

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “การเผยแพร่ความรู้เพื่อการพัฒนาประชาธิปไตยของสถาบันพระปกเกล้า” มีแนวคิดและทฤษฎีที่สามารถนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาได้ดังนี้

1. แนวคิดเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนาทางการเมือง
2. แนวคิดเกี่ยวกับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ประชาธิปไตย
3. แนวคิดเรื่องการเผยแพร่ผ่านการสื่อสารระหว่างบุคคล

#### แนวคิดเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนาทางการเมือง

การพัฒนาทางการเมือง เป็นคำมาจากภาษาอังกฤษว่า “Political Development” มีรากฐานมาจากการศึกษาการเมืองเปรียบเทียบของประเทศกำลังพัฒนาในระบอบทศวรรษที่ 1950 และได้มีการแสวงหาแนวความคิดและการศึกษาในเรื่องนี้อย่างเป็นทางการอย่างเป็นระบบและจริงจังในช่วงทศวรรษที่ 1960 เป็นต้นมา

นักรัฐศาสตร์หลายท่านได้ให้ความหมายของ “การพัฒนาทางการเมือง” ไว้ต่าง ๆ กัน แต่มีแนวโน้มไปในทิศทางของการพัฒนาระบอบประชาธิปไตย เศรษฐกิจเสรีนิยม และสังคมแบบอุตสาหกรรม มุ่งให้มีการเปลี่ยนแปลงการเมืองให้เป็นสมัยใหม่ โดยการเปลี่ยนแปลงที่เป็นระเบียบมีเสถียรภาพ เน้นการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน และการสร้างความเป็นสถาบันทางการเมือง

สำหรับประเทศไทยนั้น เป้าหมายของการพัฒนาทางการเมืองไทยมีอยู่ 3 ประการสำคัญ คือ (อมร รักษาสัตย์, 2544: 472-473)

ประการแรก มุ่งให้เกิดเสถียรภาพทางการเมือง (Political Stability) แก่ระบบการเมือง และความมั่นคงของสถาบันการเมืองต่างๆ โดยเฉพาะเสถียรภาพของรัฐบาลเพื่อทำหน้าที่ในการบริหารราชการแผ่นดินได้อย่างต่อเนื่องครบวงจรของการดำรงตำแหน่ง

ประการที่สอง มุ่งให้เกิดความชอบธรรม (Legitimacy) แก่ระบบการเมืองและบุคคลที่เข้าดำรงตำแหน่งทางการเมือง โดยการสร้างมาตรการกลไกเพื่อกลั่นกรองบุคคลที่จะเข้าไปดำรงตำแหน่งทางการเมืองให้มีความสุจริต และใช้อำนาจทางการเมืองโดยสุจริตเช่นกัน

ประการที่สาม มุ่งให้ระบบการเมืองสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล (Efficiency and Effectiveness) อันหมายถึงระบบการเมืองมีมาตรการกลไกที่สามารถทำงานให้เกิดผลตามเจตนารมณ์ของการก่อตั้งสถาบันการเมือง หรือองค์การของรัฐต่างๆ

จะเห็นได้ว่า เป้าหมายทั้งสามประการนี้จะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยกระบวนการของการพัฒนาทางการเมืองอย่างต่อเนื่องและใช้ระยะเวลาพอสมควร เพราะการเรียนรู้และการพัฒนาทางการเมือง การปกครองของประชาชนนั้น เป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องและดำเนินไปตลอดชีวิตในลักษณะของการสะสม ดังนั้นสถาบันต่างๆ ในสังคมจึงล้วนแล้วแต่มีส่วนในการทำให้เกิดการเรียนรู้ และการพัฒนาได้ทั้งสิ้น นับตั้งแต่ครอบครัว สถาบันการศึกษา กลุ่มเพื่อน พรรคการเมือง สมาคมวิชาชีพ และสถาบันสื่อมวลชน ซึ่งเป็นสถาบันที่สามารถถ่ายทอดข่าวสาร ความรู้ และความคิดเห็นทางการเมืองการปกครองไปสู่ประชาชนได้อย่างกว้างขวาง (ปรมะ สตะเวทิน, 2541: 256)

สำหรับการสื่อสารทางการเมืองนั้น มีนักวิชาการได้ให้ความหมายไว้มากมาย เช่น

รัชและแอลทอфф (Michael Rush and Phillip Althoff) ให้ความหมายไว้ว่า การสื่อสารทางการเมือง คือการถ่ายทอดข่าวสารที่เกี่ยวกับการเมืองจากส่วนหนึ่งของระบบการเมืองไปยังอีกส่วนหนึ่งของระบบการเมือง และเป็นการถ่ายทอดระหว่างระบบของสังคมกับระบบการเมือง (บุญทริกา เจียงเพ็ชร, 2543: 22)

ส่วนแชฟฟี (Shaffee) ได้กล่าวถึง การสื่อสารทางการเมืองว่า มีลักษณะเป็นระบบของการแพร่ข่าวสารทางการเมืองไปยังสมาชิกของระบบราชการการเมือง ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า การสื่อสารทางการเมืองเป็นแบบแผนหรือกระบวนการแพร่ข่าวสารทางการเมืองระหว่างสมาชิกกับหน่วยต่างๆ ในระบบการเมือง หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า การสื่อสารทางการเมืองมีบทบาทเป็นตัวกลางระหว่างประชาชนและรัฐบาล โดยเป็นช่องทางในการเสนอข้อมูลข่าวสารทางการเมืองต่างๆ ที่เกี่ยวกับการตัดสินใจและนโยบายของรัฐบาลให้ประชาชนได้รับรู้ และขณะเดียวกันก็เป็นกระบวนการในการนำเอาข้อเรียกร้องและความต้องการของประชาชนไปสู่รัฐบาลที่จะทำการกำหนดนโยบายและการตัดสินใจของรัฐบาลสอดคล้องและสนองตอบต่อความต้องการของประชาชนได้ดียิ่งขึ้น (บุญทริกา เจียงเพ็ชร, 2543: 23)

เสถียร เชยประทับ ได้กล่าวถึง การพัฒนาทางการเมือง หรืออีกนัยหนึ่ง การสร้างเอกภาพของชาติก็คือ การยึดเครือข่ายการสื่อสารจากศูนย์กลางให้เข้าถึงส่วนต่างๆ ของสังคมซึ่งเคยอยู่โดดเดี่ยว ให้ข่าวสารสามารถไหลไปตามแนวตั้ง และตามแนวนอนในทุกระดับได้ ระบบ

การเมืองที่เริ่มพัฒนาดีขึ้น จะมีช่องทางใหม่ตามแนวนอน ซึ่งเกิดจากการพึ่งพาอาศัยกันในทางสังคม เศรษฐกิจจะหว่างส่วนต่างๆ ของสังคม และจะมีช่องทางใหม่ตามแนวตั้งที่เกิดจากแรงกดดันของการเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองและการเพิ่มประสิทธิภาพของการบริหาร เพราะฉะนั้นจะเห็นว่าการพัฒนาทางการเมืองเกี่ยวข้องกับการเพิ่มประสิทธิภาพของโครงสร้างการสื่อสารให้เพียงพอกับการสนองนโยบายของชาติได้ การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นจะทำให้การพัฒนาทางการเมืองรวดเร็วขึ้น (เสถียร เขยประทับ, 2540: 232)

นอกจากนี้ ในการดำเนินการทางการเมืองการปกครองนั้น การสื่อสารถือได้ว่าเป็นเครื่องมือทางการเมืองชนิดหนึ่ง (Political Instrument) ซึ่งบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารในฐานะเครื่องมือทางการเมืองนั้น สามารถสรุปได้ ดังนี้ (สมควร กวียะ, 2535: 230-231)

1. ถ่ายทอดข่าวสารและความรู้ทางการเมืองโดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น สื่อมวลชนและสื่อบุคคล
2. จัดระเบียบวาระ (Agenda-setting) เกี่ยวกับประเด็นปัญหาทางการเมืองที่ควรนำมาอภิปราย ยิ่งสื่อมวลชนให้น้ำหนักความสำคัญแก่เรื่องใดมาก ประชาชนก็จะให้ความสำคัญแก่เรื่องนั้นมากตามไปด้วย
3. การเผยแพร่ปลูกฝังความเชื่อทางการเมือง (Propogation and cultivation of political beliefs) รวมทั้งการปลูกฝังอุดมการณ์และทัศนคติทางการเมืองด้วย
4. พัฒนาทางการเมือง (Political development) การสื่อสารจะเข้ามามีส่วนร่วมในการให้ความรู้ ความเข้าใจแก่ประชาชน รวมทั้งชักชวนโน้มน้าวให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองเพื่อให้การพัฒนาทางการเมืองไปสู่ทิศทางที่ประเทศชาติได้ตั้งเป้าหมายและอุดมการณ์ไว้ เช่น การใช้การสื่อสารเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจในเรื่องการเลือกตั้งระบบใหม่นั้น ก็ถือเป็นการใช้การสื่อสารเพื่อพัฒนาทางการเมือง เป็นต้น

สำหรับบทบาทของสื่อมวลชนในการพัฒนาการเมือง อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า สถาบันสื่อมวลชนทำหน้าที่ในการพัฒนาด้านการเมืองการปกครองของประชาชนได้ดังต่อไปนี้คือ (ปรมะ สตะเวทิน, 2541: 256)

1. ทำให้เกิดความสนใจ การเสนอข่าวสาร เรื่องราวต่างๆ ทั้งในแง่ของตัวบุคคลซึ่งเป็นผู้นำ นโยบาย ความคิดเห็น เป็นประจำสม่ำเสมอและต่อเนื่องของสื่อมวลชนทุกแขนง ทั้งหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ ย่อมสามารถทำให้ประชาชนได้รับข่าวสารด้านการเมืองการปกครองโดยอัตโนมัติและค่อยๆ สะสมจนเกิดเป็นความสนใจขึ้น
2. ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจ เรื่องของการเมืองการปกครองเป็นเรื่องที่ค่อนข้างสลับซับซ้อนและเข้าใจยากสำหรับคนโดยทั่วไป การได้รับข่าวสารความรู้ ตลอดจนความคิดเห็น

ทางการเมืองการปกครองเป็นประจำจากสื่อมวลชน ซึ่งช่วยอธิบายเรื่องการเมืองและการปกครอง ย่อมเป็นโอกาสที่ดีที่จะทำให้ประชาชนเกิดความรู้ความเข้าใจ

3. การทำให้เกิดทัศนคติ การเสนอข่าวสาร ความคิดเห็น และข้อโต้แย้งทางการเมืองการปกครองของสื่อมวลชน จะสามารถช่วยกำหนดทัศนคติ ค่านิยม และการตัดสินใจแก่ประชาชนได้ ทัศนคติต่างๆทางการเมือง เช่น สำนึกทางการเมือง การมีส่วนร่วมทางการเมืองหน้าที่และความรับผิดชอบในฐานะที่เป็นพลเมือง เป็นต้น สามารถปลูกฝังได้โดยอาศัยการเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน

4. ทำให้เกิดการปฏิบัติ เมื่อประชาชนเกิดความรู้ความเข้าใจ ยอมรับทัศนคติที่ถูกต้อง เกิดความสำนึกในบทบาทหน้าที่ทางการเมืองของตน สื่อมวลชนก็สามารถมีบทบาทในการกระตุ้นให้ประชาชนมีส่วนร่วมทางการเมืองได้ ไม่ว่าจะเป็นในรูปของการวิพากษ์วิจารณ์ การแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นทางการเมือง หรือนโยบายของรัฐบาลและพรรคฝ่ายค้าน การออกเสียงเลือกตั้ง การสมัครรับเลือกตั้ง การเข้าเป็นสมาชิกพรรคการเมือง การมีส่วนร่วมในการปกครองท้องถิ่น การแสดงประชามติ เป็นต้น

สื่อมวลชนจึงมีความสัมพันธ์และมีอิทธิพลต่อการสร้างทัศนคติทางการเมือง การที่สื่อหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ทำการเสนอเนื้อหาข่าวสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเมือง เช่น ข่าวความเคลื่อนไหวในการทำหน้าที่ของคณะกรรมการการเลือกตั้ง ตุลาการศาลรัฐธรรมนูญ การเลือกตั้งวุฒิสภา การประชุมคณะรัฐมนตรี การประชุมสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ข่าวนโยบายและการดำเนินงานของรัฐบาล ฯลฯ ล้วนมีส่วนในการเสริมสร้างสำนึกทางการเมือง ค่านิยมทางการเมืองและทัศนคติทางการเมืองแก่ประชาชน

เสรี วงษ์มณฑา กล่าวถึงการนำเอาการสื่อสารมวลชนมาใช้เพื่อประสิทธิผลในหลายๆ อย่างดังต่อไปนี้

1. เป็นการสร้างทัศนคติทางการเมือง การแจกใบปลิว การติดป้ายประกาศ การแจกแผ่นพับ ข่าว และบทความทางวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สามารถช่วยสร้างสำนึกทางการเมือง ค่านิยมทางการเมืองและทัศนคติทางการเมืองให้แก่ประชาชนได้ การให้ข่าวสารเกี่ยวกับการทำงาน นักการเมือง เหตุผลในการออกกฎหมาย การออกนโยบาย การกำหนดโครงการต่างๆ ขึ้นมา จะทำให้ประชาชนรู้จักนักการเมืองดีขึ้น เข้าใจนักการเมืองดีขึ้น ยอมรับนักการเมืองได้มากยิ่งขึ้น และสามารถตัดสินใจเลือกนักการเมืองได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. สร้างความสนใจในเมือง ในสมัยก่อนคนส่วนใหญ่ไม่ค่อยสนใจการเมืองนัก เพราะไม่ค่อยรู้ข่าวคราวของการเมือง ไม่เคยพบเห็นนักการเมืองหรือผู้บริหารแต่ในปัจจุบันนี้

ข่าวคราวของรัฐบาลมีให้อ่านกันเป็นประจำ นักการเมืองจะเป็นข่าวให้เห็นทั้งในหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง นิตยสาร ดังนั้น คนสมัยนี้จึงมีความสนใจการเมืองมากขึ้น

3. สร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเมือง การเผยแพร่ประชาธิปไตยโดยสื่อบุคคลหรือสื่อมวลชน ทำให้ประชาชนเข้าใจดีขึ้นว่าประชาธิปไตยคืออะไร การพูดถึงกฎหมาย การออกพระราชบัญญัติต่างๆ โดยมีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารสู่ประชาชนทำให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจมากยิ่งขึ้น

4. สร้างบทบาททางการเมือง การที่ประชาชนมีความสนใจ มีความรู้ ได้นำไปสู่การกำหนดบทบาททางการเมือง ประชาชนในปัจจุบันได้รู้ถึงบทบาท สิทธิ และหน้าที่ของตนดีขึ้น

5. เป็นการนำเอารัฐบาลเข้าไปอยู่ในบ้านของประชาชน ทั้งนี้ เพราะสื่อมวลชนต่างๆ มีการเสนอข่าวเกี่ยวกับรัฐบาล นักการเมืองต่างๆ อยู่ตลอดเวลา ทำให้ประชาชนรู้จักผู้บริหารได้ทั้งๆ ที่ไม่เคยพบตัวจริง

6. การสื่อสารมวลชนทำให้ความสนใจของประชาชนมีลักษณะเป็นนานาชาติ (Cosmopolitan Oriented) เพราะการส่งข่าวผ่านดาวเทียมทำให้ความสนใจของประชาชนเปลี่ยนแปลงไป แทนที่จะสนใจเรื่องใกล้ตัว กลับสนใจสิ่งที่อยู่ไกลตัว ทำให้มีความคิดเป็นสากลมากยิ่งขึ้น ทำให้รัฐบาลต้องตื่นตัวกับการสนองความต้องการของประชาชนตามมาตรฐานนานาชาติที่ประชาชนมีโอกาสได้พบเห็น

7. การสื่อสารมวลชนถูกนำมาใช้ในการรองรับสถานการณ์ ก่อนเป็นนักการเมืองไม่มีใครรู้จัก แต่เมื่อสื่อมวลชนพูดถึงบ่อยๆ คนที่ไม่มีความสำคัญก็มีความสำคัญขึ้น สถานภาพของเขา ก็ได้รับการยอมรับ

นอกจากนี้ วิลเบอร์ แชรรมยังได้สรุปความสำคัญของสื่อมวลชนที่จะช่วยพัฒนาประเทศไว้ว่า

1. เป็นยามตรวจสอบ คือการให้ข่าวสารและอธิบายเหตุการณ์ต่างๆ ว่าได้รู้คนหน้าไปเพียงใด

2. เป็นผู้ก่อให้เกิดสิ่งที่น่าสนใจขึ้น ส่งเสริมให้เกิดความรู้และสร้างเสริมประสบการณ์แก่ประชาชนอย่างกว้างขวาง

3. เป็นผู้ก่อให้เกิดความน่าสนใจขึ้น

4. สื่อมวลชนสามารถสร้างความทะเยอทะยานให้กับประชาชนได้

5. เป็นผู้สร้างบรรยากาศของการพัฒนาให้เกิดขึ้น

6. ช่วยทำให้เกิดกระบวนการตัดสินใจในทางอ้อมทั้งในแง่ของทัศนคติและค่านิยมต่างๆ

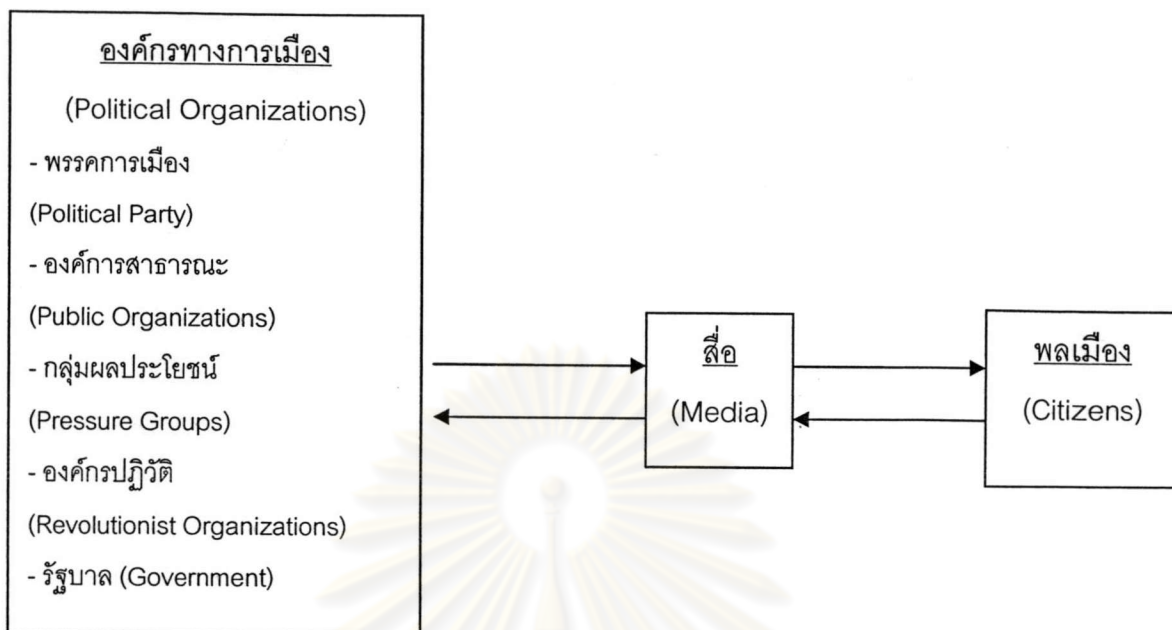
7. ช่วยส่งเสริมการตัดสินใจโดยผ่านข่าวสารไปทางสื่อบุคคล
8. สื่อมวลชนสามารถสร้างสถานภาพให้บุคคลได้
9. สามารถขยายนโยบายของรัฐบาลให้เป็นที่เข้าใจหรืออภิปรายกันกว้างขวางขึ้นในหมู่ประชาชนแต่ละท้องถิ่นได้
10. สื่อมวลชนสามารถควบคุมหรือบังคับให้คนในสังคมปฏิบัติไปตามบรรทัดฐานทางสังคมได้
11. สื่อมวลชนช่วยสนับสนุนการมีระบอบที่ดี
12. สื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนทัศนคติที่ไม่ฝังแน่นหรือค่อยๆ เปลี่ยนทัศนคติบางอย่างให้มั่นคงขึ้น
13. สื่อมวลชนทำหน้าที่เป็นครู คือให้การศึกษาให้ความรู้แก่ประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อมในการดำเนินชีวิต

จากแนวคิดต่างๆ ข้างต้น เราสามารถสรุปบทบาททางการเมืองของสื่อมวลชนได้ว่า สื่อ โดยเฉพาะสื่อมวลชนอันได้แก่สื่อวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์มีบทบาททางการเมืองหลายประการ ในอันที่จะช่วยส่งเสริมสนับสนุนกระบวนการทางการเมือง คือ การสร้างความรู้ความเข้าใจทางการเมือง การสร้างทัศนคติทางการเมือง และบทบาทต่อพฤติกรรมทางการเมือง

การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพย่อมจะก่อให้เกิดการรับรู้ข่าวสารที่จะนำไปสู่การร่วมมือร่วมใจในการพัฒนาสังคมในทุกๆ ด้าน หรือหากจะกล่าวอีกแง่มุมหนึ่ง ก็อาจจะสรุปได้ว่าการรับรู้ข่าวสารมีส่วนเกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิดกับการพัฒนาด้านต่างๆ ในสังคม

การรับรู้ข่าวสารกับการพัฒนาทางด้านการเมืองนั้นเป็นสิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญควบคู่กันไป เนื่องจากมีความเชื่อมั่นกันอยู่ว่า การดำเนินงานทางการเมืองสมัยใหม่จะประสบความสำเร็จได้ต้องขึ้นอยู่กับหลักการประชาธิปไตย และได้รับการสนับสนุนของสาธารณชน และจำเป็นจะต้องใช้การสื่อสารในการสร้าง หล่อหลอม หรือปลูกสาธารณชนให้โน้มเอียงไปในทิศทางของอุดมการณ์ทางการเมืองที่พึงประสงค์ (ฐิติ วิทยธรณะ, 2540:10)

เราอาจสรุปองค์ประกอบของการสื่อสารทางการเมืองได้ดังแผนภาพนี้



ภาพที่ 2.1 องค์ประกอบของการสื่อสารทางการเมือง

ในสังคมประชาธิปไตย การสื่อสารทางการเมืองจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมความเสมอภาค การสื่อสารจะถูกนำไปใช้ในทางการเมืองเพื่อเชื่อมโยงชนชั้นปกครองและชนชั้นได้ปกครองเข้าด้วยกันทั้งในแนวระนาบหรือแนวตั้ง ซึ่งช่องทางการสื่อสารในฐานะเครื่องมือทางการเมืองจะทำหน้าที่เป็นตัวเชื่อมโยงหรือเป็นสื่อในการนำสารจากรัฐบาล หรือจากศูนย์อำนาจไปสู่ประชาชน โครงสร้างช่องทางการสื่อสารในทางการเมืองอาจปรากฏอยู่ในรูปแบบ ดังนี้

1. วงสนทนา
2. โครงสร้างสังคมที่ไม่เกี่ยวข้องกับการเมือง เช่น สมาคมต่างๆ
3. โครงสร้างปัจจัยนำเข้าทางการเมือง เช่น พรรคการเมือง หรือกลุ่มผลประโยชน์
4. โครงสร้างปัจจัยนำออกทางการเมือง เช่น หน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ
5. สื่อมวลชน เช่น สิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ หรือภาพยนตร์

โครงสร้างทั้ง 5 ประการ ต่างก็เป็นช่องทางการสื่อสารที่รัฐใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารกับประชาชน หรือประชาชนกับประชาชน ช่องทางการสื่อสารทางการเมืองที่จะเป็นเครื่องมือในงานการสื่อสารทางการเมืองจะต้องมีองค์ประกอบพื้นฐานดังต่อไปนี้

1. ประสิทธิภาพของสายงานการสื่อสาร (Chains of Commands) หมายถึง เอกภาพของการสั่งงานที่ทำให้แผนงาน คำสั่ง นโยบาย และอื่นๆ ไปสู่ประชาชนได้โดยสะดวก

ด้วยการอาศัยช่องทางการสื่อสารที่สามารถควบคุมการไหลเวียนของสารสนเทศให้เป็นไปตามการคาดหวังหรือตามแผนการ

2. ความสามารถในการนำเสนอสารสนเทศที่หลากหลายไม่ว่าสารสนเทศนั้นจะเป็นเรื่องของการเมืองโดยตรงหรือเป็นเพียงเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการเมืองเช่น เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและเทคโนโลยี เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อมุ่งหวังให้การเมืองมีโครงสร้างและหน้าที่ที่เป็นพลวัตร

3. การคำนึงถึงการย้อนกลับสาร (Feedback) นอกเหนือจากการที่ช่องทางการสื่อสารจะทำหน้าที่ในการถ่ายเทสารสนเทศแล้ว ช่องทางการสื่อสารก็จะเป็นช่องทางในการนำสารสนเทศย้อนกลับไปยังแหล่งสาร การย้อนกลับสารจะทำให้ระบบหรือรัฐตระหนักถึงการรับผิดชอบต่อการรับฟัง และสนองตอบต่อมติมหาชน (Public Opinion)

4. ประสิทธิภาพของช่องทางการสื่อสาร ซึ่งมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้สิ่งที่ต้องตระหนักในประสิทธิภาพของช่องทางการสื่อสารในฐานะที่เป็นตัวกลางเชื่อมโยงระหว่างรัฐกับประชาชนนั้น คือ

- ตำแหน่งของเป้าหมาย (Position)
- ระยะ (Distance) นับจากการเริ่มต้นกิจกรรมไปสู่เป้าหมายทางการเมือง ในขั้นตอนเริ่มกิจกรรมการเมืองจำเป็นต้องตระหนักถึงตำแหน่งปัจจุบันของกิจกรรมสถานการณ์รอบข้าง และความพยายามทั้งหมดที่มีอยู่
- อัตราความเร็ว (Speed) หมายถึง เวลาที่ใช้ไปในการเดินทางของสาร

ช่องสารในการสื่อสารทางการเมืองจะแตกต่างกันไปตามระบบการเมืองเทคโนโลยีด้านวัตถุและด้านสังคมของการสื่อสารของแต่ละประเทศ แต่สามารถกล่าวโดยรวมได้ว่า ช่องสารในการสื่อสารทางการเมืองที่สำคัญในทุกระบบการเมืองคือ องค์กร กลุ่ม สื่อมวลชน และช่องสารพิเศษสำหรับการรวมผลประโยชน์ (Interest Aggregation) และการแสดงผลประโยชน์ชัดแจ้ง (Interest Articulation)

1. ช่องสารที่เป็นองค์กร ได้แก่สถาบันการเมือง เช่นพรรคการเมือง กลุ่มผลประโยชน์ ระบบราชการ สหภาพแรงงาน และองค์กรมวลชนที่สามารถเชื่อมผู้นำให้เข้ากับประชาชนเป็นช่องสารทางการเมืองที่สำคัญที่สุดอย่างหนึ่ง ซึ่งมีข้อนำสังเกตเกี่ยวกับช่องสารที่เป็นองค์กรของระบบการเมืองต่างๆ คือ ช่องสารที่เป็นองค์กรไม่จำเป็นต้องเป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างของระบบการเมือง เช่น วิทยาลัย หรือมหาวิทยาลัย ในหลายๆ กรณี การใช้ช่องสารที่เป็นองค์กรเพื่อวัตถุประสงค์ในทางการเมืองมีลักษณะเป็นครั้งคราว หรือเพียงบางส่วน เช่นพรรคการเมืองหลายที่มีบทบาทอย่างมากในการถ่ายทอดข่าวสารทางการเมืองในช่วงเลือกตั้ง แต่หลังจากการเลือกตั้งแล้ว กิจกรรมเกือบทุกชนิดของพรรคก็หยุดชะงัก ช่องสารที่เป็นองค์กรในระบบการเมือง



ส่วนใหญ่สามารถปรับตัวเพื่อทำหน้าที่สนับสนุนการสื่อสารทางการเมือง และมีศักยภาพในการสื่อสารทางการเมืองค่อนข้างสูง แต่การที่ช่องทางที่เป็นองค์กรจะถูกนำมาใช้ในทางการเมืองหรือไม่ อย่างไรนั้น ไม่ได้ขึ้นอยู่กับโครงสร้างขององค์กรเท่านั้น หากแต่ขึ้นกับความต้องการของผู้นำทางการเมืองที่จะนำมาใช้ภายใต้สภาพการณ์ทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม

2. ช่องทางที่เป็นกลุ่มจะมีลักษณะของการสื่อสารที่เป็นทางการน้อยกว่าการสื่อสารภายในองค์กร การสื่อสารภายในกลุ่มมีความสำคัญต่อกระบวนการตัดสินใจในทางการเมืองเกือบทุกชนิด กลุ่มทำหน้าที่เป็นแหล่งของการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความคิดและอิทธิพล ซึ่งกลุ่มการเมืองที่สำคัญไม่จำเป็นต้องเป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างของระบบการเมือง การทำหน้าที่เป็นช่องทางทางการเมืองของกลุ่มมีลักษณะเป็นครั้งคราวหรือเพียงบางส่วน และการนำกลุ่มมาใช้เพื่อวัตถุประสงค์ในการสื่อสารทางการเมืองจะแตกต่างกันอย่างมากในระบบการเมืองต่างๆ

3. ช่องทางที่เป็นสื่อมวลชน ถือได้ว่าเป็นช่องทางที่เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารมากที่สุดเพราะระบบการเมืองและกระบวนการทางการเมืองเป็นสิ่งสลับซับซ้อนยากที่จะสังเกตได้โดยตรง สิ่งที่ประชาชนส่วนใหญ่สังเกต คือ รายงานข่าวเกี่ยวกับเหตุการณ์และกิจกรรม ซึ่งก็คือสิ่งที่ปรากฏออกมาของกระบวนการทางการเมือง ประชาชนส่วนใหญ่ในสังคมจะทราบข่าวสำคัญและกิจกรรมทางการเมืองจากสื่อมวลชนหรือสื่อปัจเจกบุคคลที่เปิดรับสื่อมวลชน ระบบสื่อมวลชนทำให้ข่าวสารเดินทางไปได้มากกว่า ไกลกว่าและเร็วกว่า ช่วยให้ข่าวสารเกี่ยวกับสาธารณชนมีลักษณะคล้ายคลึงกัน การเผยแพร่ข่าวสารกลายเป็นกิจกรรมที่มีบทบาทสำคัญในสังคม และผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสาร เช่นนักข่าว คอลัมนิสต์ บรรณาธิการ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ กลายเป็นตัวจักรสำคัญตัวหนึ่งในกระบวนการทางการเมือง ประชาชนเข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองโดยอาศัยสื่อมวลชน ประชาชนถูกเชื่อมเข้ากับสื่อมวลชนและอาศัยข่าวสารทางการเมืองจากหนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ เพื่อเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมือง แต่ทั้งนี้มิได้หมายความว่าสื่อมวลชนสามารถถ่ายทอดข่าวสารได้อย่างสมบูรณ์ การสื่อสารระหว่างบุคคลยังคงมีบทบาทสำคัญในทางการเมือง สื่อมวลชนไม่ได้แทนที่หรือมีความสำคัญเหนือกว่าสื่อบุคคล แต่ช่วยเชื่อมต่อเครือข่ายของการสื่อสารที่มีอยู่ และช่วยให้มีเครือข่ายใหม่ซึ่งต้องอาศัยสื่อมวลชนในการเผยแพร่ข่าวสาร นอกจากนี้สื่อมวลชนยังทำหน้าที่เชื่อมนักการเมืองหรือสถาบันทางการเมืองเข้าด้วยกัน สื่อมวลชนทำให้นักการเมืองด้วยกันเองหรือทำให้ฝ่ายนิติบัญญัติและฝ่ายบริหารได้รับความเห็นจากผู้เชี่ยวชาญและประชาชน สื่อมวลชนยังเป็นตัวเชื่อมสำหรับเครือข่ายอื่นๆ ด้วย

4. ช่องทางพิเศษสำหรับการแสดงและการรวมผลประโยชน์ จะถูกนำมาใช้เพื่อแสดงผลประโยชน์และรวมผลประโยชน์ภายใต้เหตุการณ์พิเศษเท่านั้น ช่องทางมีลักษณะชั่วคราว

เราไม่สามารถบอกได้แน่ชัดว่าช่องสารพิเศษมีอะไรบ้าง แต่การเลือกตั้ง การเดินขบวนต่อต้าน การประท้วง การคว่ำบาตร การหยั่งเสียงมหาชนอาจถือว่าเป็นช่องสารพิเศษได้

สำหรับเนื้อหาของสารเพื่อการพัฒนาการเมืองนั้น ในการพัฒนาการเมือง รัฐบาลจำเป็นต้องเลือกสรรเนื้อหาสาระทางการเมืองเพื่อเผยแพร่ไปสู่ประชาชนได้อย่างเหมาะสม สารเพื่อการพัฒนาการเมืองแบ่งได้เป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ คือ (ปรมะ สตะเวทิน, 2541: 257)

1. อุดมการณ์ โครงสร้าง และกระบวนการการเมืองในปัจจุบัน เนื้อหาสาระที่สำคัญประการแรกก็คือ ภาพรวมของระบบการเมืองของประเทศ ทั้งในด้านอุดมการณ์ โครงสร้าง และกระบวนการการเมืองของประเทศ รัฐบาลจะต้องกระทำด้วยตนเองรวมทั้งอาศัยความร่วมมือจากสถาบันการเมืองอื่นๆ เช่น พรรคการเมือง หน่วยงานปกครองท้องถิ่น สถานิติบัญญัติ ฯลฯ ในการใช้วิธีการและสื่อต่างๆ รวมทั้งสื่อมวลชนในการเผยแพร่ให้ประชาชนเกิดความรู้ความเข้าใจ มีสำนึก ศรัทธา และมีส่วนร่วมในระบบการเมืองของประเทศ

2. นโยบาย การดำเนินการ และการตัดสินใจทางการเมือง นอกเหนือจากระบบการเมืองการปกครองของประเทศแล้ว รัฐบาลจะต้องสื่อสารให้ประชาชนเข้าใจ ยอมรับ และสนับสนุนนโยบาย การดำเนินการ ตลอดจนการตัดสินใจของรัฐบาลด้วย เพื่อให้เกิดการปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกันและราบรื่น

3. แนวทางการพัฒนาการเมืองในอนาคต สารการเมืองในส่วนนี้เป็นสารที่เกี่ยวข้องกับทิศทางการพัฒนาทางการเมืองที่รัฐบาลมุ่งให้เกิดขึ้นในอนาคต เป็นแนวทางที่มุ่งเปลี่ยนแปลงไปโดยเจตนาจากที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

หากพิจารณาถึงความสัมพันธ์อย่างลึกซึ้งซึ่งระหว่งการสื่อสารในการพัฒนาประเทศแล้ว การแทรกการสื่อสารเข้าไปในระบบการพัฒนาประเทศด้วยวิธีการที่เหมาะสมและถูกต้อง จะช่วยลดความล้มเหลวของการพัฒนาไปได้มาก การเสริมความรู้ เทคนิคการสื่อสารเข้าไปจะทำให้เกิดความเข้าใจ สร้างทัศนคติและความรู้ให้เกิดขึ้น

สิ่งสำคัญในการสื่อสารเพื่อพัฒนาก็คือ จะต้องสร้างความต้องการให้ประชาชนเกิดความต้องการรับรู้ข่าวสารเสียก่อน สร้างความกระหายข่าวสารแก่ประชาชน ให้เห็นถึงความสำคัญของข้อมูลข่าวสาร ในขณะที่สภาพเหตุการณ์บ้านเมืองเป็นปกติ ประชาชนมักจะไม่เรียกร้องอยากรู้ข่าวสาร แต่จะเรียกร้องอยากรู้เมื่อเกิดปัญหาหรือเกิดเหตุการณ์ที่ไม่ปกติ เพราะฉะนั้นจะต้องพยายามกระตุ้นให้ประชาชนรู้จักใช้ข้อมูลข่าวสารในการดำรงชีพของตนเองในยามบ้านเมืองเป็นปกติด้วย

มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารทางการเมืองดังนี้

จริญญา เจริญสุขใจ (2540) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสารการเมือง วัฒนธรรมทางการเมืองแบบประชาธิปไตย กับการใช้สิทธิของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร ปี 2538 พบว่าการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับการไปใช้สิทธิออกเสียงของเยาวชน ส่วนปัจจัยด้านเพศและอาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากสื่อต่างๆ ของเยาวชน แต่ปัจจัยด้านการศึกษามีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อบุคคล และปัจจัยทางด้านเพศ อาชีพ และการศึกษา มีความสัมพันธ์กับทัศนคติทางการเมืองแบบประชาธิปไตย ความรู้ความเข้าใจทางการเมือง ความสนใจทางการเมือง ความรู้สึกมีประสิทธิภาพทางการเมือง ความไว้วางใจทางการเมือง และความสำนึกทางการเมือง

ฐิตกานต์ ธนาโอฬาร (2537) ศึกษาเรื่อง การสื่อสารกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัย:ศึกษาเฉพาะกรณีจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พบว่าการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อบุคคล มีผลต่อการพัฒนาทัศนคติทางการเมืองแบบประชาธิปไตย และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของนิสิตนักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญ

ฐิติ วิทยสรณะ (2540) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนกับความรู้ทัศนคติและการเข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองของนักศึกษามหาวิทยาลัย พบว่าการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับความรู้ทางการเมือง

ต้องฤดี ปุณณกันต์ (2534) ศึกษาการเปิดรับการสื่อสารกับการพัฒนาความรู้ทัศนคติ และพฤติกรรมของประชาชนตามโครงการขยายฐานประชาธิปไตยสู่ปวงชนโดยศึกษาเฉพาะกรณีอำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ปริมาณการเปิดรับการสื่อสารจากสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชน

มณฑนา มาศมาลัย (2534) ศึกษาบทบาทสื่อมวลชนและสื่อบุคคลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของสตรี ศึกษาเฉพาะกรณี อำเภอพรหมคีรี จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่าการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับความรู้ทางด้านข่าวสารการเมือง

อุษา โหราเรื่อง (2540) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสารการเมืองกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐ เพื่อศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเมืองและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา กับตัวแปรต่างๆ พบว่า นักศึกษาเปิดรับข่าวสารการเมืองระดับประเทศใน

ภาพรวมระดับปานกลาง โดยเปิดรับจากสื่อมวลชนมากกว่าสื่อบุคคล และระดับการเปิดรับข่าวสารการเมืองของนักศึกษามีความสัมพันธ์ในทางบวกกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง

บุญทริกา เจียงเพ็ชร (2543) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่ออินเทอร์เน็ต และทัศนคติทางการเมืองแบบประชาธิปไตยที่มีต่อความรู้ ทัศนคติและกิจกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองที่เกี่ยวกับการเลือกตั้งระบบใหม่ของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความรู้เรื่องการเลือกตั้งระบบใหม่ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ ทัศนคติทางการเมืองแบบประชาธิปไตย การเปิดรับข่าวสารการเมืองผ่านสื่อหนังสือพิมพ์และการที่เคยมีส่วนร่วมในการปฏิรูปการเมือง

จากผลการวิจัยดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่า สื่อมีผลต่อพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ดังนั้นการเผยแพร่ประชาธิปไตย จึงจำเป็นต้องอาศัยการสื่อสารเข้ามาเป็นตัวกลางในการส่งสารไปยังกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการเผยแพร่

#### แนวคิดเกี่ยวกับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ประชาธิปไตย

ในการศึกษาเรื่องการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ประชาธิปไตยนั้น ควรทำความเข้าใจในความหมายและลักษณะสำคัญของระบอบประชาธิปไตยในเบื้องต้นก่อน

ความหมายของประชาธิปไตย แบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือความหมายแคบกับความหมายกว้าง สำหรับความหมายแคบถือว่าประชาธิปไตยเป็นรูปแบบการปกครองแบบหนึ่งเท่านั้น แต่ก็มีลักษณะพิเศษ คือประชาชนในแต่ละประเทศมีสิทธิ อำนาจ และโอกาสที่จะเข้าควบคุมกิจการทางการเมืองของชาติ หรือพูดง่ายๆ ก็คือ ประชาชนมีอำนาจปกครองตนเอง ส่วนความหมายกว้าง หมายถึง ปรัชญาของสังคมมนุษย์ หรือวิถีชีวิตที่ยึดถืออุดมคติ และหลักการบางประการที่กำหนดแบบแผนแห่งพฤติกรรมระหว่างมนุษย์ในสังคมในกิจการทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม (จรรยา สุภาพ, 2514: 250)

ลักษณะสำคัญของประชาธิปไตยในแง่หลักการ สรุปได้ดังนี้ (อมร รักษาสัตย์, 2543: 28-29)

1. ประชาชนเป็นเจ้าของอำนาจอธิปไตย เป็นผู้ทรงอำนาจอสูงสุด
2. รัฐบาลได้อำนาจมาจากประชาชนหรือโดยความยินยอมของประชาชน

3. ในประเทศขนาดใหญ่ในสมัยใหม่ที่ต้องใช้ประชาธิปไตยทางอ้อมนั้น ต้องมีการเลือกตั้งผู้แทนและพนักงานของรัฐอย่างบริสุทธิ์ยุติธรรม โดยประชาชนสามารถใช้สิทธิเลือกตั้งได้อย่างมีอิสระ
4. สถาบันทางการเมืองที่ทำหน้าที่ตัดสินใจทางการเมืองหรือวางนโยบายสาธารณะต้องตั้งขึ้นด้วยวิธีแห่งการแข่งขันเพื่อให้ได้รับคะแนนเสียงเห็นชอบจากประชาชน
5. ประชาชนต้องมีส่วนร่วมในการปกครองประเทศตลอดเวลา ผ่านกลไกต่างๆ หรือใช้สิทธิที่จะต้องแสดงบทบาทโดยตรง
6. รัฐบาลต้องรับผิดชอบต่อประชาชน ประชาชนมีสิทธิติชมควบคุมการทำงานของรัฐบาลตลอดเวลา และมีสิทธิเปลี่ยนแปลงตามวิธีการที่กำหนดไว้
7. อำนาจในการปกครองประเทศต้องไม่อยู่ในกำมือของคนคนเดียวหรือกลุ่มเดียว ต้องมีการแบ่งอำนาจปกครองอย่างน้อยในระดับหนึ่ง
8. รัฐบาลต้องมีอำนาจจำกัด มีการแบ่งและกระจายอำนาจ มีการตรวจสอบและถ่วงดุลหรือคานอำนาจซึ่งกันและกัน
9. หน้าที่หลักของรัฐบาลคือการส่งเสริมปัจเจกชน เสรีภาพ ความเสมอภาค ภราดรภาพของพลเมือง
10. การตัดสินใจสำคัญต้องเป็นไปตามเสียงข้างมากโดยคำนึงถึงสิทธิของฝ่ายข้างน้อย
11. ประชาชนมีความเสมอภาคกันในด้านต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความเสมอภาคในสายตาของกฎหมาย และควรมีโอกาสเท่าเทียมกันในด้านต่างๆ ทุกคนมีศักดิ์ศรีและไม่มีอภิสิทธิ์เหนือผู้อื่น
12. ประชาชนมีสิทธิเสรีภาพต่างๆ อย่างกว้างขวางโดยรัฐบาลให้หลักประกันและคุ้มครองการใช้สิทธิเสรีภาพพื้นฐานที่สำคัญ
13. ประชาชนต้องมีอิสระในการพูด การพิมพ์ การแสดงความคิดเห็น การร่วมชุมนุม การตั้งพรรคการเมืองเพื่อให้สามารถมีส่วนร่วมในการปกครองประเทศได้จริง และอย่างมีข้อมูลข่าวสาร
14. รัฐบาลต้องใช้หลักการปกครองโดยกฎหมาย หรือหลักนิติธรรม ไม่ใช้อำนาจตามอำเภอใจ

จากหลักการข้างต้น เราสามารถสรุปหัวใจของระบอบประชาธิปไตยได้เป็น 5 ประการ คือ หลักอำนาจอธิปไตยของปวงชน (Popular Sovereignty) หลักเสรีภาพ (Liberty) หลักความเสมอภาค (Equality) หลักกฎหมาย (Rule of Law) และหลักเสียงข้างมาก (Majority Rule)

สำหรับการเผยแพร่ (Publicity) หรือการโฆษณาเผยแพร่นั้น เป็นการป่าวประกาศ ปลุกความสนใจและความนิยมในบุคคล อุดมการณ์ แต่การเผยแพร่ในความหมายที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์ ไม่ใช่การมุ่งให้ประชาชนซื้อสินค้าหรือบริการ หรือโฆษณาชักจูงใจเอาผลกำไร แต่ฝ่ายเดียว จุดมุ่งหมายที่แท้จริงคือการเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจ ชักจูงใจให้ประชาชนเกิดความสนใจ นิยมเลื่อมใสและเพื่อขอความสนับสนุนร่วมมือจากประชาชน ซึ่งการเผยแพร่ข่าวสารให้ประชาชนได้ทราบนั้น จะต้องตั้งจุดมุ่งหมายไว้ให้ชัดเจนว่าใครคือประชาชน กลุ่มเป้าหมาย จะบอกกล่าวเรื่องอะไร เพื่ออะไร และอย่างไร

เราอาจสรุปได้ว่าการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ เป็นแนวทางที่ใช้กิจกรรมต่างๆ เพื่อส่งต่อสารที่ต้องการเสนอเหล่านั้นไปยังผู้รับ โดยจะใช้การสื่อสารมาเป็นตัวกลางในการนำเสนอ และมีวัตถุประสงค์ของการวางแผนการประชาสัมพันธ์ดังนี้ (วิชชุตา ไตรธรรม, 2539: 16-17)

1. ต้องการให้มีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม สร้างความเข้าใจที่ถูกต้องและการยอมรับด้วยการชี้แจงให้ความรู้ การศึกษา และการโน้มน้าวใจ ซึ่งจะต้องมีการติดต่อสื่อสารอย่างต่อเนื่อง
2. กระตุ้นให้เกิดการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมทางความคิด การสนับสนุน ความไว้วางใจ ความนิยมเลื่อมใสศรัทธา และกระตุ้นความรู้ความเข้าใจเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อเป็นการสร้างจิตสำนึก โดยพยายามให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความตระหนักและเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมมากขึ้น
3. การอำนวยความสะดวก เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และเพื่อป้องกันมิให้เกิดความเข้าใจผิดซึ่งกันและกัน โดยการให้ข่าวสารที่ถูกต้อง เพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้ปฏิบัติงานได้มีความรู้ความเข้าใจต่อสิ่งที่กระทำ
4. เพื่อเตรียมการเลือกและกำหนดการใช้สื่อในการติดต่อสื่อสารได้ถูกต้อง มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการเข้าถึง
5. เพื่อเป็นการป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิดหรือการแสดงออกของสาธารณชนที่มีต่อองค์กรในทางลบ รวมทั้งในกรณีที่เกิดภาวะวิกฤตหรือปัญหาเฉพาะหน้า

โดยโครงการหรือแผนงานด้านการประชาสัมพันธ์ มีลักษณะสำคัญ 4 ประการคือ

1. เป็นแผนการประชาสัมพันธ์ที่เป็นเรื่องสนับสนุนทั่วไป (General Support) การทำการประชาสัมพันธ์นี้เป็นลักษณะของการประชาสัมพันธ์ที่กระทำอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาและส่งเสริมความเข้าใจ และความสนใจของสาธารณชนต่อองค์กร
2. เป็นแผนการประชาสัมพันธ์ที่เฉพาะเจาะจง (Specific Support) โดยมุ่งเน้นถึงข้อสนเทศที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมหรือเหตุการณ์พิเศษกว่าปกติธรรมดา
3. เป็นแผนการประชาสัมพันธ์ที่ต้องการให้เกิดผลอย่างหนึ่งอย่างใด (Reinforcement) เป็นแผนการประชาสัมพันธ์ที่ต้องการส่งเสริมสนับสนุนความคิดเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อให้บรรลุเป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง
4. เป็นแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อแก้ไขความเข้าใจผิด หรือการแสดงออกเชิงลบของประชาชน (Remedial)

ผลลัพธ์ของการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ก็คือ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารความรู้ (To Inform) โน้มน้าวใจให้คล้อยตาม (To Persuade) อันจะนำไปสู่การระดมให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม (To Mobilize) และท้ายที่สุดก็จะเกิดการเปลี่ยนแปลงทางการกระทำปรากฏให้เห็น กล่าวโดยสรุปจุดประสงค์ของการรณรงค์ก็เพื่อมีอิทธิพลต่อความเชื่อ หรือพฤติกรรมของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย

การประชาสัมพันธ์สามารถแบ่งตามระดับของความสัมพันธ์ได้ ดังนี้ (สมควร กวียะ, 2532: 70)

ระดับที่ 1 การเผยแพร่ข่าวสารองค์กรไปสู่ประชาชน เพื่อก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ ความนิยมชมชอบในองค์กร

ระดับที่ 2 การจัดระบบบริการข่าวสาร เพื่อเผยแพร่ข่าวสารองค์กรและข่าวสารอื่นๆ ที่จะเป็นประโยชน์ออกไปสู่ประชาชนโดยมีเป้าหมายที่จะสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรให้เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชน

ระดับที่ 3 การวางแผนและปฏิบัติการระยะยาวในการสร้างระบบเครือข่ายการสื่อสารเพื่อส่งข่าวสารและภาพลักษณ์องค์กรสู่ประชาชนและรับข่าวสารและพฤติกรรมของประชาชนต่อองค์กรโดยอาศัยกระบวนการวิจัย การรับฟังความคิดเห็นเพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาองค์กรทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคม

ทั้งนี้ ขอบเขตของงานประชาสัมพันธ์ในกิจกรรมต่างๆ คือ (ดวงพร คำคุณวัฒน์, 2536: 56-57)

1. Publicity การเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจ กิจกรรมหน่วยงานโดยผ่านสื่อต่างๆ หรือสื่อมวลชน เช่น การประกาศ การปิดประกาศ การบริการข้อมูลข่าวสาร การสารนิเทศ หรือสารสนเทศ (Information Service) การบริการติดต่อสอบถาม (Information or Inquiry) การส่งข่าวสารสำหรับสื่อมวลชน (Press Release or News Release)
2. Public Attitude คือ การเสริมสร้างทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิดที่ดีต่อองค์กร การรณรงค์เพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติในเรื่องต่างๆ เกี่ยวกับการกระทำขององค์กรให้เป็นไปในทางที่ดี
3. Public Opinion คือ กิจกรรมต่างๆ เพื่อการสร้างประชาคมดีให้เกิดขึ้นในทางที่เป็นผลดีต่อองค์กร การสร้างภาพลักษณ์ (Public Image) ขององค์กรในทางที่ดี การสร้างคำขวัญสำหรับองค์กร ให้เห็นภาพที่ประทับใจ
4. Public Service or Public Welfare กิจกรรมต่างๆ ที่จะเป็นการประชาสัมพันธ์องค์กรได้มาก คือ การบริการสาธารณะ การบริการสังคม การให้สวัสดิการ และการให้ผลประโยชน์แก่ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย การจัดบริการต่างๆ แก่สังคม หากเป็นองค์กรธุรกิจ ถือว่าเป็นการจัดบริการในรูปแบบของการคืนกำไรแก่สังคม เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกัน
5. Public Development การจัดกิจกรรมเพื่อการพัฒนาโดยส่วนรวม เช่น การฝึกอาชีพ การฝึกอบรมเพื่อการพัฒนาคน การจัดทัศนศึกษา การให้ทุนการศึกษา การฝึกอบรมและดูงาน เป็นต้น
6. Public Advertising การโฆษณาองค์กร โดยเป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Public Relations Advertising) เพื่อชื่อเสียงของหน่วยงาน องค์กรหรือสถาบัน

งานประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสาร ฉะนั้น การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ จึงต้องมีการวางแผนและปฏิบัติการในทุกขั้นตอนของการสื่อสาร คือผู้ส่ง ผู้รับ สาร และสื่อ

สื่อต่างๆ ในการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ สื่อประเภทการพูด สิ่งพิมพ์ แสงและเสียง และกิจกรรม การพิจารณาว่าจะใช้สื่อประเภทใดนั้น ขึ้นกับองค์ประกอบต่างๆ เช่น วัตถุประสงค์ในการสื่อสาร ระยะเวลา งบประมาณ และความรวดเร็วในการเผยแพร่ เป็นต้น การใช้สื่อให้ได้ประสิทธิภาพนั้น นอกจากจะต้องเลือกใช้สื่อให้ถูกต้องเหมาะสมแล้ว ยังจะต้องรู้จักการใช้สื่อที่เลือกแล้วให้ได้ดียิ่งด้วย

เครื่องมือหรือสื่อที่จะนำข่าวสารไปยังผู้รับสารใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์สามารถจำแนกออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ



1. สื่อที่นักประชาสัมพันธ์ควบคุมได้ (Controlled Media) คือสื่อที่นักประชาสัมพันธ์สามารถควบคุมได้ทั้งการผลิต เนื้อหาสาระ วิธี และความถี่การนำเสนอ รวมทั้งสื่อมวลชนที่นักประชาสัมพันธ์ซื้อเนื้อที่ และเวลาในการเผยแพร่ข่าวสารขององค์กรด้วย
2. สื่อที่นักประชาสัมพันธ์ไม่สามารถควบคุมได้ (Uncontrolled Media) ได้แก่ สื่อมวลชนแขนงต่างๆ ซึ่งมีอิสระในการเผยแพร่ข่าวสารโดยปราศจากการควบคุมของนักประชาสัมพันธ์ ในการดำเนินงานนักประชาสัมพันธ์ต้องขอความร่วมมือและพยายามให้สื่อมวลชนสามารถนำเสนอข่าวสารขององค์กรได้อย่างน่าสนใจต่อสาธารณชน

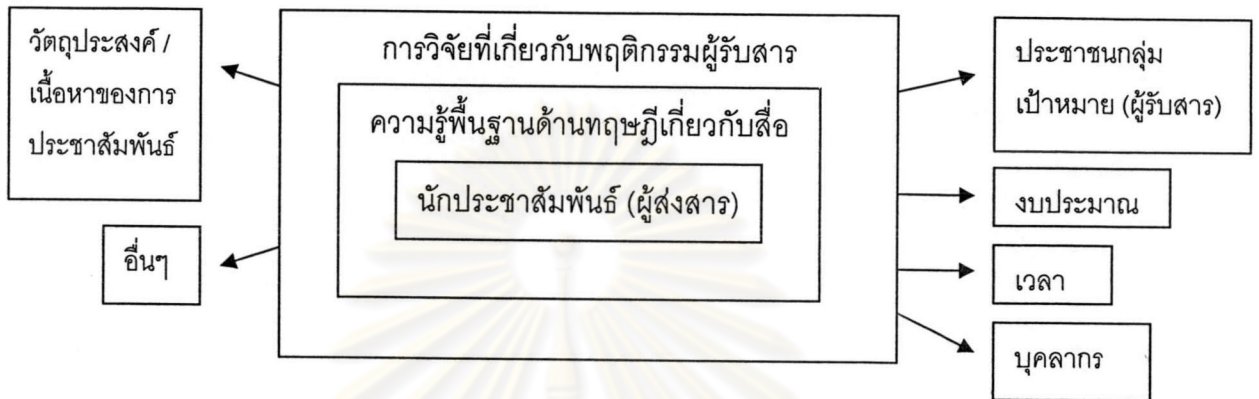
ในบางครั้งอาจแบ่งสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ตามลักษณะการเป็นรูปธรรม มีสมรรถนะ (Capacity) และมีศักยภาพ (Potentiality) ออกได้เป็น 7 ประเภท ดังนี้

1. สื่อบุคคล ได้แก่ บุคลากร ประชาชน กลุ่มชน ครอบครัว ครู นักเรียน พระ ผู้นำทางความคิดเห็น ผู้ประกอบอาชีพต่างๆ เป็นต้น
2. สื่อประเพณี ได้แก่ บุคคล คณะบุคคล และเครื่องอุปกรณ์ที่เกี่ยวกับการแสดง และการแสดงออกซึ่งวัฒนธรรมของชาติที่สืบทอดกันมาแต่โบราณกาล
3. สื่อมวลชน ได้แก่ องค์กร สถาบัน บุคคลที่เกี่ยวกับการผลิตและเผยแพร่หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ ภาพยนตร์ เทปเสียง เทปโทรทัศน์ หรืออื่นๆ ที่ไปถึงมวลชน
4. สื่อโทรคมนาคม ได้แก่ องค์กร สถาบัน หรือกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวกับการบริการส่งข่าวสารทางไกล ด้วยเครื่องมือโทรคมนาคม เช่น ระบบไปรษณีย์ โทรเลข โทรศัพท์ โทรสาร โทรพิมพ์ วิทยุคมนาคมต่างๆ เป็นต้น
5. สื่อข้อมูล ได้แก่ องค์กร สถาบัน บุคคลที่เกี่ยวกับการบริการสื่อสารข้อมูล โดยอาศัยเครื่องและระบบคอมพิวเตอร์
6. สื่อบูรณาการ ได้แก่ องค์กร สถาบัน บุคคลที่เกี่ยวกับการบริการสื่อสาร โดยอาศัยการประสานระบบ เครื่องมือและบริการต่างๆ เข้าด้วยกัน
7. สื่อเฉพาะกิจ คือ สื่อที่องค์กรใดองค์กรหนึ่งสร้างขึ้น ชื้อ หรือเช่ามาเพื่อใช้ในการสื่อสารหรือการประชาสัมพันธ์ขององค์กรนั้นโดยเฉพาะ

แม้ว่าสื่อต่างๆ จะมีจุดมุ่งหมายเดียวกัน คือเพื่อเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้ แต่สื่อแต่ละชนิดก็มีทั้งข้อดีและข้อจำกัดที่แตกต่างกัน ดังนั้น ในการตัดสินใจเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์ใดๆ จะต้องยึดหลัก 2 ประการ คือ (พรทิพย์ พิมลสินธุ์, 2542: 27)

1. สื่อแต่ละสื่อจะเข้าถึงผู้รับสารที่แตกต่างกัน และสื่อแต่ละประเภทก็มีคุณสมบัติและมีความเหมาะสมต่อข่าวสารที่ต่างกัน

2. พยายามเลือกใช้สื่อที่สามารถควบคุมได้ และควบคุมไม่ได้ โดยให้มีการประสมประสานกันอย่างเหมาะสม แต่จะต้องพิจารณาถึงงบประมาณ วัตถุประสงค์และเนื้อหาของการประชาสัมพันธ์ กลุ่มเป้าหมาย ความพร้อมของบุคลากรและวัสดุอุปกรณ์ และเวลา



ภาพที่ 2.2 แนวคิดในการตัดสินใจเลือกสื่อประชาสัมพันธ์

การเลือกใช้ช่องทางการสื่อสาร (Selections and Use of Channel) จะแตกต่างกันไปตามประเภทของผู้รับสาร (Type of Audience) ลักษณะของข่าวสาร (Message) และขั้นตอนของกระบวนการยอมรับของผู้รับสาร (Recipient's Stage in Adoption Process) ซึ่งหากเลือกไม่เหมาะสมก็จะทำให้การสื่อสารนั้นไม่ประสบผลสำเร็จ อย่างไรก็ตาม สื่อ (Media) เป็นเครื่องมือที่จำเป็นในการเผยแพร่ข่าวสารโดยนำเนื้อหาข่าวสารส่งต่อไปยังผู้รับสาร ให้ผู้รับได้เกิดความเข้าใจที่ชัดเจนถูกต้อง ในการที่จะเลือกใช้สื่ออะไร อย่างไร ให้บังเกิดผลตามต้องการนั้น ต้องศึกษาทำความเข้าใจถึงคุณสมบัติของสื่อแต่ละชนิด ข้อดี ข้อเสีย ตลอดจนหน้าที่ของสื่อเหล่านั้นๆ ให้ดีเสียก่อน เพื่อที่จะได้วางแผนการใช้สื่อให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

เสถียร เขยประทับ ได้แบ่งช่องสารหรือสื่อในการสื่อสารทางการเมืองเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ ดังนี้

1. ช่องสารที่เป็นสื่อมวลชน
2. ช่องสารที่เป็นสื่อระหว่างบุคคล

สื่อทั้งสองประเภทนี้มีบทบาทแตกต่างกันในการให้ความรู้ทางการเมือง และในการจูงใจให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือพฤติกรรมทางการเมือง เราอาจเปรียบเทียบลักษณะสำคัญที่แตกต่างกันระหว่างช่องสารที่เป็นสื่อมวลชนและช่องสารที่เป็นสื่อระหว่างบุคคลได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2.1 คุณลักษณะสำคัญของสื่อระหว่างบุคคลและสื่อมวลชน

คุณลักษณะ	สื่อระหว่างบุคคล	สื่อมวลชน
การไหลของข่าวสาร	มีแนวโน้มที่จะเป็นแบบบุคคลวิถี	มีแนวโน้มที่จะเป็นแบบเอกัต์วิถี
ลักษณะของการสื่อสาร	มีลักษณะแบบตัวต่อตัว	ไม่มีลักษณะแบบตัวต่อตัว
ปริมาณของปฏิกริยาตอบสนอง ในขณะที่ทำการสื่อสาร	สูง	ต่ำ
ความสามารถในการลด กระบวนการเลือกทางจิตวิทยา (Selective processes) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเลือกรับ สาร	สูง	ต่ำ
ความเร็วในการส่งไปยังผู้รับสาร จำนวนมาก	ค่อนข้างช้า	ค่อนข้างเร็ว
ผลที่อาจเกิดขึ้น	การก่อตัวของทัศนคติและการ เปลี่ยนแปลงทัศนคติ	การเปลี่ยนแปลงความรู้

ที่มา : เสถียร เขยประทับ (2540 : 154)

เพื่อให้การสื่อสารทางการเมืองเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้ส่งสารต้องเลือกใช้สื่อโดยคำนึงถึงวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร เนื้อหาของสาร ธรรมชาติของผู้รับสาร และจังหวะเวลา เช่น ถ้าเนื้อหาทางการเมืองที่ต้อง การถ่ายทอดเป็นนโยบายที่ซับซ้อนยากแก่การเข้าใจ ก็อาจต้องใช้สื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่อบุคคลมากกว่าสื่อวิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น การเลือกใช้สื่อที่ไม่เหมาะสม นอกจากจะทำให้การสื่อสารทางการเมืองไม่มีประสิทธิภาพแล้วยังเป็นการเสียเวลาและสิ้นเปลืองมากด้วย

ช่องทางที่เป็นสื่อมวลชนคือช่องทางที่ทำให้แหล่งสารที่ประกอบด้วยบุคคลคนหนึ่งหรือบุคคลไม่กี่คน สามารถส่งสารไปยังผู้รับเป้าหมายจำนวนมากๆ ได้ ช่องทางที่เป็นสื่อมวลชนก็เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ แผ่นป้าย สติกเกอร์ เป็นต้น โดยสื่อมวลชนจะเป็นตัวกลางหรือตัวเชื่อมระหว่างแหล่งสารและกลุ่มเป้าหมาย โดยสื่อมวลชนสามารถปฏิบัติภารกิจต่างๆ ต่อไปนี้ได้คือ

1. สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากๆ ได้ในเวลาอันรวดเร็ว

2. สามารถให้ความรู้และข่าวสารได้ดี

3. สามารถนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ไม่พึงปรารถนาได้

เสรี วงษ์มณฑา ได้อธิบายถึงการประยุกต์ใช้ทฤษฎีการสื่อสารในกระบวนการทางการเมืองไว้ว่ารูปแบบการใช้สื่อมวลชนทางการเมืองมีอยู่ 4 รูปแบบ ดังต่อไปนี้

1. รูปแบบของทฤษฎีเข็มฉีดยา (Hypodermic Needle Model) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่พัฒนามาจากทฤษฎีการเรียนรู้ คือ เชื่อว่าถ้ามีสิ่งเร้า (Stimulus) แบบหนึ่งก็จะก่อให้เกิดปฏิกิริยาตอบสนอง (Response) อย่างหนึ่ง ทฤษฎีนี้เวลาเอามาประยุกต์ใช้จะสนใจตัวแปร 3 ตัว คือ

1.1 แหล่งข่าวสารหรือผู้ส่งสาร จะให้ความสนใจว่าผู้ส่งสารเป็นใคร มีคุณสมบัติอย่างไร จึงจะทำให้การโฆษณาชวนเชื่อนั้นสัมฤทธิ์ผล

1.2 เนื้อหาของข่าวสาร จะให้ความสนใจว่าจะต้องเสนอเนื้อหาอย่างไร จะเรียงเรียงถ้อยคำอย่างไรให้ข้อความสละสลวยและจูงใจให้ได้ผลตามที่ต้องการ

1.3 ช่องทางการส่งสาร จะให้ความสนใจว่าจะใช้สื่ออะไรดี บุคคลหรือสื่อมวลชน ถ้าเป็นสื่อมวลชนควรเป็นสื่ออะไร วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ โบปปลิว แผ่นพับ หรือใบปิด ควรจะให้ช่องทางที่กระจายกว้างไกลแค่ไหน และควรจะใช้ความถี่เท่าใดจึงจะพอ ทฤษฎีนี้มักนำมาใช้ในการโฆษณาชวนเชื่อและในการสงคราม ปัจจุบันยังมีนักการเมืองไม่น้อย นำมาเป็นแนวทางในการหาเสียงและในการกระจายข่าวสารเกี่ยวกับพรรคอยู่

2. รูปแบบของทฤษฎีสองทอด (Two-Step Flow Model) ตามรูปแบบของทฤษฎีนี้คิดว่า การใช้สื่อมวลชนหรือสื่อบุคคลเพียงอย่างเดียวไม่สามารถที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของประชาชนได้ ต้องใช้วิธีการกระจายข่าวสารต่างๆ ไปสู่ผู้นำซึ่งอาจจะกระจายผ่านสื่อมวลชนก่อน หรืออาจจะใช้สื่อบุคคลโดยเข้าถึงผู้นำชุมชนก่อนแล้วค่อยนำเอาข่าวสารไปเผยแพร่อีกทอดหนึ่ง ตามรูปแบบนี้จึงมักเกิดผู้นำทางความคิดเห็นหลายคน และแต่ละคนมิใช่ผู้นำในทุกด้าน อีกทั้งมีพื้นฐานต่างกัน การตีความข้อมูลที่ได้รับมาก็จะแตกต่างกันตามทัศนคติและพื้นฐานความรู้สึกริเริ่มคิดของแต่ละคน การใช้รูปแบบนี้ในการเผยแพร่ข่าวสารทางการเมืองจึงมิใช่เรื่องง่าย

3. รูปแบบทฤษฎีการเลือกรับสาร (Selective Exposure Model) ตามทฤษฎีนี้ก็ คือ พิจารณาคุณสมบัติของผู้รับสารว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการที่จะมีปฏิกิริยาตอบโต้ด้วย มิใช่ให้ความสำคัญกับข้อมูลข่าวสารที่จะส่งให้อย่างเดียว โดยทฤษฎีนี้นักการเมืองจะส่งข่าวสารใดออกไปต้องศึกษาวิเคราะห์ผู้รับสาร คือ ประชาชน เพื่อให้เข้าใจความต้องการ แรงจูงใจ บุคลิกภาพ ค่านิยม ทัศนคติ ประสบการณ์ อิทธิพลกลุ่มต่างๆ และสภาพวัฒนธรรมของประชาชนก่อน จึงมาวางยุทธวิธีของการสื่อสาร คือการเลือกผู้ส่งสาร การสร้างสารและการเลือกสื่อในการ

กระจายข่าวสาร เพราะตามทฤษฎีนี้เชื่อว่าถ้าหากข่าวสารใดไม่สอดคล้องกับความรู้ ความคิดเห็น ความเชื่อ ค่านิยม ทักษะคติของประชาชนแล้ว ข่าวสารนั้นจะไม่ได้รับการสนใจเลย ในปัจจุบัน นักการเมืองเชื่อมั่นในทฤษฎีนี้กันมาก จึงมักจะทำการศึกษาทัศนคติและสาธารณมติก่อน เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการวางยุทธวิธีการเผยแพร่ข่าวสารทางการเมือง

4. รูปแบบของทฤษฎีการกำหนดวาระ (Agenda Setting Model) ทฤษฎีนี้จะเน้นที่บทบาทของสื่อมวลชนในการเลือกข่าวว่าจะเสนอข่าวใดมากน้อยแค่ไหน เวลาและเนื้อที่ในการเสนอข่าว การกำหนดวาระตำแหน่งของข่าวว่าจะให้อยู่ที่ใด การประยุกต์ทฤษฎีนี้สื่อมวลชน รัฐบาล นักการเมือง สามารถทำให้ประชาชนมองเรื่องที่ไม่สำคัญให้สำคัญ หรือเรื่องสำคัญให้ไม่สำคัญได้ ทฤษฎีนี้ได้รับการพิสูจน์มาแล้วว่าอะไรที่สื่อมวลชนเสนอข่าวบ่อยๆ ประชาชนจะคิดว่ามีความสำคัญต่อประเทศชาติเสมอ และอะไรที่สื่อมวลชนไม่ค่อยเสนอประชาชนจะไม่สนใจเลย

ส่วนช่องทางที่เป็นสื่อระหว่างบุคคลนั้น เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบตัวต่อตัวระหว่างบุคคลสองคนหรือมากกว่าสองคนขึ้นไป ช่องสารแบบนี้มีประสิทธิภาพมากกว่า ช่องสารสื่อมวลชนในการจูงใจผู้รับสารที่มีความเฉยเมย หรือมีปฏิกิริยาต่อต้านสารที่ส่งสารส่ง สื่อบุคคลสามารถปฏิบัติภารกิจต่างๆ ต่อไปนี้ได้ดี คือ

1. สามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบบุคคลวิถี ถ้าผู้รับสารไม่เข้าใจสารก็สามารถไต่ถามหรือขอข่าวสารเพิ่มเติมจากแหล่งสารได้ในเวลาอันรวดเร็ว ส่วนผู้ส่งสารก็สามารถปรับปรุงแก้ไขสารที่ส่งออกไปให้เข้ากับความต้องการ และความเข้าใจของผู้รับสารได้ในเวลาอันรวดเร็วเช่นเดียวกัน

การที่ช่องทางที่เป็นสื่อระหว่างบุคคลมีระดับของปฏิกิริยาตอบสนอง (Feedback) สูง ทำให้สามารถลดอุปสรรคของการสื่อสารที่เกิดจากการเลือกรับสาร (Selective Exposure) การเลือกแปลหรือตีความสาร (Selective Perception) และการเลือกจำสาร (Selective Retention) ได้

2. สามารถจูงใจบุคคลให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังรากลึกได้

การรู้จักเลือกและใช้สื่อที่ถูกต้องจะนำไปสู่การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ได้ นภากาศ อัจฉริยะกุลและรุ่งนภา พิตรปรีชา ได้กล่าวถึงเกณฑ์ในการเลือกใช้สื่อดังต่อไปนี้

1. ความสามารถของสื่อในการเข้าถึงผู้รับสาร คือการนำเอาคุณสมบัติของสื่อมาใช้ในการพิจารณาเลือกใช้สื่อในการสื่อสาร คุณสมบัติเหล่านี้ประกอบด้วย

1.1 ความสามารถของสื่อในการทำให้ผู้รับเกิดความเข้าใจได้อย่างรวดเร็ว

1.2 ความสามารถของผู้รับสารในการเป็นเจ้าของสื่อ

1.3 ความครอบคลุมของสื่อ หมายถึงความสามารถของสื่อในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

2. งบประมาณในการซื้อสื่อ ถ้าผู้ซื้อสื่อมีงบประมาณมาก ก็จะมีโอกาสในการเลือกซื้อสื่อได้หลายประเภทมาก หรือเลือกสื่อที่มีราคาสูง หรือมีความถี่ในการสื่อสารได้มากกว่าผู้ที่มีงบประมาณน้อย อย่างไรก็ตามงบประมาณไม่ได้เป็นตัวกำหนดประสิทธิภาพของการสื่อสารเพียงอย่างเดียว หากแต่ขึ้นอยู่กับการจัดสรรงบประมาณในการเลือกซื้อสื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้

3. การพิจารณาเลือกซื้อเนื้อที่หรือเวลาของสื่อเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด การเลือกเนื้อที่ หรือเวลาที่ถูกต้องเหมาะสม ย่อมทำให้สารที่จะส่งไปถึงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการและเป็นจำนวนมาก ทำให้การสื่อสารแต่ละครั้งเป็นไปอย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพสูง

4. การเลือกสื่อที่มีลักษณะเฉพาะและเหมาะสมกับเนื้อหาสาร

5. การเลือกสื่อที่เป็นที่ยอมรับและเชื่อถือ

6. ความถี่ในการส่งสาร ยิ่งมีความถี่ในการส่งสารสูง ก็ย่อมเป็นการย้ำในสาระของสารนั้นและทำให้ผู้รับสามารถจดจำได้มากขึ้น

การใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ เป็นเรื่องน่าสนใจอย่างยิ่ง เพราะเทคโนโลยีการสื่อสาร (Communication Technology) กำลังได้รับการพัฒนาอย่างเอาใจจริงเอาใจ จึงมีการคิดค้นเทคโนโลยี เพื่อให้การติดต่อสื่อสารเป็นไปอย่างรวดเร็ว และทันเหตุการณ์ ดังนั้นในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ นักวางแผนควรพิจารณาเงื่อนไขเฉพาะต่างๆ และเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับการสื่อสารในแต่ละกรณีมากที่สุด การเลือกซื้อสื่อเพียงประเภทเดียว อาจจะไม่บรรลุวัตถุประสงค์ของการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ การใช้สื่อผสมผสานจะมีประโยชน์ช่วยให้ข่าวสารต่างๆ เผยแพร่ไปสู่ประชาชนได้อย่างกว้างขวาง ได้รับความสนใจจากประชาชน และทำให้มีผลต่อการตัดสินใจของประชาชน

การใช้สื่อผสมจะทำได้ 2 ลักษณะ คือการใช้สื่อมวลชนผสม และการใช้สื่อบุคคลสื่อเฉพาะกิจ สื่อมวลชนผสมกัน (วิชชุตา ไตรธรรม, 2539: 17-18)

1. การใช้สื่อมวลชนผสม หมายถึง การใช้สื่อมวลชนหลายๆ อย่างในการเผยแพร่ข่าวสาร ในช่วงเวลาเดียวกันของโครงการใดโครงการหนึ่ง เนื่องจากสื่อมวลชนแต่ละสื่อมีข้อดีและข้อจำกัดแตกต่างกันไป ดังนั้นเพื่อเป็นการชดเชยข้อจำกัดซึ่งกันและกัน เพื่อให้ข่าวสารเข้าถึงประชาชนได้อย่างแพร่หลาย รวมทั้งเพื่อสร้างความสนใจแก่ประชาชน ด้วยการเผยแพร่ข่าวสารให้ปรากฏอย่างสม่ำเสมอต่อเนื่องกัน เราสามารถทำการเผยแพร่ข่าวสารในสื่อมวลชน

หลายๆ สื่อในช่วงเวลาเดียวกัน เช่น เผยแพร่ทั้งในหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์พร้อมๆ กัน ซึ่งจะทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายต่างๆ ได้อย่างทั่วถึงมากยิ่งขึ้น

2. การใช้สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่อมวลชนผสมกัน เนื่องจากคุณสมบัติของสื่อบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการชักจูง ในขณะที่สื่อมวลชนสามารถเผยแพร่ข่าวสารไปสู่ประชาชนได้อย่างกว้างขวางและรวดเร็ว ส่วนสื่อเฉพาะกิจก็มีเนื้อหาเหมาะสมกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้น การนำสื่อทั้ง 3 ประเภทมาใช้ร่วมกันจึงสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารได้

ในการศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาไปที่ แหล่งข้อมูล ความรู้ และความคิดในการเผยแพร่ประชาธิปไตย ซึ่งก็คือสถาบันพระปกเกล้า ว่าได้ทำการสื่อสารในการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับประชาธิปไตยอย่างไร โดยผ่านช่องทางการสื่อสารใดบ้างซึ่งก็ต้องคำนึงถึงการเลือกสรรสื่อที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และเนื้อหาในการเผยแพร่ ซึ่งนับเป็นเรื่องจำเป็นอีกขั้นตอนหนึ่งของการสื่อสารเพื่อให้การสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายมีประสิทธิภาพสูงสุด เพราะการเลือกสื่อที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายจะช่วยให้กลุ่มเป้าหมายได้รับสารได้เต็มที่มากขึ้น หากผู้ส่งสารตัดสินใจเลือกสื่อที่ไม่เหมาะสมก็อาจทำให้การส่งสารครั้งนั้นล้มเหลวได้

มีงานวิจัยที่ศึกษาเรื่องการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์กับการเมือง ดังนี้

นิภากร กำจรเมฆกุล (2540) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของสตรีซึ่งเป็นสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) พบว่า กลยุทธ์การใช้สื่อของสมาชิกสภาอบต. สตรีประกอบด้วย กลยุทธ์การเลือกใช้สื่อ กลยุทธ์การใช้งบประมาณ ไดแก่ การใช้สื่อเพื่อเปิดตัว และการใช้สื่อเพื่อตอกย้ำสาร โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อของอบต. สตรีได้แก่ การคำนึงถึงคุณสมบัติของสื่อ การได้รับการสนับสนุนจากบุคคลต่างๆ การได้รับอิทธิพลเรื่องการใช้สื่อจากผู้อื่น และการได้รับอิทธิพลจากการฝึกอบรมด้านกลยุทธ์การหาเสียง

อัครเมศวร์ ทองนวล (2527) ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมืองเฉพาะกรณีครูสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี พบว่าความถี่ในการสื่อสารทางการเมือง มีความสัมพันธ์กับความรู้ข่าวสารทางการเมือง

จะเห็นได้ว่าการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่างๆ นั้นจะต้องมีการผสมผสานสื่อต่างๆ เข้าด้วยกันทั้งสื่อมวลชน และสื่อบุคคล โดยที่มีสื่อมวลชนเป็นสื่อที่จะทำให้เข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง ส่วนสื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อการชักจูงใจ ดังนั้น ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ความรู้เกี่ยวกับประชาธิปไตยก็เช่นกัน กระบวนการสื่อสารนั้นจะต้องมีการนำสื่อหลายๆ ชนิดมาผสมผสานกัน เพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ

## แนวคิดเรื่องการเผยแพร่ผ่านการสื่อสารระหว่างบุคคล

การสื่อสารระหว่างบุคคลมีความสำคัญต่อการเผยแพร่ทางการเมืองอย่างมาก ดังจะเห็นได้จากการศึกษาของ พอล เอฟ ลาซาร์เฟลด์ และคณะ (Paul F. Lazarsfeld) ในปี ค.ศ. 1940 ซึ่งพบว่า การตัดสินใจในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งประธานาธิบดีจะขึ้นอยู่กับอิทธิพลส่วนบุคคล และการสื่อสารแบบตัวต่อตัวมากกว่าอิทธิพลของสื่อมวลชน นอกจากนี้ยังพบว่าประชาชนได้ให้การพบปะพูดคุยเป็นการสื่อสารทางการเมืองมากกว่าการใช้การเปิดรับสื่อมวลชนถึงร้อยละ 10 (มัทธนา มาศมาลัย, 2534 : 29) ซึ่งองค์ประกอบที่สำคัญในการสื่อสารระหว่างบุคคล คือผู้นำทางความคิดเห็น ที่เกิดขึ้นภายในกลุ่มต่างๆ

สื่อบุคคลในการสื่อสารเพื่อการพัฒนา นั้น เป็นปัจจัยสำคัญในการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสังคม โดยเฉพาะสื่อบุคคลที่น่าเชื่อถือมักจะมีบทบาทต่อชนบทมากกว่าสื่อมวลชน ดังนั้นการยกระดับสื่อบุคคลโดยการฝึกอบรมเป็นความจำเป็นที่เร่งด่วน (สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร, 2541 : 346)

การฝึกอบรม หมายถึง ขั้นตอนหรือกระบวนการที่ได้จัดระเบียบแล้ว เพื่อที่จะช่วยเพิ่มพูนสมรรถภาพในการทำงานของผู้ปฏิบัติงาน ทั้งในด้านทัศนคติ (Attitude) พฤติกรรมทั่วไป (General Behaviors) ความถนัด (Aptitude) ความชำนาญงาน (Skills) ความรู้ (Knowledge) และความสามารถ (Capacity) ของบุคคลเพื่อให้ปฏิบัติงานได้ดียิ่งขึ้น

การฝึกอบรมเป็นกระบวนการที่ได้จัดรูปซึ่งคนจะเรียนรู้ความรู้และ/หรือทักษะเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง จุดมุ่งหมายของการฝึกอบรมก็คือการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของผู้ที่ได้รับการฝึกอบรม ให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้ ทักษะ และเจตคติที่พึงประสงค์ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ จัดว่าเป็นการพัฒนาคนเพื่อให้เกิดการพัฒนางานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

อาจกล่าวสรุปได้ว่า การฝึกอบรม เป็นการทำให้คนเหมาะสมกับงาน นั่นคือ การฝึกอบรมจะเน้นในเรื่องการทำให้คนเหมาะสมกับงานตำแหน่งหน้าที่หรือเหมาะสมกับอาชีพต่างๆ

เหตุที่ต้องทำการฝึกอบรมนั้น สามารถแบ่งได้ตามกลุ่มเป้าหมายของผู้เข้ารับการฝึกอบรมดังต่อไปนี้ คือ

1. กลุ่มผู้ยังไม่มีความรู้ การฝึกอบรมจะมีส่วนช่วยเสริมความรู้ ทักษะ หรือเจตคติของผู้เข้ารับการฝึกอบรมให้เด่นชัด และมองเห็นช่องทางที่จะไปสมัครงาน หรือตัดสินใจทำอาชีพใดอาชีพหนึ่งได้ง่ายยิ่งขึ้น การเข้ารับการฝึกอบรมจะเป็นการเพิ่มโอกาสให้กับผู้ที่ยังไม่มีความรู้



2. กลุ่มผู้มีอาชีพอยู่แล้ว การฝึกอบรมจะมีส่วนช่วยเพิ่มพูนประสิทธิภาพในการทำงานของผู้ที่มีงานทำอยู่แล้ว ทำให้คนเหมาะสมกับงาน ลดปัญหาความขัดแย้ง และสร้างความสามัคคีกลมเกลียวในการทำงานในหน่วยงานมากยิ่งขึ้น การฝึกอบรมยังช่วยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้ความรู้ ทักษะ เจตคติและแนวคิดใหม่ๆ ที่จะนำไปริเริ่มสร้างสรรค์ ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงงานที่ทำอยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้น หรือสร้างสิ่งใหม่ขึ้นมาได้อีกด้วย

ประเภทของการฝึกอบรมสามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเภทดังนี้

1. การฝึกอบรมก่อนทำงาน (Pre Promotional Training) เป็นการฝึกอบรมที่จัดสำหรับบุคคลที่จะเข้าทำงาน หรือปฏิบัติหน้าที่การงาน เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้ความเข้าใจ ลักษณะงานที่จะทำได้โดยไม่เกิดความกังวลใจว่าตนเองจะไปเริ่มต้นทำงานอย่างไรกับใคร จะต้องพบปะกับผู้ใดบ้าง เป็นต้น การฝึกอบรมก่อนการทำงานนี้ปกตินิยมทำกันในช่วงที่ข้าราชการหรือพนักงานผ่านการสอบคัดเลือกได้แล้วจะเริ่มเข้าปฏิบัติหน้าที่ในหน่วยงานนั้นๆ ก็จะจัดการฝึกอบรม หรือให้การปฐมนิเทศแก่ข้าราชการและพนักงานเหล่านั้นก่อนส่งไปปฏิบัติงาน

2. การฝึกอบรมในระหว่างปฏิบัติหน้าที่ (Inservice Training) เป็นการฝึกอบรมที่จัดให้กับบุคลากรประจำการที่ปฏิบัติหน้าที่ไปแล้วเป็นระยะเวลาพอสมควร ซึ่งบุคลากรเหล่านี้จำเป็นต้องได้รับการเสริมความรู้ ความเข้าใจ หรือพัฒนาด้านเทคนิคใหม่ๆ ในการปฏิบัติงาน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานมากยิ่งขึ้น หรือบางหน่วยงานก็อาจต้องการแก้ปัญหาและความขัดแย้งหรือความเข้าใจผิดที่บุคลากรของหน่วยงานนั้นมีอยู่ให้หมดไป ทั้งนี้เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของหน่วยงานนั้นๆ ก็จะใช้วิธีการฝึกอบรมแบบนี้

3. การฝึกอบรมเป็นกรณีพิเศษเฉพาะกิจ (Specialized Training) การฝึกอบรมแบบนี้ จะจัดขึ้นเป็นกรณีพิเศษเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย และตามความต้องการเฉพาะของผู้ที่จะเข้ารับการฝึกแต่ละครั้ง ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องเฉพาะของแต่ละวิชาชีพ หรือตามความจำเป็นเร่งด่วนของปัญหาสำคัญๆ ที่เกิดขึ้น และมีความจำเป็นจะต้องจัดฝึกอบรมให้เป็นกรณีพิเศษ

4. การฝึกอบรมประเภทการสัมมนา (Seminar) การสัมมนาคือการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็น และประสบการณ์ซึ่งกันและกันในระหว่างผู้เข้าร่วมสัมมนา ผลจากการสัมมนาจะช่วยสร้างความเข้าใจที่ดี สร้างความชัดเจนและถูกต้องแก่ผู้เข้าร่วมสัมมนา ซึ่งจะส่งผลให้การปฏิบัติงานในเรื่องที่สัมมนากันนั้นๆ มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น การจัดสัมมนาดังกล่าวนี้จัดได้ว่าเป็นการฝึกอบรมประเภทหนึ่งเช่นเดียวกัน

การที่จะจัดฝึกอบรมประเภทใดแก่กลุ่มเป้าหมายใด ด้วยวิธีการใดนั้นก็ขึ้นอยู่กับเหตุผล และความจำเป็นในการฝึกอบรมแต่ละครั้งนั้นๆ ด้วยว่ามีเหตุผลความจำเป็นอย่างไร และควรจะใช้การฝึกอบรมประเภทใดจึงจะเหมาะสมด้วย

การจัดการฝึกอบรมที่ดีจะต้องมีวัตถุประสงค์ชัดเจน ได้ข้อมูลพื้นฐานที่เป็นสภาพปัญหา ความต้องการของผู้รับการฝึกอบรมและหน่วยงานที่เป็นอยู่อย่างถูกต้อง มีเทคนิคและวิธีการฝึกอบรมที่ดี มีประเมินผลผู้เข้ารับการอบรมอย่างมีประสิทธิภาพ และมีทีมวิทยากรให้การฝึกอบรมที่ชำนาญการ สิ่งต่างๆ เหล่านี้จะสามารถใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาคน พัฒนางานและพัฒนาองค์กร ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลได้เป็นอย่างดี

วัตถุประสงค์ของการฝึกอบรมก็เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมที่ดีขึ้นของผู้เข้ารับการฝึกอบรม ซึ่งประโยชน์นั้นก็ตกอยู่กับผู้ที่เข้ามารับการฝึกอบรม ซึ่งประโยชน์นั้นก็ตกอยู่กับผู้ที่เข้ามารับการฝึกอบรม โดยการได้เพิ่มพูนความรู้ทางเทคนิค ทักษะในการทำงาน ความสามารถในการแก้ปัญหาและทัศนคติ โดยหวังว่าพนักงานเหล่านั้นจะนำความรู้และทักษะที่ได้รับมานั้นไปใช้เพื่อช่วยให้บรรลุถึงเป้าหมายขององค์กร

การกำหนดวัตถุประสงค์ในการฝึกอบรมจะกำหนดเป็นวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม ซึ่งต้องระบุไว้อย่างชัดเจนเพื่อให้รู้ชัดเจนว่าผลที่ต้องการจากการฝึกอบรมนี้คืออะไร การทำให้ชัดเจนนี้ เมื่อการฝึกอบรมเสร็จสิ้นลง ก็จะทำให้เห็นได้ว่าการฝึกอบรมบรรลุวัตถุประสงค์หรือไม่ ประโยชน์ของวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม อยู่ที่ความชัดเจนในการบอกทิศทางของโครงการฝึกอบรม เมื่อรู้ทิศทางที่แน่นอนนั้นคืออะไร เราก็จะกำหนดวิธีการที่จะไปให้ถึงจุดหมายได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ยังช่วยให้การสื่อสารกันในระหว่างผู้อยู่ในโครงการฝึกอบรมเป็นไปได้อย่างชัดเจนด้วย ซึ่งวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรมก็จะบอกว่าผลจากการฝึกอบรมนี้ คือ พฤติกรรมใด ซึ่งควรจะระบุว่า เมื่อสิ้นสุดโครงการฝึกอบรม ผู้รับการอบรมจะทำได้ เป็นพฤติกรรมที่สามารถวัดและสังเกตได้ ซึ่งจะทำให้เราบอกได้ว่าการฝึกอบรมครั้งนั้นประสบผลสำเร็จหรือไม่

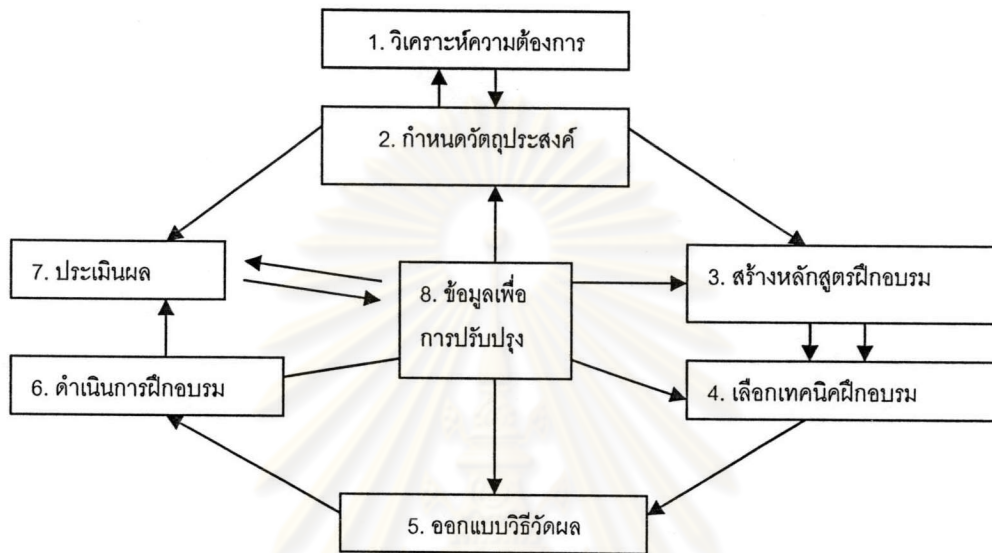
สิ่งที่ผู้จัดการฝึกอบรมต้องการให้เกิดขึ้นในตัวผู้เข้ารับการอบรมจะมีอยู่ไม่น้อยกว่า 3 ด้าน คือ

1. เพื่อให้ความรู้ ความเข้าใจ (Knowledge and Understanding) แก่ผู้เข้ารับการฝึกอบรม โดยคาดหวังว่าเมื่อเกิดความรู้ความเข้าใจแล้วก็จะสามารถนำความรู้ความเข้าใจนั้นไปใช้ปฏิบัติได้อย่างถูกต้องต่อไป

2. เพื่อให้เกิดทักษะ หรือความชำนาญงาน (Skill) การฝึกอบรมให้เกิดทักษะหรือความชำนาญงาน สามารถทำงานที่ได้รับการฝึกอบรมไปได้อย่างถูกต้อง คล่องแคล่ว จะต้องอาศัยเครื่องมืออุปกรณ์ของจริง หรือของจำลองในการฝึกอบรม และที่สำคัญก็คือผู้เข้ารับการอบรมจะต้องลงมือฝึกปฏิบัติกันอย่างจริงจังจึงจะเกิดทักษะ หรือความชำนาญงานขึ้นมาได้ การฝึกอบรมให้เกิดทักษะนี้จึงจำเป็นต้องอาศัยเวลาในการฝึกปฏิบัติมากพอสมควร

3. เพื่อให้เกิดเจตคติที่พึงประสงค์ (Attitude) ในการฝึกอบรมที่มุ่งให้เกิดเจตคติ ตามที่ผู้จัดการฝึกอบรมพึงประสงค์นั้น จะขึ้นอยู่กับเทคนิควิธีและระยะเวลาที่ใช้ในการอบรม

รูปแบบของการฝึกอบรมที่นิยมใช้กันเป็นสากล เรียกว่า Training Design and Evaluation Model เป็นดังนี้



ภาพที่ 2.3 Training Design and Evaluation Model

การฝึกอบรมถือว่าเป็นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) วิธีหนึ่งซึ่งจะหมายถึง กระบวนการของกลุ่มกิจกรรมที่ปฏิบัติจัดทำในช่วงเวลาที่กำหนด เพื่อให้เกิดผลในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ จะแบ่งกลุ่มกิจกรรม เป็น 3 กลุ่ม คือ การฝึกอบรม การศึกษา และการพัฒนา ทั้งนี้โดยมีเป้าหมายเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานปัจจุบันของแต่ละคน เตรียมการแต่ละคนเพื่อรองรับงานในอนาคตอันใกล้ และการเจริญก้าวหน้าในด้านอื่นๆ

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์จะต้องเกี่ยวข้องกับการจัดการทรัพยากร ซึ่งในปัจจุบันนี้หน่วยงานต่างๆ จำเป็นต้องมีการวางแผนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ทั้งนี้เพราะมีอิทธิพลจากสิ่งแวดล้อม ซึ่งได้แก่

1. เทคโนโลยีด้านข้อมูลข่าวสาร คอมพิวเตอร์ และโทรคมนาคม
2. เศรษฐกิจที่ปัจจุบันเป็นยุคการแข่งขัน ธุรกิจไร้พรมแดน
3. วัฒนธรรมสังคม การเคลื่อนไหวทางสังคม วัฒนธรรม แรงงาน
4. การเมือง การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงด้าน กฎ ระเบียบ ต่าง ๆ

ตารางที่ 2.2 ความแตกต่างระหว่าง การฝึกอบรม การศึกษา และการพัฒนา

การฝึกอบรม	การพัฒนา
เกี่ยวข้องกับทักษะ ความชำนาญ การกระทำที่เป็นกิจวัตร หรือการตอบสนองที่คาดหมาย หรือกำหนดไว้ก่อนแล้ว	เกี่ยวข้องกับการเจริญเติบโตทั้งหมด การขยายขอบเขตความสามารถในการใช้ความรู้ และประสบการณ์ที่ได้รับมา เพื่อแก้ปัญหาหรือหาข้อยุติปัญหาในสถานการณ์ใหม่ ๆ ที่แตกต่างกันออกไป
ระยะเวลาสั้น มีเป้าหมายที่ต้องการให้บรรลุผลในระยะเวลาที่สั้นและเร็วกว่า	ระยะยาว มีเป้าหมายในระยะยาว
เน้นความพยายามที่จะรักษาเยียวยา แก้ไขข้อบกพร่องในการปฏิบัติงานของผู้เข้ารับการฝึกอบรม	หวังผลในการเยียวยานอยกว่า โดยมากจะเป็นเรื่องของเจริญเติบโต และสุขภาพที่ดีของบุคคลและองค์กร
เนื้อหาเฉพาะเจาะจง	เนื้อหากว้างขวางลึกซึ้ง แต่เฉพาะเจาะจงน้อยกว่า

การศึกษา	การฝึกอบรม
มีความหมายกว้างกว่า	มีความหมายแคบกว่า
มีเป้าหมายคือ การพัฒนาบุคคล โดยเป็นการให้ความรู้ทั่วไป เพื่อให้มีความเข้าใจในสภาพและเป็นแนวทางที่จะเลือกอาชีพ	เป้าหมายของการฝึกอบรมไปในด้านอาชีพ และเกิดขึ้นในบรรยากาศของที่ทำงาน โดยเป็นการเพิ่มพูนความรู้, ความชำนาญและทัศนคติในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานให้ ดียิ่งขึ้น
มักจัดขึ้นในสถาบันการศึกษาที่เปิดเผยต่อสาธารณชนมีระบบการเรียน การสอน และการวัดผลอย่างเป็นทางการ เมื่อสำเร็จแล้วมอบวุฒิบัตรให้	มักจัดขึ้นเมื่อมีบุคคลเข้าไปอยู่ในบรรยากาศของการทำงานแล้ว เช่น ในหน่วย เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานให้ดียิ่งขึ้น
ใช้ระยะเวลายาวนาน และต่อเนื่องเป็นปี ๆ	ในระยะเวลาที่สั้นกว่า, เพราะมีเป้าหมายในระยะสั้น และต้องการเห็นผลในเวลาอันรวดเร็ว

ในเรื่องความรู้ประชาธิปไตยนั้น สมัยก่อนแม้เจ้าหน้าที่ของรัฐเองก็ยังไม่มีความรู้ความเข้าใจอย่างแท้จริง การที่จะเผยแพร่ความรู้เหล่านั้นไปสู่ประชาชนย่อมทำได้ยาก ต่อมาจึงต้องมาการจัดองค์กรเพื่อให้ความรู้โดยเฉพาะขึ้น เป็นการฝึกอบรมให้บุคลากรในองค์กรของรัฐมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องนั้นๆ ดีเสียก่อน จึงจะนำความรู้ความเข้าใจเหล่านั้นเผยแพร่ไปยังประชาชนต่อไป



ศูนย์วิทยพัทยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย