

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติเกี่ยวกับรัฐธรรมนูญ ฉบับปี 2540 และการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” นี้ผู้วิจัยได้สร้างกรอบแนวคิด สมมติฐาน และตัวแปร โดยอาศัยทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง
2. ทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคล
3. แนวความคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร
4. แนวคิดลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร
5. แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทักษะคติ และการมีส่วนร่วม
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง

มนุษย์อาศัยการสื่อสารเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน การสื่อสารจึงเป็น “ตัวกลาง” ในการถ่ายทอดความคิดเห็น ความรู้สึก และประสบการณ์ จากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง ซึ่งมีรูปแบบลักษณะของการถ่ายทอดที่แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการสื่อสารนั้น ๆ เช่น การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ การสื่อสารเพื่อให้ความรู้ เป็นต้น สำหรับการสื่อสารทางการเมือง นับว่าเป็นลักษณะของการสื่อสารอีกรูปแบบหนึ่ง โดยมุ่งหวังในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การถ่ายทอดความรู้สึก ทักษะคติ เกี่ยวกับการเมือง

ความหมายของการสื่อสาร

เอ็ดเวิร์ด ซาเปียร์ กล่าวว่า การสื่อสาร หมายถึง การที่มนุษย์ติดต่อ ส่งข่าวสาร ข้อเท็จจริง ความคิดเห็นและทักษะคติต่าง ๆ จากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง หรือหลายคน (Edward Sapir, 1959) เช่นเดียวกับ ปรมะ สตะเวทิน (2526) ที่กล่าวว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการถ่ายทอดสารจากผู้ส่งสาร ไปยังผู้รับสารโดยผ่านสื่อ ซึ่งตรงกับ เอเวอร์เรท เอ็ม . โรเจอร์ส และ เอฟ.ฟลอยด์ ชูเมกเกอร์ ที่กล่าวไว้เช่นกันว่า การสื่อสาร คือกระบวนการสื่อสารถูกส่งจากผู้ส่งสาร ไปยังผู้รับสาร (Everett M. Rogers and F. Floyd Shoemaker, 1971)

จากความหมายของการสื่อสารดังกล่าวที่มีความสอดคล้องไปในแนวทางเดียวกัน ทำให้สามารถสรุปได้ว่า การสื่อสาร หมายถึงกระบวนการติดต่อ ส่งข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยอาศัยสื่อเป็นตัวกลางในการถ่ายทอดสาร ผู้วิจัยมีความคิดเห็นสอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสารดังกล่าว แต่ก็เห็นว่าควรที่จะเพิ่มเติมความหมายของการสื่อสารในด้านบทบาทหน้าที่ของสื่อสารด้วย ดังที่ ศิริชัย ศิริกาชะ (2520) ได้อธิบายไว้ว่า การสื่อสารเป็นสิ่งที่นำมาซึ่งความเปลี่ยนแปลงคือเมื่อใดก็ตามที่คนเริ่มทำการสื่อสารกับบุคคลอื่น การเปลี่ยนแปลงย่อมเกิดขึ้นไม่มากก็น้อย โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวกับ ทักษะคติ ความเชื่อ ค่านิยม ตลอดจนการกระทำของคน ดังนั้น การที่บุคคลจะได้รับข่าวสาร หรือส่งข่าวสารไปยังผู้อื่นนั้น ต้องเกี่ยวข้องโดยตรงกับการสื่อสาร การสื่อสารเป็นหัวใจสำคัญของพฤติกรรมมนุษย์ในการอยู่ร่วมกันในสังคม มนุษย์ได้ใช้วิธีการต่าง ๆ ติดต่อกับคนอื่น ๆ เพื่อที่จะบอกข่าวสาร ข้อมูล ตลอดจนความรู้สึกรู้สึกนึกคิด ความเห็นและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ต่อกัน และที่สำคัญเพื่อชักจูงให้เกิดพฤติกรรมตามที่ผู้ส่งสารต้องการ

องค์ประกอบของการสื่อสาร

การสื่อสารมีลักษณะเป็นกระบวนการประกอบด้วยองค์ประกอบต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน มีหน้าที่และวัตถุประสงค์ที่ต้องกระทำร่วมกัน องค์ประกอบที่สำคัญของการสื่อสารได้แก่

1. แหล่งสารหรือผู้ส่งสาร (Source) เป็นจุดเริ่มต้นของการสื่อสาร หมายถึง แหล่งกำเนิดของสาร หรือผู้ที่เลือกสรรข่าวสารเกี่ยวกับความคิดเห็น หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น แล้วส่งต่อไปยังผู้รับสาร ผู้รับสารอาจเป็นบุคคลคนหนึ่ง หรือมากกว่าหนึ่งคนก็ได้ บทบาทของผู้ส่งสารมีอยู่ 3 ประการ คือ เลือกสรรความหมายที่จะใช้สำหรับการสื่อสาร สร้างรหัสจากความหมายให้อยู่ในรูปของสาร และส่งรหัสของสารนั้นออกไป

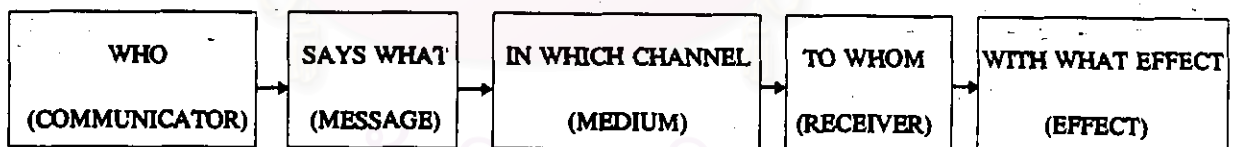
2. สาร (Message) หมายถึง สิ่งที่ทำหน้าที่กระตุ้นความหมายให้กับผู้รับ เป็นสาระเรื่องราวที่ส่งออกไปจากผู้ส่งสารถึงผู้รับสาร อาจเป็นความคิด (Idea) หรือเรื่องราวใด ๆ ที่ส่งผ่านไปตามสื่อได้ สารอาจเป็นข้อความ คำพูด รูปภาพ หรือกริยาท่าทางก็ได้

3. ช่องทางสำหรับส่งสาร หรือสื่อ (Channel of Media) เป็นสิ่งที่จะนำสารจากผู้ส่งไปยังผู้รับ ในการศึกษาเกี่ยวกับ "สื่อ" โดยทั่วไปมักแบ่งสื่อออกเป็นสามประเภท คือ สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

4. ผู้รับสาร (Receiver) หมายถึง ผู้ที่รับข่าวสารจากแหล่งสาร เป็นจุดหมายปลายทางที่สารส่งไปถึง ผู้รับสารอาจเป็นบุคคลเดียวหรือหลายคน หรือกลุ่มคนก็ได้ บทบาทของผู้รับสารมีอยู่ด้วยกันสามประการ คือ รับสาร ตอคราะห์จากสารเพื่อให้ได้ความหมายและได้ตอบสนองความหมาย บทบาททั้งสามนี้อาจทำโดยบุคคลเพียงคนเดียว

องค์ประกอบอีกส่วนหนึ่งคือ "ปฏิกิริยาย้อนกลับ" (Feedback) องค์ประกอบนี้ในบางครั้งอาจมี หรือไม่มีก็ได้ ขึ้นอยู่กับระบบของการสื่อสารแต่ละประเภท ปฏิกิริยาย้อนกลับประกอบด้วยสาร หรือพฤติกรรมที่ผู้ได้รับสารแสดงออกเพื่อให้ผู้ส่งสารได้ทราบถึงผลของสารที่ผู้ส่งได้ส่งไปให้ผู้รับ ปฏิกิริยาย้อนกลับเป็นผลที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงในตัวผู้รับสาร นอกจากนั้นยังเป็นสิ่งที่แสดงว่าการสื่อสารนั้นเกิดผลหรือไม่ และประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใด

ยาโรลด์ ดี. ลาสส์เวลล์ อธิบายความหมายของการสื่อสารโดยใช้แบบจำลอง ซึ่งเป็นการศึกษาปฏิกิริยาระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร เนื้อหาข่าวสาร ชนิดของสื่อที่ใช้ และผลอันเกิดจากการกระทำการสื่อสาร ไว้ดังนี้



แบบจำลองการสื่อสารของ Harold D. Lasswell

WHO

คือ ผู้ที่กำหนดและควบคุมเนื้อหาข่าวสาร ในการวิจัยนี้ คือ ตัวแทนต่าง ๆ ในสังคมที่มีส่วนสำคัญในกระบวนการสังคมประกิตทางการเมือง ซึ่งได้แก่ ครอบครัว สถานศึกษา กลุ่มเพื่อน สื่อมวลชน พรรคการเมือง และหน่วยงานราชการ

WHAT	คือ เรื่องหรือเนื้อหาสาระของเรื่องที่ถูกสื่อสารออกไป ในการวิจัยนี้ คือ ข่าวสารทางการเมืองเกี่ยวกับรัฐธรรมนูญ 2540
CHANNEL	คือ ตัวกลางของสื่อที่ข่าวสารถูกส่งผ่านไปยังผู้รับ ในการวิจัยนี้คือ การสื่อสารมวลชน การสื่อสารระหว่างบุคคล
WHOM	คือ ผู้รับสาร ในการวิจัยนี้ คือ ประชาชน
EFFECT	คือ สิ่งที่เกิดขึ้นอันเป็นผลมาจากความสื่อสาร ในการวิจัยนี้ คือ และการเผยแพร่รัฐธรรมนูญฉบับ พ.ศ.2540

นักวิชาการคนอื่น ๆ อีกหลายคนก็มีความคิดเห็นทำนองเดียวกันกับ ลาสส์เวลล์ เช่น เดวิด เค. เบอริโล เห็นว่า องค์ประกอบของการสื่อสาร คือ แหล่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสาร หรือ สื่อและผู้รับสาร (Feedback) ตามแนวคิดของโรเจอร์ส (Everette M. Rogers and Lynne Svenning, 1969) ด้วย ดังนั้น การสื่อสาร จึงหมายถึง การที่ผู้ส่งส่งสารผ่านช่องทางอันหนึ่งไปยัง ผู้รับสาร และก่อให้เกิดผล (Effect) อันหมายถึงการเปลี่ยนแปลงในตัวผู้รับสาร ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้อาจเป็นการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ ทักษะคิดและพฤติกรรมนั่นเอง (Everett M. Rogers with F. Floyd Shoemaker, อ้างแล้ว) ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้พิจารณาในส่วนของผลของการสื่อสารนี้ด้วย เพื่อที่จะได้เห็นว่า การสื่อสารทางการเมืองของตัวแทนต่างๆ ในสังคมที่มีต่อประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครนั้นเกิดประสิทธิผลเพียงใด โดยพิจารณาผลจากการที่ประชาชนมีมีความรู้ ความเข้าใจและทัศนคติในเรื่องรัฐธรรมนูญฉบับ พ.ศ.2540

หน้าที่ของการสื่อสาร

ลาสส์เวลล์ ได้อธิบายถึงหน้าที่สำคัญของการสื่อสารไว้ 3 ประการคือ (Harold D. Lasswell, อ้างแล้ว)

1. ให้ข่าวสาร
2. ให้ความเห็น หรือการชักจูง
3. ให้ความรู้หรือการศึกษา และการถ่ายทอดทางวัฒนธรรม

ในเมื่อการสื่อสารสามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง และเป็นสิ่งที่ช่วยในการถ่ายทอดวัฒนธรรมแก่บุคคลในสังคม จึงอาจสรุปได้ว่า การสื่อสารย่อมก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและถ่ายทอดความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับรัฐธรรมนูญ 2540 ให้แก่บุคคลในสังคมได้ด้วย ในฐานะที่การเมืองก็เป็นส่วนหนึ่งของระบบสังคม ในการวิจัยครั้งนี้จึงเป็นการสื่อสารบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารทั้งสามประการ โดยหน้าที่ทั้งสามนั้นมีความสอดคล้องเกี่ยวเนื่องกันภายในกระบวนการทางการเมือง

ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการเมืองกับวัฒนธรรมทางการเมือง

แนวความคิดเรื่องการสื่อสารทางการเมืองกับวัฒนธรรมทางการเมืองนี้ อัลมอนด์ และ เทาเวลล์ (Almond and Powell, 1966) อธิบายไว้ว่า การวิเคราะห์และเปรียบเทียบการทำหน้าที่ของการสื่อสารด้านการเมือง เป็นสิ่งที่ประโยชน์และน่าสนใจที่สุดประการหนึ่งในการที่จะศึกษาระบบการเมืองต่าง ๆ ผู้นำทางการเมืองและนักทฤษฎีทางการเมืองต่างยอมรับกันมานานแล้วว่า มีความเกี่ยวพันอันซับซ้อนของการสื่อสารในระบบการเมือง และการวิเคราะห์การสื่อสารในสังคมนั้น สามารถที่จะศึกษาด้วยวิธีการต่าง ๆ หลายวิธี การสื่อสารเป็นปัจจัยที่แพร่กระจายทั่วไป ในวิถีชีวิตของมนุษย์ เราจะพบว่า การสื่อสารมีอยู่ในทุกรูปแบบของกิจกรรมทางสังคม จึงมีผู้เสนอว่า ศาสตร์ทางการเมืองนั้น สามารถที่จะอธิบายแนวความคิดเสียใหม่ได้ โดยใช้หลักของการสื่อสาร และในลักษณะที่เป็นปัจจัยซึ่งทำหน้าที่กระจายข่าวสารและกำหนดผลกระทบ (Impact) จากการนั้น

ในปี 1978 อัลมอนด์และเทาเวลล์ (Almond and Powell, 1978) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่าการสื่อสารด้านการเมือง คือ หน้าที่ของระบบในขั้นพื้นฐาน (Basic System Function) ซึ่งจะมีผลในการรักษา และเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมทางการเมือง และโครงสร้างทางการเมืองความจริงแล้ว อาจกล่าวได้ว่า ความเปลี่ยนแปลงส่วนใหญ่ในระบบการเมืองมีส่วนเกี่ยวข้องกับความเปลี่ยนแปลงในรูปแบบของการสื่อสาร ซึ่งมักเป็นทั้งในรูปของต้นเหตุและผลลัพธ์ ตัวอย่างเช่น กระบวนการสังคมประภคทั้งหมดก็คือกระบวนการสื่อสารนั่นเอง ถึงแม้ว่าการสื่อสารนั้นจะเป็นไปโดยมิได้หวังผลที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติก็ตาม ในทำนองเดียวกันนี้การประสานงานและการควบคุมของบุคคลตามบทบาทในองค์กรต่าง ๆ ย่อมต้องอาศัยการสื่อสารในการให้ข้อเท็จจริง ดังนั้น ใน

การสร้างรูปแบบของสังคมประภคใหม่ และในการสร้างองค์กรใหม่ ต่างก็ต้องอาศัยการเปลี่ยนแปลงในความเป็นไปของการสื่อสาร

จากแนวคิดข้างต้นแสดงให้เห็นว่า การสื่อสารเป็นปัจจัยที่เกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรมทางการเมือง ในการทำหน้าที่เป็นสื่อในการเปลี่ยนแปลง รักษา หรือชักจูงให้บุคคลในสังคมเกิดความคิด ความเชื่อทางการเมืองที่สอดคล้องกับการเมืองการปกครอง จากบุคคลรุ่มหนึ่งไปสู่อุคคลอีกรุ่มหนึ่ง ในระบบการเมือง

หน้าที่ของการสื่อสารทางการเมือง

เสรี วงษ์มณฑา ได้รวบรวมหน้าที่ของการสื่อสารในกระบวนการทางการเมืองในส่วนที่ เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมทางการเมืองไว้ดังนี้ (เสรี วงษ์มณฑา, 2537)

1. สร้างทัศนคติทางการเมือง: การพูดคุย การเผยแพร่ การประชุม การอบรม การแจกใบปลิว การติดป้ายประกาศ การแจกแผ่นพับ ข่าว และบทความทางวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สามารถที่จะช่วยสร้างสำนึกทางการเมือง ค่านิยมทางการเมือง และทัศนคติทางการเมืองให้แก่ประชาชนได้

ข่าวคราวเกี่ยวกับนักการเมืองจะสร้างความรู้สึกให้แก่ประชาชนว่าเขาศรัทธา นักการเมืองเพียงใด และจะทำให้เขาารู้สึกต่อไปว่าเขาควรจะเข้าไปยุ่งเกี่ยวกับกิจกรรมด้านการเมืองมากน้อยเพียงใด อย่างที่ฝรั่งบางคนเขียนถึงเมืองไทยว่า การเมืองไทยเป็นการเข้าร่วมของผู้ไม่รู้ แต่ผู้รู้ไม่เข้าร่วม (Uninformed Participants and Informed Non-Participants) นั่นคือ คนที่รู้อะไรดี ๆ มักจะเสื่อมศรัทธาในระบบการเมืองและไม่เข้าร่วมกิจกรรมทางการเมือง เช่น ไม่ไปเลือกตั้ง แต่คนที่สนใจนั้น เพราะยังไม่รู้อะไรดีนัก จึงยังศรัทธาอยู่ เช่น ชาวนาที่ไปเลือกตั้งกันมาก เป็นต้น

2. สร้างความสนใจในการเมือง: ในสมัยก่อนนั้นคนส่วนใหญ่ไม่ค่อยสนใจการเมืองนัก เพราะไม่ค่อยได้รู้ข่าวคราวของการเมือง ไม่เคยพบเห็นนักการเมืองหรือผู้บริหาร แต่ในปัจจุบันนี้ ข่าวคราวของรัฐบาลมีให้อ่านกันประจำ นักการเมืองจะเป็นข่าวให้เห็นทั้งในหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เสียงพูดของเขามีให้ได้ยินทางวิทยุกระจายเสียง เรื่องราวของเขาจะถูกวิพากษ์วิจารณ์ทางนิตยสารอยู่เป็นประจำ เพราะฉะนั้นคนยุคนี้ก็จะสนใจข่าวการบ้านการเมืองเพิ่มมากขึ้น

3. สร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเมือง: นอกเหนือจากการสร้างความสนใจแล้ว การสื่อสารยังถูกนำมาใช้สร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเมืองได้อย่างมาก การเผยแพร่ประชาธิปไตย โดยสื่อบุคคลกิติ หรือโดยสื่อสารมวลชนกิติ ได้ทำให้ประชาชนเข้าใจดีขึ้นว่า ประชาธิปไตยคืออะไร การพูดถึงกฎหมาย การออกพระราชบัญญัติต่าง ๆ ในปัจจุบันประชาชนมีความรู้ความเข้าใจยิ่งขึ้น ทุกครั้งที่มีการออกกฎหมายใหม่ มีการออกพระราชบัญญัติใหม่ที่ประชาชนต้องรับรู้และเข้าใจเพื่อปฏิบัติตนในฐานะพลเมืองดีก็มีการนำเสนอสู่ประชาชนด้วยการสื่อสาร

4. สร้างบทบาททางการเมือง: ความสนใจที่ก่อให้เกิดความรู้และทัศนคตินั้น ได้นำไปสู่การกำหนดบทบาททางการเมือง ประชาชนปัจจุบันได้รู้ถึงบทบาท สิทธิหน้าที่ของตนในฐานะที่เป็นประชาชนได้ดีขึ้น การลงคะแนนเสียงเลือกตั้งถือเป็นการสื่อสารรูปแบบหนึ่งที่บอกให้นักการเมืองรู้ว่า เราต้องการใครหรือไม่ต้องการใคร ว่าเราสนใจเลือกตั้งบุคคลหรือเลือกพรรค การได้รับข่าวสารทำให้เรารู้อะไรเกี่ยวกับบทบาททางการเมือง และการแสดงบทบาททางการเมืองก็เป็นการส่งข่าวสารไปยังผู้บริหารเช่นกัน

ข่าวสารทางการเมือง

ในแง่ของการสื่อสาร ข่าวสารมีลักษณะเป็นสาร (message) อย่างหนึ่งที่ส่งมาตามสื่อต่าง ๆ ในรูปลักษณะของสัญลักษณ์หรือสัญญาณ (Symbol or Sign) ดังนั้น ข่าวสารจึงหมายถึง "เนื้อหา" ของสื่อที่ใช้ในการสื่อสาร วิลเบอร์ แชรรัมม์ อธิบายว่า ข่าวสาร หมายถึง เนื้อหาอะไรก็ได้ที่จะช่วยลดความไม่แน่ใจ หรือจำนวนทางเลือกที่อาจเป็นไปได้ในสถานการณ์หนึ่ง ช่วยให้บุคคลสามารถสร้างภาพที่ชัดเจน ขยายภาพแวดล้อมที่เขาเกี่ยวข้องและช่วยกำหนดพฤติกรรมที่เขาควรจะทำในสถานการณ์นั้น ๆ (Wilbur Schramm and Donald F. Roberts, 1971)

ทางด้าน สตีเวน แชฟฟี (Steven Chaffee) ได้ให้คำนิยามที่ชี้เฉพาะเจาะจงลงไปถึง "ข่าวสารการเมือง" โดยอาศัยแนวการวิเคราะห์ระบบของ เดวิส ฮิสตัน ว่า ข่าวสารการเมืองเป็นความรู้ของสมาชิกในระบบการเมืองเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวใด ๆ ในสภาวะของระบบ (Steven Chaffee (ed.), 1975)

จะเห็นได้ว่า วิลเบอร์ แชมม์ และ สตีเวน แชนฟี ต่างก็ให้ความหมายของข่าวสารทางการเมืองไว้ใกล้เคียงกัน ซึ่งแชมม์ เน้นว่า ข่าวสารจะทำให้เกิดความชัดเจนในอันที่จะช่วยกำหนดพฤติกรรมที่ควรทำในสถานการณ์นั้น ๆ โดยที่แชนฟี เน้นถึงความรู้ต่อการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในระบบการเมือง จากแนวคิดทั้งสองนี้ ทำให้ผู้วิจัยได้สรุปความหมายของข่าวสารทางการเมืองในการวิจัยครั้งนี้ได้ว่า หมายถึง เนื้อหาที่ให้ความรู้แก่สมาชิกในระบบการเมือง เกี่ยวกับรัฐธรรมนูญ 2540 ที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระบบการปกครองแบบประชาธิปไตย เช่น การเพิ่มบทบาทสิทธิของบุคคลต่างๆ การตัดสินใจในการทำงานของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร การออกกฎหมายของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร การหาเสียงของพรรคการเมืองในระหว่างการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อเป็นการช่วยลดความไม่แน่ใจ หรือให้ทางเลือกที่อาจเป็นไปได้ เพื่อช่วยให้ประชาชนมีการสร้างภาพชัดเจน และสามารถนำข่าวสารนั้นมาพิจารณาในการกำหนดพฤติกรรมของเขาได้

นักรัฐศาสตร์หลายคนจัดเอา "ข่าวสาร" เป็นทรัพยากรทางการเมืองอย่างหนึ่ง ซึ่งเป็นตัวกำหนดอำนาจ หรืออิทธิพลทางการเมืองของบุคคล ข่าวสารจะช่วยลดความไม่แน่ใจและช่วยให้การตัดสินใจมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ความรู้สึกไม่แน่ใจทางการเมือง ความรู้สึกว่าคุณเองมีความรู้ที่น้อยกว่าคนอื่น เป็นที่มาสำคัญของความนิ่งเฉยทางการเมือง ระบบการเมืองแบบประชาธิปไตยจึงไม่สามารถจะเป็นไปได้ ถ้าประชาชนทั่วไปไม่มีความรู้ถึงความเป็นไปของการเมืองการปกครองบ้างเลย (James D. Barber, 1969) แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ อัลมอนด์และเวอร์บา ที่พบว่าความรู้สึกมีความสามารถทางการเมืองในระบบประชาธิปไตย ซึ่งเป็นความรู้สึกทางการเมืองที่จำเป็นสำหรับการดำเนินการปกครองแบบประชาธิปไตยนั้นมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับการมีข้อมูลข่าวสารที่เที่ยงตรงเกี่ยวกับประเด็นปัญหาและกระบวนการทางการเมือง (อ้างถึงใน พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว, 2523) รวมทั้งเกี่ยวข้องกับความสามารถในการใช้ข้อมูลข่าวสารในการวิเคราะห์ทำความเข้าใจกับปัญหาต่าง ๆ การที่บุคคลมีข้อมูลข่าวสารเพิ่มขึ้นจะทำให้บุคคลมีการประเมินคุณค่าและกำหนดข้อตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ ได้อย่างมั่นคงยิ่งขึ้น (พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว, 2523)

ข่าวสารทางการเมือง จึงนับว่ามีบทบาทสำคัญต่อกระบวนการกล่อมเกลารับรู้ทางการเมือง กล่าวคือ ข่าวสารทางการเมืองจะมีผลต่อการเรียนรู้ทางการเมืองของประชาชนโดยอ้อม การทราบข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์ทางการเมืองจะมีผลให้เกิดความเชื่อ ความรู้สึก ความต้องการ

ทัศนคติ ความคิดเห็น ตลอดจนพฤติกรรมต่าง ๆ ในกระบวนการกล่อมเกลากาเรียนรู้ทางการเมืองได้ ในการศึกษาครั้งนี้จึงได้นำแนวคิดนี้มาประกอบในการศึกษาถึงการเผยแพร่ประชาธิปไตยเกี่ยวกับรัฐธรรมนูญ พ.ศ.2540 แก่ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครว่า จะมีผลให้ประชาชนได้รับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับรัฐธรรมนูญใหม่เพียงใด

แนวความคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร (Media Exposure)

ข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ ความต้องการข่าวสารจะเพิ่มมากขึ้นเมื่อบุคคลนั้นต้องการข้อมูลในการตัดสินใจหรือไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง บุคคลจะไม่รับข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านเข้ามาสู่ตนทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อตน แรงผลักดันที่ทำให้บุคคลหนึ่ง ๆ ได้มีการเลือกรับสื่อั้นเกิดจากคุณสมบัติพื้นฐานของผู้รับสารในด้านต่าง ๆ ได้แก่

1. องค์ประกอบทางด้านจิตใจ เช่น กระบวนการเลือกรับข่าวสาร การเลือกรับรู้ตามทัศนคติ และประสบการณ์เดิมของตน

2. องค์ประกอบทางด้านสังคม สภาพแวดล้อม เช่น ครอบครัว วัฒนธรรม ประเพณี ลักษณะทางประชากร เช่น อายุ เพศ ภูมิฐานะ การศึกษา ตลอดจนสถานภาพทางสังคม

แม็กคอมบ์ส และ เบ็คเกอร์ (McCombs and Becker, 1979) ได้ให้ความเห็นว่า บุคคลเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน เพื่อตอบสนองความต้องการ 4 ประการ คือ

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตการณ์สิ่งต่าง ๆ รอบตัวจากสื่อมวลชน เพื่อจะได้รู้ทันเหตุการณ์ ทันสมัย และรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งที่สำคัญที่ควรรู้

2. เพื่อต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวกับชีวิตประจำวัน การเปิดรับข่าวสารทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะ หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ รอบตัวได้

3. เพื่อการพูดคุยสนทนา (Discussion) การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ทำให้บุคคลมีข้อมูลที่จะนำไปใช้ในการพูดคุยกับผู้อื่นได้

4. เพื่อความต้องการมีส่วนร่วม (Participation) เพื่อรับรู้ และมีส่วนร่วมในเหตุการณ์
ความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมและรอบ ๆ ตัว

การเปิดรับข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา ประกอบด้วย การเปิดรับข่าวสาร 2 ลักษณะ
คือ

1. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน
2. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล

ชาร์ล เค อัทคิน (Atkin, 1973) กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมาก ยังมีหูตากว้างไกล มี
ความรู้ ความเข้าใจในสภาพแวดล้อม และเป็นคนที่ทันสมัย ทนต่อเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าว
สารน้อย

โรเจอร์ส และ สเวนนิ่ง (Rogers and Sevenning, 1969) ได้ขยายแนวคิดเกี่ยวกับการเปิด
รับสื่อมวลชน ให้กว้างออกไปอีกโดยให้คำนิยามว่าสื่อมวลชนนั้น ครอบคลุมถึงสื่อห้าประเภท คือ
หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ วิทยุ นิตยสาร และโทรทัศน์ เหตุนี้ ดัชนีในการวัดการเปิดรับสื่อมวลชน
ในความหมายของเขาทั้งสองจึงต้องประกอบด้วยจำนวนรายการวิทยุที่รับฟังต่อสัปดาห์ การอ่าน
หนังสือพิมพ์ต่อสัปดาห์ ภาพยนตร์ที่ดูต่อปี และอื่น ๆ

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

1. การเลือกรับหรือการเลือกใช้ (Selective Exposure)

บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อ และข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ ตามความสนใจ และความต้องการ
ของตนเพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาและเป็นข้อมูล เพื่อสนองความต้องการของตน

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention)

นอกจากบุคคลจะเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว บุคคลยังเลือกให้ความสนใจต่อข่าวสารที่ได้
รับ ซึ่งสอดคล้องหรือเข้ากันได้กับทัศนคติ และความเชื่อดั้งเดิมของบุคคลนั้น ๆ ในขณะที่เดียวกันก็
พยายามหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารที่ขัดต่อทัศนคติ หรือความคิดดั้งเดิม ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสาร
ที่ไม่สอดคล้องกับความรู้สึกของเขา จะทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจและสับสนได้

3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Selective Interpretation)

เมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว ผู้รับสารอาจมีการเลือกรับรู้และเลือกตีความสารที่ได้รับด้วย ตามประสบการณ์ของแต่ละคน ผู้รับสารจะมีการตีความข่าวสารที่ได้รับมาตามความเข้าใจของตนเองหรือตามที่ตนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ และแรงจูงใจของตนในขณะนั้น

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention)

หลังจากที่บุคคลเลือกให้ความสนใจ เลือกรับรู้ และตีความข่าวสารไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตนแล้ว บุคคลยังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารในส่วนที่ต้องการจำเข้าไว้เป็นประสบการณ์ ในขณะที่เดียวกันก็มักจะลืมข่าวสารที่ไม่ตรงกับความสนใจของตนเอง

ขั้นตอนในการรับสื่อนี้ชเรมม์ (Schramm) ได้อธิบายว่าข่าวสารที่เข้าถึงระดับความสนใจของผู้รับสารจะมีแนวโน้มที่จะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น

สำหรับเหตุผลในการที่มนุษย์เลือกสนใจ หรือตั้งใจรับข่าวสารอย่างไรจากสื่อ นั้น นักวิชาการหลายท่านที่มีความเห็นสอดคล้องกันดังนี้

ไฟรด์สัน (Friedson) ไรเลย์ (Riley) และฟลาวเวอร์แมน (Flowerman) มีความเห็นว่า แรงจูงใจที่ต้องการเป็นที่ยอมรับของสมาชิกภายในสังคมจะเป็นสิ่งที่ช่วยกำหนดความสนใจ การเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ก็เพื่อตอบสนองความต้องการของตน ซึ่งปรากฏการณ์นี้เมอร์ตัน (Merton) ไรท์ (Wright) เรียกว่า "พฤติกรรมในการแสวงหาข่าวสาร" นักวิชาการเหล่านี้มีความเห็นตรงกันว่า ผู้รับข่าวสารจะเลือกรับข่าวสารจากสื่อใดนั้น ย่อมเป็นไปตามบทบาท และสถานภาพในสังคมของผู้รับสาร และเหตุผลในการรับสารก็เพื่อนำไปเป็นหัวข้อในการสนทนา ซึ่งจะทำให้ผู้รับสารรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่เป็นตัวกำหนดให้เกิดความแตกต่างกันในการเลือกสรรข่าวสารของมนุษย์ ซึ่งงานการศึกษาของ เดอเฟลอร์ (Defleur, M.L., 1966) ได้เสนอทฤษฎีเกี่ยวกับตัวแปรแทรก (Intervening Variables) ที่มีอิทธิพลในกระบวนการสื่อสารมวลชนระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยตรงทันทีทันใด แต่มีปัจจัยบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้รับสารแต่ละคน เช่น จิตวิทยา

และสังคม ตลอดจนอิทธิพลของบุคคลหรือกลุ่มที่บุคคลนั้นสังกัดอยู่ ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการรับข่าวสารนั้น ๆ ทำให้เกิดผลไม่เหมือนกันหรือไม่เป็นไปตามเจตคติของผู้ส่งสาร

จากแนวคิดเรื่องการเปิดรับข่าวสารข้างต้น อาจสรุปได้ว่าบุคคลจะเลือกเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการปกครองระบอบประชาธิปไตยจากสื่อใดนั้น ย่อมเป็นไปตามบทบาท และสถานภาพในสังคมของผู้รับสาร และเหตุผลหนึ่งในการรับสารก็เพื่อนำไปเป็นหัวข้อในการสนทนา ซึ่งจะทำให้ผู้รับสารรู้สึกว่าคุณเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ซึ่งการเปิดรับข่าวสารนั้นก็จะต้องผ่านกระบวนการเลือกรับข่าวสารในชั้นต่าง ๆ ดังได้กล่าวมาแล้วข้างต้น

ทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อมวลชน และสื่อบุคคล

ในกระบวนการสื่อสารมีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ ได้แก่

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

องค์ประกอบทั้ง 4 นี้ มีส่วนสำคัญในการกำหนดความสำเร็จของการสื่อสารที่จะทำให้ผู้รับสาร เกิดความตระหนัก มีทัศนคติ และพฤติกรรมไปในแนวทางที่ผู้ส่งสารตั้งใจ

สื่อ (Media) คือ พาหนะที่นำพาข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ซึ่งจำแนกได้

2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ (เสถียร เรขประทีป 2528)

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

1. สื่อมวลชน หมายถึง สื่อที่สามารถจะเข้าถึงกลุ่มผู้รับสารที่มีจำนวนมาก และอยู่กันอย่างกระจัดกระจายได้อย่างรวดเร็ว เป็นการแพร่กระจายข่าวสาร ซึ่งสื่อมวลชนของการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์

คุณลักษณะของสื่อมวลชน คือ

1. สามารถเข้าถึงผู้รับหรือกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากได้ในเวลาอันรวดเร็ว
2. สามารถให้ความรู้และข่าวสารได้ดี
3. สามารถนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ไม่พึงปรารถนาได้

แคทซ์ และ ลาซาร์สเฟลด์ (Katz and Lazarsfeld, 1955 : 27) เห็นว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลมีผลต่อการทำให้ผู้รับสารยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติและยอมรับที่จะให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ มากที่สุด ฉะนั้นสื่อบุคคลจึงมีความสำคัญมากกว่าสื่อมวลชนในชั้นสูงใจ ส่วนสื่อมวลชนจะมีความสำคัญกว่าในชั้นของการให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง และอาจมีผลบ้างในการสร้างทัศนคติ ในเรื่องที่บุคคลยังไม่เคยรับรู้มาก่อน

โจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Joseph T. Klapper, 1960) กล่าวถึงอิทธิพลของการสื่อสาร มวลชนต่อบุคคลในสังคมว่าเป็นเพียงแรงเสริมในกระบวนการโน้มน้าวใจต่อความคิดเห็น หรือทัศนคติที่มีอยู่แล้ว สื่อสารมวลชน มิได้มีอิทธิพลโดยตรงต่อบุคคล จึงต้องอาศัยปัจจัยอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากการสื่อสารร่วมด้วย จึงจะมีอิทธิพลต่อบุคคลได้ ซึ่งได้แก่ อุบัติสย บรรทัดฐานของกลุ่ม กระบวนการเลือกรับสาร การเผยแพร่ข่าวสาร โดยบุคคลหรือผู้นำความคิดเห็น ระบบการปกครอง และระบบการสื่อสารมวลชน

อิทธิพลของสื่อมวลชน

โจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Joseph T. Klapper อ้างใน ปรมะ สตะเวทิน, 2533 : 142) ได้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ที่มีต่อทัศนคติ และพฤติกรรมด้านต่าง ๆ ของประชาชนไว้ดังนี้

1. อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชนนั้น ไม่ใช่อิทธิพลโดยตรง แต่เป็นอิทธิพลโดยอ้อม เพราะมีปัจจัยต่าง ๆ ที่กั้นอิทธิพลของสื่อมวลชน ปัจจัยดังกล่าว ได้แก่

1.1 ความมีใจโน้มเอียงของผู้รับสาร (Predispositions) ประชาชนจะมีความคิดเห็น ค่านิยม และความโน้มเอียงที่จะประพฤติ ปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งอยู่ก่อน ซึ่งได้รับอิทธิพลจากการคบ

หาสมาคมกับคนอื่น และสถาบันสังคมที่ตนเป็นสมาชิก เมื่อบุคคลผู้นั้นสัมพันธ์กับสื่อมวลชน ก็จะนำเอาทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมเหล่านั้นติดมาด้วย

1.2 การเลือกของผู้รับสาร (Selective Processes) ประชาชนจะเลือกรับสารที่สอดคล้อง หรือที่ขัดแย้งกับความคิดเห็น และความสนใจของตน และจะหลีกเลี่ยงไม่ยอมรับสารที่ไม่สอดคล้อง หรือที่ขัดแย้งกับความคิดเห็น และความสนใจของตน ประชาชนจะพยายามตีความสารตามความเชื่อ และค่านิยมที่ตนมีอยู่เดิมและจะเลือกจดจำเฉพาะสิ่งที่สนับสนุนความคิดและความเชื่อของตน

1.3 อิทธิพลของบุคคล (Personal Influence) ข่าวสารจากสื่อมวลชนอาจไม่ได้ไปถึงประชาชนทั่วไปในทันที แต่จะผ่านสื่อบุคคลหรือผู้นำความคิดเห็นก่อนจะไปถึงประชาชน ผู้นำความคิดเห็นมักสอดคล้องแทรกความรู้ตื้นกึกของตนเข้าไปด้วย ผู้นำความคิดเห็นมักจะเป็นคนที่ได้รับความเชื่อถือเลื่อมใส และไว้วางใจจากประชาชนทั่วไป จึงเป็นผู้มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นและการตัดสินใจของประชาชน

1.4 ลักษณะของธุรกิจด้านสื่อมวลชน (Economic Aspects) การดำเนินธุรกิจด้านสื่อมวลชน ในสังคมเสรีนิยมซึ่งมีระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนั้น สื่อมวลชนสามารถแข่งขันกันได้โดยเสรีต่างฝ่ายต่างเสนอความคิดเห็นและค่านิยมที่แตกต่างกันออกไป และประชาชนก็มีเสรีภาพในการที่จะเลือกเชื่อถือความคิดเห็นใดความคิดเห็นหนึ่งได้ และตัดสินใจว่าจะเชื่อสื่อมวลชนไหนดี

2. อิทธิพลที่สื่อมวลชนมีต่อประชาชน เป็นเพียงผู้สนับสนุนเท่านั้น คือสื่อมวลชนจะสนับสนุนทัศนคติ ค่านิยม ความมีใจโน้มเอียง ตลอดจนแนวโน้มด้านพฤติกรรมของประชาชนให้มีความเข้มแข็งขึ้นและพร้อมที่จะแสดงให้ปรากฏออกมาเมื่อมีแรงจูงใจเพียงพอหรือเมื่อมีโอกาสเหมาะสม

3. สื่อมวลชนอาจทำหน้าที่เป็นผู้เปลี่ยนแปลงประชาชนได้เช่นกัน จะเกิดขึ้นต่อเมื่อบุคคลมีความโน้มเอียงที่จะเปลี่ยนแปลงอยู่ก่อนแล้ว หากสื่อมวลชนสามารถเสนอสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการของเขา เขาก็จะเปลี่ยนทัศนคติ และพฤติกรรมได้ สื่อมวลชนจึงทำหน้าที่เป็นเพียงผู้เสนอหนทางในการเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมเท่านั้น

4. สื่อมวลชนสามารถสร้างทัศนคติ และค่านิยมใหม่ให้เกิดแก่ประชาชนได้ในกรณีที่บุคคลนั้น ๆ ไม่เคยมีความรู้หรือประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้นมาก่อน ทัศนคติและค่านิยมใหม่นี้จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อบุคคลผู้นั้นรับสารที่เสนอเรื่องราวในแนวเดียวกันบ่อย ๆ เป็นอิทธิพลในลักษณะสะสมมิใช่อิทธิพลที่ก่อให้เกิดผลได้ทันทีทันใด หรือในระยะเวลาอันสั้น

วิลเบอร์ ชแรมม์ (Wilbur Schramm) ได้กล่าวว่า การสื่อสารเข้ามามีบทบาทต่อการพัฒนาได้สามลักษณะคือ

- ประชาชนต้องได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนา
- ประชาชนมีโอกาสเข้าร่วมในกระบวนการตัดสินใจที่จะเปลี่ยนแปลง
- ทักษะที่จำเป็นต้องได้รับการอบรมสั่งสอน เช่น เด็ก ต้องได้รับการศึกษา ผู้ประกอบอาชีพต่าง ๆ ต้องได้รับการอบรม, เรียนรู้ในการปรับปรุงอาชีพของตนให้ก้าวหน้า

5. สื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลที่ผู้นำพาข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อสื่อสารแบบตัวต่อตัว ระหว่าง บุคคล 2 คน หรือมากกว่า 2 คนขึ้นไป

การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal communication)

ในการสื่อสารระหว่างบุคคลทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถที่จะซักถามทำความเข้าใจ และมีปฏิริยาโต้ตอบซึ่งกันและกันได้ทันที การสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นมีองค์ประกอบของการสื่อสารอยู่อย่างครบถ้วน คือ ผู้ส่งสาร (Source) สาร (Message) สื่อ (Media) ผู้รับสาร (Receiver) ผล (Effect) และปฏิริยาสนองกลับ (Feedback)

โรเจอร์ส และ ชูเมคเกอร์ (Rogers and Shoemaker) กล่าวว่า ในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใด ๆ เกิดการยอมรับในการที่เสนอออกไปหรือจะทำการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพที่สุด เพื่อให้มีการยอมรับสารนั้น ควรที่จะใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนี้จะมีประโยชน์มากในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับเกิดการเปลี่ยนแปลง ในระดับทัศนคติ และพฤติกรรมในการรับสาร นอกจากนี้ยังเป็นวิธีช่วยให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัด และตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้นอีกด้วย

ประสิทธิภาพของสื่อบุคคล

สเตียร์ เซปประทับ (2525) ได้กล่าวถึงประสิทธิภาพของสื่อบุคคลไว้ดังนี้

1. สามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบบุคคลวิถี ถ้าผู้รับสารไม่เข้าใจในสารก็สามารถที่จะไต่ถามหรือ ขอข่าวสารเพิ่มเติมจากผู้ส่งสารได้ในเวลาอันรวดเร็ว ส่วนตัวผู้ส่งสารก็สามารถปรับปรุงแก้ไขสารก็สามารถปรับปรุงแก้ไขสารที่ส่งออกไปให้เข้ากับความต้องการ และความเข้าใจของผู้รับสารได้ในเวลาอันรวดเร็วเช่นกัน

การที่ช่องทางที่เป็นสื่อระหว่างบุคคล มีปฏิกิริยาตอบสนอง หรือปฏิกิริยาสะท้อนกลับ สามารถทำให้ลดอุปสรรคของการสื่อสารที่เกิดจากการเลือกรับสาร การเลือกแปลหรือตีความสาร และการเลือกจำสารได้

2. สามารถที่จะจูงใจบุคคลให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังรากลึกได้

ลาซาร์สเฟลด์ และ แมนเซล (Lazarsfeld and Manzel, 1968) ได้ให้เหตุผลในความมีประสิทธิภาพของสื่อบุคคลว่า

1. การพูดคุยเป็นกันเองเป็นส่วนตัวทำให้ผู้พูดและผู้ฟังเกิดความเป็นกันเอง และทำให้ผู้ฟังยอมรับ ความคิดเห็น ของผู้พูดได้ง่ายขึ้น

2. การสื่อสารแบบเผชิญหน้ากัน ทำให้ผู้พูดสามารถคัดแปลงเรื่องราวต่าง ๆ ให้ตรงกับความต้องการของผู้ฟังได้อย่างเหมาะสม

3. การสื่อสารแบบนี้ทำให้ผู้ฟังรู้สึกว่าได้รางวัล หรือมีส่วนร่วมในเรื่องที่ตัวเองสามารถแสดงความคิดเห็นกับผู้พูดได้

การสื่อสารระหว่างบุคคลแบ่งเป็น 2 ประเภท (สเตียร์ เซปประทับ, 2525) คือ

1. การติดต่อโดยตรง (Direct Contact) การติดต่อโดยตรงนี้ใช้สื่อบุคคลในการเผยแพร่ข่าวสารโดยวิธีเยี่ยมบ้าน เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีกับประชาชน วิธีนี้หากประชาชนหรือผู้รับสารไม่เข้าใจก็สามารถซักถามทำความเข้าใจได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้ผู้เผยแพร่ข่าวสารยังสามารถสำรวจข้อเท็จจริงเกี่ยวกับผู้รับสารได้ด้วย ฉะนั้น ในกิจการเผยแพร่ข่าวสาร เพื่อสร้างความเข้าใจหรือชักจูงโน้มน้าวใจจึงนิยมใช้การติดต่อสื่อสาร

โดยตรง แต่มีข้อจำกัดคือการสื่อสารประเภทนี้ต้องใช้สื่อบุคคลเป็นจำนวนมาก สิ้นเปลืองเวลา ค่าใช้จ่าย และแรงงานในการเผยแพร่ข่าวสาร

2. การติดต่อโดยกลุ่ม (Group Contact of Community Public) คือ การติดต่อโดยผ่านกลุ่ม กลุ่มจะมีอิทธิพลต่อบุคคลส่วนรวม กลุ่มต่าง ๆ ช่วยให้การสื่อสารของบุคคลบรรลุเป้าหมายได้

ดังที่ บลูมเมอร์ (Blumer, 1969) กล่าวได้ว่า "สังคมมนุษย์ประกอบด้วยกลุ่มที่ต่างชนิดกัน ส่วนใหญ่ชีวิตที่ร่วมกันอยู่ทั้งหมดจะประกอบกันเป็นแบบแผนปฏิบัติและมีพฤติกรรมร่วมกันของกลุ่ม เมื่อกลุ่มมีความสนใจมุ่งไปในทิศทางใด บุคคลส่วนใหญ่ในกลุ่มก็จะมี ความสนใจในทางนั้นด้วย

ซึ่งการติดต่อโดยกลุ่มอาจทำได้โดยการสนทนาภายในกลุ่ม ประชุมสัมมนาคือจัดกลุ่มคนที่มีความสนใจร่วมกัน ตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ให้สนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นมีปฏิริยาโต้ตอบกัน ซึ่งจะมีส่วนช่วยในการตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธข่าวสารได้

เบทติงเฮาส์ (Bettinhaus, 1986 : 180 อ้างใน ลดาวัลย์ พอใจ, 2536) กล่าวว่าสื่อมวลชนเป็นเพียงตัวเสริมความเชื่อและทัศนคติที่มีอยู่เดิม ให้ฝังแน่นมากกว่าจะเปลี่ยนแปลงทัศนคติอย่างสิ้นเชิง แต่อาจเปลี่ยนแปลงการรับรู้ได้บ้างในขอบเขตอันจำกัดของประสบการณ์ ฉะนั้นสื่อมวลชนจึงเป็นเพียงแหล่งความคิดและเป็นผู้วางแนวทางในการเปลี่ยนแปลงเท่านั้น กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นของมนุษย์นั้นเป็นผลมาจากการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเห็นหน้ากันทั้งสิ้น

นอกจากนี้ทฤษฎีการสื่อสารแบบหลายขั้นตอน (Multi-Step Flow of Communication) ยังได้กล่าวไว้ว่า ข่าวสารส่วนใหญ่ที่เผยแพร่จากสื่อมวลชนไปยังประชาชน เป้าหมายนั้น มักจะผ่านผู้นำความคิดเห็น (Opinion Leader) หรือผู้ที่เข้าถึงสื่อมากกว่าก่อนแล้วบุคคลเหล่านี้จะนำเอาข่าวสารข้อมูลที่ได้รับ ไปเผยแพร่แก่ประชาชนเป้าหมายคนอื่นต่อไป ซึ่งในการถ่ายทอดข่าวสารแต่ละครั้งของผู้รับสารคนท้าย ๆ จะได้รับข่าวสารที่มีทัศนคติของคู่สนทนาแทรกลงไปด้วย ซึ่งอาจมีผลไม่น้อยที่ทำให้ผู้รับสารคล้อยตาม (Katz, 1955)

การนำเอาสื่อมวลชนมาใช้ควบคู่กับสื่อระหว่างบุคคลสามารถลดอุปสรรคของการสื่อสารที่เกิดจากการเลือกรับสาร (Selective exposure) ได้ สื่อระหว่างบุคคลจะทำหน้าที่สนับสนุนผลหรืออิทธิพลที่เกิดจากสารของสื่อมวลชน และ Media Forums จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของสารที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับสาร โดยช่วยลดอุปสรรคของการสื่อสารอันอาจเกิดจากการเลือกรับสาร (Selective exposure) และการตีความสาร (selective perception) (เตชียร เขย ประทับ, 2525)

จากทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลนั้น จะทำให้เราทราบว่าสื่อทั้งสองมีความสำคัญเท่า ๆ กัน การเลือกใช้สื่อทั้งสองนี้ก็แล้วแต่ว่าเราจะมุ่งให้เกิดวัตถุประสงค์อะไร กล่าวคือ ถ้าต้องการบอกกล่าวแจ้งให้ทราบ ก็นิยมใช้สื่อมวลชนเนื่องจากสามารถครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง แต่ถ้าต้องการโน้มน้าวใจ สื่อบุคคลมักจะได้ผลมากกว่า สำหรับการสื่อสารเรื่องการปกครองในระบอบประชาธิปไตยก็เช่นเดียวกัน ที่เห็นได้ชัดได้แก่ ช่วงการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ซึ่งพรรคการเมืองต่างก็ใช้สื่อมวลชนในการเผยแพร่นโยบายของพรรค คำขวัญ หมายและสัญลักษณ์รับเลือกตั้ง ซึ่งก่อให้เกิดการรับรู้ในวงกว้าง แต่เมื่อต้องการให้ประชาชนไปลงคะแนนเสียงให้พรรคของตนแล้ว ก็มักจะใช้สื่อบุคคล เช่น หัวคะแนน ตัวผู้สมัครรับเลือกตั้งที่จะไปแถลงนโยบายของพรรคให้ประชาชนฟัง หรือไปพบปะทำความเข้าใจกับประชาชนในเขตที่ตนจะลงสมัครเป็นต้น

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของผู้ฟัง

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของประชาชน เป็นแรงผลักดันให้บุคคลหนึ่งบุคคลใดเลือกรับสื่อซึ่งเมอร์ริลล์ และโรเวนสไตน์ (John C. Merrill and Ralph L. Lowenstein, 1971 : 134-135) ได้สรุปไว้ว่า มีปัจจัยหลายประการที่เป็นแรงผลักดันให้บุคคลหนึ่งบุคคลใดได้มีการใช้สื่อ ดังนี้

1. ความเหงา ด้วยเหตุผลที่ว่าโดยปกติคนเราไม่ชอบที่จะอยู่ตามลำพัง เพราะจะเกิดความรู้สึกสับสน วิตกกังวล หวาดกลัว และการเมินเฉยจากสังคม คนเราจึงมีการรวมกลุ่มกันอยู่เพื่อสังสรรค์กับผู้อื่นเท่าที่โอกาสจะเอื้ออำนวยให้ แต่ถ้าไม่สามารถจะติดต่อสังสรรค์กับบุคคลใดโดยตรง คนเราก็จะอยู่กับสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อสาร และแท้จริงแล้วคนบางคนพอใจที่จะอยู่กับ

สื่อมวลชนมากกว่าสื่อบุคคลด้วยซ้ำ เพราะสื่อมวลชนเป็นเพื่อนแก้เหงาได้ดี ไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนา หรือทางสังคมแก่ผู้รับ

2. ความอยากรู้อยากเห็น ซึ่งเป็นคุณสมบัติขั้นพื้นฐานของมนุษย์ คนเราอยากรู้อยากเห็น ตั้งแต่สิ่งที่อยู่ใกล้ตัว จนกระทั่งสิ่งที่อยู่ไกลตัวออกไปตามลำดับ ทั้งที่เป็นวัตถุ สิ่งของ ความคิด หรือการกระทำต่าง ๆ ของผู้อื่น ซึ่งสื่อมวลชนเป็นสิ่งที่สามารถตอบสนองของความต้องการในสิ่งเหล่านี้ได้ดีที่สุด

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง (Self-Aggrandizement) เพราะมนุษย์ต้องการแสวงหา และใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์แก่ตนเอง ทั้งเพื่อเสริมสร้างบารมีของตนเอง เพื่อให้ได้รับความสะดวกสบาย หรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิง ซึ่งข่าวสารเหล่านี้ไม่ว่าจะเป็นประโยชน์ทางด้านไหน ก็ล้วนแล้วแต่จะสามารถหาได้จากสื่อมวลชน วิลเบอร์ แชรรมม์ (Wilbur Schramm, 1954 : 3-26) ได้ให้หลักทั่วไปอันเป็นเหตุผลทางการเลือกกว่าคนย่อมจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least Effort) และได้รับประโยชน์ตอบแทนที่ดีที่สุด (Promise of Reward) โดยผู้รับสารมักจะแสวงหาข่าวสารที่มาสสนับสนุนความคิดเห็นที่มีอยู่ก่อน (Preconceptions) แล้ว รวมทั้งอคติของตนเองอย่างไม่รู้ตัวเสมอ ดังนั้น ผู้รับข่าวสารจึงแสวงหาสารที่สอดคล้องกับท่าทีทางจิตใจที่มีอยู่ก่อนหน้านั้นแล้ว (Predispositions) ข่าวสารที่แสวงหาจึงจะไม่เป็นข่าวสารที่ขัดแย้งกับความเชื่อของตน

4. "ลักษณะเฉพาะ" ของสื่อมวลชนโดยทั่วไป เนื่องจากสื่อมวลชนของแต่ละอย่างมีลักษณะเฉพาะตัว ที่ผู้รับข่าวสารแต่ละคนแสวงหา และที่ได้ประโยชน์ไม่เหมือนกัน ดังนั้นผู้รับข่าวสารแต่ละคนย่อมเข้าหาลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อที่สนองความต้องการ และทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ เช่น หนังสือพิมพ์ มีลักษณะเฉพาะที่สำคัญคือ ให้ข่าวสารละเอียด ราคาถูก และสามารถนำติดตัวได้สะดวก เป็นสิ่งแสดงสถานภาพทางสังคมและเป็นการสัมผัสกับสังคมภายนอก ส่วนสื่อวิทยุและโทรทัศน์ ก็เป็นสื่อที่มีลักษณะเฉพาะ เช่น สามารถปลดปล่อยอารมณ์ได้ดีที่สุด ทำให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจที่ได้แข่งขันและสามารถเอาชนะผู้อื่นได้ (เช่น รายการแข่งขันเกมส์โชว์, รายการทายปัญหา) สามารถชดเชยความรู้สึกที่ตนเองไม่มี เป็นต้น

ลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร (Demographic Characteristics Audience)

1. อายุ (Age)

อายุของผู้รับสารเป็นลักษณะประการหนึ่ง ที่เราสามารถใช้ในการวิเคราะห์ผู้รับสาร อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม โดยทั่วไปแล้ว คนที่มีอายุน้อยกว่ามักจะมีความคิดเสรีนิยมมากกว่า (more liberal) คนที่มีอายุมาก ในขณะที่คนที่อายุน้อยมักจะมีความคิดอนุรักษนิยมมากกว่า (more conservative) คนที่มีอายุน้อย คนที่มีอายุน้อยมักจะเป็นคนที่ยึดถืออุดมการณ์กว่า (more idealistic) ใจร้อนกว่า (more impatient) และมองโลกในแง่ดีกว่า (more optimistic) คนที่มีอายุมาก ในขณะที่คนที่อายุมากมักจะเป็นคนที่ยึดถือการปฏิบัติมากกว่า (more pragmatic) มีความระมัดระวัง (cautious) และมองโลกในแง่ร้าย (pessimistic) สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องจาก คนที่มีอายุมีประสบการณ์ในชีวิต ซึ่งเคยผ่านยุคเช่นต่าง ๆ ตลอดจนมีความผูกพันที่ยาวนานและมีผลประโยชน์ในสังคมมากกว่าคนที่อายุน้อย คนที่อายุมากกว่ามีทรัพย์สินสมบัติมากกว่าคนที่อายุน้อย จึงมักจะไม่ค่อยยอมให้มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นในสังคม เพราะการเปลี่ยนแปลงในสังคมย่อมมีผลกระทบต่อทรัพย์สิน, สถานะทางสังคมและความลำบากในการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลง นอกจากนี้ คนที่รุ่นต่างกันยังมีประสบการณ์ของชีวิตที่แตกต่างกันไปด้วย ประสบการณ์บางอย่างของคนรุ่นเก่าเป็นประสบการณ์ที่ขมขื่นลำบากยากแค้น ซึ่งคนรุ่นใหม่ ไม่เคยประสบไม่เคยรู้สชาติ จึงทำให้ทัศนคติและความรู้สึกนึกคิดของคนต่างรุ่นต่างวัย ไม่เหมือนกัน เช่น คนในรุ่นใหม่ไม่เคยประสบกับปัญหาน้ำท่วมกรุงเทพฯ ครั้งใหญ่เมื่อ พ.ศ.2485 ไม่เคยรู้เรื่องข้าวขาหมูมากแหวงและภยันอันตรายในสมัยสงครามมหาเอเชียบูรพา ไม่เคยรู้เรื่องการเลือกตั้งทุจริตเมื่อปี พ.ศ.2500 เป็นต้น

นอกจากความแตกต่างในเรื่องความคิดแล้ว อายุยังเป็นสิ่งกำหนดความแตกต่างในเรื่องความยากง่ายในการชักจูงใจด้วย การวิจัยทางจิตวิทยาพบว่า เมื่อคนมีอายุมากขึ้น โอกาสที่คนจะเปลี่ยนใจหรือถูกชักจูงใจจะน้อยลง นอกจากนี้โดยปกติแล้ว คนที่มีวัยต่างกันมักจะมีความต้องการในสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไปด้วย เช่น คนวัยกลางคนและคนสูงอายุมักคิดในเรื่องความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน, การรักษาพยาบาล, การมีบ้านและที่ดินเป็นของตนเอง ในขณะที่คนหนุ่มสาวอาจจะสนใจในเรื่องการศึกษา, ความยุติธรรมและความเสมอภาคในสังคม

ลักษณะของการใช้สื่อมวลชนก็แตกต่างกัน คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสารหนัก ๆ มากกว่าเพื่อความบันเทิง คนที่มีอายุมากมักจะอ่านจดหมายถึงบรรณาธิการ, ข่าวการบ้านการเมือง, หรือบทบรรณาธิการมากกว่าคนอ่านเรื่องตลกหรือข่าวกีฬา ในขณะที่คนที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ไม่ค่อยจะอ่านบทบรรณาธิการ ในการฟังวิทยุก็เช่นกัน คนที่มีอายุมากมักจะฟังรายบการหนัก ๆ เช่น ข่าว, การอภิปรายปัญหาสังคม, ดนตรีคลาสสิก, รายการศาสนาไม่ค่อยฟังดนตรีสมัยใหม่ คนที่มีอายุมากมักจะดูรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการศึกษา, ข่าวและข่าวสารด้วย

2. เพศ (Sex)

การวิจัยทางจิตวิทยาหลายอันได้แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด, ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน ผู้หญิงจึงมักจะเป็นคนที่มีจิตใจอ่อนไหวหรือเจ้าอารมณ์ (emotion) โอนอ่อนผ่อนตาม (submissive) และเป็นแม่บ้านแม่เรือน (home-oriented) นอกจากนี้การวิจัยหลายอันยังพบว่าผู้หญิงถูกชักจูงใจได้ง่ายกว่าผู้ชาย เช่น การวิจัยที่ทดลองทำกับนักศึกษามหาวิทยาลัยวอชิงตัน โดยให้นักศึกษาหญิงและชายฟังปาฐกถาที่คัดค้านการเข้ามาแทรกแซงในเรื่องสาธารณสุขและการศึกษาของรัฐบาลกลาง ผลของการทดสอบปรากฏว่า นักศึกษาหญิงเปลี่ยนทัศนคติของตนหรือถูกชักจูงใจมากกว่านักศึกษาราย นอกจากนั้นผู้ชายยังใช้เหตุผลมากกว่าผู้หญิงและจดจำข่าวได้มากกว่าผู้หญิงด้วย แต่ผู้หญิงเป็นเพศที่ยังถึงจิตใจของคนได้ดีกว่าผู้ชาย (more people-centered) การวิจัยอันหนึ่งพบว่า ผู้ชายมีความสามารถในการคาดคะเนความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลได้แม่นยำน้อยกว่าผู้หญิง ความแตกต่างอีกอันหนึ่งระหว่างผู้หญิงกับผู้ชายก็คือ ผู้หญิงมักจะโทษตัวเองเมื่อมีความผิดพลาดเกิดขึ้น ในขณะที่ผู้ชายมักจะโทษคนอื่นหรืออุปสรรคอื่น ๆ แต่ไม่โทษตัวเอง

3. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Socio-economic Status)

การวิจัยทางนิเทศศาสตร์ได้ชี้ให้เห็นว่าสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้รับสารมีอิทธิพล อย่างสำคัญต่อปฏิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารและสาร สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ

ทำให้คนมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน, มีประสบการณ์ต่างกัน, มีทัศนคติ, ค่านิยมและเป้าหมายที่ต่างกัน คนที่มีพื้นฐานทางครอบครัว ต่างกันย่อมมีค่านิยม, ความคิด, ความเชื่อ ตลอดจนพฤติกรรมที่ต่างกัน ทฤษฎีทางสังคมวิทยาทั้งหลายได้ยอมรับอิทธิพลของครอบครัวที่มีต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลกันโดยทั่วไป และถือครอบครัวเป็นสังคมแรกของบุคคล ในทำนองเดียวกันคนที่มีอาชีพ ต่างกัน ย่อมมองโลก, มีแนวคิด, มีอุดมการณ์, มีค่านิยมต่อสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไป คนที่รับราชการมักจะคำนึงถึงเรื่องยศฐาบรรดาศักดิ์, ศักดิ์ศรี, และเกียรติภูมิของความเป็นข้าราชการ ในขณะที่คนทำงานธุรกิจเอกชน อาจคำนึงถึงรายได้และการมีศักดิ์ศรีของตนด้วยเงินทองที่สามารถจะซื้อหา หรือจับจ่ายใช้สอย สิ่งที่ตนต้องการเพื่อรักษาสถานภาพในสังคมของตน แม้แต่คนที่รับราชการด้วยกันก็มีความคิดเห็นและค่านิยม ตลอดจนพฤติกรรมที่แตกต่างกัน อาจารย์มหาวิทยาลัยถูกกำหนดบทบาท โดยสังคมให้เป็นสมณะ ขลุกอยู่กับการค้นคว้าตำรับตำราและการทดลอง บิดมั้นในอุดมการณ์ และความมีอิสระเสรี ในทางความคิด จนกระทั่งกลายเป็นคนที่ขึ้นอยู่บนหอคอยงาช้าง ไม่รู้จักสัมผัสความจริง ในขณะที่ทหารมีความอุดมมั่นในกฎระเบียบ มีพฤติกรรมที่เข้มแข็งห้าวหาญ จนบางครั้งกลายเป็นคนก้าวร้าว แพทย์, ตำรวจ, อัยการ, ผู้พิพากษา ฯลฯ ก็แล้วแต่แล้วแต่มีความคิด, ทัศนคติ, ค่านิยม, ความเชื่อ และพฤติกรรมแตกต่างกันไป นอกจากครอบครัวและอาชีพแล้ว รายได้ ตลอดจนเชื้อชาติก็มีบทบาทสำคัญ ต่อผู้รับสารด้วยรายได้ของคนย่อมเป็นเรื่องกำหนดความต้องการของคน ตลอดจนกำหนดความคิดของคนเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ และพฤติกรรมต่าง ๆ การแนะนำให้ชาวนาที่ยากจน หันมาใช้เครื่องจักรแทนวัวควายในการทำงานนั้น คงจะยากกว่าการแนะนำให้คนที่มียาได้มาก ๆ ซื้อเครื่องซักผ้าหรือรถยนต์คันใหม่ นอกจากนั้นคนที่มีฐานะดีหรือมียาได้สูง ยังมักจะใช้สื่อมวลชนมากด้วย และการใช้สื่อมวลชนก็มักจะใช้เพื่อแสวงหา เรื่องราวข่าวสารที่หนัก ๆ เช่น อ่านบทบรรณาธิการ, อ่านหรือดูหรือฟังเรื่องการเมือง, ปัญหาสังคมและเศรษฐกิจ เป็นต้น คนต่างเชื้อชาติกันย่อมมีวัฒนธรรมย่อยของแต่ละชาติที่คอยกำกับค่านิยม, ทัศนคติ, ความคิดและพฤติกรรมของคนในเชื้อชาติแตกต่างกัน เช่น คนจีนอาจจะคิดว่าการมีลูกมาก ๆ ดี เพราะจะได้ช่วยกันทำมาหากิน หรือมีความคิดว่ามีลูกชายดีกว่าลูกสาว เป็นต้น

4. การศึกษา (EDUCATION)

การศึกษาหรือความรู้ (Knowledge) เป็นลักษณะอีกประการหนึ่ง ที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน, ในยุคสมัยที่ต่างกัน, ในระบบการศึกษาที่ต่างกัน, ในสาขาวิชาที่ต่างกัน จึงย่อมมีความรู้สึกรู้คิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไป นอกจากนั้นตัวครูผู้สอน ก็มีอิทธิพลต่อความคิดของผู้เรียนด้วย เพราะผู้สอนได้สอดแทรกความรู้สึกรู้คิดของตัวเองให้กับผู้เรียน ในทำนองเดียวกับที่พ่อแม่ได้สอดแทรก ความคิดของตนให้แก่บุตรในการอบรมเลี้ยงดูบุตร คนที่มีการศึกษาสูง หรือมีความรู้ดีจะได้เปรียบอย่างมากในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดี ทั้งนี้เพราะคนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวางในหลายเรื่อง, มีความเข้าใจศัพท์มาก และมีความเข้าใจสารได้ดี แต่คนเหล่านี้มักจะเป็นคนที่ไม่ค่อยเชื่ออะไรง่าย ๆ สารที่ไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลสนับสนุนเพียงพอ มักจะถูกโต้แย้งจากคนเหล่านี้

โดยทั่วไปแล้วคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาดำ และคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อมวลชนประเภทสิ่งพิมพ์ ในขณะที่คนที่มีการศึกษาดำ มักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือหากผู้มีการศึกษาสูงมีเวลาว่างพอคนเหล่านี้จะใช้ทั้ง สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ แต่หากมีเวลาจำกัดผู้ที่มีการศึกษาสูง มักจะแสวงหาข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ มากกว่าสื่อประเภทอื่น

ข้อควรคำนึงประการหนึ่งในการวิเคราะห์ การศึกษาของผู้รับสารก็คือ เราจะต้องไม่วิเคราะห์ความรู้ของผู้รับสารโดยเฉพาะพื้นฐานของการศึกษาที่ได้จากสถาบันการศึกษา ของผู้รับสารเท่านั้น เพราะการแสวงหาความรู้นั้นสามารถกระทำได้ด้วยตัวเอง ตลอดชีวิต จากแหล่งอื่น ๆ นอกเหนือจากสถาบันการศึกษา เช่น จากสื่อมวลชน จากคำรับคำร่าต่าง ๆ เป็นต้น นอกจากนั้นการขาดโอกาสในการได้ใช้ความรู้ ก็เป็นสิ่งที่สามารถทำให้ความรู้ความสามารถ ของคนลดลงได้ ยกตัวอย่างเช่น ในการวิเคราะห์ผู้รับสารที่เป็นชาวชนบท ซึ่งไม่มีโอกาสได้อ่านหนังสือคือหลังจากที่ออกจากโรงเรียน หรือระบบการสอนที่ไม่มีประสิทธิภาพ ทำให้นักเรียนในชนบท ไม่มีความสามารถในการอ่านและเขียน (ILLITERACY) เมื่อสำเร็จการศึกษาในระดับประถมศึกษาแล้ว หากเรายึดถือสถิติของทางราชการ ที่ว่าส่วนใหญ่คนเหล่านี้จบการศึกษาในระดับประถมศึกษา ดังนั้น เราจึงทึกทักเอาว่าคนเหล่านี้สามารถอ่านออกเขียนได้ จึงดำเนินการเผยแพร่ข่าวสาร แก่คนเหล่านี้ โดย

อาศัยสื่อประเภทสิ่งพิมพ์ บ่อยอาจทำให้การสื่อสารของเราขาดประสิทธิภาพได้ เพราะในความเป็นจริงคนเหล่านี้ล้มการอ่านการเขียนไปแล้ว หรืออ่านไม่ออกเขียนไม่ได้ทั้ง ๆ ที่จบระดับประถมศึกษา การจบระดับประถมศึกษาความสามารถในการอ่านออกเขียนได้เป็นคนละเรื่องกัน นักนิเทศศาสตร์ที่ทำงานเกี่ยวกับประชาชนในชนบท หรือประชาชนในแหล่งเสื่อมโทรมที่มีการศึกษาค่ำ จึงควรตระหนักเรื่องนี้ให้ได้

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสาร ของพนักงานกลุ่มบริษัทมินิแบ (ประเทศไทย) ซึ่งมีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน โดยเฉพาะการเปิดรับข่าวสารในเรื่องระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม

แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ และทัศนคติ

เบนจามิน เอส บลูม (Benjamin S. Bloom) กล่าวว่า ความรู้เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับการระลึกถึงสิ่งเฉพาะเรื่องหรือเรื่องทั่ว ๆ ไป ระลึกได้ถึงวิธีการ กระบวนการหรือสถานการณ์ต่าง ๆ โดยเน้นความจำ มีองค์ประกอบทั้งสิ้น 6 ประการด้วยกันคือ

1. ความรู้ (Knowledge) ทำให้ทราบถึงความสามารถจำและระลึกถึงเหตุการณ์หรือเหตุการณ์ที่ผ่านมา ได้แก่

- ความรู้เกี่ยวกับเนื้อหา
- ความรู้เกี่ยวกับวิธีและการดำเนินการเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง
- ความรู้เกี่ยวกับการรวบรวมแนวคิดและโครงสร้าง

2. ความเข้าใจ (comprehensive) ทำให้ทราบถึงความสามารถในการใช้สติปัญญาและทักษะเบื้องต้น ได้แก่

- การแปลความ คือ แปลจากบทหนึ่งสู่อีกบทหนึ่งโดยรักษาความหมายให้ถูกต้อง
- การตีความหมาย คือ ขยายออกนอกจากเนื้อหาเดิมด้วยการสร้างขึ้นในรูปแบบใหม่

3. การนำไปใช้ (application)

4. การวิเคราะห์ (analysis)

5. การสังเคราะห์ (synthesis)

6. การประเมินค่า (evaluation)

คาร์เตอร์ วี กู๊ด (Carter V. Good) ได้ให้ความหมายของความรู้ว่า เป็นข้อเท็จจริง (Facts) ความจริง (Truth) กฎเกณฑ์และข้อมูลต่าง ๆ ที่มนุษย์ได้รับและรวบรวมสะสมไว้จากมวลประสบการณ์ต่าง ๆ

แพทริก เมียร์ดิว (Patrick Meredith) กล่าวว่า ความรู้ (Knowledge) จำเป็นต้องมีองค์ประกอบ 2 อย่าง คือ ความเข้าใจ (understanding) และการคงอยู่ (retaining) เนื่องจากความรู้เป็นการที่เราสามารถจำได้ในบางสิ่งบางอย่างที่เราเข้าใจแล้ว

การได้ทราบหลักการเรียนรู้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการวางแผนการสื่อสารอย่างสัมฤทธิ์ผล กล่าวคือ

1. บุคคลจะมีความสามารถในการเรียนรู้แตกต่างกัน ดังนั้น ในการศึกษาเรื่องราวใด ๆ ก็ตามจำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงลักษณะของกลุ่มเป้าหมายด้วย

2. การเรียนรู้มีความสัมพันธ์กับการตอบสนองทางอารมณ์

3. การแสดงให้เห็นว่าควรทำอะไรดีกว่าการบอกเฉย ๆ เป็นวิธีที่ดีที่สุดในการให้การเรียนรู้ในเรื่องที่ซับซ้อน

4. ทักษะที่ดีที่ผู้รับสารมีต่อผู้รับสารจะมีผลต่อทัศนคติที่มีต่อสารนั้นด้วย

5. ความจำเป็นมีความสัมพันธ์กับความใหม่ของข้อมูล ผู้รับสารมักจะจำได้และมีการตอบสนองต่อข้อมูลที่เพิ่งได้รับและการให้ข้อมูลซ้ำ ๆ จะก่อให้เกิดการจดจำและเก็บสารนั้นไว้

6. การมีส่วนร่วมทำให้เกิดการเรียนรู้

7. การนำเสนอด้วยวิธีที่แปลกใหม่จะก่อให้เกิดประสิทธิภาพทางการเรียนรู้ได้มากกว่า

การนำเสนอด้วยวิธีธรรมดา

ทัศนคติ (Attitude) หมายถึง ความโน้มเอียงหรือแนวโน้มในการประเมินค่าสิ่งต่าง ๆ หรือสัญลักษณ์ของสิ่งนั้นในทางใดทางหนึ่ง อันเกิดจากประสบการณ์ของบุคคลนั้น (ทีระนันท์ นูระชะโสภณ, 2538)

เสถียร เขยประทับ (2528) กล่าวว่า ทัศนคติเป็นความคิดเห็นที่มีอารมณ์หรือความรู้สึกมาประกอบเป็นแนวโน้มซึ่งพร้อมจะแสดงอาการสนับสนุน เหนือใจ คัดค้านหรือไม่พอใจ

องค์ประกอบของทัศนคติ

ซิมบาโด และเอบบีเซน (Zimbardo and Ebbeson, 1970) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของทัศนคติไว้ว่ามี 3 ประการ คือ

1. องค์ประกอบด้านความรู้ ความนึกคิด (The Cognitive Component)

เป็นส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ทัวไปทั้งสิ่งที่ชอบและไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้หรือมีความคิดว่าสิ่งใดดี ก็มักจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น หากมีความรู้มาก่อนว่าสิ่งใดไม่ดี ก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น

2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (The Affective Component)

เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์เกี่ยวเนื่องกับสิ่งต่าง ๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพของคนนั้น เป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละบุคคล เป็นตัวเร้าความคิดอีกทอดหนึ่ง ถ้าหากบุคคลมีภาวะความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดีก็จะแสดงออกมาในขณะที่คิดถึงสิ่งนั้นออกมาในลักษณะที่แตกต่างกัน เช่น ความรู้สึกในด้านบวก เรียกว่า "Positive Affective Component" ก็จะมีความรู้สึกในด้านบวกเป็นไปในทางที่ดี ในทางตรงกันข้ามบุคคลที่มีความรู้สึกในด้านลบ เรียกว่า "Negative Affective Component" ก็จะมีความรู้สึกในด้านลบเป็นไปในทางที่ไม่ดี

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (The Behavior Component)

คือการแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่ง หรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจาก องค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึก

การเกิดทัศนคติ

เรนซิส ไทเคิร์ต (Rensis Likert) ได้ศึกษาการเกิดทัศนคติของคน ซึ่งเป็นผลจากการศึกษาที่ว่าเน้นถึงการเกิดทัศนคติตามหลักวิชาการด้านการสื่อสารโดยเฉพาะ โดยได้สรุปข้อศึกษาไว้ว่า ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learning) จากแหล่งทัศนคติ (Source of Attitude) ต่าง ๆ ที่มีอยู่มากมาย และแหล่งที่ทำให้คนเกิดทัศนคติที่สำคัญ คือ

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience)

เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่าง ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางที่ดีหรือไม่ดีจะทำให้เกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปตามทิศทางที่เขามีประสบการณ์มาก่อน

2. การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น (Communication with others)

ทำให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ จากผู้อื่นได้ เช่น นักเรียนเคยได้รับการสั่งสอนจากครูอาจารย์ว่าทำอย่างนี้ดี อย่างนั้นไม่ดี ก็จะทำให้นักเรียนมีทัศนคติต่อการกระทำต่าง ๆ ตามที่ได้รับทราบมา

3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models)

การเลียนแบบผู้อื่น ทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้ เช่น ลูกที่เคารพเชื่อฟังพ่อแม่จะเลียนแบบการแสดงท่าทางในการชอบหรือไม่ชอบ ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งตามพ่อแม่ของตนไปด้วย นอกจากนี้ก็อาจจะมีการเลียนแบบผู้อื่นอีกก็ได้ เช่น เลียนแบบผู้นำความคิด นักแสดง นักร้อง ผ่านสื่อต่าง ๆ ก็ได้

4. ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors)

ทัศนคติของบุคคลหลายอย่างเกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น โรงเรียน วัด หน่วยงานต่าง ๆ ซึ่งสถาบันเหล่านี้จะเป็นแหล่งที่มาและสนับสนุนให้คนเกิดทัศนคติบางอย่างขึ้นได้

เมื่อพิจารณาจากแหล่งที่มาของทัศนคติดังกล่าวแล้ว จะเห็นได้ว่าองค์ประกอบสำคัญที่เป็นตัวเชื่อมโยงให้เกิดทัศนคติต่อสิ่งต่าง ๆ ก็คือ การติดต่อสื่อสาร ทั้งนี้เพราะการสื่อสารจะมีการแทรกอยู่ตลอด ไม่ว่าทัศนคติจะเกิดจากประสบการณ์เฉพาะอย่าง หรือ เกิดจากสิ่งที่เป็นแบบอย่างหรือเกิดจากการเกี่ยวข้องกับสถาบัน หรือเกิดจากการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นก็ตาม จึงอาจกล่าวได้ว่าการสื่อสารเป็นกิจกรรมที่สำคัญอย่างมากที่มีผลทำให้เกิดทัศนคติต่อสิ่งต่าง ๆ

การวัดทัศนคติ

เทอร์สโตน (Thurstone) ได้สรุปคุณลักษณะบางประการที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติที่จะต้องทำความเข้าใจก่อนที่จะทำการวัดทัศนคติไว้ดังนี้

1. ทักษะคิดเป็นสิ่งที่มีความซับซ้อน ไม่สามารถอธิบายได้ด้วยตัวเลขเพียงตัวเดียว อย่างไรก็ตาม เราสามารถหยั่งรู้ทัศนคติของมนุษย์ได้ ถึงแม้ว่าจะมีความซับซ้อนและมีลักษณะเชิงคุณภาพอยู่มากก็ตาม
2. ทักษะคิดต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หมายถึง ผลรวมของความรู้เกี่ยวกับความโน้มเอียง อคติ ความกลัว ความคิดอื่น ๆ ต่อเรื่องนั้น ๆ
3. เราสามารถวัดทัศนคติได้โดยใช้ความคิดเห็น (Opinion) เป็นเครื่องมือ แต่การใช้ความคิดเห็นเป็นเครื่องบ่งชี้ทัศนคตินั้น ทำให้มีความคลาดเคลื่อนในการวัด จึงขอเสนอแนะว่าการกระทำของคน อาจจะเป็นเครื่องบ่งชี้ทัศนคติที่ดีกว่าสิ่งที่เขาพูด แต่ก็ไปได้ที่คนคนนั้นอาจบิดเบือนการกระทำของตนเอง ดังนั้นจึงยังใช้ความคิดเห็นหรือการกระทำบางรูปแบบเพื่อใช้บ่งชี้ถึงทัศนคติ
4. มีความคลาดเคลื่อนเกิดขึ้นอย่างแน่นอนในการวัดความคิดเห็น หรือการกระทำที่เราใช้เครื่องบ่งชี้ทัศนคติ แต่ความคลาดเคลื่อนระหว่างเครื่องบ่งชี้และความจริงถือว่าเป็น "สากล" (Universal)
5. ทัศนคติของคนคนหนึ่งไม่จำเป็นจะทำนายการกระทำของคนนั้นได้ถูกต้องเสมอไป
6. ทัศนคติสามารถเปลี่ยนแปลงได้ อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงที่วัดได้ อาจเกิดจากความผิดพลาดในการวัด ดังนั้น จึงมีแนวความคิดที่จะใช้ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard Error of Measurement) เพื่อแยกความผิดพลาดของเครื่องมือที่ใช้วัด จากความเปลี่ยนแปลงของทัศนคติเอง
7. ไม่สามารถใช้คำว่า "มาก" หรือ "น้อย" อธิบายมทัศนคติได้อย่างสมบูรณ์เพราะทัศนคติมีหลายมิติ อย่างไรก็ตามความคิดที่จะวัดทัศนคตินี้มีความพยายามที่จะวัดค่าของทัศนคติในเชิงเส้นตรง (Linear Measurement)

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

การเปลี่ยนแปลงทัศนคตินั้น ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม (Theories of Attitude and Behavioral Change) ของชิมบาโด และ เอบบีเซน (Zimbardo Ebbesen and Marlach, 1977) ได้กล่าวไว้ว่า

ทัศนคติของบุคคลสามารถถูกทำให้เปลี่ยนแปลงได้หลายวิธี อาจจะโดยวิธีที่บุคคลได้รับข่าวสารต่าง ๆ ซึ่งข่าวสารเหล่านี้อาจจะมาจากบุคคลอื่น หรือมาจากสื่อมวลชนต่าง ๆ ข่าวสารนี้จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ในองค์ประกอบของทัศนคติในส่วนของความรู้หรือความคิด (Cognitive Component) และเมื่อองค์ประกอบส่วนใดส่วนหนึ่งเปลี่ยนแปลงไปองค์ประกอบส่วนอื่นจะมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงด้วยเช่นกัน คือ เมื่อองค์ประกอบทางด้านความรู้หรือความคิดเปลี่ยนแปลง ก็จะมีแนวโน้มทำให้องค์ประกอบทางด้านความรู้สึก (Affective Component) และองค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) เปลี่ยนแปลงไปด้วย

จุมพล รอดคำดี (พ.ศ.2532) กล่าวว่า กระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคตินี้อยู่ 3 ระดับ คือ

1. การเปลี่ยนแปลงความคิด สิ่งที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้ จะมาจากข้อมูลข่าวสารใหม่ ซึ่งอาจจะมาจากสื่อสารมวลชนหรือบุคคลอื่น ๆ
2. การเปลี่ยนความรู้สึก การเปลี่ยนแปลงในระดับนี้จะมาจากประสบการณ์หรือความประทับใจ หรือสิ่งทำให้เกิดความสะเทือนใจ
3. การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เป็นการเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินในสังคม ซึ่งไปมีผลต่อบุคคล ทำให้ต้องปรับพฤติกรรมเดิมเสียใหม่

การเปลี่ยนแปลงดังกล่าว มีส่วนเกี่ยวข้องกันโดยตรง ถ้าความคิด ความรู้สึกและพฤติกรรมถูกกระทบ ไม่ว่าจะระดับใดก็ตาม จะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติทั้งสิ้น นอกจากนี้องค์ประกอบต่าง ๆ ในกระบวนการสื่อสาร เช่น คุณสมบัติของผู้ส่งสารและผู้รับสาร ลักษณะของข่าวสาร ตลอดจนช่องทางในการสื่อสาร ล้วนแล้วแต่มีผลกระทบต่อกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ทั้งสิ้น

แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

จากความหมายของคำว่า "การมีส่วนร่วม" ที่กล่าวมานั้น ทำให้สามารถที่จะมองการมีส่วนร่วม ว่าประกอบไปด้วยปัจจัยที่สำคัญ 3 ประการคือ

1. การเกี่ยวข้องทางด้านจิตใจและอารมณ์ ซึ่งเป็นการเกี่ยวข้องทั้งทางร่างกายและจิตใจ มิใช่เฉพาะแต่ด้านกำลังกาย หรือทักษะแต่เพียงอย่างเดียว กล่าวคือ ผู้มีส่วนร่วมจะมีส่วนเกี่ยวข้องทางด้านอารมณ์และจิตใจ ไม่ใช่เฉพาะเพียงการกระทำเท่านั้น

2. การกระทำทำให้ เมื่อผู้ที่มีส่วนร่วมมีความเกี่ยวข้องทั้งทางด้านการกระทำและจิตใจแล้ว ก็เปรียบเสมือนเป็นการเปิดโอกาสให้เขาได้แสดงความคิดริเริ่ม เพื่อที่จะกระทำทำให้ บรรลุวัตถุประสงค์ของกลุ่ม (Group goal) ดังนั้น การมีส่วนร่วมจึงเป็นมากกว่าการที่จะกระทำตามคำสั่งเพียงอย่างเดียว ซึ่งเป็นการกระทำโดยปราศจากการยินยอมพร้อมใจและสร้างสรรค์ความคิดใหม่ ๆ การมีส่วนร่วมจึงเป็นความสัมพันธ์ทางอารมณ์และจิตใจแบบ "บุคคลวิถี" คือ มีการติดต่อสื่อสารแบบสองทางมีทั้งไปและกลับระหว่างกลุ่มและบุคคล

3. การมีส่วนร่วมรับผิดชอบ เมื่อเกิดการเกี่ยวข้องทางด้านจิตใจ อารมณ์ และมีส่วนในการกระทำทำให้แก่สถานการณ์ใด ๆ ของกลุ่มนั้นด้วย เพราะการมีส่วนร่วมนั้น เป็นกระบวนการรูปแบบหนึ่งของสังคมในการที่บุคคลได้เข้าไปเกี่ยวข้องกับกลุ่ม และต้องการที่จะเห็นผลสำเร็จของการกระทำนั้น ๆ ด้วย

ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า "การมีส่วนร่วม" หมายถึง การกระทำกิจกรรมใด ๆ ร่วมกันกับกลุ่มเพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ที่ตั้งเอาไว้ ซึ่งจะต้องกระทำในช่วงเวลาที่เหมาะสม และในการกระทำกิจกรรมดังกล่าวนี้จะต้องเกิดความรู้สึกผูกพันของบุคคลนั้น ๆ ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

แนวความคิดเกี่ยวกับการที่ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชนนั้น สามารถมองได้ว่าการมีส่วนร่วมนั้นเกิดจากแนวคิดที่สำคัญ 3 ประการ คือ (นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์ อ้างใน ทวีทอง หงษ์วิวัฒน์ 2527 : 182-183)

1. ความสนใจและความห่วงกังวลร่วมกัน ซึ่งเกิดขึ้นจากความสนใจ และความกังวลของบุคคล ซึ่งมีความบังเอิญพ้องต้องกัน จึงกลายเป็นความสนใจและความห่วงกังวลร่วมกันของส่วนร่วม

2. ความเคียดแค้นและความไม่พึงพอใจร่วมกัน ที่มีต่อสถานการณ์หนึ่ง ๆ ซึ่งผลผลักดันไปสู่การรวมกลุ่ม จัดการวางแผนและลงมือปฏิบัติร่วมกัน

3. การตกลงใจร่วมกันในการที่จะเปลี่ยนแปลงกลุ่มหรือชุมชนของตนไปในทิศทางที่ปรารถนา การตัดสินใจร่วมกันนี้ต้องมีพลังมากพอที่จะก่อให้เกิดความคิดริเริ่มที่จะกระทำใด ๆ ที่จะสนองตอบความเห็นชอบของคนส่วนใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมนั้น ๆ

ไพรัตน์ เตชะรินทร์ (2524) กล่าวถึงนโยบายในการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนในเรื่องของการพัฒนาว่าหมายถึง กระบวนการที่ภาครัฐบาลทำการส่งเสริม ชักนำสนับสนุน ตลอดจนสร้างโอกาสให้ประชาชนในชุมชน ทั้งรูปแบบของสมาคม ชมรม องค์กร อาสาสมัครต่าง ๆ กลุ่มคน และส่วนบุคคลให้เข้ามามีส่วนร่วม ในการดำเนินงานในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือหลาย ๆ เรื่องร่วมกัน ให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

จากการศึกษาของคอกซ์ และ เฟรนช์ (Coch and French) อ้างใน ประภาทิพย์ สุวรรณ, 2526 : 113) ได้ทำการศึกษาในโรงงานอุตสาหกรรมพบว่า การมีส่วนร่วมในกลุ่มนั้นมีผลในการพัฒนาทางด้านศีลธรรมจรรยา ถึงแม้จะมีองค์ประกอบอื่น ๆ เข้ามาเกี่ยวข้องบ้าง เช่น ความพอใจในงาน บุคลิกภาพ ชนิดของงานที่รับผิดชอบ และวัฒนธรรม ผลการศึกษาพบว่า การได้มีส่วนร่วม (Participation) ในการช่วยแก้ปัญหาบางอย่างทำให้นุคคลนั้น ๆ มีความรู้สึกว่าได้ "ลงทุน" ในการแสดงความคิดเห็น การได้ตัดสินใจ และทุ่มเทพลังงานทุก ๆ อย่าง เพื่อให้ได้มาซึ่งวิธีการต่าง ๆ ในการแก้ปัญหาานั้น ซึ่งขบวนการเหล่านี้จะมีผลทำให้นุคคลนั้น ๆ เกิดการเปลี่ยนแปลงในทัศนคติของตนเอง ในการมีส่วนร่วมลักษณะเช่นนี้เป็นสิ่งที่แสดงออกให้นุคคลอื่นได้รับรู้ ซึ่งเรียกว่า "Overt Participation" สำหรับการมีส่วนร่วมที่มีได้แสดงออกมาให้คนอื่นได้เห็น เรียกว่า "Covert Participation" ซึ่งก็มีส่วนที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเรื่องของทัศนคติได้เช่นกัน

การมีส่วนร่วมยังเกิดจากแนวความคิดอื่น ๆ ได้อีก เช่น

1. ความศรัทธา ที่มีต่อความเชื่อดีของบุคคลสำคัญและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งมีส่วนที่ทำให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ได้ เช่น การบำเพ็ญประโยชน์ร่วมกัน การลงแขก
2. ความเกรงใจ ที่มีต่อบุคคลที่เคารพนับถือและมีเกียรติยศ ตำแหน่ง หรือความแตกต่างของสถานะทางสังคม ทำให้ประชาชนเกิดความเกรงใจที่จะมีส่วนร่วมทั้ง ๆ ที่อาจจะยังไม่มีศรัทธา หรือความเต็มใจอย่างเต็มที่ที่กระทำ
3. อำนาจบังคับ ซึ่งเกิดจากบุคคลที่อำนาจเหนือกว่า ทำให้ประชาชนถูกบีบบังคับให้มีส่วนร่วมในการกระทำการต่าง ๆ

รูปแบบของการมีส่วนร่วม

รูปแบบของการมีส่วนร่วมนั้นสามารถจำแนกได้ 3 ลักษณะ ตามลักษณะของการมีส่วนร่วมดังนี้ คือ

1. การที่ประชาชนมีส่วนร่วมโดยตรง โดยผ่านองค์กรจัดตั้งของประชาชน เช่น การรวมตัวของกลุ่มชาวบ้านในการเรียกร้อง หรือคัดค้าน การกระทำของกลุ่มคนที่มีผลกระทบต่อการเมือง การปกครองระบอบประชาธิปไตย

2. การที่ประชาชนมีส่วนร่วมทางอ้อม โดยผ่านองค์กรผู้แทนของประชาชน เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร นักการเมือง สื่อมวลชน

3. การที่ประชาชนมีส่วนร่วมโดยการเปิดโอกาสให้ โดยผ่านองค์กรที่ไม่ใช่ผู้แทนของประชาชน เช่น หน่วยงานหรือสถาบันที่เจริญชวน หรือเปิดโอกาสให้ประชาชนทั่วไปเข้ามามีส่วนร่วมเมื่อใดก็ได้

อุปสรรคของการมีส่วนร่วมนั้นมีมากมาย เช่น ปัญหาความไม่รู้อันเกิดจากการไร้การศึกษา ระดับการศึกษา ศักยภาพในการเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสารทั้งสื่อมวลชนและสื่อบุคคล ความแตกต่างทางด้านสถานะทางเศรษฐกิจ สังคม ซึ่งถูกครอบงำด้วยคนส่วนน้อยในสังคม ขาดกลไกที่มีประสิทธิภาพในการควบคุมระบบเศรษฐกิจและสังคม เช่น กฎหมายหรือบทบัญญัติ ข้อปฏิบัติต่าง ๆ นอกจากนี้การแบ่งแยกและความแตกต่างในสังคม เช่น เพศ อายุ หรือศาสนา อาจมีผลกระทบต่อการมีส่วนร่วมด้วย

สำหรับการมีส่วนร่วมส่งเสริมการปกครองระบอบประชาธิปไตยในการวิจัยครั้งนี้ หมายถึง การปฏิบัติตน การให้ความร่วมมือและเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการปกครองระบอบประชาธิปไตย อาทิ การใช้สิทธิหรือออกเสียงเลือกตั้งผู้แทนในระดับต่าง ๆ การเคารพสิทธิเสรีภาพของบุคคลอื่น การยึดถือเสียงข้างมาก เป็นต้น จากแนวคิดเรื่องการมีส่วนร่วมข้างต้น จะทำให้เราทราบถึงความหมายและรูปแบบของการมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นประโยชน์ในการทำการวิจัยครั้งนี้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พงษ์ศรี บุญสุวรรณ (2532) ได้ศึกษาถึงการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง กับการมีส่วนร่วมในทางการเมืองของกลุ่มนักศึกษาวิทยาลัยครูนครสวรรค์ พบว่าการเปิดรับข่าวสารการเมืองจากสื่อมวลชนกับการมีส่วนร่วมในทางการเมืองนั้น มีความสัมพันธ์กันค่อนข้างต่ำ

ต้องฤดี ปุณณกันต์ (2534) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการเปิดรับการสื่อสารกับการพัฒนาความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของประชาชนตามโครงการขยายฐานของประชาธิปไตยสู่ปวงชน ศึกษาเฉพาะกรณีอำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า

- ปริมาณการเปิดรับการสื่อสารจากสื่อมวลชน มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชน แต่ปริมาณการเปิดรับการสื่อสารจากการสื่อสารระหว่างบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชน

- ปริมาณการเปิดรับการสื่อสารทั้งจากสื่อมวลชน และจากการสื่อสารระหว่างบุคคลมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชน

- ปริมาณการเปิดรับการสื่อสารทั้งจากสื่อมวลชน และจากการสื่อสารระหว่างบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของประชาชน

มันชนา มาคมาลัย (2534) ได้ทำการศึกษาถึงบทบาทของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลต่อการมีส่วนร่วมในทางการเมืองของสตรี ศึกษาเฉพาะกรณี อำเภอพรหมคีรี จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่าในกรณีเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อบุคคลนั้นมีความสัมพันธ์กับความรู้ในเรื่องข่าวสารทางการเมือง แต่กลับไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในทางการเมือง

แกทซ์ และ ลาซาร์สเฟลด์ (Katz and Lazarsfeld, 1955) พบว่ารูปแบบของการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) หรือการสื่อสารแบบตัวต่อตัว (Face to Face) นั้นมีผลต่อผู้รับสาร ในการที่จะยอมเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และยอมรับที่จะร่วมมือในการปฏิบัติมากที่สุด

แคลปเปอร์ (Klapper, 1960) ได้ทำการศึกษาและสรุปงานวิจัยที่สำคัญเกี่ยวกับอิทธิพลของการสื่อสารมวลชน และสรุปให้เห็นถึงความสามารถของการสื่อสารมวลชนในการที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมของบุคคลว่า โดยปกติการสื่อสารมวลชนนั้นไม่ใช่สาเหตุสำคัญเพียงประการเดียว ที่จะทำให้เกิดผลในผู้รับสาร แต่จะทำหน้าที่ร่วมกันหรือมีปัจจัยหรืออิทธิพลที่เป็นตัว

กลางอื่น ๆ มากกว่า และประสิทธิภาพของการสื่อสารมวลชนขึ้นอยู่กับลักษณะต่าง ๆ ของการสื่อสาร แหล่งสาร หรือสถานการณ์ต่าง ๆ ของการสื่อสารด้วย

แม็คคอมบ์สและมัลลินส์ (McCombs and Mullins, 1973) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษ การใช้สื่อมวลชนและความสนใจทางการเมือง พบว่า การศึกษามีความสัมพันธ์โดยตรงกับการใช้สื่อมวลชน และการใช้สื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับความสนใจทางการเมือง แต่การศึกษานั้นมีความสัมพันธ์กับความสนใจทางการเมืองโดยทางอ้อมเท่านั้น กล่าวคือ การศึกษามีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อมวลชน และเพราะการใช้สื่อมวลชนมีมากขึ้นในหมู่ผู้มีการศึกษาสูง จึงทำให้เราสนใจข่าวสารการเมืองไปด้วย แต่ความสัมพันธ์โดยตรงระหว่างการศึกษากับความสนใจทางการเมือง โดยไม่ผ่านการใช้สื่อมวลชนนั้นไม่มี จากการศึกษาวิจัยให้เห็นว่า ขณะที่การศึกษากำหนดการใช้สื่อมวลชน แต่ก็ไม่ได้เป็นตัวกำหนดความสนใจทางการเมืองด้วย

เอนก ทองสมบูรณ์ (2538) ได้ทำการศึกษาเรื่องทัศนคติที่มีต่อการปกครองในระบบประชาธิปไตยของไทย ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนมัธยมศึกษาในสังกัดกรมสามัญศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า เพศ ระดับชั้นเรียน ระดับความสนใจข่าวสารบ้านเมือง และระดับความรู้พื้นฐานเรื่องการปกครองในระบบประชาธิปไตยของนักเรียนมีผลต่อทัศนคติต่อการปกครองในระบบประชาธิปไตยของไทย

สาธิต วินุราช (2534) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของครูในการพัฒนาประชาธิปไตย : ศึกษาเฉพาะกรณีครูประถมศึกษาอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี พบว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาประชาธิปไตยของครูประถมศึกษา ได้แก่ ระดับชั้นที่ทำการสอน เพศ ความเลื่อมใสในพรรคการเมืองพรรคใดพรรคหนึ่งเป็นพิเศษ และการได้รับข่าวสารด้านการเมือง โดยปัจจัยเหล่านี้จะมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาประชาธิปไตยในทิศทางเดียวกัน ส่วนอายุ ระดับการศึกษา การเป็นสมาชิกกลุ่มทางสังคม ประสบการณ์ในการทำงาน และระดับการครองชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาประชาธิปไตย

พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว ได้ทำการศึกษา เรื่อง ข่าวสารการเมืองของคนไทย พบว่า ความสนใจในข่าวสารทางการเมือง ซึ่งแสดงออกโดยความถี่ในการติดตามข่าวสารการเมืองจากสื่อมวลชนและการสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นมีความสัมพันธ์กับระดับความรู้ข่าวสารทางการเมือง

อัครเมศวร์ ทองนวล ได้วิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง ศึกษาเฉพาะกรณีครูสังกัด สำนักงานคณะกรรมการประถมศึกษาแห่งชาติ อ.ชัยบุรี จ.ปทุมธานี พบว่า ความดีในการสื่อสารทางการเมืองโดยรวมจากสื่อทุกชนิดพบว่า มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับข่าวสารการเมือง

ปาริชาติ นิติมานพ ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อมวลชน ความทันสมัย กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของสตรีไทยพุทธกับสตรีไทยมุสลิม พบว่า ระดับการเปิดรับสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับระดับการมีส่วนร่วมทางการเมือง

เสน่ห์ นนทะโชติ ได้ทำการศึกษาเรื่อง การสื่อสารกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในชุมชนชนบทไทยที่บ้านวังคล้า อ.เสิงสาง จ.นครราชสีมา พบว่า ผู้มีระดับการสื่อสารทางการเมืองสูงมีแนวโน้มที่จะมีระดับการเข้าร่วมทางการเมืองค่อนข้างสูงกว่าผู้ที่มีระดับการสื่อสารทางการเมืองต่ำ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย