

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บทนำ

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อ ความสนใจสื่อ และการมีส่วนร่วมในงานชุมชนสัมพันธ์ของผู้อยู่อาศัย ในเคหะชุมชนของการเคหะแห่งชาติ” จำเป็นต้องอาศัยแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวทางในการตั้งสมมติฐานการวิจัย การกำหนดกรอบแนวความคิดในการวิจัย ตลอดจนการกำหนดตัวแปรต่าง ๆ ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง คือ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร ทฤษฎีชุมชนสัมพันธ์ และทฤษฎีการมีส่วนร่วม ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร

การสื่อสาร เป็นแนวคิดที่มีการใช้อย่างแพร่หลาย เพราะเป็นพื้นฐานของกระบวนการทางสังคมของมนุษย์ กล่าวคือการที่มนุษย์สามารถรวมตัวกันเป็นกลุ่ม เป็นสังคมนับตั้งแต่สังคมขนาดเล็กในระดับครอบครัว จนกระทั่งถึงการรวมตัวเป็นสังคมขนาดใหญ่ในระดับประเทศนั้น จำเป็นต้องอาศัยการสื่อสารเป็นปัจจัยพื้นฐานในการติดต่อสื่อสารเพื่อให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกันของคนในสังคม ตลอดจนการใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการสร้างกฎระเบียบ เพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุขและเป็นที่ยอมรับกันระหว่างสมาชิกในสังคม

ชาร์ลส์ อี ออสกู๊ด (Charles E. Osgood, 1974: 38) กล่าวว่า “ ความหมายโดยทั่วไปการสื่อสารจะเกิดขึ้นเมื่อฝ่ายหนึ่งคือ ผู้ส่งสารมีอิทธิพลต่ออีกฝ่ายหนึ่ง คือผู้รับสาร โดยใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ ซึ่งถูกส่งผ่านสื่อที่เชื่อมระหว่างสองฝ่าย ”

Rogers และคณะ (1976) อธิบายการติดต่อสื่อสารไว้ว่าเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับองค์กร ถ้าเราตัดเอาการสื่อสารออกไปจากองค์กรแล้วองค์กรก็ย่อมอยู่ไม่ได้ การติดต่อสื่อสารจึงช่วยให้กิจกรรมต่าง ๆ ในองค์กรดำเนินไปได้ และช่วยในการตัดสินใจ การรับฟังปฏิกิริยาสะท้อนกลับรวมทั้งการปรับปรุงแก้ไข วัตถุประสงค์หรือการดำเนินงานขององค์กรให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป

Schramm (1973) ยังได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับประสบการณ์ร่วมระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารว่า การสื่อสารจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อผู้ส่งสารและผู้รับสารมีประสบการณ์ร่วมกันในการรับ และส่งสัญญาณของทั้งสองฝ่าย ซึ่งหมายถึงประสบการณ์เดียวกันช่วยทำให้เกิดความเข้าใจในความหมายที่ส่งไปพร้อมสัญญาณและเข้าใจในสัญญาณนั้น

จากความหมายของการติดต่อสื่อสารดังกล่าว ประมะ สตะเวทิน (2538) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร อันได้แก่ แหล่งสาร สาร ช่องสาร และผู้รับสาร ว่าเป็นตัวกำหนดถึงประสิทธิผลของการสื่อสาร กล่าวคือ หากองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารมีประสิทธิภาพสูง ประสิทธิผลของการสื่อสารก็จะมีมาก ในทางตรงกันข้ามหากองค์ประกอบมีประสิทธิภาพต่ำ การสื่อสารก็จะมีประสิทธิผลน้อยและในส่วนของสถานภาพต่าง ๆ ของผู้ส่งสาร มีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อพฤติกรรมการสื่อสารของผู้ส่งสาร สถานะ ตำแหน่ง บทบาท หน้าที่ ศักดิ์ศรี ความเชื่อ และค่านิยม ของสังคมและวัฒนธรรม ล้วนแล้วแต่มีอิทธิพลต่อความคิด และพฤติกรรม การสื่อสารของผู้ส่งสาร และเป็นสิ่งที่คาดหวังว่าผู้ส่งสารควรจะปฏิบัติอย่างไรในการสื่อสาร

จากคำจำกัดความทั้งหมด พอจะสรุปความหมายของการสื่อสารได้ว่า การสื่อสารคือกระบวนการที่ผู้ส่งสารถ่ายทอดสารผ่านทางสื่อไปยังผู้รับสาร

การสื่อสาร คือ กระบวนการของการถ่ายทอดข่าวสารจากบุคคลหนึ่งซึ่งเรียกว่าผู้ส่งสารไปยังอีกบุคคลหนึ่งซึ่งเรียกว่าผู้รับสาร โดยผ่านสื่อ (ประมะ สตะเวทิน 2538) กระบวนการสื่อสารจึงประกอบด้วยองค์ประกอบหลักคือ ผู้ส่งสาร ข่าวสาร ช่องทาง และผู้รับสาร ผลที่เกิดจากการสื่อสาร และการสะท้อนกลับหรือปฏิกิริยาตอบสนอง

การสื่อสารมีลักษณะเป็นกระบวนการ หมายถึง การมีลักษณะที่ต่อเนื่องอยู่ตลอดเวลาไม่มีจุดเริ่มต้น และไม่มีจุดสิ้นสุด ไม่มีการหยุดนิ่ง หรือกล่าวได้ว่าจะมีการกระทำโต้ตอบกลับไปกลับมาระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารตลอดเวลา ผู้ส่งสารกลายเป็นผู้รับสารและผู้รับสารกลายเป็นผู้ส่งสารในระหว่างเวลาเดียวกันได้

องค์ประกอบของการสื่อสาร

พจนานุกรม สัททวิกรม (2539: 20-21) กล่าวไว้ว่า

การสื่อสารซึ่งเป็นกระบวนการ (Process) จะพบว่ามีองค์ประกอบพื้นฐานอยู่ 4 ประการ คือ

1. ผู้ส่งสาร (Sender)
2. สาร (Message)
3. ช่องทางหรือสื่อ (Channel or medium)
4. ผู้รับสาร (Receiver)

การสื่อสารของมนุษย์ไม่ว่าจะวิธีใดก็ตามนั้นต้องการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม ถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรมของสังคม และตรวจระวังสถานะแวดล้อมในสังคม ในขณะที่เกิดการสื่อสารนั้นจะมีอุปสรรค (noise) ทำให้เกิดการสื่อสารผิดพลาดและล้มเหลวได้ เพราะปัจจัยย่อยขององค์ประกอบนั้นแตกต่างกัน การศึกษาถึงความสำคัญขององค์ประกอบของการสื่อสารจึงเป็นสิ่งพึงศึกษาเพื่อประสิทธิภาพของการสื่อสาร

1. ผู้ส่งสาร คือ ผู้เริ่มต้นสร้างและส่งสารไปยังผู้อื่นด้วยการเข้ารหัสซึ่งอาจจะเป็นการใช้ภาษาวัจนะ หรืออวัจนะเพื่อเกิดการรับรู้ร่วมกัน
2. สาร คือ สิ่งที่ผู้ส่งสารส่งไปให้ผู้รับสาร เป็นเรื่องราวต่าง ๆ ในรูปของข้อมูล ความรู้สึก ความคิดเห็น อันเป็นพฤติกรรมที่ผู้ส่งสารให้ผู้รับสารเกิดการรับรู้ในความหมายให้ตรงกัน
3. ช่องทางหรือสื่อ เป็นองค์ประกอบสำคัญประการหนึ่งของการสื่อสาร เพราะเป็นตัวกลางที่จะนำสารสู่ผู้รับสาร

จากแนวคิดของ เบอร์โล (1960) ระบุว่า สื่อนั้นครอบคลุมถึงกลไกการรับรู้พาหนะที่นำสารนั้นให้เคลื่อนไป เช่น อากาศ คลื่นแสง เสียง ตลอดจนตัวที่จะพองพาหนะที่นำสารสู่ผู้รับ เช่น สื่อสารมวลชน อันได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ โทรศัพท์ โทรเลข เป็นต้น

ประเภทของการสื่อสาร

การจำแนกประเภทของการสื่อสารมีเกณฑ์อยู่หลายประการด้วยกัน แต่ในที่นี้จะจำแนกประเภทของการสื่อสาร โดยใช้จำนวนของผู้ทำการสื่อสารเป็นหลักในการพิจารณา เนื่องจากเป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้กันโดยทั่วไป การจำแนกในลักษณะนี้คำนึงถึงจำนวนของบุคคลที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับสถานการณ์การสื่อสาร (Communication situation) ว่ามีผู้ทำการสื่อสารทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารจำนวนมากน้อยเท่าใด การแบ่งตามเกณฑ์นี้ สามารถแบ่งการสื่อสารได้เป็น 5 ประเภท ดังนี้

1. การสื่อสารภายในตัวบุคคล (Intrapersonal Communication)
2. การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication)
3. การสื่อสารกลุ่มใหญ่ (Large group Communication)
4. การสื่อสารในองค์การ (Organizational Communication)
5. การสื่อสารมวลชน (Mass Communication)

การสื่อสารแต่ละประเภทข้างต้น เมตตา กฤตวิทย์ และคณะ (2530) ได้กล่าวถึงไว้ว่ามีลักษณะดังต่อไปนี้

1. การสื่อสารภายในตัวบุคคล เป็นการสื่อสารของบุคคลเดียว และเป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นภายในตัวของบุคคลเดียว มีคนจำนวนเพียงคนเดียวที่กระทำหน้าที่ในการสื่อสาร คือเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร
2. การสื่อสารระหว่างบุคคล ในการสื่อสารระหว่างบุคคลนี้ประกอบด้วยบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มาทำการสื่อสารกันในลักษณะที่ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารแลกเปลี่ยนกันได้โดยตรง (direct) และเป็นการสื่อสารแบบตัวต่อตัว (person-to-person) หรือเป็นการสื่อสารแบบเผชิญหน้า (Face-to-Face Communication) ซึ่งผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถเห็นหน้ากันและกันได้ในขณะที่ทำการสื่อสารกัน และสามารถสังเกติริยาท่าทางของฝ่ายตรงข้ามได้โดยตรงและ

ทันที การสื่อสารระหว่างบุคคลนี้บางครั้งผู้ส่งกับผู้รับก็ไม่ได้ทำการสื่อสารแบบเผชิญหน้ากันเช่น การพูดคุยกันทางโทรศัพท์ เป็นต้น

3. การสื่อสารกลุ่มใหญ่ เป็นการสื่อสารที่ประกอบด้วยคนจำนวนมากมารวมกัน เช่น การอภิปรายในหอประชุม การปราศรัยหาเสียง การปาฐกถา การสอนที่มีผู้เรียนจำนวนมาก จนต้องจัดผู้เรียนไปหลาย ๆ ห้องเรียน โดยอาศัยสื่อการสอนเข้ามาช่วยในการสอน เช่น การใช้ โทรทัศน์วงจรปิด เป็นต้น

การสื่อสารประเภทนี้ ประกอบด้วยคนจำนวนมาก ผู้พูดหรือผู้ส่งสารกับผู้ฟัง หรือผู้รับสารอยู่ห่างไกลจากกัน ดังนั้น โอกาสที่จะแลกเปลี่ยนข่าวสารกันโดยตรงจะมีน้อย และ ทำให้เกิดการสื่อสารแบบตัวต่อตัวยาก

4. การสื่อสารในองค์การ ลักษณะพิเศษของการสื่อสารในองค์การอยู่ถือว่าเป็น การสื่อสารระหว่างผู้ที่เป็นสมาชิกขององค์การ หรือหน่วยงานที่เป็นทางการ ซึ่งจัดตั้งขึ้นโดยมี วัตถุประสงค์ นโยบาย มีการจัดองค์การ มีการแบ่งงานกันทำ เพื่อปฏิบัติการกิจขององค์การหรือ หน่วยงานให้บรรลุเป้าหมาย เนื่องจากในการจัดองค์การนั้น มีการแบ่งสายงานและลำดับชั้นของ ความรับผิดชอบและการบังคับบัญชา ดังนั้น ลักษณะของการสื่อสารในองค์การจึงจำเป็นต้องจัด ให้สอดคล้องกับโครงสร้างขององค์การด้วย โดยปกติการสื่อสารในองค์การจะประกอบไปด้วย การสื่อสารระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา การสื่อสารระหว่างผู้ปฏิบัติงาน

5. การสื่อสารมวลชน กิจกรรมด้านการสื่อสารในปัจจุบันเป็นกิจกรรมที่มีความ สลับซับซ้อนมากและเกี่ยวข้องกับคนจำนวนมาก เนื่องจากสังคมในปัจจุบันเป็นสังคมที่มีขนาด ใหญ่ และมีความสลับซับซ้อนและมีความเป็นสังคมของข้อมูลข่าวสาร (Mass-Communication) และเทคโนโลยีการสื่อสารใหม่ ๆ เป็นสำคัญ ทั้งนี้เพื่อให้สามารถทำการติดต่อสื่อสารกับคน จำนวนมากที่อยู่กระจัดกระจายกันตามที่ต่าง ๆ ได้

ช่องทางการสื่อสารหรือสื่อ

ในการสื่อสารใด ๆ ก็ตาม นภทรณ์ อัจฉริยะกุล (2529) ได้กล่าวถึง ช่องทางการ สื่อสารหรือสื่อไว้ว่า ผู้ส่งสารย่อมต้องอาศัยช่องทางหรือสื่อให้ทำหน้าที่นำสารไปยังผู้รับสาร โดยทั่วไปแล้วสารที่ถูกผู้ส่งสารถ่ายทอดไปยังผู้รับสารจะเข้าไปสู่ระบบการรับรู้ของมนุษย์ โดย ผ่านปลายประสาทสัมผัสทางใดทางหนึ่ง หรือหลายทาง ได้แก่ ทางการเห็น โดยประสาทตา ทาง การได้ยิน โดยประสาทหู

แต่ในการสื่อสารสำหรับคนที่อยู่ห่างไกลกัน มนุษย์ไม่สามารถจะอาศัยการติดต่อที่มนุษย์มีอยู่ได้ มนุษย์จึงได้สร้างสื่อขึ้นมาเป็นเครื่องช่วยให้การติดต่อระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารให้มีความเป็นไปได้

สื่อแบ่งได้หลายประเภท ดังนี้

การแบ่งแบบใช้ลักษณะของสื่อเป็นเกณฑ์มี 5 ประเภท คือ

1. สื่อธรรมชาติ ได้แก่ บรรยากาศที่อยู่รอบตัวมนุษย์อันมีอยู่ตามธรรมชาติ ทำหน้าที่เป็นทางติดต่อของการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเผชิญหน้า
2. สื่อมนุษย์ ได้แก่ บุคคลที่ทำหน้าที่เป็นสื่อ นำสารไปสู่ผู้รับ เช่น คนนำสาร นักเล่านิทาน โฆษก พ่อสื่อ แม่สื่อ ตัวแทนการเจรจาปัญหาต่าง ๆ เป็นต้น
3. สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ สื่อทุกชนิดที่อาศัยเทคนิคการพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ โบปปลิว แผ่นพับ วารสาร นิตยสาร ใบประกาศหรือแจ้งความ โปสเตอร์ ภาพ เป็นต้น
4. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ สื่อที่พัฒนาขึ้นโดยใช้ระบบเครื่องกลไกไฟฟ้าเป็นหลัก เช่น วิทยุ โทรทัศน์ โทรพิมพ์ เทปเสียง วิดีโอเทป เครื่องฉายภาพยนตร์ เป็นต้น
5. สื่อระยะคน ได้แก่ สื่อที่ทำหน้าที่นำสารได้แต่ไม่อาจจัดไว้ใน 4 ประเภทข้างต้น เช่น หนังสือพิมพ์กำแพง วัตถุจารึก สื่อพื้นบ้าน เป็นต้น

“สื่อสิ่งพิมพ์” จัดพิมพ์ขึ้นเพื่องานลักษณะใดลักษณะหนึ่งเป็นการเฉพาะ ซึ่งมีรูปแบบและขนาดตัวพิมพ์ ชนิดกระดาษ การจัดวางหน้าที่แตกต่างกันไป สิ่งพิมพ์เพื่อการพัฒนาตามรูปแบบการผลิต เฉพาะกิจ มีดังนี้

ก. เอกสารแผ่น ซึ่งสิ่งพิมพ์เพื่อการพัฒนาในลักษณะนี้จะอยู่ในลักษณะเป็นแผ่นที่ไม่มีการเก็บเข้าเล่มแล้วเย็บรวมกัน ได้แก่

1. แผ่นปลิว (leaflets) มีลักษณะเป็นแผ่นไม่เย็บเข้าเล่มกันอาจพิมพ์หน้าเดียวหรือสองหน้าก็ได้ตามปริมาณของเนื้อหา ขนาดการพิมพ์อาจแตกต่างกันตามความเหมาะสม บางครั้งอยู่ในรูปของแผ่นประกาศ ส่วนใหญ่มีจุดมุ่งหมายเพื่อการให้ข่าวสารและการเตือน โดยแจกจ่ายแก่คนทั่วไปที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย

2. แผ่นพับ (folders) ซึ่งมีลักษณะเป็นแผ่นและพับพอกเข้าด้วยกัน เช่น พับสอง พับสาม พับสี่ เป็นต้น เพื่อแบ่งหน้าและบรรจุเนื้อหาออกเป็นส่วน ๆ จุดมุ่งหมายในการผลิตเพื่อการเผยแพร่ความรู้ ความคิด ชักจูงใจหรือข่าวสารที่มีเนื้อหาน้อย สามารถบรรจุในระดับนั้น อันเป็นการประหยัดต้นทุนการผลิตและสามารถเผยแพร่ไปยังผู้รับจำนวนมาก ซึ่งถ้าหากออกแบบการจัดหน้าให้ดึงดูดความสนใจ ผู้อ่านจะเกิดความรู้สึกสะดุดตา น่าอ่าน

3. แผ่นพับขนาดใหญ่ (Broadsides) เป็นแผ่นพับที่มีขนาดใหญ่กว่าแบบแรกโดยให้รายละเอียดได้มากกว่าและมีขนาดตัวพิมพ์ใหญ่กว่า อ่านง่ายกว่า

4. จดหมายหรือหนังสือเวียน (Letters Circulars/fliers) มีลักษณะเป็นแผ่นเช่นเดียวกัน แต่แตกต่างกันที่มีรูปแบบการนำเสนอแบบจดหมาย เพื่อแจ้งข่าวสารแสดงความคิดเห็นหรือเพื่อการชักจูงใจ โดยระบุผู้รับและผู้ส่งที่กำหนดมีหัวข้อเฉพาะเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง

5. โปสเตอร์หรือที่เรียกว่าโปสเตอร์ (Poster) มีลักษณะเป็นแผ่นป้ายเพื่อกระตุ้นความสนใจและเตือนความจำ ส่วนใหญ่พิมพ์ด้วยกระดาษก่อนข้างดีในลักษณะแนวตั้ง มีข้อความสั้น ๆ กระชับสื่อความหมายได้ง่ายและรวดเร็ว และมีภาพเพื่อให้เกิดความสวยงามและดึงดูดใจ การใช้มักจะติดตามป้ายของแหล่งชุมชน

ข. เอกสารเล่ม นอกจากเอกสารเล่มที่กล่าวข้างต้นแล้ว ยังมีเอกสารเล่มที่มีลักษณะเฉพาะอีกหลายรูปแบบ ซึ่งได้แก่

1. อนุสาร (Booklets) เป็นหนังสือที่มีเล่มขนาดเล็ก มีปกหุ้ม โดยในเล่มบรรจุรายละเอียดเนื้อหาเพื่อการพัฒนา ถึงแม้จะมีปกแต่ก็ไม่ยึดติดในการออกแบบจัดหน้ามากนัก กระดาษเป็นกระดาษบุฟรอมมา มักจะจัดทำเพื่อแจ้งนโยบายของหน่วยงานเพื่อใช้เป็น คู่มือ (Handbooks) ของพนักงาน โดยให้แนวทางในการดำเนินงานต่าง ๆ ไว้อย่างชัดเจนหรือเป็นเอกสารเพื่อแนะนำการปฏิบัติงาน (Instruction or Manuals) โดยผู้ใช้สามารถศึกษาและปฏิบัติได้ด้วยตนเองตามขั้นตอนที่กำหนด

2. เอกสารเผยแพร่ (Bulletins) เป็นหนังสือที่พิมพ์เป็นเล่มเพื่อออกเผยแพร่เรื่องราวเกี่ยวกับการพัฒนาของหน่วยงาน มักจะมีขนาดรูปเล่มกะทัดรัด

3. จุลสาร (pamphlets) มีลักษณะคล้ายอนุสารทั้งขนาดและจำนวนหน้า แต่จุลสารจะต้องมีการต่อเนื่องในการจัดพิมพ์เพื่อเผยแพร่เป็นประจำ อาจจะเป็นรายสัปดาห์หรือรายเดือน หรือตามความประสงค์ของผู้จัดทำ

4. เอกสารเย็บเล่ม (Brochures) เป็นเอกสารที่คล้ายแผ่นพับ แต่เย็บรวมกันเป็นเล่มบาง ๆ แบบหนังสือ มีปกในตัวเองเพื่อบอกว่าเป็นเอกสารอะไร อาจมีสีสนับเนื้อหาจะอธิบายรายละเอียด เกี่ยวกับวิธีการหรือเรื่องราวเกี่ยวกับการพัฒนามากกว่าการแนะนำอาชีพ

5. หนังสือภาพ (Picture Books) เป็นหนังสือที่พิมพ์ขึ้น โดยมีภาพซึ่งอาจเป็นภาพถ่ายหรือภาพวาดเกี่ยวกับการพัฒนา เพื่อใช้เป็นสื่อในการอธิบายเป็นหลักมากกว่าข้อความซึ่งภาษาที่ใช้จะต้องมีคุณสมบัติที่ดีทั้งในด้านคุณภาพของภาพ และความสามารถในการสื่อความหมาย

บทบาทหน้าที่ของสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการพัฒนา

บทบาทหน้าที่ในการสื่อสาร ในการศึกษาวิจัยนี้ได้ประยุกต์จากหน้าที่ของสื่อมวลชนดังนี้

1. สิ่งพิมพ์เพื่อการพัฒนาที่มีบทบาทหน้าที่ในด้านข่าวสาร ซึ่งเป็นการให้ข่าวสารสาระเรื่องราว และความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์หรือสิ่งต่าง ๆ ได้แก่

1.1 สิ่งพิมพ์เพื่อการให้ข่าวสาร (Information) จัดเป็นสิ่งพิมพ์ที่เป็นการแจ้งเหตุการณ์ ข้อมูลสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเพื่อให้ผู้อ่านได้รับทราบ

1.2 สิ่งพิมพ์เพื่อการประกาศเรื่องราว (Notification) เป็นการแจ้งเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเพื่อให้ทราบเนื้อหาในเรื่องดังกล่าว

1.3 สิ่งพิมพ์เพื่อการรายงานความก้าวหน้า (Progress) เป็นสิ่งที่แจ้งความก้าวหน้าหรือความเคลื่อนไหวในวงการพัฒนา

2. สิ่งพิมพ์เพื่อการพัฒนาที่มีบทบาทในด้านความรู้เป็นการเสนอเนื้อหาที่เพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจในการดำเนินสังคมและการประกอบอาชีพ ได้แก่

2.1 สิ่งพิมพ์เพื่อการเสริมสร้างความรู้ (Education) จัดเป็นสิ่งพิมพ์เพื่อการศึกษา ทั้งที่ใช้เป็นตำรา แบบเรียน หรือเอกสารที่เอื้อต่อการเรียนการสอน เพื่อพัฒนาความรู้วิชาต่าง ๆ

2.2 สิ่งพิมพ์เพื่อการอธิบายเหตุผล (Explanation) สิ่งพิมพ์ในลักษณะนี้มุ่งที่จะสร้างความเข้าใจในเนื้อหาที่เกี่ยวกับการพัฒนาให้เกิดขึ้นในตัวผู้อ่าน

2.3 สิ่งพิมพ์เพื่อการให้ความรู้ในการดำเนินงาน (Instruction) โดยมุ่งที่จะให้ผู้อ่านรู้และเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เครื่องมือต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา

3. สิ่งพิมพ์เพื่อการพัฒนาที่มีบทบาทในการชักจูง/ให้ความคิดเห็น เป็นสิ่งพิมพ์ที่มีจุดหมายในการโน้มน้าวใจในการใดการหนึ่ง ให้เกิดขึ้นในพฤติกรรมของผู้อ่าน ได้แก่

3.1 สิ่งพิมพ์เพื่อการจูงใจ (Persuasion) สิ่งพิมพ์ในลักษณะนี้มุ่งที่จะให้ผู้อ่านเกิดความคิดเห็นหรือความรู้สึกลอยตาม

3.2 สิ่งพิมพ์เพื่อการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง (Change) จัดเป็นสิ่งพิมพ์ที่คาดหวังผลที่เกิดขึ้นในตัวผู้อ่าน ภายหลังจากได้รับเนื้อหาของสิ่งพิมพ์แล้วว่าจะเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมขึ้นในลักษณะใด

3.3 สิ่งพิมพ์เพื่อการกระตุ้นเร้าให้เกิดการกระทำ (Activation) จุดมุ่งหมายของสิ่งพิมพ์นี้เพื่อกระตุ้นช่วยให้ผู้อ่านนำไปปฏิบัติเมื่อมีการรับสารแล้ว

ผลของการสื่อสาร

โดยทั่วไปมี 3 ประการ คือ

1. ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ของผู้รับข่าวสาร
2. ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้รับข่าวสารที่มีต่อสิ่งที่ได้รับรู้ ซึ่งทัศนคตินี้เองจะก่อให้เกิดการกระทำตามมา
3. ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมที่แสดงออกมา

การเปลี่ยนแปลงทั้งสามประเภทนี้จะเกิดขึ้นในลักษณะต่อเนื่องกล่าวคือเมื่อผู้รับข่าวสารได้รับข่าวสารจะทำให้เกิดความรู้ เมื่อเกิดความรู้ขึ้นก็จะมีผลทำให้เกิดทัศนคติ และขั้นสุดท้าย คือ การก่อให้เกิดการกระทำ

แนวความคิดที่สามารถสนับสนุนว่าผลของการศึกษาโดยทั่วไปก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใน 3 ประการนี้คือ คำนิยามของการสื่อสารของ Rogers (1973) ที่ว่าการสื่อสารคือ กระบวนการที่ความคิดข่าวสารถูกส่งจากแหล่งสารไปยังผู้รับสาร ด้วยเจตนาจะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบางประการของผู้รับสาร โดยผลของการสื่อสารทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง 3 ประการ คือ การเปลี่ยนแปลงความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้รับสาร

ผลของการสื่อสาร พัทธนี เษยจรรยา, เมตตา วิวัฒนากุล และ ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์ (2538 : 53-56) ได้ให้ความหมายไว้ว่าหมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นระหว่างและหลังการสื่อสาร ซึ่งมาจากการตีความสารที่ได้รับของผู้รับสาร หรือสิ่งที่แสดงว่าผู้ส่งสารและผู้รับสารมีการรับรู้ความหมายของสารในกระบวนการสื่อสารร่วมกันหรือไม่ และมากน้อยเพียงใด

โดยทั่วไป เมื่อพูดถึง “ผลของการสื่อสาร” นักวิชาการส่วนใหญ่มักหมายถึงสิ่งที่เกิดขึ้นหลังการสื่อสารหนึ่ง ๆ จบสิ้นลงแล้ว จากคำนิยามนี้ ผลของการสื่อสารจึงมีความหมายอย่างน้อย 3 ประการด้วยกันคือ

1. หลังการสื่อสาร เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างหนึ่งอย่างใดในกระบวนการสื่อสารหรือไม่อย่างไร
2. อันเนื่องจากการสื่อสารนั้น ผู้ส่งสารสามารถสร้างอิทธิพลบางอย่างเหนือตัวผู้รับสารได้หรือไม่ อย่างไร
3. การสื่อสารประสบความสำเร็จตามที่ผู้ส่งสารมุ่งหวังไว้หรือไม่ อย่างไร

การสื่อสารหนึ่ง ๆ ประสบความสำเร็จได้ต่อเมื่อ การตีความหมายสารที่ได้รับของผู้รับสารสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของผู้ส่งสารหรืออีกนัยหนึ่ง คือจุดมุ่งหมายของผู้ส่งสารสามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้รับสาร (ความหมายที่ผู้ส่งสารตั้งใจส่งไป)

ผลการสื่อสารจึงอาจเป็นผลทางด้านความนึกคิดหรือปัญญา (cognitive or intellectual) ด้านอารมณ์และความรู้สึก (affective) และด้านพฤติกรรมหรือการกระทำ (behavioral)

ในการวิจัยเรื่องผลการสื่อสาร (effect analysis) นอกเหนือจากการศึกษาประเภทและชนิดของผลเหล่านี้แล้ว ยังมีความสนใจที่จะวิเคราะห์ว่า มีเงื่อนไขและปัจจัยอะไรบ้างที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับผลการสื่อสาร การวิจัยที่ผ่านมา มักจะพบว่า ตัวแปรทุกตัวในกระบวนการสื่อสารมีส่วนเกี่ยวข้องกับต่อผลเสมอ เช่น ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร ลักษณะที่ดึงดูดใจของสาร ความต้องการของผู้รับสาร วิธีการเผยแพร่ช่องทางที่ใช้เผยแพร่ ฯลฯ รวมทั้งความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเหล่านั้น

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร

การเปิดรับข่าวสารนั้น จัดได้ว่าเป็นการรับรู้ในชีวิตประจำวันของมนุษย์อย่างหนึ่งจำเป็นต้องอาศัยการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้และประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ซึ่งวูฒิชัย จานงค์ (2523) กล่าวไว้ว่า ข่าวสารจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจของมนุษย์

โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อมนุษย์เกิดความไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใด ความต้องการข่าวสารก็ยิ่งจะเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น

นอกจากนั้น การเปิดรับข่าวสารยังก่อให้เกิดผลในการเปลี่ยนแปลงในตัวผู้รับสาร ทั้งในระดับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม ดังที่ Atkin (1973) กล่าวว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากย่อมมีหูตากว้างไกล มีความรู้ ความเข้าใจในสภาพแวดล้อม และเป็นคนทันสมัย ทันทเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย ซึ่ง Klapper (1960) ยังได้อธิบายถึง ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร (Selectivity Process Theory) ไว้ว่าคือ ทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการในการเลือกรับข่าวสาร (Selectivity Process) ซึ่งประกอบด้วย

1. การเลือกเปิดรับหรือการเลือกใช้ (Selective Exposure) กล่าวคือบุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสาร จากแหล่งสารต่าง ๆ ตามความสนใจและความต้องการและหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึคนึกคิดของตน เพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาหรือสนองความต้องการของตน

การเลือกรับหรือการเลือกใช้ ยังเป็นการเลือกขั้นแรกในการเลือกช่องทางสื่อสารของมนุษย์ ทักษะและความชำนาญในการรับรู้และเข้าใจข่าวสารของคนนั้น มีความแตกต่างกัน บางคนถนัดที่จะเขียนมากกว่าพูด หรือบางคนถนัดที่จะฟังมากกว่าอ่าน สิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดในการเลือกเปิดรับหรือการใช้สื่อของมนุษย์ จะสังเกตได้ว่าบางคนชอบดูโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือ หรือชอบฟังวิทยุมากกว่าอ่านหนังสือเป็นต้น

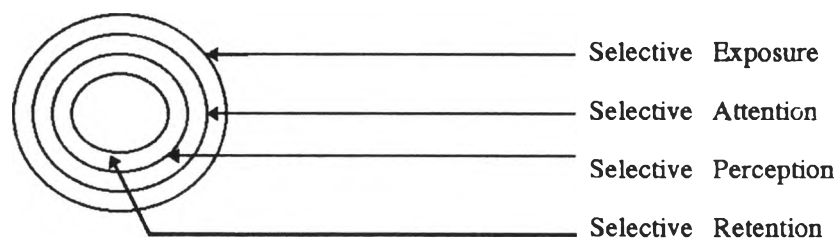
2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) กล่าวคือ บุคคลจะเลือกให้ความสนใจเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติ และความเชื่อดั้งเดิมของตนและหลีกเลี่ยงที่จะให้ความสนใจกับข่าวที่ขัดแย้งกับทัศนคติ และความเชื่อดั้งเดิมของตน ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้สึกรู้สึกของเรา จะทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจและสับสนได้ เนื่องจากสมองของมนุษย์นั้นสามารถรับข้อมูลได้จำกัด คือรับข้อมูลได้เพียง 500 ส่วนใน 1 วินาทีเท่านั้น ในเวลาหนึ่งๆ สมองคนเราถูกกระตุ้นจากข่าวสารต่าง ๆ มากมายทั้งความคิดของตนเอง และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก เช่น เสียงพูดคุยหรือเสียงต่าง ๆ สมองเราจะต้องคัดเลือกข่าวสารที่มากกระตุ้นอยู่ตลอดเวลาว่า ข่าวสารนั้นเป็นข่าวสารที่ควรรับรู้และข่าวสารใดที่ไม่ควรรับรู้ ดังนั้นข่าวสารที่ถูกคัดเลือกแล้วมักเป็นข่าวสารที่ตรงตามความสนใจ และ ความต้องการของผู้รับสาร

3. การเลือกรับรู้และการเลือกตีความหมาย (Selective Perception and Selective Interpretation) กล่าวคือ บุคคลจะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความข่าวสารที่ได้รับไปในทางที่สอดคล้องกับทัศนคติ และประสบการณ์ที่มีอยู่ก่อน ในกรณีที่ข่าวสารที่ได้รับมาใหม่มีความขัดแย้งกับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิม บุคคลมักจะบิดเบือนข่าวสารนั้น เพื่อให้สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อความต้องการและแรงจูงใจของตนในขณะนั้น

ในขั้นตอนของการเลือกรับรู้และเลือกตีความหมายนี้ ก่อนข้างจะสำคัญมาก เนื่องจากแต่ละคนมีความรู้สึก ประสบการณ์และค่านิยมที่แตกต่างกันไป ดังนั้นจึงรับรู้เลือกตีความหมายเฉพาะในส่วนที่สอดคล้องกับประสบการณ์ ความรู้สึกนึกคิด และค่านิยมของตนเอง ซึ่งอาจทำให้การสื่อความหมายไม่ตรงกัน ซึ่งทำให้เกิดความล้มเหลวทางการสื่อสารได้ (Communication Breakdown)

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) กล่าวคือ บุคคลจะเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารในส่วนที่ต้องการจำเข้าไปเก็บไว้เป็นประสบการณ์ เพื่อที่จะนำไปใช้ในโอกาสต่อไป และจะพยายามลืมในส่วนที่ต้องการลืมอีกด้วย

จากที่กล่าวมาแล้วเกี่ยวกับทฤษฎีการเลือกรับข่าวสาร (Selective Process) นำมาเขียนเป็นแผนภาพได้ดังนี้



ภาพที่ 1 แสดงการเลือกรับข่าวสารตามกระบวนการในการเลือกรับข่าวสาร

ขั้นตอนในการรับสื่อนี้ ชรามม์ (Schramm, 1973) ได้อธิบายว่าข่าวสารที่เข้าถึงระดับความสนใจของผู้รับสารจะมีแนวโน้มที่จะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น

สำหรับเหตุผลในการที่มนุษย์เลือกสนใจ หรือตั้งใจรับข่าวสารอย่างไรจากสื่ออันมีนักวิชาการหลายท่านที่มีความเห็นสอดคล้องกันดังนี้

ความสนใจ (Attention)

พัชนี และคณะ (2538: 111-113) อธิบายไว้ว่าความสนใจเป็นขั้นตอนแรกๆ ที่ผู้รับยอมรับสารของผู้ส่ง ซึ่งก่อนที่ผู้รับสารจะรับสารนั้นต้องอาศัยองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ คือ การปรับร่างกายและอวัยวะรับรู้ การมีสติ และจิตสำนึกที่ปลอดโปร่งและเด่นชัด และความพร้อมที่จะเกิดปฏิกิริยาตอบหรือแสดงพฤติกรรมตอบโต้

รอบ ๆ ตัวเรามีสิ่งต่าง ๆ มากมาย ในแต่ละช่วงเวลาเราจะเห็นสิ่งต่าง ๆ ได้มากกว่าที่เราคิดว่าจะเห็นได้ ได้ยินสิ่งต่าง ๆ มากกว่าที่เราคิดว่าเราได้ยิน และสัมผัสกับสิ่งต่าง ๆ รอบตัวมากกว่าที่เราคิดว่าเราสามารถสัมผัสได้ ฯลฯ ฉะนั้นเราต้องเลือกว่าเราจะรับรู้สิ่งใดบ้าง เพราะเราไม่สามารถจะรับรู้สิ่งต่าง ๆ ทั้งหมดรอบตัวเราได้

ความสนใจจึงช่วยให้เรามุ่งเน้นกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งมากที่สุดเท่าที่เราจะรับรู้ได้ในแต่ละช่วงเวลานั้น

ความสนใจ เป็นกระบวนการทางจิตที่ซับซ้อนมาก อาจถือได้ว่าเป็นกระบวนการปรับตัวของประสาทรับรู้ ความสนใจแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. ความสนใจหลัก (focal attention) คือ ความสนใจที่เราให้กับสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยตรง เช่น เมื่อคุยกับใครเราก็จะมุ่งให้ความสนใจไปกับคนที่เรากำลังคุยด้วย เป็นต้น

2. ความสนใจรอบนอก (peripheral or marginal attention) คือ ความสนใจที่เราให้กับสิ่งใดสิ่งหนึ่งน้อยกว่าความสนใจหลัก เช่น ขณะเดินคุยกับเพื่อนความสนใจหลักก็คือ การคุย ส่วนความสนใจรองคือ การมองผู้คนที่ผ่านไปมา

เราจะสังเกตเห็นว่าข่าวสารต่าง ๆ จำนวนมากที่เราใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวัน นั้นเราได้รับมาที่ละเล็กทีละน้อยโดยรู้ตัวบ้างไม่รู้ตัวบ้าง ในการสื่อสารกับบุคคลอื่นนั้นอาจเป็นไปได้ โดยความสนใจหลักหรือความสนใจรองก็ได้ ซึ่งถ้าหากผู้สื่อสารสามารถใช้ความสนใจได้อย่างมีประสิทธิภาพก็จะเป็นประโยชน์ต่อการสื่อสารนั้น ๆ อย่างยิ่ง

โดยทั่วไป การให้ความสนใจ (attention) และความสนใจ (interest) มักจะเป็นของควบคู่กัน ทั้ง ๆ ที่คำสองคำนี้มีได้มีความหมายตรงกันบริบูรณ์ หรือใช้แทนกันได้ทุกโอกาส การที่เราให้ความสนใจ (attend) สิ่งใดสิ่งหนึ่งก็เพราะว่าสิ่งนั้นน่าสนใจ (interesting) และอะไรก็ตามที่น่าสนใจ เราก็มักจะให้ความสนใจ เพราะฉะนั้น ยิ่งสารมีความน่าสนใจมากเพียงไรโอกาสที่ผู้รับสารจะให้ความสนใจสารนั้นก็ยิ่งมากขึ้น

โดยทั่วไป คนเรามักให้ความสนใจหรือถูกกระตุ้นให้เกิดความสนใจด้วยสิ่งต่อไปนี้ คือ

1. ลักษณะของตัวกระตุ้น ไม่ว่าจะเป็นวัตถุหรือสิ่งที่เป็นกายภาพ หรือตัวผู้สื่อสารเอง เช่น ขนาด รูปร่าง สี การเคลื่อนไหว ความกระตือรือร้น

2. สารของตัวกระตุ้น

2.1 เรื่องและเหตุการณ์ที่น่าสนใจ เช่น ใกล้เคียง ตัวตน ทนสมัยเป็นรูปธรรม เห็นภาพพจน์ มีความขัดแย้ง น่าสงสัย หลากหลาย แปลกใหม่ หรือมีอารมณ์ขัน

2.2 ภาษาที่ใช้ กระชับรัดกุม มีพลัง มีชีวิตชีวา เร้าอารมณ์ หลากหลาย

3. วิธีการเสนอสารของตัวกระตุ้น เช่น การใช้ช่องทางการสื่อสารกลางช่องทาง การแสดงกิริยาท่าทาง และการใช้อวัจนภาษาต่าง ๆ การเน้น เป็นต้น

ทั้งนี้ มีสิ่งที่จะเป็นตัวช่วยเสริมหรือทำให้คนเกิดความสนใจมากขึ้นจากหลายแหล่ง คือ

1. สังคม เช่น การคล้อยตามผู้อื่น แฟชั่น การยกย่องหรือต่อต้านการกระทำในสังคม ศิลธรรม

2. สภาวะทางจิต เช่น ความกลัว แรงงูใจ คุณธรรม ความต้องการ
3. สภาพแวดล้อมจากภายนอก เช่น เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นก่อนหน้า การจัดสถานที่ เป็นต้น

พฤติกรรม การเลือกรับข่าวสารยังมีองค์ประกอบที่มีบทบาทสำคัญต่อกระบวนการเลือกสรรของมนุษย์อีก (Wilbur Schramm, 1973 : 121-122) ได้แก่

1. ประสบการณ์ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน
2. การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสาร ผู้รับข่าวสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง
3. ภูมิหลังแตกต่างกันทำให้มีความสนใจแตกต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม ทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรม การเลือกรับสื่อและเนื้อหาข่าวสาร
5. ความสามารถในการรับข่าวสาร เกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจที่ทำให้พฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารต่างกัน
6. บุคลิกภาพทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวจิตใจและพฤติกรรมของผู้รับสาร
7. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสาร จะทำให้ผู้รับเข้าใจความหมายของข่าวสารหรืออาจเป็นอุปสรรคของความเข้าใจความหมายของข่าวสารได้
8. ทัศนคติ จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือข่าวสารที่ได้พบ

นอกจากนี้ ผู้รับข่าวสารยังมีพฤติกรรม การเปิดรับสื่อและข่าวสาร ตามแบบเฉพาะของแต่ละคนแตกต่างกันไป ดังที่ ชวรัตน์ เชิดชัย (2523) อธิบายถึง แรงผลักดันที่ทำให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งมีการเลือกรับสื่อ นั้น ว่าเกิดจากปัจจัย พื้นฐานหลายประการได้แก่

1. ความเหงา เป็นเหตุผลทางจิตวิทยาโดยตรงที่ว่า ปกติคนเราย่อมจะไม่ชอบที่จะอยู่ตามลำพัง เนื่องจากเกิดความรู้สึกสับสน วิตกกังวล หวาดกลัว และการเมินเฉยจากสังคม บุคคลจึงชอบหรือพยายามที่จะรวมกลุ่มเพื่อสังสรรค์กับผู้อื่นเท่าที่โอกาสจะอำนวยได้และเมื่อไม่

สามารถจะติดต่อสังสรรค์กับบุคคลได้โดยตรง สิ่งที่ดีที่สุดก็คือการอยู่กับสิ่งต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อสาร ซึ่งคนบางกลุ่มพอใจที่จะอยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าที่จะอยู่กับบุคคล เพราะสื่อมวลชนเป็นเพื่อนแก้เหงาที่ไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนา หรือทางสังคมให้แก่ตนเอง

2. ความอยากรู้อยากเห็น ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ ดังนั้น สื่อมวลชนจึงถือเอาความอยากรู้อยากเห็นเป็นหลักสำคัญอย่างหนึ่งในการเสนอข่าวสาร ปกติมนุษย์จะอยากรู้อยากเห็นโดยเริ่มจากสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวเองที่สุดไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวเองมากที่สุด ตามลำดับและไม่ว่าสิ่งที่สนองความอยากรู้อยากเห็นนั้นจะเกิดจากวัตถุ สิ่งของ ความคิด หรือการกระทำของ เพื่อนบ้านหรือเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่างๆ นอกเหนือจากที่เกิดขึ้นใกล้ชิดกับตนเองมากที่สุด คงจะไม่มีอะไรดีกว่าสื่อมวลชนต่างๆ ทั้งนี้ มิใช่เพราะว่าสิ่งเหล่านั้นจะมีผลกระทบต่อตนเองทั้งทางตรงและทางอ้อมเท่านั้น แต่เป็นความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งที่เกิดขึ้นในแง่ต่างๆ เช่น สาเหตุของเหตุการณ์ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์นั้น รวมทั้งผลกระทบซึ่งอาจจะเกิดขึ้นกับตนเองหรือผู้อื่นด้วย

3. ประโยชน์ที่สนองของตนเอง (Self- Aggrandizement) โดยพื้นฐานมนุษย์เป็นผู้เห็นแก่ตัว ในฐานะที่เป็นผู้รับข่าวสารจึงต้องการแสวงหาและใช้ข่าวสารบางอย่างที่จะใช้เป็นประโยชน์แก่ตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนบรรลุผล เพื่อให้ข่าวสารที่ได้มาเสริมสร้างบารมี เพื่อให้ได้ข่าวสารที่จะช่วยให้ตนเองได้รับความสะดวกสบาย รวมทั้งให้ได้ข่าวสารที่ทำให้ตนเองเกิดความสุขสนุกสนานบันเทิง ข่าวสารเหล่านี้ไม่ว่าจะให้กู่ในทางปฏิบัติ ทางจรโลงจิตใจ หรือแม้แต่ทางความคิด ก็สามารถจะหาได้จากสื่อมวลชนเป็นส่วนใหญ่

โดยทั่วไป ผู้รับข่าวสารมีพฤติกรรมการเลือกหรือการรับสื่อ ข่าวสารแตกต่างกันโดยขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ความต้องการของแต่ละบุคคล สภาพแวดล้อม เหตุผล และความจำเป็นของตนเอง ในด้านการเลือกรับสื่อต่าง ๆ Schramm (1973) กล่าวว่าบุคคลย่อมจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least Effort) และได้ประโยชน์ตอบแทนดีที่สุด (Promise of Reward) ซึ่งความพยายามน้อยที่สุดนั้น หมายความว่าผู้อ่าน ผู้ดู หรือผู้ฟัง จะเลือกรับสื่อที่ตนเองมีความสะดวกที่สุด และใช้ความพยายามน้อยที่สุดในการรับสื่อ อันอาจขึ้นอยู่กับหลายปัจจัยด้วยกัน เช่นความพร้อม ความสะดวก ค่าใช้จ่าย เวลารับสื่อซึ่งย่อมแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล รวมทั้งบทบาท นิสัย และ ประเพณีนิยม ซึ่งรวมเป็นกิจกรรมอันเป็นพฤติกรรมทางสังคม ที่จะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อด้วย

ข้อสังเกตอย่างหนึ่งเกี่ยวกับการเลือกรับสื่อและข่าวสารของผู้รับข่าวสารคือ ผู้รับข่าวสารมักจะแสวงหาข่าวสารที่มาสันนิษฐานทัศนคติ ความคิดที่มีอยู่ก่อนแล้ว (Preconception) รวมทั้งอคติของตนเองอย่างไม่รู้ตัวเสมอ เมื่อเป็นเช่นนี้ ผู้รับข่าวสารจึงแสวงหาข่าวสารที่สอดคล้องกับท่าทีของจิตใจที่มีอยู่ก่อนแล้ว (Predispositions) ข่าวสารที่แสวงหาจึงจะไม่เป็นข่าวสารที่ขัดแย้งกับความเชื่อถือของตน นอกจากนั้นประสบการณ์และปรัชญาแห่งชีวิต ก็เป็นปัจจัยสำคัญที่จะกำหนดว่าจะเลือกสื่อและข่าวสารในลักษณะเช่นใด

4. ลักษณะเฉพาะของสื่อมวลชนโดยทั่วไป นอกจากองค์ประกอบเกี่ยวกับอายุ เพศ การศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม หรือ องค์ประกอบอื่นที่ไม่สามารถเห็นเด่นชัด เช่น ทัศนคติ ความคาดหวัง ความกลัว ฯลฯ จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้สื่อแล้วสื่อมวลชนแต่ละประเภทมี “ ลักษณะเฉพาะ ” ที่ผู้รับข่าวสารแต่ละคนแสวงหาและได้รับประโยชน์ไม่เหมือนกัน “ ลักษณะเฉพาะ ” ของสื่อแต่ละอย่างจึงมีส่วนที่ทำให้ผู้รับข่าวสารจากสื่อมวลชนมีจำนวนและองค์ประกอบแตกต่างกันไป ทั้งนี้เพราะว่าผู้รับข่าวสารแต่ละคนย่อมจะหันเข้าหาลักษณะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการ และทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สมควร กวียะ (2523:87) ได้ทำการวิจัยเรื่อง นิสัยการรับข่าวสารของประชาชนในหมู่บ้านชนบทของไทย โดยศึกษานิสัยการรับฟังข่าวสารของชาวชนบทจากสื่อมวลชนรวม 4 ประเภท คือ วิทยุ หนังสือพิมพ์และนิตยสาร โทรทัศน์และภาพยนตร์ ซึ่งสรุปผลได้ดังนี้

ในบรรดาสื่อมวลชนประเภทต่างๆ นี้ ปรากฏว่าชาวชนบทส่วนใหญ่เชื่อถือสื่อประเภทวิทยุเป็นอันดับแรก รองลงมาได้แก่ หนังสือพิมพ์ และโทรทัศน์ ส่วนภาพยนตร์ให้ความเชื่อถือเป็นอันดับสุดท้าย เกี่ยวกับความคิดเห็นของชาวชนบทเกี่ยวกับข่าวสารที่ได้รับทางสื่อมวลชน พบว่า วิทยุให้ข่าวสารดีเป็นอันดับที่ 1 คือให้เนื้อหาสาระประเภทความรู้ ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่ออาชีพและเศรษฐกิจ ตลอดจนเนื้อหาสาระประเภทให้ความบันเทิงต่างๆ ส่วนอันดับที่ 2 คือ สื่อประเภทหนังสือพิมพ์ ส่วนโทรทัศน์ให้เนื้อหาข่าวสาร เป็นอันดับที่ 3 และ ภาพยนตร์เป็นอันดับสุดท้าย

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ “ชุมชนสัมพันธ์”

ชุมชนสัมพันธ์เป็นกิจกรรมหนึ่งของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ที่จัดขึ้นเพื่อเผยแพร่ข่าวสารและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างหน่วยงานกับชุมชน ซึ่งนักวิชาการได้ให้ความหมายของคำว่า “ชุมชน” กับ “ชุมชนสัมพันธ์” ไว้ดังนี้

3.1 ความหมายของ “ชุมชน”

ชุมชน หมายถึง หน่วยทางสังคมขนาดหนึ่ง ซึ่งประกอบด้วยสมาชิกที่เป็นกลุ่มก้อนอาศัยอยู่ในบริเวณเดียวกัน มีความเป็นมา และสภาพความเป็นอยู่ที่คล้ายคลึงกัน มีความรู้สึกนึกคิดและผลประโยชน์ร่วมกัน ตลอดจนสามารถตอบสนองความต้องการพื้นฐานของสมาชิกส่วนใหญ่ได้ (ศิริวัฒน์ นิจนตร, 2538)

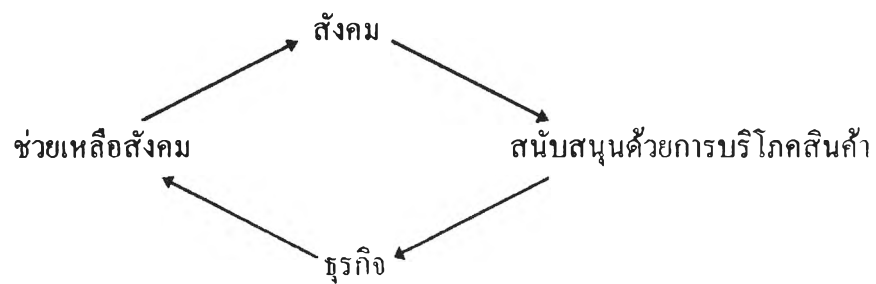
วิลเลียม บิดเดิล (William Biddle, 1952) ให้ความหมายของชุมชนว่า “ชุมชนคืออะไรก็ตามที่ประชาชนได้รับการสนับสนุนให้ดำเนินการสำเร็จ เพื่อผลประโยชน์ร่วมกัน”

คไวท์ แอนเดอร์สัน (Dwight Anderson, 1952) กล่าวว่า “ชุมชนไม่ใช่เฉพาะคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง แต่รวมถึงสถาบันต่าง ๆ องค์กรธุรกิจและอุตสาหกรรม ชุมชนที่แท้จริงจึงประกอบด้วยบุคคลซึ่งมีความสนใจร่วมกัน มีจุดมุ่งหมายอย่างเดียวกันที่จะดำเนินการร่วมกันให้ประสบความสำเร็จ”

พิชัย หิริณเจริญ (2527: 26) กล่าวไว้ว่า ในชุมชนแต่ละแห่ง นอกจากจะมีกลุ่มประชาชนอาศัยอยู่แล้ว ยังประกอบด้วยสถาบันต่าง ๆ อีกหลายแห่ง ประชาชน และสถาบันเหล่านี้เมื่ออยู่ใกล้ชิดกัน ย่อมต้องมีการพบปะแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน

ก่อนคริสต์ศตวรรษที่ 19 องค์กรโดยเฉพาะธุรกิจส่วนใหญ่ไม่ได้ให้ความสนใจกับสังคมนอกรอบข้าง มุ่งแต่จะกอบโกยผลกำไรเข้ากิจการ แต่ต่อมา ไอวี ลี (Ivy Lee อ้างใน ชัยนันทน์ นันทพันธ์, 2536) บิดาของการประชาสัมพันธ์ได้พยายามชี้ให้เจ้าของกิจการทั้งหลายตระหนักว่า

แนวความคิดนั้นไม่ถูกต้องและได้เสนอแนวความคิดใหม่ที่ว่า ธุรกิจควรต้องบำเพ็ญตนเป็นสมาชิกที่ดีของสังคม (Good Corporate Citizen) โดยยึดถือคติว่า ถ้าสังคมเจริญ ธุรกิจก็เจริญตาม ทำนองเดียวกัน หากสังคมตกต่ำ ธุรกิจก็พลอยตกต่ำตามไปด้วย ซึ่งสามารถแสดงเป็นความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับสังคมได้ดังนี้



ภาพที่ 2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับสังคม

- การให้การสนับสนุนแก่องค์กรต่าง ๆ หมายถึง การที่องค์กรหรือบริษัท เข้าไปจัดการหรือดำเนินการใด ๆ ให้แก่องค์กรต่าง ๆ ในชุมชนเพื่อสร้างความนิยมศรัทธาให้เกิดขึ้น เช่น การเข้าไปจัดฝึกอบรมพัฒนากลุ่มเยาวชนเกษตรกรในชุมชน การจัดฝึกอบรมอาชีพให้ประชาชน ในท้องถิ่น

- การสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนท้องถิ่น โดยร่วมสนับสนุนหรือทำโครงการร่วมกันอย่างต่อเนื่อง

- การให้บริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น อนุญาตให้กลุ่มประชาชนในชุมชนมีโอกาสได้เข้ามาใช้ facilities ของบริษัทหรือโรงงานด้วย เช่น เข้ามาเล่นกีฬาในสนามกีฬาของโรงงาน อนุญาตให้ใช้สถานที่จัดงานสำคัญ ๆ ของชุมชน

- สนับสนุนให้พนักงานของโรงงาน/บริษัท ได้เข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชนหรือเป็นตัวแทนของโรงงานในกลุ่มต่าง ๆ

วัฒนา พุทธชากรานนท์ (2526) กล่าวถึงชุมชนว่า หมายถึง กลุ่มมวลชนที่ได้พักพิงอาศัยอยู่ในท้องถิ่นเดียวกัน ศิลปวัฒนธรรมเดียวกัน มีการปกครองเหมือนกัน และมีความเป็นมาทางประวัติศาสตร์อย่างเดียวกัน ชุมชนจึงไม่ใช่กลุ่มคนใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ แต่รวมถึงสถาบันต่าง ๆ มากมาย เช่น ศูนย์การค้า ธนาคาร ชุมชนทางรถไฟ โรงภาพยนตร์ เทศบาลเมือง เทศบาลตำบล เป็นต้น

วิจิตร อวาระกุล (2534) ให้ความหมายของชุมชนว่า ชุมชน หมายถึง กลุ่มประชาชนเพื่อนบ้านที่เกี่ยวข้องกัน หรืออยู่ในละแวกเดียวกับสถาบัน มีการสังคมกันหรือมีกิจกรรม ศิลปะ ทัศนะ ประเพณีวัฒนธรรมเหมือนกัน มีความสนใจผลประโยชน์ที่ต้องเอื้อเพื่อช่วยเหลือกัน รวมไปถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ผูกพันยึดเหนี่ยวกันช่วยเหลือเกื้อกูลกัน

Dwight Anderson (1952) กล่าวว่า “ชุมชนไม่ใช่เฉพาะคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง แต่รวมถึงสถาบันต่าง ๆ องค์กรธุรกิจและอุตสาหกรรม ชุมชนที่แท้จริงจึงประกอบไปด้วยบุคคลซึ่งมีความสนใจร่วมกัน มีจุดมุ่งหมายอย่างเดียวกันที่จะดำเนินการร่วมกันให้ได้รับความสำเร็จ”

สำหรับธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น จะต้องมีแนวทางดังนี้ (ประจวบ
อินอ็อค, 2527: 72)

1. ผลិតสินค้าที่มีคุณประโยชน์ต่อสังคม (Social Product)
2. จำหน่ายจ่ายแจกสินค้าในราคาที่เหมาะสม ที่ประชาชนจะหาซื้อได้
(Social Price)
3. มีกำไรเพียงพอที่จะอยู่ในสังคมได้โดยไม่เดือดร้อน (Social Profit)
ซึ่งแนวคิดนี้ได้เป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางในปัจจุบัน

ด้วยเหตุนี้ จึงอาจกล่าวได้ว่า สถาบันหรือองค์การกับประชาชนจะอยู่โคตรเดียว ไม่ได้ ประชาชนไม่สามารถดำรงชีวิตอย่างสะดวกสบายเมื่อขาดสถาบันใด สถาบันหรือองค์การก็ไม่สามารถตั้งอยู่ได้หากขาดการสนับสนุนจากประชาชนในชุมชนฉนั้น สถาบันธุรกิจเป็นผู้สร้างงานให้ชุมชน ชุมชนก็ตอบแทนด้วยการให้แรงงาน ทำให้มีการลงทุนสนับสนุนด้วยการซื้อสินค้า ฯลฯ เมื่อเป็นเช่นนี้จึงเป็นหน้าที่ที่สถาบันหรือองค์การธุรกิจควรจะต้องตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อที่พึงมีต่อชุมชน ไม่เพียงแต่ให้การทำงานทำ แต่จะต้องเข้าไปช่วยเหลือ สนับสนุนชุมชนในด้านต่างๆ เช่น สนับสนุนการศึกษา สาธารณสุข การกีฬา ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม ฯลฯ หรือเรียกว่า “ชุมชนสัมพันธ์” นั้นเอง

ลักษณะพื้นฐานและความต้องการของชุมชน

ในการดำเนินโครงการชุมชนสัมพันธ์นั้น ผู้ดำเนินโครงการจำเป็นจะต้องศึกษาเรียนรู้เรื่องของชุมชนนั้น ๆ เสียก่อน โดยจะต้องเรียนรู้ในเรื่องของประวัติความเป็นมาของชุมชน พยายามศึกษาว่า ประชาชนในชุมชนมีขนบธรรมเนียมประเพณี การศึกษา อาชีพ ตลอดจนสถานที่สำคัญ ๆ เช่น วัด โรงเรียน ฯลฯ เพื่อเป็นข้อมูล ขณะเดียวกันก็ต้องทราบว่าใครเป็นผู้นำคนสำคัญที่ชุมชนยกย่องนับถือ เพราะประชาชนในชุมชนมีแนวโน้มจะคล้อยตามผู้นำชุมชนเสมอ ถ้าหากผู้นำชุมชนยอมรับ โอกาสที่ชุมชนจะศรัทธายอมรับและเกิดภาพพจน์ที่ดีต่อองค์การก็มีมากต้องเรียนรู้ถึงความต้องการและความจำเป็นของชุมชน ซึ่งแต่ละชุมชนมีความแตกต่างกันออกไป บางแห่งอาจมีปัญหาด้านการขาดแคลนทรัพยากรธรรมชาติ บางแห่งมีปัญหาด้านมลภาวะเป็นพิษ การเรียนรู้ถึงความต้องการที่แท้จริง จะช่วยให้้องค์การสามารถช่วยเหลือชุมชนได้ถูกต้อง ถูกจุด และประการสุดท้ายต้องเรียนรู้ถึงปัญหาพื้นฐานของชุมชน ซึ่งปัญหาพื้นฐานของชุมชนในประเทศคือ

พัฒนา หรือกำลังพัฒนาก็มักจะหนีไม่พ้นเรื่องของความยากจนและความด้อยการศึกษา จึงเป็นเรื่องที่องค์การธุรกิจก็ต้องหยิบยกขึ้นมาพิจารณาในการทำชุมชนสัมพันธ์ด้วย

ความสำคัญของการสร้างความสัมพันธ์ในชุมชน

สายพิณ สมาวรตกุล (2532) กล่าวว่า “การสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนมีความสำคัญต่อธุรกิจทุกวันนี้ เนื่องจากธุรกิจมีความก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว ทั้งในส่วนท้องถิ่นและมีการขยายตัวไปยังชุมชนต่าง ๆ ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือจากชุมชนนั้น ๆ”

ชัยนันท์ นันทพันธ์ (2536) ได้กล่าวว่า “นักประชาสัมพันธ์ต้องตระหนักและเห็นความสำคัญของประชาชนหรือกลุ่มประชาชนและลูกค้าในอนาคต ถ้าปราศจากความร่วมมือจากประชาชนแล้วเราก็จะทำอะไรไม่ได้ ถ้าสามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนและประชาชนให้ความร่วมมือสนับสนุน ก็ย่อมบรรลุความสำเร็จทุกอย่าง”

กล่าวโดยสรุป การสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการดำเนินงานขององค์กรหน่วยงานและห้างร้านต่าง ๆ เพราะหากสามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นในชุมชนผลที่ตามมาก็คือความร่วมมือสนับสนุนการดำเนินงานขององค์กรนั่นเอง

3.2 ความหมายของ “ชุมชนสัมพันธ์”

วิรัช ลภีรัตนกุล (2535) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ชุมชนหรืออาจเรียกชุมชนสัมพันธ์ว่า การที่องค์กรสถาบันสร้างสรรค์ความสัมพันธ์อันดีกับชุมชน โดยการจัดกิจกรรมเพื่อให้ชุมชนได้มีส่วนร่วม หรืออาจเป็นการให้การสนับสนุนช่วยเหลือชุมชน ในด้านต่าง ๆ เช่น การสนับสนุนด้านการศึกษา สุขภาพอนามัย การกีฬา หรือกิจกรรมทางด้านศาสนา เป็นต้น

สถาบันหรือองค์การกับประชาชนจะอยู่โดดเดี่ยวไม่ได้ ประชาชนไม่สามารถดำรงชีพอย่างสะดวกสบายเมื่อขาดสถาบันใดใด สถาบันหรือองค์การก็ไม่สามารถตั้งอยู่หากขาดการสนับสนุนจากประชาชนในชุมชน ดังนั้น สถาบันธุรกิจเป็นผู้สร้างงานให้ชุมชน ชุมชนก็ตอบ

แทนด้วยการให้แรงงาน ทำให้มีการลงทุน สนับสนุนด้วยการซื้อสินค้า ฯลฯ และเมื่อเป็นเช่นนี้จึงเป็นหน้าที่ที่สถาบันหรือองค์กรธุรกิจควรจะตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมที่พึงมีต่อชุมชน ไม่เพียงแต่ให้การทำงานทำ แต่จะต้องเข้าไปช่วยเหลือ สนับสนุนชุมชนในด้านต่างๆ เช่น สนับสนุนการศึกษา สาธารณสุข การกีฬา ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม ฯลฯ หรือเรียกว่า “ชุมชนสัมพันธ์” นั่นเอง (บัญญัติ คำบุญวัฒน์, 2532)

ประเภทของกิจกรรมเพื่อชุมชน

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ชุมชนยังขาดแคลนอยู่ในปัจจุบันมีอยู่ด้วยกัน 3 ประการ คือ เรื่องของอนามัย การศึกษา งานสาธารณสุขประโยชน์และสาธารณกุศล

เรื่องอนามัย หรือปัญหาด้านสาธารณสุข (Public Health) จะเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นโดยทั่วไป โดยเฉพาะในประเทศที่กำลังพัฒนาหรือด้อยพัฒนา ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของความสกปรกมลภาวะเป็นพิษ ฯลฯ ซึ่งปัญหาเหล่านี้เมื่อรวมกันเข้าจะกลายเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความเจริญของชุมชน และส่งผลกระทบต่อความเจริญของประเทศชาติด้วย ปกติคนเราส่วนใหญ่ล้วนปรารถนาที่จะเห็นชุมชนของตนมีความเจริญ มีระเบียบ สวยสดงดงาม องค์กรธุรกิจจึงสามารถเข้าไปช่วยเหลือได้หลายทาง เช่น การจัดส่งหน่วยแพทย์เคลื่อนที่ไปให้การบำบัดรักษา การบริจาคเงินสร้างสถานพยาบาล สุขศาลา ซื้ออุปกรณ์ทางการแพทย์ รวมทั้งการสนับสนุนให้รักการเล่นกีฬา

ทางด้านการศึกษา (Education) องค์กรธุรกิจสามารถกระทำได้โดยแจกทุนการศึกษา จัดรายการที่ให้วิชาความรู้สมัยใหม่ ส่งวิทยากรไปบรรยาย เชิญผู้นำทางความคิด เช่น ครู กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ลูกเสือชาวบ้านมาเยี่ยมชมกิจการ เพื่อไปเผยแพร่ให้คนในกลุ่มได้รับรู้และเกิดความเข้าใจในองค์กรอีกต่อหนึ่ง

ส่วนด้านสวัสดิการสงเคราะห์ (Welfare) มักจะทำควบคู่ไปกับด้านอนามัยและการศึกษา เช่น การทำนุบำรุงพระศาสนา สร้างศาลาวัด เป็นเจ้าภาพทอดกฐิน สร้างศาลาที่พักสร้างถนนภายในหมู่บ้าน สร้างหอสมุดสำหรับประชาชนในหมู่บ้าน ได้ค้นคว้าหาความรู้ เป็นต้น (บัญญัติ คำบุญวัฒน์, 2532)

Roger Haywood (1984: 84-86) ได้แบ่งประเภทของกิจกรรมพิเศษเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนไว้หลายประการ เช่น

- การพบปะและการประชุม คือ การจัดให้มีการพบปะหรือประชุมเพื่อแลกเปลี่ยนทัศนะความคิดเห็นซึ่งกันและกัน เป็นการเปิดโอกาสให้ฝ่ายจัดการได้มีโอกาสพบปะบุคคลสำคัญภายนอก เช่น ผู้นำทางความคิดในสังคม ผู้นำในท้องถิ่นและชุมชนต่าง ๆ เพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มบุคคลเหล่านี้ อันเป็นการเสริมสร้างความเข้าใจอันดีต่อกันของทุกฝ่าย

- การเปิดให้เข้าเยี่ยมชมหน่วยงานขององค์กร ซึ่งจะช่วยให้กลุ่มบุคคลที่เข้าชมเกิดความรู้ ความเข้าใจในการดำเนินงานขององค์กร เป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีแก่ชุมชนและประชาชนกลุ่มเป้าหมาย

- การอุปถัมภ์งานของชุมชน หมายถึง การที่องค์กรให้การสนับสนุนงานของชุมชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะปรับปรุงสภาพความเป็นอยู่ของชุมชนหรือท้องถิ่น ได้แก่ การส่งเสริมปรับปรุงทางการศึกษา ด้านสุขอนามัย ด้านวัฒนธรรม ด้านนันทนาการ ฯลฯ

งานชุมชนสัมพันธ์ของการเคหะแห่งชาติ

การเคหะแห่งชาติแบ่งงานทางด้านชุมชนสัมพันธ์ ออกเป็น 5 กิจกรรมคือ

1. กิจกรรมเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต เช่น การจำหน่ายสินค้าราคาถูก, การจัดหน่วยแพทย์เคลื่อนที่รักษาฟรี และ จักรนิทรรศการป้องกันยาเสพติด และป้องกันโรคเอดส์

2. กิจกรรมทางศาสนา, ประเพณี และวัฒนธรรม เช่น ทำบุญวันเข้าพรรษา วันขึ้นปีใหม่ และวันสงกรานต์

3. กิจกรรมวันสำคัญของชาติ เช่น 5 ธันวาคมหาราช , 12 สิงหาคมหาราชินี และวันเด็กแห่งชาติ

4. กิจกรรมพัฒนาสิ่งแวดล้อมและรักษาความสะอาดในชุมชน เช่นบริจาคสิ่งของเหลือใช้ , ทิ้งของไม่ใช้ , ส้างบันไดแฟลต , ทาสีผนังแฟลต , ส้างถนน , ลอกท่อระบายน้ำ , ปลุกต้นไม้ และจัดสวนหย่อม

5. กิจกรรมทางสังคมในการพัฒนาชุมชน เช่น การเลือกตั้งคณะกรรมการชุมชน

วัตถุประสงค์ของการดำเนินงานชุมชนสัมพันธ์

วิรัช ลภีรัตนกุล (2535) แบ่งวัตถุประสงค์ของงานชุมชนสัมพันธ์ดังนี้

1. เพื่อบอกกล่าว ชี้แจงเรื่องราวหรือข่าวสารขององค์กร เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบ เช่น นโยบาย การดำเนินงาน หน้าที่ความรับผิดชอบและการช่วยเหลืออำนวยความสะดวกของชุมชนขององค์กร
2. เพื่อชี้แจง และโต้ตอบข้อวิพากษ์วิจารณ์ จากกลุ่มผลประโยชน์ภายในชุมชนซึ่งอาจจะวิพากษ์วิจารณ์องค์กรด้วยความเข้าใจผิด หรืออาจได้รับข่าวสารเพื่อการบอกเล่าอย่างผิด ๆ ในเรื่องราวขององค์กร
3. เพื่อแสดงถึงความสัมพันธ์ขององค์กรที่มีต่อชุมชน ในฐานะที่เป็นผู้สร้างสรรค์ความเจริญแก่ชุมชนในท้องถิ่น รวมทั้งการเข้าร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชนนั้นๆ
4. เพื่อค้นหาและสลับตริบฟังว่าประชาชนมีความคิดเห็น และพุดคุยถึงนโยบายและการดำเนินงานขององค์กรอย่างไรบ้าง
5. เพื่อส่งเสริมสวัสดิการชุมชน และการโฆษณาเผยแพร่ ให้ชุมชนในท้องถิ่นนั้น ๆ เป็นที่สนใจแก่บรรดานักท่องเที่ยวและธุรกิจการลงทุน กล่าวคือ มีนักท่องเที่ยวมาแวะเที่ยวมีนักธุรกิจมาลงทุนในชุมชนนั้นเพื่อความเจริญก้าวหน้าของชุมชน
6. เพื่อสร้างความสัมพันธ์สนิทสนมกับประชาชนในชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้นำท้องถิ่นเชิญให้บรรดาผู้นำเหล่านี้มาพบปะพุดคุยกับฝ่ายบริหารขององค์กร และการนำเข้าเยี่ยมชมกิจการหรือการดำเนินงานขององค์กร
7. เพื่อให้ความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาต่าง ๆ อันได้แก่ โรงเรียน วิทยาลัยในชุมชนนั้น เช่น การบริจาคเครื่องมืออุปกรณ์การศึกษา เป็นต้น
8. เพื่อแสดงถึงบทบาทความเป็นผู้นำทางด้านการส่งเสริม การอนุรักษ์ศิลป-วัฒนธรรมที่ดีงาม
9. เพื่อส่งเสริมสุขภาพอนามัยแก่ชุมชน เช่น การบริจาคเครื่องมืออุปกรณ์การแพทย์แก่โรงพยาบาล ภาครัฐจังหวัด รวมทั้งการส่งเสริมและสนับสนุน โครงการสุขภาพอนามัยของชุมชน
10. เพื่อส่งเสริมด้านการกีฬาันทนาการเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ และความเพลิดเพลินของชุมชน เช่น การจัดการแข่งขันกีฬา เกมส์การบันเทิงต่าง ๆ เป็นต้น

11. เพื่อร่วมมือกับสถาบันอื่น ๆ ในชุมชน เพื่อความเข้าใจอันดีต่อกันและพึ่งพาอาศัยกันและกัน

12. เพื่อแสดงถึงบทบาทการเป็นพลเมืองดี แสดงให้เห็นว่าสถาบันธุรกิจเหล่านี้เป็นพลเมืองดี (Good Citizen) และนายจ้างที่ดี มีการบำเพ็ญประโยชน์และช่วยเหลือกิจการด้านต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนและสังคมโดยรวม

วิจิตร อวระกุล (2524 : 185-186) กล่าวถึง วัตถุประสงค์ของงานชุมชนสัมพันธ์ ดังนี้

1. เพื่อเผยแพร่บอกกล่าว ชี้แจงทำความเข้าใจในวัตถุประสงค์ เป้าหมาย หน้าที่ ความรับผิดชอบของการดำเนินการ

2. เพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดแก่ประชาชน ในกรณีที่วัตถุประสงค์ของสถาบัน บิดเบือน ขัดแย้งกับกลุ่มผลประโยชน์ การพูด หรือข่าวลือทำให้เสียหายหรือเป็นความเท็จเป็นผลเสียต่อองค์กร

3. เพื่อชี้แจงให้เห็นประโยชน์ความสำคัญ และความจำเป็นของสถาบัน รวมทั้งความเจริญก้าวหน้าของชุมชนจากผลการดำเนินงานของสถาบัน เช่น การสร้างงาน การลงทุน ความเจริญก้าวหน้าของชุมชน

4. เพื่อเป็นการขอความร่วมมือสนับสนุนการดำเนินการจากองค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น บริษัท ห้างร้าน คหบดี โรงเรียน อำเภอ วิทยาลัย มหาวิทยาลัย โรงงาน ฯลฯ

5. เพื่อสร้างความสนิทสนมกับผู้นำในชุมชน เพื่อเชิญชวนให้เข้าร่วมงานร่วมมือกับสถาบัน

6. เพื่อเสริมสร้างบทบาทในการเป็นผู้นำในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านเสริมสร้างสร้างสรรค์ทำนุบำรุงและอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมในชุมชน รวมไปถึงนันทนาการ การพักผ่อนหย่อนใจของประชาชน เช่น การแข่งขันกีฬา บันเทิง รายการแข่งขันอื่น

7. เพื่อร่วมมือกับองค์กรสถาบันอื่นในชุมชน (Cooperation and Support) เพื่อพัฒนาการเป็นพลเมืองดี (Good citizen) การพัฒนาสุขภาพอนามัยของชุมชน (Community health) การศึกษา สวัสดิการสังคม เพื่อร่วมกันพัฒนาและจรโลงชุมชน

8. เป็นการสร้างความร่วมมือช่วยเหลือจากทุกฝ่าย (Collaboration)

9. เป็นการสร้างความสัมพันธ์ทางอ้อม (Indirect Public Relations)

วัตถุประสงค์ของงานชุมชนสัมพันธ์ อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า งานชุมชนสัมพันธ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นระหว่างหน่วยงานกับประชาชน เป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร ตลอดจนเป็นการดำเนินงานหรือการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อที่จะอำนวยความสะดวกต่อชุมชนและสังคม เพื่อจัดความเข้าใจผิด และเป็นการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง รวมถึงความพยายามในการสร้างทัศนคติที่ดีให้เกิดขึ้นกับองค์กร เพราะการดำเนินงานขององค์กรจะต้องเกี่ยวข้องและมีปฏิสัมพันธ์กับประชาชนไม่โดยทางตรงก็โดยทางอ้อม เพราะฉะนั้นกลุ่มชุมชนจึงนับว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีความสำคัญกลุ่มหนึ่งที่องค์กรจะต้องคำนึงถึงเพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานขององค์กรเอง ดังที่ Ivy Lee (อ้างในชัยนันท์ นันทพันธ์,) ผู้ซึ่งได้รับการยกย่องว่าเป็นบิดาแห่งการประชาสัมพันธ์ ได้กล่าวไว้ว่า

“การดำเนินงานอะไรก็ตามถ้าได้มีการสร้างความสัมพันธ์กับประชาชนเผยแพร่ออกไปให้ประชาชนได้รับทราบ ให้ประชาชนเข้าใจถึงการดำเนินงานของเรา ให้ประชาชนมีส่วนร่วมรู้เห็นถึงการดำเนินงานของเรา ประชาชนก็จะให้การสนับสนุน”

การวางแผนโครงการประชาสัมพันธ์ชุมชน

การดำเนินงานชุมชนสัมพันธ์จะต้องมีการวางแผนโครงการดำเนินงานอย่างรอบคอบ โดยมีการสำรวจวิจัยถึงสภาพปัญหาต่าง ๆ รวมทั้งความคิดเห็นและความต้องการของประชาชนในชุมชน ตลอดจนความเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม

การวางแผนโครงการประชาสัมพันธ์ อาจจะกระทำได้ทั้งโครงการระยะยาวและระยะสั้นซึ่งจะต้องอาศัยการตัดสินใจร่วมกับฝ่ายจัดการหรือฝ่ายบริหารขององค์กร นอกจากนี้ยังต้องมีการวางแผนการใช้เครื่องมือ หรือสื่อในการดำเนินงานด้วย (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2529)

การดำเนินงานชุมชนสัมพันธ์ อาจดำเนินการได้ดังนี้

1. ศึกษาสำรวจสภาพปัญหา ความคิดเห็น ความต้องการในการที่จะปรับปรุง และสร้างสรรค์ชุมชน
2. ศึกษาความสนใจของชุมชนต่อความเคลื่อนไหวทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง
3. ร่วมวางแผน ตัดสินใจกับฝ่ายบริหาร หรือผู้นำชุมชนที่เกี่ยวข้อง
4. กำหนดสื่อในการประชาสัมพันธ์ เพื่อเผยแพร่บอกกล่าว ชี้แจงทำความเข้าใจ รวมทั้งการประชุม และพบปะกับกลุ่มต่างๆ ในชุมชน
5. สื่อที่จะใช้ในชุมชนได้ดี เช่น ผู้นำความคิดเห็น ครู พระสงฆ์ คหบดี สื่อบุคคลอื่นๆ เสียงตามสาย การประชุม วารสาร วิทยุ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ (วิจิตร อวระกุล, 2534)

ผลงานของชุมชนสัมพันธ์

ผลที่เห็นได้ชัดจากการดำเนินงานชุมชนสัมพันธ์ อาจแบ่งได้ดังนี้

1. ผลต่อตัวองค์กรเอง ส่วนใหญ่จะเป็นผลดีต่อองค์กรทั้งในการสร้างภาพพจน์ และการจำหน่ายสินค้าและบริการขององค์กร เพราะการทำกิจกรรมเพื่อสังคมขององค์กรย่อมทำให้ประชาชนทั่วไปเกิดความรู้สึกว่าองค์กรนั้นเป็นห่วงประชาชน ไม่ทอดทิ้ง เกิดความไว้นับถือเชื่อใจในองค์กร และเมื่อประชาชนเกิดความไว้นับถือเชื่อใจก็จะค่อย ๆ กลายเป็นความระลึกถึงผูกพันกับองค์กรอยู่เสมอ ทำให้ประชาชนให้ความสนใจเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่องค์กรจัดมาบริการรวมทั้งมีความเต็มใจที่จะซื้อสินค้าหรือใช้บริการขององค์กรนั้น

แต่ในทางกลับกัน ประชาชนบางกลุ่มคิดว่าการที่องค์กรต่าง ๆ เหล่านี้ทำไปเพียงเพื่อผลประโยชน์ขององค์กรตนเอง ไม่ได้คำนึงถึงประโยชน์ที่ประชาชนจะได้รับอย่างแท้จริงแล้ว ทำให้ประชาชนเกิดความไม่ไว้วางใจองค์กรนั้น ซึ่งทำให้เกิดผลเสียต่อการสร้างภาพพจน์ของบริษัท

ฉะนั้นผลของกิจกรรมเพื่อชุมชนที่มีต่อองค์กรนั้น ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นผลดีต่อองค์กร แต่ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับตัวองค์กรเองที่จะใช้การประชาสัมพันธ์ทางด้านกิจกรรมเพื่อ

ชุมชนอย่างถูกต้องตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ว่าจะทำเพื่อชุมชน ถ้าองค์กรต่าง ๆ คอยมุ่งที่จะใช้ เป็นเครื่องมือเพียงเพื่อประโยชน์ขององค์กรตน ผลเสียย่อมจะสะท้อนกลับมาถึงองค์กรในที่สุด

2. ผลต่อประชาชนทั่วไปและสังคม อาจแบ่งพิจารณาเป็น 2 แบบ คือ

2.1 กิจกรรมที่เห็นผลได้ง่ายชัดเจน เป็นกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อ ประชาชนโดยตรงและช่วยพัฒนาสังคมด้วย เช่น การแจกทุนการศึกษา การสร้างศาลาที่พัก ผู้โดยสาร การสนับสนุนอุปกรณ์กีฬาแก่เยาวชน การสร้างถนน ฯลฯ

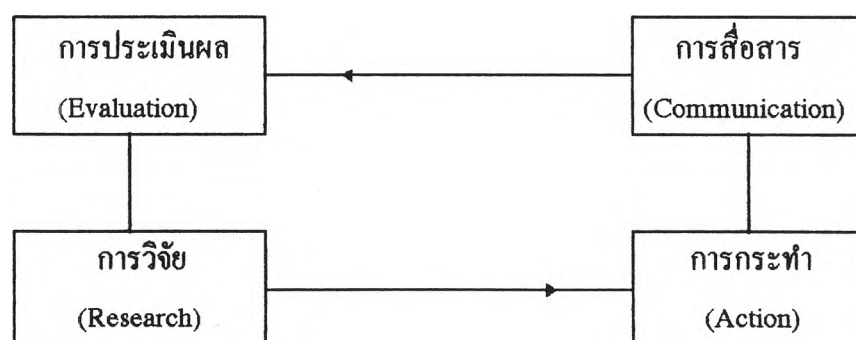
2.2 กิจกรรมที่เห็นผลไม่ชัดเจน ประเมินผลยาก เพราะขึ้นอยู่กับปัจจัย หลายอย่างประกอบกันจึงจะเป็นประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวม เช่น การนำประชาชนชมกิจการ ของบริษัท ฯลฯ

การประเมินผลการดำเนินงานชุมชนสัมพันธ์

เมื่อมีการจัดทำเป็นโครงการชุมชนสัมพันธ์ เพื่อเป็นเครื่องมือหนึ่งในการวางแผน ประชาสัมพันธ์ ก็จะได้เห็นว่าหลักสำคัญของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ก็จะเริ่มด้วยการทำวิจัย เพื่อหาข้อเท็จจริงต่าง ๆ จากนั้นก็จะมีกรกระทำเพื่อแก้ปัญหา หรือมีการกระทำที่จะช่วยสร้าง ภาพพจน์ที่ดีให้แก่หน่วยงาน และในที่สุดก็จะมีกรประเมินผลการกระทำดังกล่าวตามสูตร

R-A-C-E

R - A - C - E Formula



ภาพที่ 3 R - A - C - E Formula

ที่มา : John E.Marston, Modern Public Relations (New York : McGraw-Hill Book Company, 1979) , p.195

การประเมินผลการประชาสัมพันธ์สามารถทำได้ 4 ช่วงเวลาด้วยกัน
(พรทิพย์ วรกิจโกคาทร 2531 : 16) คือ

1. ก่อนเริ่มโครงการ เป็นการประเมินสภาพความต้องการและความจำเป็นที่จะต้องจัดทำโครงการนั้น ๆ รวมทั้งการประเมินศักยภาพและทรัพยากรที่มีอยู่ ซึ่งสามารถนำมาใช้กับโครงการได้ เพื่อจะช่วยให้การวางแผนเป็นไปอย่างถูกต้อง เหมาะสม
2. ระหว่างการดำเนินงาน เป็นการประเมินผลเพื่อเรียนรู้ถึงความสำเร็จ ข้อบกพร่อง ปัญหา อุปสรรคของงานที่ทำไปแล้วบางส่วน เพื่อหาทางแก้ไข ปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลง เพื่อที่จะได้ดำเนินงานต่อไปอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
3. เมื่อสิ้นสุดการดำเนินงาน เป็นการประเมินผลเมื่อสิ้นสุดเวลาที่กำหนดของโครงการใดโครงการหนึ่ง เป็นการสรุปผลว่าได้รับความสำเร็จมากน้อยเพียงไร บรรลุจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้หรือไม่
4. เป็นการตรวจสอบประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์ประจำปี เนื่องจากการประชาสัมพันธ์เป็นการทำงานที่ต่อเนื่องไม่มีสิ้นสุด ดังนั้นการประเมินในแต่ละปีจะสามารถเปรียบเทียบถึงความก้าวหน้า ความสำเร็จและแสดงถึงปัญหาอุปสรรค เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนดำเนินงานในปีต่อไป การประเมินผลประเภทนี้มีลักษณะเป็นการผสมผสานของการประเมินผลสองวิธีแรก

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ การประเมินหรือวัดผลการดำเนินงานชุมชนสัมพันธ์จะมีลักษณะเป็นแบบที่ 3 และในการวัดประสิทธิภาพดังกล่าว ก็คือ การวัดประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์หรือการสื่อสารนั่นเอง ได้แก่

1. การวัดการรับรู้ รับทราบเกี่ยวกับการดำเนินงานว่าประชาชนได้รับทราบเกี่ยวกับโครงการที่ดำเนินการไปหรือไม่ เพียงใด ซึ่งในกระบวนการสื่อสารกล่าวไว้ว่า การสื่อสารจะประสบผลสำเร็จได้นั้น ผู้สื่อสารกับผู้รับสารจะต้องเข้าใจตรงกัน (David K- Berlo, 1960: 40-70) หรือมีความรู้เกี่ยวกับเรื่องที่สื่อสารนั้น ๆ ซึ่งหมายถึง การที่ผู้รับสารจะต้องได้รับทราบ รับรู้เป็นเบื้องต้นนั่นเอง การสื่อสารที่ออกไปแล้วไม่เป็นที่รับรู้รับทราบของผู้รับสารก็เท่ากับขาดประสิทธิภาพตั้งแต่เบื้องต้นแล้ว

2. การได้รับประโยชน์หรือการมีส่วนร่วม จากทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับความคิดใหม่ (Herbert F. Lionberger, 1960: 32) ก็ได้กล่าวไว้ว่า คนเราก่อนที่จะยอมรับความคิดใหม่ได้ จะต้องรู้เรื่องราวในสิ่งนั้น ๆ เสียก่อนว่ามีอะไรเกิดขึ้น เป็นขั้นของการรับรู้ หลังจากนั้นก็ให้ความสนใจ แต่อาจจะยังไม่ค่อยแน่ใจ เป็นขั้นให้ความสนใจ หลังจากนั้นจึงเป็นขั้นประเมินผล ว่าคุณนั้น ๆ ดีหรือไม่ดี เป็นประโยชน์หรือไม่เป็นประโยชน์ ตรงกับความต้องการของตนหรือไม่ เหมาะสมมากน้อยเพียงใด แล้วจึงจะตัดสินใจทดลองปฏิบัติ เป็นขั้นตอนการทดลอง แล้วจึงจะยอมรับในที่สุด

3. ความพอใจหรือความรู้สึกเห็นด้วย ตามทฤษฎีทางการสื่อสารที่กล่าวเกี่ยวกับองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารว่าเป็นตัวกำหนดประสิทธิภาพ ของการสื่อสารไว้ว่า ปัจจัยทัศนคติของผู้รับสารที่มีต่อสาร (Attitude Toward the Message) นับเป็นปัจจัยประการหนึ่งที่สามารถเพิ่มหรือลดประสิทธิภาพของการสื่อสารได้ เช่น หากผู้รับสารมีความรู้สึกพึงพอใจต่อสิ่งที่สื่อสารนั้น ๆ เห็นด้วยกับสิ่งนั้น การสื่อสารนั้นก็ย่อมสัมฤทธิ์ผล

ปัจจัยต่อความล้มเหลวหรือไม่ประสบความสำเร็จของงานชุมชนสัมพันธ์

ถึงแม้ว่าการดำเนินงานชุมชนสัมพันธ์ จะได้มีการวางแผนการดำเนินงานมาเป็นอย่างดีตั้งแต่เริ่มต้นรวมทั้งมีการประเมินผลการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนแล้วก็ตาม ก็อาจมีปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้มีผลกระทบต่อความล้มเหลวหรือไม่ประสบความสำเร็จของงานชุมชนสัมพันธ์ ซึ่งบัญญัติ คำคุณศัพท์ (2532) กล่าวถึงคือ

1. โครงการกิจกรรมเพื่อชุมชนบางอย่าง เป็นโครงการกิจกรรมระยะยาวซึ่งต้องใช้เงินทุนมากและจะต้องกระทำต่อเนื่องกัน ฉะนั้นเมื่อองค์การเกิดปัญหาการขาดแคลนเงินทุนจะทำให้โครงการหยุดชะงักไป ทำให้ประโยชน์ที่คาดว่าจะประชาชนจะได้รับเป็นอันต้องเสียไป

2. ตัวประชาชนเองไม่ค่อยสนใจ และให้ความร่วมมือในกิจกรรมบางอย่าง หรือไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกิจกรรมบางอย่าง ทำให้ประโยชน์ที่ประชาชนจะได้รับลดลง หรือไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร เช่น การสร้างสนามเด็กเล่นของบริษัทปูนซีเมนต์ไทย ซึ่งเพิ่งสร้างไม่

นาน แต่ทรุดโทรมลงอย่างรวดเร็วเนื่องจากประชาชนที่ใช้ไม่ช่วยกันดูแลรักษา ซึ่งบริษัทเองก็ไม่สามารถหาคน และกำลังเงินมาคอยรักษาอยู่ตลอดเวลาได้ ทำให้ประโยชน์ที่ประชาชนได้รับเป็นเพียงระยะสั้น ๆ

3. ตัวองค์กรเองทำกิจกรรมชุมชน เพื่อประโยชน์ของตนมากกว่าเพื่อสังคมและประชาชน เป็นการทำให้เพียงเพื่อเอาหน้าเพื่อโน้มน้าวประชาชนให้หันมานิยมเชื่อถือเท่านั้น

4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม (Active Participation Theory)

การมีส่วนร่วม เป็นกระบวนการส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามามีบทบาทร่วมคิดร่วมตัดสินใจ ร่วมแก้ปัญหาที่สมาชิกมีส่วนเกี่ยวข้องในกิจกรรมของกลุ่ม โดยอาจจะเกี่ยวข้องในลักษณะของการทำงานร่วมกัน การดำเนินงานร่วมกันในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือหลายเรื่อง เพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายตามที่ต้องการ ซึ่งมองได้ 2 แนวทาง แนวทางแรกมองว่าองค์กรมีบทบาทส่วนใหญ่เป็นองค์กรราชการ การจัดทำโครงการจึงมีลักษณะแก้ปัญหาเฉพาะหน้า เป้าหมายคือตอบสนองความต้องการขององค์กร การจัดทำโครงการจึงมีระยะสั้นไม่ถาวรและโครงการสั้เล็กไปได้ง่าย แนวทางที่ 2 มองว่าประชาชนมีบทบาทเป็นการมองไปที่ความสนใจ และปัญหาความต้องการของประชาชน ดังนั้นแนวทางการจัดทำโครงการจึงต้องคำนึงถึงปัญหาความต้องการ ซึ่งจะต้องเข้าใจถึงพื้นฐานวัฒนธรรมและค่านิยมเป็นองค์ประกอบในการสร้างความร่วมมือ แนวทางนี้จะทำให้ความร่วมมือในแต่ละโครงการถาวร ไม่ฉาบฉวยเฉพาะหน้าเพราะเป็นการตอบสนองความต้องการของประชาชนอย่างใดก็ได้ ได้มีผู้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมไว้ต่าง ๆ กัน แต่โดยส่วนใหญ่มักครอบคลุมถึงการมีส่วนร่วมใน 4 มิติคือ การวางแผน (Planning) การดำเนินการ (Implementation) การประเมินผล (Evaluation) และการรับประโยชน์ (Benefits) เท่าที่รวบรวมได้ดังนี้

ไพรัตน์ เตชะรินทร์ (2527 : 6-7) กล่าวถึงการมีส่วนร่วมว่า หมายถึงกระบวนการที่รัฐบาลส่งเสริม ชักนำ สนับสนุน และสร้างโอกาสให้ประชาชนในชุมชนทั้งในรูปส่วนบุคคล กลุ่มคน ชมรม สมาคม มูลนิธิ และองค์กรอาสาสมัครรูปต่าง ๆ ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือหลายเรื่องร่วมกันเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ และนโยบายการพัฒนาที่กำหนดไว้ โดยมีส่วนร่วมในลักษณะต่อไปนี้

1. ร่วมทำการศึกษา ค้นคว้า ปัญหา และสาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนรวม ตลอดจนความต้องการของชุมชน
2. ร่วมคิดหาและสร้างรูปแบบและวิธีการพัฒนา เพื่อแก้ไขและลดปัญหาของชุมชนหรือสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนหรือสนองความต้องการของชุมชน
3. ร่วมวางนโยบายหรือแผนงานหรือโครงการหรือกิจกรรม เพื่อจัดและแก้ไข ปัญหา และสนองความต้องการของชุมชน
4. ร่วมตัดสินใจ ในการใช้ทรัพยากรที่มีจำกัดให้เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม
5. ร่วมจัดหรือปรับปรุงระบบการบริหาร งานพัฒนาให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
6. ร่วมการลงทุนในกิจกรรม โครงการของชุมชนตามขีดความสามารถของตนเองและหน่วยงาน
7. ร่วมปฏิบัติตามนโยบาย แผนงาน โครงการและกิจกรรม ให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้
8. ร่วมควบคุม ติดตาม ประเมินผล และร่วมบำรุงรักษาโครงการและกิจกรรมที่ได้ทำไว้ให้ใช้ประโยชน์ได้ตลอดไป

นิรันดร์ จงวุฒิเวทย์ (อ่างในทวิทอง หงษ์วิวัฒน์, 2527: 182-183) กล่าวว่า การมีส่วนร่วม หมายถึง การเกี่ยวข้องทางด้านจิตใจและอารมณ์ของบุคคลหนึ่งในสภาพการณ์กลุ่ม ซึ่งผลของความเกี่ยวข้องดังกล่าวเป็นเหตุเร้าให้การกระทำทำให้ (Contribution) บรรลุจุดมุ่งหมายของกลุ่มนั้นกับทั้งทำให้เกิดความรู้สึกรับผิดชอบกับกลุ่มดังกล่าวด้วย แนวความคิดเกี่ยวกับการที่ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชนนั้น ได้บังเกิดขึ้นกับชุมชนต่าง ๆ ทั่วโลก ซึ่งการมีส่วนร่วมเกิดจากแนวคิด 3 ประการ คือ

1. ความสนใจและความห่วงกังวลร่วมกัน ซึ่งเกิดจากความสนใจและความห่วงกังวลของบุคคลซึ่งบังเอิญพ้องต้องกัน กลายเป็นความสนใจและความห่วงกังวลร่วมกันของส่วนรวม
2. ความเดือดร้อน และความไม่พึงพอใจร่วมกันที่มีต่อสถานการณ์ที่เป็นอยู่นั้นลงมือกระทำร่วมกัน

3. การตกลงใจร่วมกันที่จะเปลี่ยนแปลงกลุ่ม หรือชุมชนไปในทิศทางที่ปรารถนาการตัดสินใจร่วมกันนี้ จะต้องรุนแรงมากพอที่จะทำให้เกิดความคิดริเริ่มกระทำการที่สนองตอบความเห็นชอบของคนส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมนั้น

อย่างไรก็ตาม การมีส่วนร่วมอาจจะเกิดจากแนวคิดอื่น ๆ เช่น

1. ความศรัทธา ที่มีต่อความเชื่อถือบุคคลสำคัญและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทำให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การลงแขก การบำเพ็ญประโยชน์
2. ความเกรงใจที่มีต่อบุคคลที่เคารพนับถือ หรือมีเกียรติยศตำแหน่ง ทำให้ประชาชนเกิดความเกรงใจที่จะมีส่วนร่วมด้วยทั้ง ๆ ที่ยังไม่มีศรัทธา หรือความเต็มใจอย่างเต็มเปี่ยมที่จะกระทำ เช่น ผู้ใหญ่ออกปากขอแรงผู้น้อยก็จะช่วย
3. อำนาจบังคับ ที่เกิดจากบุคคลที่มีอำนาจเหนือกว่า ทำให้ปวงชนถูกบีบบังคับให้มีส่วนร่วมในการกระทำต่าง ๆ เช่น บังคับให้ทำงานเยี่ยงทาส

Rousseau (อ้างถึงในบุญชัย เกิดปัญญาวัฒน์ 2535) ได้เขียนทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม (A Participation Theory of Democracy) ไว้ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมต้องอยู่บนพื้นฐานของเสรีภาพในการตัดสินใจว่า จะเลือกในการมีส่วนร่วมหรือไม่ที่สำคัญคือ จะต้องไม่มีใครเป็นนายใคร หรือเป็นนายแห่งชีวิตใคร
2. กระบวนการมีส่วนร่วมนั้นจะต้องขึ้นอยู่บนพื้นฐานของความเสมอภาคและมีความสามารถพึ่งตนเอง ซึ่งจะทำให้เกิดการตระหนัก รับรู้ ในความสำคัญของการมีส่วนร่วมของตนเอง

ยูวัฒน์ วุฒิเมธี (2526 : 20) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมว่า การมีส่วนร่วม หมายถึง การเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการคิดริเริ่มการพิจารณาตัดสินใจ การร่วมปฏิบัติและร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่าง ๆ อันมีผลกระทบต่อตัวประชาชนเอง การที่สามารถทำให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาชนบท เพื่อแก้ไขปัญหาและนำมาซึ่งสภาพความเป็นอยู่ของประชาชนที่ดีขึ้นได้นั้น ผู้ทำการเปลี่ยนแปลงต้องยอมรับปรัชญาการพัฒนาชนบทที่ว่า มนุษย์ทุกคนต่างมีความปรารถนาที่จะอยู่ร่วมกับผู้อื่นอย่างมีความสุขได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรมและเป็นที่ยอมรับของผู้อื่นและพร้อมที่จะอุทิศตนเพื่อกิจกรรมของชุมชน ขณะเดียวกันต้องยอมรับความบริสุทธิ์ใจว่า มนุษย์นั้นสามารถพัฒนาได้ ถ้ามีโอกาสและได้รับการชี้แนะอย่างถูกต้อง

รูปแบบของการมีส่วนร่วม

Cohen และ Uphoff (1979) ได้อธิบายและวิเคราะห์การมีส่วนร่วมในแง่ของรูปแบบของการมีส่วนร่วม โดยได้แบ่งออกเป็น 4 รูปแบบ คือ

(1) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision-making) ซึ่งอาจเป็นการตัดสินใจตั้งแต่ในระยะเริ่ม การตัดสินใจในช่วงของกิจกรรม และการตัดสินใจในการดำเนินกิจกรรม

(2) การมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม (Implementation) ซึ่งอาจเป็นไปในรูปของการเข้าร่วม โดยการให้มีการสนับสนุนทางด้านทรัพยากร การเข้าร่วมในการบริหารและการร่วมมือ รวมทั้งการเข้าร่วมในการร่วมแรงร่วมใจ

(3) การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ (Benefits) ซึ่งอาจจะเป็นผลประโยชน์ทางวัตถุ ทางสังคม หรือ โดยส่วนตัว

(4) การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Evaluation) ซึ่งนับเป็นการควบคุมและตรวจสอบการดำเนินกิจกรรมทั้งหมด และเป็นการแสดงถึงการปรับตัวในการมีส่วนร่วมต่อไป

เจมส์ คี ปิ่นทอง (2526 : 10) ได้สรุปการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชนบท 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. มีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหา
2. มีส่วนร่วมในการวางแผนการดำเนินกิจกรรม
3. มีส่วนร่วมในการลงทุนและปฏิบัติงาน
4. มีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล

นิสากุ วินิจฉัยภาค (2530 : 19) สรุปว่า การมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการที่สมาชิกของกลุ่มเข้ามามีส่วนร่วมเกี่ยวข้องในกิจกรรมกลุ่ม โดยอาจเกี่ยวข้องในลักษณะการทำงานร่วมกัน การดำเนินการร่วมกันในเรื่องหนึ่งหรือหลายเรื่อง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ

พัฒน์ บุญรัตพันธ์ (2517 : 129-132) กล่าวว่า “ การมีส่วนร่วมของชุมชนจะต้องมีขึ้นโดยตลอดตั้งแต่ขั้นการร่วมวางแผนโครงการ การเสาะสละ กำลังแรงงาน วัสดุ กำลังเงิน หรือทรัพยากรใดที่มีอยู่ในชุมชนนั้น ๆ ”

นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์ (2527 : 188) กล่าวว่า “รูปแบบของการมีส่วนร่วมนั้นอาจกำหนดออกได้ 3 ประการ ตามลักษณะของการมีส่วนร่วมดังนี้

1. การที่ประชาชนมีส่วนร่วมโดยตรง (Direct Participation) โดยผ่านองค์กรจัดตั้งของประชาชน (Industrial Organization) เช่น กลุ่มเยาวชนต่าง ๆ
2. การที่ประชาชนมีส่วนร่วมทางอ้อม (Indirect Participation) โดยผ่านองค์กรผู้แทนของประชาชน (Representative Organization) เช่นกรรมการของกลุ่ม หรือชุมชน กรรมการหมู่บ้าน
3. การที่ประชาชนมีส่วนร่วมโดยการเปิดโอกาสให้ (Open Participation) โดยผ่านองค์กรที่ไม่ใช่ผู้แทนของประชาชน (Non-Representative Organization) เช่นสถาบันหรือหน่วยงานที่เชิญชวน หรือเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามีส่วนร่วมเมื่อไรก็ได้ทุกเวลา

ปธาน สุวรรณมงคล (2527 : 83) กล่าวว่า ชุมชนควรมีรูปแบบการมีส่วนร่วม

4 ลักษณะ คือ

1. การมีส่วนร่วมของชุมชนในการตัดสินใจ
2. การมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินงาน
3. การมีส่วนร่วมของชุมชนในผลประโยชน์
4. การมีส่วนร่วมของชุมชนในการประเมินผล

อคิน รพีพัฒน์ (2525: 78-79) แบ่งแบบการมีส่วนร่วมของประชาชนออกเป็น 5 ระดับ คือ

1. ประชาชนมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหา และความต้องการของชุมชนตลอดจนเรียงลำดับความสำคัญของปัญหา ร่วมกับผู้ปฏิบัติงานในสนาม (Organizer)
2. ประชาชนมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์หาสาเหตุแห่งปัญหา และแนวทางต่างๆ ที่อาจนำมาใช้ในการแก้ปัญหา
3. ประชาชนมีส่วนร่วมในการพิจารณาแนวทาง และวิธีการที่จะใช้ในการแก้ปัญหาและวางแผนเพื่อแก้ปัญหาร่วมกันกับผู้ปฏิบัติงานสนาม
4. ประชาชนมีส่วนร่วมในการดำเนินงานตามแผนเพื่อแก้ปัญหา
5. ประชาชนมีส่วนร่วมในการติดตามผลการปฏิบัติงานร่วมกับผู้ปฏิบัติงาน

ในสนาม

ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน

การที่ประชาชนในชุมชนได้ตื่นตัวในการเข้ามามีส่วนร่วมนั้น งานพัฒนาชุมชนจำเป็นต้องมีกิจกรรมต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับความต้องการ ทักษะและทัศนคติของประชาชนในชุมชน ทั้งนี้เพื่อนำไปสู่ความรับผิดชอบ ความภาคภูมิใจความรู้สึกผูกพันอันสามารถที่จะก่อให้เกิดการช่วยเหลือตนเองได้ในที่สุด

Goodenough (1966 : 12) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนเกิดขึ้นได้ต่อเมื่อบุคคลเหล่านั้น ได้รู้ถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการเข้ามามีส่วนร่วมซึ่งเกิดจากการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกันระหว่างผู้เข้าร่วมด้วยกัน หรือจากการได้รับความช่วยเหลือจากผู้เข้าร่วมคนอื่น ๆ ด้วย

Hampton , Summer and Webber (1973 : 14-15) ได้กล่าวว่าเงินเป็นแนวทางอย่างหนึ่งที่บุคคลและกลุ่มบุคคลใช้เป็นแรงจูงใจ เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จในการปฏิบัติงานผู้ประสบความสำเร็จอย่างสูงมีแรงจูงใจจากด้านการเงินด้วย

Jose A. Agbayani, Jr. (1970) ได้จัดลำดับของปัจจัยที่ได้นำประชาชนมามีส่วนร่วมไว้ดังนี้

1. การร่วมประชุม
2. การออกความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ
3. การตีปัญหาให้กระจ่าง
4. การออกเสียงสนับสนุน หรือคัดค้านปัญหา
5. การออกเสียงเลือกตั้ง
6. การบริจาคเงิน
7. การบริจาควัตถุ
8. การช่วยเหลือด้านแรงงาน
9. การใช้โครงการให้เป็นประโยชน์อย่างถูกต้อง
10. การช่วยเหลือในการรักษาโครงการ
11. การทำงานร่วมกับผู้นำการเปลี่ยนแปลง

William Reeder (1963 : 39-53) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมหรือไม่นำเข้ามามีส่วนร่วมไว้ดังนี้

1. บุคคลและกลุ่มบุคคลจะเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมใดๆ ก็ต่อเมื่อกิจกรรมนั้นสอดคล้องกับความเชื่อพื้นฐาน ทศนคติและค่านิยมของตน
2. บุคคลและกลุ่มบุคคลจะเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมใดๆ ก็ต่อเมื่อกิจกรรมนั้นมีคุณค่าสอดคล้องกับผลประโยชน์ของตน
3. บุคคลและกลุ่มบุคคลจะเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมใดๆ ก็ต่อเมื่อกิจกรรมนั้นมีเป้าหมายที่จะส่งเสริมและปกป้องรักษาผลประโยชน์ของตน
4. บุคคลและกลุ่มบุคคลจะไม่เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมใดๆ ก็ต่อเมื่อตนเองได้เคยมีประสบการณ์ที่เป็นอคติต่อกิจกรรมนั้นมาแล้ว
5. บุคคลและกลุ่มบุคคลจะเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมใดๆ ก็ต่อเมื่อกิจกรรมนั้นสอดคล้องกับสิ่งที่ตนเองได้มาหรือหวังเอาไว้
6. บุคคลและกลุ่มบุคคลจะเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมใดๆ ย่อมขึ้นอยู่กับความคิดเห็นของตนเองเป็นใหญ่
7. การเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมใดๆ ของบุคคลและกลุ่มบุคคลจะกระทำโดยการบีบบังคับหาได้ไม่
8. การเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมใดๆ ของบุคคลและกลุ่มบุคคลย่อมขึ้นอยู่กับอุปนิสัยและจารีตประเพณี
9. บุคคลและกลุ่มบุคคลจะเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมใดๆ ย่อมขึ้นอยู่กับโอกาสที่จะเอื้ออำนวย
10. การเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมใดๆ ของบุคคลและกลุ่มบุคคลย่อมขึ้นอยู่กับความสามารถ
11. บุคคลและกลุ่มบุคคลจะเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมใดๆ ก็ต่อเมื่อได้รับการสนับสนุน กระตุ้น ชักจูง และจูงใจให้เกิดขึ้น

พัฒนา นุณยรัตพันธ์ (2517:129-132) ได้กล่าวว่า “ ผู้นำชุมชนเป็นผู้ที่สามารถจูงใจประชาชนให้มีความคิดเห็นคล้อยตาม และลงมือทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งจนสามารถนำกลุ่มไปสู่จุดหมายปลายทางได้เป็นผลสำเร็จในที่สุด ”

สมยศ นาวิการ และสุสติ รุมาคม (2520 : 1) ได้กล่าวว่า “ เมื่อบุคคลใดก็ตามได้เชื่อว่าพวกเขาได้รับประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจจากงานของเขาด้วยการเข้ามาร่วมกันเป็นกลุ่มพวกเขา ก็จะเข้ามาร่วมมือกัน ”

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กรมพัฒนาชุมชน (2519) ศึกษาวิจัยโครงการสารภี ต. ขัวมุง อ. สารภี จ. เชียงใหม่ พบว่า บุคคลเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มในโครงการสารภี มีลักษณะที่น่าสนใจบางประการคือ ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุสูง มีแนวโน้มเข้ามามีส่วนร่วมในโครงการมากกว่ากลุ่มประชากรที่มีอายุน้อย สมาชิกกลุ่มเพศชาย เข้ามามีส่วนร่วมในโครงการมากกว่าสมาชิกกลุ่มเพศหญิง ผู้ที่มีการศึกษาสูงเข้ามามีส่วนร่วมในโครงการมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำ

กรรณิกา ชมดี (2524 : 13) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “ การมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีผลต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจ ” ศึกษาเฉพาะกรณีโครงการสารภี ต. ท่าช้าง อ. วารินชำราบ จ. อุบลราชธานี จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่จูงใจให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมได้แก่ ความต้องการที่จะได้รับความรู้ในการประกอบอาชีพเพิ่มขึ้นมากที่สุด รองลงมาความต้องการที่จะมีรายได้เพิ่มขึ้นโดยการเพิ่มผลผลิต การได้รับการชักชวนจากเพื่อนสมาชิก ความต้องการที่จะซื้อวัสดุอุปกรณ์ในราคาถูก ความต้องการเงินทุนและการมีความสัมพันธ์อันดีกับเจ้าหน้าที่ตามลำดับ และสรุปรูปแบบการมีส่วนร่วมออกเป็น 10 แบบ คือ

1. การมีส่วนร่วมประชุม (Attendance at Meeting)
2. การมีส่วนร่วมออกเงิน (Financial Contribution)
3. การมีส่วนร่วมเป็นกรรมการ (Membership on Committees)
4. การมีส่วนร่วมเป็นผู้นำ (Position of Leadership)
5. การมีส่วนร่วมสัมภาษณ์ (Interviewer)

6. การมีส่วนร่วมเป็นผู้ชักชวน (Solicitor)
7. การมีส่วนร่วมเป็นผู้บริโภค (Customers)
8. การมีส่วนร่วมเป็นผู้ริเริ่มหรือผู้เริ่ม (Entrepreneurs)
9. การมีส่วนร่วมเป็นผู้ใช้แรงงาน (Employers)
10. การมีส่วนร่วมออกวัสดุอุปกรณ์ (Material Contribution)

บัวพันธ์ พรคทิง และคณะ (2532 : 85) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การพัฒนาชนบท การเข้าร่วมในกระบวนการพัฒนาของชาวบ้าน ” พบว่า ชาวบ้านส่วนใหญ่เข้าร่วมในกระบวนการพัฒนาในระดับปานกลางและต่ำ ทั้งในโครงการของรัฐและชาวบ้าน ในโครงการของรัฐนั้น ชาวบ้านโดยทั่วไปจะเข้าร่วมเพียงบางขั้นตอน เนื่องจากชาวบ้านมีความรู้สึกว่ โครงการต่างๆ เหล่านั้น เป็นความรับผิดชอบของทางราชการ ในกรณีกิจกรรมของชาวบ้านมีขอบเขตค่อนข้างจำกัดเกี่ยวข้องกับบุคคลจำนวนน้อยรวมทั้งการถูกจำกัดโดยปัจจัยสนับสนุนด้านอื่น ๆ เช่น งบประมาณ เป็นต้น

ปรัชญา เวสารัชช์ (2528) ศึกษาวิจัยเรื่อง “ การมีส่วนร่วมของประชาชน ในกิจกรรมเพื่อพัฒนาชนบท ” พบว่ากิจกรรมการพัฒนาที่เกิดขึ้นในหมู่บ้านเป็นผลตอบสนองสภาพปัญหาที่เกิดขึ้น ส่วนใหญ่ถูกกำหนดโดยหน่วยงานของรัฐมีบุคลากรในพื้นที่เป็นผู้ผลักดันให้เกิดขึ้น ตามนโยบายหรือแผนปฏิบัติการของรัฐบาล ในแง่นี้ ประชาชนมิได้มีส่วนร่วมกำหนดปัญหานั้นแต่เริ่มต้น ประชาชนมีส่วนร่วมเพียงในช่วงกลางของกระบวนการพัฒนา

ปริศนา โกลละสุค (2534 : 18) ศึกษาวิจัยเรื่อง “ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างผู้ไม่เคยย้ายถิ่น ” ได้แบ่งรูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชนไว้ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมในการศึกษาปัญหาและความต้องการ
2. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจการแก้ปัญหา
3. การมีส่วนร่วมในการวางแผน โครงการ และกิจกรรม

4. การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติตามกิจกรรม

- สมทบแรงงาน
- สมทบวัตถุ
- สมทบเงิน

5. การมีส่วนร่วมในกิจกรรมในการแก้ไขปัญหาในการดำเนินงานตาม โครงการ

6. การมีส่วนร่วมในการได้รับประโยชน์จากโครงการ

นิสากกร วินิจฉัยภาค (2530 : 142) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม พบว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนเกิดขึ้น เมื่อพวกเขาเรียนรู้ถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการเข้ามามีส่วนร่วม ซึ่งเกิดจากการแลกเปลี่ยนกันระหว่างผู้เข้าร่วมด้วยกัน หรือได้รับความช่วยเหลือจากผู้ร่วมคนอื่น ๆ ด้วย

สุภารักษ์ จุฑระกุล (2536) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการทิ้งขยะแยกประเภทเพื่อการหมุนเวียนกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ (Recycle) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ แผ่นพับ โปสเตอร์ งานนิทรรศการ มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการทิ้งขยะ แยกประเภทเพื่อการหมุนเวียนกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ และการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน บุคคลในครอบครัว โปสเตอร์ งานนิทรรศการมีความสัมพันธ์กับทัศนคติ และการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน บุคคลในครอบครัว เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมอาชีพ แผ่นพับ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วม

ศรีปริญา รูปกระจ่าง (2529 : 39) ได้ศึกษาเรื่อง “ การมีส่วนร่วมของพัฒนากรในการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมในชนบท ” ได้สรุปรูปแบบการมีส่วนร่วมไว้ดังนี้คือ

1. การมีส่วนร่วมศึกษาปัญหา
2. การมีส่วนร่วมวางโครงการ
3. การมีส่วนร่วมปฏิบัติ
4. การมีส่วนร่วมติดตามผล
5. การมีส่วนร่วมบำรุงรักษา

สุจินต์ คาววิระกุล (2527) ได้ศึกษาเรื่อง “ ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในโครงการพัฒนาหมู่บ้าน ” พบว่า รูปแบบการมีส่วนร่วมมีดังนี้คือ

1. ร่วมในการประชุม
2. ร่วมในการแสดงความคิดเห็น
3. ร่วมในการเป็นผู้รับผิดชอบ หรือควบคุมการดำเนินงาน
4. ร่วมในการเป็นผู้ประสานงาน
5. ร่วมในการเป็นผู้ชักชวนเพื่อนบ้าน
6. ร่วมในการสละเงิน
7. ร่วมในการสละวัสดุอุปกรณ์
8. ร่วมในการติดตามผลการดำเนินงาน

สุริย์ ตัณฑ์ศรีสุโรจน์ (2531) ได้แบ่งรูปแบบการมีส่วนร่วม จากการศึกษาเรื่อง “ การมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมของผู้นำเยาวชนในชุมชนคลองจั่น เขต บางกะปิ กรุงเทพมหานคร ” ไว้ดังนี้

1. แสดงความคิดเห็น
2. เป็นผู้ริเริ่ม
3. เป็นกรรมการ
4. เข้าประชุม
5. บริจาคเงิน
6. ออกวัสดุอุปกรณ์
7. สมทบแรงงาน

สำนักงานพัฒนาชุมชนเขต 3 (2524) ในเอกสารวิจัย “ การมีส่วนร่วมของประชาชนในงานพัฒนาชุมชน ” พบว่า ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในงานพัฒนาชุมชนในปริมาณสูงโดยการมาร่วมประชุมเป็นส่วนใหญ่ กลุ่มที่มีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมอยู่ในระดับสูงกว่าจะเข้ามามีส่วนร่วมมากกว่ากลุ่มที่มีฐานะทางเศรษฐกิจด้อยกว่า

Harold R. Kaufman (1949 : 528) “ Participation in Organization Activities in Selected Kentucky Localities ” พบว่า อายุ เพศ การศึกษา ขนาดครอบครัว อาชีพ รายได้ และ

ระยะเวลาที่ยาวนานของการอาศัยอยู่ในท้องถิ่น มีความสัมพันธ์กับระดับการมีส่วนร่วมของประชาชน

Professor Rabin (อ้างถึงใน สุรพล กาญจนะจิตรา, 2521 : 264) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง " การมีส่วนร่วมของคนไทยในชนบท " พบว่า การที่ชาวชนบทเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ เป็นเพราะมีลักษณะนิสัยของคนใน 2 สิ่งคือ ความเกรงใจ และ กำลังใจ กล่าวคือ ชาวชนบท เมื่อได้รับการร้องขอจากผู้ที่เขาเคารพนับถือ เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ให้ไปร่วมกิจกรรมของชุมชนเขาจะมีความรู้สึกเกรงใจทำให้ต้องเข้าไปมีส่วนร่วม ถึงแม้ว่าเขาจะไม่มี ความสนใจหรือมองไม่เห็นประโยชน์ของการมีส่วนร่วมนั้นก็ตาม ถ้าหากกิจกรรมของชุมชนมีข้าราชการไปปรากฏตัวอยู่ด้วยก็เกิดมีกำลังใจในการทำงาน และอยากจะเข้าร่วมในกิจกรรมนั้น ๆ ด้วย

Rebecca Atienza (1970) " Socio-Economic Status and Social Participation of Rural Heads in Community Activities " พบว่า ปัจจัยที่เป็นตัวนำประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมนั้น ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการเป็นสมาชิกกลุ่ม การมีส่วนร่วมในการประชุม การมีส่วนร่วมในการจัดหาวัสดุอุปกรณ์ การมีส่วนร่วมเป็นกรรมการ รวมทั้งการมีส่วนร่วมในการออกเสียงเลือกตั้ง

จากการศึกษาจากข้อมูลเอกสาร และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมของชุมชน ได้สรุปประเด็นเพื่อทำการศึกษาวิเคราะห์ ดังนี้

1. รูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมชุมชน จากข้อมูลเอกสาร และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้ข้อสรุปที่น่าสนใจดังนี้คือ รูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชน เมื่อมีการจัดแบ่งรูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชนเข้าด้วยกันจะได้เป็น 4 รูปแบบ คือ

- (1) การศึกษาปัญหา และความต้องการร่วมกันของชุมชน
- (2) การวางแผนโครงการ และกิจกรรม
- (3) การปฏิบัติตามโครงการ
- (4) การประเมินผลโครงการ

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมของชุมชน สรุปได้ดังนี้

นี้ คือ

- (1) ความต้องการที่จะได้รับความช่วยเหลือ และบริการจากรัฐ เช่นเงิน, วัสดุอุปกรณ์
- (2) ความต้องการที่จะได้รับผลประโยชน์จากกลุ่ม
- (3) การที่จะได้รับการสนับสนุน กระตุ้น และแรงจูงใจจากผู้นำชุมชน

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมว่าหมายถึง การเข้าร่วมกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ตามความสมัครใจ ของผู้อยู่อาศัยในเคหะชุมชนของ การเคหะแห่งชาติ

การเคหะแห่งชาติจัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความสามัคคี และการมีส่วนร่วมคิด ร่วมทำกิจกรรมต่าง ๆ ในชุมชน ร่วมแก้ปัญหา ร่วมดูแลรักษาชุมชนระหว่าง ผู้อยู่อาศัยในเคหะชุมชนของการเคหะแห่งชาติ รวมทั้งหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้อง เพื่อยกระดับ มาตรฐานความเป็นอยู่ของผู้อยู่อาศัยในชุมชนให้มีความสุข ซึ่งจะนำไปสู่เป้าหมายคุณภาพชีวิตที่ดี และการพัฒนาชุมชนที่ยั่งยืน

การที่จะทำให้ผู้อยู่อาศัยในเคหะชุมชนบรรลุเป้าหมาย ของการมีคุณภาพชีวิตที่ดี ช่วยกันดูแลและมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนของตนเองได้ จำเป็นต้องมีปัจจัยสำคัญคือ การสื่อสารเพื่อ พัฒนาชุมชน เป็นเครื่องเชื่อมโยงผู้ส่งสารและผู้รับสารเข้าด้วยกัน การให้ข้อมูลข่าวสารที่ดีและ เหมาะสมกับผู้อยู่อาศัยโดยคำนึงถึงผู้อยู่อาศัย ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายผู้รับข่าวสารเป็นหลัก ถ้าผู้รับข่าวสารได้รับข่าวสารที่มีคุณภาพ ในเวลาที่เหมาะสม และให้ความสนใจในข่าวสารที่ได้รับ แล้วจะส่งผลให้เกิดการมีส่วนร่วมในกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ต่างๆ ได้เป็นอย่างดี

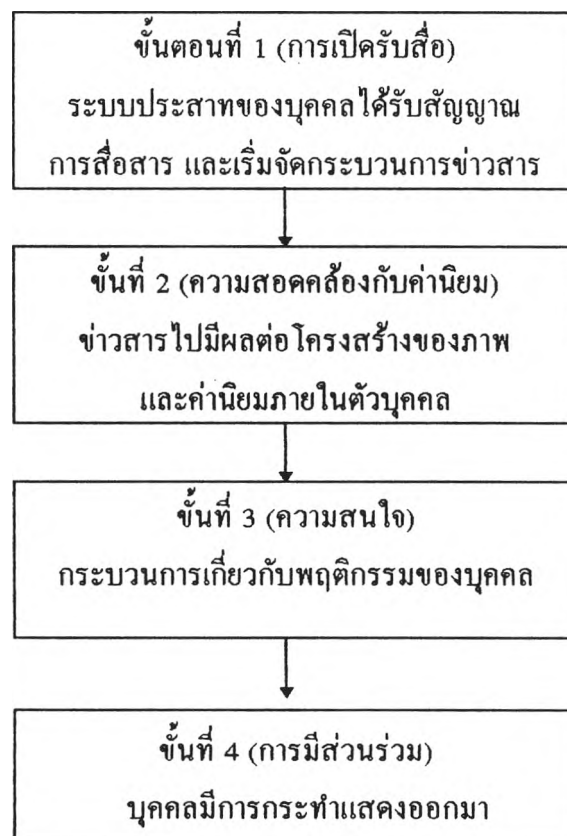
ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารและการมีส่วนร่วมในงานชุมชนสัมพันธ์

วิรัช ลภีรัตนกุล (2534 : 316-324) ได้ให้ความคิดเห็นไว้ว่างานชุมชนสัมพันธ์ เป็นงานสร้างสรรค์ความสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงานกับประชาชนในชุมชน และระหว่าง ประชาชนกับประชาชนในชุมชนนั้น โดยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์การ การดำเนินงานหรือการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อที่จะอำนวยความสะดวกต่อชุมชนและสังคม การขจัด ความเข้าใจผิดและสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง และการเสริมสร้างทัศนคติที่ดีให้เกิดขึ้นกับ

ประชาชนในชุมชน งานชุมชนสัมพันธ์จะประสบผลสำเร็จได้นั้นต้องอาศัยความร่วมมือหรือการมีส่วนร่วมจากประชาชน

การสื่อสารได้เข้ามามีบทบาทในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร จากองค์การไปให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย เกิดความรู้ ความเข้าใจ ยอมรับและเข้าร่วมในกิจกรรมในกระบวนการสื่อสาร ซึ่งประกอบด้วย ผู้ส่งสาร (source) สาร (message) ช่องสาร (Channel) และผู้รับสาร (receiver) นั้น จำเป็นอย่างยิ่งต้องให้ความสำคัญกับพฤติกรรมของผู้รับสาร หรือปฏิกิริยาของผู้รับสารซึ่งได้แก่ การเปิดรับสัญญาณการสื่อสาร การแสดงออกมาซึ่งความสนใจ และการตอบสนองของบุคคลอันเกิดจากการแปรประสพการณ์ที่เก็บไว้ในระบบประสาทส่วนกลาง หลังจากที่มีสัญญาณเข้าไปกระตุ้น จากนั้นจะเกิดเป็นภาพขึ้นในสมอง แล้วจึงถ่ายทอดออกมาเป็นการกระทำซึ่งแบ่งได้เป็น 4 ขั้นตอน (Wilbur Schramm , 1973 : 193-195) คือ

แผนผังแสดงกระบวนการยอมรับของบุคคล



ภาพที่ 4 จาก Wilbur Schramm, Men, Message and Media
(New York : Horper and Row, 1973)

ขั้นตอนที่ 1 การเปิดรับสื่อ

คือการที่ระบบประสาทของบุคคลได้รับสัญญาณการสื่อสาร ได้รับรู้ว่ามิข่าวสาร แต่ยังไม่มีความรู้สึกซึ่งเกี่ยวกับเนื้อหาและรายละเอียดต่าง ๆ การเปิดรับสื่อเกิดขึ้นได้ 2 ประการ คือ พร้อมที่จะเปิดรับกับไม่พร้อมที่จะเปิดรับถ้าข่าวสารนั้นปฏิเสธความรู้ที่มีอยู่แล้ว จะทำให้เกิดความขัดแย้งขึ้นมาได้ แต่ในกรณีที่เราพร้อมจะรับข่าวสาร จะทำให้เราสนใจเนื้อหา เพราะเรามีจุดมุ่งหมายกำหนดไว้แล้ว ซึ่งเป็นการตัดสินใจที่มีเหตุผล แต่อย่างไรก็ตามเราอาจพร้อมที่จะรับข่าวสารเพื่อต้องการลดความขัดแย้งในสิ่งที่ได้ตัดสินใจไปแล้วก็ได้

แนวความคิดทางด้านจิตวิทยาเห็นว่า การที่ประสาทสัมผัสของบุคคลได้ถูกกระตุ้นมากเท่าใด ก็ยิ่งทำให้ข่าวสารที่ส่งออกไปมีประสิทธิภาพในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับสารมากขึ้นเท่านั้น ดังนั้นสื่อที่ใช้ในกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง ไม่ควรใช้สื่อเพียงสื่อประเภทเดียว และควรเลือกใช้สื่อที่มีความรวดเร็วในการเข้าถึงกลุ่มผู้รับสารที่มีจำนวนมาก ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งได้แก่ แผ่นปลิว (leaflets) แผ่นพับ (folders) หนังสือเผยแพร่เล่มเล็ก ๆ (pamphlets) เอกสารแนะนำประกอบ (brochures) เอกสารเผยแพร่ (booklets) จดหมายติดต่อ (correspondence) ข่าวประกาศ (wall news) เป็นต้น ซึ่งสิ่งพิมพ์เหล่านี้สามารถส่งข่าวสารถึงผู้รับได้ทันที

ขั้นตอนที่ 2 ความสอดคล้องกับค่านิยม

ข่าวสารที่ส่งไป มีผลต่อโครงสร้างของภาพและค่านิยมภายในบุคคลโดยเมื่อบุคคลได้รับข่าวสารนั้นแล้ว หากข่าวสารนั้นสอดคล้องกับค่านิยมในทางบวก เช่น ศีลธรรม ความพึงพอใจ หรือแนวทางปฏิบัติเดิม หรือเป็นข่าวสารที่มาสสนับสนุนความคิดเห็นที่มีอยู่ก่อน (preconceptions) หรือสอดคล้องกับอคติหรือคติของคนที่มีอยู่ก่อนแล้ว ซึ่งเป็นท่าทีทางจิตใจ (predispositions) หรือสอดคล้องกับความเชื่อของคน (believe) เดิมที่มีอยู่ก่อน คนจะให้ความสนใจกับสื่อชิ้นนั้น และสนใจในสารที่ส่งผ่านสื่อชิ้นนั้นด้วย

ขั้นตอนที่ 3 ความสนใจ

เป็นการเกิดกระบวนการเกี่ยวกับพฤติกรรมของบุคคล หลังจากที่ได้มีการเปิดรับข่าวสาร ข่าวสารที่จะกระตุ้นความสนใจได้ต้องเป็นเรื่องที่ตรงกับปัญหา หรือความต้องการของผู้รับสาร หรือเป็นสิ่งที่ผู้รับสารสามารถมองเห็นประโยชน์ได้อย่างชัดเจน ในขั้นความสนใจนี้

ผู้รับสารจะเกิดความต้องการศึกษาหาความรู้ในข่าวสาร โดยการแสวงหาความรู้หรือข้อมูลข่าวสารนี้จะมีจุดมุ่งหมายที่แน่นอนมากกว่าในขั้นที่ 1 ดังนั้นการเพิ่มความรู้ของข่าวสารมากขึ้นเท่าใดก็ยิ่งกระตุ้นความสนใจของผู้รับสารมากขึ้นเท่านั้น ความสนใจในข่าวสารจะขึ้นอยู่กับลักษณะบางประการของผู้รับสาร เช่น ทักษะคิด และบรรทัดฐานของสังคม (Attitude, Social Norm) และยังขึ้นอยู่กับระบบการสื่อสารที่ดี เปิดโอกาสให้สิ่งแปลกใหม่เข้ามากระตุ้นการแสวงหาความรู้ได้เป็นอย่างดี

ขั้นตอนที่ 4 การยอมรับ-การมีส่วนร่วม

เป็นขั้นที่บุคคลมีการกระทำและแสดงออกมา ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการยอมรับของบุคคล ก่อนที่บุคคลจะยอมรับบุคคลจะใช้ความสามารถทางสังคมประเมินข่าวสารที่สนใจนั้นว่ามีคุณค่า มีประโยชน์หากเขาไม่แน่ใจในผลที่จะได้รับเขาจะมีความรู้สึกว่าต้องเสี่ยง เนื่องจากความไม่รู้จริงและไม่เคยมีประสบการณ์ และหากได้รับการกระตุ้น ชักจูงใจเพิ่มมากขึ้นได้รับการชี้แนะให้เห็นถึงคุณค่า และประโยชน์ที่จะได้รับมากขึ้นคนก็จะยอมรับ และมีพฤติกรรม การกระทำและแสดงออกมาเป็นการเข้ามามีส่วนร่วม

กล่าวโดยสรุป คนเราก่อนที่จะยอมรับสิ่งใด จะต้องรู้เรื่องราวในสิ่งนั้น ๆ ก่อนว่าคืออะไร จะเกิดอะไรขึ้น หลังจากนั้นก็จะให้ความสนใจ แล้วก็จะประเมินผลดูว่าสิ่งนั้นดีหรือไม่ดี เป็นประโยชน์หรือไม่เป็นประโยชน์ ตรงกับความต้องการของตนหรือไม่ เหมาะสมมากน้อยเพียงใด แล้วจึงตัดสินใจยอมรับหรือเข้าร่วมในกิจกรรมนั้น

อย่างไรก็ดีการดำเนินงานชุมชนสัมพันธ์ ถือว่าเป็นวิธีการหนึ่งของการดำเนินการประชาสัมพันธ์ กล่าวคือ ในการประชาสัมพันธ์จะต้องเลือกใช้สื่อให้สอดคล้องหรือสนับสนุนต่อจุดมุ่งหมายในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้เกิดผลในทางบวก เป็นเครื่องช่วยในการเผยแพร่ให้เกิดความสัมพันธ์ ให้ทราบผลการดำเนินการของสถาบันและเพื่อให้เกิดความเชื่อถือเป็นต้น ซึ่งสื่อในการประชาสัมพันธ์ดังกล่าวอาจแบ่งออกได้ตามรูปแบบของสื่อเป็น 4 ประเภท คือ

1. สื่อคำพูด (the spoken word or oral communication)
2. สื่อสิ่งพิมพ์ (the print word)
3. สื่อประเภทแสงและเสียง (light and sound)
4. สื่อกิจกรรม (activities)

เฉพาะสื่อการประชาสัมพันธ์ประเภทกิจกรรมอาจแยกได้เป็นหมวดใหญ่ ๆ คือ หมวดชุมชนสัมพันธ์ ได้แก่ การจัดหรือร่วมกิจกรรมของชุมชนเป็นการให้ความสนับสนุนร่วมมือหมวดงานเกี่ยวกับศาสนา หมวดงานเกี่ยวกับการศึกษา-สาธารณสุข ต่าง ๆ เป็นต้น

การจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน และกลุ่มประชาชนเป้าหมายนับเป็นกิจกรรมด้านประชาสัมพันธ์ ที่มีความสำคัญอย่างหนึ่งเนื่องจากสามารถเรียกร้องความสนใจจากชุมชน โดยให้คนในชุมชนเข้ามามีบทบาทและสนับสนุน สามารถให้ประชาชนมีบทบาทได้รับความรู้ความเข้าใจในสิ่งต่าง ๆ ที่เราประสงค์ รวมทั้งความเคลื่อนไหว ผลงานความก้าวหน้า ผลงานขององค์กร เป็นการเปิดโอกาสให้ได้สร้างความสัมพันธ์ส่วนบุคคลให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดี กล่าวโดยสรุปก็คือ การจัดกิจกรรมพิเศษหรือกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ให้ผลทางด้านจิตวิทยาที่ค่อนข้างสูง ก่อให้เกิดความพอใจ ความประทับใจ และเกิดภาพพจน์ที่ดีต่อองค์การโดยง่าย เพราะเป็นกิจกรรมที่สามารถตอบสนองความต้องการของชุมชน ประชากรกลุ่มเป้าหมายได้หลายประการ เหนือสิ่งอื่นใดก็คือเป็นการเปิดโอกาสให้ชุมชน ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย มีส่วนเข้าร่วมงานหรือกิจกรรมนั้น ๆ

ในการดำเนินงานพัฒนาชุมชนที่ผ่านมา การเคหะแห่งชาติใช้การสื่อสารในการพัฒนาโดยเลือกใช้สื่อผสม (Multi media approach) ซึ่งหมายถึงการนำช่องทางสารหลายๆช่องทางมาใช้ประโยชน์ในการสื่อสาร โดยการคำนึงถึงธรรมชาติของสื่อแต่ละชนิด ความเหมาะสม และพยายามจัดให้การสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ นั้นเป็นไปอย่างสอดคล้องและเสริมซึ่งกันและกัน เพื่อช่วยให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายได้เกิดสิ่งต่างๆ (คมสัน หุตะแพทย์, 2535 : 53) ดังต่อไปนี้ คือ

1. โอกาสในการได้รับข้อมูลข่าวสาร
2. การได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารหลาย ๆ ครั้งอย่างมีประสิทธิภาพ
3. สามารถรับแล้วจดจำได้ง่าย
4. กระตุ้นให้มีการนำไปปฏิบัติในส่วนของผู้รับสาร
5. มีความถูกต้องสูง
6. กระตุ้นให้เกิดการโต้ตอบ
7. ช่องทางนั้นๆ ควรมีความเป็นอิสระต่อกัน

การมีส่วนร่วมในงานชุมชนสัมพันธ์ของผู้อยู่อาศัยในเคหะชุมชนของการเคหะแห่งชาติ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องนำการสื่อสารเข้ามามีบทบาทในการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้ ความเข้าใจ ยอมรับและเข้าร่วมในกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ ซึ่งการใช้สื่อต่างๆ ต้องเน้นเนื้อหาข่าวสารการมีส่วนร่วมเพื่อเป็นกรอบสำหรับการวิจัยที่ชัดเจน โดยคำนึงถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อ ความสนใจสื่อและการมีส่วนร่วมในงานชุมชนสัมพันธ์ของผู้อยู่อาศัยในเคหะชุมชนของการเคหะแห่งชาติในเขตกรุงเทพมหานครดังนี้

กิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ของการเคหะแห่งชาติ แบ่งออกเป็น 5 ประเภท คือ

1. กิจกรรมเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต เช่น
 - การจำหน่ายสินค้าราคาถูก
 - การจัดหน่วยแพทย์เคลื่อนที่บริการตรวจรักษาฟรี
 - บริการตัดผมฟรี
 - นิทรรศการป้องกันยาเสพติดและป้องกันโรคเอดส์
2. กิจกรรมทางศาสนา ประเพณีและวัฒนธรรม เช่น
 - ทำบุญในวันสำคัญทางศาสนา เช่น วันเข้าพรรษา, วันวิสาขบูชา
 - ทำบุญในวันขึ้นปีใหม่, วันสงกรานต์
3. กิจกรรมวันสำคัญของชาติ เช่น
 - 5 ธันวาคมหาราช, 12 สิงหาคมหาราชินี และวันเด็กแห่งชาติ
4. กิจกรรมพัฒนาสิ่งแวดล้อมและรักษาความสะอาดชุมชน เช่น
 - บริจาคของเหลือใช้ ทิ้งของไม่ใช้ ส้างบันไดแพลตฟอร์ม ทาสีผนังแพลตฟอร์ม ส้างถนน และลอกท่อระบายน้ำ
 - ปลูกต้นไม้ จัดสวนหย่อม และตัดแต่งกิ่งไม้
5. กิจกรรมทางสังคมในการพัฒนา เช่น
 - เลือกตั้งคณะกรรมการชุมชน

การเปิดรับสื่อที่ใช้ในงานชุมชนสัมพันธ์ของผู้อยู่อาศัยในเคหะชุมชนของการเคหะแห่งชาติในเขตกรุงเทพมหานคร จากสื่อต่างๆ 2 ประเภท คือ

1. สื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สิ่งพิมพ์และเอกสารต่าง ๆ ที่ผลิตขึ้นโดยการเคหะแห่งชาติ เพื่อเสนอข่าวสารข้อมูลให้กับประชาชนผู้อยู่อาศัยในเคหะชุมชนของการเคหะแห่งชาติได้ทราบเกี่ยวกับกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ต่าง ๆ ได้แก่
 - ใบปลิว (Leaflets) ที่ใช้ในงานชุมชนสัมพันธ์อยู่ในรูปแบบของกระดาษแผ่นเดียว พิมพ์ด้วยกระดาษอย่างดีขนาด A4 ใช้เพื่อชักจูงให้ผู้อยู่อาศัยมาร่วมกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ มีข้อดีคือสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้รับสารได้อย่างกว้างขวาง และประหยัดค่าใช้จ่าย
 - จดหมายส่งตรงถึงผู้อยู่อาศัย (Direct Mail) เพื่อใช้ในการส่งข่าวถึงผู้รับโดยตรง หรือเชิญชวนให้เข้าร่วมกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ตามวาระต่าง ๆ
 - ประกาศติดบอร์ดข่าวสารในชุมชนและในสำนักงาน เป็นการแจ้งข่าวสารให้ผู้อยู่อาศัยได้ทราบว่าจะมีกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์เมื่อใด สามารถให้ข้อมูลได้อย่างต่อเนื่อง
 - สารวารพิเศษ จะออกเมื่อมีวาระพิเศษ เช่น เชิญชวนร่วมกิจกรรมพัฒนาสิ่งแวดล้อมและรักษาความสะอาดชุมชน เนื่องในวัน 5 ธันวาคมหาราช เป็นต้น เพื่อให้ข่าวสารรายละเอียดและกำหนดการขั้นตอนของงานนั้น ๆ เน้นการรวมพลังร่วมกิจกรรมเพื่อเทอดพระเกียรติฯ
 - วารสาร "เพื่อนบ้าน" คือวารสารที่การเคหะแห่งชาติเป็นผู้จัดทำ 2 เดือนต่อหนึ่งฉบับ เปิดโอกาสให้ผู้อยู่อาศัยเขียนบทความมาลงในวารสารได้ หรือสอบถาม แนะนำ ตลอดจนร้องเรียนปัญหาความเดือดร้อนต่าง ๆ ในชุมชนได้ โดยแจกฟรีให้ผู้อยู่อาศัยชุมชนละ 50 เล่ม แต่ไม่ทั่วถึงเนื่องจากต้นทุนสูง จึงใช้วิธีให้สมัครเป็นสมาชิกโดยส่งแสดมปีให้การเคหะแห่งชาติเพียงปีละ 6 คดวง ก็จะได้รับวารสารฟรีปีละ 6 เล่ม นอกจากนี้ยังจัดมุมหนังสือประจำทุกสำนักงานเคหะชุมชนเพื่อให้ผู้อยู่อาศัยได้อ่านเมื่อมาติดต่องานหรือชำระเงินค่าเช่า-เช่าซื้อ ในแต่ละเดือนด้วย
 - โปสเตอร์ เป็นสื่อที่มีคุณลักษณะดีคือ สื่อความหมายเข้าใจง่ายรวดเร็ว การเคหะชาตินำเสนอด้วยภาพมากกว่าข้อความ เพื่อดึงดูดความสนใจและสำหรับผู้ที่อ่านหนังสือไม่ได้จะเข้าใจ เช่นภาพทำบุญวันสงกรานต์ รดน้ำคำหัว ทรงน้ำพระ เป็นต้น การใช้สื่อโปสเตอร์นั้น ส่วนใหญ่

จะติดไว้ในสถานที่ที่กลุ่มเป้าหมายมองเห็นได้ง่ายและบ่อย ๆ เช่นร้านค้าในชุมชน ทางขึ้น-ลงของแพลตฟอร์ม บอร์ดข่าวสารในชุมชนและในสำนักงาน ฯลฯ

- ป้ายผ้า การเคหะแห่งชาตินิยมใช้ป้ายผ้าในกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ทุกกิจกรรมโดยใช้ข้อความสั้น ๆ บอกให้ทราบว่าจะมีกิจกรรมอะไรที่ไหน เมื่อไร ให้ผู้อยู่อาศัยได้ตื่นตัวว่ากำลังจะมีงานในชุมชน ดึงบริเวณทางเข้าออกชุมชนซึ่งเห็นได้ชัดเจน

- เสียงตามสายในชุมชนหรือหอกระจายข่าว เป็นสื่อที่มีความน่าสนใจที่จะนำมาใช้ให้ข้อมูลข่าวสารความรู้ เพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตและชุมชนโดยเชิญชวนให้ผู้อยู่อาศัยได้มาร่วมกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ตามวาระต่าง ๆ ซึ่งจะมีสื่อเสียงตามสายอยู่เกือบทุกชุมชน แต่บางชุมชนยังกระจายเสียงไม่ทั่วถึงทุกแพลตฟอร์ม ก็จะใช้รถกระจายเสียง ซึ่งเป็นรถของสำนักงานเคหะชุมชน ติดลำโพงขยายเสียงวิ่งไปรอบๆ ชุมชนแทนเสียงตามสาย

สื่อเสียงตามสายในชุมชน เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพมากในการให้ข้อมูลความรู้ เป็นการย้ำเตือนทัศนคติแก่ชาวชุมชน แต่ต้องมีการจัดปรับองค์ประกอบต่าง ๆ ให้เหมาะสม เช่น ทิศทางของลำโพง เวลาเปิด-ปิด รูปแบบของเนื้อหารายการข่าวสาร

ในปัจจุบันการใช้เสียงตามสายในเคหะชุมชน จะมีคณะกรรมการชุมชนเป็นผู้ดำเนินรายการ และบางครั้งเจ้าหน้าที่ของการเคหะแห่งชาติก็จะเป็นผู้ดำเนินการแจ้งข่าวสาร เชิญชวนให้มาร่วมงานชุมชนสัมพันธ์ต่าง ๆ คณะกรรมการชุมชน มักจะเปิดรายการข่าวเช้าจากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย หรือใช้เรียกประชุมกรรมการ ผู้นำกลุ่มต่าง ๆ หรือใช้เวลามีงานสำคัญในชุมชน อาจจะมีการนำเทปความรู้จากทางราชการไปเปิด อ่านบทความสารคดีสลับเปิดเพลง ซึ่งถือเป็นการให้ข่าวสารควบคู่ไปกับความบันเทิง (Infotainment) หรือให้ความรู้จากบทความทางวิชาการต่าง ๆ สลับการเปิดเพลง (Edutainment)

ข้อดี ของเสียงตามสาย คือในเวลาที่เปิด คนที่อยู่ในชุมชนหรือบริเวณใกล้เคียงจะได้ยินพร้อมๆ กันหมด ไม่ว่าจะอยากฟังหรือไม่อยากฟังก็ตาม จะตั้งใจหรือไม่ตั้งใจฟังก็จะได้ยินข้อความเดียวกันพร้อมๆ กัน การใช้เสียงตามสายใช้ง่ายไม่ซับซ้อน ชาวบ้านก็สามารถจัดการรายการและใช้สื่อชนิดนี้ได้ด้วยตนเอง สะดวกและราคาถูก

ข้อด้อย ของสื่อชนิดนี้คือ ความดัง-ค่อย ความชัดเจนของเสียงที่กระจายออกไปไม่เท่ากันและไม่สม่ำเสมอ คนที่อยู่ใกล้ๆก็จะได้ยินชัดเจน หรือบางครั้งดังเกินไปจนหนวกหู ในขณะที่คนบ้านไกลออกไปก็อาจจะไม่ได้ยิน ประสิทธิภาพของเสียงที่กระจายออกไปจึงขึ้นอยู่กับทำเล ตำแหน่ง และทิศทางของการติดตั้งของลำโพงและกำลังส่งของเครื่องขยายเสียงและลำโพงอีกด้วย เวลาในการเปิด-ปิด ก็ต้องเลือกให้เหมาะสมกับการอยู่หรือไม่อยู่ของกลุ่มเป้าหมาย เช่น เวลาช่วงเช้า หรือเย็น ข้อมูลเนื้อหาที่จะเสนอผ่านสื่อชนิดนี้จะต้องไม่ยาวเกินไป และมีความสั้นกระชับชัดเจน (คมสัน หุตะแพทย์ 2535 : 87-88)

2. สื่อบุคคล การเคหะแห่งชาติใช้สื่อบุคคลคือ เจ้าหน้าที่ของการเคหะแห่งเป็นผู้แจ้งข่าวด้วยการพบปะพูดคุยสนทนากัน (Face to Face Conversation) หรือจัดประชุมชี้แจงคณะกรรมการชุมชน

ข้อดี คือ ผู้ส่งสารมีอิทธิพลในการชักจูงและกระตุ้นเร้าความสนใจ ก่อให้เกิดความประทับใจได้ง่าย ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันและสนิทสนมเป็นกันเองได้มากที่สุด

บางครั้งใช้สื่อบุคคล คือ คณะกรรมการชุมชน ผู้นำกลุ่ม ชมรมต่าง ๆ เป็นผู้สื่อสาร หรือเพื่อนบ้าน สมาชิกในครอบครัวสื่อสารกันเอง หรือบอกต่อกันไป

นอกจากนั้นสื่อบุคคลถือเป็นการติดต่อสื่อสารสองทาง ซึ่งทั้งสองฝ่ายคือผู้ส่งสาร และผู้รับสารมีโอกาสที่จะตอบโต้กันได้ทันที ต่างฝ่ายต่างได้เห็นปฏิกิริยา (Feedback) ของกันและกัน ซึ่งจะช่วยให้สื่อสารกันได้เข้าใจ และสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น หรือถ้าฝ่ายใดยังมีสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่ยังสงสัย หรือไม่เข้าใจก็อาจถามตอบกันได้ทันที จนสามารถทำความเข้าใจกันได้ ในขณะที่

ข้อด้อย ของสื่อชนิดนี้ ก็เป็นสื่อที่มีขอบข่ายครอบคลุม (Coverage) ได้ไม่กว้างขวางนัก ครอบคลุมประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้น้อยมาก เพราะถ้าหากกลุ่มเป้าหมายมีมากเกินไปขอบเขตอำนาจครอบคลุมแล้ว การใช้สื่อบุคคลก็อาจจะไม่เอื้อต่อประสิทธิผลของการใช้สื่อในการเข้าถึงกลุ่มผู้รับสารเป้าหมายได้

จากเหตุผลดังกล่าวการสื่อสารจึงมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในงานชุมชนสัมพันธ์ของผู้อยู่อาศัยในเคหะชุมชนของการเคหะแห่งชาติ หากปราศจากการสื่อสารที่ดีแล้วย่อมมีผลกระทบทุกขั้นตอนตั้งแต่การเปิดรับและความสนใจข่าวสาร รวมถึงกระทบต่อการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ต่าง ๆ ด้วย

กล่าวโดยสรุป การวิจัยเรื่อง “ การเปิดรับสื่อ ความสนใจสื่อ และการมีส่วนร่วมในงานชุมชนสัมพันธ์ของผู้อยู่อาศัยในเคหะชุมชนของการเคหะแห่งชาติ ” เป็นการวิจัยที่อยู่ในกรอบแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องใน 4 ประเด็น คือ

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร
3. แนวคิดและทฤษฎีชุมชนสัมพันธ์
4. แนวคิดและทฤษฎีการมีส่วนร่วม

จากแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้ง 4 ประการดังกล่าว มีความเกี่ยวเนื่องกันอย่างสอดคล้อง เหมาะสมและชัดเจน ซึ่งทำให้ผู้วิจัยสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางสำหรับการวิจัยครั้งนี้ได้อย่างสมบูรณ์