการสื่อสารตามแผนภาพที่ 1 นี้ เป็นการผสมผสานระหว่าง เครือข่ายการสื่อสารแบบวงล้อ (Wheel Network) และเครือข่ายการสื่อสารแบบทุกช่องทาง (All Channel Network) โดยมีวินัย เมฆไตรภพ เป็นศูนย์กลางของเครือข่าย เฉพาะในการรวบรวมและเผยแพร่ข้อมูลผ่านทางเว็บไซต์ ของเครือข่ายจิตอาสา และกำหนดวาระการประชุมเครือข่ายเท่านั้น แต่การติดต่อสื่อสารใน ประเด็นอื่นๆ เช่น การประสานความร่วมมือ ระหว่างสมาชิกคนอื่นๆ ในเครือข่ายก็ยังสามารถ ติดต่อกันได้เองอย่างอิสระ โดยไม่ต้องผ่าน ศูนย์กลางของเครือข่าย ดังนั้น จึงไม่พบว่าเกิดสภาวะ ข่าวสารท่วมท้น ตามแนวคิดของ Shaw (อ้างถึงในยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534) เพราะเป็นการนำจุด แข็งของลักษณะเครือข่ายการสื่อสารทั้งแบบกระจายอำนาจและแบบรวมศูนย์เข้าไว้ด้วยกัน กล่าวคือ การติดต่อระหว่างกันขององค์กรเครือข่าย องค์กรภาคีหรือหน่วยงานอื่นๆ สามารถ ติดต่อกันได้โดยตรง ไม่จำเป็นต้องผ่านมายังศูนย์กลางของเครือข่ายจิตอาสา

และในช่วงที่ 2 ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2552 จนถึงปัจจุบัน ตามแผนภาพที่ 2 (รายละเอียด หน้า 111) พบว่า วินัย เมฆไตรภพ ได้ลดบทบาทของตัวเองลง โดยมีผู้ประสานงานเครือข่ายจิตอาสา คือ นั่นทีนี่ มาลานนท์ ไพโรจน์ วิสุทธิวง ศรัทธัน และคะฑาฑูร แวงชัยภูมิ มาทำหน้าที่แทน ซึ่งเป็นบทบาทเดียวกับวินัย เมฆไตรภพ ที่ได้กล่าวไว้ในช่วงที่ 1 นั่นคือการติดต่อประสานงานกับ องค์กรเครือข่าย องค์กรภาคี และหน่วยงานอื่นๆ แต่มีลักษณะของการทำงานเป็นทีม และช่วยลด การรวมอำนาจไว้ที่คนๆ เดียวมากขึ้น นั่น ผู้ประสานงานทั้ง 3 คน ถือเป็นผู้จัดการเครือข่าย

(network manager) คือทำหน้าที่ในการจัดระบบข้อมูลข่าวสาร เช่น การเสนอประเด็นในการประชุม การสรุปรายละเอียดในการประชุม แล้ว ส่งต่อไปยังสมาชิกทุกคนที่เกี่ยวข้องผ่านทางเมลล์กรุป เพื่อให้ได้รับทราบความเคลื่อนไหวของเครือข่าย และประสานงานกับสมาชิกในเครือข่าย หรือนอกเครือข่าย ให้มีการติดต่อสื่อสารกัน หรือก่อให้เกิดความร่วมมือกันของสมาชิก ทั้งใน และนอกเครือข่ายจิตอาสา สอดคล้องกับปารีชาติ สถาปิตานนท์ และชัยวัฒน์ ธีระพันธ์ (2546) กล่าวถึงข้อควรคำนึงในการทำงานและการจัดการเครือข่ายไว้ว่า เครือข่ายจำเป็นจะต้องมีผู้จัดการเครือข่าย หรือทีมจัดการเครือข่าย ที่มีความรู้ ความสามารถ เพื่อช่วยดูแลกิจกรรมและประเมินความต้องการของสมาชิกในเครือข่าย โดยการสนับสนุนการบริการต่างๆที่สมาชิกต้องการ เช่น ช่วยจัดระบบข้อมูลข่าวสาร การกำหนดยุทธศาสตร์และเป้าหมายในการทำงาน โดยผู้จัดการเครือข่ายอาจเป็นเพียงผู้ที่สมาชิกในเครือข่ายมอบหมายให้ดำเนินการแทนสมาชิกบางช่วงเท่านั้น

อย่างไรก็ตาม ในการประชุมเครือข่าย หรือในการติดต่อสื่อสารกันระหว่างองค์กรเครือข่ายของทั้ง 2 ช่วง มีลักษณะการติดต่อสื่อสารที่เหมือนกัน ดังแผนภาพที่ 3 (รายละเอียดหน้า 112) จะเห็นได้ว่า เป็นการติดต่อสื่อสารแบบทุกช่องทาง (All Channel Network) สอดคล้องตามแนวคิดของ Harold J. Leavitt (1973) ที่กล่าวไว้ว่า เครือข่ายการสื่อสารลักษณะดังกล่าวนี้ สมาชิกทุกคนสามารถติดต่อกับสมาชิกคนอื่นๆ โดยตรงไม่ต้องผ่านสมาชิกคนอื่นๆ และเปิดโอกาสให้มีปฏิกริยาย้อนกลับสูง กล่าวคือ รูปแบบการติดต่อสื่อสารกับองค์กรเครือข่าย หรือองค์กรอื่นๆ และในการประชุมเครือข่ายนั้น ผู้ประสานงานทั้ง 3 คน จะ เป็นเพียงผู้คอยคิดประเด็น กำหนดวาระต่างๆ ที่สำคัญ แต่สมาชิกคนอื่นๆที่เข้าร่วมประชุม ก็ยังสามารถเสนอประเด็นเพิ่มเติม และทุกคนมีอำนาจในการตัดสินใจอย่างเท่าเทียมกัน หรือในการติดต่อประสานงานกันระหว่างองค์กร ก็สามารถทำได้โดยอิสระ ทำให้เกิดความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร สามารถประสานความร่วมมือในประเด็นต่างๆได้ทันที

สำหรับในส่วนของการประสานความร่วมมือกับองค์กรภาคีอื่นๆ มีลักษณะการติดต่อสื่อสารเหมือนกันทั้ง 2 ช่วงเช่นเดียวกัน ดังแผนภาพที่ 4 (รายละเอียดหน้า 113) ซึ่งจากผลการวิจัย พบว่า ลักษณะเครือข่ายการสื่อสารระหว่างองค์กรเครือข่ายของเครือข่ายจิตอาสา กับองค์กรภาคีหรือหน่วยงานอื่นๆนั้น มีการติดต่อสื่อสารกันอย่างเป็นอิสระ โดยองค์กรเครือข่ายแต่ละองค์กร ก็มีองค์กรเครือข่ายเป็นของตนเองเพิ่มเติมอีก เพื่อร่วมมือ ประสานการทำงานกัน สอดคล้องกับประพจน์ ช่างภูศรี (อ้างถึงใน รุ่งโรจน์ เพชรระบูรณิน , 2546) ได้แบ่งรูปแบบของเครือข่ายที่พิจารณาจากลักษณะความสัมพันธ์ของสมาชิกและแกนกลางประสานงานเครือข่าย ว่า

มีลักษณะรูปแบบกระจายเชิงซ้อน เพิ่มเติมนอกเหนือไปจากรูปแบบรวมศูนย์ และรูปแบบกระจาย โดยรูปแบบกระจายเชิงซ้อนนั้น เป็นเครือข่ายกระจายที่สมาชิกเครือข่าย สามารถติดต่อ ประสานงาน ร่วมมือซึ่งกันและกัน และขยายการติดต่อไปยังกลุ่มหรือองค์กรอื่นๆ ซึ่งกลุ่มหรือ องค์กรต่างๆ เหล่านั้น เป็นเครือข่ายซึ่ง กันและกัน มีลักษณะกระจายเชิงซ้อน ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่า รูปแบบของเครือข่ายจิตอาสา เป็นลักษณะรูปแบบกระจายเชิงซ้อนด้วย กล่าวคือ องค์กรต่างๆ ที่ เป็นเครือข่ายของเครือข่ายจิตอาสา ก็จะมีการติดต่อประสานงาน ร่วมกับองค์กรอื่นๆ อีก ตัวอย่างเช่น บางกอกฟอรัมติดต่อประสานงานกับชมรมกรุงเทพฯอาสา YIY BlackBox แต่ชมรม กรุงเทพฯอาสาเอง ก็ไม่ได้จำเป็นที่จะต้องมีการติดต่อ YIY หรือ BlackBox เท่านั้น แต่อาจจะติดต่อกับมูลนิธิกระจกเงา และมูลนิธิกระจกเงาก็อาจจะไปติดต่อขอความร่วมมือกับองค์กรอื่นๆ อีก เป็น ลักษณะของการขยายเครือข่ายออกไปเรื่อยๆ ในรูปแบบกระจายเชิงซ้อน

และจากผลการวิจัยลักษณะเครือข่ายการสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสา พิจารณาตาม องค์ประกอบของเครือข่าย จะพบว่าเครือข่ายจิตอาสา มีลักษณะตามแผนภาพที่ 5 (รายละเอียด หน้า 114) หากวิเคราะห์ตามแนวคิดของ Harold J. Leavitt (1973) ที่อธิบายเกี่ยวกับลักษณะ เครือข่ายการสื่อสาร พบว่าผลการวิจัยแตกต่างกับแนวคิดดังกล่าว เนื่องจากผลการวิจัย พบว่า ลักษณะเครือข่ายการสื่อสารตามแผนภาพที่ 5 นี้ เป็นการผสมผสานระหว่าง เครือข่ายการสื่อสาร แบบลูกโซ่ (Chain Network) และเครือข่ายการสื่อสารแบบทุกช่องทาง (All Channel Network) โดยการสื่อสารแบบลูกโซ่ ส่วนใหญ่จะพบในส่วนของการติดต่อสื่อสารระหว่างศูนย์ประสานงาน เครือข่ายจิตอาสา (บ้านจิตอาสา) กับหน่วยงานอื่นๆ และเป็นประเด็นเกี่ยวกับการร่วมมือกันในการขับเคลื่อนงานอาสาสมัครระดับประเทศ หรือในเรื่องของการที่บ้านจิตอาสาขอทุนสนับสนุน โครงการต่างๆ ที่จัดขึ้น เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ลักษณะเครือข่ายการสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสา มีการติดต่อสื่อสารกันระหว่างส่วนต่างๆ ส่วนใหญ่จะเป็นเครือข่ายการสื่อสารแบบทุกช่องทาง (All Channel Network) เป็นหลัก กล่าวคือ สมาชิกสามารถติดต่อกับสมาชิกคนอื่นได้โดยตรง โดยไม่ต้องผ่านไปยังศูนย์กลางของเครือข่ายก่อน ผู้ประสานงานเป็นเพียงจุดเชื่อมร้อยของเครือข่าย หรือ เป็นผู้นำเสนอประเด็นในการประชุมของเครือข่ายเท่านั้น แต่สมาชิกคนอื่นๆ ก็สามารถเสนอ ประเด็นอื่นๆ เพิ่มเติม หรือเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ไปยังสมาชิกคนอื่นฯ ได้อย่างเป็นอิสระ และมีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นอย่างเต็มที่ ทำให้มีปฏิริยาย้อนกลับสูงที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ เสาวลักษณ์ ชายทวีป (2542 อ้างถึงใน เสรี พงศ์พิศ, 2548) ได้อธิบายคุณลักษณะเครือข่ายที่ดี ไว้ว่า คุณลักษณะของเครือข่ายที่ดีต้องเป็นการทำงานแบบดาวกระจาย ไม่ รวมศูนย์ ตัวศูนย์กลางคือ ผู้ประสานงาน องค์กรสมาชิกมีความเท่าเทียมกัน มีการสื่อสารหลายทาง และมีกิจกรรมร่วมกันที่



ต่อเนื่องเป็นประโยชน์ โดยความร่วมมือจากสมาชิก ซึ่งเครือข่ายจิตอาสาเอง ก็มีลักษณะดังกล่าว คือทุกองค์กร หรือทุกๆ ส่วนในเครือข่าย มีความเท่าเทียมกัน ใน การติดต่อสื่อสาร นอกจากนี้ยังมีการจัดกิจกรรมขององค์กรเครือข่าย และองค์กรภาคีต่างๆ อย่างต่อเนื่อง อีกด้วย

## การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัครมีความสัมพันธ์กับการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา

ผลการวิจัย พบว่า การแสวงหาข่าวสาร เกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัครมีความสัมพันธ์กับการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน โดยเป็นความสัมพันธ์เชิงบวก โดยผู้วิจัยกำหนดให้การเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา นั้น พิจารณาจากระยะเวลาในการเป็นอาสาสมัคร กล่าวคือ เมื่อมีการแสวงหาข่าวสารจากสื่อ ต่างๆ มากขึ้น ระยะเวลาในการเป็นอาสาสมัครก็มีมากขึ้น อย่างไรก็ตามความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำ ดังนั้น ความสัมพันธ์จึงเป็นส่วนน้อย

ทั้งนี้ ผู้วิจัยทำการอภิปรายผลจำแนกตามการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัครของสื่อแต่ละประเภท ดังต่อไปนี้

### สื่อบุคคล

อาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา มีการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัคร จากสื่อบุคคล คือจากเพื่อนมากที่สุด รองลงมาคือจากแฟน /เพื่อนสนิท คนรู้จัก เจ้าหน้าที่อาสาสมัคร (staff) ตามลำดับ ซึ่งมีการแสวงหาข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการแสวงหาข่าวสารจาก คนในครอบครัว/ญาติ อยู่ในระดับต่ำ ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตแบบมีส่วนร่วมอาสาสมัครส่วนใหญ่จะมาเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัครกับเพื่อน และมีการสอบถามข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับกิจกรรมจากเพื่อน หรือเพื่อนที่เคยเข้าร่วมกิจกรรมนั้นจะมีการเชิญชวน หรือบอกเล่าประสบการณ์ของตนที่เคยไปเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัครให้เพื่อนฟัง เป็นการสื่อสารแบบปากต่อปาก และเพื่อนเป็นบุคคลที่อาสาสมัครมีความสนิทสนม ไว้วางใจ และมีความสนใจในเรื่องเดียวกัน มากกว่าแฟน /เพื่อนสนิท คนรู้จัก หรือเจ้าหน้าที่อาสาสมัคร ตามลำดับ สอดคล้องกับโรเจอร์ส และ เมย์เยน (Rogers E.M. & Wicky L.Meyen, 1969) ที่กล่าวว่า สื่อบุคคล เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ และผู้รับสารบางคนมีแนวโน้มที่จะเชื่อถือและยอมรับความคิดเห็นหรือทรรศนะของสื่อบุคคลที่เขารู้จักคุ้นเคยมากกว่าบุคคลที่เขาไม่รู้จักคุ้นเคย ส่วนการ

แสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัครของสื่อบุคคลประเภทคนในครอบครัว/ญาตินั้น มีระดับการแสวงหาข่าวสารอยู่ในระดับต่ำ ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า คนในครอบครัวของอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา นั้น อาจจะไม่ได้อาสาสมัคร หรือไม่มีความรู้เกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัคร ดังนั้น อาสาสมัครจึงเลือกที่จะไปพูดคุยกับเพื่อน แฟน/เพื่อนสนิท คนรู้จัก หรือเจ้าหน้าที่อาสาสมัคร ที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกันมากกว่า

นอกจากนี้ การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัครของอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา ยังสอดคล้องตามแนวความคิดของ Wibur Schramm (1964) ที่ได้กล่าวว่า หลักโดยทั่วไปของการเลือกความสำคัญการเปิดรับข่าวสารนั้น ขึ้นอยู่กับความพยายามน้อยที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับผลที่ได้รับ นั่นคือ สื่อที่อยู่ใกล้ตัวและสะดวกที่สุดจะถูกเลือกในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารนั่นเอง และเพื่อน แฟน/เพื่อนสนิท ซึ่งอาจจะเพื่อนที่ทำงาน เพื่อนที่สถานศึกษา ถือว่าเป็นสื่อบุคคลที่อาสาสมัครสามารถเข้าถึงได้มากที่สุดในการแสวงหาข่าวสาร

### สื่อออนไลน์

ในส่วนของสื่อออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า อาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา มีการแสวงหาข่าวสารจากเว็บไซต์เครือข่ายจิตอาสา มากที่สุด รองลงมาคือ เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุค (www.facebook.com) เว็บไซต์อื่นๆ และจดหมายข่าวออนไลน์ ตามลำดับ

ทั้งนี้ อาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา มีการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัครผ่านทางเว็บไซต์เครือข่ายจิตอาสา (www.volunteerspirit.org) มากที่สุด และอยู่ในระดับปานกลาง ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า เว็บไซต์เครือข่ายจิตอาสานั้น เป็นเว็บไซต์ที่มีสีสันสดใส ดึงดูดความสนใจ มีข้อมูลเกี่ยวกับงานอาสาสมัครที่หลากหลาย รองรับความต้องการของอาสาสมัครได้ และมีการอัปเดตข้อมูลข่าวสารเป็นประจำ มีการจัดรูปแบบเนื้อหาไว้อย่างเป็นสัดส่วน อาทิ กิจกรรมอาสาสมัครต่างๆ ประชาสัมพันธ์โครงการ บทความ สกู๊ปพิเศษ จิตอาสาต้นแบบ จิตอาสาในต่างประเทศ ปฏิทินกิจกรรมในแต่ละเดือน องค์ความรู้ต่างๆ และสื่อมัลติมีเดียเกี่ยวกับ เรื่องของจิตอาสา ที่สามารถดาวน์โหลดได้ ทำให้เว็บไซต์เครือข่ายจิตอาสา มีผู้เข้าชมเป็นจำนวนมาก (ดังรายละเอียดในบทที่4) สอดคล้องกับรายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการการเพิ่มพลังการสื่อสารผ่านเว็บไซต์จิตอาสา ของวินัย เมฆไตรภพ (2548) กล่าวไว้ว่า เว็บไซต์เครือข่ายจิตอาสา ถือได้ว่ามีจุดมุ่งหมายเพื่อเป็นสื่อกลางทำหน้าที่สื่อสารข้อมูลงานอาสาสมัครให้กับบุคคลทั่วไปที่ต้องการทำประโยชน์เพื่อส่วนรวม และเป็นสื่อกลางเผยแพร่ข้อมูล จุดเด่นของเว็บไซต์นี้คือรวบรวมข้อมูลด้านอาสาสมัครผ่านการสื่อสารในรูปแบบใหม่อย่างสร้างสรรค์ถือเป็นนวัตกรรมการสื่อสารที่ส่งผล

กระทบเชิงกว้าง ส่งผลให้เกิดการรับรู้ข่าวสารกิจกรรมอาสาสมัครต่างๆ ทำให้มีผู้เข้าชมเว็บไซต์จำนวนมาก และผู้เข้าชมเกินกว่าครึ่งหนึ่งมีการเข้าชมเว็บไซต์นี้อีก

ในส่วนของแสวงหาข่าวสารจากเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก (facebook) เนื่องจากขณะที่ผู้วิจัยทำการศึกษาวิจัยอยู่นี้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กกำลังได้รับความนิยมมาก และจากผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า เครือข่ายจิตอาสา หรือองค์กรที่ทำงานด้านอาสาสมัครส่วนใหญ่ มักจะมีเฟซบุ๊กเป็นของตัวเอง กรหรือของโครงการอาสาสมัครนั้นๆ อยู่ ทำให้อาสาสมัครมีการแสวงหาข่าวสารจากเฟซบุ๊กมากรองลงมาจากระบบเว็บไซต์เครือข่ายจิตอาสา จากบทความของอรุณ ทวี เจริญวัฒน์ วิญญู (2553 : ออนไลน์) กล่าวไว้ว่า เว็บไซต์เครือข่ายสังคมนั้น จะเกี่ยวกับการที่พวกเราเข้ามามีส่วนร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสื่อสารกันระหว่างเพื่อนเรา หรือว่าบุคคลอื่นๆ ที่มีความสนใจในเรื่องต่างๆ เรื่องเดียวกันกับเรา รวมทั้งเป็นที่ สามารถแสดงความคิดเห็น หรือว่าแสดงความเป็นผู้นำทางความคิดในด้านใดด้านหนึ่งที่เชี่ยวชาญ ซึ่งสุดท้ายแล้วสิ่งเหล่านี้ก็จะถือว่าเป็นสิ่งที่มีประโยชน์ให้กับคนต่างๆ เหล่านั้นได้ ยิ่งถ้าหากว่าคนๆ นั้นมีความน่าเชื่อถือในด้านในด้านหนึ่งเป็นพิเศษ สิ่งที่เราคิดแล้วก็นำเสนอให้แก่ผู้อื่นนั้น ก็จะสามารถที่จะได้รับการยอมรับจากสังคมได้ง่ายกว่า เป็นต้น และสอดคล้องกับข้อมูลของศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2551) ที่ประเมินว่าเว็บไซต์เครือข่ายสังคม จะเป็นช่องทางสร้างโอกาสสำคัญในการเติบโตของโฆษณาออนไลน์ โดยมีจุดแข็ง คือ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพ โดยสามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายได้ตามลักษณะของกลุ่มเครือข่ายสังคมที่หลากหลาย และซับซ้อน เป็นการโฆษณาโดยใช้พลังทางเครือข่ายสังคม ซึ่งเป็นลักษณะการบอกต่อปากต่อปาก (Words of Mouth) โดยจะสร้างความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ผ่านการบอกเล่าของสมาชิกในเครือข่ายสังคม ทำให้ลูกค้าไม่รู้สึกรู้สึกถูกบังคับให้ต้องรับฟังผู้ประกอบการสามารถใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมเป็นเครื่องมือการทำ CRM (Customer Relationship Management) ในงานประชาสัมพันธ์ทางการตลาด เนื่องจากจะมีการแสดงความคิดเห็นผ่านเว็บ ทำให้ผู้ประกอบการรับรู้ Feedback ของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน ดังนั้น เมื่อนำมาวิเคราะห์ในส่วนของการงานวิจัยชิ้นนี้ พบว่า การที่เครือข่ายจิตอาสา เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ ผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก จะช่วยให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย นั่นคือ อาสาสมัคร หรือประชาชนที่สนใจและอยากเข้าร่วมกิจกรรม ได้โดยตรง และการสื่อสารแบบปากต่อปากของสมาชิกในเครือข่ายสังคมนั้น ทำให้ข้อมูลมีความน่าสนใจและน่าสนใจได้ง่าย เพราะสมาชิกสามารถซักถาม ได้ตอบกันได้ทันที นอกจากนี้ ทางองค์กรเครือข่ายจิตอาสา สามารถรับรู้ความคิดเห็น feedback ของอาสาสมัครหรือประชาชนที่เข้ามาแสดงความคิดเห็น

คิดเห็นกันในเครือข่ายสังคมออนไลน์นี้ เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ค จึงตอบสนองความต้องการของทั้งผู้ส่งสาร และผู้รับสาร

ในส่วนของการแสวงหาข่าวสารจากเว็บไซต์อื่นๆ อยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากบางเว็บไซต์ไม่ได้อยู่ในอันดับแรกของ Search engine แตกต่างกับกับเว็บไซต์เครือข่ายจิตอาสา (www.volunteerspirit.org) หรือไม่เป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไป ทำให้การเข้าถึงข้อมูลจากเว็บไซต์อื่นๆที่เกี่ยวข้องกับงานอาสาสมัครน้อยลงไปด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรีหญิง ศรีชชา (2544) พบว่าปัญหาเกี่ยวกับการแสวงหาข้อมูลในอินเทอร์เน็ตที่ผู้ใช้ยังประสบปัญหามากที่สุดคือ ไม่ทราบรายชื่อของแหล่งข้อมูล (www) และแหล่งข้อมูลไม่มีการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก ดังนั้นการที่อาสาสมัครหรือประชาชนทั่วไป จะเข้าถึงแหล่งข้อมูล คือเว็บไซต์ขององค์กรเครือข่ายจิตอาสาหรือเว็บไซต์อื่นๆที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของอาสาสมัคร อยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากเว็บไซต์ดังกล่าวยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย และขาดการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก

การแสวงหาข่าวสารจากจดหมายข่าวออนไลน์ อยู่ในระดับต่ำ เช่นเดียวกัน ทั้งนี้ จากผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า จดหมายข่าวออนไลน์ เป็นช่องทางการติดต่อสื่อสาร ระหว่างเครือข่ายจิตอาสา กับอาสาสมัคร หรือบุคคลทั่วไปที่สมัครรับจดหมายข่าวทางเว็บไซต์ โดยจะส่งไปตามอีเมลของสมาชิกที่ได้สมัครไว้ ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า เนื่องจากอาสาสมัครบางส่วนไม่ได้สมัครสมาชิกของเว็บไซต์ หรือไม่ได้กรอกข้อมูลเพื่อขอรับข่าวสารจากเว็บไซต์นั้นๆ และเนื้อหาในจดหมายข่าวมักเป็นการสรุปเหตุการณ์ บทความ กิจกรรม ที่ผ่านมา เหมาะสำหรับผู้ที่ไม่ค่อยได้เข้ามาในเว็บไซต์เป็นประจำ ดังนั้นจดหมายข่าว อาจจะไม่มีความจำเป็นมากนักในการแสวงหาข่าวสารของอาสาสมัคร หากมีการติดตามข่าวสารจากแหล่งอื่นๆเป็นประจำอยู่แล้ว

#### สื่อเฉพาะกิจ

การแสวงหาข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ ในงานวิจัยชิ้นนี้คือ หนังสือ และพ็อกเก็ตบุ๊คส์ อาสาสมัครมีการแสวงหาข่าวสารจากสื่อดังกล่าว อยู่ในระดับต่ำ จากผลวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า เครือข่ายจิตอาสา มีบางองค์กรที่มีการจัดทำหนังสือหรือจุลสารออกมาเผยแพร่ แต่ก็มีย่านวนไม่มากนัก อาทิ คู่มือจิตอาสา อาสาเพื่อในหลวง ของเครือข่ายจิตอาสา เต็มเต็มชีวิตด้วยจิตอาสา ของเครือข่ายพุทธิกา สัมผัสรักอาสานวดเด็ก พลังแห่งการเปลี่ยนแปลง ของมูลนิธิสุขภาพไทย จุลสารร้อยดอกไม้ ของมูลนิธิอาสาสมัครเพื่อสังคม (มอศ.) เป็นต้น เนื่องจากการจัดทำหนังสือหรือจุลสารอาจจะต้องใช้งบประมาณในการจัดพิมพ์พอสมควร บางองค์กรมีการ

จัดทำออกมาในรูปแบบหนังสือออนไลน์ สามารถดาวน์โหลดผ่านทางเว็บไซต์แทน และ วัตถุประสงค์ในการแสวงหาข่าวสารของอาสาสมัคร ส่วนใหญ่ต้องการทราบข้อมูลเกี่ยวกับ กิจกรรมอาสาสมัครที่จะจัดขึ้น แต่เนื้อหาในหนังสือ /พ็อกเก็ตบุ๊ค หรือจุลสาร ที่เครือข่ายจิตอาสา จัดทำขึ้น ส่วนใหญ่จะมีเนื้อหาเกี่ยวกับแนวคิดจิตอาสา หรือประสบการณ์ของอาสาสมัครที่เคยเข้าร่วมกิจกรรมอาสาต่างๆ ผู้รับสารจึงไม่เลือกที่จะแสวงหาข่าวสารจากสื่อดังกล่าว ทำให้ การแสวงหาข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ อยู่ในระดับต่ำ สอดคล้องกับ กิติมา สุรสนธิ (2541) กล่าวว่า บุคคลจะไม่รับข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านมาสู่ตนทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อตน ดังนั้น ข่าวสารที่หลังไหลผ่านเข้ามาไปยังบุคคลจากช่องทางต่าง ๆ นั้น มักจะถูกคัดเลือกตลอดเวลา ข่าวสารที่น่าสนใจ มีประโยชน์และเหมาะสมตามความนึกคิดของผู้รับสาร จะเป็นข่าวสารที่ก่อให้เกิดความสำเร็จในการสื่อสาร นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ สุทธินิภา ศรีไสย์ (2544) ที่กล่าวว่า สื่อเฉพาะกิจมีข้อจำกัดในการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพราะมีลักษณะ passive คือ ถ้าผู้รับสารไม่อ่านหรือไม่เลือกเปิดรับ ผู้ส่งสารก็ไม่สามารถสื่อสารข้อมูลใด ๆ ออกไปได้ การเลือกใช้สื่อจึงต้องมีการวางแผนและศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับพฤติกรรม การเลือกเปิดรับ หรือการแสวงหาข่าวสารของกลุ่มเป้าหมายอย่างรอบคอบ

### สื่อกิจกรรม

การแสวงหาข่าวสารจากสื่อกิจกรรม ในงานวิจัยชิ้นนี้ หมายถึง การที่อาสาสมัครเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัครต่างๆ ที่เครือข่ายจิตอาสาจัดขึ้น ผลการวิจัยพบว่า การแสวงหาข่าวสารจากสื่อกิจกรรม อยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อเปรียบเทียบ ระดับการแสวงหาข่าวสารจากสื่อทุกประเภทในงานวิจัยชิ้นนี้ พบว่า อาสาสมัครมีการแสวงหาข่าวสารจากสื่อกิจกรรม มากที่สุด ทั้งนี้ จากผลการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากแกนนำอาสาสมัคร และตัวแทนอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา พบว่า อาสาสมัครส่วนใหญ่ เมื่อมาเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัครแล้ว ก็มักจะมาเข้าร่วมกิจกรรมอีก มีทั้งการเข้าร่วมกิจกรรมรูปแบบเดิม หรือกิจกรรมในรูปแบบใหม่ๆ สอดคล้องกับ ผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า อาสาสมัครเกือบทั้งหมด คือ ร้อยละ 98.5 ตัดสินใจที่จะเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัครในครั้งต่อไป ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า อาสาสมัครมีการแสวงหาข่าวสารจากสื่อกิจกรรมหรือมีการเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัคร มากที่สุดนั้น เป็นเพราะว่าการแสวงหาข่าวสารจากสื่ออื่นๆ เป็นเพียงการรับทราบข้อมูลที่เป็นเนื้อหาเท่านั้น แต่การเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัคร ทำให้อาสาสมัครได้ทดลองปฏิบัติด้วยตนเอง เมื่อได้ลองปฏิบัติแล้ว หากเกิดความพึงพอใจ ก็จะทำให้เกิดการปฏิบัติซ้ำๆ อย่างไรก็ตาม ก่อนที่จะมีการแสวงหาข่าวสารจากสื่อกิจกรรมนั้น จะต้องมีการ

แสวงหาข่าวสารจากสื่ออื่นๆก่อน เช่น สื่อบุคคล สื่อออนไลน์ และสื่อเฉพาะกิจ เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ รับทราบข้อมูลต่างๆก่อน ที่จะเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัคร สอดคล้องกับทฤษฎีการ เผยแพร่นวัตกรรมของโรเจอร์ส (1983) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม คือ กระบวนการที่เริ่มจากการที่ปัจเจกบุคคลได้รับความรู้เป็นครั้งแรกเกี่ยวกับนวัตกรรม ซึ่งนำไปสู่การ สร้างทัศนคติที่มีต่อนวัตกรรม จากนั้นจึงเกิดการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมหรือปฏิเสธนวัตกรรม ถ้า บุคคลยอมรับและนำไปปฏิบัติ ทำได้ดีที่สุดคือการยืนยันการตัดสินใจ โดยผู้วิจัย มองว่ากิจกรรม อาสาสมัคร ถือเป็นนวัตกรรมอย่างหนึ่ง สำหรับผู้ที่ไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัคร ดังนั้น ก่อนที่ จะเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัคร จะต้องมีการรับรู้ข่าวสารจากสื่อประเภทอื่นๆก่อน จากนั้นอาจจะ ทดลองปฏิบัติโดยการเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัคร หากเกิดความพึงพอใจ สามารถตอบสนองของความ ต้องการของตนเองได้ ก็จะยอมรับและเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัครในครั้งต่อไปในที่สุด

### **ทัศนคติที่มีต่องานด้านอาสาสมัครมีความสัมพันธ์กับการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา**

จากผลการวิจัย พบว่า ทัศนคติที่มีต่องานด้านอาสาสมัครมีความสัมพันธ์กับการเข้าร่วม เป็นอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน และเป็นความสัมพันธ์เชิงบวก อยู่ใน ระดับปานกลาง โดยอาสาสมัครมีทัศนคติต่องานอาสาสมัคร คือคิดว่างานอาสาสมัครเป็น ประโยชน์ต่อตนเองและผู้อื่น มากที่สุด รองลงมาคือ คิดว่าการให้คือพลังอันยิ่งใหญ่ และการ เข้าร่วมเป็นอาสาสมัครนั้น ผู้วิจัยพิจารณาจากระยะเวลาในการเป็นอาสาสมัคร ซึ่งพบว่า อาสาสมัคร เข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัครน้อยกว่า 1 ปี มากที่สุด รองลงมาคือ มากกว่า 1-2 ปี

ในส่วนของระยะเวลาในการเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัครนั้น ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า สาเหตุที่ อาสาสมัครส่วนใหญ่เข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัครน้อยกว่า 1 ปี น่าจะเป็นเพราะว่า ในขณะที่ผู้วิจัย เก็บข้อมูลนั้นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อาจจะเป็นอาสาสมัครที่เพิ่งเคยเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัคร หรือเพิ่งมีความสนใจ หรือรับทราบเกี่ยว กับกิจกรรมอาสาสมัครต่างๆ ไม่นานมากนัก ทำให้ ผลการวิจัยในส่วนของระยะเวลาในการเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัครนั้น น้อยกว่า 1 ปี มากที่สุด

ทัศนคติที่มีต่องานด้านอาสาสมัคร มีความสัมพันธ์กับการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัคร เครือข่ายจิตอาสา โดยเป็นความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง สามารถวิเคราะห์ได้ว่า ทัศนคติมี ความสัมพันธ์กับพฤติกรรม นั่นคือการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัคร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ

จุฑามาศ ปิ่นมณฑล (2547) ทำการวิจัยเรื่อง ความรู้ ทักษะ และ พฤติกรรมต่อการบริจาคอวัยวะของผู้ที่มาบริจาคโลหิต ณ ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย ผลการวิจัยพบว่า ทักษะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในระดับปานกลางถึงมาก โดยผู้ที่แสดงความจำนงบริจาคอวัยวะมีคะแนนเฉลี่ยของทักษะมากกว่าผู้ที่ไม่ได้แสดงความจำนงบริจาคอวัยวะ กล่าวคือมีทักษะในเชิงบวก โดยข้อที่พบมากที่สุดคือ การบริจาคอวัยวะควรบริจาคด้วยใจอันเป็นกุศลไม่ควรหวังสิ่งตอบแทน และการบริจาคอวัยวะเป็นแบบอย่างที่ดีในการเสียสละเพื่อช่วยเหลือผู้อื่น และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของกรรณิการ์ เตชะอุดมโกศา (2544) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสารกับความต้องการบริจาคโลหิตของนักเรียนระดับมัธยมปลายในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า นักเรียนที่มีทักษะที่ดีต่อการบริจาคโลหิต จะส่งผลให้เกิดการตัดสินใจบริจาคโลหิตมาก

นอกจากนี้ยังมีแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบทัศนคติ ที่ แคทซ์และสท็อดแลนด์ (Katz and Stotland, 1958) ได้กล่าวไว้ว่า ทัศนคติประกอบขึ้นด้วยส่วนประกอบ 3 ส่วนนั้น ส่วนที่สามารถนำมาอธิบายผลจากการวิจัยนี้ คือ ส่วนของพฤติกรรม หรือส่วนของแนวโน้ม ในการกระทำหรือแสดงออก (Behavioral or Action-Tendency component) หมายถึง ส่วนของแนวโน้ม เกี่ยวกับการที่จะปฏิบัติของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดไปในทางใดทางหนึ่ง อันเป็นผลมาจากความรู้ ความคิด และความรู้สึก ซึ่งโดยทั่วไปมักจะพบว่ามี การแสดงออกทางพฤติกรรมไปตามทัศนคติ เช่น ถ้ามีทัศนคติที่ไม่ดีแล้ว การปฏิบัติตอบทางพฤติกรรมก็จะพยายามโจมตี ทำลาย ไล่ไปหรือกลั่นแกล้งสิ่งนั้นๆ ในทางตรงกันข้าม ถ้ามีทัศนคติ ที่ดีต่อสิ่งนั้นๆ ก็จะชมเชย สนับสนุน ให้ความช่วยเหลือ อุดหนุน ช่วยแนะนำคนอื่นต่อไป สอดคล้องกับ ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของตัวแทนอาสาสมัคร เช่น ชณิดา คณิตสิสุวรรณ ให้สัมภาษณ์ว่าเป็นอาสาสมัครที่บ้านเด็กอ่อนปากเกร็ด โครงการของมูลนิธิสุขภาพไทย มาเป็นเวลากว่า 4 ปี แล้ว “...แรกเริ่มคืออยากจะทำอะไรเพื่อคนอื่นบ้าง พอได้เข้ามาทำงานอาสาสมัครแล้ว ก็ทำให้ความคิด มุมมองต่างๆ เปลี่ยนไป ทำให้เรามองคนอื่นมากขึ้นไม่ใช่เฉพาะแต่คนในครอบครัวเรา มันเป็นความสุขทางใจที่เหมือนกับเราได้มาแบ่งปันให้เค้า พอเรามาจริงๆ เราไม่ได้ช่วยเด็กคนเดียว มาเจอเด็กคนอื่นๆ เราก็อยากจะให้มากขึ้น และจะทำต่อไปเรื่อยๆ เพราะทำแล้วมีความสุข เหมือน เป็นอีกสังคมหนึ่งที่ดีมาก นอกจากนี้ยัง ได้เชิญชวนเพื่อนคนอื่นๆ มาทำกิจกรรมตรงนี้ด้วย และช่วงไหนที่เปิดรับอาสาสมัครรุ่นใหม่ ก็จะช่วยเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่อผ่านทางอีเมล” จะเห็นได้ว่าเมื่ออาสาสมัครมีทัศนคติที่ดีต่องานอาสาสมัครแล้ว ส่งผลให้เกิดพฤติกรรม นั่นคือ การ เข้าร่วมเป็นอาสาสมัคร ซึ่งในงานวิจัยชิ้นนี้ การเข้าร่วมเป็นอาสาสมัคร ตัวชี้วัดคือ ระยะเวลาในการ เป็นอาสาสมัคร กล่าวคือ หากอาสาสมัครมีทัศนคติในเชิงบวก ก็จะทำให้มีระยะเวลาในการเป็นอาสาสมัครมากขึ้น

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. เครือข่ายจิตอาสา นั้น เกิดจากการรวมตัวของกลุ่มคนทำงานภาคสังคม นักวิชาการต่างๆ แต่ไม่ได้มีข้อมูลที่ชัดเจนว่าประกอบไปด้วยใครบ้าง และเนื่องจากเครือข่ายจิตอาสาเป็นเครือข่ายที่เป็นการรวมตัวกันอย่างหลวมๆ มีหลากหลายองค์กร และแต่ละคน แต่ละองค์กรก็มีภาระหน้าที่ของตนเองอยู่แล้ว ผู้ที่เข้ามาทำหน้าที่ต่างๆ ในเครือข่ายจิตอาสา ก็เข้ามาในรูปแบบของอาสาสมัคร และลักษณะของเครือข่ายเป็นแบบกระจายอำนาจ ดังนั้น จึงไม่มีการจัดการข้อมูลอย่างเป็นระบบมากนัก การเก็บข้อมูลในการวิจัยบางอย่างอาจจะได้ข้อมูลที่ไม่ตรงกัน หรือไม่ชัดเจนในบางประเด็น ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะว่าควรมีการจัดเก็บรวบรวมข้อมูล ต่างๆ อาทิ ข้อมูล เกี่ยวกับประวัติการก่อตั้ง คณะทำงาน สรุปรายละเอียดการประชุมของเครือข่าย หรือ การเปลี่ยนแปลงในแต่ละช่วงเวลา ให้เป็นระบบและชัดเจนมากขึ้น ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อเครือข่ายเอง และจะเป็นประโยชน์ต่อระบบงานด้านอาสาสมัครต่อไป

2. องค์กรต่างๆ ที่ทำงานด้านอาสาสมัคร ควรมีการประชาสัมพันธ์ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลต่างๆ เช่น งานเกี่ยวกับอาสาสมัคร ที่ต้องการให้อาสาสมัครไปช่วยเหลือ เผยแพร่ตามสื่อต่างๆ ไม่เพียงแต่ในเว็บไซต์ หรืออีเมลเท่านั้น หรือในเรื่องแนวคิด องค์ความรู้ต่างๆ เกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัคร ก็ควรมีการเผยแพร่ข้อมูลเหล่านี้ให้มากขึ้น เพื่อรองรับกับความต้องการของอาสาสมัคร และทำให้ครอบคลุมไปยังประชาชนกลุ่มอื่นๆ ได้มากขึ้น

3. เครือข่ายจิตอาสา มีการเปลี่ยนแปลงคณะทำงาน ของแต่ละองค์กรใน เครือข่าย อยู่เสมอ ทำให้ผู้ที่เข้ามาใหม่ไม่รู้จักกับผู้ที่ทำมานานแล้ว หรือผู้ที่ทำมานานแล้ว ก็ไม่รู้จักคนรุ่นใหม่ผู้ที่เพิ่งเข้ามาทำงาน กล่าวคือ รู้จักกันเฉพาะกลุ่มคนในองค์กรของตัวเอง หรือคนที่ติดต่อกันเป็นประจำเท่านั้น เนื่องจากกิจกรรมที่ทำร่วมกันของเครือข่ายลดน้อยลง ต่างคนต่างมีภาระหน้าที่ ไม่ค่อยมีเวลา ดังนั้น จึงควรจัดสรรเวลาให้เครือข่ายมีการทำกิจกรรมร่วมกันมากขึ้น เพื่อเป็นการอัปเดตข้อมูล และทำความรู้จักกันได้ทั่วถึง จะทำให้การติดต่อกันได้ง่าย และช่วยให้เครือข่ายรู้จักกันมากยิ่งขึ้น

4. ควรมีการพัฒนาบุคลากรสื่อสารจิตอาสา เพื่อช่วยในเรื่องของการวางแผน ประชาสัมพันธ์ หรือช่วยในการจัดการเกี่ยวกับการสื่อสารภายในเครือข่าย และการสื่อสารสู่สาธารณะ



### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งนี้ ศึกษาเฉพาะเครือข่ายการสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสาเท่านั้น ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาประวัติหรือพัฒนาการของงานอาสาสมัครในประเทศไทย และปัจจัยที่มีผลต่อพัฒนาการของงานอาสาสมัคร หรือจิตอาสาเพื่อให้เห็นภาพที่ชัดเจน และสร้างความเข้าใจในการขยายตัวของงานด้านจิตอาสาต่อไป
2. ในขณะที่ผู้วิจัยกำลังดำเนินการศึกษาวิจัยนั้น นายวินัย เมฆไตรภพ ได้บวชเป็นพระ ทำให้มีบทบาทต่างๆน้อยลง และเครือข่ายจิตอาสาอยู่ในระหว่างการทำ MOU ร่วมกัน กล่าวคือ เครือข่ายอยู่ในระหว่างการเปลี่ยนแปลง และกำลังปรับตัว ดังนั้น ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการปรับตัว และการดำรงอยู่ภายหลังจากที่ทำ MOU เสร็จเรียบร้อยแล้ว เพราะจะได้ข้อมูลที่ชัดเจน และเป็นระบบมากยิ่งขึ้น
3. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้ศึกษาวิจัย เครือข่ายการสื่อสาร ของเครือข่ายจิตอาสา เพียงแห่งเดียว ซึ่งเป็นการวิจัยในวงจำกัดและใช้อ้างอิงได้เฉพาะเครือข่ายจิตอาสาเท่านั้น ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป จึงควรศึกษาเครือข่ายการสื่อสารในองค์กรที่ทำงานด้านอาสาสมัคร องค์กรอื่นๆ เพื่อจะได้นำผลการศึกษามาเปรียบเทียบและเพื่อให้ครอบคลุมระบบอาสาสมัครทั้งหมด
4. จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ทำการศึกษาเฉพาะด้านองค์กรอาสาสมัคร ในที่นี้คือ เครือข่ายจิตอาสา และการตัดสินใจเป็นอาสาสมัคร นั่นคือ ตัวอาสาสมัครเองเท่านั้น การวิจัยครั้งต่อไป จึงควรที่จะศึกษา ในมิติของชาวบ้าน หรือกลุ่มคนที่อาสาสมัครได้เข้าไปช่วยเหลือ ว่ามีการยอมรับ หรือพึงพอใจในการทำงานของอาสาสมัครหรือไม่ อย่างไร เพื่อให้สามารถพัฒนาระบบงานอาสาสมัครให้ดียิ่งขึ้น และสอดคล้อง อกกับความต้องการของชุมชนหรือกลุ่มคนที่อาสาสมัครจะเข้าไปช่วยเหลือ

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

กวรรณิการ์ เตชะอุดมโกคา. การเปิดรับข่าวสารกับความต้องการบริโภคโลหิตของนักเรียนระดับมัธยมปลายในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

กาญจนา แก้วเทพ, กิตติ กัณภัย, ปวีชาติ สถาปิตานนท์. มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่. กรุงเทพมหานคร : เอดิสัน เพรส โปรดักส์, 2543.

กิติมา สุรสนธิ. ความรู้ทางการสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.

เกศินี จุฑาวิจิตร. การสื่อสารเพื่อพัฒนาท้องถิ่น. นครปฐม : สถาบันราชภัฏนครปฐม, 2542.

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. การจัดการเครือข่าย : กลยุทธ์สำคัญสู่ความสำเร็จของการปฏิรูปการศึกษา. กรุงเทพมหานคร : ชัคเชสมิเดีย, 2543.

ชนิษฐา กาญจนรังษิณนท์. การบริหารเครือข่าย. [ออนไลน์]. 2547. แหล่งที่มา:  
<http://www.northphc.org/doc/mananet.doc> [2553, กันยายน 8]

จารุณี พัชรพิมานสกุล. การศึกษาเครือข่ายการสื่อสารของกลุ่มชีวิต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

จุฑามาส ปิ่นมงคล. ความรู้ทัศนคติ และพฤติกรรมต่อการบริโภคอวัยวะของผู้ที่มารับบริจาคโลหิต ณ ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาสุขภาพจิต คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.

จุไรรัตน์ ทองคำชื่นวิวัฒน์. เครือข่ายสังคมออนไลน์. [ออนไลน์]. 2552. แหล่งที่มา:  
[http://ngnforum.ntc.or.th/index.php?option=com\\_content&task=view&id=76&Itemid=48](http://ngnforum.ntc.or.th/index.php?option=com_content&task=view&id=76&Itemid=48) [2553, กันยายน 1]

เจษฎา รัตน์เขมากร. ศิลปินไทย และเครือข่ายการสื่อสารกับแฟนคลับ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์. การสื่อสารในกลุ่ม. กรุงเทพมหานคร : ณ ฌาน, 2526.

บุญเกิด มาอ่อน. การรวมกลุ่มกัน และการทำกิจกรรมของผู้ฟังวิทยุ จส.100. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
มหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,  
2541.

เบญจรัตน์ มรรยาทอ่อน. เทคโนโลยีในอุตสาหกรรมบริการแห่งศตวรรษที่ 21. จุลสารการท่องเที่ยว  
20, 1 (2544)

ประมะ สตะเวทิน. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา หน่วยที่ 1-8. นนทบุรี :

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2532.

ประมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.

ประไพศรี สุภีโพธิ์. การศึกษาการแสวงหาข้อมูลข่าวสารเพื่อการทำงานในเมืองของแรงงานต่างถิ่น  
ในจังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะ  
นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

ประพิมพร หิรัญพฤกษ์. การเปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และ พฤติกรรมการ  
ป้องกันโรคซาร์สของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และ จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์  
ปริญญามหาบัณฑิต, สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย, 2546.

ประภาเพ็ญ สุวรรณ. ทัศนคติ : การวัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย.

กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2520.

ปาริชาติ สถาปิตานนท์. การสื่อสาร : กลไกสำคัญในการก้าวสู่ประชาสังคมในศตวรรษที่ 21.

กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และ ชัยวัฒน์ ธีระพันธุ์. การสื่อสารกับสังคมเครือข่าย. กรุงเทพมหานคร :  
สถาบันการเรียนรู้และพัฒนาประชาสังคม, 2546. (อัดสำเนา)

ผกาภาส ธนพัฒน์วงศ์. การวิเคราะห์เครือข่ายการสื่อสารเพื่อการพัฒนาการเกษตรของชมรม  
สื่อมวลชนเกษตรแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สาขาวิชานิเทศศา  
สตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

พรพนสิริ จิตร์รัตน์. เครือข่ายการสื่อสารของกลุ่มการเมืองท้องถิ่นใน จ.ชลบุรี. วิทยานิพนธ์

ปริญญามหาบัณฑิต, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

พรดี สะสมบัติ. กระบวนการสื่อสารในการรณรงค์เรื่องการเลี้ยงลูกด้วยนมมารดาของ  
กลุ่มนมแม่". วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย, 2548.

พิกุล สิริทธิประเสริฐกุล. เครือข่ายพลเมืองเปลี่ยนกรุงเทพฯ : การขับเคลื่อนเชิงนโยบายของกลุ่มคน  
จิตอาสา. กรุงเทพมหานคร : ม.ป.พ., 2552.

เพ็ญจมาศ ศิริกิจวัฒนา. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขต  
กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบัณฑิต, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศ  
ศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

เพ็ญพรรณ วัฒนไกร. จิตอาสา...หนทางทำดีที่เป็นเรื่องกล้วยๆ. [ออนไลน์]. 2549. แหล่งที่มา:  
<http://www.doctor.or.th/node/2206> [2552, ธันวาคม 20]

มูลนิธิกระจกเงา. โครงการพัฒนาการจัดการภัยพิบัติภาคประชาชน. [ออนไลน์]. 2550. แหล่งที่มา:  
[http://siamvolunteer.com/autopagev4/show\\_article.php?auto\\_id=4](http://siamvolunteer.com/autopagev4/show_article.php?auto_id=4) [2552,  
ธันวาคม 27]

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ และคณะ. ปริบทการสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,  
2534.

รุ่งโรจน์ เพชรระบูรเนิน. เครือข่ายภาคประชาชนในการป้องกันและแก้ไขปัญหาการทุจริตคอร์รัปชัน.  
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
, 2546.

วรวรรณ อารีประชาภิรมย์. กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างเครือข่ายพันธมิตรที่สัมฤทธิ์ผลในธุรกิจ  
ประกันชีวิต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศ  
ศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.

วินัย เมฆไตรภพ. รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการเพิ่มพลังการสื่อสารผ่านเว็บไซต์จิตอาสา.  
กรุงเทพมหานคร : ม.ป.พ., 2548. (อัดสำเนา)

วินิจ เกตุขำ และคมเพชร ฉัตรสุภกุล. กระบวนการกลุ่ม. กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์, 2522.

ศศิวิมล ตามไท. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการบริโภคข่าวกลัองของ  
ประชาชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ภาควิชาการ  
ประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

ศรีหญิง ศรีคชา. การเปิดรับ และการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่อ  
อินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขานิเทศศาสตร์  
พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. Social Networking...โอกาสสำคัญของโฆษณาออนไลน์(มองเศรษฐกิจฉบับที่ 2134). [ออนไลน์]. 2551. แหล่งที่มา:<http://www.kasikornresearch.com/TH/K-Econ%20Analysis/Pages/ViewSummary.aspx?docid=14516> [2552, กันยายน 10]
- ศูนย์ส่งเสริมการให้และการอาสาช่วยเหลือสังคม กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. วาระแห่งชาติ การให้และการอาสาช่วยเหลือสังคม. [ออนไลน์]. 2550.แหล่งที่มา: <http://www.konjaidee.com/files/agenda.pdf> [2552, ธันวาคม 18]
- สมใจ บุญศิริ. อินเทอร์เน็ต : นานาสาระแห่งบริการ. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- สุทธนิภา ศรีไธย์. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิดและความต้องการออกนอกระบบราชการของอาจารย์มหาวิทยาลัยของรัฐ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- สุนิตย์ เชาวสุธา และวินัย เมฆไตรภพ. การศึกษาและประยุกต์บทเรียนงานอาสาสมัครจากต่างประเทศเพื่อการพัฒนากระบวนการอาสาสมัครในประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.), 2548.
- สุภาพงษ์ ระวยทรง. การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติต่อการเสนอข่าวต่างประเทศทางสื่อมวลชนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.
- เสมอสุข อุไรสวัสดิ์. การศึกษาการเปิดรับข่าวสารและการแสวงหาข่าวสารการรับสมัครงานของผู้สมัครเป็นอาสาพัฒนา กรรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย.วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2529.
- เสรี พงศ์พิศ. วัฒนธรรมองค์กรของโลกยุคใหม่ : เครือข่ายยุทธวิธีเพื่อประชาคมเข้มแข็ง ชุมชนเข้มแข็ง. กรุงเทพมหานคร : เจริญวิทย์การพิมพ์, 2548.
- เสนาะ ดิยาวารี. การสื่อสารในองค์กร. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.
- อนุกุล พลศิริ. ความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง. วารสารวิจัยรามคำแหง 11 (กรกฎาคม – ธันวาคม) : 49-59.
- อธิปต์ย์ คลี่สุนทร. Internet และ Schoolnet กับการเสริมสร้างคุณภาพการศึกษาไทย. กรุงเทพมหานคร : กระทรวงศึกษาธิการ, 2540. (อัดสำเนา)

อรรถทวี เจริญวัฒน์วิทยุ. เว็บเครือข่ายสังคมสามารถช่วยโปรโมตเว็บไซต์เราได้ยังไง?

[ออนไลน์]. 2551. แหล่งที่มา: <http://pccompete.com/how-social-media-promote-your-website/> [2553, สิงหาคม 30]

### ภาษาอังกฤษ

Adams, James R. Media Planning. Oxford : Aden Press, 1971.

Atkin, Charles K. New Model for Mass Communication Research. New York : The Free Press, 1973.

Barker, Larry L. Communication. New Jersey : Prentice-Hall, 1981.

Hartley Peter. Group Communication. London : Routledge, 1997.

Katz, D. and Stotland, E. A. Preliminary Statement of a Theory of Attitude Structure and Change in S. Kock Psychology : A Study of a Science.(vol.3). New York : McGraw-hill, 1958.

Katz, Elihu and Lazarsfeld, Paul F. Personal Influence : The Part Played by People in the Flow of Communication. New York : The Free Press, 1955.

Kaye, Barbara K and Norman J. Medoff. The World Wide Web : A Mass Communication Perspective. 1<sup>st</sup> ed. California : Mayfield Publishing Company, 1999.

Larry L. Barker and Deborah A. Gaut. Communication. United States : Albex Publishing Corporation, 1993.

Leavitt Harold J. Manageral Psychology. Chicago : The University of Chicago Press, 1973.

Otte, Peter. The information Superhighway : Beyond the Internet. Indianapolis, Ind. : Que Corporation, c1994.

Rogers, Everett M. Diffusion of Innovation. New York : The Free Press, 1983.

Rogers, E. M., Wicky, L. M. The Hand book of Social Psychology Vol.3. Massachusettes : Addison Wesley Publishing, 1969.

Sven Windahl and Benno H. Signitzer with John T. Olson. Using Communication Theory. London : Sage Publication, 1992.

Schramm, Wilbur. Mass Media and National Development. California : Stanford University Press, 1964.

Schramm, Wilbur. Men, Messages and Media : A look at Human Communication. New York : Harper & Row Publisher, 1973.

Wilmot, W.W. Dyadic Communication. New York : Random House, 1987.



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย





ภาคผนวก ก

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## แบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์ต่อไปนี้เป็นสร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นแนวคำถามในการสัมภาษณ์เจาะลึก (Indepth Interview) เพื่อใช้ศึกษาลักษณะเครือข่ายการสื่อสารของเครือข่ายจิตอาสา โดยมีแนวคำถามดังนี้

**แนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย** แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

### 1. แนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์แกนนำเครือข่ายจิตอาสา

1. องค์กรของท่านมีการติดต่อสื่อสารกัน ผ่านช่องทางใดบ้าง บ่อยครั้งเพียงใด
2. การติดต่อสื่อสารภายในองค์กรส่วนใหญ่ ติดต่อกันในประเด็นใดบ้าง
3. การติดต่อกับบ้านจิตอาสา และองค์กรเครือข่ายอื่นๆ ผ่านช่องทางใดบ้าง และส่วนใหญ่มติดต่oprประเด็นอะไร บ่อยแค่ไหน
4. ท่านรับข้อมูลข่าวสารมาจากแหล่งใดบ้าง
5. ท่านเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ไปยังอาสาสมัคร หรือประชาชนทั่วไป ผ่านช่องทางไหนบ้าง และประเด็นอะไร

### 2. แนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์อาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา

1. เพราะเหตุใด ที่ทำให้ท่านเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัครกับเครือข่ายจิตอาสา
2. ท่านค้นหาข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับงานอาสาสมัครได้อย่างไร ผ่านช่องทางไหน
3. ท่านได้มีการพบปะ พูดคุย หรือติดต่อกันระหว่างอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา หรือไม่ อย่างไร
5. ในการเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัครแต่ละครั้ง ส่วนใหญ่ท่านจะพูดคุยกับใคร
6. ระยะเวลาที่ไม่มีกิจกรรมอาสาสมัคร ท่านได้ติดต่อบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายจิตอาสาหรือไม่ อย่างไร เช่น อาสาสมัคร เจ้าหน้าที่(Staff)
7. ท่านได้ชักชวน หรือเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ให้บุคคลอื่นรับทราบ หรือเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัครหรือไม่ อย่างไร

### แบบสอบถาม

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้ จัดทำขึ้นเพื่อนำไปใช้ในการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง เครือข่ายการสื่อสาร และการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครของเครือข่ายจิตอาสา เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

#### ตอนที่1 ข้อมูลส่วนบุคคล

คำชี้แจง กรุณาตอบคำถามโดยใส่เครื่องหมาย / หน้าคำตอบของท่านเพียงข้อเดียว

1. เพศ ( ) ชาย ( ) หญิง
2. อายุ
  - ( ) ต่ำกว่า 20 ปี ( ) 20-25 ปี
  - ( ) 26-30 ปี ( ) 31-35 ปี
  - ( ) 36 ปีขึ้นไป
- 3.ระดับการศึกษา
  - ( ) ประถมศึกษา ( ) มัธยมศึกษา หรือ ปวช.
  - ( ) ปวส. หรือ อนุปริญญา ( ) ปริญญาตรี
  - ( ) ปริญญาโทหรือสูงกว่า ( ) อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 4.อาชีพ
  - ( ) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ( ) พนักงานบริษัทเอกชน
  - ( ) ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ ( ) ค้าขาย
  - ( ) รับจ้างทั่วไป ( ) แม่บ้าน
  - ( ) นักเรียน/นิสิตนักศึกษา ( ) อื่นๆ โปรดระบุ.....

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ตอนที่2 การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านอาสาสมัคร

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงในคำตอบที่ท่านเลือก

5. ท่านค้นหาข้อมูลข่าวสาร หรือพูดคุย เกี่ยวเรื่องอาสาสมัครหรือกิจกรรมอาสาสมัครต่างๆ ที่จัดขึ้น จากบุคคลเหล่านี้บ่อยครั้งเพียงใด

ชื่อบุคคล	เป็นประจำ/ บ่อยมาก	บ่อย	ไม่ค่อย บ่อย	นานๆ ครั้ง	ไม่เคยเลย
เจ้าหน้าที่อาสาสมัคร (Staff)					
คนในครอบครัว/ญาติ					
เพื่อน					
แฟน/เพื่อนที่สนิท					
คนรู้จัก					

6. ท่านค้นหาข้อมูลข่าวสารในเรื่องของแนวคิดด้านอาสาสมัครหรือจิตอาสา ผ่านสื่อต่างๆ หรือเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัคร บ่อยครั้งเพียงใด

สื่ออินเทอร์เน็ต/ สื่อเฉพาะกิจ/ สื่อกิจกรรม	เป็นประจำ/ บ่อยมาก	บ่อย	ไม่ค่อย บ่อย	นานๆ ครั้ง	ไม่เคยเลย
เว็บไซต์เครือข่ายจิตอาสา					
Facebook					
เว็บไซต์อื่นๆ					
จดหมายข่าวออนไลน์					
หนังสือ/พ็อกเก็ตบุ๊คส์					
กิจกรรมอาสาต่างๆ					

### ตอนที่3 ทักษะคติที่มีต่องานอาสาสมัคร

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงในคำตอบที่ท่านเลือก

เหตุผล	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง
ท่านคิดว่างานอาสาสมัครทำให้ท่านได้ทำ ในสิ่งใหม่ๆ					
ท่านคิดว่างานอาสาสมัครเป็นงานที่ไม่ยาก เกินความสามารถของท่าน					
ท่านคิดว่างานอาสาสมัครเป็นประโยชน์ต่อ ตนเองและผู้อื่น					
ท่านคิดว่างานอาสาสมัครนั้นลำบาก ต้อง ทุ่มเทแรงกายแรงใจมาก					
ท่านคิดว่าการให้คือพลังอันยิ่งใหญ่					
ท่านคิดว่างานอาสาสมัครทำให้ท่าน พัฒนาความสามารถได้มากขึ้น					
ท่านคิดว่าการเป็นอาสาสมัครควรได้รับเงิน ตอบแทนบ้างในบางกรณี					
ท่านคิดว่าการเป็นอาสาสมัครเป็นการใช้ เวลาว่างให้เป็นประโยชน์					
ท่านคิดว่างานอาสาสมัครจะช่วยเหลือ ปัญหาต่างๆของสังคมได้					
ท่านคิดว่างานอาสาสมัครใครๆก็ทำได้					
ท่านรู้สึกว่าการมาเป็นอาสาสมัครทำให้ ท่านภาคภูมิใจในตนเอง					
ท่านคิดว่างานอาสาสมัครเป็นงานที่น่าเบื่อ หน่าย					
ท่านคิดว่างานอาสาสมัครทำให้ท่านได้ฝึก ความอดทน และรู้จักเสียสละ					

เหตุผล	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง
ท่านคิดว่าการมาเป็นอาสาสมัครทำให้ได้ พบปะกับเพื่อนใหม่ๆ					

ตอนที่4 ข้อมูลการเป็นอาสาสมัคร และการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา  
คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงในคำตอบที่ท่านเลือก

8. ท่านเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัครมานานเท่าไร

- ( ) น้อยกว่า 1ปี ( ) มากกว่า 1 – 2 ปี  
 ( ) มากกว่า 2 – 3 ปี ( ) มากกว่า 3 – 4 ปี  
 ( ) มากกว่า 4 ปี

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

9. เหตุผลใดต่อไปนี่ที่ทำให้ท่านตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัคร (ตอบทุกข้อ)  
กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงในคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

เหตุผล	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง
ท่านต้องการช่วยเหลือผู้อื่น					
ท่านต้องการทำในสิ่งที่แปลกใหม่					
ท่านคิดว่างานอาสาสมัครเป็นประโยชน์ต่อ ตนเองและผู้อื่น					
ท่านคิดว่าการทำงานด้านอาสาสมัครบ่ง บอกความเป็นตัวตนของท่าน					
ท่านคิดว่างานอาสาสมัครทำให้ท่าน พัฒนาความสามารถของท่านได้มากขึ้น					
ท่านต้องการมีประสบการณ์ในการทำงาน					
ท่านต้องการทำตัวให้เป็นประโยชน์ต่อ สังคม					
ท่านต้องการทำงานที่ท้าทาย					
ท่านต้องการทำงานที่ตรงกับอุดมการณ์					
ท่านต้องการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์					
ท่านต้องการพบปะกับเพื่อนใหม่ๆ					
ท่านต้องการทดลองดูว่าจะทำงานลักษณะ นี้ได้หรือไม่					

10. หลังจากที่ท่านเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัครในครั้งนี้ ท่านจะเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัครอื่นๆ  
ต่อไปอีกหรือไม่

( ) เข้าร่วม ( ) ไม่เข้าร่วม

ถ้า เข้าร่วม กรุณาตอบคำถามข้อ 11

ถ้า ไม่เข้าร่วม กรุณาตอบคำถามข้อ 12

11. เหตุผลใดที่ทำให้ท่านจะเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัครในครั้งต่อไป (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) ต้องการมีประสบการณ์ในการทำงาน
- ( ) ต้องการช่วยเหลือผู้อื่น
- ( ) ต้องการทำตัวให้เป็นประโยชน์ต่อสังคม
- ( ) ต้องการความสนุกสนาน
- ( ) ต้องการงานที่ท้าทาย
- ( ) ต้องการงานที่ตรงกับอุดมการณ์
- ( ) ท่านมีความสุขในการทำงานด้านอาสาสมัคร
- ( ) ท่านคิดว่างานอาสาสมัครทำให้ท่านพัฒนาความสามารถของท่านได้มากขึ้น
- ( ) อื่นๆ โปรดระบุ.....

12. เหตุผลใดที่ทำให้ท่านจะไม่เข้าร่วม กิจกรรมอาสาสมัครในครั้งต่อไป (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) คิดว่างานอาสาสมัครเป็นงานที่ยากเกินความสามารถของท่าน
- ( ) คิดว่างานอาสาสมัครนั้นลำบาก ต้องทุ่มเทแรงกายแรงใจมาก
- ( ) ท่านมีภาระหน้าที่ ที่ต้องรับผิดชอบมาก
- ( ) ท่านคิดว่าการเป็นอาสาสมัครควรมีค่าตอบแทนเป็นรายได้
- ( ) ท่านรู้สึกเบื่อหน่ายกับการทำงานด้านอาสาสมัคร
- ( ) ท่านไม่มีเวลา
- ( ) ท่านไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับงานอาสาสมัครที่ท่านสนใจ
- ( ) อื่นๆ โปรดระบุ.....

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....





ภาคผนวก ข

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



กิจกรรมการสร้างบ้านดิน ของศูนย์การเรียนรู้บ้านดินไทย



กิจกรรมการสร้างบ้านดิน ของศูนย์การเรียนรู้บ้านดินไทย



กิจกรรมปลูกป่าเขาใหญ่ ของศูนย์การเรียนรู้บ้านดินไทย



กิจกรรมจัดห้องสมุด ของโครงการนักอ่านจิตอาสา



กิจกรรมคืนชีพให้กระดาษ (Paper Ranger)



สัมภาษณ์อาสาสมัครในกิจกรรมคืนชีพให้กระดาษ (Paper Ranger)

## ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวอนิษฐา แจ่มเอียด เกิดเมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2529 ที่อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม

- สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาจากโรงเรียนจุฬารัตนราชวิทยาลัย มุกดาหาร เมื่อ พ.ศ.2547
- สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาการสื่อสารมวลชน จากคณะวิทยาการสารสนเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม (เกียรตินิยมอันดับ 2) เมื่อพ.ศ. 2551
- ศึกษาต่อระดับปริญญาโท สาขาวิชานิติศาสตร์ พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อพ.ศ.2552

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย