



บทที่ 2

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดด้านการสื่อสารในฐานะเป็นเครื่องมือในการเชื่อมโยงสถาบันทางสังคม

มนุษย์นั้นเป็นสัตว์สังคม มนุษย์นั้นไม่สามารถอยู่ได้เพียงลำพัง จำเป็นต้องอยู่รวมกันเป็นกลุ่มสังคมเพื่อความอยู่รอด เมื่อมนุษย์อยู่รวมกันเป็นสังคมก็ต้องเกิดการติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ทศนคติ ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ไม่ทางใดก็ทางหนึ่งหากปราศจากการติดต่อสื่อสารแล้วมนุษย์ก็คงไม่สามารถดำรงอยู่ในสังคม

การสื่อสารนั้นเป็นส่วนหนึ่งของสังคม เป็นเครื่องมือที่ก่อให้เกิดเครือข่ายความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลภายในสังคม ก่อให้เกิดกลุ่มสังคมที่เป็นโครงสร้าง และการจัดองค์กรขึ้น ในการที่จะดำเนินการไปสู่เป้าหมายขององค์กรต่าง ๆ นั้น จำเป็นต้องมีการติดต่อประสานงานกัน ดังนั้น การสื่อสารจึงมีบทบาทสำคัญยิ่งในการสร้างความเข้าใจร่วมกัน สร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันด้านจิตใจของคนในสังคม

เมื่อการสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญที่ไม่อาจมองข้ามได้นั้น การเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารให้เหมาะสมก็เป็นสิ่งที่มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน การเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมย่อมหมายถึงประสิทธิภาพในการสื่อสารที่ดี และบังเกิดผลตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ช่องทางสื่อที่ใช้ในการสื่อสารนั้น อาจเป็นได้ทั้งสื่อบุคคล (Personal Media) หรือสื่อมวลชน (Mass Media) โดยสื่อมวลชนมีความสำคัญในการเพิ่มพูนความรู้ ก่อให้เกิดการตระหนักรับทราบเกี่ยวกับเรื่องราว ส่วนสื่อบุคคลมีความสำคัญในการชักจูงใจให้เกิดการยอมรับ (จรรยา สมประสงค์)

สื่อมวลชนจึงนับได้ว่าเป็นสื่อที่ทรงอำนาจ มีอิทธิพลในการขัดเกลาทางสังคม (Socialization) ทั้งในทางตรงและทางอ้อม มีอิทธิพลในการโน้มน้าวชักจูงใจ (Persuasion) ให้ประชาชนคล้อยตามได้ นอกจากนี้สื่อมวลชนจะมีอิทธิพลในการเปลี่ยนแปลงทางสังคมแล้ว ยังสามารถควบคุมสังคมได้ในระดับหนึ่งด้วยการสร้างความยอมรับ (Engineering and Consent) สื่อมวลชนจึงถูกนำไปใช้ในการเผยแพร่ข้อมูล ประชาสัมพันธ์ หรือโฆษณาชวนเชื่อต่าง ๆ เพื่อโน้มน้าวใจให้ผู้รับสารคล้อยตามความคิดของผู้ส่งสาร

Denis McQuail (อ้างถึงใน จรรยา สมประสงค์) ได้เสนอความเห็นไว้ว่าสถาบันสื่อมวลชนใด ๆ ก็ตาม ควรจะประกอบด้วยลักษณะสำคัญ 2 ประการ คือ การผลิต (Production) และการผลิตซ้ำ (Reproduction) และการเผยแพร่ (Distribution) ความรู้ต่าง ๆ เพื่อให้เกิดประสบการณ์ต่อเนื่อง ได้รู้ ได้เข้าใจ เป็นการสนับสนุนความรู้เดิม เพิ่มความรู้ใหม่ ก่อให้เกิดความเข้าใจในเรื่องราวต่าง ๆ ดียิ่งขึ้น

เช่นนี้แล้วการสื่อสารจึงมีหน้าที่อันสำคัญในการเชื่อมโยงส่วนต่าง ๆ ในสังคมเข้าด้วยกัน คงไว้ซึ่งสภาวะสมดุลในสังคม จากแนวคิดของ McQuail ข้างต้น สามารถนำมาประยุกต์ใช้เข้ากับการวิเคราะห์บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน ในฐานะที่เป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างสถาบันต่าง ๆ กับสังคม

แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม (Innovation)

การเผยแพร่เป็นการสื่อสารแบบหนึ่งที่มีความหมายว่า เป็นกระบวนการที่นวัตกรรมได้รับการสื่อสาร ผ่านช่องทางการสื่อสารไปยังสมาชิกในสังคมในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่จะต้องเป็นความคิดใหม่ สิ่งใหม่ หรือวิถีปฏิบัติใหม่ (อัจฉรา, 2535)

Rogers และ Shoemaker 1971 ได้ให้คำนิยามนวัตกรรมเอาไว้ว่า หมายถึง “แนวความคิด หรือแบบแผนซึ่งเป็นวิธีการปฏิบัติ หรือสิ่งของใหม่ที่บุคคลทั้งหลายมองเห็นว่าเป็นของใหม่ ซึ่งแตกต่างจากที่พวกตนเคยคิด เคยทำ หรือเคยมี แม้ว่านวัตกรรมนี้จะเคยถูกทำ แต่นำไปใช้อีกสังคมหนึ่งเป็นครั้งแรก ก็ถือว่าสิ่งเหล่านี้เป็นนวัตกรรม” ส่วน Katz และ Levin ได้ให้คำนิยามการเผยแพร่ นวัตกรรม (Diffusion of Innovation) ไว้ว่า “เป็นการรับแนวความคิดและข้อปฏิบัติใหม่ของบุคคล หรือกลุ่มบุคคล โดยอาศัยสื่อหรือช่องทางติดต่อรับสาร ซึ่งขึ้นอยู่กับโครงสร้างของสังคม ระบบวัฒนธรรม และค่านิยมทางสังคม”

การปฏิรูปการศึกษาแบบทั้งระบบนั้นเป็นแนวคิดใหม่ที่ได้มีการวางแผนงานปฏิบัติและจะนำมาใช้ในการพัฒนาแนวทางการศึกษาซึ่งจะส่งผลกระทบต่อประชาชนทั้งประเทศ จึงจำเป็นต้องมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจในแนวคิดดังกล่าวต่อประชาชน ถึงแม้ว่าแนวคิดด้านการปฏิรูปการศึกษาจะไม่ได้เป็นแนวคิดใหม่ในประเทศไทยแต่อย่างใด เนื่องจากมีมาแล้วตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 แต่สำหรับบุคลากรทางการศึกษาที่ยังคงยึดติดในระบบเก่า ๆ จนไม่สามารถทำความเข้าใจแนวคิดใหม่อย่างชัดเจนและไม่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริงนั้น แนวคิดนี้ยังคงเป็นที่เคลือบแคลงและเปรียบเสมือนเป็นของแปลกใหม่ อาจกล่าวได้ว่าแนวคิดในการปฏิรูปการศึกษาดังกล่าวเป็นนวัตกรรมในความคิดของบุคลากรเหล่านั้นตามนิยามของ Rogers และ Shoemaker

การใช้สื่อในการเผยแพร่ นวัตกรรมไปสู่ผู้รับสารนั้น Rogers เน้นความสำคัญในการใช้สื่อเพื่อการเผยแพร่ นวัตกรรมว่ามีอยู่ 2 ชนิด คือ สื่อมวลชน (Mass Media) และสื่อบุคคล (Personal Media) โดยมองว่า สื่อมวลชนจะมีบทบาทในการให้ความรู้ความเข้าใจ ทำให้ประชาชนเกิดเกิดความตระหนัก รับทราบ ถึงนวัตกรรมนั้น ๆ ส่วนสื่อบุคคลจะมีผลในการจูงใจให้

เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และเกิดการยอมรับนวัตกรรมนั้น ๆ และในการเผยแพร่ นวัตกรรมนั้น Rogers กล่าวว่า จะต้องผ่านกระบวนการการยอมรับ ((Innovation Decision Process) 5 ขั้นตอน

1. ขั้นความรู้ (Knowledge) เป็นขั้นที่บุคคลทราบว่า มีนวัตกรรมนั้นอยู่ และทราบ ว่า นวัตกรรมนั้น ทำหน้าที่อย่างไร
2. ขั้นจูงใจ (Persuasion) เกิดขึ้นเมื่อบุคคลเริ่มมีทัศนคติชอบหรือไม่ชอบ นวัตกรรมนั้น ๆ
3. ขั้นการตัดสินใจ (Decision) เกิดขึ้นเมื่อบุคคลเข้าร่วมในกิจกรรมที่จะนำไปสู่การเลือกที่จะรับหรือไม่รับ นวัตกรรมนั้น ๆ
4. ขั้นปฏิบัติ (Implementation) เกิดขึ้นเมื่อบุคคลเข้าร่วมในกิจกรรมที่จะนำไปสู่การเลือกที่จะรับหรือไม่รับ นวัตกรรมนั้น ๆ
5. ขั้นยืนยัน (Confirmation) เป็นขั้นที่บุคคลแสวงหาความมั่นใจจากการตัดสินใจ

ช่องทางสื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วารสาร วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น จะถูกนำมาใช้ในการถ่ายทอดข่าวสารไปยังผู้รับจำนวนมากอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ Rogers & Svenning (1961: 102) ได้ทำการศึกษาพบว่า การเปิดรับสื่อมวลชนก่อให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมได้เร็วขึ้น

ทางด้านช่องทางสื่อบุคคลนั้น เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลเพื่อถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร เป็นสื่อที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ โรเจอร์และเมเนน (Rogers 1983: 45) ได้ทำการศึกษาพบว่าสื่อที่มีอิทธิพลที่สุดในการตัดสินใจคือสื่อบุคคล

แนวคิดการรณรงค์การประชาสัมพันธ์

การรณรงค์ (Campaign) หมายถึง การระดมความรู้ ความเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือหลาย ๆ เรื่อง เพื่อให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายให้ความร่วมแรงร่วมใจอันจะนำไปสู่ความสำเร็จตามที่ได้ตั้งเป้าไว้ โดยการรวบรวมข้อมูลในการวางแผนปฏิบัติและประเมินผล ต้องวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายว่า จะรับรู้ข่าวสาร เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และถึงขั้นลงมือปฏิบัติได้อย่างไร การจะทำเช่นนั้นได้ต้องอาศัยสื่อหลาย ๆ ชนิดผสมผสานเข้าด้วยกัน หรือก็คือ การรณรงค์ทางการประชาสัมพันธ์ต้องใช้สื่อทุกชนิด โดยเลือกสื่อประเภทต่าง ๆ อย่างเจาะจง ระบุให้ชัดเจน โดยคำนึงถึงความเหมาะสม งบประมาณ ทั้งหมดนี้ต้องอาศัยการตรวจสอบด้วยการประเมินผลเพื่อดูกระบวนการ พิจารณาเวลา ดูว่าสื่อครอบคลุมเป้าหมายขนาดไหน กลุ่มเป้าหมายตอบสนองเพียงใด (เกษม จันทร์น้อย, 2537) และการประชาสัมพันธ์เป็นวิธีการหนึ่งที่เป็นเครื่องมือ และตัวเร่งให้มีการพัฒนาต่าง ๆ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และวัฒนธรรม ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ (ธีรวัช โพธิ์สุวรรณ, 2531)

ในการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์นั้น จำเป็นต้องกระทำอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ได้ผลอันพึงประสงค์ การที่จะได้มาซึ่งสิ่งดังกล่าวจำเป็นต้องอาศัยการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกันระหว่างองค์กรและประชาชนที่เกี่ยวข้อง ฝ่ายประชาสัมพันธ์ขององค์กรหรือหน่วยงานนั้น ๆ จึงต้องรับฟังความคิดเห็นของประชาชนเพื่อนำมาใช้ปรับปรุงแผนงานต่อไป Cutlip and Center ได้กล่าวถึงขั้นตอนในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรควรมีหลักพื้นฐาน 4 ประการ

1) การวิจัยและรับฟังความคิดเห็น (Research – Listening) เป็นการค้นคว้าข้อมูลต่าง ๆ ทั้งที่ได้มาจากรายงานการวิจัย และความคิดเห็นจากประชาชน สำรวจประชาคมตีความต้องการของประชาชน

2) การวางแผนและการตัดสินใจ (Planning – Decision Making) เป็นการนำเอาข้อมูลที่ได้ค้นคว้ารวบรวมมา รวมทั้งทัศนคติความคิดเห็นของประชาชนมาพิจารณาประกอบเข้าด้วยกันเป็นแผนงาน กำหนดนโยบายของโครงการโดยพิจารณาถึงประโยชน์ที่เกี่ยวข้องต่อทุกฝ่าย

3) การติดต่อสื่อสาร (Communication – Action) ในขั้นนี้ เป็นการปฏิบัติการสื่อสารไปยังกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องตามแผนที่ได้วางเอาไว้

4) การประเมินผล (Evaluation) เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการประชาสัมพันธ์ หลังจากที่ได้ลงมือปฏิบัติตามแผนงานที่ได้วางไว้แล้วนั้น จำเป็นต้องทำการประเมินผลว่า สิ่งที่ได้กระทำไปแล้วนั้น ได้ผลตรงตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้หรือไม่

กระบวนการและขั้นตอนของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

การวิจัยและรับฟังความคิดเห็น	การวางแผนและการตัดสินใจ	การติดต่อสื่อสาร	การประเมินผล
<ul style="list-style-type: none"> - สถานการณ์ - ภูมิหลัง - ปัญหา <p style="text-align: center;">ฯลฯ</p>	<p><i>การวิเคราะห์ยุทธวิธี</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - เป้าหมาย - ทางเลือก - ผลดี ผลเสีย - ผลที่ตามมา - การตัดสินใจ <p>→ <i>การดำเนินยุทธวิธี</i></p> <p><i>การใช้สื่อ</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - กำหนดสื่อ - กำหนดงบประมาณและค่าใช้จ่าย <p><i>การพิจารณาอนุมัติ</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - การเสนอพิจารณา - การให้ความสนับสนุน - การมีส่วนร่วม 	<p><i>การปฏิบัติการ</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - ระยะเวลา - การยืดหยุ่น - การติดตามผล 	<p><i>ผลที่ได้รับ</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - ปฏิกริยาตอบกลับ - การพิจารณาทบทวน - การแก้ไขปรับปรุง

แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการสื่อสาร (Categorization of basic strategies)

การวางแผนการสื่อสารจำเป็นต้องพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอยู่และตัดสินใจเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมที่สุดมาใช้ในการสื่อสาร ในอดีตนั้น การสื่อสารมักจะเป็นไปแบบทางเดียว (one-way communication) โดยองค์กร หรือกลุ่มต่าง ๆ เป็นผู้ส่งสาร ต่อมาก็พัฒนารูปแบบการสื่อสารไปเป็นการสื่อสารที่มีลักษณะการตอบโต้ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน กลยุทธ์การสื่อสารก็ได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบไป ดังนี้ (วิชชุตา, 2539)

1. strategies defined from outside or inside

ในการรณรงค์เผยแพร่ข่าวสารเพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การรณรงค์ทางการประชาสัมพันธ์ทั้งการรณรงค์ระยะสั้น และระยะยาว ทั้งในกลุ่มผู้รับสาร กลุ่มเฉพาะ และกลุ่มมวลชน ทั้งผู้รับสารที่มีลักษณะเป็นกลุ่ม homogeneous และ heterogeneous

อาจมีกลยุทธ์ในการเผยแพร่ข่าวสารที่แบ่งออกเป็นวิธีการหลัก หรือประเภทของกลยุทธ์ตามแนวคิดของ Category Theory ที่สรุปไว้ดังนี้

		COMMUNICATION SOLUTION IS DEFINED	
		Outside the System	Inside the System
DEFINITION OF PROBLEM AND GOAL ARISES	Outside the System	Traditional communication information campaign 1	External impetus requiring internal follow-through External Initiative 2
	Inside the System	Internal impetus requiring external follow-through Communication support 3	Grass roots initiative 4

Four Communication Strategies

1.1 Traditional communication / information campaign solution (Rogers, 1976)

การสื่อสารวิธีนี้จะมีลักษณะอำนาจนิยม เนื่องจากเป็นการสื่อสารในลักษณะทางเดียว เช่น การโฆษณา เป็นการสื่อสารแบบ outside the system ผู้ส่งสารเป็นผู้กำหนดและวางแผนทุกอย่างเอง ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นคือ การที่ outside เป็นผู้กำหนดเป้าหมาย อาจไม่สามารถโน้มน้าวใจกลุ่มเป้าหมายได้ดีพอ

1.2 external initiative solution

outside จะเป็นผู้ริเริ่มแนวคิด แต่จะปล่อยให้ inside the system เป็นผู้กำหนดเป้าหมาย หาวิธีแก้ไขปัญหาและเกิดการเปลี่ยนแปลงเองด้วยตัวเอง

1.3 communication support solution

เป็นการกำหนดร่วมกันระหว่าง outside กับกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง เป็นกลยุทธ์ผสมที่มีประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมาย โดย outside จะเป็นผู้สนับสนุนเรื่องความรู้ ข้อมูล ข่าวสารในประเด็นปัญหา และ inside จะเป็นผู้กำหนดปัญหาและเป้าหมายด้วยตัวเอง

1.4 grass roots initiative

เป็นกลยุทธ์ที่ inside the system เป็นผู้วางแผนกำหนดเป้าหมายและ ตัดสินใจเกี่ยวกับการสื่อสารเองทุกอย่าง โดยมี outside เป็นเพียงที่ปรึกษาคอยให้คำแนะนำ เท่านั้น ตรงกันข้ามกับ traditional communication กลยุทธ์เป็นกลยุทธ์ที่ได้รับการยอมรับอย่าง กว้างขวาง

2. the content / distribution and processing strategies (Palm & Windahl, 1998) แบ่งได้ดังนี้

2.1 the content / distribution strategies

เป็นการสื่อสารตามแบบจำลองการสื่อสารดั้งเดิม (S - M - C - R) มีการ กระจายข่าวสารที่แน่นอนไปสู่กลุ่มเป้าหมาย เช่น การสื่อสารแบบ traditional communication เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายที่ไม่ซับซ้อน เป็นเป้าหมายระยะสั้น และไม่ใช่วิธีการความขัดแย้ง

2.2 processing strategies

มักใช้ในกรณีที่กลุ่มเป้าหมายมีหลายระดับและต้องการให้ทุกกลุ่มใน ระดับต่าง ๆ ยอมรับข่าวสาร เป็นการสื่อสารที่มีลักษณะลดความขัดแย้ง เพื่อแก้ปัญหา โดยปกติ นักวางแผนจะเริ่มด้วย content / distribution ก่อนในช่วงแรกของโครงการ หลังจากนั้นก็จะใช้ กลยุทธ์ processing มาประยุกต์ใช้

3. distribution and supply strategies มีลักษณะดังนี้

3.1 distribution strategies

เป็นกลยุทธ์ในการเผยแพร่ข่าวสารโดยไม่คำนึงว่าผู้รับสารจะต้องการ หรือไม่ ผู้วางแผนจะเป็นผู้กำหนดเองทุกประการ เหมาะสำหรับกลุ่มสังคมที่ไม่มีความซับซ้อน ผู้ ส่งสารทราบดีว่าผู้รับสารควรรับรู้อะไรบ้าง เผยแพร่ข่าวสารอย่างเดียวกันไปสู่ผู้รับสารกลุ่มใหญ่ ทำให้ค่าใช้จ่ายถูกลง แต่ก็มีความเสี่ยงในเรื่องของเวลา ผู้ส่งสารมักส่งสารตามความสะดวกของตน โดยไม่คำนึงว่าผู้รับสารต้องการหรือไม่ ผลก็คือ อาจไม่ได้รับการตอบสนองจากผู้รับสารต่อ ข่าวสารนั้น ๆ

3.2 supply strategies

เป็นกลยุทธ์ที่นักวางแผนการสื่อสารจะเก็บรักษาข้อมูลไว้ โดยให้ผู้รับสารกำหนดความต้องการของเขาเองว่าต้องการข่าวสารอะไร และเมื่อไหร่ แบ่งได้ 2 ประเภท ดังนี้

- passive strategies เป็นการเก็บข้อมูลข่าวสารไว้ก่อน แล้วผู้ที่ต้องการสามารถค้นหาเพื่อนำไปใช้ด้วยตัวเอง

- active strategies ผู้ต้องการข้อมูลแจ้งใครบางคนว่าต้องการข้อมูลอะไรแล้วบุคคลผู้นั้นจะช่วยหาข้อมูลให้

ข้อดีของกลยุทธ์ supply strategies นี้ก็คือ ผู้ส่งสารจะมั่นใจได้ว่าข้อมูลที่ส่งไปนั้นเป็นที่ต้องการและจะมีการนำเอาไปใช้ค่อนข้างแน่นอน แต่ก็มีข้อเสียคือ ผู้ที่จะเข้ามาหาข้อมูลนั้นจะเป็นผู้ที่ได้รับการโน้มน้าวไปแล้วเท่านั้น (Abrahamsson, 1972) ไม่ได้มีผลต่อผู้ที่ยังไม่ได้รับการโน้มน้าว

แนวคิดด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนในรูปแบบต่าง ๆ

ในประเด็นการมีส่วนร่วมของประชาชนทั้งในด้านการเมืองหรือการบริหารราชการนั้น มีคำที่เรียกใช้แตกต่างกัน เช่นคำว่า “ไต่สวนสาธารณะ” “ประชามติ” หรือ “ประชาพิจารณ์” ในบางครั้งก็เกิดการนำคำศัพท์ที่เป็นภาษาต่างประเทศคำเดียวกันมาแปลเป็นภาษาไทยที่ต่างกันจนก่อให้เกิดความสับสนไม่เข้าใจความหมายที่ถูกต้อง คำที่มักจะสับสนกันมากมีอยู่ประมาณ 3 – 4 คำ ดังเช่น (ชาญชัย แสวงศักดิ์, ประชาพิจารณ์, 2540)

“Public Hearing” ในประเทศสหรัฐอเมริกา

“Public Hearing” เป็นคำที่ใช้ในสหรัฐอเมริกาซึ่งในประเทศไทยได้มีการแปลความหมายคำศัพท์คำนี้ไว้แตกต่างกัน เช่น “ไต่สวนสาธารณะ” บ้าง “ประชาพิจารณ์” บ้าง เดิมคำว่า “Public Hearing” นี้หมายถึงการพิจารณาโดยเปิดเผยของศาลให้สาธารณชนรับรู้ ต่อมาคำศัพท์คำนี้ก็ได้นำมาใช้ในการดำเนินงานของฝ่ายบริหาร โดยมีความหมายว่า เป็นการพิจารณาพยานหลักฐานโดยเปิดเผยและมีกระบวนการที่เคร่งครัดอย่างศาลเท่านั้น นอกจากนี้ยังถูกนำไปใช้กับกระบวนการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนด้วย

“Public Hearing” เป็นรูปแบบหนึ่งของกระบวนการที่ให้ประชาชนมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นก่อนการออกกฎหมาย หรือการตัดสินใจครั้งสำคัญที่มีผลกระทบต่อประชาชน ซึ่งเป็นกระบวนการที่ใช้อยู่ในประเทศสหรัฐอเมริกา

“Public Inquiry” ในประเทศสหราชอาณาจักร

“Public Inquiry” เป็นคำศัพท์ที่ใช้อธิบายในกฎหมายของประเทศอังกฤษ ซึ่งในภาษาไทยยังมีคำแปลที่แตกต่างกันอยู่ เช่น แปลว่า “การไต่สวนสาธารณะ” “การสอบสวนโดยเปิดเผย” และ “การรับฟังทางมหาชน” เป็นต้น

“Public Inquiry” หมายถึงมาตรการทางปกครองที่เปิดโอกาสให้ผู้ที่จะถูกกระทบหรือเสียหายในเรื่องนั้น ๆ ได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นหรือโต้แย้ง คัดค้าน ก่อนที่ฝ่ายบริหารจะออกกฎหรือมีคำสั่งในเรื่องนั้น ๆ โดยให้องค์กรหรือบุคคลที่มีความเป็นอิสระเป็นผู้ดำเนินการรับฟังความคิดเห็นนั้น ซึ่งกระบวนการนี้มีข้อดีอยู่ คือ กระบวนการนี้ทำให้ฝ่ายบริหารได้รับทราบข้อมูลต่าง ๆ อย่างเต็มที่และเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้เสนอข้อมูลและแสดงความคิดเห็นโต้แย้งกันอย่างเต็มที่ อันจะทำให้การตัดสินใจในเรื่องนั้นอยู่บนพื้นฐานของข้อมูลที่สมบูรณ์ที่สุด ส่วนข้อเสียของกระบวนการนี้คือ ความล่าช้าในการดำเนินการ และต้องเสียค่าใช้จ่ายในการดำเนินการค่อนข้างมาก

“Public Inquiry” ในประเทศฝรั่งเศส

เดิมประเทศฝรั่งเศสได้ให้ความสำคัญกับระบบการควบคุมหลังการดำเนินการมากกว่าการควบคุมก่อนการดำเนินการ แต่ในช่วงหลังนี้ประเทศฝรั่งเศสเริ่มหันมาให้ความสำคัญกับระบบการควบคุมหลังการดำเนินการมากขึ้น มีการนำการไต่สวนสาธารณะ (“enquete publique” หรือ “public inquiry”) มาใช้บ้างในบางกรณี เช่น กิจการใด ๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อสาธารณชน หรือสิ่งแวดล้อม จำเป็นต้องจัดให้มีการไต่สวนสาธารณะก่อน จึงจะได้รับอนุญาตให้ดำเนินกิจการดังกล่าวได้

การออกเสียงประชามติ (Referendum)

“การออกเสียงประชามติ” หรือ “Referendum” เป็นกระบวนการของการจัดทำกฎหมายโดยให้ประชาชนออกเสียงลงคะแนนเพื่อลงมติชี้ขาดเกี่ยวกับการแก้ไขเพิ่มเติมรัฐธรรมนูญหรือร่างกฎหมายที่สำคัญ มีหลายประเทศที่ใช้ระบบนี้ เช่น สวิตเซอร์แลนด์ อิตาลี ฝรั่งเศส และสหรัฐอเมริกา เป็นต้น

สำหรับประเทศไทยเองก็ได้มีการนำเรื่องนี้มาบัญญัติไว้ในมาตราที่ 211 บัณธส และมาตรา 211 โสฬส ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2534 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 6) พุทธศักราช 2539 ดังนี้

“มาตรา 211 บัณรส เมื่อสภาร่างรัฐธรรมนูญได้จัดทำร่างรัฐธรรมนูญเสร็จสิ้นแล้ว ให้นำเสนอต่อรัฐสภา

๑๗๑

๑๗๑

ในกรณีที่มิฉะนั้นเสียงให้ความเห็นชอบไม่ถึงกึ่งหนึ่งของจำนวนสมาชิกทั้งหมดเท่าที่มีอยู่ของทั้งสองสภา ให้ดำเนินการจัดให้มีประชามติเพื่อให้ประชาชนออกเสียงลงคะแนนว่าจะเห็นชอบหรือไม่เห็นชอบกับร่างรัฐธรรมนูญที่สภาร่างรัฐธรรมนูญเสนอ

มาตรา 211 โสฬส ในกรณีที่จะต้องดำเนินการให้ประชาชนออกเสียงประชามติตามมาตรา 211 บัณรส วรรคห้า ให้ประธานรัฐสภาประกาศในราชกิจจานุเบกษา กำหนดวันให้ประชาชนออกเสียงประชามติซึ่งจะต้องไม่ก่อนเก้าสิบวัน แต่ไม่ช้ากว่าหนึ่งร้อยยี่สิบวันนับแต่วันประกาศ ทั้งนี้ วันออกเสียงประชามติต้องเป็นวันเดียวกันทั่วราชอาณาจักร

๑๗๑

๑๗๑

หลักเกณฑ์และวิธีการออกเสียงประชามติ ให้เป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยการนั้น

๑๗๑

๑๗๑

แนวความคิดและความเป็นมาของการรับฟังความคิดเห็นสาธารณะโดยวิธีประชาธิปไตยในประเทศไทย

แนวคิดที่จะให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารราชการแผ่นดิน โดยอนุญาตให้มีการแสดงความคิดเห็นในประเด็นปัญหาที่สำคัญระดับชาติด้วยวิธีประชาธิปไตยนั้น ได้มีการนำไปกำหนดไว้ในคำแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรี ซึ่งมีนายบรรหาร ศิลปอาชา เป็นนายกรัฐมนตรี ที่แถลงต่อรัฐสภาเมื่อวันที่ 26 กรกฎาคม 2538 ในข้อ 1.8.2 ดังนี้

“1.8 การมีส่วนร่วมของประชาชน

๑๗๑

๑๗๑

1.8.2 ส่งเสริมให้มีการแสดงความคิดเห็นในปัญหาสำคัญของชาติที่มีข้อโต้แย้งหลายฝ่ายโดยวิธีประชาธิปไตยเพื่อเป็นแนวทางประกอบการตัดสินใจของรัฐในการดำเนินงาน”

เพื่อให้การดำเนินการตามนโยบายของรัฐบาลเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ รัฐบาลจึงแต่งตั้ง “คณะกรรมการปฏิรูปการเมือง” โดยมีนายชุมพล ศิลปอาชา เป็นประธานกรรมการ มีนายโภคิน พลกุล เป็นรองประธานกรรมการ คนที่ 1 และนายลิขิต ชีวเวทิน เป็นรองประธานกรรมการ คนที่ 2 โดยให้คณะกรรมการดังกล่าวมีอำนาจหน้าที่ที่สำคัญ คือ

- (1) จัดทำแผนพัฒนาการเมืองให้สอดคล้องกับแนวนโยบายแห่งรัฐ และการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข รวมทั้งเสนอแนวทางและวิธีการปฏิรูปการเมืองต่อคณะรัฐมนตรี
- (2) พิจารณาแนวทางการดำเนินการแก้ไขรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย มาตรา 211
- (3) ตรวจสอบ รวบรวม ศึกษาวิเคราะห์กฎหมายที่ไม่สนองตอบบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญ แล้วดำเนินการร่างหรือแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ หรือกำหนดแนวทางปฏิบัติต่าง ๆ ให้สนองตอบบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญ และเพื่อให้การปฏิรูปการเมืองเป็นไปอย่างรอบคอบและมีประสิทธิภาพ “คณะกรรมการปฏิรูปการเมือง” จึงได้แต่งตั้งคณะอนุกรรมการเพื่อดำเนินการให้เป็นไปในแนวทางที่ “คณะกรรมการปฏิรูปการเมือง” ได้กำหนดไว้ โดยในส่วนของกรดำเนินการตาม (3) “คณะกรรมการปฏิรูปการเมือง” ได้แต่งตั้ง “คณะอนุกรรมการพิจารณาปรับปรุงบทบัญญัติรัฐธรรมนูญ กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ คำสั่ง และวิธีปฏิบัติต่าง ๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการปฏิรูปการเมือง” โดยมีนายโกศล พลกุล เป็นประธานอนุกรรมการฯ

คณะอนุกรรมการชุดนี้ได้พิจารณาศึกษาเรื่องการรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (Public Hearing) แล้ว เห็นสมควรจัดทำ “ร่างระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ พ.ศ....” ขึ้น เพื่อเป็นแนวทางให้แก่หน่วยงานของรัฐในการจัดให้มีการรับฟังความคิดเห็นสาธารณะเพื่อเป็นแนวทางการตัดสินใจในการดำเนินงานตามโครงการของรัฐในเรื่องสำคัญที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม ชุมชน หรือที่มีผลกระทบอื่น ๆ ซึ่งอาจนำไปสู่ข้อโต้แย้งหลายฝ่าย และได้นำเสนอ “คณะกรรมการปฏิรูปการเมือง” พิจารณาแล้ว เห็นชอบด้วย

รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (นายโกศล พลกุล) จึงได้เสนอร่างระเบียบดังกล่าวต่อนายกรัฐมนตรี (นายบรรหาร ศิลปอาชา) เพื่อพิจารณาลงนาม และนำเสนอคณะรัฐมนตรีเพื่อพิจารณาให้ความเห็นชอบต่อไป

คณะรัฐมนตรีได้พิจารณาร่างระเบียบดังกล่าวแล้ว มีมติอนุมัติหลักการและมอบให้รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (นายโกศล พลกุล) ร่วมกับเลขาธิการคณะรัฐมนตรีตรวจพิจารณาในรายละเอียด แล้วนำเสนอนายกรัฐมนตรีพิจารณาลงนามและดำเนินการต่อไปได้

รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (นายโกศล พลกุล) และเลขาธิการคณะรัฐมนตรีได้ตรวจพิจารณาร่างระเบียบดังกล่าวแล้วได้ปรับปรุงข้อเสียใหม่เป็น “ร่างระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ โดยวิธีประชาพิจารณ์ พ.ศ.....” และสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี ได้นำเสนอนายกรัฐมนตรีเพื่อพิจารณาลงนามและประกาศในราชกิจจานุเบกษาแล้วเมื่อวันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2539 โดยให้มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2539 และได้แจ้งเวียนให้ส่วนราชการและรัฐวิสาหกิจทราบและถือปฏิบัติต่อไปแล้ว

(ชาญชัย แสวงศักดิ์, ประชาพิจารณ์, 2540)

แนวคิดในเรื่องของสื่อกับการมีส่วนร่วมในการปฏิรูปการศึกษา

สื่อมวลชนทุกแขนงในประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หนังสือพิมพ์ และโทรทัศน์ เป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของสังคมในวงกว้างแทบทุกเรื่อง หลายครั้งที่มัลลกระทบต่อการตัดสินใจในระดับนโยบาย แต่เท่าที่ผ่านมาส่วนใหญ่แล้ว สื่อเหล่านี้มักจะเสนอเรื่องของการเมือง เศรษฐกิจ อาชญากรรม และบันเทิงเสียส่วนใหญ่ ซึ่งชาวเหล่านี้เป็นชาวที่ประชาชนให้ความสนใจเป็นทุนอยู่แล้ว จึงเป็นชาวที่ขายได้ ทว่า ชาวด้านการศึกษา นั้น สื่อกลับไม่ค่อยให้ความสำคัญเท่าที่ควร ถึงแม้ในปัจจุบัน กระแสการปฏิรูปการศึกษาที่เกิดขึ้นอยู่นี้ จะช่วยกระตุ้นให้สื่อหันมาให้ความสนใจบ้าง แต่ก็ยังไม่เพียงพอที่จะช่วยผลักดันแนวคิดนี้ให้บรรลุเป้าหมายได้ ที่ผ่านมา ชาวการศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพียงการรายงานความเคลื่อนไหวที่วนเวียนอยู่แต่เรื่องทุจริต หรือการโยกย้ายตำแหน่ง หรือเน้นประเด็นที่เกี่ยวข้องทางการเมือง เช่น การลาออกของ นพ.เกษม วัฒนชัย อดีต รมว.ศึกษาธิการ ที่มีการตั้งข้อสังเกตว่าเป็นเพราะขัดแย้งกับนายนายสุวิทย์ คุณคุณกิตติ รองนายกรัฐมนตรีที่ดูแลงานด้านการศึกษา ส่งผลให้สื่อแทบทุกแขนงเสนอข่าวอย่างต่อเนื่องจนทำให้สังคมได้รับรู้และจับตามองประเด็นความขัดแย้งในการจัดแบ่งเขตพื้นที่การศึกษา มากยิ่งขึ้น และชาวคราวเรื่องครูเคลื่อนไหวไม่ต้องการให้องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) เข้ามาจัดการศึกษา ก็ได้ถูกนำมาเป็นข่าวหน้าหนึ่งติดต่อกันหลายวัน เนื่องจากมีมติทางการเมืองเข้ามาเกี่ยวข้อง แต่หลังจากนั้นไม่นาน ชาวเหล่านี้ก็ค่อย ๆ เลือนหายไป

หัวหน้าฝ่ายข่าวการศึกษาของหนังสือพิมพ์ใหญ่ฉบับหนึ่งเปิดเผยกับวารสาร “สถานปฏิรูป” ว่า ในช่วงที่มีกระแสการปฏิรูปการศึกษา ตนให้ความสำคัญแก่ข่าวการศึกษามากขึ้นกว่าแต่ก่อนมาก กระนั้นก็ตาม การที่จะนำเสนอข่าวการปฏิรูปการศึกษามากไปกว่าในหน้าข่าวการศึกษา เฉพาะอย่างยิ่งขึ้นหน้าหนึ่งนั้นเป็นเรื่องยาก เนื่องจากบรรณาธิการข่าวไม่ค่อยเห็นความสำคัญของเรื่องการศึกษาเท่าที่ควร

น.ส. จุฬาลักษณ์ ภูเกิด หัวหน้าฝ่ายข่าวการศึกษา หนังสือพิมพ์มติชน เปิดเผยในที่ประชุมทางวิชาการเรื่อง “บทบาทและมุมมองในการปฏิรูปการเรียนรู้ของสื่อมวลชน” ในงานประชุมสมัชชาการปฏิรูปการศึกษาและการเรียนรู้ในช่วงต้นปีที่ผ่านมาว่า ฝ่ายข่าวการศึกษาให้ความสำคัญและบ่อยครั้งต้องการนำเสนอข่าวมากกว่าแค่ในหน้าข่าวการศึกษาอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม เมื่อเสนอไปแล้วมักทำให้เกิดความขัดแย้งกับส่วนข่าวหรือฝ่ายอื่น เช่น ฝ่ายโฆษณาที่ต้องการนำพื้นที่เพื่อลงโฆษณาตามปริมาณพื้นที่ที่ลูกค้าต้องการ เป็นต้น ทำให้ต้องยอมรับความเป็นจริงว่า พื้นที่ที่มีเรื่องผลได้ทางธุรกิจ หรือมีประเด็นข่าวทางการเมือง เศรษฐกิจ และบันเทิง เสนอเพื่อพิจารณาพร้อมกัน เรื่องการศึกษามักไม่ได้รับการพิจารณา (อ้างถึงในสถานปฏิรูป ปีที่ 4 ฉบับที่ 40 เดือนกรกฎาคม, 2544)

นายมานิจ สุขสมจิตร บรรณาธิการอาวุโสหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ชี้แจงว่า “สาเหตุที่ประเด็นข่าวการปฏิรูปการศึกษาของสื่อต่าง ๆ ยังไม่กว้าง ส่วนหนึ่งมาจากหน่วยงานการศึกษาหรือบุคลากรที่เกี่ยวข้องซึ่งให้ข้อมูลแก่สื่อมวลชนเองก็ยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการปฏิรูปการศึกษา” “ข้อมูลข่าวสารจากหน่วยงานภาครัฐส่วนใหญ่ ไม่ค่อยสร้างสรรค์ ทั้งเนื้อหาและรูปแบบ การนำเสนอยังติดอยู่ในกรอบความคิดแบบราชการ ต้องเป็นเรื่องที่ดี ไม่มีปัญหาใด ๆ ทั้งที่บางเรื่องบางประเด็นน่าจะมียุทธศาสตร์ เป็นรูปธรรม และแง่มุมที่น่าสนใจมากกว่าที่เป็นอยู่ ขณะที่ภาพที่ชัดที่สุดคือ ผลประโยชน์และตำแหน่งของคนในวงการการศึกษา”

อย่างไรก็ตาม แนวคิดด้านการปฏิรูปการศึกษาเป็นเรื่องที่มีผลกระทบในวงกว้าง ประชาชนทุกคนจึงควรเข้ามามีส่วนร่วมในการปฏิรูปการเรียนรู้ มีการวิพากษ์วิจารณ์ เพื่อผลักดันให้การปฏิรูปการศึกษาใน 3 ส่วน คือ กระตุ้นความสนใจของประชาชน เร่งให้ฝ่ายการเมืองหันมาให้ความสนใจการพัฒนาการศึกษาอย่างจริงจัง และฉายภาพประกอบการวิเคราะห์วิจารณ์การปฏิรูปการศึกษาในแง่มุมที่หลากหลายมากขึ้น ในขณะที่เดียวกัน สื่อแขนงต่าง ๆ ก็ต้องช่วยผลักดันเรื่องการศึกษา มีการเพิ่มพื้นที่และเวลาในการนำเสนอมากขึ้น และต่อเนื่องมากกว่านี้ ก็จะเป็นหนทางหนึ่งที่จะช่วยให้แนวคิดการปฏิรูปการศึกษาครั้งนี้จะสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้ตามที่ได้มุ่งหมายไว้

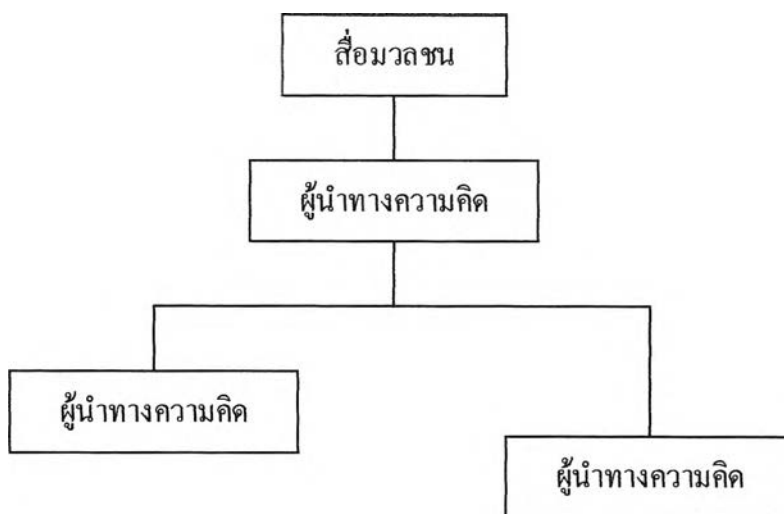
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

D.C. Gowin (1972) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาเอาไว้ว่า การศึกษาเป็นกระบวนการสร้างสรรค์และเป็นกระบวนการถ่ายทอดสิ่งที่มีค่าแก่ผู้เรียนให้มีความรู้ มีทักษะต่าง ๆ เพื่อจะได้ทำหน้าที่ได้ดีขึ้นในสังคมของตน เปลี่ยนสภาพจากคนโง่เขลา มาเป็นผู้มีความรู้พอที่จะดำเนินชีวิตได้อย่างมีความสุข ด้วยเหตุนี้เอง การศึกษาจึงเกี่ยวข้องกับพัฒนาการของ

บุคคล การศึกษาจะต้องช่วยให้บุคคลมีพัฒนาการในทางที่ดีขึ้น ดังนั้น การศึกษาจึงเป็นสิ่งที่มีความหมาย และสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลและสังคมด้วย

Everett M. Rogers (2511) ได้เคยเข้ามาทำการวิจัยในเรื่องของการเผยแพร่ความคิดใหม่ทางการศึกษาในโรงเรียนมัธยมศึกษาของรัฐบาลในประเทศไทยให้กับกระทรวงศึกษาธิการและได้กล่าวไว้ในรายงานการวิจัยว่า ความเปลี่ยนแปลงใหญ่ ๆ ในสังคม จะมีผลกระทบต่อระบบการศึกษาของประเทศไทย ควรจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงหลักสูตรการศึกษากันใหม่ Rogers กล่าวว่า การเผยแพร่ความคิดใหม่ทางการศึกษาที่ดี นับเป็นสิ่งสำคัญมากในการพัฒนาการศึกษาในอนาคต ดังนั้น กระบวนการเผยแพร่ความคิดใหม่จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะสามารถสนองตอบวัตถุประสงค์ทางการศึกษาของชาติได้

ในการเผยแพร่ความคิดใหม่ (นวัตกรรม) นั้น เสถียร เขยประทับ ได้กล่าวไว้ใน “การสื่อสารงานนวัตกรรม” ว่า นวัตกรรมหรือข่าวสารจะถูกถ่ายทอดในลักษณะหลายขั้นตอน (Multi - step Process) กล่าวคือ ข่าวสารจะถูกถ่ายทอดจากแหล่งสารไปยังผู้รับสารโดยผ่านขั้นตอนต่าง ๆ น้อยกว่าหรือมากกว่า 2 ขั้นตอน ดังรูป



จะเห็นว่าสื่อประเภทต่าง ๆ มีอิทธิพลแตกต่างกันในกระบวนการในการตัดสินใจที่จะยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม เช่น สื่อมวลชนจะมีอิทธิพลอย่างมากในการให้ความรู้ ในขณะที่สื่อบุคคลจะมีอิทธิพลต่อทัศนคติและความเชื่อของบุคคล เป็นต้น

ผลการศึกษาของ Wilber Schramm ได้ชี้ให้เห็นว่า การรวมสื่อบุคคล และ สื่อมวลชนเข้าด้วยกันจะให้ผลในการรณรงค์สูง (Schramm, 1972: 30 – 34) การใช้สื่อมวลชน และสื่อบุคคลผสมกันนั้น เป็นการใช้สื่อหลาย ๆ ชนิดในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ต้องการ รณรงค์ ไปพร้อม ๆ กันในช่วงที่กำลังดำเนินโครงการหรือแนวคิดใด ๆ อยู่ เนื่องจากสื่อแต่ละชนิด ต่างมีข้อดีข้อด้อยแตกต่างกันออกไป การใช้สื่อหลากหลายชนิดผสมกันจึงเป็นการนำข้อดีของสื่อชนิด หนึ่งไปชดเชยข้อด้อยของสื่ออีกชนิดหนึ่ง เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารสามารถเข้าถึงประชาชนได้อย่าง แพร่หลาย ให้ประชาชนได้รับรู้ข้อมูลที่ถูกต้อง เกิดทัศนคติที่ดีต่อแนวคิดนั้น ๆ อันจะนำไปสู่ การให้ความร่วมมือของประชาชนต่อโครงการรณรงค์นั้นได้ง่ายขึ้น

สุภา ใจบุญ (2531) ได้ทำการวิจัยถึงแนวโน้มปรัชญาการศึกษาไทยภายในปี พุทธศักราช 2548 ตามการคาดการณ์ของผู้เชี่ยวชาญทางการศึกษา ผลการวิจัยพบว่า ปรัชญา การศึกษาไทยภายในปีพุทธศักราช 2548 ตามการคาดการณ์ของผู้เชี่ยวชาญทางการศึกษา ใน ด้านแนวคิดทางการศึกษาจะมีบางส่วนสอดคล้องกับพุทธปรัชญาการศึกษา ปรัชญาการศึกษา สารัตถนิยม และปรัชญาการศึกษาอัตถิภาวนิยม กล่าวคือ การศึกษาจะไม่เป็นไปเพื่อการ แข่งขันชิงดีชิงเด่นอีกต่อไป แต่เป็นการแสวงหาความรู้เพื่อนำมาอบรมตนทั้ง กาย วาจา ใจ เพื่อให้ สามารถดำเนินชีวิตอย่างสงบสุข และมีอิสรภาพ เพื่อความเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ คือ มีสุขภาพ อนามัยดี มีอิสรภาพเลี้ยงชีพโดยชอบ ใช้หลักธรรมแก้ปัญหาชีวิตได้ ตลอดจนสามารถปรับตนให้ ประสานสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมทั้งที่เป็นมนุษย์ ธรรมชาติ และความเจริญทางเทคโนโลยี ครุเป็นผู้ที่ได้รับการฝึกฝนและคัดเลือกมาเป็นอย่างดี เป็นแบบอย่างที่ดีแก่ผู้เรียนทั้งในด้าน วิชาการและพฤติกรรม คอยกระตุ้นนักเรียนให้เกิดความสนใจในการเรียนรู้ ส่วนผู้เรียนก็จะต้องมี เสรีภาพในการตัดสินใจและรับผิดชอบต่อการกระทำของตนเอง ต้องรู้จักควบคุมตนเอง แข่งขัน กับตัวเอง ค้นหาสิ่งที่ตนสนใจและศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเองอย่างจริงจังโดยมีครูเป็นผู้ชี้แนะแนว ทางให้

ดวงทิพย์ วรพันธุ์ (2525) ได้ทำการวิจัยกลยุทธ์การใช้สื่อเพื่อปลูกฝังโภชนศึกษา แก่สตรีชนบท ได้ผลว่า การใช้สื่อมวลชนโดยเฉพาะวิทยุกระจายเสียง สามารถเข้าถึงสตรีชนบทได้ มากกว่าสื่อโทรทัศน์ แต่การใช้วิทยุเพื่อปลูกฝังโภชนศึกษาอาจต้องมีรูปแบบของรายการสอดคล้องกับนิสัยการใช้สื่อหรือความนิยมของสตรีกลุ่มเป้าหมาย และการใช้สื่อทุกประเภทควรคำนึง ถึงความถี่ในการเปิดรับสื่อแต่ละประเภทอย่างสม่ำเสมออีกด้วย