

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การใช้สื่อหนังสือเพื่อการพัฒนาของหน่วยงานภาครัฐในภาคใต้” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประเภทของหน่วยงานภาครัฐในภาคใต้ ที่ใช้เทปหนังสือเพื่อการพัฒนา ในช่วงปีงบประมาณ 2538 - 2540 ศึกษาแนวทางการดำเนินการใช้เทปหนังสือเป็นสื่อเพื่อการพัฒนา รวมทั้งวิเคราะห์เนื้อหาบทหนังสือที่ใช้เพื่อการพัฒนา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ทำการสำรวจหน่วยงานที่นำหนังสือมาใช้เผยแพร่ความรู้ ตามด้วยการสัมภาษณ์เจาะลึก (Indepth Interview) เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ที่นำเทปหนังสือมาใช้ และนายหนังสือที่เข้าร่วมดำเนินการ นอกจากนี้ยังทำการวิเคราะห์เนื้อหาหนังสือ (Content Analysis) ที่ใช้เพื่อการพัฒนา เพื่อศึกษารูปแบบ วิธีการนำเสนอสาระความรู้และกลยุทธ์การสื่อสาร

แหล่งข้อมูลที่ใช้ศึกษา คือ แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล โดยสัมภาษณ์เจาะลึกเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานที่ใช้เทปหนังสือเป็นสื่อ จำนวน 14 คน และนายหนังสือที่เข้าร่วมดำเนินการอีก 21 คน และแหล่งข้อมูลประเภทเทปบันทึกเสียงหนังสือที่ใช้เป็นสื่อเพื่อการพัฒนา ในช่วงปีงบประมาณ 2538 - 2540 จำนวน 9 ชุด

สำหรับวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการศึกษาวิจัยนั้น มีวิธีการดังนี้ เริ่มต้นด้วยการส่งแบบสอบถามไปยังหน่วยงานภาครัฐในภาคใต้ 14 จังหวัด รวมทั้งหน่วยงานระดับเขตและระดับภาคจำนวนทั้งสิ้น 302 หน่วยงาน เพื่อสำรวจรายชื่อของหน่วยงานที่ใช้เทปหนังสือเป็นสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ในช่วงปีงบประมาณ 2538 - 2540 เมื่อได้รายชื่อของหน่วยงานที่นำหนังสือมาใช้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารความรู้และการประชาสัมพันธ์โครงการต่าง ๆ แล้ว จึงได้ติดต่อประสานงานกับหน่วยงาน เพื่อขอความอนุเคราะห์เทปหนังสือและทำการสัมภาษณ์เจาะลึกเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และศิลปินหนังสือที่เข้าร่วมดำเนินการ โดยบันทึกเทปข้อมูลการสัมภาษณ์เจาะลึกไว้ในเทปบันทึกเสียง แล้วจึงนำมาถอดความและบันทึกไว้เป็นเอกสารเพื่อนำมาวิเคราะห์ตามประเด็นการนำเสนอของสาร แนวทางการสื่อสาร และกลยุทธ์ใน

การโน้มน้าวใจ โดยใช้ระยะเวลาในการศึกษาตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2540 - มีนาคม 2541

### สรุปผลการศึกษา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษา 2 ส่วนคือ ประเภทของหน่วยงานและแนวทางการดำเนินงาน ประเด็นการนำเสนอของสารหนังสือรวมไปถึงแนวทางการสื่อสาร และกลยุทธ์ในการโน้มน้าวใจ ซึ่งสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

#### (ก) ประเภทของหน่วยงานและแนวทางการดำเนินงาน

##### 1. ประเภทของหน่วยงาน

จากการศึกษาพบว่า หน่วยงานที่ใช้เทปหนังสือเป็นสื่อเพื่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ในช่วงปีงบประมาณ 2538 - 2540 ส่วนใหญ่เป็นหน่วยงานของกระทรวงหลักที่มีบทบาทในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน ซึ่งต้องเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด เพื่อให้ประชาชนให้ความร่วมมือในการพัฒนาประเทศต่อไป สารเนื้อหาที่นำมาเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เป็นเนื้อหาเกี่ยวกับนโยบายของรัฐบาลและงานของแต่ละหน่วยงานเป็นสำคัญ ซึ่งได้แก่หน่วยงานดังต่อไปนี้

- 1) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้แก่ สำนักงานปศุสัตว์เขต 9 จังหวัดสงขลา โครงการเพิ่มประสิทธิภาพป้องกันกำจัดโรคปากและเท้าเปื่อย
- 2) กระทรวงศึกษาธิการ ได้แก่ สำนักงานศึกษาธิการจังหวัดสงขลา โครงการศิลปพื้นบ้านต่อต้านโรคเอดส์
- 3) กระทรวงสาธารณสุข ได้แก่
  - (1) ศูนย์ฝึกอบรมและพัฒนาการสาธารณสุขมูลฐานภาคใต้ จังหวัดนครศรีธรรมราช โครงการภูมิปัญญาพื้นบ้านสำนักงานอนามัย
  - (2) สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดพัทลุง โครงการโรคเลือดจางทาลัสซีเมีย และโครงการโรคเอดส์

4) กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม ได้แก่ สำนักงานประกันสังคมจังหวัดในภาคใต้ โครงการหนังสือตะลุงประกันสังคม

5) สำนักนายกรัฐมนตรี ได้แก่

(1) สำนักประชาสัมพันธ์เขต 5 จังหวัดสุราษฎร์ธานี โครงการประชาสัมพันธ์ป้องกันแก้ไขปัญหายาเสพติด โดยเผยแพร่ในเขตพื้นที่ความรับผิดชอบ 8 จังหวัดภาคใต้ตอนบน คือ ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร ระนอง สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช พังงา กระบี่ ภูเก็ต

(2) สำนักประชาสัมพันธ์เขต 6 จังหวัดสงขลา โครงการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการปกครองระบอบประชาธิปไตย โดยเผยแพร่ในเขตพื้นที่ความรับผิดชอบ 7 จังหวัดภาคใต้ตอนล่าง คือ สงขลา พัทลุง ตรัง สตูล ปัตตานี ยะลา และ นราธิวาส

(3) สำนักงานป้องกันและปราบปรามยาเสพติดภาคใต้ จังหวัดสงขลา ร่วมกับศูนย์การศึกษาออกโรงเรียนจังหวัดพัทลุง และสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดพัทลุง โครงการรณรงค์ป้องกันการแพร่ระบาดของยาเสพติด ทำการเผยแพร่โดยสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดพัทลุง ศูนย์การศึกษาออกโรงเรียนจังหวัดพัทลุง และสำนักงานป้องกันและปราบปรามยาเสพติดภาคใต้ หนังสือเรื่อง “บัญชาสวรรค์”

## 2. แนวทางการดำเนินงาน

เป็นการศึกษาเกี่ยวกับนโยบายด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และขั้นตอนการดำเนินงานของหน่วยงาน ซึ่งสรุปผลการศึกษาไว้ดังนี้

### 2.1 นโยบายด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน

จากการศึกษาพบว่า หน่วยงานต่าง ๆ มีนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ ดังนี้

1) ให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสารและรับทราบกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงาน

2) ให้มีการใช้สื่อหลายประเภท เช่น สื่อมวลชน สื่อบุคคล รวมทั้งสื่อพื้นบ้านหนังตะลุง เพื่อให้การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ครอบคลุมมากที่สุด

โดยหน่วยงานมีนโยบายใช้สื่อพื้นบ้านเพื่อการพัฒนาเป็น 2 ลักษณะคือ

3) กำหนดเป็นนโยบายหลัก โดยหน่วยงานส่วนกลางกำหนดให้ใช้สื่อพื้นบ้านของแต่ละภาคในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ซึ่งภาคใต้ใช้หนังตะลุง มโนห์รา เพลงบอก และดีเกอชูลู

4) กำหนดเป็นนโยบายทั่วไป โดยหน่วยงานส่วนกลางกำหนดนโยบายไว้กว้าง ๆ ไม่เฉพาะเจาะจง โดยหน่วยงานส่วนภูมิภาคตัดสินใจใช้สื่อพื้นบ้านเพื่อการประชาสัมพันธ์เอง

จากการศึกษาพบว่า หน่วยงานส่วนใหญ่จำนวน 5 หน่วยได้กำหนดนโยบายทั่วไป และให้อำนาจการตัดสินใจแก่หน่วยงานในส่วนภูมิภาค ซึ่งการใช้สื่อหนังตะลุงเพื่อการพัฒนา มีหลายรูปแบบ เช่น การแสดงสดตามเทศกาล การแสดงทางโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง เทปหอกระจายข่าว ใช้ในโรงเรียน และใช้เป็นเครื่องมือของเจ้าหน้าที่พัฒนาในโอกาสไปปฏิบัติงานในพื้นที่

ส่วนเหตุผลที่หน่วยงานเลือกใช้สื่อหนังตะลุง เพื่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์นั้น สรุปได้ว่า

1) สื่อหนังตะลุงเข้าถึงประชาชนท้องถิ่นได้ดี เพราะเป็นศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีความใกล้ชิดกับชาวบ้านภาคใต้มาเป็นเวลายาวนาน ใช้ภาษาเดียวกันกับผู้ฟัง เป็นสื่อพื้นบ้านที่เป็นที่นิยมของประชาชน และการใช้เทปหนังตะลุงเพื่อการประชาสัมพันธ์ สามารถเผยแพร่ซ้ำบ่อย ๆ ได้

2) สื่ออื่น ๆ ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์มีข้อจำกัด เช่น ไม่สามารถครอบคลุมพื้นที่ที่กลุ่มเป้าหมายอาศัยอยู่ได้ ใช้ภาษากลาง หรือมีเนื้อหาทางวิชาการมากเกินไป

3) เพื่อส่งเสริมอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นให้คงอยู่ต่อไป

## 2.2 ขั้นตอนการดำเนินงาน

จากการศึกษาพบว่า เมื่อหน่วยงานตัดสินใจเลือกใช้เทปหนังตะลุงเป็นสื่อเพื่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ได้ทำการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องดังนี้

1.1) ประเมินสภาพการณ์ทั่วไป โดยประเมินจากสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องเช่น ประเมินจากผู้ชมรายการโทรทัศน์ หรือผู้ฟังรายการวิทยุ ยังคงชื่นชอบรายการหนังตะลุง มีการว่าจ้างหนังตะลุงไปแสดงตามงานเทศกาลอยู่สม่ำเสมอ และนายหนังตะลุงที่มีชื่อเสียงมักเป็นที่ชื่นชอบและเชื่อถือของบุคคลโดยทั่วไป

จากการศึกษาพบว่า หน่วยงานทั้งหมดที่ใช้เทปหนังตะลุงในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์งานของหน่วยงาน โดยวิธีการประเมินสถานการณ์จากสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง เพราะสามารถปฏิบัติได้ง่าย ไม่ต้องอาศัยงบประมาณ และหลักวิชาการมากนัก

### 1.2) การกำหนดวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

จากการศึกษาพบว่า ทุกหน่วยงานได้กำหนดวัตถุประสงค์ของการใช้เทปหนังตะลุงเพื่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์คือ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารความรู้ต่าง ๆ ที่เป็นนโยบายของรัฐบาล หรือหน่วยงานให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุดและมีประสิทธิภาพสูงสุด โดยใช้สื่อหนังตะลุงเสริมกับสื่ออื่น ๆ

### 1.3) การกำหนดกลุ่มเป้าหมายของการสื่อสาร

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มเป้าหมายการสื่อสารของเกือบทุกหน่วยงานที่ใช้เทปหนังตะลุงเป็นสื่อเพื่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์นั้นได้แก่ ประชาชนทั่วไป โดยมีกลุ่มเป้าหมายหลัก คือผู้ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตชนบทที่มีอายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไป

### 1.4) การกำหนดเนื้อหาเพื่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

จากการศึกษาพบว่า ทุกหน่วยงานเป็นผู้กำหนดเนื้อหาที่จะทำการประชาสัมพันธ์ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นนโยบายของรัฐบาลหรือหน่วยงาน โดยมอบ

หมายให้นายหนังตะลุงเป็นผู้รับผิดชอบในเรื่องบทหนังตะลุงเอง และส่วนใหญ่นายหนังจะทำความเข้าใจในเนื้อหาและเล่นสด โดยมีได้ในการเขียนบทมาล่วงหน้า

#### 1.5) การพิจารณานายหนังเข้าร่วมดำเนินการ

ทุกหน่วยงานได้กำหนดคุณสมบัติของนายหนังไว้คือ เป็นผู้มีชื่อเสียงมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เป็นที่ยอมรับของสังคม และยังได้รับความนิยมจากประชาชน หรือนายหนังที่ชนะเลิศการประกวด ศิลปินแห่งชาติ ผู้มีผลงานดีเด่นทางด้านศิลปะการแสดง (หนังตะลุง) นายหนังที่มีชื่อเสียงของจังหวัดเป็นต้น ซึ่งมีผลทำให้การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพราะผู้ฟังให้ความนิยมและเชื่อถือ

ทั้งนี้พบว่ามีเพียงหน่วยงานเดียว คือสำนักงานปศุสัตว์เขต 9 จังหวัดสงขลา ที่ได้คัดเลือกนายหนังที่มีคุณสมบัติดังกล่าวเข้าร่วมโครงการด้วยเหตุผลด้านเวลา และงบประมาณ อย่างไรก็ตาม เจ้าหน้าที่ภาครัฐผู้รับผิดชอบงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตามโครงการดังกล่าวได้ร่วมเขียนบทกับนายหนังด้วย

#### 1.6) การประสานงานขอความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น

หน่วยงานส่วนใหญ่ที่ใช้สื่อหนังตะลุงในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เป็นผู้รับผิดชอบในขั้นตอนของการผลิตทั้งหมด แต่มีการประสานงานขอความร่วมมือจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนในขั้นตอนของการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

แต่ทั้งนี้มีเพียง 2 หน่วยงานเท่านั้นที่ได้เป็นผู้รับผิดชอบในขั้นตอนการผลิตสื่อเอง แต่ขอความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในด้านผลิตสื่อและประชาสัมพันธ์ ได้แก่ สำนักงานป้องกันและปราบปรามยาเสพติดภาคใต้ จังหวัดสงขลา อุดหนุนงบประมาณการดำเนินการและมอบหมายหน้าที่ด้านการผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ให้แก่ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดพัทลุง และศูนย์การศึกษาออกโรงเรียนจังหวัดพัทลุง ศูนย์สารนิเทศ กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม มอบหมายให้สำนักประชาสัมพันธ์เขต 5 จังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นผู้ดำเนินการผลิตสื่อและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

### 2.3 ขั้นตอนการผลิต

หลังจากหน่วยงานได้สรุปรวบรวมข้อมูล และตัดสินใจใช้สื่อหนึ่ง  
 ตะลุงในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แล้ว หน่วยงานจึงได้ดำเนินการผลิตเทป ซึ่งมีรูปแบบ  
 การผลิต 2 รูปแบบ

#### 1) การจัดอบรมสัมมนาให้ความรู้แก่นายหน้า

หน่วยงานจัดทำโครงการอบรมสัมมนาให้ความรู้แก่ศิลปิน  
 พื้นบ้านภายในจังหวัด โดยมีนายหน้าเข้าร่วมด้วย มีการกำหนดเนื้อหาเกี่ยวกับนโยบาย  
 ของรัฐบาลหรือหน่วยงานและเตรียมเอกสารต่าง ๆ แจกศิลปินพื้นบ้าน และระดมสมอง  
 ศิลปินพื้นบ้านร่วมเขียนบทกลอนที่ใช้กับสื่อพื้นบ้านแต่ละชนิด แล้วจึงบันทึกเทป และขอ  
 ให้ศิลปินพื้นบ้านช่วยประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของทางราชการเมื่อนายหน้าเดินทางไป  
 แสดงหนังตะลุงย้งที่ต่าง ๆ ด้วย

#### 2) การกำหนดตัวนายหน้าเข้าร่วมดำเนินการ ซึ่งมีขั้นตอน การดำเนินการดังนี้

(1) การกำหนดตัวนายหน้า หน่วยงานกำหนดตัวนายหน้า  
 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นศิลปินที่มีชื่อเสียงในระดับชาติและระดับจังหวัด เป็นที่นิยมชื่นชอบของ  
 ประชาชนเข้าร่วมโครงการ

(2) การกำหนดเนื้อหาและการเขียนบทหนังตะลุง เมื่อได้  
 นายหน้าเข้าร่วมดำเนินการแล้ว ทางหน่วยงานเป็นผู้กำหนดเนื้อหาในการประชาสัมพันธ์  
 โดยอาจเตรียมเอกสาร หรือวิทยากรให้ ส่วนนายหน้าจะเป็นผู้รับผิดชอบเรื่องบทและ  
 การแสดงเอง

(3) การผลิตเทปหนังตะลุง เมื่อได้เทปหนังตะลุงมาแล้ว  
 ทางหน่วยงานจึงนำมาทำเป็นสำเนาเพื่อเผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งในการผลิตมีการ  
 ดำเนินการอยู่ 2 รูปแบบด้วยกันคือ

รูปแบบที่ 1 หน่วยงานระดับจังหวัดเป็นผู้ผลิตและผู้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายในเขตพื้นที่รับผิดชอบ ได้แก่ สำนักงานศึกษาธิการจังหวัดสงขลา และสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดพัทลุง

รูปแบบที่ 2 หน่วยงานระดับเขตเป็นผู้ผลิต แล้วจัดส่งไปยังหน่วยงานระดับจังหวัดในเขตพื้นที่ความรับผิดชอบเผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมายต่อไป ได้แก่ สำนักประชาสัมพันธ์เขต 5 จังหวัดสุราษฎร์ธานี สำนักประชาสัมพันธ์เขต 6 สงขลา ศูนย์ฝึกอบรมและพัฒนาการสาธารณสุขมูลฐานภาคใต้ นครศรีธรรมราช สำนักงานปศุสัตว์เขต 9 สงขลา ศูนย์สารนิเทศ กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม

## 2.4 ขั้นตอนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

### 1) ช่องทางการเผยแพร่และระยะเวลาการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

พบว่า การเผยแพร่เทปเสียงหนึ่งทะเลงมีช่องทางหลัก คือ หอกระจายข่าวประจำหมู่บ้าน ส่วนช่องทางเผยแพร่อื่น ๆ ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง เสียงตามสาย หน่วยประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ การฝึกอบรม การจัดนิทรรศการ เป็นต้น

### 2) จำนวนเทปหนึ่งทะเลง

ส่วนใหญ่การติดตามผลของหน่วยงานเป็นเพียงการติดตามประเมินผลกระบวนการ เช่น จำนวนหมู่บ้านที่ได้รับสื่อ เป็นต้น ส่วนการติดตามประเมินผลที่เกิดขึ้น หรือผลกระทบนั้นไม่ค่อยได้ดำเนินการ เช่น ความรู้ของประชาชนที่ได้จากการฟังเทปหนึ่งทะเลง และการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของประชาชน เป็นต้น ทั้งนี้เพราะหน่วยงานไม่ได้จัดงบประมาณสำหรับการติดตามและประเมินผล ขาดบุคลากรที่มีความสามารถและประสบการณ์ในด้านนี้ และจำเป็นต้องใช้เวลานาน

## 3. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน

1. ผู้บริหารบางหน่วยไม่เห็นความสำคัญ
2. การดำเนินงานไม่ต่อเนื่อง เพราะไม่มีการวางแผนระยะยาว
3. การสนับสนุนงบประมาณไม่เพียงพอ
4. นายหนึ่งบางคนยังไม่สามารถถ่ายทอดเนื้อหาได้ตรงประเด็น



#### 4. การใช้สื่อหนังสือตลับเพื่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในอนาคต

จากการศึกษาพบว่า หน่วยงานส่วนใหญ่ยังเห็นความสำคัญและยังใช้สื่อหนังสือตลับเพื่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่อไป โดยเห็นว่าสื่อหนังสือตลับยังคงเข้าถึงประชาชนโดยเฉพาะอย่างยิ่งในชนบทห่างไกลได้ดี แต่จะไม่เน้นกลุ่มวัยรุ่น เพราะพบว่ากลุ่มวัยรุ่นไม่นิยมชมหรือฟังหนังสือตลับมากนัก ดังนั้นจึงต้องผลิตสื่ออื่น ๆ เสริมในส่วนที่หนังสือตลับยังเข้าไม่ถึง

##### (ข) รูปแบบการนำเสนอและประเภทเนื้อหาหนังสือตลับ

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาจากเทปหนังสือตลับทั้งหมด 9 ชุด โดยแบ่งเป็นกลอนหนังสือตลับ 6 ชุด และหนังสือตลับเรื่องสั้น 3 ชุด (14 เรื่อง) การวิเคราะห์เนื้อหาหนังสือตลับมีประเด็นดังต่อไปนี้คือ

##### 1. รูปแบบของเทปหนังสือตลับ

เทปหนังสือตลับทั้งหมดมีการนำเสนอ 2 รูปแบบคือ

1) กลอนหนังสือตลับ เป็นรูปแบบกลอนหนังสือตลับสั้น ๆ ความยาว 3 - 15 นาที มีเนื้อหาเพื่อการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารโดยตรง

2) หนังสือตลับเรื่องสั้น เป็นรูปแบบของกลอนหนังสือตลับและมิบทสนทนา เช่น บทละคร มีเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเป็นบทสอดแทรก ความยาว 30 นาที - 3 ชั่วโมง

##### 2. ประเภทเนื้อหาหนังสือตลับ

เนื้อหาของหนังสือตลับที่เป็นบทกลอน และเป็นหนังสือตลับเรื่อง เป็น การนำเสนอเนื้อหาที่เป็นนโยบายของรัฐบาลเช่น การส่งเสริมการปกครองระบอบประชาธิปไตย และการควบคุมและป้องกันโรคเอดส์ และการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับงานในบทบาทหน้าที่ของแต่ละหน่วยงาน เช่น สำนักงานประกันสังคม เรื่องการประกันสังคม กรมปศุสัตว์ เรื่องรณรงค์ป้องกันกำจัดโรคปากและเท้าเปื่อย เป็นต้น ซึ่งมีรายละเอียดในแต่ละประเด็น ดังนี้

เสนอ ดังนี้

1. การส่งเสริมการปกครองระบอบประชาธิปไตย มีประเด็นการนำ

- 1) ความเป็นมาของระบอบประชาธิปไตยของประเทศไทย
- 2) เชิญชวนให้ประชาชนไปใช้สิทธิเลือกตั้ง
- 3) หน้าที่ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร
- 4) การเตรียมตัวและตรวจสอบเอกสารในการเลือกตั้ง
- 5) การเลือกตั้งเป็นพรรค
- 6) คุณสมบัติที่ควรพิจารณาของผู้สมัครรับเลือกตั้ง
- 7) รณรงค์ไม่ให้ประชาชนขายสิทธิ์ขายเสียง
- 8) ดอกย่ำวันเลือกตั้ง
- 9) วิธีที่นักการเมืองใช้ในการซื้อสิทธิ์ซื้อเสียง
- 10) พระราชประสงค์ของพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าในการ

พระราชทานอำนาจอธิปไตยให้แก่ปวงชนชาวไทย

2. การประกันสังคม มีประเด็นการนำเสนอ ดังนี้

- 1) บทบาทของการประกันสังคม
- 2) หลักการประกันสังคม
- 3) หน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลงานประกันสังคม
- 4) ผลประโยชน์ของการประกันสังคม
- 5) ข้อคิดในการเลือกทำงาน
- 6) เชิญชวนให้ทำประกันสังคม

3. การป้องกันกำจัดโรคปากและเท้าเปื่อย ของกรมปศุสัตว์ มี  
ประเด็นการนำเสนอ ดังนี้

- 1) หน่วยงานที่รับผิดชอบโครงการเพิ่มประสิทธิภาพกำจัดโรคปากและเท้าเปื่อย
- 2) ภารกิจของหน่วยงาน
- 3) สาเหตุของการเกิดโรคปากและเท้าเปื่อย
- 4) ภาคใต้เขตปลอดโรคปากและเท้าเปื่อย
- 5) ช่องทางการติดต่อของโรคปากและเท้าเปื่อย

- 6) ลักษณะทั่วไปของสัตว์ที่ป่วยเป็นโรคปากและเท้าเปื่อย
- 7) ความเสียหายที่เกิดจากโรคปากและเท้าเปื่อย
- 8) การป้องกันการแพร่ระบาดของโรคปากและเท้าเปื่อย
  - ให้ความรู้เรื่องโรคปากและเท้าเปื่อย
  - ทำลายซากสัตว์ที่ตายจากโรคปากและเท้าเปื่อยและห้ามบริโภค
  - กักสัตว์ที่ซื้อใหม่มาใหม่รอดูอาการ
  - พบสัตว์แพทย์ทันทีเมื่อพบความผิดปกติของสัตว์
  - ให้สัตว์แพทย์ต้นทางตรวจโรคสัตว์ก่อนขนย้ายสัตว์
  - การสมัครเข้าเป็นอาสาสมัครป้องกันโรคสัตว์
- 9) การรักษาสัตว์ที่ป่วยเป็นโรคปากและเท้าเปื่อย
- 10) ความสำคัญของวัคซีน
- 11) ความสำคัญของอาสาสมัครป้องกันโรคสัตว์
- 12) การแสดงภูมิความรู้ของอาสาสมัครป้องกันโรคสัตว์

#### 4. สาธารณสุข แบ่งเป็นการนำเสนอได้ดังต่อไปนี้

- 1) การควบคุมและป้องกันโรคเอดส์
  - สาเหตุของการเกิดโรคเอดส์
  - การป้องกันการติดเชื้อโรคเอดส์
- 2) การสาธารณสุขมูลฐาน
  - ความเป็นอยู่ภายในบ้านเรือน
  - การเลือกบริโภค
- 3) โรคเลือดจางทาลัสซีเมีย
  - ลักษณะอาการของผู้ป่วยโรคทาลัสซีเมีย
  - สาเหตุของการเกิดโรคทาลัสซีเมีย
  - ข้อควรปฏิบัติของผู้ป่วยโรคทาลัสซีเมีย
  - การป้องกันการถ่ายทอดโรคทาลัสซีเมีย
- 4) การควบคุมและป้องกันอุบัติเหตุ
  - สถานการณ์อุบัติเหตุในประเทศไทย
  - สาเหตุของการเกิดอุบัติเหตุ
- 5) การรณรงค์ป้องกันปัญหาเสพติด
  - ชนิดต่าง ๆ ของยาเสพติด

- พิชภัยของสารเสพติด
- รณรงค์ป้องกันการเสพยา
- การปฏิบัติต่อผู้เสพยา
- สถานการณ์การแพร่ระบาดของยาเสพติด

### 3. แนวทางการใช้การสื่อสาร (Communication Approach)

จากการวิเคราะห์บทหนังตะลุงและบทหนังตะลุงที่ใช้เพื่อการพัฒนา พบว่ามีแนวทางใช้การสื่อสาร 4 ประการ ดังนี้

1) การแจ้งข่าวสาร กลอนหนังตะลุง และบทหนังตะลุงเรื่องสั้น ได้นำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนาต่าง ๆ ไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดความรู้ ความตระหนักและสนใจในการพัฒนาชีวิตของตนเอง เช่น การประชาสัมพันธ์ให้ประชาชน ไปเลือกตั้งตามวันที่กำหนด และการไปพบแพทย์เพื่อตรวจโรคทาลัสซีเมีย เป็นต้น

2) การให้การศึกษา ในการพัฒนาประเทศนั้น การให้การศึกษา เป็นการนำความสนใจของประชาชนไปสู่ทัศนะของความจำเป็นที่ต้องมีการเปลี่ยนแปลงจน บรรลุวิธีการที่จะถึงการเปลี่ยนแปลงนั้น โดยบทกลอนและบทหนังตะลุงเรื่องสั้นได้ให้ความรู้แก่ประชาชน เช่น ความรู้เกี่ยวกับการปกครองระบอบประชาธิปไตย โรคเอดส์ การป้องกันกำจัดโรคปากและเท้าเปื่อย การประกันสังคม เป็นต้น

3) การโน้มน้าวใจ โดยบทกลอนหนังตะลุงและบทหนังตะลุงเรื่องสั้นได้นำเสนอข้อมูลข่าวสารเพื่อโน้มน้าวใจให้ประชาชนปฏิบัติตามในสิ่งที่ถูกต้องโดยใช้กล ยุทธ์การโน้มน้าวใจ ดังต่อไปนี้

3.1) การนำเสนอข้อมูลด้านบวก โดยบทกลอนหนังตะลุง และบทหนังตะลุงเรื่องสั้นได้นำเสนอข้อมูลด้านดี และผลประโยชน์ที่ประชาชนจะได้รับจาก โครงการ เช่น ประโยชน์ของการประกันสังคม ซึ่งผู้ประกันตนจะได้รับผลตอบแทนกรณี ต่าง ๆ เช่น อุบัติเหตุ ถึงแก่กรรม คลอดบุตร ทูพพลภาพ หรือผลดีจากการไปตรวจ เลือดเพื่อตรวจสอบโรคทาลัสซีเมีย คือป้องกันการถ่ายทอดโรคทางพันธุกรรม เป็นต้น

3.2) การนำเสนอข้อมูลทางลบ โดยบทกลอนหนังตะลุงและ บทหนังตะลุงเรื่องสั้น ได้นำเสนอข้อมูลด้านไม่ดี ผลเสียที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติไม่ถูกต้อง

เช่น อันตรายจากโรคเอดส์ที่ส่งผลถึงชีวิต อันตรายจากยาเสพติดซึ่งอาจนำไปสู่โรคอื่น ๆ ได้ด้วย เช่น การติดโรคเอดส์ เป็นต้น

3.3) การโน้มน้าวใจโดยใช้เหตุผล โดยบทกลอนหนังสือและบทหนังสือเรื่องสั้น ได้นำเสนอข้อมูลที่มีข้ออ้างอิง มีเหตุผล มีหลักฐานยืนยัน เช่น อ้างถึง กรมปศุสัตว์ และสำนักงานปศุสัตว์เขต 9 ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ให้ความดูแลในเรื่องโรคระบาดสัตว์ สำนักงานประกันสังคมเป็นหน่วยงานของรัฐบาลที่ให้ความช่วยเหลือประชาชนในเรื่องการประกันสังคม เป็นต้น

3.4) การโน้มน้าวใจโดยใช้อารมณ์ โดยบทกลอนหนังสือและบทหนังสือเรื่องสั้นนำเสนอข้อมูลข่าวสารด้วยการนำอารมณ์ เช่น ความรัก ความกลัว มาใช้ในการโน้มน้าวใจ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

(1) การโน้มน้าวใจด้วยความรัก โดยการนำเสนอข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ด้วยการใช้อารมณ์รักที่มีต่อบุคคล สถาบันต่าง ๆ มาเป็นเครื่องโน้มน้าวใจให้เห็นคล้ายตาม เช่น ความรักต่อครอบครัว ต้องหลีกเลี่ยงการสำส่อนทางเพศ ความรักชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ ต้องรักษาเอกราชของไทย ความรักในศักดิ์ศรีของตนเองต้องไม่ขายสิทธิ์ขายเสียงของตน เป็นต้น

(2) การโน้มน้าวใจด้วยความกลัว โดยการนำเสนอสิ่งไม่ดี ผลเสียหรืออันตรายจากการประพฤติปฏิบัติไม่ถูกต้อง ตัวอย่างเช่น ความน่ากลัวจากเชื้อเอดส์หรือพิษภัยของยาเสพติด เป็นต้น

4) การให้ความบันเทิง การใช้บทกลอนหนังสือเป็นสื่อเพื่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์นั้น เป็นการให้ความบันเทิงเป็นกลยุทธ์นำโดยการสอดแทรกเนื้อหาสาระต่าง ๆ ลงในหนังสือ เพื่อทำให้ผู้ฟังได้รับทราบข้อมูลข่าวสาร และความรู้ต่าง ๆ ที่แฝงมาในรูปแบบของความบันเทิง ซึ่งเป็นการนำเสนอสารทางอ้อม ผู้ฟังไม่รู้สึกรู้สึกถูกสอนหรือขัดเยียด

บทกลอนส่วนใหญ่มีเนื้อหาสาระเพื่อให้เกิดการศึกษาและโน้มน้าวใจ รองลงมาคือ เพื่อแจ้งข่าวสารโดยใช้ความบันเทิงเป็นกลยุทธ์หลักของการสื่อสาร

#### 4. วิธีการนำเสนอของบทหนังตะลุง

เป็นการศึกษากลยุทธ์การโน้มน้าวใจในสารที่สามารถทำให้ผู้ฟังเกิดความสนใจ มีความเห็นคล้อยตาม และยอมรับปฏิบัติ จากการศึกษาพบว่า บทหนังตะลุงมีรูปแบบการนำเสนอ ดังต่อไปนี้คือ

1) การใช้ความตลกขบขัน เป็นการนำเสนอโดยใช้ถ้อยคำตลกขบขัน หรือใช้ตัวตลกเป็นตัวนำเสนอเนื้อหาสาระต่าง ๆ เช่นความรู้เกี่ยวกับยาเสพติด เป็นต้น

2) การใช้ความเป็นพวกเดียวกัน เป็นการนำเสนอที่แสดงถึงความคุ้นเคย ความใกล้ชิด ความเป็นกันเอง โดยใช้ภาษาง่าย ๆ หรือภาษาที่แสดงถึงความเป็นพี่น้อง เช่น การกล่าวอ้างชื่อนายหนังนครินทร์ ชาทอง นายหนังผวน สำนวนทอง ซึ่งเป็นนายหนังมีชื่อเสียงรู้จักกันทั่วไปในภาคใต้ การใช้คำง่าย ๆ ที่เป็นภาษาท้องถิ่น เช่น “วังซีกรา” ซึ่งหมายถึงแฉ่งน้ำเสีย เป็นต้น

3) การใช้ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร เป็นการนำเสนอโดยการอ้างถึงหน่วยงาน หรือบุคคล เพื่อให้ผู้ฟังเกิดความเชื่อถือและศรัทธา เช่น อ้างถึงพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว ที่ทรงพระราชทานอำนาจอธิปไตยแก่ปวงชนชาวไทย หรืออ้างถึงกรมปศุสัตว์ ผู้รับผิดชอบโครงการเพิ่มประสิทธิภาพป้องกันและกำจัดโรคปากและเท้าเปื่อย

4) การตั้งคำถาม เป็นการนำเสนอที่มักใช้เมื่อมีประเด็นที่จะสอดแทรก โดยเฉพาะในหนังตะลุงเรื่อง โดยใช้ตัวละครตัวหนึ่งตั้งคำถามและให้ตัวละครอีกตัวหนึ่งตอบ ซึ่งคำตอบนั้นคือเนื้อหาสำคัญที่ต้องการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เป็นต้น เช่น ให้ “ระหม้อ” ถาม “ขวัญเมือง” เรื่องอาสาสมัครป้องกันโรคสัตว์

5) การบรรยาย เป็นการนำเสนอโดยอธิบายรายละเอียดของเนื้อหาแต่ละประเด็น เพื่อให้ผู้ฟังรับทราบโดยตรง เช่น การอธิบายลักษณะของผู้ป่วยโรคทาลัสซีเมีย และอธิบายถึงหลักการประกันสังคม เป็นต้น

6) การเล่าเรื่อง เป็นการนำเสนอโดยสอดแทรกเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ลงไปในเหตุการณ์และเรื่องราว โดยผ่านตัวละครในหนังตะลุง เป็นต้น

## ข้อจำกัดในการศึกษา

1. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาหน่วยงานภาครัฐในภาคใต้ ที่ใช้หนังสือหนังตะลุงเป็นสื่อเพื่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เท่านั้น ซึ่งไม่รวมถึงหน่วยงานที่ใช้หนังสือหนังตะลุงเพื่อการพัฒนาในรูปแบบอื่น เช่น การแสดงตามงานเทศกาล การแสดงเพื่อการรณรงค์ตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น การแสดงทางโทรทัศน์ การแสดงในการจัดนิทรรศการ การแสดงในโรงเรียน หรือฝึกอบรม เป็นต้น

2. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาในบางหน่วยงานของกระทรวงหลักที่มีบทบาทเกี่ยวข้องกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตประชาชนเท่านั้น แต่ยังมีหน่วยงานหลายกระทรวงที่ไม่ได้ทำการศึกษา เช่น กระทรวงกลาโหม กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

## อภิปรายผล

จากข้อมูลที่ได้รับตามแบบสอบถามที่ตอบกลับเรื่องการใช้สื่อหนังตะลุงเพื่อการพัฒนาของหน่วยงานภาครัฐในภาคใต้ รวมทั้งจากการสัมภาษณ์เจาะลึกเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์หน่วยงานของรัฐจำนวน 14 ราย และจากการสัมภาษณ์เจาะลึกนายหนังตะลุงที่เข้าร่วมโครงการกับภาครัฐจำนวน 21 ราย อาจอภิปรายผลจากการศึกษาวิเคราะห์ได้ ดังนี้

(ก) ประเภทของหน่วยงานภาครัฐในภาคใต้และแนวทางการดำเนินงานในการใช้สื่อหนังตะลุงเพื่อการพัฒนา

1. ประเภทของหน่วยงานภาครัฐในภาคใต้ที่ใช้สื่อหนังตะลุงเพื่อการพัฒนา

จากข้อมูลซึ่งเป็นแบบสอบถามตอบกลับจากหน่วยงานภาครัฐในภาคใต้จำนวน 218 ฉบับ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 72.20 ของแบบสอบถามทั้งหมด พบว่ามีหน่วยงานภาครัฐในภาคใต้จำนวน 32 หน่วยงานที่ใช้สื่อหนังตะลุง ซึ่งในจำนวนนี้มีทั้งการนำหนังตะลุงมาใช้ในการแสดงสด การแสดงทางโทรทัศน์ ทางหอกระจายข่าว ทางวิทยุกระจายเสียงทางการฝึกอบรมของหน่วยงาน เป็นต้น

จากแบบสอบถามดังกล่าวนำไปสู่การสัมภาษณ์เจาะลึกเจ้าหน้าที่หน่วยงานของภาครัฐจำนวน 14 คน จาก 14 หน่วยงาน พบว่ามีหน่วยงานที่ผลิตหนังสือหนึ่งเล่มในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารอยู่เพียง 8 หน่วยงาน ส่วนใหญ่เป็นหน่วยงานที่มีภารกิจเกี่ยวข้องกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน ได้แก่ หน่วยงานที่สังกัดกระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม และสำนักนายกรัฐมนตรี ซึ่งจะเห็นได้ว่าหน่วยงานเหล่านี้ได้ใช้หนังสือซึ่งเป็นสื่อที่มีอยู่ในสังคมอยู่แล้วนำมาผนวกกับสื่อเทคโนโลยีอันได้แก่วิทยุกระจายเสียงและหอกระจายข่าว และนำมาใช้ในการพัฒนาซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดในเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนาซึ่ง Lemer (1958: 56) กล่าวว่าการพัฒนาเศรษฐกิจ การเมืองและสังคม ไม่สามารถดำเนินไปได้ถ้าไม่ได้รับการสนับสนุนอย่างเพียงพอจากเครือข่ายของการสื่อสารด้วยเหตุนี้ ถ้าหากมีการนำการสื่อสารมาใช้อย่างถูกต้องและเพียงพอแล้ว จะสามารถช่วยส่งเสริมการพัฒนาประเทศได้อย่างมาก อาจกล่าวได้ว่า การสื่อสารเป็นทั้งดัชนีของการพัฒนาและเครื่องมือหรือวิธีการของการพัฒนาสังคม นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงในรูปแบบของการสื่อสาร จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างของสังคมด้วย และการเปลี่ยนแปลงจะเกิดขึ้นรวดเร็วเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับ “สื่อ” ที่ใช้ในการสื่อสารอยู่ก่อนแล้ว ในสังคม มีผลกระทบต่อสื่อที่มีมาใหม่อื่น ๆ อย่างไรด้วย

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากจำนวนหน่วยงานที่ผลิตหนังสือหนึ่งเล่มเพื่อการประชาสัมพันธ์ พบว่ายังมีจำนวนน้อยมาก หลายหน่วยงานให้ความสำคัญกับการแสดงสด หรือการแสดงทางสถานีโทรทัศน์ ซึ่งอาจให้บรรณาธิการผู้ชมมากกว่าหนังสือหนึ่งเล่ม

## 2. แนวทางการดำเนินงานในการใช้หนังสือหนึ่งเล่มเพื่อการพัฒนาของหน่วยงานภาครัฐในภาคใต้

### 2.1 นโยบายด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน

จากการศึกษาพบว่า หน่วยงานต่าง ๆ มีนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ ดังนี้

- 1) ให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสารและรับทราบกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกันหน่วยงาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ กาญจนา แก้วเทพ (2539: 184) ที่ว่า บทบาทหน้าที่ของสื่อเพื่อพัฒนานั้น น่าจะต้องมีส่วนช่วยในการ



พัฒนา ขกระดับการศึกษา การรับรู้ของประชาชน ช่วยให้ประชาชนรู้เท่าทันสภาพความ  
จริงในโลกที่เปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวไป มีส่วนผลักดันให้ประชาชนมีความคิดและมีความ  
สามารถในการตัดสินใจประกอบกิจกรรม ผดุงรักษาหรือยกระดับศีลธรรมของประชาชน  
โดยที่สื่อเหล่านั้นจะต้องสร้างเครื่องมือในการสร้างความสำนึกแห่งการเคารพศักดิ์ศรีและคุณค่า  
ของตัวเองและผู้อื่น แสวงหาเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของตน เพื่อให้ปลอดภัยจากการ  
ครอบงำจากภายนอก เป็นต้น

2) ให้มีการใช้สื่อหลายประเภท เช่น สื่อมวลชน สื่อบุคคล  
สื่อเฉพาะกิจ รวมทั้งสื่อพื้นบ้านหนังตะลุง เพื่อให้การประชาสัมพันธ์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย  
ได้มากที่สุด

ทั้งนี้เพราะสื่อแต่ละชนิดต่างมีศักยภาพที่แตกต่างกัน สื่อบุคคล  
มีอิทธิพลต่อการชักจูง ในขณะที่สื่อมวลชนสามารถเผยแพร่ข่าวสารไปสู่ประชาชนได้อย่าง  
กว้างขวางรวดเร็ว ส่วนสื่อเฉพาะกิจก็มีเนื้อหาเหมาะสมกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้น  
การนำสื่อทั้ง 3 ประเภทมาใช้ร่วมกัน จึงสามารถส่งเสริมและสนับสนุนกันและกันได้เป็น  
อย่างดี วิธีการใช้สื่อทั้งสามประเภทผสมกันนี้เรียกว่า การใช้ media forums เพื่อให้ผล  
ในการรณรงค์สูง ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ Shramn (1972: 30 - 34) ได้  
เสนอแนวคิดว่า การรวมสื่อบุคคล และสื่อสารมวลชนเข้าด้วยกันจะได้ผลในการรณรงค์สูง  
ส่วนการใช้สื่อพื้นบ้านหรือสื่อประเพณี เช่นสื่อหนังตะลุงนับว่าเป็นสื่อที่เหมาะสมกับ  
สภาพแวดล้อม ตลอดจนสอดคล้องกับค่านิยมและความเข้าใจของผู้รับบางกลุ่มโดยเฉพาะ  
โดยมีบทบาทต่อการถ่ายทอดข่าวสารในสังคมกลุ่มที่อยู่ห่างไกลและมีวัฒนธรรมเฉพาะ  
สื่อพื้นบ้านโดยทั่วไปสามารถจะให้ความยืดหยุ่นได้สูงและประหยัดค่าใช้จ่ายมาก  
(มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, สื่อสารเพื่อการพัฒนา หน่วยที่ 1)

ดังนั้น การผสมเอาข้อดีของสื่อเทคโนโลยี เช่นวิทยุกระจาย  
เสียงเข้ากับสื่อพื้นบ้าน โดยจัดทำในรูปแบบของเทปหนังตะลุงนี้ จึงนับว่าสื่อต่างช่วยเสริม  
ศักยภาพของกันและกัน ทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ครอบคลุมยิ่งขึ้น สอดคล้อง  
กับที่ สุธิวงศ์ พงศ์ไพบูลย์ (2521: 179) กล่าวไว้ว่า ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ทำให้  
หนังตะลุงสามารถแสดงได้เป็นเวลานาน โดยไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพมากนัก นอกจากนี้  
ยังมีการเผยแพร่การแสดงโดยตรง เช่น การบันทึกเสียงรายการวิทยุหรือการบันทึกภาพ  
ออกรายการโทรทัศน์

นอกจากนั้น ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ ปาริชาติ ยุทธะพาทีกุล (2537: 8) ที่ว่า ปัจจุบัน ถือว่าหนังตะลุงเป็นการละเล่นพื้นเมืองที่ได้รับความนิยมสูงสุดในภาคใต้ และเหมาะที่จะใช้เป็นตัวสื่อในการพัฒนาคุณภาพประชากรในท้องถิ่น หากรัฐบาลจะนำหนังตะลุงมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมมากกว่านี้ย่อมทำได้ง่าย และได้ผลอย่างแน่นอน ปัจจุบันรูปแบบการแสดงของหนังตะลุงเปลี่ยนแปลงไปมาก กล่าวคือมีรายการวิทยุที่ถ่ายทอดการแสดงหนังตะลุง และสถานีโทรทัศน์บางสถานีก็จัดให้มีรายการแสดงหนังตะลุงเป็นประจำทุกสัปดาห์ รายการที่จัดขึ้นเหล่านี้ ได้รับความนิยมจากประชาชนเป็นจำนวนมาก และรายการหนังตะลุงที่สื่อผ่านวิทยุ หรือโทรทัศน์ ก็ได้รับความนิยมจากประชาชนแตกต่างกันไปตามคณะหนังตะลุง

3) การกำหนดเป็นนโยบายหลัก ในการใช้สื่อหนังตะลุงเพื่อการพัฒนาโดยหน่วยงานส่วนกลางกำหนดให้ใช้สื่อพื้นบ้านของแต่ละภาค ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ซึ่งภาคใต้ใช้ หนังตะลุง มโนห์รา เพลงบอก และติเกฮูลู

4) การกำหนดเป็นนโยบายทั่วไป ในการใช้สื่อหนังตะลุงเพื่อการพัฒนา โดยหน่วยงานส่วนกลางกำหนดนโยบายไว้กว้าง ๆ ไม่เฉพาะเจาะจงให้หน่วยงานส่วนภูมิภาคตัดสินใจเลือกใช้สื่อเอง

จากการศึกษาพบว่า หน่วยงานส่วนใหญ่ได้กำหนดนโยบายทั่วไป และให้อำนาจการตัดสินใจแก่หน่วยงานในส่วนภูมิภาค ซึ่งเลือกใช้สื่อหนังตะลุงเพื่อการพัฒนา โดยใช้ในหลายรูปแบบ เช่น การแสดงสดตามเทศกาล การจัดนิทรรศการ การใช้เป็นเครื่องมือของเจ้าหน้าที่พัฒนาในโอกาสไปปฏิบัติงานในพื้นที่ เป็นต้น

เหตุผลที่หน่วยงานส่วนใหญ่เลือกใช้สื่อหนังตะลุง เพราะหนังตะลุงสามารถเข้าถึงประชาชนในพื้นที่ได้ดี เพราะเป็นศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีความใกล้ชิดกับชาวบ้านภาคใต้เป็นเวลานาน ใช้ภาษาเดียวกับชาวบ้าน มีเนื้อหาที่ชาวบ้านสามารถฟังเข้าใจได้ง่าย และเป็นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่นด้วย ซึ่งสอดคล้องกับที่ ประมะ สตะเวทิน (2530) ได้กล่าวถึงเงื่อนไขที่กำหนดประสิทธิผลของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาส่วนหนึ่งไว้ว่า จะต้องเข้ากันได้กับวัฒนธรรมของประชาชน วัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความเชื่อ และพฤติกรรมของคน จึงต้องเข้าใจถึงและทำให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมของประชาชน

## 2.2 ขั้นตอนการดำเนินงาน

เมื่อหน่วยงานตัดสินใจเลือกใช้เทปหนังตะลุงเป็นสื่อเพื่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แล้ว มีรายละเอียดขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

### 1) ขั้นตอนการเตรียมการ

#### 1.1) ประเมินสถานการณ์ทั่วไป

หน่วยงานทั้งหมดใช้วิธีนี้โดยประเมินสถานการณ์ทั่วไปจากสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง เช่น ประเมินจากจดหมาย โทรศัพท์ ของผู้ชม ผู้ฟัง รายการหนังตะลุงทั้งทางโทรทัศน์ และวิทยุกระจายเสียง สอบถามผู้ที่เกี่ยวข้อง สังเกตจากการแสดงหนังตะลุงตามงานเทศกาลต่าง ๆ การพิจารณายาหน้าที่เป็นที่นิยมชื่นชอบของประชาชน เป็นต้น ทั้งนี้เพราะการประเมินโดยวิธีนี้ไม่ต้องอาศัยงบประมาณ บุคลากร และหลักวิชาการมากนัก

การประเมินสภาพการณ์ทั่วไปจึงนับเป็นการประเมินความต้องการของผู้ชม ผู้ฟัง ซึ่งก็คือผู้รับสารนั่นเอง สอดคล้องแนวคิดของ ปรมะ สตะเวทิน (2530) ที่กล่าวว่า การสื่อสารเพื่อการพัฒนาก็ต้องอาศัยหลักการของการสื่อสาร เพราะประชาชนแต่ละกลุ่มย่อมมีความแตกต่างกันทั้งในเรื่องความต้องการ ปัญหา สภาพเศรษฐกิจ และสังคม ฯลฯ

#### 1.2) การกำหนดกลุ่มเป้าหมายของการสื่อสาร

กลุ่มเป้าหมายการสื่อสารของเกือบทุกหน่วยงานที่ใช้เทปหนังตะลุงเป็นสื่อเพื่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์นั้น ได้แก่ ประชาชนทั่วไป โดยมีกลุ่มเป้าหมายหลักคือประชาชนทั่วไปที่อาศัยอยู่ในเขตชนบทที่มีอายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไป ซึ่งยังนิยมฟังเทปหนังตะลุง แต่ทั้งนี้บางหน่วยงานได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายตามลักษณะโครงการคือ

- โครงการหนังตะลุงประกันสังคม กลุ่มเป้าหมายหลักคือ ผู้ประกอบการ และผู้ประกันตน ส่วนกลุ่มเป้าหมายรองคือประชาชนทั่วไป

เหตุที่หน่วยงานต่าง ๆ ส่วนใหญ่กำหนดกลุ่มเป้าหมายของการสื่อสารโดยใช้เทปเสียงหนึ่งตะลุงเป็นกลุ่มประชาชนส่วนใหญ่ นั้น เนื่องจากพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนึ่งตะลุงของประชาชนนั้นขึ้นกับตัวแปรด้านอายุเป็นสำคัญ ดังที่ สุพจน์ อินมณเฑียร นักวิชาการสุศึกษา สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดพัทลุง (สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2541) กล่าวว่า “ทุกโครงการที่ สสจ. (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดพัทลุง) ใช้สื่อหนึ่งตะลุงจะคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นประชาชนทั่วไป แม้แต่โครงการโรคเอดส์ก็ไม่ได้คิดจะใช้สื่อหนึ่งตะลุงสื่อให้ถึงกลุ่มเสี่ยง แต่สำหรับกลุ่มเสี่ยง เช่น โสเภณี เราจะใช้สื่ออื่น เพราะสื่อหนึ่งตะลุง คนดู คนฟัง มักอยู่ในกลุ่มที่สูงอายุกว่านั้น...”

### 1.3) การกำหนดวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

ทุกหน่วยงานได้กำหนดวัตถุประสงค์ของการใช้เทปหนึ่งตะลุงเพื่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์คือ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เป็นนโยบายของรัฐบาลหรือหน่วยงานให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด และมีประสิทธิภาพที่สุด โดยใช้สื่อหนึ่งตะลุงเสริมกับสื่ออื่น ๆ

การกำหนดวัตถุประสงค์ของการสื่อสารของหน่วยงานดังกล่าวสอดคล้องกับบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารโดยทั่วไป ดังที่คณะกรรมการแมคไบรด์ (อ้างใน จิตตนา หนูณะ, 2533: 21) ซึ่งกำหนดบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารไว้หลายประการ เช่น การให้ข้อมูลข่าวสาร การให้การศึกษ การส่งเสริมวัฒนธรรม และความบันเทิง เป็นต้น

### 1.4) การกำหนดเนื้อหาเพื่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

พบว่าทุกหน่วยงานเป็นผู้กำหนดเนื้อหาที่จะทำการประชาสัมพันธ์ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นนโยบายของรัฐบาลหรือหน่วยงาน โดยมอบหมายให้นายหนึ่งตะลุงเป็นผู้รับผิดชอบในเรื่องบทหนึ่งตะลุงเอง และส่วนใหญ่นายหนึ่งจะทำความเข้าใจในเนื้อหาและเล่นสด โดยมีได้มีการเขียนบทล่วงหน้า

การกำหนดเนื้อหาเพื่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์นั้นก็คือ การกำหนดสาร ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งในกระบวนการสื่อสาร ดังที่ ประมะ สตะเวทิน (2538: 30) ให้คำจำกัดความของการสื่อสารไว้ว่า หมายถึง กระบวนการถ่ายทอด

“สาร” จากบุคคลหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า “ผู้ส่งสาร” ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า “ผู้รับสาร” โดยผ่าน “สื่อ”

แม้ว่าหน่วยงานจะเป็นผู้กำหนดเนื้อหาในสารเอง แต่ในกระบวนการถ่ายทอดสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย ต้องมีผู้ส่งสาร ซึ่งในที่นี้คือนายหนึ่ง ตะลุงที่เป็นผู้ถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารความรู้ต่าง ๆ ที่หน่วยงานต้องการไปสู่ประชาชน การที่นายหนึ่งตะลุงไม่เขียนบทหนึ่งตะลุง จึงอาจทำให้ข้อมูลข่าวสารที่ทางราชการต้องการสื่อถึงกลุ่มเป้าหมายต้องขาดหายไปบ้าง เพราะขึ้นอยู่กับทางเลือกใช้ข้อมูลของนายหนึ่งตะลุงเองว่าสามารถหยิบยกประเด็นเหล่านั้นมาประชาสัมพันธ์ได้ถูกต้อง และครอบคลุมเนื้อหาที่หน่วยงานต้องการหรือไม่ เพราะในการแสดงหนึ่งตะลุงแต่ละครั้ง นายหนึ่งมีภารกิจมากมายเพราะเป็นผู้มีบทบาทหลักทั้งหมดคือ แสดงและพากษ์เสียงตัวละครซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมากเพียงผู้เดียว ในการชักกลอนหนึ่งตะลุงก็เช่นกัน หากไม่ได้มีการจดจำหรือเขียนมาล่วงหน้า นายหนึ่งจะต้องใช้ปฏิภาณและสมาธิในการแต่งบทกลอนนั้นสด ๆ ให้มีเนื้อหาสอดแทรกข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ให้ถูกต้องตามฉันทลักษณ์ของบทกลอนซึ่งจะทำให้เกิดความไพเราะน่าฟังยิ่งขึ้น จึงนับเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่นายหนึ่งตะลุงที่เข้าร่วมโครงการต่าง ๆ กับภาครัฐ จะต้องมีการเขียนบทหนึ่งตะลุงเพื่อให้ได้เนื้อหาที่ครอบคลุมดังที่หน่วยงานภาครัฐต้องการ สอดคล้องกับที่นายหนึ่งนครินทร์ ชาทอง (สัมภาษณ์, 18 มีนาคม 2541) กล่าวว่า การเขียนบทแสดงถึงภูมิความรู้ของนายหนึ่ง เพราะผู้รับมีการศึกษาและรู้มากขึ้น สมัยก่อนไม่ค่อยมีตัวเลือก หนึ่งตะลุงจะพูดอย่างไรก็ได้... บทกลอนที่จะต้องใช้ในหนึ่งตะลุง ช่วงของการสอดแทรก เช่น โรดเอตส์ ต้องเขียน มิฉะนั้นสัมผัสจะไม่ลงหรือลงแบบขอไปที เช่น เอตส์...เปรต...”

ดังนั้น การที่บางหน่วยงานซึ่งมีการดำเนินงานแตกต่างกันไปบ้าง โดยหน่วยงานภาครัฐกำหนดเนื้อหาประชาสัมพันธ์ให้แล้วนำนายหนึ่งมาระดมสมอง ช่วยกันเขียนบทหนึ่งตะลุง โดยเลือกใช้เนื้อหาที่ภาครัฐกำหนดให้ โดยมีวิทยากรจากภาครัฐร่วมดำเนินการด้วย หรือวิธีการที่หน่วยงานภาครัฐกำหนดเนื้อหาประชาสัมพันธ์ให้แล้วให้นายหนึ่งเขียนบทส่งกลับมาให้หน่วยงานพิจารณาเห็นชอบก่อน จึงน่าจะเป็นวิธีที่ทำให้ได้เนื้อหาสาระที่เหมาะสมต่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์งานของภาครัฐ ในขณะเดียวกันกับการได้อรรถรสจากศิลปะหนึ่งตะลุงด้วย

### 1.5) การพิจารณานายหนังเข้าร่วมดำเนินการ

เกือบทุกหน่วยงานได้กำหนดคุณสมบัติของนายหนังไว้คือ เป็นผู้ที่มีชื่อเสียงมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เป็นที่ยอมรับของสังคม และยังได้รับความนิยมนิยมจากประชาชน หรือนายหนังที่ชนะการประกวด ศิลปินแห่งชาติ ผู้มีผลงานดีเด่นทางด้านศิลปะการแสดง (หนังตะลุง) นายหนังที่มีชื่อเสียงของจังหวัดเป็นต้น ซึ่งมีผลทำให้การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพราะผู้ฟังให้ความนิยมนับถือและน่าที่จะเป็นที่พึงพอใจของผู้ฟัง

จะเห็นได้ว่าหน่วยงานได้ยึดถือแนวความคิดเรื่องความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร คือนายหนังตะลุงที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมนิยมจากประชาชน ซึ่งสอดคล้องกับแนวการวิจัย ของ Berlo และคณะ (1966) ที่พบว่าปัจจัยที่เป็นคุณสมบัติของผู้ส่งสาร (Qualification factor) ส่วนใหญ่จะเน้นที่ความรู้ ความชำนาญ และประสบการณ์ของผู้ส่งสาร

### 1.6) การประสานงานขอความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น

หน่วยงานส่วนใหญ่จะมีการประสานงานขอความร่วมมือจากหน่วยงานอื่นในกรณีที่เป็นเรื่องของขั้นตอนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เท่านั้น โดยจะขอความร่วมมือจากหอกระจายข่าว และวิทยุกระจายเสียง ซึ่งถือเป็นช่องทางหลักในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ในเทปหนังตะลุง

มีเพียง 2 หน่วยงานเท่านั้นที่ขอความร่วมมือหน่วยงานอื่นในทั้งขั้นตอนการผลิต และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ คือ สำนักงานป้องกันและปราบปรามยาเสพติดภาคใต้ โดยให้การอุดหนุนงบประมาณการผลิตและมอบหมายด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้แก่ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดพัทลุง และศูนย์การศึกษานอกโรงเรียน จังหวัดพัทลุง ศูนย์สารนิเทศ กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม อุดหนุนงบประมาณการผลิตและมอบหมายด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้แก่สำนักประชาสัมพันธ์เขต 5 ซึ่งอาจพิจารณาเหตุผลในการขอความร่วมมือจากหน่วยงานอื่นได้ 2 ประเด็นคือ

- (1) หน่วยงานนั้น ๆ มีความรู้ความชำนาญในเรื่องที่  
ต้องการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์
- (2) หน่วยงานนั้น ๆ มีช่องทางการสื่อสารที่สามารถ  
จะนำเทปเสียงหนึ่งตะลุงไปเผยแพร่ประชา  
สัมพันธ์ได้อย่างกว้างขวาง เช่น วิทยุกระจาย  
เสียงและหอกระจายข่าว

ซึ่งการดำเนินงานในลักษณะดังกล่าวช่วยให้เนื้อหา  
สารมีความเหมาะสมต่อกลุ่มเป้าหมายและสามารถแพร่กระจายเข้าไปครอบคลุมถึงพื้นที่  
กลุ่มเป้าหมายอาศัยอยู่อย่างทั่วถึงด้วย สอดคล้องกับเงื่อนไขที่กำหนดประสิทธิภาพของการ  
สื่อสารเพื่อการพัฒนา ซึ่ง ประมะ สตะเวทิน (2536) กล่าวไว้ว่า การทำการสื่อสาร  
บ่อย ๆ และใช้ผู้ส่งสารที่มีความน่าเชื่อถือและอยู่ในความสนใจของผู้รับสาร ผู้ส่งสารจะ  
ต้องสามารถทำให้สารของตนเด่นกว่าสารอื่น ๆ ซึ่งแข่งขันกับการสื่อสารของผู้อื่น วิธีการ  
อันหนึ่งในการทำให้การสื่อสารของตนเด่นกว่าการสื่อสารอื่น ๆ คือ ผู้ส่งสารที่น่าเชื่อถือ  
และอยู่ในความสนใจของประชาชน เช่น ผู้นำประเทศ ผู้นำท้องถิ่น หมอ ฯลฯ

## 2) ขั้นตอนการผลิต

ในขั้นตอนการผลิตเทปหนึ่งตะลุงเพื่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์งานของภาครัฐนี้ พบว่ามีการดำเนินการอยู่ 2 รูปแบบด้วยกันคือ

รูปแบบที่ 1 หน่วยงานระดับจังหวัดเป็นผู้ผลิตและเผยแพร่  
ประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายในเขตพื้นที่รับผิดชอบต่อไป ได้แก่ สำนักงานศึกษา  
ธิการจังหวัดสงขลา และสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดพัทลุง

รูปแบบที่ 2 หน่วยงานระดับเขตเป็นผู้ผลิตแล้วจัดส่งเทป  
ไปยังหน่วยงานระดับจังหวัดในเขตรับผิดชอบเพื่อเผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมายต่อไป ได้แก่  
สำนักประชาสัมพันธ์เขต 5 สุราษฎร์ธานี สำนักประชาสัมพันธ์เขต 6 สงขลา ศูนย์ฝึก  
อบรมและพัฒนาการสาธารณสุขมูลฐานภาคใต้ นครศรีธรรมราช สำนักงานปศุสัตว์เขต 9  
สงขลา และศูนย์สารนิเทศ กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม โดยความร่วมมือกับ  
สำนักประชาสัมพันธ์เขต 5 สุราษฎร์ธานี

เมื่อพิจารณาการผลิตทั้ง 2 รูปแบบแล้ว พบว่าส่วนใหญ่จะใช้รูปแบบที่ 2 ซึ่งจะช่วยประหยัดงบประมาณ เวลา และบุคลากรที่ใช้ในทุกขั้นตอนได้ เพราะการดำเนินงานแต่ละครั้ง หน่วยงานว่าจ้างนายหนังมาแสดงเพียงครั้งเดียว สามารถผลิตเทปเสียงหนังตะลุงออกมาแจกจ่ายเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ครอบคลุมพื้นที่รับผิดชอบทั้งหมด บางกรณีพบว่าหน่วยงานเช่น สำนักประชาสัมพันธ์ทั้งเขต 5 และเขต 6 ใช้วิธีว่าจ้างนายหนังตะลุงมาแสดงสดโดยเปิดให้ประชาชนเข้าชม แล้วบันทึกเทปโทรทัศน์ เทปเสียงสำหรับวิทยุกระจายเสียงไปพร้อมกัน แล้วนำส่งเผยแพร่ทางสถานีโทรทัศน์ สถานีวิทยุ หอกระจายข่าว ในพื้นที่ความรับผิดชอบ ซึ่งช่วยประหยัดงบประมาณยิ่งขึ้น

### 3) ขั้นตอนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

ช่องทางหลักของการเผยแพร่เทปหนังตะลุงคือหอกระจายข่าวประจำหมู่บ้าน ส่วนช่องทางรอง ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง เสียงตามสาย หน่วยประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ การฝึกอบรม การจัดนิทรรศการ เป็นต้น

หากจะพิจารณาตามกลุ่มเป้าหมายที่แต่ละหน่วยงานตั้งไว้ ซึ่งส่วนใหญ่คือกลุ่มประชาชนทั่วไปที่มีอายุ 30 ปีขึ้นไป และอาศัยอยู่ในพื้นที่ชนบท ช่องทางเหล่านี้ก็นับว่าเหมาะสม เพราะปัจจุบันมีจำนวนหอกระจายข่าวอยู่มากมายทุกหมู่บ้าน ส่วนวิทยุกระจายเสียงนั้นบางครั้งชาวบ้านจะได้รับฟังผ่านหอกระจายข่าวบ้าง นอกจากนั้นวิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อเทคโนโลยีที่ราคาไม่แพงมาก ชาวบ้านมักจะมีไว้ในครอบครองอยู่แล้ว และสามารถพกพาไปเปิดฟังในขณะทำงานได้ รวมทั้งพื้นที่ที่สื่อวิทยุกระจายเสียงครอบคลุมไปถึงนั้นมีค่อนข้างมากกว่าสื่ออื่น ๆ อยู่แล้ว

ระยะเวลาในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์นั้นพบว่า หน่วยงานได้กำหนดระยะเวลาเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ไว้ โดยในช่วงของการณรงค์กำหนดให้เผยแพร่ซ้ำได้บ่อย ๆ แต่หลังจากนั้นก็สามารเผยแพร่ได้ตลอดโดยไม่ได้กำหนดระยะเวลาเอาไว้นอกจากเรื่องนี้อาจจะมีเงื่อนไขเวลากำหนดไว้ในบทหนังตะลุงเท่านั้น เช่นเรื่องวันเลือกตั้งซึ่งระบุวันไว้เป็นต้น

การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการต่าง ๆ ผ่านสื่อหนังตะลุงสอดคล้องกับบทบาทหน้าที่ของการสื่อสาร ดังที่คณะกรรมการแมคไบรด์ (อ้างในจิตตนาหนูณะ, 2533: 21) ได้กำหนดคือ หน้าที่ในการให้ข่าวสาร (Information) การสังคมประกิตหรือสังคมกรรม (Socialization) คือการได้มาซึ่งความรู้ความเข้าใจที่จะทำให้บุคคล



ดำเนินชีวิตอย่างมีประสิทธิภาพ *กระตุ้นเร้า (Motivation)* คือการส่งเสริมสนับสนุนให้ไปสู่เป้าหมายระยะสั้นและระยะยาวของสังคม และกระตุ้นให้คนเกิดความมานะพยายามและตัดสินใจเลือกแนวทางและพฤติกรรมที่จะนำไปสู่เป้าหมายที่ยินยอมพร้อมใจกันกำหนดไว้แล้ว *การถกเถียงอภิปราย (Debate and Discussion)* คือการแลกเปลี่ยนข้อเท็จจริงและข้อคิดเห็น ระหว่างฝ่ายต่าง ๆ ในสังคม เพื่อก่อให้เกิดความตกลงยินยอมที่มีผลดีต่อส่วนรวม รวมทั้งการแสวงหาพยานหลักฐานมากกระตุ้นให้สาธารณชนสนใจ และให้ความร่วมมือในกิจกรรมของส่วนรวม ไม่ว่าในระดับท้องถิ่น ระดับชาติ หรือระดับนานาชาติ *การให้การศึกษา (Education)* คือการสื่อสารที่เข้ามาถ่ายทอดวิชาความรู้ ทำให้เกิดพัฒนาสติปัญญา อุปลักษณ์ ทักษะและสมรรถภาพของบุคคล *การส่งเสริมวัฒนธรรม (Culture Promotion)* คือการเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมเพื่อธำรงรักษาไว้ซึ่งมรดกที่ตกทอดมาจากบรรพบุรุษ และการพัฒนาวัฒนธรรมโดยการส่งเสริมสติปัญญา และจินตนาการของปัจเจกชน รวมทั้งกระตุ้นความต้องการและความคิดสร้างสรรค์ในเชิงสุนทรียภาพ *การให้ความบันเทิง (Entertainment)* คือการถ่ายทอดแพร่กระจายผลงานทางการละครฟ้อนรำ วรรณกรรม ดนตรี การละเล่น และศิลปะต่าง ๆ *การบูรณาการ (Integration)* คือการให้บุคคล กลุ่ม และประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารที่มีความหลากหลาย จำเป็นต่อการเพิ่มพูนความรู้ และความเข้าใจซึ่งกันและกันในแง่ของการดำรงชีวิต ทักษะและความไม่ฝืนของผู้อื่นในสังคมด้วย

#### 4) ขั้นตอนการติดตามและประเมินผล

การติดตามประเมินผลของหน่วยงานเป็นเพียงการติดตามประเมินผลกระบวนการเท่านั้น เช่นจำนวนหมู่บ้านที่ได้รับสื่อ เป็นต้น แต่ในการประเมินผลด้านการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของผู้รับสาร ยังไม่ได้กระทำ ดังนั้นจึงเท่ากับว่าได้ติดตามผลของการสื่อสารซึ่ง Rogers (1971: 43) กล่าวไว้ว่า ผลของการสื่อสารจะก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลง 3 ประการคือ การเปลี่ยนแปลงความรู้ของผู้รับสาร (Knowledge) การเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้รับสาร (Attitude) และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับสาร (Practice) โดยการเปลี่ยนแปลงทั้ง 3 ประการ จะเกิดขึ้นในลักษณะต่อเนื่อง กล่าวคือ เมื่อผู้รับข่าวสารก็จะทำให้เกิดความรู้ เมื่อเกิดความรู้ขึ้นก็จะไปมีผลทำให้เกิดทัศนคติ และขั้นสุดท้าย คือ ก่อให้เกิดการกระทำ

อุปสรรคสำคัญในการประเมินผลคือเรื่องงบประมาณซึ่งมีจำกัด ปัญหาบุคลากรซึ่งไม่มีความรู้ด้านการประเมินผล และบุคลากรปฏิบัติงานไม่ตรงกับ

หน้าที่ หรือปฏิบัติงานหลายหน้าที่เกินขอบเขตหน้าที่ของตนเอง เนื่องจากมีจำนวนบุคลากรน้อย เป็นต้น

ดังนั้น เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารความรู้ของหน่วยงานภาครัฐ โดยใช้หนังสือเป็นสิ่งเพื่อการพัฒนาที่สัมฤทธิ์ผล ควรให้ความสำคัญกับขั้นตอนการประเมินผลมากขึ้น มีการสนับสนุนงบประมาณด้านการประเมินผล จัดฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ด้านการประเมินผล คัดเลือกบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถด้านการวางแผนงานโครงการประชาสัมพันธ์เข้ามาปฏิบัติหน้าที่ในโครงการพัฒนาเพื่อให้สื่อการประชาสัมพันธ์ที่เผยแพร่ออกไปนั้นมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากที่สุด

### 3. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน

1. ผู้บริหารบางหน่วยไม่เห็นความสำคัญของการใช้สื่อหนังสือเพื่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

ปัญหาที่ผู้บริหารบางหน่วยไม่เห็นความสำคัญของการใช้สื่อหนังสือเพื่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์นี้ เป็นปัญหาเฉพาะตัวที่เกิดจากสาเหตุหลายประการ เช่น การให้ความสำคัญกับสื่อเทคโนโลยีอื่น ๆ มากเกินไป การให้ความสำคัญกับข้อมูลข่าวสารที่มีลักษณะกว้าง โดยอาจมองข้ามลักษณะเฉพาะ วัฒนธรรมท้องถิ่น เนื้อหาของสารที่เป็นลักษณะท้องถิ่น และมีความใกล้ชิดกับประชาชนมากกว่า เป็นต้น

จากการสัมภาษณ์เจาะลึกพบว่า หากผู้บริหารมีภูมิสำเนาหรือมีพื้นเพเป็นชาวภาคใต้ ก็จะให้ความสำคัญกับการใช้สื่อหนังสือในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์งานต่าง ๆ ของหน่วยงานมากกว่าผู้บริหารที่มาจากพื้นเพและวัฒนธรรมที่แตกต่างออกไป

ดังนั้น แนวทางที่น่าจะช่วยให้เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐในภาคใต้ในการนำเสนอโครงการที่ใช้สื่อหนังสือเพื่อการพัฒนาให้ประสบผลสำเร็จ วิธีการหนึ่งคือ การอ้างอิงงานศึกษาวิจัยตามโครงการต่าง ๆ ที่ยืนยันถึงผลสำเร็จที่ได้รับจากการใช้สื่อหนังสือเพื่อการพัฒนา

2. การดำเนินงานไม่ต่อเนื่อง เพราะไม่มีการวางแผนระยะยาว เป็นการทำงานเฉพาะหน้าแต่ละปี บางครั้งขึ้นอยู่กับนโยบายของผู้บริหารแต่ละคน บางครั้ง

ขึ้นอยู่กับเจ้าหน้าที่รับผิดชอบซึ่งโยกย้ายสับเปลี่ยนหน่วยงานและไม่มีการประสานงานต่อ ทำให้การประชาสัมพันธ์ไม่ต่อเนื่อง

การดำเนินงานอย่างต่อเนื่องเป็นกระบวนการที่สำคัญในการสื่อสารดังที่ได้กล่าวแล้วว่า การเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของผู้รับสารเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่อง ดังนั้นการใช้สื่อหนังสือทั้งเล่มก็เช่นกัน นอกจากจะทำให้เกิดความต่อเนื่องในเป้าประสงค์ของหน่วยงานแล้ว ในเชิงส่งเสริมอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมก็หยุดชะงักไปเช่นกัน จากการสัมภาษณ์เจาะลึกนายหนังสือเล่มพบว่า ปัจจัยหนึ่งที่ทำให้หนังสือเล่มกลับมาฟื้นตัวขึ้นอย่างเห็นได้ชัดในช่วง 10 ปีหลังนี้คือการที่ภาครัฐได้ฟื้นฟูและนำหนังสือเล่มมาใช้เผยแพร่โครงการต่าง ๆ ออกทางสื่อทั้งวิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ และหอกระจายข่าว หลังจากที่หนังสือเล่มซบเซาลงไปอย่างมาก ต่อมาเมื่อภาครัฐโดยเฉพาะอย่างยิ่งสถานีวิทยุ - โทรทัศน์แห่งประเทศไทย ของกรมประชาสัมพันธ์ เริ่มตัดเวลาของรายการภาคท้องถิ่นออกไป ทำให้ผู้ชมหนังสือเล่มที่ไม่มีโอกาสได้ชมหนังสือเล่มยังสถานที่แสดงจริง พลาดโอกาสที่จะได้ชมหนังสือเล่ม ส่งผลถึงผู้ฟังทางสถานีวิทยุกระจายเสียง และหอกระจายข่าวด้วย เพราะเทปเสียงส่วนหนึ่งจัดทำสำเนาจากเทปโทรทัศน์

ดังนั้นหากหน่วยงานเห็นความสำคัญในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้ถึงกลุ่มเป้าหมายที่ยังนิยมชมชอบการชมหนังสือเล่มหรือฟังเทปหนังสือเล่ม รวมทั้งให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมที่ดั้งเดิมของชาวภาคใต้ไว้ ควรมีการกำหนดแผนการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องเป็นระยะยาว จัดเก็บเอกสารรวมทั้งสื่อที่ผลิตตามโครงการอย่างเป็นระบบ เพื่อให้การจัดทำแผนงานโครงการครั้งต่อ ๆ ไปมีความต่อเนื่องสามารถสานต่อไปได้ แม้จะมีการโยกย้ายสับเปลี่ยนเจ้าหน้าที่รับผิดชอบงานไปยังส่วนอื่น ๆ แล้วก็ตาม

3. การสนับสนุนงบประมาณ ส่วนใหญ่จะได้รับงบประมาณที่ไม่ค่อยเพียงพอแก่ผู้บริหารโครงการ จำเป็นต้องบริหารงบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัดนั้นให้ได้ ประสิทธิภาพสูงสุดเท่าที่จำทำได้ ดังนั้นอาจทำได้จำนวนเทปหนังสือเล่มไม่เพียงพอ หรือคุณภาพไม่ดีพอ

แนวทางหนึ่งที่เจ้าหน้าที่รับผิดชอบงานด้านเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานน่าจะใช้ในการดำเนินงานกรณีมีงบประมาณจำกัด คือการขอความร่วมมือจากนายหนังสือเล่ม โดยอาจตอบแทนในรูปแบบอื่น ๆ นอกเหนือจากค่าจ้าง เช่น ทำโลโก้หรือใบประกาศเกียรติคุณ มอบจอหนังสือเล่มซึ่งแสดงชื่อหน่วยงานภาครัฐเป็นผู้มอบให้ เป็นต้น ส่วนจำนวน

เทพที่ผลิตได้ไม่เพียงพอก็อาจมีระบบการจัดและประสานงานโดยหมุนเวียนกันใช้ในแต่ละช่องทางสื่อสาร แต่ทั้งนี้ต้องใช้เทพที่มีคุณภาพดีขึ้น รวมทั้งมีระบบการติดตามในชั้นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ด้วย

4. นายหนังตะลุงบางคนยังอาจไม่เข้าใจเนื้อหาทงวิชาการอย่างลึกซึ้งดีพอ ทำให้ไม่สามารถนำเนื้อหาที่เป็นประเด็นที่หน่วยงานต้องการนำเสนอไปถ่ายทอดให้ผู้ฟังรับทราบได้ครอบคลุมที่หน่วยงานต้องการทั้งหมด ทั้งนี้เพราะหน่วยงานส่วนใหญ่มิได้มีการตรวจสอบบทหนังตะลุงก่อน เนื่องจากนายหนังส่วนใหญ่มิได้เขียนบทโดยละเอียด มีเพียงเค้าโครงเรื่องย่อ ๆ เท่านั้น

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ พบว่า แม้จะมีการชี้แจงในเนื้อหาวิชาการก่อนทำการบันทึกเทปเสียงหนังตะลุงแล้วก็ตาม แต่เนื่องจากนายหนังตะลุงส่วนใหญ่มิได้มีการเขียนบทเช่นเดียวกับที่เคยเล่นตามสถานที่ทั่ว ๆ ไป คงมีแต่โครงเรื่องหยาบ ๆ เท่านั้น ดังนั้นหน่วยงานมีการตรวจสอบจากเทปบันทึกภาพหรือเสียง ซึ่งส่วนใหญ่จะเน้นการตรวจสอบที่การใช้ถ้อยคำ เช่นไม่ให้มีการใช้ถ้อยคำหยาบคาย พูดเสียดสีบุคคลหรือสถาบันเป็นต้น

จากการสัมภาษณ์นายหนังตะลุงที่เข้าร่วมโครงการพบว่า ส่วนใหญ่จะไม่เขียนบทหนังตะลุง แต่จะวางโครงเรื่องไว้หยาบ ๆ และกำหนดประเด็นเอาไว้ในใจว่าจะสอดแทรกประเด็นใด ตรงบทใด จะเดินเรื่องอย่างไร ส่วนบทพูดซึ่งเป็นรายละเอียดจะคิดและพากษ์ไปสด ๆ ส่วนบทกลอนมีบางรายเขียนมาล่วงหน้า บางรายก็ใช้ต้นไปสด ๆ อย่างที่ภาษาหนังตะลุงเรียกว่า “มุดโต”

ดังนั้น แนวทางหนึ่งที่น่าจะให้ผลดีในการแก้ปัญหาในเรื่องเนื้อหาที่ไม่ครอบคลุมนี้ก็คือ เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบโครงการนั้น ๆ อาจต้องร่วมเขียนบทหนังตะลุงกับนายหนัง โดยผสมผสานแนวคิดของหน่วยงานกับนายหนังในสัดส่วนที่เหมาะสม เพื่อให้ได้เนื้อหาที่ถูกต้องครอบคลุม ในขณะที่เดียวกันไม่ให้เสียอรรถรสในเชิงศิลปะของหนังตะลุงด้วย หรือจัดการให้ความรู้กับนายหนังเพื่อให้นายหนังมีความรู้ในเรื่องที่ต้องการเผยแพร่อย่างพอเพียง

#### 4. แนวโน้มการใช้สื่อหนังสือเพื่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ใน

อนาคต

แม้เจ้าหน้าที่หน่วยงานของรัฐส่วนใหญ่จะมีความเห็นสอดคล้องกันว่า จะยังใช้สื่อหนังสือเพื่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่อไป โดยเห็นว่าสื่อหนังสือยังคงเข้าถึงประชาชนโดยเฉพาะอย่างยิ่งในชนบทห่างไกลได้ดี แต่จะไม่เน้นกลุ่มวัยรุ่น เพราะพบว่ากลุ่มวัยรุ่นไม่นิยมหนังสือมากนัก ดังนั้นจะต้องผลิตสื่ออื่น ๆ เสริมในส่วนที่สื่อหนังสือยังเข้าไม่ถึง

แต่ทั้งนี้ พบว่า มีนายหนังสือบางคนเท่านั้นที่สามารถปรับลีลาการเล่น ให้ถูกใจวัยรุ่นได้ด้วยการผูกเรื่อง การใช้ถ้อยคำ การปรับใช้เพลงและดนตรีที่เร้าใจขึ้น ทำให้ถูกใจกลุ่มผู้ชมที่เป็นวัยรุ่นอย่างมาก

ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐอาจมีการศึกษาลีลาการเล่นของนายหนังสือ ซึ่งเป็นคุณลักษณะสำคัญประการหนึ่งของผู้ส่งสาร การใช้ถ้อยคำ เพลง และดนตรี ซึ่งเป็นลักษณะสำคัญของการโน้มน้าวใจในสาร เพื่อนำมาปรับใช้หรือเพื่อเลือกใช้นายหนังสือผู้นั้นในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้ถึงกลุ่มวัยรุ่น ซึ่งพบว่าเป็นกลุ่มที่ยังไม่ค่อยนิยมชมหรือฟังเทปหนังสือด้วย

(ข) รูปแบบเทปหนังสือ ประเด็นการนำเสนอของสาร แนวทางการสื่อสาร และกลยุทธ์การโน้มน้าวใจ

##### 1. รูปแบบของเทปหนังสือ

เทปหนังสือทั้งหมดมีการนำเสนอ 2 รูปแบบคือ

1) กลอนหนังสือ เป็นรูปแบบกลอนหนังสือสั้น ๆ ความยาว 3 - 15 นาที มีเนื้อหาเพื่อการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารโดยตรง

2) หนังสือเรื่องสั้น ความยาว 30 นาที - 3 ชั่วโมง มีเนื้อหาสอดแทรกความรู้ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ

เมื่อพิจารณารูปแบบของเทปหนังตะลุงทั้ง 2 รูปแบบนี้แล้ว พบว่าแต่ละรูปแบบมีคุณลักษณะพิเศษและข้อดีข้อด้อยด้วยกัน กล่าวคือ กลอนหนังตะลุงมีจุดเด่นคือ มีการใช้ภาษาที่ปรุงแต่งแล้วมีความไพเราะและเกิดความประทับใจได้ง่าย และมีความกระชับ ในการนำเสนอ สำหรับหนังตะลุงเรื่องสั้นนั้นจะมีความยาวที่จะสามารถนำเสนอเรื่องราวที่มี เนื้อหาสาระได้มากกว่า นอกจากนี้ยังสามารถนำเสนอได้หลากหลายเนื้อหาและอารมณ์ โดยผ่านบทเจรจาหรือบทสนทนาต่าง ๆ อีกทั้งหนังตะลุงยังมีรูปแบบที่เข้าใจง่าย ซึ่งเป็น การถ่ายทอดวิถีชีวิตประจำวันของบุคคล ดังนั้นในการใช้สื่อหนังตะลุงเพื่อการพัฒนาควร ต้องคำนึงถึงความเหมาะสมระหว่างเนื้อหาสาร ช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสารด้วย

## 2. ประเภทเนื้อหาหนังตะลุง

จากการศึกษาพบว่า เทปหนังตะลุงที่ใช้เพื่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานทั้ง 9 ชุด มีประเด็นการนำเสนอ ดังนี้

- 1) การส่งเสริมการปกครองระบอบประชาธิปไตย
- 2) การประกันสังคม
- 3) การรณรงค์ป้องกันกำจัดโรคปากและเท้าเปื่อย
- 4) การสาธารณสุข ซึ่งแบ่งออกได้เป็น
  - 4.1) การควบคุมและป้องกันโรคเอดส์
  - 4.2) การสาธารณสุขมูลฐาน
  - 4.3) การควบคุมและป้องกันโรคเลือดจางทาลัสซีเมีย
  - 4.4) การควบคุมและป้องกันอุบัติเหตุ
  - 4.5) การรณรงค์ป้องกันปัญหายาเสพติด

## 3. แนวการสื่อสาร

จากการศึกษาวิเคราะห์ พบว่าสื่อหนังตะลุงที่ใช้เพื่อการพัฒนาของ หน่วยงานภาครัฐในภาคใต้ มีแนวทางการสื่อสาร คือ การแจ้งข่าวสาร การให้การศึกษา การโน้มน้าวใจ และการให้ความบันเทิง ดังนี้

- 1) การแจ้งข่าวสาร เนื้อหาของหนังตะลุง ได้นำเสนอข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับการพัฒนาต่าง ๆ ไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดความรู้ ความตระหนัก และสนใจ

ในการพัฒนาชีวิตของตนเอง เช่น การประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนไปเลือกตั้งตามวันที่กำหนด และการไปพบแพทย์เพื่อตรวจโรคทาลัสซีเมีย เป็นต้น

สอดคล้องกับกรรมการแมคไบรด์ (อ้างในจิตตนา หนูณะ, 2533: 21) ซึ่งได้ทำการวิเคราะห์ห้บทบาทหน้าที่ของการสื่อสารไว้ว่าบทบาทหน้าที่ประการหนึ่งของการสื่อสารคือ การให้ข่าวสาร (Information) หมายถึงการเก็บ การรวบรวม การประมวล และเผยแพร่ข่าว ข้อมูล ข้อเท็จจริง ข้อคิดเห็น เพื่อจะส่งผลให้เกิดความเข้าใจและมีปฏิกริยาอย่างถูกต้องตามภาวะบุคคล สภาพแวดล้อม สังคม และนำไปสู่การตัดสินใจที่ถูกต้อง

2) การให้การศึกษา โดยเนื้อหาของหนังสือได้ให้ความรู้แก่ประชาชน เช่น ความรู้เกี่ยวกับการปกครองระบอบประชาธิปไตย โรคเอดส์ การป้องกันและกำจัดโรคปากและเท้าเปื่อย การประกันสังคม เป็นต้น

สอดคล้องกับบทบาทของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาประเทศ ซึ่ง Schramm (1964: 125) กล่าวว่า การสื่อสารเข้ามามีบทบาทในการพัฒนาประเทศโดยก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงทางสังคม ซึ่งลักษณะหนึ่งนั้นคือ ลักษณะที่ประชาชนจำเป็นต้องได้รับการอบรมสั่งสอน ผู้ใหญ่ต้องถูกสอนให้รู้จักการอ่าน เด็กต้องได้รับการศึกษา ชาวนาต้องได้รับการเรียนรู้ถึงวิธีการทำนาสมัยใหม่ ครู หมอ วิศวกร ต้องได้รับการฝึกอบรม คนงานต้องมีความชำนาญทางด้านเทคนิคทักษะของตน ประชาชนโดยทั่วไปต้องเรียนรู้ในการรักษาสุขภาพอนามัยให้แข็งแรง เป็นต้น ทั้งนี้ในการให้ศึกษานั้น ควรมีลักษณะการนำเสนอที่สาระความรู้และความบันเทิงควบคู่กันไป เพื่อให้การให้ศึกษานั้นสามารถโน้มน้าวใจได้ยิ่งขึ้น

3) การโน้มน้าวใจ โดยนายหนังสือได้นำเสนอข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานเพื่อโน้มน้าวใจให้ประชาชนปฏิบัติตามในสิ่งที่ถูกต้องตามที่หน่วยงานต้องการ ดังที่ Cutlip และ Center (1964 อ้างใน อรรถรณ ปิรันธน์โอวาท) กล่าวว่า การโน้มน้าวใจทางด้านประชาสัมพันธ์มีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นที่ไม่ลงรอยกันหรือความคิดเห็นที่ไม่ลงรอยกันนั้นให้สลายไป (Neutralize) เพื่อก่อเกิด (Crystallize) ความคิดเห็นในทางที่เป็นประโยชน์ต่อเราหรือต่อหน่วยงานของเรา เพื่อรักษา (Conserve) ความคิดเห็นที่ต้อยอยู่แล้วนั้นให้คงอยู่ตลอดไป

## ซึ่งมีกลยุทธ์การโน้มน้าวใจ ดังต่อไปนี้

3.1) การนำเสนอข้อมูลด้านบวก โดยบทหนังตะลุงได้นำเสนอข้อมูลด้านดี และผลประโยชน์ที่ได้รับจากโครงการ เช่น ประโยชน์ของการประกันสังคม ซึ่งผู้ประกันสังคมจะได้รับผลประโยชน์ตอบแทนกรณีต่าง ๆ ผลดีจากการไปตรวจเลือด เพื่อตรวจสอบโรคทาลัสซีเมีย เป็นต้น

3.2) การนำเสนอข้อมูลด้านลบ โดยบทหนังตะลุงได้นำเสนอข้อมูลด้านไม่ดี ผลเสียที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติไม่ถูกต้อง เช่น อันตรายจากโรคเอดส์ที่ส่งผลถึงชีวิต เป็นต้น

การนำเสนอข้อมูลด้านบวก และด้านลบ เป็นรูปแบบหนึ่งของการจูงใจโดยใช้อารมณ์ ซึ่งการให้ข้อมูลด้านบวกหรือด้านลบนี้ จะทำให้กระตุ้นทางอารมณ์มากยิ่งขึ้น (Najib M. and James H., 1982)

3.3) การโน้มน้าวใจด้วยเหตุผล โดยบทหนังตะลุงได้นำเสนอข้อมูลที่มีข้ออ้างอิง มีเหตุผล มีหลักฐานยืนยัน เช่น อ้างถึง กรมปศุสัตว์ และสำนักงานปศุสัตว์เขต 9 ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ให้ความดูแลในเรื่องโรคระบาดสัตว์ เป็นต้น

3.4) การโน้มน้าวใจด้วยอารมณ์ โดยบทหนังตะลุงได้นำเสนอข้อมูลข่าวสารด้วยการนำอารมณ์ เช่น ความรัก ความกลัว มาใช้ในการโน้มน้าวใจ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1) การโน้มน้าวใจด้วยความรัก โดยการนำเสนอข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ด้วยการใช้อารมณ์รักที่มีต่อสถาบันหรือบุคคลเป็นเครื่องโน้มน้าวใจให้เห็นคล้ายตาม เช่น ความรักชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ ต้องรักษาเอกราชของไทย ความรักในศักดิ์ศรีของตนต้องไม่ขายสิทธิ์ขายเสียง เป็นต้น

2) การโน้มน้าวใจด้วยความกลัว โดยการนำเสนอข้อมูลข่าวสารด้านที่ก่อให้เกิดความไม่ดี มีผลเสีย หรืออันตรายจากการประพฤติปฏิบัติไม่ถูกต้อง เช่น ความน่ากลัวจากเชื้อเอดส์ หรือพิษภัยของยาเสพติด เป็นต้น



โดยส่วนใหญ่แล้วสารสามารถที่จะเข้าถึงประชาชนได้ 2 ลักษณะคือ อารมณ์และเหตุผล การกระตุ้นอารมณ์พื้นฐานของมนุษย์ ได้แก่ ความรัก ความเกลียด ความกลัว ความวิตกกังวล ความปลอดภัย เป็นต้น ส่วนการจูงใจด้วยเหตุผลจะทำให้เกิดความรู้สึกสนับสนุนอย่างแท้จริงบนพื้นฐานเหตุผลที่มาสสนับสนุน แต่จากผล การวิจัยพบว่า การออกแบบสารที่ใช้อารมณ์จะโน้มน้าวใจได้มากกว่าเหตุผล (Najib M. and James H., 1982)

4) การให้ความบันเทิง การใช้เทปหนังตะลุงเป็นสื่อเพื่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์นั้น เป็นการให้ความบันเทิงเป็นกลยุทธ์นำ โดยสอดแทรกเนื้อหาสาระต่าง ๆ ลงในหนังตะลุง เพื่อให้ผู้ฟังได้รับทราบข้อมูลข่าวสารและความรู้ด้านต่าง ๆ ที่แฝงมา ในรูปของความบันเทิง ผู้ฟังไม่รู้สึกรู้สึกว่าถูกสอนหรือถูกยัดเยียด

บทหนังตะลุงส่วนใหญ่มีเนื้อหาเพื่อให้เกิดการศึกษาและโน้มน้าวใจ ร่องลงมาคือ เพื่อแจ้งข่าวสารโดยใช้ความบันเทิงเป็นกลยุทธ์หลักของการสื่อสาร

#### 4. วิธีการนำเสนอของบทหนังตะลุง

เป็นการศึกษากลยุทธ์การโน้มน้าวใจในสาร ที่สามารถทำให้ผู้ฟังเกิดความสนใจ มีความคล้อยตาม การยอมรับปฏิบัติ จากการศึกษาพบว่า บทหนังตะลุงมีวิธีการนำเสนอดังต่อไปนี้

1) การใช้ความตลกขบขัน เป็นการนำเสนอโดยใช้ถ้อยคำตลกขบขัน หรือใช้ตัวตลกเป็นตัวนำเสนอเนื้อหาสาระต่าง ๆ เช่น ความรู้เกี่ยวกับยาเสพติด เป็นต้น การจูงใจโดยใช้อารมณ์ขัน (Humorous Appeals) จะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น เพราะจะทำให้ผู้รับสารมีความเพลิดเพลินสนุกสนาน และลดการต่อต้านได้ ซึ่งหนังตะลุงก็จะนิยมใช้จุดจูงใจนี้มากที่สุด แต่พบว่าในบางครั้งมีถ้อยคำที่เป็นข้อความตลกที่ใช้คำหยาบหรือเป็นคำสองแง่สองง่ามมากเกินไป ซึ่งถึงแม้ว่าบางพื้นที่เป็นที่นิยมในบางพื้นที่เป็นความครื้นเครงของผู้ชมหนังตะลุงก็เพียงเฉพาะบางจังหวัดเท่านั้น และมักเป็นการแสดงสดตามบ้านหรือตามเทศกาลต่าง ๆ ชาวบ้านบางพื้นที่ไม่ถือสาว่าเป็นเรื่องหยาบคาย อย่างไรก็ตามการใช้เทปเสียงหนังตะลุงซึ่งอาศัยสื่อเทคโนโลยีได้แก่วิทยุกระจายเสียง ทำให้การกระจายเสียงครอบคลุมพื้นที่กว้างขวางขึ้น หน่วยงานของรัฐที่ใช้สื่อหนังตะลุงเพื่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จึงควรคำนึงถึงความเหมาะสม และความนิยมของผู้รับสารในพื้นที่ที่แตกต่างกันด้วย

2) การใช้ความเป็นพวกเดียวกัน เป็นการนำเสนอที่แสดงถึงความคุ้นเคย ความใกล้ชิด ความเป็นกันเอง โดยใช้ภาษาง่าย ๆ หรือภาษาที่แสดงถึงความเป็นพี่น้อง

การใช้ความเป็นพวกเดียวกัน เน้นการใช้จิตวิทยาขั้นพื้นฐานในความต้องการของมนุษย์มาเป็นเครื่องโน้มน้าวใจ โดยมนุษย์มีความต้องการขั้นพื้นฐานที่เป็นสัญชาตญาณไปจนถึงความต้องการที่ได้จากการเข้าร่วมสังคมกับมนุษย์คนอื่น ๆ ซึ่งความต้องการนั้นส่วนหนึ่งคือ ความต้องการที่จะผูกพันกับสถาบันและเป็นที่ยอมรับ (Belonging and Love Needs) เป็นความต้องการที่เกิดขึ้นหลังจากที่มนุษย์ได้เข้าร่วมสังคมกับมนุษย์คนอื่น ๆ มนุษย์ต้องการเป็นที่รักของครอบครัว ของญาติ และของมิตรสหาย ต้องการมีความรู้สึกว่าเป็นสมาชิกคนหนึ่งในองค์การหรือสถาบันที่ตนสังกัดอยู่ (อรวรรณ ปลิ้นธน์โอวาท: 341)

ดังนั้น การที่นายหนังตะลุงใช้ความเป็นพวกเดียวกันนำเสนอข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานภาครัฐ โดยการกล่าวอ้างชื่อนายหนังตะลุงเองหรือการใช้ภาษาท้องถิ่นต่าง ๆ เช่น คำว่า “วังซึกกรา” แทนคำว่า “อ่างน้ำเสียว” จึงสามารถทำให้ผู้ฟังไม่รู้สึกว่าเป็นข้อมูลข่าวสารที่ไกลตัว หรือเป็นทางการ ทำให้เกิดความเชื่อถือได้โดยไม่รู้ตัว

3) การใช้ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร เป็นการนำเสนอโดยอ้างถึงหน่วยงานหรือบุคคล เพื่อให้ผู้ฟังเกิดความเชื่อถือและศรัทธา

Berlo และคณะ (อ้างใน อรวรรณ ปลิ้นธน์โอวาท: 85 - 86) กล่าวว่า ปัจจัย 3 ประการที่ผู้รับสารมักจะใช้ในการตัดสินใจความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร ได้แก่ ปัจจัยที่สร้างความมั่นใจ (Safety Factor) เช่น ใจดี เข้ากับผู้อื่นได้ง่าย สุขภาพ ฯลฯ ปัจจัยที่เป็นคุณสมบัติของผู้ส่งสาร (Qualification Factor) ปัจจัยนี้เน้นความรู้ ความชำนาญ ประสบการณ์ และความมีอำนาจในหน้าที่ของผู้ส่งสาร ปัจจัยด้านพลวัตของผู้ส่งสาร (Dynamism Factor) ปัจจัยนี้คือปัจจัยที่แสดงถึงความคล่องแคล่ว กระตือรือร้น ความไม่เฉื่อยชาของผู้ส่งสาร เป็นต้น

ตัวอย่างที่ปรากฏในเทพหนังตะลุงเรื่องความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร เช่น การกล่าวอ้างถึงพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัวที่ทรงพระราชทานอำนาจอธิปไตยให้แก่ปวงชนชาวไทย และการกล่าวอ้างถึงกรมปศุสัตว์ซึ่งเป็นหน่วยงานรับผิดชอบโครงการเพิ่มประสิทธิภาพป้องกันกำจัดโรคปากและเท้าเปื่อย เป็นต้น

4) การตั้งคำถาม เป็นการนำเสนอเมื่อมีประเด็นที่จะสอดแทรก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในหนังสือเรื่อง มักจะให้ตัวละครตัวหนึ่งสงสัยและตั้งคำถามเพื่อให้ตัวละครอีกตัวหนึ่งตอบ ซึ่งคำตอบนั้นก็คือนิเวศน์ที่ความต้องการจะสรุปให้เข้าประเด็นที่ต้องการจะเผยแพร่ หลังจากที่ตัวละครได้พูดถึงเรื่องนี้มาพอสมควรแล้ว ตัวอย่างเช่น ในบทหนังสือโครงการเพิ่มประสิทธิภาพป้องกันและกำจัดโรคปากและเท้าเปื่อย “ระหมัด” ตาม “ขวัญเมือง” ถึงเรื่องการเป็นอาสาสมัครป้องกันโรคสัตว์ เป็นต้น

การตั้งคำถามนี้เท่ากับเป็นการจูงใจโดยการกำหนดประเด็นการสรุป (Definite Conclusion) ซึ่ง Najib M. and James H. (1982) กล่าวว่า ผู้รับสารที่ไม่สามารถจะสรุปสารได้เองนั้น ผู้ส่งสารจะต้องเป็นผู้สรุปให้อยู่ในประเด็นที่ต้องการ

ซึ่งการที่บทหนังสือตั้งตัวอย่างสรุปเช่นนี้ เพราะการนำเสนอเรื่องอาสาสมัครป้องกันโรคสัตว์ ยังเป็นเรื่องใหม่ ที่หน่วยงานพยายามจะอธิบายให้ผู้ฟังหรือผู้รับสารได้เข้าใจแจ่มชัดขึ้นนั่นเอง

5) การบรรยาย เป็นการนำเสนอโดยการอธิบายรายละเอียดของเนื้อหาแต่ละประเด็น เพื่อให้ผู้ฟังรับทราบโดยตรง เช่น การอธิบายถึงลักษณะของผู้ป่วยโรคทาลัสซีเมีย และการอธิบายถึงหลักการประกันสังคม เป็นต้น

6) การเล่าเรื่อง เป็นการนำเสนอโดยสอดแทรกเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ลงในเหตุการณ์และเรื่องราว เพื่อให้ผู้ฟังรับทราบเนื้อหาสาระที่จะสอดแทรกโดยอ้อม ตัวอย่างเช่น หนังสือเรื่อง บัญชาสวรรค์ และเรื่องไม่สิ้นหวัง ใช้ตัวละครของหนังสือเป็นตัวละครเล่าเรื่องเกี่ยวกับยาเสพติด เป็นต้น

#### ข้อเสนอแนะ

1. หน่วยงานภาครัฐและนายหนังสือควรมีส่วนร่วมในการเขียนบทหนังสือในการผลิตหนังสือเพื่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้มีเนื้อหาถูกต้อง ตรงประเด็น สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ที่หน่วยงานวางไว้และไม่เสียอรรถรสของหนังสือ

2. หน่วยงานส่วนกลางควรมีบทบาทในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่เป็นกลางผ่านสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ หรือสื่อกิจกรรมอื่น ๆ และเปิดโอกาสให้หน่วยงานส่วนภูมิภาคได้ผลิตสื่อเสริม เช่น สื่อพื้นบ้าน เพื่อให้สอดคล้องกับวิถี

ชีวิตและสถานการณ์แวดล้อมของประชาชนในพื้นที่ ทำให้ข้อมูลข่าวสารเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. ความมีการจัดสรรงบประมาณด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้กับหน่วยงานระดับภูมิภาคในการผลิตสื่อและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์อย่างเพียงพอ เพื่อให้หน่วยงานระดับภูมิภาคได้ใช้สื่อตรงกับสภาพปัญหา สอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายด้วย

4. ความมีหน่วยงานกลางที่รับผิดชอบในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านสื่อพื้นบ้านในรูปของเอกสาร ซึ่งได้แก่ จำนวนของศิลปินพื้นบ้านในแต่ละจังหวัด รายชื่อและที่อยู่ของศิลปินพื้นบ้าน บทที่ศิลปินพื้นบ้านใช้ในการแสดง เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการค้นคว้าข้อมูลและเพื่อขยายเครือข่ายการใช้สื่อหนังตะลุงให้กว้างขวางยิ่งขึ้นด้วย และเพื่อประโยชน์ในการติดต่อประสานงานในการขอใช้สื่อเพื่อถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาต่อไป

5. หน่วยงานภาครัฐที่ใช้เทปหนังตะลุงเพื่อการพัฒนา ควรจัดเก็บเทปอย่างเป็นระบบเพื่อเป็นข้อมูลค้นคว้าอ้างอิงได้ในโอกาสต่อไป และเพื่อที่หน่วยงานอื่น ๆ สามารถจะขอขืมไปใช้เผยแพร่ได้โดยไม่ต้องผลิตเอง

6. หน่วยงานภาครัฐควรเชิญนายหนังตะลุงเข้าร่วมโครงการต่าง ๆ ที่ภาครัฐจัดขึ้น เช่น การสัมมนาของหน่วยงาน หรือจัดส่งเอกสารประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ให้แก่นายหนังตะลุง เพื่อให้นายหนังได้นำเอาความรู้ต่าง ๆ ที่ได้รับไปเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่อไปให้มากขึ้น

7. ในการผลิตเทปหนังตะลุงเพื่อการประชาสัมพันธ์ ในกรณีที่เป็นเรื่องเดียวกัน แต่มีหน่วยงานที่ได้รับงบประมาณในการประชาสัมพันธ์หลายหน่วยงาน ควรจะได้มีการประสานงานผลิตสื่อร่วมกัน เพื่อให้การใช้งบประมาณเกิดประโยชน์สูงสุดและยังลดความซ้ำซ้อนในด้านเนื้อหาและการประชาสัมพันธ์อีกด้วย

8. หน่วยงานควรมีการติดตามดูแลการเผยแพร่เทปหนังตะลุง ซึ่งบางครั้งมีการส่งเผยแพร่ผ่านไปยังหน่วยงานหลายทอด และอาจส่งต่อผ่านสื่อบุคคล เช่น อาสาสมัครสาธารณสุข อาสาสมัครประชาสัมพันธ์หมู่บ้าน เพื่อส่งต่อไปเผยแพร่ทางหอกระจายข่าว ซึ่งอาจทำให้เทปหนังตะลุงเกิดการสูญหาย หรือถึงจุดหมายล่าช้า ไม่ทันต่อช่วงเวลาการประชาสัมพันธ์ที่กำหนดไว้ หรืออาจถึงแต่ไม่ได้รับการเผยแพร่เพราะหอกระจายข่าวบางแห่งมีข้อมูลข่าวสารที่จะต้องประชาสัมพันธ์มาก

9. การใช้สื่อหนังสือตลับเพื่อการพัฒนาควรมีการวางแผนการดำเนินงานระยะยาว และต่อเนื่อง เพื่อให้การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารมีประสิทธิภาพมากที่สุด

10. หน่วยงานควรมีการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน และทดสอบสื่อก่อนที่จะดำเนินการผลิต เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด

11. หน่วยงานควรมีการติดตามและประเมินผลทั้งกระบวนการดำเนินงานผลที่เกิดขึ้น (output) และผลกระทบ (impact) ที่เกิดจากการใช้สื่อเพื่อนำมาวิเคราะห์ ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของสื่อ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนด้านการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ต่อไป

12. หน่วยงานควรมีการใช้ศักยภาพนายหน้าที่เป็นบุคลากรของหน่วยงานอย่างเต็มที่ เพราะมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานมากกว่านายหน้าทั่วไป ซึ่งปัจจุบันพบว่า นายหน้าที่เป็นบุคลากรของหน่วยงานภาครัฐมีอยู่พอสมควร

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

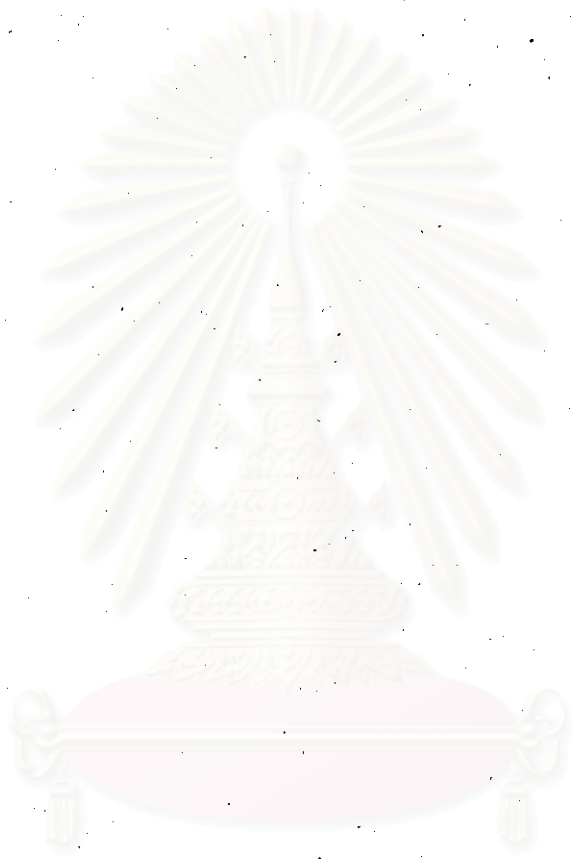
1. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อหนังสือตลับเพื่อการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานอื่น ๆ นอกเหนือจากภาครัฐ เช่น รัฐวิสาหกิจหรือหน่วยงานเอกชน เพื่อจะได้เปรียบเทียบว่า หากหน่วยงานดังกล่าวนำสื่อหนังสือตลับไปใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์ จะมีรูปแบบเนื้อหา และวิธีการนำเสนอแตกต่างไปจากภาครัฐหรือไม่ อย่างไร รวมทั้งมีประสิทธิผลในการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์มากน้อยเพียงใดเมื่อเปรียบเทียบกับภาครัฐ

2. ควรมีการศึกษาการใช้สื่อหนังสือตลับเพื่อการพัฒนาในรูปแบบอื่น ๆ เช่น การแสดงสด การแสดงทางโทรทัศน์ เพื่อเป็นการวิเคราะห์หาแนวทางการนำเสนอสื่อ หนังสือตลับในรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อให้เกิดความทันสมัยและสอดคล้องกับผู้รับสารในยุคปัจจุบัน

3. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบการใช้สื่อหนังสือตลับกับสื่อพื้นบ้านอื่น ๆ เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิผลของสื่อพื้นบ้านประเภทต่าง ๆ

4. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับลีลาการเล่นหนังตะลุงและลักษณะเฉพาะของนายหนังที่ส่งผลต่อการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายกลุ่มต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงลีลาและวิธีการนำเสนอการเล่นหนังตะลุงเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

5. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับผู้รับสาร เช่น ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการฟังเทปหนังตะลุง ทำให้ผู้รับสารมีความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร เป็นต้น



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย