

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎี

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งเนื้อหาในส่วนแนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้คือ

- 1 แนวคิดด้านการป้องกันยาเสพติดกับการสื่อสาร
- 2 กลวิธีการสื่อสารและทักษะการสื่อสาร
- 3 เทคนิค กลวิธีและอุปายประกอบการสอนของพระพุทธเจ้า
- 4 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างบุคคลและประสิทธิภาพของสื่อบุคคล
- 5 ทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ
- 6 แนวคิดความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร

แนวความคิดและงานวิจัยด้านการป้องกันยาเสพติดกับการสื่อสาร

การป้องกันยาเสพติดในเชิงทฤษฎีและปฏิบัติ

การพิจารณาปัญหาเสพติดในแง่ของสังคม สามารถจำแนกองค์ประกอบได้ 3 ประการคือ “คน” “ยา” และ “สังคม”

ถ้าจะพิจารณาในแง่ของตลาดสินค้า สามารถจำแนกองค์ประกอบของปัญหาได้ 3 ประการเช่นกันคือ ความต้องการยาเสพติด ปริมาณยาเสพติดและภาวะแวดล้อมที่ส่งผลให้ความต้องการและปริมาณของยาเสพติดในท้องตลาดเกิดการเปลี่ยนแปลง องค์ประกอบทั้ง 3 ประการนี้จะมีปฏิสัมพันธ์กันในการทำงานเกี่ยวกับตลาดสินค้าอื่นๆ ภายใต้กฎของกลไกแห่งราคาหรืออาจจะอธิบายลักษณะของปัญหาจากองค์ประกอบนี้ได้ว่าภายใต้ภาวะแวดล้อมที่คงที่ขณะหนึ่ง ความต้องการยาเสพติดและปริมาณยาเสพติดในท้องตลาดจะเป็นสิ่งกำหนดราคาของยาเสพติด แต่ในความเป็นจริง ปัญหาเสพติดเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาและภาวะแวดล้อมที่เป็นปัญหาทำให้ความต้องการปริมาณและราคาเสพติดเปลี่ยนแปลงด้วย ฉะนั้น เมื่อไม่สามารถแก้ไขปัญหาสภาวะแวดล้อมของสังคม กำจัดยาเสพติดในตลาดหรือลดความต้องการยาเสพติดในตัวคนได้ ปัญหาเสพติดย่อมเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง (สุรพล ปธานวนิช, 2536)

เมื่อปัจจัยทั้ง 3 ดังกล่าวข้างต้นมีปฏิสัมพันธ์กัน (Interaction) อาจจะก่อให้เกิดปัญหาการพึ่งพาหรือการใช้ยาในทางที่ผิด หรือการเสพยาที่มีผลทำให้บุคคลเกิดการเปลี่ยนแปลงภาวะทางกาย จิตใจ อารมณ์และสังคม หรืออาจจะอธิบายได้ว่าในสังคม ซึ่งมีสภาพแวดล้อมที่เป็นปัญหา

และคนในสังคมมีบุคลิกภาพอ่อนแอ มีปัญหาทางร่างกาย ทางจิตใจ ขณะเดียวกันสังคมมีตัวยาคึ่ง มีฤทธิ์ต่อจิตประสาทอยู่โดยทั่วไป ดังนั้น บุคคลที่อ่อนแอจะใช้ยาดังกล่าวแก้ไขปัญหาให้ตนเอง จึงเกิดการติดยาหรือสารเสพติดขึ้น(วินัย เกษมเศรษฐ์ 2526)

ดังนั้นการแก้ไขปัญหานี้จึงสามารถจะกำหนดได้ใน 3 แนวทางคือ

1 มุ่งแก้ปัญหาที่ "ตัวยาค" เป็นการลดปริมาณยาเสพติดในท้องตลาด โดยสกัดกั้นมิให้ยาเสพติดแพร่มาถึงมือผู้ใช้ โดยการใช้กฎหมายควบคุมและปราบปรามตัวยาคที่เป็นอันตรายตามที่ระบุในกฎหมาย ในขณะที่เดียวกันควรจะให้ข่าวสารเกี่ยวกับบทลงโทษของยาเสพติดและย้ำถึงอันตรายของยาดังกล่าว นอกจากนี้ การแก้ปัญหาที่สำคัญในการลดปริมาณยาเสพติดคือการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในชุมชนที่มีการปลูกฝิ่น เพื่อกำจัดต้นตอของการผลิตตัวยาคเสพติด

อย่างไรก็ตาม ในการมุ่งแก้ปัญหาที่ตัวยาคเป็นการป้องกันยาเสพติด มีการใช้เทคนิควิธี 2 ประการด้วยกันคือ

1.1 วิธีการทางกฎหมายศีลธรรม (The moral legal model) ในกรณีนี้ถือว่ากฎหมายที่ลงโทษผู้เสพ (พระราชบัญญัติยาเสพติดให้โทษ มาตรา 91) และส่งเสริมให้ผู้ติดยาเข้ารับการบำบัดรักษา (มาตรา 94) เป็นการป้องกันยาเสพติดและในวิธีการนี้จะทำให้ความสำคัญกับตัวยาคที่เป็นอันตรายและจะมีการรณรงค์ถึงอันตรายของตัวยาคเป็นหลัก

1.2 วิธีการทางสุขภาพอนามัย (The public-health model) ถือว่าตัวเสพติดทำให้เกิดการพึ่งพาในตัวยาค และถือเป็นปัญหาทางสุขภาพอนามัย หรือโรคจิตเชื้อโดยทั่วไป การป้องกันในวิธีการนี้ จะให้การศึกษาดังอันตรายจากการทดลองใช้ยาเสพติดและผลร้ายที่จะเกิดขึ้นต่อตนเองและสังคม (ประยุกต์จาก โนวาลิส, 1975)

2 มุ่งแก้ปัญหาที่ "ตัวคน" เป็นสำคัญ ซึ่งจำแนกได้เป็น 2 กรณีด้วยกันคือ

กรณีแรกเป็นการลดความต้องการของผู้ติดยาคเสพติดแล้วให้น้อยลง หรือไม่เหลือเลย โดยการเปิดบริการด้านการบำบัดรักษา ส่วนกรณีที่ 2 เป็นการลดโอกาสที่ประชาชนซึ่งยังไม่ติดยาคเสพติดหรือเลิกเสพติดแล้ว ไม่ให้สัมผัสกับยาเสพติด วิธีนี้คือการป้องกันยาเสพติดโดยเน้นที่ตัวคนนั่นเอง ดังนั้น จึงได้ใช้เทคนิควิธี (IBID) เป็นวิธีหลัก

วิธีการทางสังคมจิตวิทยา (The psycho-social model) ให้ความสำคัญกับตัวคนหรือพฤติกรรมของคนเป็นหลัก โดยศึกษาสาเหตุของการใช้ยาอย่างลึกซึ้ง และถือว่าการติดยาคเสพติดเป็นพฤติกรรมเบี่ยงเบนที่เป็นอันตรายของมนุษย์ ดังนั้น จึงพยายามให้ข่าวสารและการศึกษาในเชิงของการรับรู้และทัศนคติเกี่ยวกับการปลูกฝิ่นค่านิยม ความเชื่อ ความรู้ ฯลฯ ที่จะช่วยให้บุคคลมีบุคลิกภาพที่เข้มแข็งสามารถแก้ปัญหาโดยไม่ต้องพึ่งพายาคเสพติด ดังนั้น จะเห็นได้ว่าโครงการให้การศึกษาคเพื่อป้องกันยาเสพติดในระยะหลัง จะเปิดโอกาสให้เยาวชนปรับปรุงตนไปสู่ความเป็นผู้

ใหญ่และเกี่ยวข้องกับเรื่องยาเสพติดเพียงเล็กน้อย โครงการเหล่านี้มักเรียกกันว่า "Non drug specific response"

3 มุ่งปรับปรุงสภาวะแวดล้อมในสังคม เป็นการสร้างสรรค์สภาวะแวดล้อมในสังคมที่จะส่งผลให้การใช้ยาเสพติดน้อยลง วิธีการนี้จะทำให้ความสำคัญกับระบบคุณค่าของสังคม ขนบประเพณีที่ดีงาม สถาบันต่างๆ ในสังคม เช่น สถาบันทางการศึกษา วิธีการนี้ผู้เชี่ยวชาญด้านการป้องกันยาเสพติดถือว่าเป็น

วิธีการทางสังคมวัฒนธรรม (The social cultural model) ซึ่งเสนอแนะให้ใช้ปัจจัยต่างๆ ที่มีอยู่ในสภาพแวดล้อมทางสังคมโดยปรับปรุงให้สอดคล้องกับความต้องการของบุคคล เช่น ปัจจัยทางการศึกษา สาธารณสุข กลุ่มสังคม ฯลฯ ควรสนองความจำเป็นในการพัฒนาวิถีชีวิตของคน (เฮนเลน โนวลิส, 1975)

เพื่อการพิจารณาในแง่การปฏิบัติการแก้ไขปัญหายาเสพติดทั้ง 3 ประการนี้ ควรจะดำเนินการไปพร้อมๆ กัน จึงจะมีประสิทธิผล การดำเนินงานที่เน้นเพียงด้านเดียวจะไม่คุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับผลประโยชน์ที่จะได้รับ

ก่อนการพิจารณาถึงการสื่อสาร เพื่อการป้องกันยาเสพติดโดยตรง ควรจะได้ศึกษาวิธีป้องกันในเชิงทฤษฎี ซึ่งนำไปสู่การปฏิบัติโดยเฉพาะการรณรงค์ การให้ข่าวสารและการศึกษาทางสื่อมวลชนและสื่อบุคคล อีกทั้งจากการพิจารณาวิธีป้องกันและการแก้ไขปัญหายาเสพติดดังกล่าวข้างต้นสามารถกำหนดแนวทางในการลดความต้องการยาเสพติดได้ 2 กรณีคือ การเปลี่ยนแปลงตัวบุคคล และการเปลี่ยนแปลงระบบสภาวะแวดล้อม (ฮาร์เวย์ เอ. ฮอร์ทิน, 1971)

1 การเปลี่ยนแปลงตัวบุคคล แนวความคิดนี้มีความเชื่อว่าการที่จะแก้ไขปัญหาระบบใหญ่ได้ จำเป็นต้องมีการแก้ไขหรือเปลี่ยนแปลงระบบย่อยแต่ละระบบให้ดีเสียก่อน (Atomistic Concept) เช่นเดียวกับการป้องกันปัญหายาเสพติดจำเป็นจะต้องเปลี่ยนแปลงบุคคล แต่ละบุคคลให้มีคุณภาพเสียก่อน โดยมีรูปแบบการเปลี่ยนแปลงอยู่ 2 ลักษณะคือ

1.1 Socratic-Rational Model การเปลี่ยนแปลงตัวบุคคลตามทฤษฎีนี้เชื่อว่า มนุษย์ทุกคนมีเหตุผล พร้อมทั้งจะตอบสนองข่าวสารใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ ข่าวสารใหม่ๆ ที่รับรู้แล้วจะ ทำให้บุคคลนั้น สร้างหรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ซึ่งจะเป็ผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในที่สุด

1.2 Social-Psychological Model ทฤษฎีนี้เชื่อว่า การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลจะเกิดขึ้นจากอิทธิพลของบรรทัดฐาน จากกลุ่มซึ่งเขาเคยผูกพันอยู่ การเปลี่ยนแปลงจะเกิดขึ้นเป็น 2 ขั้นตอน กล่าวคือ ขั้นที่ 1 เป็นการหลอมละลายทัศนคติ ค่านิยม และรูปแบบพฤติกรรมที่ยึดติด (Unfreezing) ขั้นที่ 2 ทัศนคติและพฤติกรรมเกิดการเปลี่ยนแปลง (Changes) และขั้นที่ 3 เป็นการคงที่ของทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมที่เกิดขึ้นใหม่นั้น (Re-freezing)

จากแนวความคิดพื้นฐานข้างต้น ทำให้เกิดการป้องกันปัญหายาเสพติดที่เน้นหนักตัวบุคคล โดยอาศัยมาตรการ การเผยแพร่ข่าวสาร การให้การศึกษาและมี กอบบรมเป็นโครงการการปฏิบัติงานที่สำคัญ

2 การเปลี่ยนแปลงระบบภาวะแวดล้อม จะเห็นได้ว่าภาวะแวดล้อมจะส่งผลในการลดความต้องการยาเสพติดของบุคคล แนวคิดนี้จึงให้ความสำคัญกับภาวะแวดล้อม (Holistic Concept) ดังมีรูปของการเปลี่ยนแปลงดังนี้

2.1 Liberal Model เป็นการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมแบบค่อยเป็นค่อยไป หัวใจของการเปลี่ยนแปลงนี้คือ การมีส่วนร่วมของชุมชน (Community Participation) ซึ่งอาจจะได้แก่การจัดกิจกรรมต่อต้านยาเสพติด การแสดงประชามติต่อต้านยาเสพติด

2.2 Radical Model เป็นการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมแบบฉับพลันทันที มักจะใช้จิตวิทยากลุ่มชน โดยการปลุกเร้าให้คนในชุมชนร่วมมือในการแก้ไขปัญหาคู่ขนานที่เผชิญอยู่วิธีการนี้ยังมิได้มีการใช้ในการป้องกันยาเสพติดในประเทศไทย แต่ในประเทศอื่นๆ เช่นในเกาหลี กลุ่มแม่บ้านรวมตัวกันเพื่อต่อต้านการดื่มเหล้าของพ่อบ้านด้วยวิธีการรุนแรง ก็สามารถบรรลุผลสำเร็จเป็นอย่างดี

การสื่อสารเพื่อการป้องกันในทางทฤษฎีและปฏิบัติ

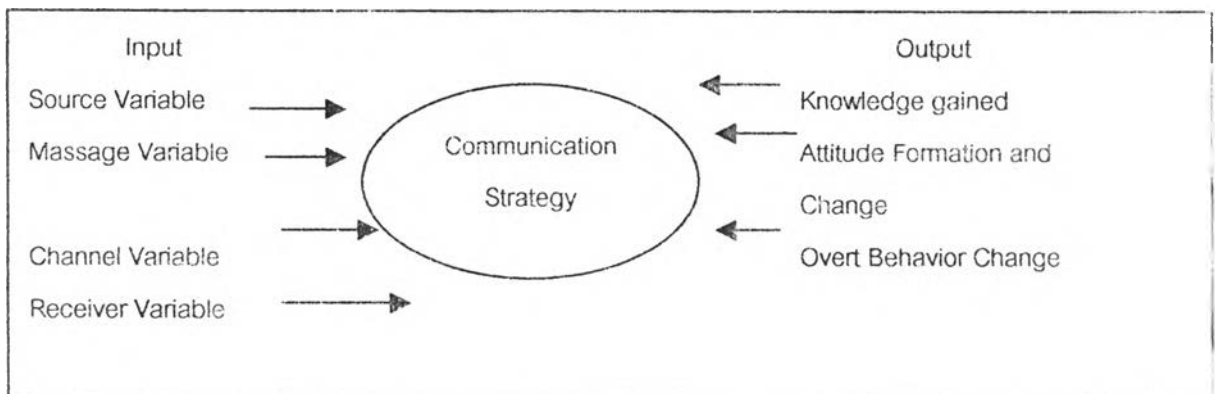
ดังที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นแล้วว่าในการป้องกันยาเสพติดเป็นการทำงานเพื่อการเปลี่ยนแปลงตัวบุคคลและสิ่งแวดล้อม ดังนั้นจึงได้มีการใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ดังที่ แม็คควัวร์ (McQuire, 1970) ได้เสนอว่าควรใช้กระบวนการสื่อสารเพื่อการป้องกันยาเสพติดและในแง่ของการปฏิบัติงานจริง ในขณะนี้มีหลายประเทศทั่วโลกเช่น สหรัฐอเมริกา แคนาดา อังกฤษ ปากีสถาน และประเทศในแถบอาเซียน ฯลฯ ได้ใช้สื่อมวลชน สื่อหน่วยเคลื่อนที่ ตลอดจนการฝึกอบรมผู้นำชุมชนเป็นกลวิธี (Strategy) ที่สำคัญในการป้องกันยาเสพติด หรือป้องกันการใช้ยาเสพติดในทางที่ผิด ซึ่งนับได้ว่าการใช้กลวิธีดังกล่าวมีความตื่นตัวสูงมากในวงการนี้

จะเห็นได้ว่าการสื่อสาร (Communication) มีอิทธิพลต่อความคิดของคนและยังมีผลต่อการกำหนดโลกทัศน์ของคนด้วย ฉะนั้น เมื่อใดก็ตามที่คนเริ่มทำการสื่อสารกับบุคคลอื่นการเปลี่ยนแปลงย่อมเกิดขึ้นไม่มากก็น้อย โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็น ความเชื่อ ตลอดจนการกระทำ ดังนั้น การสื่อสารจึงมีความสำคัญต่อคนและสังคมจะขาดเสียมิได้ การสื่อสารจึงมีอิทธิพลให้คนเปลี่ยนแปลงโลกทัศน์และการรับรู้ตามระบบสังคมและสิ่งแวดล้อมนั้น (วิลเบอร์ชแรมม์, 1972) ด้วยเหตุนี้จึงมีผู้ให้คำนิยามของการสื่อสารในเชิงปฏิบัติไว้ว่า "การสื่อสารคือกระบวนการที่ความคิดหรือข่าวสารถูกส่งจากแหล่งข่าวสารไปยังผู้รับสาร ด้วยเจตนาที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบางประการของผู้รับสาร (อาร์. ดี. สมาร์ท และ ไดแอนน์ เฟเยอร์, 1974) ในกรณี

การถ่ายทอดข่าวสารเพื่อป้องกันยาเสพติดผลที่เกิดกับผู้รับสารอาจเป็นการเปลี่ยนแปลงระดับความรู้ทัศนคติ หรือพฤติกรรมของผู้รับสาร

อย่างไรก็ตาม ในทางทฤษฎีทางการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ (Persuasive Communication) ได้เน้นว่าการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้ จะต้องเกิดขึ้นโดยสมัครใจ นั่นคือผู้รับข่าวสารยินยอม (Compliance) ปฏิบัติตามหรือเปลี่ยนทัศนคติตามที่ผู้สื่อสารปรารถนาด้วยความพึงพอใจ ในกระบวนการให้ข่าวสารเพื่อป้องกันยาเสพติดได้ถือว่า "แนวทางการป้องกันยาเสพติด เป็นนวัตกรรม (Innovation)" อย่างหนึ่งที่ต้องการให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายเชื่อ ยอมรับ และปฏิบัติตาม ดังนั้น จึงสามารถประยุกต์รูปแบบการสื่อสารเพื่อการวางแผนครอบครัวของ โรเจอร์ (1977) กับการสื่อสารเพื่อป้องกันยาเสพติดได้ดังนี้

ภาพที่ 1 รูปแบบในการสื่อสารการป้องกันยาเสพติดประยุกต์จากการสื่อสารเพื่อการวางแผนครอบครัว



และในกระบวนการสื่อสารเพื่อป้องกันยาเสพติดนี้ สมาร์ท และเดนนี เฟเจอร์ (1974) ได้กำหนดเป้าหมายไว้ว่า

- เป็นการส่งสารที่โน้มน้าวใจ (Persuasive Message) แก่กลุ่มเป้าหมาย
- กลุ่มเป้าหมายจะต้องได้รับสารนั้น สารนั้นจะต้องง่ายต่อการทำความเข้าใจ
- กลุ่มเป้าหมายต้องเห็นด้วยกับเนื้อหาในสารนั้น
- กลุ่มเป้าหมายจะต้องเปลี่ยนทัศนคติและทัศนคติใหม่จะต้องคงอยู่
- กลุ่มเป้าหมายจะต้องเปลี่ยนพฤติกรรม

จากการศึกษาแนวความคิดทางด้านการสื่อสาร เพื่อป้องกันยาเสพติดของประเทศต่าง ๆ รวมทั้งของผู้เชี่ยวชาญจากองค์การสหประชาชาติ สามารถสรุปได้ว่า มีความพยายามเชิงนโยบายในการสื่อสารทุกรูปแบบมาใช้ในการป้องกันยาเสพติด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารเพื่อการ

น่าไว้วางใจและการสื่อสารเพื่องานนวัตกรรมการ อันถือได้ว่าเป็นการสื่อสารเพื่อพัฒนาหรือการแก้ไขปัญหาสังคมทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีผู้เชี่ยวชาญด้านการป้องกันยาเสพติดได้เสนอแนะว่า ในการสื่อสารเพื่อการป้องกันนั้นจะต้องพิจารณาตัวแปร (Variable) หรือองค์ประกอบทางการสื่อสารดังนี้

ปัจจัยเกี่ยวกับแหล่งข่าวสาร (Source Variable) ในการสื่อสารเพื่อการป้องกัน ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ของแหล่งข่าวสาร เป็นปัจจัยสำคัญยิ่งเพราะในกรณีต้องการผู้เชี่ยวชาญและผู้มีประสบการณ์ในเรื่องที่จะเผยแพร่ เช่น เรื่อง ตัวยา หมอมและเภสัชกรจะเป็นแหล่งข่าวสารที่ดีในเรื่องนี้ ส่วน พฤติกรรมการใช้ยา นักพฤติกรรมศาสตร์จะทราบเรื่องนี้ดีที่สุด สำหรับ สาเหตุของการติดยาเสพติด ผู้ที่ติดยาเสพติดจะเป็นผู้เชี่ยวชาญที่ดีที่สุด ซึ่งสามารถกล่าวได้ว่าเป็นการใช้แหล่งข่าวสารที่มีความเชี่ยวชาญหรือประสบการณ์ในด้านนั้น ๆ ในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (Authoritative Source Approach) ผลการวิจัยในต่างประเทศพบว่า นักวิทยาศาสตร์ นายแพทย์ ศาสตราจารย์จากมหาวิทยาลัย ถือว่าเป็นต้นตอของข่าวสารที่น่าเชื่อถือสำหรับนักศึกษาและผู้ใหญ่มากที่สุด และสำหรับเยาวชนทั่วไป ควรใช้อิทธิพลของกลุ่มเพื่อนเป็นแหล่งข่าวสาร (Peer Group Approach) (เฮนเลน โนวลิส, 1975)

ปัจจัยเกี่ยวกับสาร (Message Variable) ในเรื่องนี้ โนวลิส(1975) กล่าวไว้ว่า การเสนอสารด้านการป้องกันยาเสพติด ควรเสนอในทางบวก (Positive) จะได้ผลมากกว่าการเสนอในทางลบ ซึ่งหมายถึงการเสนอสารอย่างกว้างขวาง ซึ่งเกี่ยวข้องกับค่านิยมอื่น ๆ จุดมุ่งหมายของชีวิตและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีคุณค่า การเสนอสารในรูปดังกล่าวนี้อาจจะไม่ทำให้เกิดผลกระทบอย่างมาก ในทันทีทันใดก็ตาม (Strong and immediate) แต่ก็ทำให้เกิดผลที่ถาวรในตัวของคุณบุคคล ซึ่งในวงการสื่อสารเพื่อการป้องกันยาเสพติด ได้มีการกล่าวถึงเรื่องนี้อย่างกว้างขวาง ประเด็นที่สำคัญคือ ควรจะเสนอสารที่เป็นเหตุเป็นผล (Logical Message) หรือเสนอสาร 2 ด้าน (Two-sided Message) และอีกกรณีหนึ่งคือ ควรเสนอสารด้านเดียว (One-sided Message) หรือสารที่ขู่ให้กลัว (Scare of Fear Message)

สารที่ขู่ให้กลัวหรือสารด้านเดียวนั้น มีหลักการว่าจะให้ความรู้โดยเน้นอันตรายของการใช้ยาเสพติด เพื่อไม่ให้ประชาชนไปทดลองใช้ยาเสพติด หรือผู้ที่ทดลองใช้ไม่ให้ใช้ยาเสพติดต่อไปอีก (Fear Approach) อย่างไรก็ตาม ยังมีได้มีการวิจัยในเรื่องนี้โดยตรง แต่เทคนิคนี้ได้ใช้กันมาแต่ดั้งเดิม และถือว่าง่ายแก่การเข้าใจ และแปลความหมาย และจะมีผลดีในด้านการขู่ให้กลัวเกี่ยวกับตัวยาชนิดใหม่ (วิจัย โปษยะจินดา, 2523) แต่จะต้องมีการอ้างอิงผู้เชี่ยวชาญและไม่เกินเลยความจริง ซึ่งการขู่ให้กลัวเป็นการยกผลเสียมาให้ประทับใจ ถ้าขู่ผิด ๆ ถูก ๆ ไม่อธิบายให้ชัดเจน นอก

จากจะไม่เชื่อแล้ว ยังเป็นการท้าทายให้ลองดี จากงานวิจัยในต่างประเทศสรุปว่า การชู้ให้กลัวโดยไม่ต้องใช้เหตุผลอธิบาย จะได้ผลกลับเด็กระดับอายุต่ำ ๆ

การวิจัยของ เลเวนธาล และ วัตต์ส (1966) ได้ทดลองในเรื่องผลของการชู้บุหรี โดยเสนอเนื้อหาที่เร้าให้กลัว 3 ระดับ ปรากฏว่า กลุ่มที่เร้าให้กลัวระดับสูงจะไม่ยอมไป X-ray และเลิกชู้บุหรี ซึ่งผู้วิจัยกล่าวว่าเป็นการหลีกเลี่ยงความกลัวและคำชู้คุกคาม

นอกจากนั้น เทคนิคการชู้ให้กลัวยังได้ผลกับการป้องกันบาดทะยัก มรณาทนาการชู้บรดเอดส์ ฯลฯ เบอริโควิตซ์ และ คอตตังแฮม (1960) ได้อธิบายไว้ว่า การเร้าให้กลัวในระดับสูง ทำให้เรื่องที่ไม่น่าสนใจกลายเป็นน่าสนใจ

ในกรณีของสารที่เป็นเหตุเป็นผลหรือสารสองด้าน จะให้ข้อมูลที่เหตุเป็นผลในลักษณะของการโต้แย้ง อภิปรายเกี่ยวกับความรู้เรื่องโทษของยาที่จะมีผลต่อบุคคลและสังคม โดยคาดหวังให้ผู้รับสารสามารถใช้เหตุผลในการตัดสินใจที่จะไม่ใช้ยาเสพติด สารลักษณะนี้จะใช้น้อยมาก โดยเฉพาะทางสื่อมวลชน เนื่องจากมีตัวแปรที่ต้องพิจารณาหลายประการด้วยกันคือ ระดับสติปัญญาของผู้รับสาร อายุและสภาพความคิดที่มีอยู่ก่อนว่าสอดคล้องหรือเป็นปฏิปักษ์กับสารนั้น และในขณะเดียวกันขอบเขตของกลุ่มผู้รับสารจากสื่อมวลชนกว้างขวาง ยากแก่การควบคุมและจำแนกแยกแยะ ในเรื่องนี้มีงานวิจัยที่น่าสนใจได้แก่

ลัมสเดนและเชฟฟายด์ (Hovland Lumsdaine and Sheffield, 1949) ได้ศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิผลของการเสนอเนื้อหาทั้งสนับสนุนและคัดค้าน (Support and Opposition) สรุปผลได้ว่าผู้รับสารส่วนใหญ่ชอบที่จะรับสารทั้ง 2 ด้านมากกว่าที่จะรับสารเพียงด้านเดียว แต่สำหรับผู้รับสารที่มีใจโอนเอียงทางด้านใดด้านหนึ่งอยู่แล้ว การเสนอข่าวสารด้านนั้นด้านเดียวได้ผลที่ดีที่สุด ส่วนผู้รับสารที่มีการศึกษาสูงชอบที่จะรับข่าวสารทั้ง 2 ด้าน ส่วนการรับข่าวสารใหม่ ๆ ที่ผู้รับสารไม่เคยมีทัศนคติอย่างใดมาก่อน ผู้รับสารที่มีการศึกษาต่ำจะชอบด้านสนับสนุน (Pro-Subjects) ส่วนผู้รับสารที่มีการศึกษาสูง การเสนอข่าวสารทั้ง 2 ด้านได้ผลดีที่สุด

เบตติงฮอสและเบสฮาร์ท (Bettinghaus and Basehart, 1969) พบว่าการเสนอข่าวสาร 2 ด้านหรือด้านเดียว ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างในการเปลี่ยนทัศนคติสำหรับผู้รับสารที่มีการศึกษาสูง

ลัมสเดนและเจนิส (Lumsdaine and Janis, 1953) ทดลองกับผู้รับสาร 2 กลุ่มโดยให้กลุ่มหนึ่งได้รับข่าวสารด้านเดียว อีกกลุ่มรับข่าวสาร 2 ด้าน แล้วให้ข่าวสารใหม่ที่ขัดแย้งกับข่าวสารเดิม ผลปรากฏว่ากลุ่มที่ได้รับข่าวสาร 2 ด้าน จะมีปฏิกริยาโต้แย้งกับข่าวสารขึ้นหลังมากกว่ากลุ่มที่ได้รับสารด้านเดียวตอนแรก

ทิสเทลเวทและคามินทสกี (Thistlethwaite and Kamenetsky, 1955) พบว่าการเสนอข่าวสาร 2 ด้าน จะได้ผลน้อยกว่า ถ้าข่าวสารนั้นเป็นเรื่องไม่คุ้นเคย(Unfamiliar) แต่ถ้าใช้ข่าวสารด้านเดียวก็จะได้ผลน้อย ถ้าข่าวสารนั้นเป็นเรื่องที่ได้แย้งมาก

กล่าวโดยสรุปได้ว่า การเสนอข่าวสารด้านเดียวจะได้ผลดีก็ต่อเมื่อผู้รับสารมีความคุ้นเคยกับผู้ส่งสาร เมื่อผู้รับสารไม่มีข้อโต้แย้ง (Counter-arguments) เมื่อผู้ส่งสารมีความตั้งใจจะจูงใจ การเสนอข่าวสาร 2 ด้านจะได้ผลดีต่อเมื่อผู้รับสารไม่รู้ตัวที่กำลังถูกชักชวน เมื่อความเห็นเดิมของผู้รับสารไม่เห็นพ้องด้วยกับผู้ส่งสาร เมื่อผู้รับสารมีข้อโต้แย้งกับข่าวสารนั้นอยู่แล้ว เมื่อผู้รับสารมีการศึกษา รู้จักเหตุผล และเมื่อผู้ส่งสารต้องการแสดงให้เห็นถึงการเสนอข่าวสารที่ตรงไปตรงมา และยุติธรรม อย่างไรก็ตาม ประสิทธิภาพของการเสนอข่าวสารด้านเดียวหรือสองด้านนี้ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์กับส่วนอื่น ๆ ของการสื่อสารนั้นด้วยและยังมีประเด็นสำคัญเกี่ยวกับตัวแปรของสารคือการสร้างอารมณ์ให้ผู้รับสารเกิดความพึงพอใจในสาร เพื่อป้องกันยาเสพติด ซึ่ง The National Institute of Drug Abuse (NIDA) ได้ระบุความสำคัญ ของเรื่องนี้ไว้ว่า สื่อมวลชนทำงานได้ด้วยการสร้างอารมณ์ ไม่ใช่ด้วยความเป็นเหตุเป็นผลเสมอไป ถึงท่านจะวิเคราะห์ปัญหาอย่างถ่องแท้ตระเตรียมคำตอบที่เข้าใจง่ายเสร็จแล้วก็ยังอธิบายให้ผู้รับข่าวสารฟังท่านอาจจะนึกว่า นั่นเข้าท่าดีแล้ว แต่สิ่งที่ท่านจะพบคือ โบนัสอันสูงส่ง และดวงตาอันว่างเปล่าของผู้ฟัง จากข้อความนี้สามารถกล่าวได้ว่า การสร้างอารมณ์ให้เกิดความพึงพอใจในสาร มีผลต่อความรู้ ความเข้าใจและทัศนคติของผู้รับสารทางสื่อมวลชนด้วย

ปัจจัยเกี่ยวกับช่องสาร (Channel Variable) ในปัจจุบันได้มีทางใช้ช่องสารมวลชนและช่องสารระหว่างบุคคลในการรณรงค์เพื่อพัฒนาอย่างเหมาะสมยิ่งขึ้นในทางทฤษฎีนั้น สื่อมวลชนจะมีประสิทธิภาพสูงสุดในการจูงใจ ดังนั้น จึงต้องเลือกใช้สื่อที่มีลักษณะต่าง ๆ กันตามขั้นตอนที่เหมาะสมหรือใช้สื่อหลาย ๆ อย่างไปพร้อมกัน

ช่องทางการสื่อสารมวลชน (Mass Media Channels) เป็นวิถีทางในการถ่ายทอดข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนทั้งหมด เป็นต้นว่า หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น ซึ่งแหล่งข่าวอาจจะเป็นจำนวนบุคคลจำนวน 1 หรือ 2-3 คน ที่จะส่งข่าวสารไปยังผู้ฟังจำนวนมากๆ ซึ่งสื่อมวลชนนั้นสามารถที่จะไปถึงกลุ่มผู้ฟังที่มีจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว เป็นการเพิ่มพูนความรู้และแพร่กระจายข่าวสาร รวมทั้งสามารถเปลี่ยนทัศนคติที่บุคคลมีอยู่ได้

ปรากฏอยู่เสมอว่า ในการรณรงค์เพื่อการพัฒนาหลาย ๆ เรื่องได้ใช้สื่อมวลชน โดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ เป็นเครื่องมือในการให้ข่าวสารความรู้ด้านการเกษตร สาธารณสุข การอ่านออกเขียนได้ เป็นสื่อ นำเพื่อให้ความรู้ก่อนจะใช้สื่อบุคคลเป็นสื่อตามเพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวิทยุ โทรทัศน์เป็นสื่อที่กระจายได้อย่างกว้างขวาง ทุกหนทุกแห่งได้รวดเร็วใกล้ตัว

ตามวันเวลาที่กำหนด นอกจากวิทยุและโทรทัศน์ยังมีข้อได้เปรียบในข้อที่ว่า เนื้อหาทางวิทยุและโทรทัศน์มีลักษณะโดยตรง สด เป็นส่วนตัว ผู้ฟังรู้สึกว่าตนเองเป็นสมาชิกผู้ฟังคนหนึ่ง และมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่มีความสำคัญของชาติ

ในทางตรงข้าม การใช้วิทยุและโทรทัศน์เพื่อให้ข่าวสารและการศึกษาก่อให้เกิดคุณลักษณะในด้านลบบางประการ เช่น เกิดความยากลำบากในการปรับเนื้อหาของวิทยุโทรทัศน์ให้เข้ากับความต้องการ หรือความจำเป็น หรือความต้องการของผู้รับข่าวสารแต่ละคน

ช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Channels) ติดต่อกันระหว่างบุคคลเพื่อที่จะถ่ายทอดข่าวสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ถ้าผู้รับสารไม่เข้าใจก็สามารถซักถามหรือถามข่าวสารเพิ่มเติมจากแหล่งสารได้ในทันที ส่วนผู้ส่งสารก็สามารถปรับปรุงแก้ไขสารที่ส่งออกไปให้เข้ากับความต้องการและเข้าใจของผู้รับสารได้ในเวลาอันรวดเร็วเช่นกัน ซึ่งจะช่วยให้บุคคลเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้

โรเจอร์ (Rogers, 1971) ได้กล่าวถึง ความเปลี่ยนแปลงอันอาจจะเกิดขึ้นได้ในกรณีที่เราได้มีการติดต่อกับผู้อื่น เช่น กับผู้นำความคิดเห็น ได้แก่ พระ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ฯลฯ การติดต่อกับญาติ เพื่อนฝูงที่รู้จักหรือเจ้าหน้าที่บ้านเมืองก็อาจมีผลต่อการพัฒนาได้เช่นกัน นักปราชญ์ทางสื่อสารมวลชนหลายท่านยอมรับความสำคัญของการสื่อสารระหว่างบุคคลว่ามีผลกว่าเปลี่ยนแปลงของบุคคลมากกว่าอิทธิพลของสื่อมวลชนเสียอีก โรเจอร์ กล่าวว่า สื่อมวลชนมีความสำคัญในการเพิ่มความรู้ แต่การสื่อสารระหว่างบุคคลช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

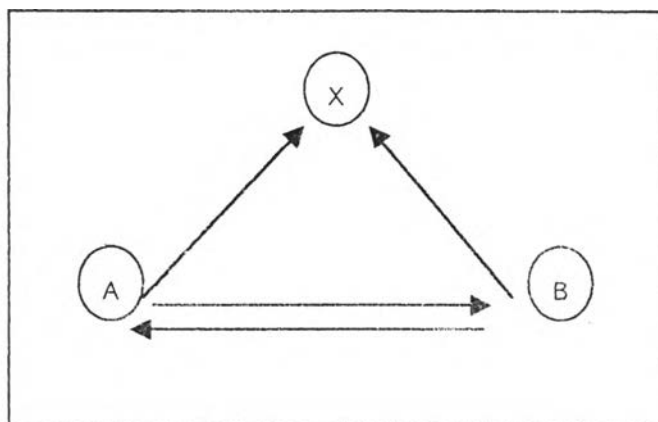
พอล ลาซาสเฟล (Paul Lazarsfeld) และ เฮอร์เบิร์ต แมนเซล (Herbert Manzel) กล่าวว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลมีความสำคัญคือ มีการพูดคุยกันแบบเป็นกันเองและเป็นส่วนตัวทำให้เกิดการคุ้นเคยระหว่างผู้พูดคุยกับผู้ฟัง ซึ่งจะช่วยให้ผู้รับฟังยอมรับความคิดของผู้พูดได้ง่ายขึ้น การเห็นหน้ากันนี้เมื่อมองในแง่จิตวิทยาแล้วทำให้ผู้ฟังซึ่งเป็นเป้าหมายของการชักจูงใจของผู้พูดมีความรู้สึกที่ตนเองได้รับรางวัล (Reward) ทันทีอย่างน้อยที่สุดก็ในด้านที่แสดงความคิดเห็นของตนต่อผู้พูด

แบบจำลองการสื่อสารระหว่างบุคคล

แบบจำลองสำหรับการสื่อสารระหว่างบุคคลมีหลายแบบด้วยกัน

นิวคอมบ์ (Newcomb) เรียกแบบจำลองนี้ว่า (Co-orientation) นั่นก็คือทั้งบุคคล (A) และแหล่งสาร (B) ต่างก็มีทัศนคติหรือความคิดต่อปัญหา (X) ขณะเดียวกันบุคคล (A) และแหล่งสาร (B) จะมีการติดต่อสื่อสารกันมากขึ้นและมีแนวโน้มว่าบุคคล (A) และแหล่งสาร (B) จะมีทัศนคติหรือความคิดเกี่ยวกับปัญหา (X) นั่นคล้ายคลึงกันบุคคลจะพยายามสร้างความสมดุล (Balance or Symmetry) ให้เกิดขึ้นโดยอาจจะพยายามเปลี่ยนความคิดให้คล้ายคลึงกับแหล่งสาร

ติดต่อสื่อสารกันหรือหาข้อสนับสนุนจากบุคคลอื่น พยายามบิดเบือนความคิดของเขาเองเกี่ยวกับสถานการณ์ที่แท้จริง เป็นต้น (อรนุช เลิศจรยรักษ์, 2516)



A หมายถึงบุคคล

B หมายถึง แหล่งสาร

X หมายถึง ปัญหา

เปรียบเทียบความแตกต่างที่สำคัญระหว่างลักษณะของการสื่อสารระหว่างบุคคล และการสื่อสารมวลชน

<u>ลักษณะของการติดต่อสื่อสาร</u>	<u>การสื่อสารระหว่างบุคคล</u>	<u>การสื่อสาร</u>
<u>มวลชน</u>		
1. ทิศทางการไหลของข่าวสาร	บุคคลวิถี (สองทาง)	ทางเดียว
2. ความเร็วในการเข้าถึงผู้ฟังจำนวนมาก	ช้า	เร็ว
3. ความแน่นอนของข่าวสารต่อผู้ฟัง	ต่ำ	สูง
4. ความสามารถในการเลือกผู้รับสาร	สูง	ต่ำ
5. ความสามารถในการจัดการเลือกรับสาร	สูง	ต่ำ
6. ความสามารถในการสนองตอบ	สูง	ต่ำ
7. ผลที่อาจเกิดขึ้น	เปลี่ยนแปลงทัศนคติ	เพิ่มพูนความรู้

จะเห็นได้ว่าการติดต่อสื่อสารทั้ง 2 แบบนี้ มีความแตกต่างกันออกไป การสื่อสารระหว่างบุคคลนั้น สามารถทราบถึงปฏิกิริยาอันกลับของผู้รับสารได้ ซึ่งทำให้มีประสิทธิภาพในการจูงใจ ในขณะที่การติดต่อสื่อสารโดยใช้สื่อมวลชนนั้นจะมีความสำคัญในการเปลี่ยนแปลงความรู้สึกนึกคิดอันเนื่องมาจากการได้รับความรู้เพิ่มเติม

เนื่องจากมนุษย์เป็นสมาชิกของสังคม จึงมีการรวมตัวกันขึ้นเป็นกลุ่มสังคมโดยอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือ กลุ่มสังคมในที่นี้หมายถึงกลุ่มปฐมภูมิ (Primary Group) ได้แก่ครอบครัว เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมงาน เป็นต้น ความสัมพันธ์ของบุคคลกับกลุ่มปฐมภูมิต่างๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อทัศนคติ ค่านิยมและพฤติกรรมต่างๆ รวมทั้งพฤติกรรมในการสื่อสารของคนด้วย สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะการมีสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องระหว่างสมาชิกของกลุ่มทำให้สมาชิกของกลุ่มมีประสบการณ์ร่วมกัน จากการติดต่อสัมพันธ์กันเป็นประจำทำให้คนเรารู้จักความคิดพื้นฐาน (Basic Ideas) และความเชื่อ (Beliefs) ประสบการณ์ และค่านิยม (Values) เหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดการรับรู้ของคน คนจะยึดถือกลุ่มปฐมภูมิที่สำคัญๆ ที่ตนเป็นสมาชิกอยู่หรือที่ตนอยากเป็นสมาชิกเป็นหลักที่จะเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตของคนกลุ่มเหล่านี้จะกำหนดมาตรฐานในการประเมินแก่บุคคล สอนให้รู้จักค่านิยมของกลุ่มและกำหนดค่านิยมของเขาให้สอดคล้องกับค่านิยมของกลุ่ม เมื่อปฏิบัติตนหรือมีความคิดเห็นคล้อยตามค่านิยมของกลุ่ม กลุ่มก็จะเห็นชอบและให้รางวัล ดังนั้นคนเราจึงมักจะคล้อยตามกลุ่มเพื่อให้ได้รับความเห็นชอบของกลุ่มปฐมภูมิต่างๆ จึงเป็นตัวกำหนดค่านิยมควบคุมพฤติกรรม และมีอิทธิพลต่อบทบาทในการสื่อสารของคน (ปรมะ สตะเวทิน, 2526) สำหรับสื่อบุคคลที่เป็นแหล่งข่าวที่สำคัญอาจแยกออกได้เป็น ประเภทคือ

1. บุคคลที่มีความผูกพัน ความใกล้ชิดกับคนในท้องถิ่น เป็นบุคคลในท้องถิ่นได้แก่ ครอบครัว เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมงาน เป็นผู้ที่มีบทบาทในการเผยแพร่ความรู้ ความคิด ตลอดจนความรู้สึกประชาชนในท้องถิ่นให้ยอมรับนวัตกรรม

จากทฤษฎีทางสัมพันธ์ทางสังคม The Social Relationship Theory ของเดอ เฟลอร์ (Fleur) ทฤษฎีนี้ชี้ให้เห็นว่า ความสัมพันธ์ภายในกลุ่มจะมีอิทธิพลต่อการสื่อสาร ซึ่งเป็นที่ยอมรับว่า ความสัมพันธ์ไม่เป็นทางการในสังคม (ความสัมพันธ์แบบเครือญาติ) มีบทบาทต่อการตัดสินใจ จะยอมรับการเปลี่ยนแปลงแบบใหม่ๆ หรือไม่ โดยเฉพาะสังคมชนบทเป็นสังคมที่ครอบครัวของบุคคลแต่ละคนมีความผูกพันทางสังคมกับเพื่อนบ้านแน่นแฟ้น เมื่อมีความคิดใหม่ๆ จากภายนอก การตัดสินใจของบุคคลว่าควรรับความคิดเหล่านั้นหรือไม่ (ธิดาดาว ภัคดี, 2525)

กลุ่มในฐานะที่เป็นสื่อระหว่างบุคคลภายในท้องถิ่น มีความสามารถในการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ ดังนี้ แชรรมม์ (Schramm) กล่าวว่า ถ้าการสื่อสารมีวัตถุประสงค์ที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมแล้ว แหล่งสารที่บุคคลจะขอความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมใหม่ก็คือคนภายในท้องถิ่นเอง

ผลการวิจัยของโรเจอร์ (Rogers) และสเวนนิ่ง (Svenning) เกี่ยวกับสื่อระหว่างบุคคลในชุมชนแสดงให้เห็นว่า สื่อระหว่างบุคคลภายในท้องถิ่นมีความสำคัญมากกว่าสื่อระหว่างบุคคลภายนอกท้องถิ่นในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมการสนทนา

เพื่อนบ้านและเพื่อนๆ เป็นช่องทางที่สำคัญสำหรับการให้ความรู้ความสนใจและการจูงใจ (ดวงใจ จตุรภัทร์, 2525)

มาร์เปิล (Maple, 1933) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นของกลุ่มและความเชื่อของบุคคลพบว่า ทั้งสองอย่างมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก นอกจากนี้ความคิดเห็นของกลุ่ม (Group Opinion) ยังมีอิทธิพลต่อความเชื่อของบุคคลมากกว่าความคิดเห็นของบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญ (Expert Opinion)

2 บุคคลที่มีความน่าเชื่อถือ อาจจะเป็นบุคคลที่อยู่ภายนอกห้องถิ่นหรือภายในห้องถิ่นก็ได้ ออพเพนไฮเมอร์และปราฟตา กล่าวว่า บุคคลยังมีความน่าเชื่อถือมากเท่าไรการจูงใจก็ยังมีประสิทธิภาพมากขึ้นเท่านั้น ฉะนั้นในการเผยแพร่แนวกรรมผู้ส่งสารจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีความน่าเชื่อถือในสายตาของผู้รับสารจึงทำให้การสื่อสารประสบความสำเร็จ

ความน่าเชื่อถือ (Credibility) คือการที่ผู้รับสารเห็นว่าผู้ทำการติดต่อสื่อสารหรือแหล่งสารมีความน่าไว้วางใจ (Trustworthy) ความสามารถ (Competent) ความเชี่ยวชาญ (Expertise) หรือระดับของความรู้เกี่ยวกับเรื่องที่ทำกรเผยแพร่สูง

ฮาฟแลนด์ เจนิส (Havland Janis) และเคลลี (Kelley) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของบุคคลและสรุปว่า ความน่าเชื่อถือขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ประการ คือ

1 ความสามารถหรือความเชี่ยวชาญ (Competent or Expertness) ซึ่งผู้รับสารมีต่อผู้ส่งสาร ซึ่งได้แก่ ความรอบรู้เกี่ยวกับเรื่องที่เกี่ยวข้องกับงานของตนเอง

2 ความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) เป็นความรู้สึกของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร ได้แก่ ความจริงใจและความซื่อสัตย์

คุณลักษณะที่แตกต่างกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร อาจจะทำให้เกิดทัศนคติในด้านความเชี่ยวชาญได้เช่น ผู้ส่งสารที่มีคุณลักษณะคล้ายกับผู้รับสาร อาจถูกมองว่ามีความเชี่ยวชาญมากกว่าบุคคลที่มีคุณลักษณะต่างไปจากผู้รับสาร ทั้งนี้เพราะคนเรามักมีความรู้สึกว่ามีสถานภาพ คุณค่า ความสนใจ และความต้องการคล้ายคลึงกับตนเองจะมองทุกๆ อย่าง และตัดสินใจปัญหาทุกอย่างคล้ายคลึงกับตน

สรุปว่าในการใช้สื่อมวลชนเพื่อการป้องกันยาเสพติด ซึ่งได้ทำการกระจายข่าวสารในพื้นที่เขตเมืองและเขตชนบท โดยใช้โทรทัศน์และวิทยุเป็นสื่อในการให้ความรู้และกระตุ้น (Awareness) ให้กลุ่มเป้าหมายตระหนักถึงภัยของยาเสพติด และรู้จักป้องกันปัญหานี้ หลังจากการนั้น จะต้องมีการอบรมผู้นำชุมชนและเจ้าหน้าที่สาธารณสุข ตลอดจนพัฒนาการให้เป็นแกนนำในการป้องกันยาเสพติดในชุมชนที่ตนสังกัดอยู่ หลักจากนั้นจะมีการใช้สื่อมวลชนเน้นย้ำ

ปัจจัยเกี่ยวกับผู้รับสาร (Receiver Variable)

ตามที่ลาสเวลล์ ได้กล่าวไว้ในเรื่องเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสารว่า "Who says what in which channel to whom with effect" (Laswell, 1948) จะเห็นได้ว่าผู้รับสารนับได้ว่าเป็นส่วนที่สำคัญมากที่สุดส่วนหนึ่งในกระบวนการสื่อสาร เป็นจุดมุ่งหมายของการสื่อสาร หากมีผู้ส่งสาร มีสาร มีช่องทาง แต่ไม่มีผู้รับสาร การสื่อสารนั้นก็ไม่มีทางเกิดผลได้ ความจริงแนวคิดที่เน้นความสำคัญของผู้ส่งสารและแนวคิดที่เน้นความสำคัญของผู้รับสารนั้น มีการโต้แย้งกันมาตลอด แต่ในระยะหลังจะเห็นได้ว่า แนวโน้มความสำคัญของผู้รับสารนับวันจะมีมากขึ้นเนื่องจากสภาพสังคมปัจจุบันที่มีแต่การแข่งขัน ผู้รับสารมีโอกาสเลือกมากขึ้น ทำให้ผู้ส่งสารส่วนใหญ่จะต้องทำทุกอย่างเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสาร

1 ปัจจัยที่วิเคราะห์ตามทฤษฎีการสื่อสาร เดวิด เบอริล (1960) ได้วิเคราะห์ถึงปัจจัยของการสื่อสารของผู้ถอดรหัส หรือผู้รับสาร(Decoder-Receiver) ในแบบจำลองกระบวนการสื่อสารที่ได้เสนอไว้ดังนี้

ก ทักษะในการสื่อสาร (Communication skills) ถ้าผู้รับสารไม่สามารถฟัง อ่าน หรือคิด เขาจะไม่สามารถรับสาร หรือถอดรหัสข่าวสารที่ผู้ส่งสารส่งไปให้ได้

ข ทักษะจิต ผู้รับสารจะถอดรหัสของข่าวสารอย่างไร มีสาเหตุบางส่วนมาจากทักษะจิต ไม่ว่าจะป็นต่อตนเองหรือต่อผู้ส่งสาร ต่อข่าวสาร ล้วนมีผลต่อการเปิดรับสาร และการแปลข่าวสารของผู้รับทั้งสิ้น

ค ระดับความรู้ (Knowledge level) ผู้รับสารที่ระดับความรู้แตกต่างกัน มีแนวโน้มที่จะรับรู้สิ่งรอบข้างแตกต่างกัน และมีแนวการแปลความหมายของข่าวสารต่างกัน

ง ระบบสังคม (Social system) เนื่องด้วยทุกคนมีบทบาท ภาระ หน้าที่ และสถานภาพที่แตกต่างกันจึงเป็นผลทำให้การเปิดรับและการตีความข่าวสารแตกต่างกัน

จ วัฒนธรรม (Culture) หมายถึง ลักษณะแสดงถึงความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความกลมเกลียว ศีลธรรมอันดีของประชาชน และระบบหรือแบบพิธีในการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคม ซึ่งแต่ละสังคมจะมีวัฒนธรรมเป็นของตนเอง เป็นตัวกำหนดวิถีชีวิต ความสัมพันธ์ของคนในสังคม และเป็นตัวชี้ความแตกต่างระหว่างสังคมนั้นๆ กับสังคมอื่น วัฒนธรรมของผู้รับสารจึงเป็นปัจจัยสำคัญหนึ่งที่มีผลต่อการเปิดรับสารและการตีความข่าวสาร

2 ปัจจัยที่วิเคราะห์ตามลักษณะทางประชากร ผู้รับสารแต่ละคนจะมีลักษณะทางประชากรเฉพาะบุคคล ไม่ว่าจะเป็นทางเพศ อายุ การศึกษา สภาพเศรษฐกิจเป็นต้นความแตกต่างในลักษณะทางประชากรนี้จะมีอิทธิพลต่อการสื่อสาร (สุโขทัยธรรมมาธิราช, 2529)

กลวิธีและทักษะในการสื่อสาร (Communication strategy and Communication skills)

สื่อมวลชนมีอิทธิพลอย่างมากในการดำเนินงานโดยเฉพาะอย่างยิ่งงานด้านการพัฒนา เนื่องจากสื่อมวลชนมีอิทธิพลในการโน้มน้าวใจเป็นอย่างมาก (Persuasive power) "สื่อมวลชนเป็นตัวการที่กระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ซึ่งนำไปสู่การปรับวิถีชีวิต(Way of Life) และค่านิยมเพื่อพัฒนาประเทศให้ทันสมัยด้วยการนำเอาความคิด ข่าวสารใหม่ๆ ไปกระตุ้นให้เกิดผลประโยชน์ใหม่ๆ ให้แก่มนุษย์ (เลเนอร์, 1963)"หรือ "สื่อมวลชนจะทำหน้าที่สร้างความตื่นตัวให้กับคนทั่วไป เกิดความสำนึกที่จะสร้างมาตรฐานของชีวิตในสังคม เศรษฐกิจ การเมืองได้เป็นอย่างดี(วิลเบอร์ชแรมม์, 1972)

จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้น จึงได้มีการใช้สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือสำคัญประเภทหนึ่งในการดำเนินงานรณรงค์เพื่อการป้องกันปัญหายาเสพติดอันเป็นปัญหาสังคมที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคมของชาติ ดังนั้นในกระบวนการรณรงค์ทางสื่อมวลชนในลักษณะนี้จึงเป็นการรวมพลังในการชักจูงพร้อมๆ กันหลายๆ ทาง ในการก่อให้เกิดการรวมตัวหรือการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็น ทศนคติและพฤติกรรมของประชาชนต่อกรณีใดกรณีหนึ่งในทิศทางที่ต้องการ (ธรรมศาสตร์, 2520) ซึ่งสอดคล้องกับกระบวนการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ (Persuasive Communication) ที่มุ่งให้ผู้รับข่าวสารเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติตลอดจนพฤติกรรมโดยสมัครใจ หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นรูปแบบการสื่อสารซึ่งมุ่งให้เกิดการตอบสนอง (Particular response) โดยที่ผู้ส่งข่าวสารเตรียมองค์ประกอบในการโน้มน้าวใจอย่างสมบูรณ์รอบคอบ แล้วให้ผ่านกระบวนการสื่อความหมายซึ่งมีองค์ประกอบการสื่อสารด้วยกัน 4 ปัจจัยและปัจจัยเหล่านี้จะผ่านกระบวนการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจด้วยกลวิธีที่เรียกว่า "Motivated Sequence" (อัญชลี ลีสุวรรณดี, 2522)

Motivated Sequence เป็นทฤษฎีของ Monroe ในการจูงใจกลุ่มเป้าหมายโดยแสดงถึงขั้นตอนในการโน้มน้าวใจดังนี้

<u>ขั้นตอน</u>	<u>หน้าที่</u>	<u>การตอบสนอง</u>
1 สร้างความสนใจป้องกัน	1 สร้างความสนใจต่อปัญหานี้ทำให้เกิดขึ้นในตัวผู้รับหรือกลุ่มเป้าหมาย	"ต้องการรับข่าวสารเรื่องยาเสพติด"
	2 สร้างความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวสาร	
	3 เริ่มให้ข่าวสารที่สร้างความสนใจต่อๆ ไป	
2 สร้างความต้องการ	1 สร้างความไม่สมดุลทาง	"รู้สึกและเห็นด้วยยิ่ง

	จิตใจให้เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมายโดยเสนอปัญหาซึ่งเป็นความต้องการ (Needs) ของกลุ่มเป้าหมาย	อย่างยิ่งว่าปัญหาเสพติดนี้สำคัญต้องดำเนินการแก้ไขอย่างเร่งด่วน
3 สมองความต้องการ	1 สมองความต้องการที่จะจัดความไม่สมดุลโดยเสนอทางเลือกให้ปฏิบัติสอดคล้องกับความต้องการที่แท้จริง	"เกิดความคิดว่าควรจะต้องป้องกันยาเสพติดโดยการสร้างคุณภาพชีวิต รู้จักโทษของยาเสพติด รู้จักใช้ยาในทางที่ถูกต้องและร่วมในการป้องกันและแก้ไขปัญหา"
4 สร้างภาพพจน์	1 แสดงให้เห็นประโยชน์ของการเชื่อและไม่เชื่อหรือไม่ปฏิบัติตามทางเลือกที่เสนอ	"เห็นด้วยเป็นอย่างยิ่งว่าการป้องกันยาเสพติดเป็นสิ่งที่ดีงาม ถูกต้องและเป็นประโยชน์ ควรปฏิบัติตาม"
5 สร้างพฤติกรรม	1 เพื่อคุณธรรมหรือจริยธรรมจะต้องปฏิบัติตามวิธีการป้องกันยาเสพติด ไม่ว่าจะอย่างไรก็ตาม	"จะคิดหรือปฏิบัติตามทางเลือกที่เสนอแนะต่อไป"

นอกจากหลักการหรือทฤษฎีทางการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจดังกล่าวแล้ว ยังมีทฤษฎีในการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมของ โรเจอร์ส (1960) ซึ่งสามารถประยุกต์ใช้เพื่อดำเนินการป้องกันยาเสพติดได้เช่นกันคือ

ขั้นตอนในการยอมรับการเปลี่ยนแปลง

1 ให้ความรู้ (Knowledge function) เป็นการให้ความรู้ความเข้าใจให้ตระหนักถึงปัญหาเสพติดอย่างกว้างๆ โดยไม่มีเจตนาให้สารมีอิทธิพลต่อบุคคลโดยตรงพยายามเน้นให้เห็นว่าปัญหาเสพติดจะส่งผลร้ายให้กับชีวิตของคนและสังคมอย่างเลื่องไม่ได้ จนกลุ่มเป้าหมายรู้สึกถึงปัญหานี้ต้องแก้ไขอย่างเร่งด่วน เกิดความรู้สึกต้องการที่จะแก้ปัญหานี้

2 การจูงใจ (Persuasion Function) เมื่อกลุ่มเป้าหมายมีความรู้เกี่ยวกับเรื่องเสพติดโดยตรงและมีความรู้เกี่ยวข้องแล้ว ขั้นตอนต่อไปจะต้องสร้างทัศนคติให้รู้สึกเห็นด้วยกับการแก้ปัญหานี้ ดังกล่าวและไม่เห็นด้วยกับการใช้ยาเสพติด ขั้นนี้เป็นเรื่องของการสร้างอารมณ์และความรู้สึก

กลุ่มเป้าหมายจะแสวงหาข่าวสารสนับสนุนทัศนคติของคน บุคลิกภาพและบรรทัดฐานของกลุ่ม สังคมจะมีอิทธิพลต่อการเลือกแสวงหาข่าวสารของกลุ่มเป้าหมาย ขั้นนี้จะต้องเสนอแนวทางแก้ปัญหาให้สอดคล้องกับระบบสังคม

3 การตัดสินใจ (Decision Function) ขั้นตอนนี้จะตัดสินใจเลือกหรือปฏิเสธสิ่งใหม่ๆ ในกรณีนี้คือแนวทางแก้ไขปัญหา การตัดสินใจในช่วงนี้มีเงื่อนไขในเรื่องผลประโยชน์และการเสี่ยงภัย

4 ยืนยันที่จะรับนวัตกรรมไปปฏิบัติ (Confirmation Function) ขั้นนี้คนจะแสวงหาข่าวสารเพิ่มเติมเพื่อทำการสนับสนุนการยอมรับหรือไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลงของเขาซึ่งอาจทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจเดิมก็เป็นได้ หรือยินดีจะปฏิบัติตามต่อไป

5 ผลของการสื่อสาร (Communication Effects) กับปัจจัยที่เกี่ยวกับผู้รับสาร (Receiver Variable)

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่าผลของการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจคือการเกิดความรู้ ความเข้าใจ และทัศนคติในทิศทางที่ผู้ส่งสารปรารถนา นั่นคือเกิดการยอมรับสารด้านการป้องกันยาเสพติด

โฮฟแลนด์และเจนิส (Carl I Hovland and Irving Janis, 1959) กล่าวถึงการยอมรับว่าเป็นกระบวนการที่จะนำไปสู่ความเชื่อในสิ่งที่ได้รับซึ่งจัดเป็นกระบวนการภายในจิตใจ (Internal Mediating Processes) ที่เกิดขึ้นหลังจากได้รับสารซึ่งไปกระตุ้นให้เกิดความสนใจแล้ว จนกระทั่งเกิดมีทัศนคติที่ดีในสิ่งที่ได้รับ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าได้มีการยอมรับในขั้นต้นแล้ว และผลที่ตามมาคือทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ คือเปลี่ยนทัศนคติ ซึ่งเป็นผลของการสื่อสารที่ผู้รับสารจะแสดงออกและสามารถสังเกตเห็นได้ (Observable Communication Effects) การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนับได้ว่าเป็นเป้าหมายของการพัฒนาทุกอย่าง ซึ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง 3 อย่างคือ การเปลี่ยนแปลงความคิดเห็น (Opinion Changes) การเปลี่ยนแปลงความรู้ (Perception Changes) การเปลี่ยนแปลงความรู้สึก (Affect Changes)

เทคนิคการสอนของพระพุทธเจ้า

พระธรรมปิฎก (ประยูร ปยุตฺโต) (2541: 33-44) ได้กล่าวถึงเทคนิคการสอนของพระพุทธเจ้าซึ่งทำให้ประชาชน / ผู้รับสารซึ่งมีสติปัญญาแตกต่างกันสามารถเข้าใจและจดจำได้ง่ายที่สุด เนื้อหาหรือเรื่องที่พระองค์ทรงสอนจะมีหลักการสอนโดยแบ่งเป็น 3 หมวด คือ ข้อความต่างๆ เกี่ยวกับเนื้อหา เรื่องที่สอน เกี่ยวกับตัวผู้เรียน และเกี่ยวกับตัวการสอน มีรายละเอียดดังนี้

ก. เกี่ยวกับเนื้อหาหรือเรื่องที่สอน

1. สอนจากสิ่งที่เห็นเข้าใจง่ายหรือรู้เห็นเข้าใจอยู่แล้ว ไปหาสิ่งที่รู้เห็นเข้าใจยาก หรือยังไม่รู้ไม่เห็นไม่เข้าใจ ตัวอย่างที่เห็นชัดคือ อริยสัจ ทรงเริ่มสอนจากความทุกข์ ความเดือดร้อน ปัญหา

ชีวิตที่คนมองเห็นและประสบอยู่โดยธรรมดา รู้เห็นประจักษ์กันอยู่ทุกคนแล้ว ต่อจากนั้นจึงสาวหาเหตุที่ยากลึกซึ้งและหาทางแก้ไขต่อไป

2. สอนเนื้อเรื่องที่ค่อยๆ ลุ่มลึก ยากขึ้นเป็นลำดับขั้นและต่อเนื่องกันเป็นสายลงไป
3. ถ้าสิ่งที่สอนเป็นสิ่งที่แสดงได้ ฟังสอนด้วยของจริง ให้เรียนรู้ได้ดูได้เห็น ได้ฟังอย่างที่เราเรียกว่าประสบการณ์ตรง
4. สอนเนื้อหาตรงเรื่อง คุมอยู่ในเรื่อง มีจุด ไม่วกวน ไม่ไขว้เขว ไม่ออกนอกเรื่องโดยไม่มีอะไรเกี่ยวข้องในเนื้อหา
5. สอนมีเหตุผล ตรงตามเห็นจริงได้
6. สอนเท่าที่จำเป็นพอดีสำหรับให้เกิดความเข้าใจ ให้เรียนรู้ได้ผล ไม่ใช่สอนเท่าที่ตนรู้หรือแสดงภูมิว่าผู้สอนมีความรู้มาก
7. สอนสิ่งที่มีความหมาย ควรที่เขาจะเรียนรู้และเข้าใจ เป็นประโยชน์ต่อตัวเขาเอง

ข. เกี่ยวกับตัวผู้เรียน

1. รู้ คำนึงถึง และสอนให้เหมาะสมตามความแตกต่างระหว่างบุคคล
2. ปรับวิธีสอนผ่อนให้เหมาะสมกับบุคคล แม้สอนเรื่องเดียวกันแต่ต่างกันที่บุคคล อาจจะใช้ต่างวิธี ข้อนี้เกี่ยวข้องต่อเนื่องมาจากข้อ 1
3. คำนึงถึงความพร้อมของผู้เรียนแต่ละรายๆ ไปด้วย ว่าในแต่ละคราวหรือเมื่อถึงเวลานั้นๆ เขาควรจะได้เรียนอะไรและเรียนได้แค่ไหนเพียงไร หรือว่าสิ่งที่ต้องการให้เขารู้้นั้นควรให้เขาเรียนรู้ได้หรือยัง
4. สอนโดยให้ผู้เรียนลงมือทำด้วยตนเอง ซึ่งจะช่วยให้เขาเกิดความรู้ความเข้าใจชัดเจนแม่นยำและได้ผลจริง
5. การสอนดำเนินไปในรูปที่ให้ผู้รู้สึกว่าผู้เรียนกับผู้สอนมีบทบาทร่วมกัน ในการแสวงหาความจริง มีการแสดงความคิดเห็น ได้ตอบเสรี หลักนี้เป็นข้อสำคัญในเชิงแพทยศาสตร์ซึ่งต้องการอิสรภาพในทางความคิด และโดยวิธีนี้เมื่อเข้าถึงความจริง ผู้เรียนก็จะรู้สึกว่าตนได้มองเห็นความจริงด้วยตนเองและมีความชัดเจนมั่นใจ หลักนี้เป็นหลักที่พระพุทธเจ้าทรงใช้เป็นประจำและมาในรูปการถามตอบ
6. เอาใจใส่บุคคลที่ควรได้รับความสนใจพิเศษเป็นรายๆ ไปตามควรแก่ภาวะและเหตุการณ์

ค. เกี่ยวกับตัวผู้สอน

1. การเริ่มต้นเป็นจุดสำคัญมากอย่างหนึ่ง การเริ่มต้นที่ดีมีส่วนช่วยให้การสอนสำเร็จผลดี

เป็นอย่างมาก อย่างน้อยก็เป็นเครื่องดึงความสนใจ และนำเข้าสู่เนื้อหาได้ พระพุทธเจ้าจะไม่ทรงเริ่มสอนด้วยการเข้าสู่เนื้อหาธรรมที่เดียวแต่จะเริ่มสนทนากับผู้ทรงพบด้วยเรื่องที่เขา รู้ เข้าใจดีหรือสนใจอยู่

2. สร้างบรรยากาศในการสอนให้ปลอดโปร่ง เพลิดเพลิน ไม่ให้ตึงเครียด ไม่ให้เกิดความอึดอัดใจและให้เกียรติแก่ผู้เรียนให้เขามีความภูมิใจในตัวเอง
3. สอนมุ่งเนื้อหา มุ่งให้เกิดความรู้ความเข้าใจในสิ่งที่สอนเป็นสำคัญ ไม่กระทบต่อตนเองและผู้อื่น ไม่ยุ่งยากตนไม่มุ่งเสียดสีใครๆ
4. สอนโดยเคารพ คือตั้งใจสอน ทำจริง ด้วยความรู้สึกว่าเป็นสิ่งที่มีค่า มองเห็นความสำคัญของผู้เรียน
5. ใช้ภาษาสุภาพ นุ่มนวล ไม่หยาบคาย ขวนให้สบายใจ สละสลวยเข้าใจง่าย

กลวิธีและอบายประกอบการสอน

พระธรรมปิฎก (ประยุทธ์ ปยุตฺโต) (2541 : 51-63) กล่าวถึงกลวิธีและอบายประกอบการสอนของพระพุทธเจ้าดังนี้

1. การยกอุทาหรณ์และการเล่านิทานประกอบ ช่วยให้เข้าใจความหมายได้ง่ายและชัดเจน ช่วยให้จำแม่นยำ เห็นจริง และเกิดความเพลิดเพลินทำให้การเรียนการสอนมีรสยิ่งขึ้น พระพุทธเจ้าทรงใช้อุทาหรณ์และนิทานประกอบการสอนมากมาย จะเห็นได้จากการใช้คัมภีร์ต่างๆ มีอุทาหรณ์และนิทานปรากฏอยู่ทั่วไป เฉพาะคัมภีร์ชาดกอย่างเดียวก็มีนิทานชาดกถึง 547 เรื่อง
2. การเปรียบเทียบด้วยข้ออุปมา ช่วยให้เรื่องที่ลึกซึ้งเข้าใจยาก ปรากฏความหมายเด่นชัดและเข้าใจง่ายขึ้น โดยเฉพาะมักใช้อธิบายในสิ่งที่ป็นนามธรรม เปรียบเทียบให้เห็นชัดด้วยสิ่งที่เป็นรูปธรรม หรือแม้เปรียบเรื่องที่เป็นรูปธรรมด้วยข้ออุปมาแบบรูปธรรมก็ช่วยให้ความหนักแน่นมากขึ้น การใช้อุปมานี้ น่าจะเป็นกลวิธีประกอบการสอนที่พระพุทธเจ้าทรงใช้มากที่สุด เมื่อเทียบกับวิธีการอื่น
3. การใช้อุปกรณ์การสอน ในสมัยพุทธกาลย่อมไม่มีอุปกรณ์การสอนชนิดต่างๆ ที่จัดขึ้นไว้เพื่อการสอนโดยเฉพาะเหมือนสมัยปัจจุบัน เพราะยังไม่มีการศึกษาเป็นระบบขึ้นอย่างกว้างขวาง หากใช้อุปกรณ์บ้างก็คงต้องอาศัยวัตถุสิ่งของที่มีในธรรมชาติ หรือเครื่องใช้ต่างๆ ที่ผู้คนใช้กันอยู่
4. การทำเป็นตัวอย่าง เป็นวิธีการสอนที่ดีที่สุดโดยไม่ต้องกล่าวสอนด้วยวาจาแต่เป็นทำนองการสาธิตให้ดู พระพุทธเจ้าทรงกระทำเป็นตัวอย่างด้วยการเป็นผู้นำที่ดีและการมีพระจริยวัตรอันดีงามเป็นอยู่โดยปกตินั่นเอง
5. การเล่นภาษา เล่นคำ และใช้คำในความหมายใหม่ เป็นเรื่องของความสามารถในการใช้ภาษาบวกกับปฏิภาณไหวพริบ ข้อนี้จึงเป็นการแสดงให้เห็นถึงพระปรีชาสามารถของพระพุทธ

เจ้าที่มีความรู้รอบไปทุกด้าน เมื่อผู้ใดทูลถามปัญหาเป็นคำร้อยกรองพระองค์ก็ทรงตอบเป็นคำร้อยกรองไปทันที ทำนองกลอนสด บางทีเขาทูลถามหรือกล่าวข้อความโดยใช้คำที่มีความหมายไปในทางที่ไม่ดีงาม พระองค์ก็ตรัสตอบไปด้วยคำพูดเดียวกันนั่นเอง แต่เป็นคำพูดในความหมายที่ต่างออกไปเป็นฝ่ายดีงาม

6. อุบายเลือกคนและการปฏิบัติรายบุคคล การเลือกคนเป็นอุบายสำคัญในการเผยแผ่ธรรมในพระพุทธศาสนาของพระพุทธเจ้า ในการสั่งสอนคนแต่ละถิ่นหรือแต่ละหมู่คณะ มักทรงเริ่มต้นที่บุคคลผู้เป็นประมุข เช่นพระมหากษัตริย์ หรือหัวหน้าของชนหมู่นั้นๆ ทำให้การประกาศพระศาสนาได้ผลดี รวดเร็วและเป็นการยืนยันพระปรีชาสามารถของพระองค์ด้วย

7. การรู้จักจังหวะและโอกาส เมื่อยังไม่ถึงจังหวะไม่เป็นโอกาสก็ต้องมีความอดทนไม่ชิงหักหาญหรือตั้งต้นทำ แต่ก็ต้องตื่นตัวอยู่เสมอ เมื่อถึงจังหวะหรือเป็นโอกาส ก็ต้องมีความจับไวที่จะจับมาใช้ให้เป็นประโยชน์ ไม่ปล่อยให้ผ่านเลยไปเสียเปล่า แม้ในการเผยแผ่ศาสนาแก่คนส่วนใหญ พระพุทธเจ้าก็ทรงปฏิบัติตามจังหวะและโอกาสด้วย เช่นในระยะแรกประกาศพระศาสนา ณ วันมาฆบูชาหลังตรัสรู้ 1 ปี เมื่อประทับอยู่ ณ เวฬุวัน พระสงฆ์สาวกมาชุมนุมพร้อมกัน ณ ที่นั้น และเป็นโอกาสเหมาะ พระพุทธเจ้าก็ทรงแสดงโอวาทปาติโมกข์สำหรับเป็นหลักยึดถือร่วมกันของคณะสงฆ์ก่อนที่จะแยกย้ายกันไปบำเพ็ญศาสนกิจ

8. ความยืดหยุ่นในการใช้วิธีการ ถ้าผู้สอนสอนอย่างไรไม่มีอัตรา ตัดต้นหา มานะทิฐิเสียให้น้อยที่สุด ก็จะมุ่งไปยังผลสำเร็จในการเรียนรู้อย่างสำคัญ สุดแต่จะใช้กลวิธีใดให้การสอนได้ผลดีที่สุด ก็จะทำในทางนั้น ไม่กลัวว่าจะเสียเกียรติ ไม่กลัวว่าจะถูกรู้สึกว่าแพ้ บางคราวเมื่อสมควรก็ต้องยอมให้เรารู้สึกตัวว่าเขาเก่ง สมควรคล้อยก็คล้อย สมควรปลอบก็ปลอบ มีพุทธพจน์ว่า "เรายอมฝีกคนด้วยวิธีอ่อนละมุนละไมบ้าง ด้วยวิธีรุนแรงบ้าง ด้วยวิธีอ่อนละมุนละไม และทั้งรุนแรงปนกันไปบ้าง"

9. การลงโทษและการให้รางวัล แม้ว่าพระพุทธเจ้าจะทรงใช้การชมเชย ยกย่องบ้าง ก็เป็นไปในรูปแบบการยอมรับคุณงามความดีของผู้นั้น กล่าวชมโดยธรรมให้เขามั่นใจในการกระทำความดีของตนแต่ไม่ได้เกิดเป็นการเปรียบเทียบข่มคนอื่นลง บางทีทรงชมเพื่อให้ถือเป็นตัวอย่างหรือเพื่อแก้ความเข้าใจผิด ให้ตั้งทัศนคติที่ถูกต้อง อย่างไรก็ตามการลงโทษน่าจะมีอยู่แบบหนึ่ง คือการลงโทษตนเองซึ่งมีทั้งในทางธรรมและทางวินัย ในทรงพระวินัยถือว่ามิบัพัญญุตินิยามประพฤติดูอยู่แล้วและบัพัญญุตินิยามนี้ทรงตราไว้โดยความเห็นชอบร่วมกันของคณะสงฆ์ พร้อมทั้งมีบทกำหนดโทษไว้เสร็จ ส่วนในทางธรรมภิกษุที่เหลือของจริง ๆ สอนไม่ได้ก็กลายเป็นผู้ที่พระพุทธเจ้าและเพื่อนพรหมจารีทั้งปวงไม่ถือว่าเป็นผู้ที่ควรที่จะกล่าวสั่งสอน โดยวิธีนี้ถือว่าการลงโทษอย่างรุนแรงที่สุด

10. กลวิธีแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ย่อมต้องอาศัยปฏิภาณคือความสามารถในการประยุกต์หลัก วิธีการและกลวิธีต่างๆ มาใช้ให้เหมาะสม เป็นเรื่องเฉพาะครั้ง เฉพาะคราวไป

พระธรรมปิฎก (ประยุทธ์ ปยุตฺโต) (2541 : 45) กล่าวว่า การสอนของพระพุทธเจ้าแต่ละครั้ง จะดำเนินไปจนถึงผลสำเร็จ โดยมีคุณลักษณะซึ่งเรียกได้ว่าเป็นลีลาในการสอน4 อย่างดังนี้

- 1) สันทสสนา อธิบายให้เห็นชัดเจน แจ่มแจ้ง เหมือนจูงมือไปดูให้เห็นกับตา
- 2) สมาทปนา ชักจูงให้เห็นจริงด้วย ชวนให้คล้อยตาม จนต้องยอมรับและนำไปปฏิบัติ
- 3) สมุตเตชนา ระวังใจให้แกล้งกล้า บังเกิดกำลังใจ ปลุกให้มีอุตสาหะแข็งขัน มั่นใจว่าจะทำให้สำเร็จได้ ไม่หวั่นระย่อต่อความเหนื่อยยาก
- 4) สัมปกัสนา ขโลมใจให้เข้มขึ้น ำรงเบิกบาน พังไม่เบื่อและเปี่ยมด้วยความหวัง เพราะมองเห็นคุณประโยชน์ที่ตนจะพึงได้รับจากการปฏิบัติ

พระธรรมปิฎก (ประยุทธ์ ปยุตฺโต) (2541 : 46-50) วิธีการสอนของพระพุทธเจ้ามีหลายแบบหลายอย่าง ที่น่าสังเกตได้แก่วิธีต่อไปนี้

1 แบบสนทนา วิธีนี้น่าจะเป็นวิธีที่ทสใช้บ่อย โดยเฉพาะเมื่อผู้มาเฝ้าหรือทรงพบนั้นยังไม่ได้เลื่อมใส ศรัทธาในพระศาสนา ยังไม่รู้ ไม่เข้าใจในหลักธรรม ในการสนทนา พระพุทธเจ้ามักจะทรงเป็นฝ่ายถามนำคู่สนทนาเข้าสู่ความเข้าใจธรรมและความเลื่อมใสศรัทธาในที่สุด

2 แบบบรรยาย วิธีสอนแบบนี้ น่าจะทรงใช้ในที่ประชุมใหญ่ในการแสดงธรรมประจำวัน ซึ่งมีประชาชนหรือพระสงฆ์จำนวนมาก และส่วนมากเป็นผู้ที่มีพื้นความรู้ความเข้าใจกับมีความเลื่อมใสศรัทธาอยู่แล้ว มาเพื่อหาความรู้ความเข้าใจเพิ่มเติม และหาความสงบสุขทางจิตใจ นับได้ว่าเป็นคนประเภทและระดับใกล้เคียงกันพอจะใช้วิธีบรรยายแบบกว้างๆ ได้

3 แบบตอบปัญหา ผู้ที่มากถามปัญหานั้น นอกจากผู้ที่มีความสงสัยข้องใจในข้อธรรมต่างๆ แล้ว โดยมากเป็นผู้นับถือลัทธิศาสนาอื่น บ้างก็ถามเพื่อต้องการรู้คำสอนทางฝ่ายพระพุทธศาสนา หรือเทียบเคียงกับคำสอนในลัทธิของตนเป็นต้น ในการตอบปัญหานั้นถ้าได้รู้ซึ่งถึจิตใจของผู้เฝ้าด้วยว่า เขาถามด้วยความประสงค์อย่างใด ก็จะสามารถกล่าวแก้ได้อย่างเหมาะสมและตอบปัญหาได้ตรงจุด ทำให้การสอนได้ผลดียิ่งขึ้น

4 แบบวางกฎข้อบังคับ โดยชี้แจงผลดีในการปฏิบัติตามกฎข้อบังคับและผลเสียในการไม่ปฏิบัติตามกฎข้อบังคับ ไม่ทรงบังคับเอาโดยพลการ

แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นผู้นำ

ในการให้ความหมายของผู้ำนั้น มีแนวคิดในการพิจารณาต่างกันขึ้นอยู่กับมุมมองและประสบการณ์ของแต่ละคน (สกุลพร สัจจวราภรณ์, 2528) กล่าวคือ

1 เมื่อพิจารณาเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้นำ ทำให้ผู้นำคือ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อผู้อื่นสามารถจูงใจให้คนปฏิบัติตามความต้องการของตนได้ “บุคคลที่สามารถจูงใจให้บุคคลอื่นปฏิบัติตามด้วยความเต็มใจ ทำให้ผู้ตามมีความเชื่อมั่นในตัวเขาสามารถช่วยคลี่คลายความตึงเครียดต่างๆ ลงได้ และสามารถนำกลุ่มให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ (เรย์มอนด์ เจ. เบอดี (Raymond J. Burdy, อ้างในอนันต์ ลิขิตประเสริฐ 2527) ซึ่งสอดคล้องกับแมค ดี ริชาร์ด และพอล เอส กรีนโล (Max D. Richard and Paul S. Greenlo, 1961) ที่ให้ความหมายว่าเป็นความพยายามของบุคคลที่จะชักจูงและกำหนดพฤติกรรม ทศนคติ ความเชื่อ หรือค่านิยมของบุคคลอื่นเพื่อบรรลุเป้าหมายที่กำหนดในสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง

2 เมื่อพิจารณาเกี่ยวกับการใช้อำนาจ ผู้นำอาจเป็นคนเดียวหรือไม่ใช่คนเดียวกัน หัวหน้าหรือผู้บริหาร แต่จะมีบทบาทต่อคนในหน่วยงานมากกว่าผู้อื่น ซึ่งได้แก่การให้ความหมายของแคมเบลล์และคณะ (Campbell, 1967) ผู้นำ หมายถึง บุคคลที่มีอำนาจ มีความคิด มีความรู้และสามารถในการตัดสินใจ ตลอดจนกระทำให้คนอื่นยอมรับ และการให้ความหมายของไซมอนและคณะ (Simon, 1968) ที่ว่า ผู้นำ คือ บุคคลที่สามารถควบคุมให้บุคคลอื่นร่วมมือดำเนินการสู่เป้าหมายได้

3 เมื่อพิจารณาเกี่ยวกับคุณสมบัติเฉพาะคน ผู้นำจะหมายถึง บุคคลที่มีอำนาจเหนือในการติดต่อสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ดังเช่น การให้ความหมายเชิงรัฐศาสตร์ ตามแนวความคิดของวิญญู อังคนารักษ์ (อ้างในสุรชาติ สังข์รุ่ง. 2520) ที่ว่าผู้นำหมายถึงผู้ที่สามารถควบคุมพฤติกรรมของบุคคล และกลุ่มโดยใช้อำนาจหรือบุคลิกภาพของตนจูงใจให้ผู้อื่นปฏิบัติตาม

4 เมื่อพิจารณาถึงระบบและโครงสร้างของหน่วยงาน ผู้นำก็หมายถึงบุคคลที่อยู่ในตำแหน่งหัวหน้าโดยตำแหน่ง ไม่ว่าจะได้รับการแต่งตั้งหรือได้รับการเลือกตั้ง เช่นการให้ความหมายผู้นำของ กูลด์เนอร์ (Gouldner, 1950) ผู้นำคือ บุคคลที่มีสถานภาพ มีหน้าที่เป็นที่ยอมรับในฐานะที่เป็นหัวหน้าที่ทุกคนเข้าร่วมการทำกิจกรรมเดียวกันแฮลพิน (Halpin, 1966) สรุปว่า ผู้นำควรหมายถึงอย่างไรอย่างหนึ่งต่อไปนี้

1. บุคคลซึ่งมีบทบาทหรืออิทธิพลต่อคนในหน่วยงานมากกว่าผู้อื่น
2. บุคคลซึ่งมีบทบาทเหนือบุคคลอื่น
3. บุคคลซึ่งมีบทบาทสำคัญที่สุดในการทำให้หน่วยงานดำเนินสู่เป้าหมายที่วางไว้
4. บุคคลซึ่งดำรงตำแหน่งผู้นำในหน่วยงานตามหน้าที่

วิญญู สาธร ได้ให้ความผู้นำ โดยแยกเป็น 3 ลักษณะ คือ

1. ผู้นำ คือ บุคคลใดบุคคลหนึ่งในกลุ่มคนหลายคนที่มีอำนาจ มีอิทธิพล หรือสามารถจูงใจคนให้ปฏิบัติตามความคิดเป็นความต้องการ

2. ผู้นำ คือ ผู้มีอำนาจเหนือในการติดต่อสัมพันธ์ระหว่างบุคคล
3. ผู้นำ อาจเป็นคนเดียวกับหัวหน้า หรือผู้บริหารหรือไม่ใช่ก็ได้หัวหน้าโดยตำแหน่ง อาจไม่ใช่ผู้นำที่แท้จริงของกลุ่มผู้นำที่แท้จริงอาจเป็นคนอื่นที่มีอิทธิพลและจูงใจ ให้คนประพฤติตามความเห็นของเขาได้

โดยสรุปแล้ว ผู้นำคือ บุคคลที่มีอิทธิพลเหนือบุคคลอื่นในกลุ่ม หรือมีบทบาทสำคัญในการนำกลุ่มไปสู่จุดประสงค์เป้าหมายที่ตั้งไว้ เป็นผู้ที่มีสมาชิกยอมรับ นับถือ และให้ความเชื่อฟังปฏิบัติตาม สามารถให้ความช่วยเหลือผู้อื่นร้องขอรวมทั้งเป็นจุดรวมของแนวความคิด และมีอิทธิพลต่อแนวความคิดของมวลสมาชิกของกลุ่ม องค์กรต่าง ๆ หรือของชุมชนเหล่านี้เป็นต้น

ความหมายของผู้นำชุมชน

เอ็ดการ์ แอล มอร์เฟต (Edgar L. Morphet, 1976) กล่าวว่า ผู้นำชุมชน คือ บุคคลที่ใช้ อิทธิพลของเขามีต่อบุคคลอื่น ๆ ในชุมชนนั้น เพื่อให้ได้รับความร่วมมือจากทุกคนในการดำเนินงานต่าง ๆ ของชุมชนมากให้ลุล่วงไปด้วยดี

เดียนเพ็ญ คังชะฤกษ์ (2523) มีความเห็นว่า ผู้นำชุมชน คือ ผู้ที่มีอิทธิพลต่อเป้าหมายของชุมชนมากที่สุด เป็นบุคคลที่ผู้อื่นยอมรับนับถือ และยินยอมให้เป็นผู้ดำเนินการต่าง ๆ ของสังคมนั้น ๆ

สุเทพ สุนทรภัสส์ (2510) ให้ความสำคัญเห็นว่า ผู้นำชุมชน คือ ผู้ที่มีความคิด หรือการกระทำตลอดจนชีวิตความเป็นอยู่ที่มีอิทธิพลหรือสามารถโน้มน้าวให้คนอื่นปฏิบัติตามได้หรือเป็นผู้ดำเนินการสร้างความเจริญให้แก่ชุมชนจนได้รับการเลือกตั้งหรือแต่งตั้งสมาชิกส่วนใหญ่ให้ทำหน้าที่ผู้นำอย่างเป็นทางการ เป็นตัวแทนของชุมชนในกิจการต่าง ๆ ที่ได้รับมอบหมายเป็นกรณี ๆ ไป

จากความหมายของคำว่าผู้นำชุมชนที่กล่าวข้างต้นพอสรุปได้ว่า ผู้นำชุมชน คือ ผู้ที่ได้รับ ความนับถือ และมีอิทธิพลในการจูงใจให้คนในชุมชนปฏิบัติเพื่อจุดหมายร่วมกันคือ ความเจริญของชุมชน

ความหมายของภาวะผู้นำ

นักวิชาการทั้งในต่างประเทศ และประเทศไทย ได้ให้คำนิยาม และความหมายของภาวะผู้นำไว้ต่าง ๆ ดังนี้

เบนนิส (Bennis, 1954) ได้กล่าวว่าภาวะผู้นำคือ กระบวนการชักนำที่ทำให้ผู้ใต้บังคับบัญชาปฏิบัติตามวิธีที่ต้องการ

ลิเคิร์ท (Likert, 1967) ได้ให้ความหมายว่า ภาวะผู้นำเป็นกระบวนการซึ่งผู้นำจะต้องเข้าไปเกี่ยวข้องกับความคาดหวังว่า ค่านิยมและความสามารถในการติดต่อพบปะเจรจาของบุคคลที่จะต้องเข้าไปเกี่ยวข้องด้วย ดังนั้น เพื่อที่จะก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน ผู้นำจะต้องแสดงออกซึ่งพฤติกรรมที่จะทำให้ผู้ใต้บังคับบัญชา เห็นว่าสนับสนุนในความสามารถของพวกเขา

ริชาร์ดสันและ บอนด์วิน (Richardson and Baldwin, 1976) กล่าวว่าผู้นำเป็นกระบวนการซึ่งบุคคลหนึ่งบุคคลใดมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความเชื่อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งต่อพฤติกรรมของบุคคลหนึ่งบุคคลใด หรือมากกว่า โดยพยายามที่จะทำให้สมาชิกขององค์การประพฤติไปในทิศทางที่จะทำให้องค์การนั้น ๆ บรรลุถึงเป้าหมายที่ได้ตั้งเอาไว้

อาจิริส (Argyris, 1976) ให้ความเห็นว่า ภาวะผู้นำนั้นเป็นการนำเทคนิคทางจิตวิทยามาประยุกต์ใช้อย่างมีประสิทธิภาพ

สต็อกคิลล์ (Stogdill, 1980) กล่าวว่าภาวะผู้นำเป็นกระบวนการใช้อิทธิพลต่อกลุ่มในองค์การเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

คอตเลอร์ (Kotler, 1988) อธิบายความหมายของภาวะผู้นำไว้ 2 ประการ ได้แก่

ประการแรก ภาวะผู้นำ หมายถึง กระบวนการของการเปลี่ยนการทำงานของกลุ่มคนให้ไปในทิศทางที่ประสงค์ โดยไม่ใช้วิธีการบังคับ

ประการที่สอง ภาวะผู้นำ หมายถึง ตัวบุคคลที่มีบทบาทของผู้นำได้รับการคาดหวังให้แสดงบทบาทนั้น

การ์ตเนอร์ (Gardner, 1990) ผู้เคยดำรงตำแหน่งผู้นำในระดับรัฐมนตรีของประเทศสหรัฐอเมริกาและเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านภาวะผู้นำ โดยทำการศึกษาวิจัยมาเป็นเวลากว่า 25 ปี พิจารณาเห็นว่า การบวนการสำคัญในการแสดงบทบาทของผู้นำ คือ การโน้มน้าวชักจูง หรือเป็นตัวอย่าที่บุคคล (หรือคณะบุคคล) ชักนำจูงใจกลุ่มคนให้มุ่งมั่นปฏิบัติตามทิศทางของวัตถุประสงค์ซึ่งกำหนดโดยผู้นำร่วมกับผู้ตาม

สต็อกคิลล์ (Stogdill, 1974) ได้รวบรวมคำจำกัดความภาวะผู้นำในแง่ต่าง ๆ ไว้ ดังต่อไปนี้

ภาวะผู้นำ หมายถึง พฤติกรรมของปัจเจกบุคคล เมื่อเข้าชี้นำกิจกรรมของกลุ่มไปสู่เป้าหมายร่วมกัน

ภาวะผู้นำ หมายถึง การใช้อิทธิพลระหว่างบุคคล ในสถานะการณ และการชี้นำผ่านกระบวนการติดต่อสื่อสารเพื่อบรรลุเป้าหมายเฉพาะ หรือเป้าหมายร่วมกัน

ภาวะผู้นำ หมายถึง กระบวนการของการใช้อิทธิพลต่อกิจกรรมของกลุ่ม เพื่อบรรลุเป้าหมาย

ภาวะผู้นำ หมายถึง กระบวนการให้แนวทางที่มีความหมาย เพื่อความพยายามร่วมกัน และความเมตตาที่จะทุ่มเทความพยายามเพื่อบรรลุเป้าหมาย

ภาวะผู้นำ หมายถึง การริเริ่มและคงไว้ซึ่งโครงสร้างของความคาดหวัง และการมีปฏิสัมพันธ์

ปรัชญา เวสาร์ชชี (2523) ได้นิยามภาวะผู้นำไว้ว่า เป็นลักษณะความสัมพันธ์รูปหนึ่งระหว่างคนในกลุ่ม เป็นความสัมพันธ์ที่บุคคลหนึ่ง หรือหลายคนซึ่งเราเรียกว่าผู้นำสามารถนำให้คนอื่นส่วนมาก ซึ่งเป็นผู้ตาม ดำเนินการไปในทิศทาง และวิธีการที่ผู้นำกำหนดหรือต้องการ

สมพงศ์ เกษมสิน (2526) ให้ความหมายของภาวะผู้นำว่า เป็นการที่ผู้นำใช้อิทธิพล หรืออำนาจหน้าที่ในความสัมพันธ์ซึ่งมีอยู่ต่อผู้ใต้บังคับบัญชาในสถานการณ์ต่าง ๆ เพื่อปฏิบัติการและอำนวยความสะดวก โดยใช้กระบวนการติดต่อซึ่งกันและกัน เพื่อมุ่งให้บรรลุผลตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้

อรุณ ภัทธรธรรม (2527) ภาวะผู้นำ หมายถึง ความสามารถของบุคคลที่จะชักจูงใจผู้อื่นให้ร่วมมือร่วมใจกับตนเพื่อให้การดำเนินงานไปสู่จุดมุ่งหมายของตนได้

ฉายา จิตพันธ์ (2531) ได้สรุปคำจำกัดความของผู้นำและภาวะผู้นำว่า เป็นลักษณะความสัมพันธ์รูปหนึ่งระหว่างคนในกลุ่มเป็นความสัมพันธ์ที่บุคคลหนึ่ง หรือหลายคนซึ่งเราเรียกว่าผู้นำสามารถที่จะชักจูงใจผู้อื่น ซึ่งเป็นผู้ตามให้ความร่วมมือร่วมใจดำเนินการไปสู่จุดมุ่งหมายที่ผู้นำต้องการ

พวงรัตน์ บัญญาอนุรักษ์ (2534) ภาวะผู้นำ หมายถึง สิ่งที่เป็นกลไก ปรับเปลี่ยน แต่งเสริมสร้างเริ่มได้เสมอและเป็นไปตามรูปแบบของการสื่อสารสองทาง ระหว่างผู้นำ และผู้ร่วมงาน โดยการมี ปฏิสัมพันธ์ต่อกัน อย่างมีรูปแบบที่มุ่งความสำเร็จของงาน

พนิดา ดามาพงศ์ (2534) ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับภาวะผู้นำได้รวบรวมคำจำกัดความของผู้นำจาก บาส (Bass) สรุปได้ดังนี้

1. เป็นจุดรวมของกระบวนการกลุ่ม เป็นจุดรวมของอำนาจที่ทำให้กลุ่มร่วมมือกันในการเปลี่ยนแปลงประกอบกิจกรรม หรือควบคุมสังคม
2. เป็นศิลปะในการทำให้คนอื่นยอมตาม คือ เป็นความสามารถของผู้นำในการสร้างความประทับใจ ทำให้ผู้ตามเชื่อฟัง ภักดี และร่วมมือ
3. เป็นการใช้อิทธิพลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเกิดความร่วมมือเพื่อไปสู่จุดมุ่งหมายที่วางไว้
4. เป็นการกระทำ หรือพฤติกรรมในการอำนวยความสะดวกหรือประสานงานของสมาชิกในกลุ่ม

ความต้องการส่วนตัวติดมาด้วย แต่เมื่อเข้าสู่กลุ่มทุกคนจะต้องปรับตัวเข้าหากัน และหล่อหลอม ลักษณะของแต่ละบุคคลเข้าเป็นกลุ่ม ดังนั้นความเป็นผู้นำของบุคคลภายในกลุ่มจึงถึงกำหนดโดย ผลรวมของทัศนคติ และความต้องการกลุ่มมากกว่าของแต่ละบุคคล

3. ความเป็นผู้นำในชุมชนขึ้นอยู่กับสถานการณ์ในสังคม การพิจารณาลักษณะความเป็นผู้นำ ตามลักษณะภายในตัวของผู้นำแต่ละคนและลักษณะของกลุ่มยังไม่เพียงพอที่จะอธิบาย ความเป็นผู้นำได้ สถานการณ์มีบทบาทสำคัญมากกว่าความเป็นผู้นำของแต่ละคน สถานการณ์ที่ กลุ่มกำลังเผชิญอยู่ในขณะนั้นก่อให้เกิดผู้นำได้ ความเป็นผู้นำจึงขึ้นอยู่กับสถานการณ์ วัฒนธรรม แบบชนบทธรรมเนียมประเพณีของกลุ่มหรือชุมชนนั้นๆ เป็นสำคัญ ดังจะเห็นได้จากสถานการณ์ในปัจจุบันว่า เมื่อชุมชนใดเกิดภาวะวิกฤติการณ์ก็จะเกิดผู้นำขึ้นมาแก้ไขสถานการณ์ดังกล่าว

นอกจากนี้ ราล์ฟ เอ็ม สตีอกติลล์ (ราล์ฟ เอ็ม. สตีอกติลล์, 1974) ให้ความเห็นว่า บุคคล ไม่ได้เป็นผู้นำด้วยการอาศัยคุณสมบัติทางร่างกายและจิตใจเท่านั้น หากแต่เป็นการผสมผสานกัน ระหว่างลักษณะส่วนตัวกับกิจกรรม และเป้าหมายของหมู่คณะ

จากการศึกษาความเป็นผู้นำชุมชนนั้นพอสรุปได้ว่า ความเป็นผู้นำชุมชนเกี่ยวข้องกับองค์ ประกอบหลายประการซึ่งอาจอธิบายได้ด้วยทฤษฎีความเป็นผู้นำต่อไปนี้

1. ทฤษฎีคุณลักษณะของบุคคล (Trait Theories) ซึ่งมุ่งเน้นคุณลักษณะเฉพาะตัวของ บุคคลที่เป็นผู้นำว่าความเป็นผู้นำชุมชนนั้นเป็นเรื่องราวของคุณสมบัติเฉพาะตัวของแต่ละบุคคล เช่น ความเฉลียวฉลาด ความสามารถพิเศษในการสื่อสารเบาะโน้มน้าวใจ ผู้อื่นให้มีความเห็น คล้อยตามตนเอง ความกล้าหาญ และความซื่อสัตย์ เป็นต้น ความเป็นผู้นำในทฤษฎีนี้ได้ขึ้นอยู่กับสถานการณ์หรือสภาพแวดล้อมแต่อย่างใด (จิรพรรณ กาญจนะจิตรา, 2512)

2. ทฤษฎีสถานการณ์ (Situational Theories) ทฤษฎีนี้ให้ความสำคัญต่อสถานการณ์มาก ในการสร้างความเป็นผู้นำให้แก่บุคคลใดบุคคลหนึ่ง โดยเน้นว่าความเป็นผู้นำจะเกิดขึ้น ต่อเมื่อ สถานการณ์เอื้ออำนวยหรือเป็นใจ เช่น เมื่อชุมชนเกิดภาวะคับขันก็จะมีบุคคลเข้ามาช่วยแก้ไขผู้ที่ เข้ามาช่วยแก้ไขนี้ก็คือผู้นำชุมชนนั่นเอง หรือในกรณีที่มีผู้นำปรากฏให้เป็นที่เรียบร้อยแล้วสถานการณ์ก็จะ ช่วยให้อาการความเป็นผู้นำนั้นเด่นชัดยิ่งขึ้น ภาวะความเป็นผู้นำจึงขึ้นกับสถานการณ์เป็นสำคัญ (ราล์ฟ เอ็ม. สตีอกติลล์, 1974)

3. ทฤษฎีสถานแวดล้อม (Environmental Theories) ทฤษฎีนี้คล้ายคลึงกับทฤษฎีสถาน การณ์ ต่างกันเพียงแต่ทฤษฎีนี้เน้นว่าความเป็นผู้นำเป็นผลของกาลเวลา และสถานที่เป็นหลัก และให้ความสำคัญต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้นเป็นครั้งคราวน้อยกว่าทฤษฎีสถานการณ์ โดยกล่าวว่า ความเป็นผู้นำจะขึ้นอยู่กับกาลเวลาใดเวลาหนึ่ง และสถานที่ใดที่หนึ่ง เมื่อเวลา และสถานที่ เปลี่ยนไปความเป็นผู้นำจะเปลี่ยนแปลงไปด้วย หรือแม้แต่ความเป็นผู้นำอาจหมดสิ้นไปก็เป็นได้

4. ทฤษฎีปฏิสัมพันธ์ และความคาดหวัง (Action) การปฏิสัมพันธ์ (Interaction-Expectation Theory) ซึ่งอธิบายความเป็นผู้นำชุมชนว่าเป็นผลของการกระทำ (Action) การปฏิสัมพันธ์ (Interaction) และความรู้สึกทางใจ (Sentiments) ระหว่างผู้นำชุมชนและสมาชิกคนอื่น ๆ ในสังคมนั้น ถ้าผู้นำกระทำกิจกรรมที่สอดคล้องกับความต้องการและความคาดหวังของสมาชิกคนอื่นได้มากเพียงใด ความเป็นผู้นำของเขาก็จะเพิ่มมากขึ้นเพียงนั้น ในทางตรงกันข้ามถ้าการกระทำของผู้นำขัดต่อความรู้สึกความต้องการและความคาดหวังของสังคม เขาย่อมไม่ได้รับการยอมรับจากสังคมนั้น ยังผลให้ภาวะความเป็นผู้นำของเขาเสื่อมลง และถ้าความขัดแย้งดังกล่าวมีมากเขาอาจไม่ได้รับการยอมรับจากสังคมให้เป็นผู้ใช้อีกต่อไป (จิรพรรณ กาญจนะจิตา, 2523)

5. ทฤษฎีมนุษยนิยม (Humanistic Theories) ทฤษฎีนี้เชื่อว่าโดยธรรมชาติแล้วมนุษย์เป็นอินทรีย์ที่มีแรงจูงใจและองค์การต่าง ๆ จะต้องได้รับการบังคับควบคุมจึงเป็นหน้าที่ของผู้นำที่จะเปลี่ยนแปลง แก้ไข และปรับปรุงองค์การ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง และกลุ่มคนในองค์การนั้น ๆ และทำให้จุดมุ่งหมายขององค์การได้รับความสำเร็จตามที่ได้วางไว้ ทั้งนี้ความสำเร็จหรือล้มเหลวขององค์การย่อมขึ้นกับความสามารถในการเป็นผู้นำหรือความเป็นผู้นำของแต่ละคน ถ้าผู้นำมีความเป็นผู้นำสูงก็ย่อมเชื่อได้ว่าความสำเร็จขององค์การจะสูงตามไปด้วย (ราล์ฟ เอ็ม. สตีอกดิลล์, 1974)

6. ทฤษฎีการแลกเปลี่ยน (Exchange Theories) ทฤษฎีนี้มีส่วนคล้ายกับทฤษฎีปฏิสัมพันธ์มาก คือมีความเชื่อพื้นฐานว่าความเป็นผู้นำจะเกิดขึ้นได้ต้องมีปฏิสัมพันธ์ กันระหว่างผู้นำและสมาชิกคนอื่น ๆ ในสังคม แต่ต่างกันว่าทฤษฎีนี้มุ่งเน้นการแลกเปลี่ยนความคิดเป็นประสบการณ์ และอื่น ๆ ระหว่างสมาชิกในสังคมกับผู้นำเป็นสำคัญ หากขาดซึ่งการแลกเปลี่ยนดังกล่าวจะทำให้ความเป็นผู้นำของผู้นำขาดความสมบูรณ์ไป (ราล์ฟ เอ็ม. สตีอกดิลล์, 1974)

นอกจากทฤษฎีและแนวคิดที่กล่าวมาแล้วรายงานการสำรวจงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะความเป็นผู้นำซึ่ง สตีอกดิลล์ (Stogdill) ศึกษาไว้ยังสรุปได้ว่า

1. สำหรับบุคคลทั่วไปที่ดำรงตำแหน่งผู้นำจะมีคุณสมบัติเหนือกว่าสมาชิกคนอื่นในแง่ของในด้านสติปัญญา ความสามารถที่จะเป็นที่พึ่งของคนอื่นในการปฏิบัติงาน ความเป็นผู้นำมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคม และฐานะทางสังคม และฐานะทางสังคมมิติ

2. ลักษณะคุณภาพและทักษะที่ต้องการในตัวผู้นำ ต้องพิจารณาอย่างกว้างขวางจากสถานการณ์ที่เขาจะต้องทำหน้าที่ผู้นำ (ซี. เอ. กิบป์, 1969)

นอกจากข้อสรุปดังกล่าวแล้วเขายังให้ความเห็นว่า บุคคลที่ทำหน้าที่ผู้นำชุมชนควรมีลักษณะเหนือกว่าบุคคลอื่นดังนี้ (ดาวิิน คาร์ทไวร์ท และ อัลวิน แชนเดอร์, 1968)

1. ความสามารถในการสมาคมกับคนอื่น
2. รู้จักวิธีการทำงานให้สำเร็จ

3. มีความเชื่อมั่นในตนเอง
4. มีความเข้าใจและความตื่นตัวต่อสถานการณ์
5. มีความกว้างขวางในหมู่คณะ
6. ให้ความร่วมมือกับกลุ่ม
7. มีความสามารถในการปรับตัวเข้ากับบุคคลอื่น
8. รู้และเข้าใจความสามารถด้านสติปัญญา ความถนัดในงาน ความต้องการ และความสนใจของผู้อื่น
9. มีความสามารถในการใช้ถ้อยคำ

รูปแบบของผู้นำชุมชน

การศึกษารูปแบบของผู้นำนั้นสามารถแยกลักษณะของผู้นำออกเป็น 3 แบบ โดยพิจารณาจากลักษณะและวิธีการใช้อำนาจในส่วนที่สัมพันธ์กับสมาชิกอื่นในสังคม

1. ผู้นำแบบอัตตนิยม (Autocratic leader) ลักษณะของผู้นำประเภทนี้ถือตนเองเป็นใหญ่ มีลักษณะถือตัว เชื่อมั่นในตนเองมาก ชอบวางท่าใหญ่โต และไม่คอยรับฟังหรือให้เกียรติสมาชิกคนอื่น ๆ มักทำอะไรโดยถือตนเองเป็นที่ตั้ง ผู้นำแบบนี้จะเน้นที่สมรรถภาพในการทำงานของตนเองเป็นหลัก และต้องการขยายอำนาจหรืออิทธิพลของตนเองออกไปในทุกวิถีทางด้วยวิธีใด ๆ เท่าที่จะทำได้

2. ผู้นำแบบเสรีนิยม (Laissez-faire leader) ผู้นำแบบนี้ทำหน้าที่คล้ายบุรุษไปรษณีย์ ใช้อำนาจต่อสมาชิกมีน้อย สมาชิกของสังคมมีเสรีภาพในการวินิจฉัยการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มเหนือหรือแม้แต่หันเหเรื่องต่างๆ ไปตามความสนใจและความต้องการของตนเอง ผู้นำแบบนี้มีความเป็นชอบหรือลงนามเท่านั้นจะหาความรับผิดชอบจากภาวะผู้นำแบบนี้ได้ยาก ดังนั้นการกระทำต่าง ๆ จึงขึ้นอยู่กับดุลพินิจของสมาชิกแต่ละคนเป็นหลัก

3. ผู้นำแบบประชาธิปไตย (Democratic leader) ผู้นำแบบนี้จัดว่าเป็นแบบที่ดีที่สุด และอำนวยความสะดวกการดำเนินงานของกลุ่มเหนือกว่าของตนเอง แต่ก็ไม่ถึงกับปล่อยให้สมาชิกใดตัวมันเหมือนแบบเสรีนิยม การดำเนินกิจกรรมใด ๆ ก็มักกระทำในใจของกลุ่ม เพราะตัวผู้นำไม่เกิดความร่วมมือร่วมใจของสมาชิกในสังคม เกิดความร่วมมือและยอมรับซึ่งกันและกันระหว่างสมาชิกทุกฝ่าย (เอ็ดวิน บี. ฟลิปโป, 1976)

ลักษณะของผู้นำ

ลักษณะของความเป็นผู้นำชุมชนมีความสัมพันธ์โดยตรงกับองค์ประกอบหลายประการของผู้ให้แนวคิดไว้มากมาย แต่โดยเนื้อหาสาระแล้วคล้ายคลึงกัน ดังนี้

1. **ความมีคุณธรรม** คุณธรรมเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้สมาชิกในชุมชนทุกคนสามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างมีความสุข คุณธรรมเปรียบเสมือนเครื่องนำทางชีวิตของทุกคนในการอยู่ร่วมกันไม่มุ่งร้ายต่อกัน และช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน ผู้นำชุมชนจึงต้องวางตนให้เป็นผู้มีคุณธรรมเป็นที่เลื่อมใสศรัทธาแก่สมาชิกทั่วไป และมีความรู้สึกต่อผู้อื่นอันพึงพอใจ มีความกตัญญู เห็นอกเห็นใจ และมีความยุติธรรมในตนเอง

โรแซนแฮน (Rosenhan อ้างใน อภรณ์ กาฬแก้ว, 2526) ได้กล่าวว่า ผู้มีคุณธรรมต้องมีความเอื้อเฟื้อต่อผู้อื่นโดยไม่หวังสิ่งตอบแทนแต่เป็นการช่วยเหลือเพราะความเป็นอกเห็นใจและทำตัวด้วยความเต็มใจ แม้ว่าการกระทำนั้นจะเสี่ยงต่ออันตรายหรือทำให้ตนเองได้รับความลำบากจากการช่วยเหลือบางก็ตาม ผู้นำประเภทนี้จะเป็นผู้มีจิตใจฝักใฝ่อยู่กับงานของส่วนรวม และมีความสุขกับการทำงานเพื่อประโยชน์ของชุมชน

2. **ความมีมนุษยสัมพันธ์** ผู้นำควรเป็นคนที่ยืดหยุ่นเป็นที่รู้จักและยอมรับในหมู่เพื่อนฝูง สามารถเข้าร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของสังคมได้เป็นอย่างดี เป็นคนที่สุภาพอ่อนน้อมถ่อมตน มีความสามารถในการประสานความสัมพันธ์ สร้างความร่วมมือในการทำงานในหมู่สมาชิกชุมชน ประนีประนอมความเมื่อเกิดข้อขัดแย้ง สามารถโน้มน้าวใจของผู้อื่นให้เชื่อฟัง และปฏิบัติตาม

ทองคุณ หงส์พันธ์ (2522) กล่าวว่า อิทธิพลของผู้นำในท้องถิ่นจะมีมากหรือน้อยขึ้นกับความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับสมาชิกคนอื่น ๆ ในสังคม ว่ามีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันน้อยเพียงใด ดังจะเห็นได้จากกรณีที่ผู้นำระดับสูงมักจะมีแนวโน้มที่จะพยายามผู้มิตรหรือเกลียดสัมพันธ์อันดีกับชาวบ้าน โดยเฉพาะกับผู้นำระดับชาวบ้าน ผู้นำเหล่านี้จึงมีมิตรมากกว่าศัตรูซึ่งทำให้เกิดการทำงานต่าง ๆ เกิดความคล่องตัว และมีประสิทธิภาพสูง

ดาร์วิน คาร์ทไรท์ และ แอลวิน แซนเดอร์ (Darwin Cartwright and Alwin Zander, 1973) กล่าวว่าผู้นำชุมชนควรมีลักษณะเห็นอกเห็นใจคนอื่นในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ความสามารถในการสมาคมกับคนอื่น
2. รู้จักวิธีการทำงานให้สำเร็จ
3. มีความเชื่อมั่นในตนเอง
4. มีความเข้าใจและความตื่นตัวต่อสถานการณ์
5. มีความกว้างขวางในหมู่คณะ
6. ให้ความร่วมมือกับกลุ่ม
7. มีความสามารถในการปรับตัวเข้ากับบุคคลอื่น
8. รู้และเข้าใจความสามารถด้านสติปัญญา ความถนัดในงาน ความต้องการ และความสนใจของผู้อื่น
9. มีความสามารถในการใช้ถ้อยคำ

ดังนั้นการผูกมิตรหรือมีสัมพันธภาพที่ดีต่อคนอื่นจึงมีความสำคัญต่อผู้นำมาก ผู้นำมีทักษะในการสร้างมนุษยสัมพันธ์ จึงมีความสามารถในการติดต่อและจูงใจคนได้ดี สามารถสร้างความสามัคคีระหว่างสมาชิกในชุมชน

3. ความรับผิดชอบ ความรับผิดชอบเป็นกุญแจสำคัญที่จะนำความสำเร็จมาสู่งานทั้งปวง ผู้นำจะขาดคุณสมบัติประการนี้ได้เป็นอันขาด เอร์เนสต์ (Barnard, 1968) ได้สนับสนุนความเห็นนี้โดยกล่าวไว้โดยสรุปว่า ผู้นำชุมชนจะต้องมีความรับผิดชอบอย่างสูงจึงจะสามารถทำงานของกลุ่มสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ผู้นำที่ดีต้องยินดีรับผิดชอบและตำหนิเมื่อมีการผิดพลาดเกิดขึ้นในขณะเดียวกันเมื่อรับหน้าที่ใดมาแล้วจะต้องไม่ทอดทิ้งแม้จะมีอุปสรรคนานาประการ นอกจากนี้การศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับคุณลักษณะในการเป็นผู้นำของ แบตเตน (Batten, 1962) พบว่า ผู้นำควรมีคุณสมบัติพื้นฐาน 5 ประการ คือ ความรับผิดชอบ ความสม่ำเสมอ ความเชื่อมั่นในตนเอง การพยายามพึ่งตนเอง และความซื่อสัตย์เพียงตรง

4. ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ที่จะพัฒนาชุมชนให้เจริญก้าวหน้า นั้นความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ เป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องปลูกฝังให้เกิดขึ้นในตัวของคนโดยเฉพาะในตัวของผู้นำซึ่งจะต้องเป็นแบบอย่างที่ดีกับชาวบ้านในชุมชน ดังที่ โรเจอร์ส (Rogers, 1960) กล่าวไว้ว่า ผู้นำต้องเป็นผู้มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และยอมรับวิทยาการใหม่ๆ และถ่ายทอดความคิดนั้นไปสู่ผู้อื่น ผู้ที่นำความคิดนี้จะเป็นผู้นำที่ได้รับการยอมรับนับถือจากผู้อื่นสูง ซึ่งผู้นำเหล่านี้มักเป็นผู้ที่มีการศึกษามากกว่าชาวบ้านทั่วไปและนิยมคบค้าสมาคมกับผู้มีความคิดใหม่ ๆ

5. ความศรัทธาในงานพัฒนาชุมชน ปัญหาในการพัฒนาต่าง ๆ นั้น มิได้อยู่ที่สมรรถภาพของผู้นำและสมาชิกเท่านั้น หากแต่ขึ้นกับความศรัทธาในงานพัฒนาของทุกคนเป็นสำคัญด้วย ถ้าสมาชิกในสังคมมีจิตมุ่งมั่นที่จะพัฒนาแล้ว ปัญหาอื่น ๆ ก็จะถูกขจัดไปได้ในที่สุด การสร้างจิตมุ่งมั่นหรือความศรัทธาในการพัฒนาจึงเป็นการสร้างสมรรถภาพและศักยภาพในการพัฒนาอีกประการหนึ่งด้วย

แมคเคลแลนด์ (MacClelland อ้างใน ทองคุณ หงส์พันธ์, 2522) ยังชี้ให้เห็นอีกว่า ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงจะเป็นผู้ที่มุ่งมั่นที่จะพัฒนาสูง คือมีความกระตือรือร้นที่จะพัฒนาตนเองและสังคม กล้าเสียสละที่จะเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในอนาคต เสี่ยงต่อความล้มเหลว เป็นคนที่เล็งการณ์ไกลและสามารถทนรอคอยผลสำเร็จได้ดี นอกจากนี้ยังเป็นคนที่พยายามทำงานอย่างเต็มความสามารถ มีความผูกพันอยู่กับงานและกระหายที่จะทำงานกับผู้อื่น

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างบุคคล

พอล ลาซาร์สเฟลด์ และ เฮอริเบอริท แมนเซล (Paul Lazarsfeld and Herbert Manzel, 1960) กล่าวว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลมีความสำคัญคือ มีการพูดคุยกันแบบเป็นกันเอง และเป็นส่วนตัว ทำให้เกิดความคุ้นเคยระหว่างผู้พูดกับผู้ฟัง ซึ่งจะช่วยให้ผู้ฟังยอมรับความคิดของผู้พูดได้ง่ายขึ้น การเห็นหน้าค่าตากัน เมื่อมองในแง่จิตวิทยาแล้ว จะทำให้ผู้ฟังซึ่งเป็นเป้าหมายในการชักจูงใจของผู้พูด มีความรู้สึกว่า ตนเองได้รับรางวัลทันที อย่างน้อยที่สุดก็ในด้านที่แสดงความคิดเห็นของตนต่อผู้พูด

ดีน บาร์นลันด์ (Dean Bamlund, 1968) กล่าวว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลคือ ความเกี่ยวเนื่องกับการเสาะหาความสัมพันธ์อย่างไม่เป็นทางการต่อสถานการณ์ในสังคม ซึ่งบุคคลมีการติดต่อในลักษณะการเผชิญหน้า (face-to-face) โดยมีการแลกเปลี่ยนกันแบบที่ใช้วัจนภาษา (verbal) และอวัจนภาษา (non-verbal)

หน้าที่ของการสื่อสารระหว่างบุคคล

หน้าที่ของการสื่อสารตามทฤษฎีของ แดนซ์ และ ลาร์สัน (Dance and Larson อ้างใน ยุบล เบญจรงค์กิจ, 2534)

1. หน้าที่เชื่อมโยง (Linking Function) การสื่อสารทำหน้าที่เชื่อมโยงบุคคลกับสิ่งแวดล้อม มนุษย์สร้าง และพัฒนาความผูกพันทางวัฒนธรรม สังคม และสภาวะจิตใจกับโลกภายนอกตัวเอง จากการสื่อสาร มนุษย์จะเห็นความแตกต่างระหว่างตนเองกับผู้อื่น การสื่อสารช่วยสร้างภาพของตนเองของผู้อื่น และภาพความสัมพันธ์ระหว่างตนเองกับผู้อื่น ทำให้มองเห็นด้วยว่า ผู้อื่นมองเราอย่างไร ด้วยวิธีการนี้เราใช้กระบวนการทางการสื่อสารสองแบบคือ

1) กระบวนการเปลี่ยนการรับรู้เกี่ยวกับสิ่งอื่น (assimilation) เช่นการเปลี่ยนความคิดเกี่ยวกับบุคคลอื่นทันทีที่รู้ว่า ผู้อื่นมีค่านิยมขัดกับตน

2) กระบวนการเปลี่ยนการรับรู้เกี่ยวกับตนเอง (accommodation) เป็นการเปลี่ยนความคิดเกี่ยวกับตนให้สอดคล้องกับความรู้สึกที่ผู้อื่นมีต่อตนเอง

2. หน้าที่ไตร่ตรอง (Mention Function) การไตร่ตรอง คือการคิดในเชิงรวบยอดใช้ความสามารถในการจดจำ การวางแผน และคาดคะเน รวมทั้ง ประเมินคุณค่าด้วย การสื่อสารทำให้เราสามารถทำสิ่งเหล่านี้ได้ มนุษย์สามารถคิดได้ ไม่มีขีดจำกัด โดยอาศัยภาษาและความหมาย มนุษย์มีจินตภาพได้กว้างไกลไปกว่าในสถานที่ที่ตนเองอยู่ และเกินไปกว่าที่ตนเองอยู่ (De centering) ซึ่ง ทำให้มนุษย์สามารถสร้างภาพเกี่ยวกับผู้อื่นได้ และนำไปสู่ความสามารถในการเข้าใจผู้อื่น (empathy) ได้

3. หน้าที่กำหนดกฎเกณฑ์ (Regulatory Function) มนุษย์กำหนดกฎเกณฑ์ 3 สิ่งคือ

- 1) ให้ผู้อื่นกำหนดพฤติกรรมตนเอง
- 2) กำหนดพฤติกรรมของตนเอง
- 3) กำหนดพฤติกรรมของผู้อื่น

วัตถุประสงค์ของการสื่อสารระหว่างบุคคล

วัตถุประสงค์ของการสื่อสารระหว่างบุคคลที่สำคัญมี 6 ประการ ซึ่งวัตถุประสงค์เหล่านี้เราอาจไม่ทราบหรือตระหนักหรือตั้งใจในขณะที่ทำการสื่อสารระหว่างบุคคลอยู่ก็ได้ (DeVito, 1986 อ้างถึงใน ประทุม ฤกษ์กลาง, 2534) วัตถุประสงค์ดังกล่าว มีดังต่อไปนี้

1. การค้นพบตัวเอง (To discover oneself) เมื่อเราทำการสื่อสารระหว่างบุคคล จะช่วยให้เราเรียนรู้เกี่ยวกับตนเองและคนอื่นด้วย การรับรู้เกี่ยวกับตนเอง (self-perceptions) ส่วนใหญ่เป็นผลมาจากการที่เราเรียนรู้เกี่ยวกับตนเองจากการสื่อสารกับคนอื่น การสื่อสารระหว่างบุคคลจะเปิดโอกาสให้เราได้พูดเกี่ยวกับสิ่งที่เราชอบ ความรู้สึก ความคิด และพฤติกรรมของเรา

2. การค้นพบโลกภายนอก (To discover the external world) การสื่อสารระหว่างบุคคลทำให้เราเข้าใจโลกภายนอกได้ดีขึ้น ทั้งในด้านวัตถุ เหตุการณ์ ผู้คน ถึงแม้ว่า ข่าวสารจำนวนมากจะมาถึงเราจากแหล่งของสื่อมวลชน แต่บ่อย ๆ ครั้งที่เรามักจะอภิปรายและเรียนรู้ในท้ายสุดผ่านทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

3. การสร้างและดำรงความสัมพันธ์อันดี (To establish and maintain meaningful relationships) ความปรารถนาที่สำคัญมากอันหนึ่งของคนเราก็คือ การสร้าง และดำรงความสัมพันธ์อันใกล้ชิดกับคนอื่น ๆ เราใช้เวลาเป็นจำนวนมากในการสื่อสารระหว่างบุคคลก็เพื่อการสร้างและดำรงความสัมพันธ์ทางสังคมกับคนอื่น ซึ่งความสัมพันธ์นี้จะช่วยลดความเหงา และความหดหู่ช่วยให้เรามีความสุขมากขึ้น และทำให้เรามีความรู้สึกในแง่ดีต่อตนเอง

4. เปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม (To change attitude and behaviors) บ่อยครั้งที่เราใช้ความพยายามในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมของคนอื่น โดยผ่านทาง การสื่อสารระหว่างบุคคล ซึ่งผลการศึกษาและวิจัยเปรียบเทียบประสิทธิภาพของการสื่อสารมวลชนกับการสื่อสารระหว่างบุคคล พบว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลจะมีประสิทธิภาพในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมเหนือกว่าการสื่อสารมวลชน

5. เพื่อการเล่นและความบันเทิง (To play and entertain) การพูดคุยกับเพื่อนฝูงเกี่ยวกับกิจกรรมในวันสุดสัปดาห์ การวิจารณ์กีฬา การเล่าเรื่องนิยายเรื่องตลกการพูดคุยเพื่อฆ่าเวลา เหล่านี้ล้วนเป็นการใช้การสื่อสารระหว่างบุคคลเพื่อการเล่น และความบันเทิง

6. เพื่อการช่วยเหลือ (To help) เราสามารถใช้การสื่อสารระหว่างบุคคลเพื่อการช่วยเหลือ การรักษาทางใจ เช่น การพูดแนะแนว นักเรียนนักศึกษา การปลอบเด็กร้องไห้ ซึ่งเป็นการใช้แบบ เป็นวิธีพิด้วย เช่น นักจิตวิทยาได้ใช้การสื่อสารระหว่างบุคคลในการรักษาโรคทางจิต

ลักษณะการสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีประสิทธิภาพ

การสื่อสารระหว่างบุคคลนี้ จะเกิดประสิทธิภาพหรือไม่ก็ได้ขึ้นอยู่กับลักษณะของการสื่อสารที่บุคคลเป็นผู้ปฏิบัติ โดยทั่วไปแล้วผู้ทำการสื่อสารก็มักจะหวังว่าการสื่อสารของตนต้อง ประสบผลสำเร็จ แต่ทั้งนี้ และทั้งนั้นการสื่อสารจะสัมฤทธิ์ผลได้ก็ขึ้นอยู่กับปัจจัยอย่างอื่นแวดล้อม ด้วย วิธีการสื่อสารอย่างหนึ่งอาจใช้ได้เหมาะสมกับในสภาพแวดล้อมหนึ่งแต่อาจจะไม่เหมาะสม กับสภาพแวดล้อมอีกที่หนึ่ง ดังนั้นจึงควรมีการพิจารณาให้รอบคอบในการเลือกใช้การสื่อสารใน แต่ละลักษณะ การสื่อสารระหว่างบุคคลอย่างมีประสิทธิภาพควรจะประกอบด้วยลักษณะดังต่อไปนี้ (เสนาะ ตีเขาว์,2541)

1. การเปิดเผย (Openness) ต้องมีการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารระหว่างบุคคลที่การสื่อสาร กัน และบุคคลที่ทำการสื่อสารอีกฝ่ายหนึ่งควรมีการแสดงปฏิกิริยาตอบสนองต่อข้อมูลที่อีกฝ่ายกำลัง เผยแพร่ด้วยความจริงใจอย่างไรก็ตามบุคคลที่ทำการสื่อสารกันควรมีความรับผิดชอบในข้อมูล ต่าง ๆ ที่ตนได้นำเสนอไป เพราะในบางครั้งก่อให้เกิดผลขึ้นมาก็ต้องเป็นหน้าที่ที่บุคคลผู้ทำการ ถ่ายทอดข้อมูลนั้น ๆ ต้องแสดงความรับผิดชอบ

2. ความรู้สึกร่วม (Empathy) การแสดงอารมณ์ ความนึกคิด หรือทัศนคติที่ไปในแนว เดียวกับบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งสื่อสารด้วย จะช่วยให้บุคคลเหล่านั้น มีความต้องการที่จะสื่อสารมาก ขึ้นแต่ก็ควรระวังมิให้มีการแสดงความรู้สึกร่วมจนมากเกินไป จะทำให้ดูเป็นเหมือนเป็นการแสดง ออกโดยปราศจากความจริงใจ

3. ความรู้สึกในด้านดี (Positive ness) เมื่อมีความรู้สึกที่ดีระหว่างบุคคลที่ทำการสื่อสาร ทั้งสองฝ่าย ก็จะมีผลสู่ความต้องการทำการสื่อสารกันให้มากขึ้น เนื่องจากต่างฝ่ายต่างก็มีความ ต้องการที่จะสื่อสารกันมากขึ้นตามไปด้วย

4. ความเท่าเทียมกัน (Equality) ในการสื่อสารระหว่างบุคคล ความเท่าเทียมก็คือความมี ทักษะด้านการสื่อสารระหว่างบุคคลที่ทำการสื่อสารในระดับทัดเทียมกัน ต่างฝ่ายต่างต้องทำหน้าที่ ในการรับและส่งข้อมูลข่าวสารอย่างเป็นสัดส่วน

5. ความเหมือนกันทางด้านพื้นฐาน (Homophily) การสื่อสารจะมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นหาก บุคคลที่ทำการสื่อสารกันมีความเข้าใจตรงกัน โดยการจะมีความเข้าใจตรงกันก็ขึ้นอยู่กับความ เหมือนกันทางด้านพื้นฐานด้วยเป็นสำคัญ เช่น ในการสื่อสารจะเข้าใจได้ชัดเจนว่าถ้ามีการสื่อ ด้วยภาษาที่เหมือนกันหรือภาษาเดียวกัน

ลักษณะการสื่อสารระหว่างบุคคลที่ดึงดูดใจ

1. ความมีเสน่ห์ คือการมีเสน่ห์ในด้านรูปร่าง หน้าตา และบุคลิกภาพ ก็เป็นที่ทำให้คนสนใจที่จะติดต่อสื่อสารด้วย
2. ความใกล้เคียงกัน ความใกล้ชิดกันเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะดึงดูดใจคน คนส่วนใหญ่มักจะมีความเป็นมิตรกับผู้คนที่อยู่รอบข้างมากกว่าบุคคลที่อยู่ห่างไกลออกไป จึงนำไปสู่การสื่อสารกันมากขึ้นด้วยเนื่องจากมีความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกันนั่นเอง
3. ความตรงกันข้ามกัน สิ่งที่ตรงกันข้ามไม่ว่าจะเป็นด้านวัตถุ หรือสังคม มักจะเป็นส่วนช่วยกระตุ้นให้มีการติดต่อสื่อสารกัน
4. ความคล้ายกัน การที่บุคคลมี รสนิยม ความชอบ ความเชื่อ หรือแม้แต่ทัศนคติที่เหมือนกันก็มักที่จะเป็นส่วนช่วยผลักดันให้เกิดการสื่อสารระหว่างกันด้วย ทั้งนี้รวมไปถึงพื้นฐานทางด้านอาชีพ สังคม หรือแม้แต่เชื้อชาติด้วย
5. การส่งเสริมซึ่งกันและกัน หลักการนี้คือการที่บุคคลให้ความสนใจในคนที่มีความแตกต่างจากตนเอง เช่น คนเรียนไม่เก่งมักจะพอใจที่จะสื่อสารกับคนเรียนเก่ง

ประสิทธิภาพของสื่อบุคคล

ตามคำกล่าวของโรเจอร์ส และชูเมคเกอร์ (Rogers with Shoemaker, 1971) การสื่อสารระหว่างบุคคลสามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารกันได้ในระยะเวลากันรวดเร็ว และทั้งผู้ส่งสารสามารถเปลี่ยนแปลง แก้ไขหรือปรับปรุงตัวสารที่ส่งออกไปให้ตรงกับความต้องการและความเข้าใจของผู้รับสารได้ทันที ในขณะที่ผู้รับสารเองก็สามารถจะโต้ถาม ตอบกลับเพื่อแสดงความเข้าใจในสารนั้น ๆ ได้ ระดับปฏิกริยาตอบสนองที่สูงจะช่วยลดอุปสรรคในการสื่อสารที่เกิดจากการเลือกรับและเลือกจำสารได้ นอกจากนี้ สื่อบุคคลยังสามารถจูงใจบุคคลให้สร้าง หรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ได้อีกด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเทียบกับสื่อมวลชน ซึ่งจะเป็นเพียงแหล่งความคิด แต่กิจกรรมที่เกิดขึ้นโดยมนุษย์มักจะเป็นผลมาจากการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลทั้งสิ้น

สื่อบุคคลที่เป็นแหล่งข่าวสารที่สำคัญ อาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ (วัฒนา เจริญวงศ์ 2535)

1. บุคคลที่มีความผูกพัน เป็นบุคคลที่มีความใกล้ชิด อยู่ในท้องถิ่นเดียวกัน เช่นคนในครอบครัว เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมงาน เป็นต้น บุคคลที่มีความน่าเชื่อถืออาจเป็นผู้อยู่ในหรือนอกท้องถิ่นก็ได้ ออพเพนไฮเมอร์ และปราดา (Openheimer and Prada) กล่าวว่า บุคคลซึ่งมีความน่าเชื่อถือมากเท่าใด การสื่อสารก็ยิ่งมีประสิทธิภาพมากขึ้นเท่านั้นจะนั้นในการเผยแพร่ข่าวสาร ผู้ส่งสารจำเป็นต้องมีความน่าเชื่อถือในสายตาของผู้รับสาร จึงจะทำให้การสื่อสารประสบผลสำเร็จ

(ปรมะ สตะเวทิน, 2526) หรืออีกนัยหนึ่งบุคคลที่เป็นผู้นำความคิดเห็น จะเป็นผู้มีบทบาทในการเผยแพร่ความรู้ ความคิด ตลอดจนชักจูงใจให้คนในท้องถิ่นยอมรับในสิ่งต่าง ๆ

2. คุณลักษณะที่ละม้ายคล้ายคลึงกันของผู้ส่งสารและผู้รับสาร ปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งของการสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีอิทธิพลในการโน้มน้าวใจ คือ ลักษณะหรือคุณสมบัติที่คล้ายคลึงกันของผู้ส่งสาร และผู้รับสาร ซึ่งโรเจอร์ และชูเมคเกอร์ (Rogers and Shoemaker, 1971) กล่าวว่า การสื่อสารจะราบรื่นมีประสิทธิภาพมากขึ้นถ้าผู้ส่งสาร และผู้รับสารมีคุณสมบัติที่ละม้ายคล้ายคลึงกัน มีความเข้าใจร่วมกัน มีทัศนคติ และความเชื่อและภาษาเหมือนกัน

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ

โรเจอร์ส (Rogers, 1973) ให้ความหมายของการสื่อสารในเชิงปฏิบัติไว้ว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการที่ความคิด หรือข่าวสารถูกส่งจากแหล่งสารไปยังผู้รับสารด้วยเจตนาที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบางอย่างของผู้รับสาร ดังนั้นวัตถุประสงค์หลักของการสื่อสารตามความหมายของ Roger คือ การก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

โรเจอร์ส (Rogers) กล่าวถึง ผลกระทบโดยรวมของการสื่อสาร 3 ประการคือ

1. การสื่อสารก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ของผู้รับสาร
2. การสื่อสารก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้รับสาร
3. การสื่อสารก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับสาร

การสื่อสารจะบรรลุวัตถุประสงค์ได้นั้น ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารจะต้องมีความเข้าใจตรงกันในสารที่ส่งมา ซึ่งผู้ส่งสารจะต้องพยายามชักจูงใจ หรือโน้มน้าวใจให้ผู้รับสารมีความเข้าใจและมีความเห็นคล้อยตามกัน

ความหมายของการโน้มน้าวใจ

เบรมเบค และโฮเวลล์ (Brembeck และ Howell, 1952) กล่าวถึงการโน้มน้าวใจไว้ว่าเป็นความพยายามอันแน่วแน่ที่จะเปลี่ยนแปลงความคิด การกระทำโดยการควบคุมแรงผลักดันของมนุษย์ไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ล่วงหน้า หรือความพยายามที่จะสร้างอิทธิพลเหนือผู้อื่น (Influence Attempt) ซึ่งสอดคล้องกับ เบตติงเฮาส์ และ โคดี้ (Bettinghaus and Cody, 1987) ที่ว่าการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจเป็นความพยายามของบุคคลหนึ่งที่จะเปลี่ยนทัศนคติ ความเชื่อ และพฤติกรรมของคนอื่น หรือกลุ่มอื่นโดยการถ่ายทอดสารบางอย่างออกไป

แคทเธลิน (Kethleen Reardon, 1991) ได้ให้ความหมายของการโน้มน้าวใจซึ่งประกอบด้วย 2 ประการคือ

- ประการแรก การโน้มน้าวใจมักจะเป็นกิจกรรมที่มีการคาดมาก่อน ซึ่งเป็นการกระทำที่เกี่ยวข้องกับความตั้งใจ

- ประการที่สอง คุณลักษณะของการโน้มน้าวใจ คือการรับรู้ของผู้โน้มน้าวใจที่จะปฏิบัติให้บรรลุถึงเป้าหมายของเขา ซึ่งการกระทำดังกล่าวไม่จำเป็นต้องชัดเจน แต่เพียงพอในสายตาของผู้โน้มน้าวใจ ที่ยอมรับความพยายามที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลอื่น

มอนโรล (Monroe, 1975) ได้กล่าวถึงขั้นตอนในการโน้มน้าวใจ หรือจูงใจนั้นมีอยู่ 5 ขั้นตอน เพื่อให้ผู้รับสารยอมรับในสิ่งที่ผู้ส่งสารเสนอ ซึ่งมีลำดับขั้นตอนดังนี้

1. ขั้นสร้างความสนใจ (Attention) เป็นขั้นการสร้างความสนใจให้เกิดขึ้นในตัวผู้รับสาร โดยการจัดเรียงเรียงสารเพื่อเรียกร้องความสนใจจากผู้รับสาร
2. ขั้นสร้างความต้องการ (Need) เป็นการกระตุ้นให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกว่าสิ่งที่ผู้ส่งสารโน้มน้าวใจเป็นสิ่งที่เข้าต้องการ และยากกระทำ
3. ขั้นตอบสนองความต้องการ (Satisfaction) เป็นขั้นที่ผู้รับสารรู้สึกว่าจำเป็นต้องทำตามตามที่ผู้ส่งสารโน้มน้าวใจเพื่อตอบสนองความต้องการและความพอใจของผู้รับสาร
4. ขั้นบรรยายให้ผู้รับสารเห็นภาพชัดเจน (Visualization) เป็นขั้นที่ผู้ส่งสารใช้สาร หรือสัญลักษณ์ในการสร้างจินตนาการให้ผู้รับสารเห็นภาพเป็นการกระตุ้นให้ผู้รับสารตัดสินใจลงมือปฏิบัติ
5. ขั้นการกระทำ (Action) ขั้นนี้เป็นขั้นสุดท้ายที่ผู้รับสารเชื่อหรือลงมือปฏิบัติตามที่ผู้ส่งสารโน้มน้าวใจ

ทั้งนี้ผลการโน้มน้าวใจนี้ เราสามารถจะมองได้จากสภาพของบุคคลเดิมที่ได้เปลี่ยนทัศนคติ สามารถจะสังเกตเห็นได้จากการเปลี่ยนแปลงการรับรู้ ความรู้สึกและพฤติกรรม โรเซนเบิร์ก และ ไฮฟแลนด์ (Rosenberg and Hovland, 1960) กล่าวว่าผลของการโน้มน้าวใจจะรวมทัศนคติและความเชื่อไว้เมื่อมีการตอบสนอง การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในตัวผู้รับสารจะเกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านความรู้ และสำนึกการเปลี่ยนแปลงด้านอารมณ์ และความรู้สึก การเปลี่ยนพฤติกรรม

1. การเปลี่ยนแปลงในด้านความรู้ และจิตสำนึก (Concept, Awareness) หรือการเปลี่ยนแปลงความคิดรวบยอด ความเชื่อที่เรามีต่อสิ่งหนึ่ง คุณค่าที่เราให้ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือความเชื่ออย่างใดอย่างหนึ่ง และโลกทัศน์รอบตัวเรา ปกติการเปลี่ยนแปลงในการรับรู้ และสำนึกแสดงออกให้เห็นได้ทางวาจาซึ่งผู้รับสารแสดงออกมาหลังจากที่ได้รับฟังสารโน้มน้าวใจไปแล้ว แต่อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงในการรู้ ความคิดรวบยอด หรือโลกทัศน์อาจจะไม่เกิดขึ้นในที่ที่แต่จะเกิดเพราะไปได้ข้อมูลเพิ่มเติมจากการพูดคุยหลังจากนั้น เราอาจสังเกตได้ว่า ผู้ส่งสารที่โน้มน้าวใจอาจจะไม่สามารถทำให้ผู้รับสารถึงขั้นลงมือปฏิบัติได้ แต่อาจทำให้ผู้รับสารเปลี่ยนแปลงในด้านความรู้

จิตสำนึก ความคิดรวบยอด หรือการรับรู้ได้ และการเปลี่ยนแปลงเช่นนี้ก็เป็นที่พื้นฐานในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในภายภาคหน้าเมื่อได้รับสารโน้มน้าวใจต่อ ๆ ไป

2. การเปลี่ยนแปลงอารมณ์ความรู้สึก (Affection) เป็นการเปลี่ยนแปลงที่แสดงออกได้ โดยการหัวเราะ ร้องไห้ ขนหัวลุก ฯลฯ ซึ่งสังเกต และวัดการโต้ตอบจากจางา หรืออากัปภิกิริยาของผู้รับสารด้วยตนเอง

3. การเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรม หมายถึง การเปลี่ยนแปลงการกระทำที่สามารถเห็นได้ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนี้เป็นไปได้ค่อนข้างยาก ในการสังเกตการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมจะสังเกตได้จากวจา และการกระทำของผู้รับสาร

อย่างไรก็ตามไม่ว่าการเปลี่ยนแปลงนั้นจะเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นการรับรู้อิทธิพลเหนือความชอบ หรือการเปลี่ยนแปลงการกระทำที่ดีทั้งหมดนี้ไม่สามารถจะแยกออกจากกันได้อย่างชัดเจนนัก คือในบางครั้งคนเราก็อาจเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอันเนื่องมาจากหลายสาเหตุ แต่สิ่งที่แน่นอนก็คือการเปลี่ยนแปลงทั้งหลายนั้นมีจุดเริ่มมาจากการเปลี่ยนทัศนคติของผู้รับสารในเรื่องใดเรื่องหนึ่งและความยากง่ายของเรื่องที่ต้องการสื่อสารก็มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงเช่นกัน นอกจากนี้ในบางครั้งการเปลี่ยนแปลงก็อาจไม่เกิดขึ้นในทันทีทันใด ต้องอาศัยระยะเวลาในการเปลี่ยนแปลง ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของผู้สื่อสารที่จะต้องวางแผนการโน้มน้าวใจอย่างรอบคอบเพื่อให้ได้ผลตามที่ต้องการ

ความสำเร็จในการโน้มน้าวใจจะขึ้นอยู่กับเงื่อนไขดังต่อไปนี้เบตติงเฮาส์ (Bettinghaus, 1980)

1. ความคล้ายคลึงกันหรือความแตกต่างระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารในผู้ส่งสารคนเดียวกันส่งสารที่มีเนื้อหาเดียวกันไปให้ผู้รับสารที่ต่างกัน คนละคนกันก็อาจจะทำให้เกิดผลในการโน้มน้าวใจที่ต่างกันได้ เพราะผู้รับสารอาจมีคุณสมบัติทางการภาพที่แตกต่างกัน อาทิ เพศ อายุ การศึกษา เชื้อชาติ และอาชีพ ทำให้เกิดปัจจัยทางจิตวิทยาของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันออกไป ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของแรงจูงใจที่จะทำให้เกิดการตอบสนองของความสมดุลย์ของการเรียนรู้รวมไปถึงยุคคลิกภาพที่แตกต่างด้วย

2. ความแตกต่างในเนื้อหาสาระ เมื่อบุคคลได้รับข่าวสารบุคคลจะเกิดความรู้สึกพึงพอใจหรือไม่ที่หัวข้อหรือเนื้อหาสาระของข่าวสารก่อน ในขณะที่การจัดโครงสร้างของเนื้อหา การใช้ภาษา รวมไปถึงรูปแบบของการจะมีการจะมีผลต่อการดึงดูดใจให้ผู้รับสารเปิดรับข่าวสารได้ต่อเนื่องตั้งแต่ต้นจนจบได้

3. ความแตกต่างในช่องทางที่ใช้ในการสื่อสาร ในการวิจัยของเบอร์โร (Berlo, 1960) ช่องทางซึ่งถือได้ว่าเป็นพาหนะนำสารไปส่งผู้รับสาร โดยนำสารไปส่งประสาหรับความรู้สึกทั้ง 5 ได้แก่

1. ทางการเห็น โดยประสาทตา

2. ทางกรได้ยีน โดยประสาทหู
3. ทางกรได้กลิ่น โดยประสาทจมูก
4. ทางกรสัมผัส โดยประสาทกาย
5. ทางกรลิ้มรส โดยประสาทลิ้น

การสื่อสารแบบอยู่ต่อหน้าจะใช้ช่องทางสื่อสารทั้ง 5 ประการนี้มาประกอบกัน

4. ความแตกต่างกันในสถานการณ์ของการโน้มหน้าใจ ในแต่ละสถานการณ์ที่มีการโน้มหน้าใจเกิดขึ้น ความสำเร็จจะขึ้นอยู่กับสถานการณ์ทางสังคมนั้น ๆ ด้วย เช่น การโน้มหน้าใจให้แก่ผู้รับสารในลักษณะที่คุ้นเคยหรือไม่คุ้นเคยกับผู้รับสารหรือสถานการณ์นั้นสร้างความพอใจ หรือไม่พอใจแก่ผู้รับสาร เหล่านี้จะทำให้มีการตอบสนองจากผู้รับสารแต่ละคนที่แตกต่างกันออกไป

การที่สื่อบุคคลมีอิทธิพลต่อการจูงนั้นมีสาเหตุจากปัจจัยต่างๆ เช่น ความเป็นกันเอง ความน่าเชื่อถือ น่าไว้วางใจ นอกจากนั้นบุคลิกภาพ อุปนิสัยใจคอของผู้เผยแพร่ข่าวสารก็มีบทบาทที่สำคัญอีกด้วยในการก่อให้เกิดความน่าเชื่อถือ น่าเลื่อมใสศรัทธา ในสังคมไทยมักชอบลักษณะที่แสดงออกภายนอก คือ ความสะดวก สวยงาม กิริยามารยาทดีหรือลักษณะที่แสดงออกภายนอก คือ ความสะดวก สวยงาม กิริยามารยาทดีหรือลักษณะของความเป็นผู้ที่ จนเกิดเป็นอคติ (bias) ขึ้นภายในจิตใจ และการที่จะได้รับความชื่นชมจากบุคคลอื่น ๆ นั้น ผู้ส่งสารหรือแหล่งสารควรมีคุณสมบัติดังนี้คือ (กิติมา สุรสนธิ, 2528)

1. เป็นผู้ที่เข้าถึงจิตใจของตนเอง
2. มีจุดมุ่งหมายอันแน่นอน ทำอะไรก็ทำจริงจัง
3. มีการแต่งกายที่เหมาะสม
4. มีท่าทีและกิริยาอาการการเคลื่อนไหวที่ดี
6. มีความซื่อสัตย์
7. รู้จักใช้ถ้อยคำให้เหมาะสมกับกาลเทศะ เหมาะแก่ผู้ฟัง
8. เป็นคนคงเส้นคงวา
9. มีอารมณ์ขัน
10. ไม่เห็นแก่ตัวมากเกินไป
11. แสดงสีหน้าเป็นมิตรกับคนทั่ว ๆ ไป
12. มองโลกในแง่ดี นึกคิดในส่วนที่ดี
13. มีความกระตือรือร้น
14. มีสุขภาพอนามัยสมบูรณ์แข็งแรงดี
15. มีปฏิภาณไหวพริบ
16. มีศิลปะในการคบหาสมาคม

17. มีความรู้รอบตัวอย่างดี
18. เป็นนักกีฬาที่ดี
19. มีศิลปะในการพูด พูดด้วยความจริงใจ
20. มีศิลปะในการดึงดูดใจจิตในผู้พบเห็น

หากผู้นำชุมชน มีคุณสมบัติดังกล่าวหรือสามารถสร้างความประทับใจในด้านบุคลิกภาพ การใช้น้ำเสียง การใช้คำพูด รวมถึงการรับฟังที่ดีได้แล้ว โอกาสที่การสื่อสารระหว่าง ชาวบ้านกับผู้นำชุมชน จะเป็นไปในทางที่ดี สามารถโน้มน้าวใจชาวบ้านให้ยอมรับ และพอใจในตัวผู้นำชุมชนได้ง่ายขึ้น และยินดีปฏิบัติตามด้วยความเต็มใจ และตั้งใจกระทำได้ดียิ่งขึ้นอีกด้วย

แนวคิดเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร

องค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งของการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ คือ ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร ซึ่งเป็นการศึกษาถึงปัจจัย และองค์ประกอบต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อความน่าเชื่อถือ การศึกษาดังกล่าว นี้เป็นประเด็นสำคัญที่แสดงให้เห็นว่าคุณลักษณะของผู้ส่งสารนั้นเกี่ยวข้องกับ การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจอย่างไรโดยทฤษฎีเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของแหล่งสารนั้นมาจากการค้นพบในการวิจัยเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้รับสารในการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ

ซึ่งการวิจัยส่วนใหญ่พบว่า ผู้ที่มีความน่าเชื่อถือสูงจะมีความสามารถในการชักจูงใจมากกว่าผู้ที่มีความน่าเชื่อถือต่ำจะเห็นได้จากงานวิจัยของ โฮฟแลนด์ และ วีส (Hovland and weiss, 1951) ที่ได้ศึกษาอิทธิพลของแหล่งสารข้อมูลในการทำหน้าที่ติดต่อชักจูงโดยเปรียบเทียบระหว่าง ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ และแหล่งข้อมูลที่ไม่มีความน่าเชื่อถือ เพื่อใช้คำพูดหรือแหล่งข่าวสารอย่างเดียวกันในการชักจูงใจผลปรากฏว่าแหล่งสารที่มีความน่าเชื่อถือสูง จะสามารถชักจูงได้ดีกว่า แหล่งสารที่มีความน่าเชื่อถือต่ำซึ่ง ออฟเพนไฮเมอร์ และปรอฟดา (Oppenheimer and Pravda, 1968) ก็มีความคิดที่เหมือนกันคือ บุคคลยังมีความน่าเชื่อถือมากเท่าไร การจูงใจก็ยังมีประสิทธิภาพเท่านั้น

โรเจอร์ส (Rogers, 1969) ยังได้ศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดผลสำเร็จในการสื่อสารเพื่อให้เกิดการยอมรับนวัตกรรม พบว่า การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมจะเกิดขึ้นในกรณีที่ผู้ส่งสารเป็นผู้ที่มีความน่าเชื่อถือสูง แอปเปลไบม (Applbaum, 1973) ได้กล่าวเพิ่มเติมว่าคุณลักษณะหรือบุคลิกลักษณะ (Characteristics) ของผู้ส่งสารก็มีส่วนสำคัญในการที่จะทำให้การให้ข่าวสารของเขาเป็นที่ยอมรับหรือไม่ยอมรับแก่ผู้รับสาร

ดังนั้นการสื่อสารจะประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงไรย่อมขึ้นอยู่กับบรรยากาศแห่งความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารเป็นสำคัญ ด้วยการแสดงออกถึงความตั้งใจจริงที่จะสนองตอบความ

ต้องการของผู้รับสาร จะต้องทำให้ผู้รับสารมีความมั่นใจในตัวผู้ส่งสาร (กรรณิการ์ ศิลปปฏิโกศล) เหมือนดังที่ อริสโตเติล เคยกล่าวไว้เมื่อ 2,000 ปี ล่วงมาแล้วว่า บุคลิกของผู้พูดเป็นสาเหตุของการโน้มน้าวที่สำคัญของการพูด เขาอธิบายว่า “เมื่อผู้ฟังไม่รู้จักจริงในเรื่องที่ฟัง เมื่อความเห็นถูกแบ่งแยก เมื่อนั้นผู้พูดจะมีความหมายมาก (อรรวรรณ ปิลาพันธ์โหวาท, 2542)”

ในขณะที่ อริสโตเติลมองว่า ความน่าเชื่อถือนั้นเกิดจากบุคลิกของผู้ส่งสารแต่นักวิชาการสมัยใหม่กลับมองว่า ความน่าเชื่อถือนั้นขึ้นอยู่กับความรู้ของผู้รับสารไม่ใช่บุคลิกของผู้ส่งสารเพียงอย่างเดียว (เบตติงเฮาส์, 1973)

แอนเดอร์สัน และ เคล์เวนเจอร์ (Anderson and Clevenger, 1963) ได้เสนอความเห็น ว่า ภาพลักษณ์ของผู้ส่งสารต้องเกิดจากการรับรู้ของผู้รับสาร ซึ่งอาจเป็นเฉพาะบุคคลหรือกลุ่มก็ได้ นอกจากนี้ เบร์โล และคณะ (Berlo, Lemert and Mert, 1970) ยังได้ยืนยันว่า ภาพลักษณ์ของผู้ส่งสารเกิดจากการรับรู้ของผู้รับสาร ไม่ใช่เกิดจากบุคลิกของผู้ส่งสาร ทับบ์ และมอส (Tubbs and Moss, 1977) ได้เสริมว่าความน่าเชื่อถือได้หรือความเต็มใจของผู้รับสารที่จะเชื่อในสิ่งที่ผู้อื่นพูดหรือทำทั้งนี้สอดคล้องกับ มิเดิลบรูค (Middlebrook, 1976) ที่เสนอว่า ความน่าเชื่อถือคือ ระดับของความรู้สึกที่ผู้รับสารรู้สึก ว่า ผู้ส่งสารเป็นผู้นำไว้วางใจ และมีความสามารถ ซึ่งผลการทดลองในห้องทดลองทางจิตวิทยา พบว่า การเปลี่ยนแปลงทัศนคติมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารในสายตาของผู้รับสาร

องค์ประกอบของความเชื่อถือ

ในระยะแรกนั้น นักวิชาการมองว่า ความน่าเชื่อถือของแหล่งสารขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ประการคือ ความเชี่ยวชาญ (Expertness) และความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) (Holman และ Kelly, 1953)

ต่อมานักวิจัยหลายคนได้พัฒนามาตรวัดองค์ประกอบความน่าเชื่อถือโดยให้ผู้รับสารเป็นผู้ประเมินความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร ซึ่งทำให้พบองค์ประกอบที่แตกต่างออกไป

เบตติงเฮาส์ (Bettinghaus, 1968) กล่าวว่า ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารตั้งอยู่บนรากฐานของการยอมรับจากผู้รับสารในหลาย ๆ สิ่งของผู้ส่งสารอันประกอบด้วยคุณสมบัติดังต่อไปนี้

1. องค์ประกอบเกี่ยวกับความสามารถ (Competence) ประกอบด้วยการมีคุณค่าความชำนาญ การมีคุณสมบัติ และความสามารถในการหารายได้ให้แก่ตนเองกลุ่มตัวแปรเหล่านี้ทำให้เกิดการยอมรับในความน่าเชื่อถือต่อผู้ส่งสาร

2. องค์ประกอบเกี่ยวกับความปลอดภัย (Safety) ประกอบด้วยความมีไปตรีต่อกันมีเมตตา ไว้วางใจ และเป็นกันเอง กลุ่มตัวแปรเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงความรู้สึกปลอดภัย และไว้ใจในตัวผู้ส่งสาร

3. องค์ประกอบด้านบุคลิกลักษณะ (Characteristics) ประกอบด้วยความเห็นอกเห็นใจ และไม่เป็นแก๊ตตัว ตัวแปรเหล่านี้สะท้อนให้เป็นถึงบุคลิกลักษณะของผู้ส่งสาร

4. องค์ประกอบด้านการสมาคม (Sociability) ประกอบด้วยการมีคุณธรรมมีอัธยาศัยรอบรู้ในเรื่องต่างๆ ไป และมีอารมณ์ดี กลุ่มตัวแปรเหล่านี้แสดงถึงความมีสัมพันธภาพที่ดีต่อกัน

โรเจอร์ส (Rogers, 1969) ได้ศึกษาพบว่า ความน่าเชื่อถือประกอบขึ้นจากปัจจัย 3 ประการคือ ความเชื่อถือได้ (Authenticity) ความเป็นกลาง (Objectivity) ความกระตือรือร้น (Dynamism) และการผ่อนผัน (Respite)

เบอร์โบ และคณะ (Berto, Lemert and Mertz, 1970) ได้ให้ผู้รับสารประเมินองค์ประกอบของความน่าเชื่อถือของแหล่งสารพบปัจจัย 3 ประการคือ (อรวรรณ ปิรันธน์โอวาท, 2542)

1. ปัจจัยที่สร้างความอบอุ่นใจ (Safety Facto) ผู้ส่งสารที่จะมีคุณลักษณะด้านนี้ได้ ต้องมีคุณสมบัติต่อไปนี้

- ใจดี (Kind)
- เข้ากันคนอื่นได้ง่าย (Congenial)
- มีความเป็นเพื่อน (Friendly)
- ไม่ขัดคอใคร (Agreeable)
- น่าคบ (Pleasant)
- สุภาพ (Gentle)
- ไม่เห็นแก่ตัว (Unselfish)
- ยุติธรรม (Just)
- รู้จักให้อภัย (Forgiving)
- เอื้อเฟื้อ (Hospitable)
- ร่าเริง
- มีศีลธรรม
- อุดหนุน
- สงบเยือกเย็น

2. ปัจจัยที่เป็นคุณสมบัติของผู้ส่งสาร (Qualification Factor) ส่วนใหญ่ปัจจัยนี้จะเน้นความรู้ ความชำนาญ ประสบการณ์ของผู้ส่งสาร คุณสมบัติเหล่านี้ อาทิ เช่น

- มีประสบการณ์ด้านใดด้านหนึ่ง (Experienced)
- ได้รับการฝึกฝน (Trained)
- มีความชำนาญ (Skilled)
- มีอำนาจในหน้าที่ (Authoritative)

- มีความสามารถ (Able)
- มีเชาวน์ปัญญา (Intelligent)

3. ปัจจัยด้านพลวัตของผู้ส่งสาร (Dynamism Factor) ปัจจัยนี้คือ ปัจจัยที่แสดง ความคล่องแคล่ว กระตือรือร้น ความไม่เฉื่อยชาของผู้ส่งสาร ลักษณะเหล่านี้ ได้แก่

- มุทะลุ (Aggressive)
- รู้จักเอาใจเขามาใส่ใจเรา (Empathic)
- ตรงไปตรงมา (Frank)
- กล้า (Bold)
- กระตือรือร้น (Active)
- รวดเร็ว (Fast)
- คล่องแคล่ว (Energetic)

จากปัจจัยทั้ง 3 ประการดังกล่าว หากผู้รับสารพิจารณาว่าผู้ส่งสารมีคุณสมบัติดังกล่าวแล้ว กล่าวได้ว่าผู้ส่งสารมีความสามารถในการโน้มน้าวใจได้ เชื่อกันว่าเรื่องที่ผู้ส่งสารพูดจะมีความสำคัญน้อยกว่าบุคลิกภาพของตัวผู้ส่งสารเอง ซึ่งจะมีพลังสำคัญในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติผู้รับสารได้มากกว่า หรืออีกนัยหนึ่งถ้าผู้ฟังเห็นว่าผู้พูดเป็นผู้ที่ไม่น่าเชื่อถือแล้วไม่ว่าเรื่องที่พูดเป็นเรื่องอะไรก็ย่อมจะไม่น่าเชื่อถือไปด้วย

ชิมป์ (Shimp, 1979) ได้กล่าวถึงความหมายของความน่าเชื่อถือไว้ว่าความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร (Source Credibility) ก็คือ ชุดของการรับรู้ (An Entire Set of Perception) ที่ผู้รับสารมีต่อผู้ส่งสาร ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 มิติ ดังนี้

1. ความเชี่ยวชาญ (Expertise) หมายถึงการที่ผู้รับสารประเมินว่าผู้ส่งสารมีความรู้ มีประสบการณ์ มีทักษะและมีความชำนาญทั้งยังมีความสามารถในการสื่อสารเรื่องในเรื่องหนึ่ง
2. ความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) หมายถึงการที่ผู้รับสารประเมินว่าผู้ส่งสารมีความซื่อตรง อบอุ่นใจเมื่อได้ใกล้ชิดหรือสื่อสารด้วย
3. ความคล่องแคล่ว (Dynamic) หมายถึงการที่ผู้รับสารประเมินว่าผู้ส่งสารมีลักษณะกระตือรือร้น มีการตื่นตัว รวดเร็ว เป็นต้น
4. ความมีศักยภาพ (Potential) ในที่นี้หมายถึง ปัจจัยอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นในด้านรูปร่างที่สง่างาม เสียง น้ำเสียง ตลอดจนการที่มีหน้าตาดี เป็นต้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในประเทศ

วริศรา วราลักษณ์(2538) ศึกษา การรับรู้ข่าวสารความรู้เรื่องสิ่งเสพติดและการป้องกันสิ่งเสพติดจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักเรียนเปิดรับข้อมูลจากสื่อมวลชนทุกประเภทบ่อยพอสมควร และมีระดับความรู้ ความเข้าใจพอสมควรในเนื้อหาการป้องกันสิ่งเสพติด รองลงมาคือ อันตรายของสิ่งเสพติด ลักษณะของผู้ติดยาเสพติดด้านสื่อบุคคล พบว่า ผู้ที่สนทนาเรื่องสิ่งเสพติดและการป้องกันสิ่งเสพติดมากที่สุด คือ ครู อาจารย์ รองลงมาคือ มารดา และเพื่อนสนิท ผู้ที่ทำให้เข้าใจมากที่สุด คือ ครู อาจารย์

ธนวดี บุญลือ และคณะ (2538) ศึกษา การสื่อสารเพื่อการป้องกันยาเสพติดในสถานประกอบการอุตสาหกรรม โดยศึกษาถึงพฤติกรรมสื่อสาร ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับยาเสพติดและการป้องกันในกลุ่มผู้ใช้แรงงานในอุตสาหกรรมที่มีสารระเหยในการประกอบการและอุตสาหกรรมผลิตอาหาร พบว่า กลุ่มผู้ใช้แรงงานในโรงงานอุตสาหกรรมมีการเปิดรับโทรทัศน์มากที่สุด เปิดรับหนังสือพิมพ์และวิทยุ รองลงมาตามลำดับ และเป็นการเปิดรับรายการทุกประเภท ทั้งบันเทิงและข่าว โดยเปิดรับตั้งแต่ 19.00 น. เป็นต้นไป ทั้ง 2 สื่อ การรับรู้ข่าวสารด้านยาเสพติดจากสื่อวิทยุและหนังสือพิมพ์ปริมาณน้อยมาก แต่มีพอสมควรจากสื่อโทรทัศน์ในรูปของสลิปตโฆษณาสั้น ๆ หรือข้อความเตือนสติมิให้ใช้ยาเสพติด

ในแง่ของบุคคลที่คนงานได้พบปะและสนทนาเป็นประจำและได้ใช้เวลามากพอสมควร ได้แก่ เพื่อนในที่ทำงาน สารระเหยที่คุยกันเป็นเรื่องทั่ว ๆ ไป ส่วนเพื่อนสนิทมีน้อย แต่ได้พูดคุยบ้าง ส่วนสื่อที่กลุ่มคนงานไว้วางใจในการปรึกษาหารือเรื่องทั่ว ๆ ไป คือ บิดามารดา คู่ครอง และเพื่อน ตามลำดับ ส่วนบุคคลที่กลุ่มคนงานไว้วางใจในการปรึกษาหารือเรื่องปัญหายาเสพติด คือ พ่อแม่ เพื่อนแพทย์ บุคคลที่กลุ่มคนงานไว้วางใจเชื่อถือ คือ บิดา มารดา พระ และเพื่อน ตามลำดับ

นอกจากนั้น ยังพบว่า คนงานมีความรู้เกี่ยวกับยาเสพติดในระดับปานกลาง แต่มีทัศนคติเกี่ยวกับการแก้ไข้ปัญหาและการใช้ยาเสพติด โทรทัศน์เป็นสื่อที่คนงานให้ความสนใจสำหรับการเผยแพร่ความรู้ด้านยาเสพติด โดยชี้แจงถึงอันตรายและโทษของยาเสพติด

ศรเทพ เริงยุทธนาชีวิน(2538) ศึกษา การสื่อสารเพื่อการป้องกันยาเสพติดของกลุ่มผู้ใช้แรงงานโรงงานอุตสาหกรรมในเขตกรุงเทพ และปริมณฑล พบว่า ผู้ใช้แรงงานส่วนใหญ่จะได้รับข่าวสารเรื่องยาเสพติดและการป้องกันจากโทรทัศน์มากที่สุด ส่วนความรู้เรื่องสารเสพติดกับผู้ใช้แรงงานส่วนใหญ่จะทราบว่าจะอะไรคือสารเสพติด แต่จะไม่ทราบถึงอันตรายของยาเสพติดและ

ประเภท สื่อที่น่าเชื่อถือที่สุดเรื่องโทษพิษของยาเสพติดคือ สื่อบุคคล ได้แก่ พ่อแม่ ส่วนอายุ การศึกษา รายได้ของผู้ใช้แรงงานในโรงงานอุตสาหกรรมมีความสัมพันธ์กับอัตราการเปิดรับสารด้านการป้องกันยาเสพติดทางสื่อมวลชนและสื่อบุคคล ส่วนเพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระยะเวลาในการทำงานของผู้ใช้แรงงานในโรงงานอุตสาหกรรมไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับสารด้านการป้องกันยาเสพติดจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคล

รายได้ การศึกษาของผู้ใช้แรงงานในโรงงานอุตสาหกรรมมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับสารด้านการป้องกันยาเสพติดที่ได้รับจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคล ส่วนเพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระยะเวลาในการทำงานของผู้ใช้แรงงานในโรงงานอุตสาหกรรมไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับสารด้านการป้องกันยาเสพติดจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคล

การศึกษาของผู้ใช้แรงงานในโรงงานอุตสาหกรรมมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการใช้ยาเสพติดและการป้องกัน ส่วนเพศ อายุ รายได้ สถานภาพการสมรส ระยะเวลาในการทำงานของผู้ใช้แรงงานในโรงงานอุตสาหกรรม ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการใช้ยาเสพติดและการป้องกัน

นอกจากนั้น พบว่า อัตราการเปิดรับสารด้านการป้องกันยาเสพติดจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับความรู้และทัศนคติต่อการใช้ยาเสพติดและการป้องกัน

ขวัญใจ ผลิเจริญสุข(2539) ศึกษา การสื่อสารในครอบครัว กับความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับยาบ้าของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่มีรูปแบบการสื่อสารในครอบครัวแบบเปิด สื่อมวลชนที่นักเรียนส่วนใหญ่เปิดรับบ่อยที่สุด คือ โทรทัศน์ ส่วนผลของการเปิดรับเรื่องราวเกี่ยวกับยาบ้าจากสื่อโทรทัศน์ทำให้หลีกเลี่ยงพฤติกรรมเสี่ยงในการลองเสพ สื่อวิทยุทำให้เกรงกลัวอันตราย และสื่อหนังสือพิมพ์ทำให้ได้รับความรู้ ความเข้าใจ นักเรียนมีความรู้เกี่ยวกับยาบ้าในระดับปานกลาง และเห็นด้วยกับการต่อต้านการเสพยาบ้า เมื่อทำสมมติฐานในการวิจัยได้ผลดังนี้ คือ นักเรียนที่มีรูปแบบการสื่อสารในครอบครัวที่ต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ แต่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับวิทยุ โดยพบว่ามีรูปแบบการสื่อสารในครอบครัวแบบเปิด มีการเปิดรับมากกว่ารูปแบบการสื่อสารในครอบครัวแบบปิด

นอกจากนั้น ยังพบว่า รูปแบบการสื่อสารในครอบครัวไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับยาบ้า การรับรู้ข่าวสารจากโทรทัศน์และวิทยุ ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับยาบ้า ส่วนการเปิดรับหนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับยาบ้า แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการป้องกันการเสพยาบ้า นักเรียนหญิงและนักเรียนชาย มีความรู้และทัศนคติ

ติเกี่ยวกับยาบ้าไม่แตกต่างกัน และนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1, 2 และ 3 มีความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับยาบ้าไม่แตกต่างกัน

ถนอมนุช พัทธกิจโกศล (2540) ศึกษา ปัจจัยทางสังคม พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับความรู้และทัศนคติที่มีต่อการป้องกันการใช้ยาบ้าของผู้ใช้แรงงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรมในจังหวัดนนทบุรี พบว่า ระดับการศึกษา อายุ สถานภาพการสมรส ขนาดของโรงงานแตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับยาบ้าแตกต่างกัน เพศแตกต่างกันมีความรู้เกี่ยวกับยาบ้าไม่แตกต่างกัน สถานภาพการสมรสแตกต่างกันมีทัศนคติต่อการป้องกันการใช้ยาบ้าแตกต่างกัน ส่วนระดับการศึกษา เพศ อายุ และขนาดของโรงงานแตกต่างกันมีทัศนคติต่อการป้องกันการใช้ยาบ้าไม่แตกต่างกัน

พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารเรื่องยาบ้า จากเจ้าหน้าที่ในที่ทำงาน มีความสัมพันธ์เชิงลบกับความรู้เกี่ยวกับยาบ้า ส่วนการเปิดรับสื่ออื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับยาบ้า และพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารเรื่องยาบ้าจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการป้องกันการใช้ยาบ้า

การรับรู้ข่าวสารเรื่องยาบ้าผ่านสื่อบุคคลที่เป็นเจ้าหน้าที่ในที่ทำงาน และหนังสือพิมพ์ และระดับการศึกษา อธิบายความรู้เกี่ยวกับยาบ้าได้ตามลำดับ โดยอายุ และการรับรู้ข่าวสารเรื่องยาบ้าผ่านสื่อบุคคลที่เป็นเจ้าหน้าที่ในที่ทำงานมีความสัมพันธ์ในทางลบ ในขณะที่การรับรู้ข่าวสารเรื่องยาบ้าผ่านทางหนังสือพิมพ์และระดับการศึกษามีความสัมพันธ์ในทางบวก และสถานภาพการสมรสของผู้ใช้แรงงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรมเป็นตัวแปรเพียงตัวเดียวที่อธิบายทัศนคติเกี่ยวกับการป้องกันการใช้ยาบ้า

เกยูร ชิวหาภาณุจณ์ (2541) ศึกษา การรับรู้ข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติเกี่ยวกับการป้องกันยาเสพติดของกลุ่มผู้ใช้แรงงานในโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ระดับการศึกษา อายุ แตกต่างกันมีความรู้เกี่ยวกับยาเสพติดแตกต่างกัน เพศ สถานภาพสมรส รายได้แตกต่างกันมีความรู้เกี่ยวกับยาเสพติดไม่แตกต่างกัน อายุแตกต่างกันมีทัศนคติเกี่ยวกับการป้องกันตนเองจากยาเสพติดแตกต่างกัน เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้ แตกต่างกันมีทัศนคติเกี่ยวกับการป้องกันตนเองจากยาเสพติดไม่แตกต่างกัน

พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับยาเสพติดจากลูก มีความสัมพันธ์เชิงลบกับความรู้เกี่ยวกับยาเสพติด ส่วนการเปิดรับสื่ออื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับยาเสพติด พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนประเภทสื่อหนังสือพิมพ์ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับการป้องกันตนเองจากยาเสพติด ส่วนการเปิดรับสื่ออื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับการป้องกันตนเองจากยาเสพติด พฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจไม่สัมพันธ์ ส่วนการ

เปิดรับสื่อมวลชน ความรู้เกี่ยวกับยาเสพติด และทัศนคติเกี่ยวกับการป้องกันตนเองจากยาเสพติด
ไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์

นอกจากนั้น ระดับความรู้เกี่ยวกับยาเสพติด และการป้องกันตนเองจากยาเสพติด มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับทัศนคติเกี่ยวกับการป้องกันตนเองจากยาเสพติด และความรู้เกี่ยวกับยาเสพติด เป็นตัวแปรเดียวที่สามารถอธิบายทัศนคติเกี่ยวกับการป้องกันตนเองจากยาเสพติด

จิตรา ธนสารเสถียร (2541) ศึกษา การสื่อสาร ความรู้ ทัศนคติ และทักษะการปฏิเสธสิ่งเสพติดของนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศ ระดับชั้นเรียน และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนแตกต่างกันมีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งเสพติดแตกต่างกัน ลักษณะครอบครัวแตกต่างกันมีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งเสพติดไม่แตกต่างกัน เพศ ระดับชั้นเรียน และลักษณะทางครอบครัวแตกต่างกันมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งเสพติดไม่แตกต่างกัน เพศ และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่างกันมีทัศนคติต่อการป้องกันสิ่งเสพติดแตกต่างกัน ส่วนระดับชั้นเรียน และลักษณะครอบครัวแตกต่างกันมีทัศนคติต่อการป้องกันสิ่งเสพติดไม่แตกต่างกัน เพศ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และลักษณะครอบครัวแตกต่างกันมีทักษะปฏิเสธสิ่งเสพติดแตกต่างกัน ส่วนระดับชั้นเรียนแตกต่างกัน มีทักษะการปฏิเสธสิ่งเสพติดไม่แตกต่างกัน

การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งเสพติด ความรู้เรื่องสิ่งเสพติด และทัศนคติต่อการป้องกันสิ่งเสพติด มีความสัมพันธ์ในทางบวกต่อทักษะการปฏิเสธสิ่งเสพติด

ทัศนคติต่อการป้องกันสิ่งเสพติด เพศ การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งเสพติด และลักษณะครอบครัวสามารถอธิบายทักษะการปฏิเสธสิ่งเสพติดได้ตามลำดับ

ชลลดา สมุทพงษ์ (2541) ศึกษา อิทธิพลของการสื่อสารในการป้องกันยาเสพติดของนักเรียนอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปริมาณการเปิดรับข่าวสารของนักเรียนอาชีวศึกษามีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการป้องกันยาเสพติด ส่วนปริมาณการเปิดรับข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติและทักษะการปฏิเสธในการป้องกันยาเสพติด ตัวแปรที่อธิบายการมีส่วนร่วมในการป้องกันยาเสพติด คือ การเปิดรับข่าวสารในการป้องกันยาเสพติด และสาขาวิชาศึกษา

สมชัย รักวิจิตร สรุปผลการวิจัยเกี่ยวกับความเป็นผู้นำหมู่บ้านในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทยว่า ผู้นำมักเป็นผู้ได้รับการศึกษาดี มีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม มีความมั่นใจในตนเอง มีความรับผิดชอบ มีความซื่อสัตย์สุจริต มีมนุษยสัมพันธ์ มีความคิดริเริ่มและกล้าเสียสละทดลองหาสิ่งแปลกใหม่ และมีความมุ่งมั่นในการที่จะพัฒนาหมู่บ้านให้ก้าวหน้ากว่าที่เป็นอยู่

ปัจจุบัน เป็นผู้ได้รับการยอมรับนับถือจากชาวบ้าน ในด้านมนุษยสัมพันธ์พบว่า ร้อยละ 70 ของผู้นำและร้อยละ 71 ของผู้มิใช่ผู้นำแสดงเจตนาารมณ์ที่จะเชื่อฟังคำสั่งของผู้นำบางคนโดยปราศจากเงื่อนไข แม้ว่าการทำตามคำสั่งนั้นจะเสี่ยงกับอันตรายหรือความยากลำบากก็ตามเพราะเขาเหล่านั้นมีความศรัทธาและมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน

สมบุญธน์ ขวัญเย็น (2521) ศึกษาพฤติกรรมความเป็นผู้นำของนักเรียนมัธยมศึกษาในภาคกลาง พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่มีความรับผิดชอบการวางแผน ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ความมีจิตใจเข้มแข็งอดทน และความมีเหตุผล อยู่ในระดับต่ำ ไม่เป็นที่พึงประสงค์ตามเกณฑ์ของผู้วิจัย แต่พฤติกรรมด้านการยอมรับความคิดเห็นผู้อื่น ความมีมนุษยสัมพันธ์ ความสามารถในการตัดสินใจ ความเชื่อมั่นในตนเอง ความมีคุณธรรมและความซื่อสัตย์สุจริต อยู่ในเกณฑ์ดีเป็นที่พึงพอใจของผู้วิจัย ผลของการวิจัยนี้ส่วนใหญ่สอดคล้องกับงานวิจัยของผจง คุณชลิกันันท์ (2521) ซึ่งศึกษาพฤติกรรมความเป็นผู้นำของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นในภาคเหนืออย่าง ลีละชาติ ซึ่งศึกษาเรื่องเดียวกันในภาคตะวันออกและรัศมี ภิบาลแทน ในภาคใต้ ตลอดจนของบุปผา สิงห์คำ ที่ทำการศึกษาเรื่องดังกล่าวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือในเวลา 2 ปีต่อมา

เลิศ ไชยณรงค์ (2525) ได้ศึกษาวิจัยพฤติกรรมผู้นำของคณาจารย์ โดยนำเอากรอบแนวความคิดทฤษฎีภาวะผู้นำของ วิลเลียม เจ เรดดีน (William J. Reddin) มาจำแนกแยกและประเภทของผู้นำเพื่อดูว่าจะมีความสัมพันธ์กับคุณสมบัติส่วนตัวของผู้นำ ประสิทธิภาพในการทำงานของผู้นำและพฤติกรรมการทำงานของพนักงานในองค์กรหรือไม่ผลจากการศึกษาพบว่าประเภทของผู้นำไม่มีความสัมพันธ์กับคุณสมบัติส่วนตัวของผู้นำ ในขณะที่เดียวกันก็ไม่มีความสัมพันธ์ที่แน่นอนกับพฤติกรรมการทำงานของพนักงานในองค์กรแต่อย่างใด รวมทั้งไม่มีความสัมพันธ์โดยตรงต่อประสิทธิผลในการทำงานของผู้นำ แต่อาจจะมีส่วนเสริมสร้างให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพสูงขึ้นบ้าง

อุทัย ทันตสุวรรณ (2527) ได้ศึกษาสำรวจลักษณะความเป็นผู้นำของนักเรียนรวมเหล่าพบว่า ลักษณะความเป็นผู้นำของนักเรียนรวมเหล่าของแต่ละคุณลักษณะมีค่าใกล้เคียงกันมากและเมื่อนำไปเปรียบเทียบกับนักเรียนเหล่านักเรียนนายร้อยตำรวจและค่าปรกติวิสัยของแต่ละคุณลักษณะในเหล่าเดียวกัน ก็ไม่แตกต่างกัน นอกจากคุณลักษณะความซื่อสัตย์สุจริตของตำรวจเท่านั้น

จวงจันทร์ พวงจันทร์แดง (2526) ได้ศึกษาภาวะผู้นำของนักเรียนประถมศึกษาพบว่านักเรียนประถมศึกษามีภาวะผู้นำอยู่ในระดับสูงทุกหมวดของคุณลักษณะผู้นำโดยนักเรียนหญิงจะมี

ภาวะผู้นำสูงกว่านักเรียนชาย นักเรียนในโครงการจัดกิจกรรมประชาธิปไตยมีคุณลักษณะผู้นำด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สูงกว่านักเรียนในโรงเรียนธรรมดา นักเรียนในโรงเรียนธรรมดามีคุณลักษณะผู้นำด้านทักษะการแก้ปัญหาและประนีประนอม ความยุติธรรม ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่และบุคลิกภาพเกี่ยวกับลักษณะท่าทางดีกว่า นักเรียนชายมีคุณลักษณะผู้นำด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สูงกว่า นักเรียนหญิงแต่ นักเรียนหญิงมีคุณลักษณะผู้นำด้านทักษะการแก้ปัญหาและประนีประนอม ความมีเหตุผล ความมีเมตตา กรุณา การเสียสละเห็นอกเห็นใจ บุคลิกภาพ เกี่ยวกับท่าทาง ความกล้า และการควบคุมอารมณ์สูงกว่านักเรียนชาย

อัญชลี ไพบูลย์ (2530) ได้ศึกษาบทบาทของความสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา ในลักษณะของการมีปฏิสัมพันธ์เกี่ยวข้องกัน เพื่อพิจารณาว่าภาวะผู้นำของผู้บังคับบัญชาจะมีผลต่อแรงจูงใจในการทำงานของผู้ใต้บังคับบัญชาหรือไม่เพียงใด ทั้งนี้โดยนำเอาแนวความคิดในการแบ่งแบบภาวะผู้นำของกลุ่มนักทฤษฎีเกี่ยวกับความเป็นมนุษย์ อันได้แก่แนวคิดของ Tannenbaum & Schmidt กลุ่มนักวิจัยแห่งมหาวิทยาลัย Ohio, Blake และ Mouton และ Reddin มาใช้เป็นกรอบในการศึกษาวิจัย พบว่า แบบภาวะผู้นำของผู้บังคับบัญชาจำนวน 6 ประเภท ลักษณะการใช้ภาวะผู้นำ ลักษณะการจูงใจ การติดต่อสื่อสาร การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา และการตัดสินใจมีความสัมพันธ์

วันทนา ถิ่นกาญจน์ (2539) ทำการศึกษาสมรรถนะภาวะผู้นำที่พึงประสงค์ของบัณฑิตสาขาพยาบาลศาสตร์โดยมีการดำเนินการวิจัยตามเทคนิคเดลฟาย ผลการวิจัยสรุปได้ว่า

สมรรถนะภาวะผู้นำที่พึงประสงค์ของบัณฑิตสาขาพยาบาลศาสตร์ที่ผู้เชี่ยวชาญมีกคคิดเห็นสอดคล้องกัน ประกอบด้วยสมรรถนะหลัก 8 สมรรถนะ คือ 1) บุคลิกภาพ 2) ความรู้และสติปัญญา 3) สมรรถนะเชิงวิชาชีพ 4) สมรรถนะเชิงบริหาร 5) สมรรถนะเชิงจริยธรรม 6) สมรรถนะเชิงการเมือง 7) สมรรถนะเชิงธุรกิจ และการตลาด 8) สมรรถนะด้านการใช้เทคโนโลยีและภาษาต่างประเทศ

ดวงพร ศรีจันทร์ (2540) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล การมีส่วนร่วมในกิจกรรมนักศึกษา สภาพแวดล้อมของวิทยาลัย กับภาวะผู้นำของนักศึกษาพยาบาล วิทยาลัยพยาบาล สังกัดกระทรวงสาธารณสุข พบว่า ค่าเฉลี่ยภาวะผู้นำของนักศึกษาพยาบาลโดยรวมอยู่ในระดับสูง สมรรถนะเชิงจริยธรรม สมรรถนะเชิงการเมือง เศรษฐกิจและสังคม สมรรถนะด้านบุคลิกภาพ สมรรถนะเชิงวิชาชีพ และสมรรถนะเชิงบริหารอยู่ในระดับสูง ส่วนสมรรถนะด้านความรู้ และสติปัญญา และสมรรถนะการใช้เทคโนโลยี และภาษาต่างประเทศ อยู่ในระดับปานกลาง

โดยเกรดเฉลี่ยสะสมมีความสัมพันธ์ทางบวก ส่วนอายุ ลำดับบุตรในครอบครัว รายได้ของครอบครัว ชั้นปี การมีส่วนร่วมในกิจกรรมนักศึกษา และสภาพแวดล้อมของวิทยาลัยพยาบาลไม่มีความสัมพันธ์กับภาวะผู้นำของนักศึกษาพยาบาล ส่วนตัวแปรที่ร่วมกันพยากรณ์ภาวะผู้นำของนักศึกษาพยาบาล คือ สภาพแวดล้อมของวิทยาลัยพยาบาล และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมนักศึกษา

จากผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศจะเห็นได้ว่า ผู้นำควรมีภาวะในด้าน ความรับผิดชอบ ความคิดสร้างสรรค์ ความมีมนุษยสัมพันธ์ ความมีคุณธรรม ความเชื่อมั่นในตนเอง ความกล้าที่จะเปลี่ยนแปลงไปสู่สิ่งที่ดีกว่า และความมุ่งมั่นหรือความศรัทธาในงานพัฒนาแต่ลักษณะดังกล่าวจะแตกต่างกันตามลักษณะทางประชากรของแต่ละบุคคล

ในประเทศได้มีงานวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจโดยพิจารณาจากความน่าเชื่อถือในหลายมุมมอง เช่น พิจารณาจากปัจจัยองค์ประกอบของความน่าเชื่อถือ การศึกษาปัจจัยทางประชากรศาสตร์บางประการของผู้ส่งสารที่จะมีอิทธิพลต่อความน่าเชื่อถือ พิจารณาจากคุณสมบัติของผู้ส่งสารที่ผู้ส่งสารต้องการ เป็นต้น

งานวิจัยที่พิจารณาปัจจัยองค์ประกอบของความน่าเชื่อถือที่จะมีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมหรือการเข้าร่วมโครงการต่างๆ ได้แก่ กรรณิการ์ มูเน (2525) ที่ศึกษาถึงบทบาทของพระสงฆ์ต่อการพัฒนาท้องถิ่น โดยศึกษาเฉพาะกรณีโครงการสหบาลข่าว ณ หมู่บ้านท่าลั่ววาง ต.เมือง จ.สุรินทร์พบว่าปัจจัยความน่าเชื่อถือที่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการเข้าร่วมเป็นสมาชิกโครงการสหบาลข่าว คือ

1. ความน่าไว้วางใจในตัวพระสงฆ์ ได้แก่ ความจริงใจ ความเสียสละ และความเมตตา กรุณา

2. ความสามารถในตัวพระสงฆ์ ได้แก่ ความรู้ความชำนาญ และความมีสติปัญญา

3. ความกระตือรือร้นในตัวพระสงฆ์

4. การสื่อสารระหว่างบุคคลในตัวพระสงฆ์

5. ความบ่อยครั้งในการสื่อสารระหว่างบุคคลของประชาชน

นอกจากนี้ยังพบว่า ความน่าไว้วางใจในตัวพระสงฆ์เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการเข้าร่วมเป็นสมาชิกโครงการสหบาลข่าวได้มากที่สุด รองลงมาเป็นตัวแปรเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างบุคคล และความกระตือรือร้นในตัวพระสงฆ์ส่วนตัวแปรอื่น ๆ อีก 3 ตัวคือ ทักษะในการสื่อสารในตัวพระสงฆ์ พบว่า ตัวแปรแต่ละตัวนี้มีอิทธิพลโดยตรงต่อการยอมรับการเข้าร่วมการเป็นสมาชิกโครงการสหบาลข่าวน้อย จึงไม่ถือว่าเป็นตัวแปรที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจยอมรับการเข้าร่วมเป็นสมาชิกโครงการสหบาลข่าว

วุฒิชชาติ สุนทรสมัย (2534) ได้ศึกษาถึงปัจจัยทางการสื่อสารระหว่างบุคคลของตัวแทนประกันชีวิตที่มีผลในการโน้มน้าวใจให้มีการทำประกันชีวิตซึ่งแบ่งได้เป็น 2 ส่วนคือ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ และปัจจัยพฤติกรรมการสื่อสาร พบว่าปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของตัวแทนประกันชีวิต ที่มีผลโน้มน้าวใจผู้ทำประกันชีวิตมี 3 ปัจจัยตามลำดับความสำคัญดังนี้

1. ปัจจัยด้านความมีคุณสมบัติหรือความเชี่ยวชาญ เช่น ความสามารถในการพูด ความฉลาด ความรอบรู้ในเรื่องการประกันชีวิตและความสามารถในการเป็นผู้นำเป็นต้น
2. ปัจจัยด้านความน่าไว้วางใจ เช่น ความสภาพเรียบร้อยความซื่อสัตย์ ความเป็นอกเห็นใจผู้อื่น ความเป็นมิตร ความรับผิดชอบ ความอดทน ความสงบเยือกเย็น และความสุ่มรอบคอบเป็นต้น
3. ปัจจัยความมีศักยภาพทางกายภาพ เช่น ความสูงของร่างกาย ความแข็งแรง น้ำเสียงดี รูปร่างหน้าตาดี เป็นต้น

นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มอายุ เพศ ความสัมพันธ์ก่อนทำประกันชีวิต เวลาที่รู้จักกันและบริษัทของตัวแทนประกันชีวิตไม่มีความสัมพันธ์กับความน่าเชื่อถือที่ผู้ทำประกันชีวิตมีต่อตัวแทนประกันชีวิต ในขณะที่เพศ อายุ ของผู้ทำประกันชีวิต ระยะเวลาที่รู้จักกันของผู้ทำประกันชีวิตกับตัวแทนประกันชีวิต ความน่าเชื่อถือและพฤติกรรมการสื่อสารมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กับความพึงพอใจในตัวแทนประกันชีวิต และทำประกันชีวิตในที่สุด

นำชัย ทนุผล แบะสนิลา ทนุปล (2535) ศึกษาเรื่องลักษณะของพนักงานส่งเสริมการขายที่มีความน่าเชื่อถือตามการรับรู้ของเกษตรกรผู้นำในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าพนักงานส่งเสริมการขายที่มีความมั่นใจในตนเอง ต่อสู้ ตื่นเต้นและกระฉับแจอยู่เสมอแล้ว พนักงานส่งเสริมการขายจะได้รับความน่าเชื่อถือในระดับสูงจากชาวบ้าน แต่ถ้าพนักงานส่งเสริมการขายมีลักษณะอ่อนล้า อ่อนไหว ลังเลและขี้อาย พนักงานส่งเสริมการขายจะไม่ได้ได้รับความน่าเชื่อถือหรือได้รับความน่าเชื่อถือในระดับต่ำจากชาวบ้าน

ธวัชชัย กิจรัตน์กุล (2547) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร โดยศึกษาความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่วิเคาระห์งบประมาณด้านการศึกษาทั้งด้านความมั่นคงของสำนักงานงบประมาณ ผลการวิจัย: ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารได้แก่

1. ปัจจัยและองค์ประกอบในเรื่องของการสร้างความอบอุ่นใจ
2. ปัจจัยและองค์ประกอบในเรื่องของคุณสมบัติเฉพาะตัว
3. ด้านพลวัตของผู้ส่งสาร

4. นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่น่าจะมีผลต่อความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร ได้แก่ ความแม่นยำ ข้อมูล ความเข้าใจในเนื้อหาสาระ มีพื้นฐานทางด้านจริยธรรม คุณธรรม และจรรยาบรรณในอาชีพ เป็นคนตรงไปตรงมา มีความสามารถในการตัดสินใจได้เด็ดขาด มีความจริงใจร่วมแก้ปัญหา เป็นผู้มีความรู้ความสามารถ รับผิดชอบงานนี้มาเป็นเวลานาน มีความสามารถในการประสานงาน เป็นต้น

ดวงพร บุณยะสาระนนท์ (2543) ศึกษาการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจของผู้บริหารงานลูกค้าใน บ. ตัวแทนโฆษณา โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพผลการวิจัยพบว่า

1. วิธีการที่ใช้ในการโน้มน้าวใจ คือการใช้เหตุผลและหลักฐาน

2. ปัจจัยที่ช่วยเสริมให้สามารถโน้มน้าวใจลูกค้าคือ

2.1 ความน่าเชื่อถือของผู้บริหารลูกค้าประกอบด้วย

- ความเชี่ยวชาญสามารถ
- ความน่าไว้วางใจ
- ความคล่องแคล่วกระฉับกระเฉง

2.2 บุคลิกภาพการแต่งกายของผู้บริหารงานลูกค้าคือ ผู้บริหารที่แต่งกายเป็นทางการ ดูดี สภาพ สามารถสร้างความพึงพอใจ และโน้มน้าวใจลูกค้าได้

2.3 ความสัมพันธ์นั้น พบว่าการให้เกียรติ เคารพยกย่อง ความคุ้นเคย การชวนคุยเรื่องทั่ว ๆ ไป ทำให้เกิดความสนิทสนมไว้วางใจ การทำงานมีการปรึกษาหารือกันซึ่งสามารถโน้มน้าวใจได้ง่ายเมื่อนำเสนอผลงาน

3. ปัญหาที่เกิดขึ้นในการโน้มน้าวใจของผู้บริหารคือขาดความน่าเชื่อถือ เนื่องจากไม่มีความพร้อม ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ในการทำงานโฆษณา การขาดอำนาจการตัดสินใจ การควบคุมอารมณ์

ในส่วนของงานวิจัยที่พิจารณาจากคุณสมบัติของตัวผู้ส่งสารตามความต้องการของผู้รับสาร ดังรายงานวิจัยของ อธิษฐ์ พรหมศิริ (2527) ที่ศึกษาถึงคุณลักษณะของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมงานนวัตกรรมพบว่าคุณลักษณะ 8 ประการที่ทำการศึกษามีความสำคัญต่อการทำงานของผู้จัดการศูนย์วิชาการเคลื่อนที่ โดยที่ความน่าเชื่อถือของผู้จัดการศูนย์ เป็นหนึ่งในแปดของคุณลักษณะดังนี้คือ

1. การทำงานเพื่อประโยชน์ หรือความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
2. ความพยายามที่จะทำงานให้สำเร็จ
3. ความสามารถที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายเรียนรู้และรู้จักนวัตกรรมด้วยตนเอง
4. ความสามารถในการแสวงหา และใช้ผู้นำทางความคิด

5. ความน่าเชื่อถือของเจ้าหน้าที่ส่งเสริม
6. การทำให้เข้ากันได้ระหว่างความต้องการของกลุ่มเป้าหมายกับนวัตกรรม
7. ความสามารถในการเข้าใจบุคคลในกลุ่มเป้าหมาย
8. ลักษณะที่คล้ายคลึงกันระหว่างเจ้าหน้าที่ส่งเสริมกลุ่มเป้าหมาย

ดวงใจ เครือณรงค์(2534) ได้สอบถามความคิดเห็นของชาวบ้าน อ.ฉวาง

จ. นครศรีธรรมราช ในเรื่องคุณลักษณะของครูอาสาสมัครพบว่า ชาวบ้านส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต้องการให้ครูอาสาสมัครเป็นกันเอง มีมนุษยสัมพันธ์เป็นอันดับแรก รองลงมาต้องการให้ครูอาสาสมัคร มีความรู้ความสามารถ คล่องตัว มีประสบการณ์ และต้องการให้ครูอาสาสมัครใช้เวลาให้กับงาน ชยันและอดทนตามลำดับ

บุญธรรม มั่งทอง (2526) ได้วิจัยเรื่องคุณสมบัติอันพึงประสงค์ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรจากทัศนคติของเกษตรกรในโครงการเกษตรกรรมจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าคุณสมบัติ 3 ประการที่เกษตรกรต้องการให้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรมีคือ การตรงต่อเวลา (การไม่ผิดนัด) เป็นอันดับ 1 ความชำนาญในการส่งเสริมการเกษตร(การผ่านงานด้านการเกษตร) เป็นอันดับ 2 และการมีประสบการณ์ด้านการเกษตร (การผ่านการฝึกอบรมด้านการเกษตร) เป็นอันดับ 3 โดย เกษตรส่วนใหญ่ต้องการเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรที่เป็นเพศชายและมีอายุระหว่าง 30-34 ปี

กฤติยา สุขสมถาน (2533) ได้ทำการศึกษาในทำนองเดียวกับ บุญธรรม มั่งทอง แต่เปรียบเทียบจากเกษตรกรใน 4 พื้นที่ ได้แก่ จังหวัดน่าน ลำพูน กำแพงเพชร และชนแก่น เพื่อเสาะหาคุณลักษณะของเจ้าหน้าที่พัฒนาที่ดินที่เกษตรกรพึงประสงค์ในการเผยแพร่ข่าวสารและความรู้ ได้ผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรต้องการให้เจ้าหน้าที่พัฒนาที่ดินมีลักษณะ 10 ลำดับแรกคือ การมีความรู้ด้านการพัฒนาที่ดิน การเข้ากับเกษตรกรได้ ความยุติธรรม ความชำนาญในการทำงาน การรู้วิธีแนะนำเรื่องการพัฒนาที่ดินได้เหมาะสมกับพื้นที่ การมีประสบการณ์ในการทำงาน การทำงานด้วยความตั้งใจ การเข้าใจความต้องการของเกษตรกร การทำงานด้วยความเต็มใจ ความกระตือรือร้นในการทำงาน และความร่าเริงเป็นลำดับสุดท้าย

นิตยา จิ่งเกษมสุข (2531) ได้ศึกษากระบวนการสื่อสารเพื่อการพัฒนาจิตใจผู้เข้ารับการอบรมของสำนักธรรมปฏิบัติ ก็พบว่า ผู้ทำการอบรมเป็นผู้ที่มีความน่าเชื่อถือ และเป็นที่น่าไว้วางใจในสายตาของผู้เข้ารับการอบรม ซึ่งคุณลักษณะเช่นนี้เอื้ออำนวยต่อการยอมรับสารของผู้รับสาร

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยที่ศึกษาถึงปัจจัยทางประชากรบางปัจจัยของผู้ส่งสารที่จะมีอิทธิพลต่อความน่าเชื่อถือของเจ้าหน้าที่เผยแพร่ โดย พรสิทธิ์ พัฒนนานุรักษ์ (2526) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร ได้ทำการสัมภาษณ์เกษตรกรในเขตตำบลวังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี โดยใช้แบบสอบถามความคิดเห็น ชนิด Semantic และ Role Differential Scale ผลการวิจัย พบว่า

1. การเปรียบเทียบความแตกต่างเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร

1. ผู้ส่งสารที่มีอายุน้อย (ตั้งแต่ 35 ปีลงมา) มีความน่าเชื่อถือต่ำกว่าผู้ส่งสารที่มีอายุมาก (สูงกว่า 35)
2. ผู้ส่งสารที่เป็นเพศหญิง มีความน่าเชื่อถือต่ำกว่าผู้ส่งสารที่เป็นเพศชาย
3. ผู้ส่งสารที่ไม่แต่งเครื่องแบบ มีความน่าเชื่อถือต่ำกว่าผู้ส่งสารที่แต่งเครื่องแบบ
4. ผู้ส่งสารที่ไม่มีเจ้าหน้าที่ท้องถิ่นเข้าร่วมในการประชุมชี้แจงมีความน่าเชื่อถือต่ำกว่าผู้ส่งสารที่มีเจ้าหน้าที่ท้องถิ่นเข้าร่วมในการประชุมชี้แจง
5. อิทธิพลที่มีต่อความน่าเชื่อถือข้างต้นเรียงตามลำดับจากมากสู่น้อยได้แก่ ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารที่มาจากการมีเจ้าหน้าที่ท้องถิ่นเข้าร่วมในการประชุมชี้แจง การแต่งเครื่องแบบการเป็นผู้มีอายุมาก และการเป็นเพศชาย

2. องค์ประกอบความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร ตามความคิดเห็นของเกษตรกร ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบสำคัญเรียงตามลำดับดังนี้

1. องค์ประกอบเกี่ยวกับคุณสมบัติในตัวผู้ส่งสาร (Qualification Factor) ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรที่มีนัยสำคัญได้แก่ มีความรอบรู้ มีความชำนาญ มีการศึกษา มีความสามารถ มีประสบการณ์ ได้รับการฝึกฝนมาเป็นผู้ที่มีหน้าที่ในเรื่องนั้นมีไหวพริบชอบเร่งรีบเป็นคนเด็ดเดี่ยว
2. องค์ประกอบเกี่ยวกับความรู้สึกปลอดภัย (Safety Factor) ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรที่มีนัยสำคัญได้แก่ ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ให้อภัย มีมารยาท ใจเย็น ต้อนรับขับสู้ มีขันติ และเรียบร้อย
3. องค์ประกอบเกี่ยวกับความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (Unity Factor) ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรที่มีนัยสำคัญได้แก่ ความเป็นมิตร ไม่ขัดคอคน น่าคบ เมตตา เป็นคนเปิดเผยและเป็นกันเอง
4. องค์ประกอบเกี่ยวกับความคล่องแคล่ว (Dynamism Factor) ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรที่มีนัยสำคัญได้แก่ เป็นคนองอาจ เป็นคนเด็ดเดี่ยว มีความไวในการตัดสินใจ มีไหวพริบและเป็นคนเอจจริงเอจจัง

อุไรศรี ศุภดิถลักษณ์ (2537) ได้ศึกษาถึงความน่าเชื่อถือของเภสัชกรในบริการปรึกษาเรื่องยาศึกษาเฉพาะกรณี : กลุ่มงานเภสัชกรรม โรงพยาบาลราชบุรี พบว่าเพศ อายุ อายุราชการ ประสบการณ์ และการสวมเครื่องแบบกับลักษณะทางประชากรของผู้ป่วยไม่ทำให้ความน่าเชื่อถือของเภสัชกรแตกต่างกัน แต่ระดับการศึกษา และรายได้ของผู้ป่วย มีผลทำให้ความน่าเชื่อถือแตกต่างกัน

จะเห็นได้ว่า มีผู้ศึกษาเรื่องความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร โดยวิธีการวิเคราะห์ปัจจัยพบมิติของความน่าเชื่อถือ เช่น ด้านความปลอดภัย ความมีคุณสมบัติ บุคลิกภาพ การสมาคม ความคล่องแคล่ว การเป็นผู้รู้ ความถูกต้องแม่นยำ ในเรื่องที่เกี่ยวข้องสารความเปิดเผย และความรู้ความสามารถ โดยที่มิติเหล่านี้จะมีความแตกต่างกันตามประเภทสื่อ และบุคคลในฐานะแหล่งสาร

งานวิจัยในต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับยาเสพติด

แฟน และ ฮอลเวย์ (Fan , C.P. and Holway , W.B., 1994) ได้ศึกษาเรื่อง การครอบคลุมของสื่อในเรื่องของโคเคนและผลกระทบของโคเคนในเรื่องรูปแบบการใช้ พบว่า ผลที่เด่นชัดของข้อมูลจริงใจและให้เห็นว่า นโยบายการควบคุมยาเสพติดนั้น จะประสบความสำเร็จเมื่อมุ่งไปที่ความต้องการ (Demand) มากกว่าการตอบสนอง (Supply) ในเรื่องของความต้องการนี้ การศึกษาพบว่าไม่ควรตีความว่าสื่อมวลชนรับผิดชอบโดยตรงต่อข้อมูลจริงใจในการต่อต้านโคเคน ควรจะใช้ให้เป็นประโยชน์เสมือนเป็นตัวรายงาน และนำข้อมูลข่าวสารต่อต้านยาเสพติดถ้าข้อมูลนั้นสามารถรายงานเหตุการณ์ซึ่งเป็นที่น่าสนใจต่อสาธารณชน

เพาเวอร์ และกิบสัน (Power, - Robert; Power, - Tom; Gibson, -Nigel, 1996) ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะคิดและประสบการณ์การใช้ยาเสพติดในกลุ่มวัยรุ่นอังกฤษ อายุระหว่าง 16-19ปี ที่มีการใช้แอมเฟตามีน พบว่า เครือข่ายทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อน เป็นปัจจัยพื้นฐานของการเริ่มและใช้ยาเสพติด นอกจากนี้ ความสำคัญของการศึกษาในกลุ่มและการสื่อสารในครอบครัว ยังมีผลต่อการลดการใช้ยาเสพติดในหมู่วัยรุ่นอีกด้วย

ฮอฟมานน์ (Hoffmann , 1993) ได้ศึกษาในวัยรุ่นชายอายุ 11-17 ปี 1,725 คน โดยศึกษาถึงผลกระทบทางตรงและทางอ้อมของครอบครัวต่อการใช้อาหารเสพติดของวัยรุ่น โดยมุ่งถึงผลกระทบโดยตรงของโครงสร้างครอบครัว สัมพันธภาพระหว่างผู้ปกครองและวัยรุ่น หรือความสัมพันธ์กับกลุ่มเพื่อน ในการใช้กัญชาและสารเสพติดอื่น ๆ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มเพื่อนมีผลกระทบมากที่สุด รองลงมาคือ สัมพันธภาพครอบครัว และสุดท้ายคือโครงสร้างของครอบครัว จากการศึกษาเพิ่มเติม พบว่า กลุ่มเพื่อนมีอิทธิพลต่อการใช้อาหารเสพติดในกลุ่มวัยรุ่นมากที่สุด ความ

สัมพันธ์ระหว่างผู้ปกครองและเด็ก โครงสร้างของครอบครัวเป็นผลกระทบทางตรงสำหรับผลกระทบทางอ้อม คือ ปัจจัยของครอบครัวที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มเพื่อน โครงสร้างของครอบครัวมีผลกระทบต่อสัมพันธภาพของครอบครัว

สต็อกคิลล์ (Stogdill, 1948) ได้ตรวจสอบการวิจัย 124 เรื่องที่เกี่ยวข้องกับสัมพันธภาพของตัวประกอบด้านบุคลิกภาพที่จะมีผลต่อภาวะผู้นำ เขาสรุปไว้ดังต่อไปนี้

1. ข้อสรุปต่อไปนี้ได้มาจากผลการวิจัยประมาณ 15 เรื่องคือ

1.1 ผู้นำต้องมีคุณลักษณะที่ฉลาดหลักแหลม เป็นนักวิชาการเอาจริงเอาจังกับงานในความรับผิดชอบของตน เป็นคนตื่นตัวและขยันขันแข็งในการให้ความร่วมมือต่อกิจการสังคม ตลอดจนมีสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมดี

1.2 ต้องมีคุณภาพและมีทักษะในการทำงาน

1.3 มีความสามารถด้านการสังคม การริเริ่มรู้ว่าจะต้องทำงานอย่างไรให้สำเร็จมีความเชื่อมั่นในตนเอง ระมัดระวังและมองการณ์ไกลในสถานการณ์ต่าง ๆ มีความร่วมมือและประสานงานกันกับผู้ร่วมงาน ได้รับความนิยม สามารถปรับตัวได้ และรู้จักใช้ถ้อยคำ

ต่อมา มายเออร์ (Myers, 1954) ได้ทำการวิเคราะห์ผลการวิจัยเกี่ยวกับภาวะผู้นำมากกว่า 200 เรื่องที่ทำไว้ในช่วง 50 ปี เขาได้สรุปส่วนที่เกี่ยวข้องกับสัมพันธภาพของคุณลักษณะภาวะผู้นำไว้ดังนี้

1. ไม่มีคุณลักษณะภายนอกใด ๆ ที่จะสัมพันธ์กับภาวะผู้นำอย่างมีนัยสำคัญ

2. แม้ว่าผู้นำจะต้องมีเขวี้ยงปัญญาสูงกว่าสมาชิกของกลุ่มแต่ก็ไม่พบความสัมพันธ์ เรื่องเขวี้ยงปัญญาของผู้บังคับบัญชาเกี่ยวกับภาวะผู้นำอย่างมีนัยสำคัญ

3. การประยุกต์ใช้ความรู้เพื่อช่วยแก้ปัญหาให้กับกลุ่ม นับว่ามีนัยสำคัญต่อภาวะผู้นำ

4. คุณลักษณะต่อไปนี้มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับภาวะผู้นำ คือ การมองการณ์ไกล การริเริ่มความร่วมมือ ความใฝ่ฝัน ความมั่นคงของอารมณ์ การตัดสินใจ ความน่าเชื่อถือ และทักษะในการติดต่อสื่อสารกัน

มายเออร์ (Myers, 1954) ยังได้กล่าวไว้ด้วยว่า คุณลักษณะของผู้นำที่กล่าวมานั้นเป็นเครื่องแสดงถึงคุณภาพของการมีปฏิกริยาต่อกันในกลุ่มซึ่งแสดงถึงคุณภาพของปัจเจกบุคคลที่เป็นผู้นำ แต่ทั้งนี้ ทั้งนั้นต้องขึ้นกับแต่ละสถานการณ์ที่แตกต่างกันด้วย ผู้นำจะยังคงเป็นผู้นำอยู่เฉพาะในสถานการณ์ที่ซึ่งมีกิจกรรมเหมือนกันหรือคล้ายคลึงกันเท่านั้น ไม่มีคุณลักษณะใดที่จะกล่าวได้ว่าผู้นำทุกคนจะต้องมี ด้วยเหตุนี้เอง แนวคิดเดิมที่ว่า "ผู้นำเป็นพรสวรรค์ที่ติดมาแต่กำเนิด สร้าง

ชั้นไม่ได้” นั้น จึงเป็นสิ่งไม่ถูกต้อง อันเนื่องมาจากแนวคิดและผลการศึกษาของ สตีอกดิลล์ และ มายเออร์

บาร์ทเลท (Bartlett, 1959) ได้ทำการศึกษามิติต่าง ๆ ของพฤติกรรม ความเป็นผู้นำกลุ่ม อภิปรายในห้องเรียนโดยการหาความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้นำกับลักษณะต่างๆ ปรากฏความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจดี มีค่าสูงสุด รองลงมาคือ การวิจารณ์อย่างมีเหตุผล การตอบคำถามอย่างฉลาด มีความฉลาดรอบรู้ มีความคิดที่ดี และเป็นนักคิดที่ดี การเป็นผู้ที่มีเหตุผล ความสามารถในการให้คำแนะนำผู้อื่น และความคิดริเริ่มตามลำดับ ส่วนลักษณะอื่นไม่สูง

แซนฟอร์ด (Sanford, 1959) ได้สัมภาษณ์คน 963 คนในนครฟิลาเดลเฟีย เกี่ยวกับความเป็นผู้นำชุมชนพบว่า สถานการณ์และกลุ่มเป็นตัวกำหนดหน้าที่ของผู้นำ และความเป็นผู้นำนี้จะมีผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของกลุ่ม นอกจากนี้ ทิทัส (Titus) ยังศึกษาพบว่า ผู้นำจะต้องมีลักษณะดังนี้ คือ ความเฉลียวฉลาด และไหวพริบทันคนมีความเชื่อมั่นในตนเอง ไมโลเล มีกำลังใจในการทำงานสูง มีการศึกษาอบรมดี ี่ประสบการณ์มาก และเป็นผู้ที่มีชื่อเสียงเกียรติคุณดี เป็นที่ยอมรับของสังคม

นอกจากนั้นการศึกษาผู้นำของมหาวิทยาลัยแห่งรัฐโอไฮโอ พบว่าพฤติกรรมผู้นำสามารถแยกจากกันโดยอิสระได้ 2 ด้าน คือ ด้านกิจสัมพันธ์ กับด้านสัมพันธภาพ และพฤติกรรมทั้ง 2 ด้านนี้มีอิทธิพลต่อความสำเร็จความล้มเหลวในการดำรงไว้ซึ่งความเป็นผู้นำแต่ละคน

เบิร์ด (Bird, 1979) ได้ศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับลักษณะในการเป็นผู้นำพบว่า จากรายงานวิจัยมากกว่า 5 เรื่องมีเพียงร้อยละ 5 เท่านั้นที่เป็นลักษณะร่วมกัน นอกนั้นจะมีลักษณะกระจายมากที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากบุคลิกภาพเป็นสิ่งที่วัดยาก ยังขาดความเที่ยงตรงในการวัด นอกจากนี้เครื่องมือวิธีการและสถานการณ์ในการวิจัยแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ โกลด์เนอร์ (Goldner, 1974) ที่พบว่าลักษณะความเป็นผู้นำที่ค้นพบจากการวิจัยหลายๆ เรื่องไม่สอดคล้องกัน บางลักษณะไม่เป็นอิสระจากกันโดยเด็ดขาด และไม่สามารถบอกได้ว่าลักษณะที่พบจำเป็นต่อการขึ้นเป็นผู้นำหรือไม่หรือจำเป็นมากน้อยเพียงใดอย่างไรก็ดี กีบ์ (Gibb, 1969) ได้ศึกษาพบว่าผู้นำที่ดีควรมีลักษณะดังนี้คือ

1. ความสามารถ ได้แก่ ความตื่นตัว ความคิดริเริ่มความสามารถในการตัดสินใจ และความสามารถในการใช้ถ้อยคำ
2. สำเร็จในหน้าที่การงาน ได้แก่ ความสำเร็จในด้านความรู้ ความเป็นผู้รอบรู้และด้านอื่น

3. ความรับผิดชอบ ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม เป็นประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าส่วนตน

4. การมีส่วนร่วม ได้แก่ การร่วมในกิจกรรมของสังคม การให้ความร่วมมือกับหมู่คณะและความสามารถในการคบค้าสมาคมกับผู้อื่น สถานภาพ ได้แก่ สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม เป็นที่ยอมรับของหมู่คณะ

เคลแมน และโฮฟแบนด์ (Kelman and Hovland, 1953) ได้ศึกษาการฟังรายการวิทยุของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่า ความแตกต่างของความน่าเชื่อถือของแหล่งสารประกอบด้วยองค์ประกอบสามประการคือ ประการแรก ความน่าเชื่อถือที่มาจากผู้ส่งสารที่ได้รับการฝึกฝนมาเป็นอย่างดี โดยมีความรู้ในเรื่องดังกล่าว ประการที่สอง เป็นผู้ที่มีอำนาจหน้าที่ในเรื่องนั้นๆ และประการที่สาม จะต้องเป็นผู้ที่มีความจริงจังและซื่อสัตย์ แต่ผู้ส่งสารไม่บอกถึงประวัติภูมิหลังของตนเอง กลับพบว่าจะได้รับความน่าเชื่อถือลดน้อยลง

เมครอสกี และ เมอร์เลย์ (McCroskey and Mehrley, 1969) ได้นำนิยามของมิเลอร์และอิวกิลเกี่ยวกับความล่าช้า เพื่อศึกษาเรื่องความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารโดยพิจารณาจากความว่างใจ และความล่าช้าในการรับข่าวสาร พบว่า การที่ทำการยอมรับสารเร็วขึ้น ขึ้นกับองค์ประกอบของการมีอำนาจหน้าที่ในด้านนั้น การมีบุคลิกภาพ และความคล่องแคล่ว

โฮฟแลนด์ และ คณะ (Hovland, Janis and Kelkey, 1933) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารและการจูงใจ พบว่า เมื่อคนยึดมั่นในบุคคลใด หรือสถาบันแล้วเขาจะมีความเชื่อถือในบุคคลหรือสถาบันนั้นด้วยโดยองค์ประกอบของความน่าเชื่อถือที่สำคัญคือ ความสามารถ หรือความเชี่ยวชาญ ของผู้ส่งสาร ซึ่งได้แก่ความรู้รอบรู้ในเรื่องเกี่ยวกับงานของตน เป็นต้น และอีกองค์ประกอบหนึ่งคือ ความน่าไว้วางใจ ซึ่งเป็นความรู้สึกของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร ได้แก่ ความจริงใจ และความซื่อสัตย์ เป็นต้น

แอรอนสัน และ โกลเดน (Aronson and Golden, 1962) พบว่า การยอมรับในแหล่งสารขึ้นกับความชำนาญเฉพาะด้านนั้น มาจากประสบการณ์มากกว่าการศึกษา นอกเหนือจากปัจจัยด้านอายุ เพศ สีผิว น้ำเสียง การแต่งตัว ตลอดจนบุคลิกการแสดงออก และฐานะทางสังคม หรือการประกอบอาชีพ นอกจากนั้นความน่าเชื่อถือของแหล่งสารขึ้นกับไหวพริบความซื่อสัตย์ ความจริงใจและความใจกว้าง

โรเจอร์ส และ สวีนนิง (Rogers and Svenning ,1966) ศึกษาเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือที่ชาว
วนาในประเทศโคลัมเบียมีต่อเจ้าหน้าที่ส่งเสริมเพื่อเปรียบเทียบผู้ส่งสารที่สำคัญๆ อีก 5 ประเภท
คือ หนังสือพิมพ์ พนักงานขายของบริษัทเพื่อนบ้าน วิทยุกระจายเสียง และครู โดยให้ชาววนาใน
ประเทศโคลัมเบียประเมินแหล่งสารที่ช่วยในการเผยแพร่นวัตกรรมให้ตอบแบบสอบถามที่ละคู่
เช่น เจ้าหน้าที่ส่งเสริมกับหนังสือพิมพ์ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมกับพนักงานขาย เจ้าหน้าที่ส่งเสริมกับ
เพื่อนบ้าน เจ้าหน้าที่ส่งเสริมกับครู หนังสือพิมพ์กับพนักงานขาย หนังสือพิมพ์กับเพื่อนบ้าน จน
ครบทุกคู่ แล้วให้เปรียบเทียบความรู้สึกว่าใครมีความน่าเชื่อถือมากกว่า(วิธีการศึกษาความน่าเชื่อ
ถือของผู้ส่งสาร แบบนี้เรียกว่า Paired Comparison Technique ข้อได้เปรียบของวิธีนี้ก็คือง่าย
สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามในการศึกษาจำนวนมาก) ผลปรากฏว่า เจ้าหน้าที่ส่งเสริมมีความน่า
เชื่อถือสูงที่สุด ครู วิทยุกระจายเสียง เพื่อนบ้าน พนักงานขาย และหนังสือพิมพ์ได้รับความน่าเชื่อ
ถือลดลงตามลำดับ