

บทที่ 2

ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “โครงการบูรณาการการจัดการเรียนรู้การสื่อสารชุมชนแบบมีส่วนร่วม เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของท้องถิ่น จังหวัดเชียงใหม่ ปี 2553” มีทฤษฎี และเอกสารของการวิจัยรวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังรายละเอียดต่อไปนี้

2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 ทฤษฎีการจัดการองค์ความรู้ (Learning Management: LM)

ทฤษฎีและสมมุติฐาน ของโครงการวิจัยเรื่อง “โครงการบูรณาการการจัดการเรียนรู้การสื่อสารชุมชนแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของท้องถิ่น จังหวัดเชียงใหม่” จะอาศัยทฤษฎีและสมมุติฐานตามชุดโครงการแผนงานวิจัยเรื่อง “การจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของภาคชนบทและชุมชนเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (CMRU-SML)” ซึ่งได้กล่าวอ้างจากการสัมมนาเรื่อง “การจัดการความรู้เพื่อประยุกต์ใช้ในการพัฒนาอาชีพแบบบูรณาการเพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนแบบยั่งยืน” โดย สถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม (สคส.) (www.kmi.or.th) ซึ่งมีวิทยากรผู้เข้าร่วมสัมมนาได้แก่ ศ.นพ. ประเวศ วะสี ศ.นพ. วิจารณ์ พานิช ศ.ดร. ชัยอนันต์ สมุทวณิช คุณไพบูลย์ วัฒนศิริธรรม และ ดร.ประพนธ์ ฝาสุขยัต ผลจากการสัมมนาทำให้ทราบถึงข้อคิดและแนวทางในการประยุกต์ใช้การจัดการความรู้ ดังนี้

แนวความคิดเกี่ยวกับการจัดการความรู้ (LM) ที่ความสุขและความสำเร็จจะต้องประกอบไปด้วยการจัดการการเรียนรู้ 4 ประการ คือ

- (1) การเรียนรู้ในตนเอง
- (2) การเรียนรู้ร่วมกับเพื่อน (เพื่อนร่วมงาน เพื่อนร่วมภารกิจ ฯลฯ)
- (3) การเรียนรู้ร่วมกันกับองค์กรพันธมิตร (องค์กรร่วมพันธมิตร Strategic partners)
- (4) การเรียนรู้ร่วมกันทุกฝ่าย

สำหรับการจัดการการเรียนรู้ (LM) นี้จะได้อาศัยแนวคิด “บันไดสี่ขั้นของการเรียนรู้ (Learning)” ของ ดร.ประพนธ์ ฝาสุขยัต มาประยุกต์ใช้กับชุมชนด้วย แบบจำลองสี่ขั้น

ของการเรียนรู้นี้ ชุมชนจะเริ่มจาก 1) 'ไม่รู้' เพื่อพัฒนาเป็น 2) 'รับรู้' และเป็น 3) 'คือได้แก่' การเลียนแบบ หรือ เรียนรู้ และพัฒนาไปเป็น 4) 'เรียนรู้ หรือต่อยอดได้ในที่สุด' ดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 แบบจำลอง บันไดสี่ขั้นของการเรียนรู้

จากแนวคิดและทฤษฎีที่ได้กำหนดไว้ คณะผู้วิจัยของมหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงใหม่ ได้ให้ข้อคิด หรือ ข้อเสนอแนะในการปฏิบัติสำหรับการวิจัยครั้งนี้ว่า “หากให้ความสำคัญกับการจัดการการเรียนรู้ในด้านการสื่อสารชุมชนแบบมีส่วนร่วม มากกว่าการให้ความรู้เพียงอย่างเดียว (เครื่องมือของ KM) แล้ว ภายใต้อำนาจหรือศักยภาพของนักวิจัย และบุคลากรที่อยู่ในชุมชนในท้องถิ่นนั้นๆ หากทุกฝ่ายมีการเรียนรู้ร่วมกัน จะทำให้บุคลากรเหล่านั้นสามารถพัฒนาและเพิ่มศักยภาพของตนเองในการสร้างสื่อและเทคโนโลยีที่มีอยู่ในชุมชนเพื่อการพัฒนาในด้านเศรษฐกิจและสังคม ได้ตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้” อีกทั้งผลของการทำวิจัยที่เกิดขึ้น จะเป็นการทำวิจัยที่สามารถนำไปใช้ได้จริงกับท้องถิ่นของนักวิจัยนั้น ๆ

2.1.2 แนวคิดการแสวงหาความรู้

ชัยอนันต์ สมุทวณิช (2544) ได้แยกแยะความแตกต่างระหว่างการเรียนรู้ (knowing) กับความรู้ (knowledge) ไว้ว่า ความรู้นั้นเป็นตัวความรู้หรือองค์ความรู้ (body of knowledge) ซึ่งมีปรากฏอยู่ในหนังสือ เอกสารหรือสื่อต่างๆ ถือเป็นสาระหรือสารัตถะของความรู้ ส่วนการรู้นั้นเป็นทักษะ เป็นวิธีการที่ผู้เรียนรู้ใช้ในการแสวงหาตัวความรู้ ซึ่งการรู้แบ่งออกได้เป็น 4 ระดับ คือ

- (1) การไม่รู้ว่ามีไม่รู้
- (2) การไม่รู้ว่ามีรู้
- (3) การรู้ว่ามีไม่รู้
- (4) การรู้ว่ามีรู้

การรู้ระดับที่ 4 ถือเป็นสถานะที่เป็นอุดมคติ และเป็นเป้าหมายสูงสุดของการเรียนรู้โดยเฉพาะการรู้จักตนเอง ทั้งผู้เรียนและผู้สอนควรมีทักษะการรู้วิชา 3 อย่าง ที่เรียกว่า “LTC” คือทักษะทางภาษา (language) ทักษะทางการคิด (thinking) และทักษะทางการใช้คอมพิวเตอร์ (computer) นอกจากนี้ยังต้องมีทักษะการรู้ชีวิต ซึ่งเรียกว่า “life skills” ด้วย

นอกจากนี้ได้เสนอแนะยุทธศาสตร์ในการปฏิรูปกระบวนการเรียนรู้ไว้ว่าควรใช้ยุทธศาสตร์แบบทักษะนำสาระตาม โดยต้องส่งเสริมทักษะการรู้วิชา (LTC skills) และทักษะการรู้ชีวิต (life skills) ให้แก่ครูและนักเรียน และได้เสนอแนะยุทธศาสตร์แห่งยุทธศาสตร์ คือ ยุทธศาสตร์การคิดแบบพหุวิธี (multiple approach) ไว้ว่า การคิดแบบพหุวิธีจะทำให้เกิดแนวทางหลายแนวทางและการปฏิบัติหลากหลายชุด แทนที่จะเป็นแนวทางเดียวการปฏิบัติการชุดเดียว

2.1.3 ทฤษฎีการสื่อสาร

ทฤษฎีการสื่อสาร หมายถึง ชุดแนวคิด สมมติฐาน ซึ่งเสนอภาพของปรากฏการณ์การสื่อสารอย่างเป็นระบบ โดยกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ พร้อมทั้งวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายและทำนายปรากฏการณ์นั้นๆ ในทางเดียวกันทฤษฎีการสื่อสารกลุ่มเล็กจะช่วยอธิบายและทำนายปรากฏการณ์ในกลุ่มเล็ก แต่ปัจจัยในกระบวนการซับซ้อนของกลุ่มที่ส่งผลกระทบต่อสื่อสารกลุ่มเล็ก ทำให้ไม่มีทฤษฎีใดทฤษฎีหนึ่งมาอธิบายตัวแปรทั้งหมดที่เกี่ยวข้องได้ จึงต้องศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารกลุ่มซึ่งมีหลายทฤษฎีที่สำคัญได้แก่ ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม ทฤษฎีกฎระเบียบ ทฤษฎีระบบและทฤษฎีงาน ดังนั้นหากนักศึกษาศนใจทฤษฎีการสื่อสารกลุ่มเล็ก นักศึกษาจะต้องศึกษาแนวคิด สาระสำคัญ แบบจำลอง สมมติฐานของทฤษฎีและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อที่จะสร้างความเข้าใจ อธิบาย บรรยาย หรือทำนายกับประเด็นปัญหาหรือหัวข้อที่สนใจ

การศึกษากระบวนการของการสื่อสารเป็นการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์หรือการสื่อสารซึ่งสามารถศึกษาแต่ละองค์ประกอบของการสื่อสาร หรือทั้งกระบวนการสื่อสาร ได้ดังนี้

- (1) การศึกษาแต่ละองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร เป็นการศึกษาตามองค์ประกอบของการสื่อสารได้แก่ การศึกษาผู้ส่งสาร การศึกษาสาร การศึกษาสื่อ การศึกษาผู้รับสาร การศึกษาผลย้อนกลับของการสื่อสาร หรือสภาพแวดล้อมของการสื่อสาร ตัวอย่าง

การศึกษาผู้ส่งสาร เช่น การศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารเพื่อการอภิปรายที่เหมาะสมของ
นักการเมืองในรัฐสภา การศึกษาสาร เช่น การวิเคราะห์สัญญาณการโฆษณาเพื่อสังคมของ
เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การศึกษาสื่อ เช่น การเลือกใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของธนาคาร
พาณิชย์ การศึกษาผู้รับสาร เช่น การศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ที่
ออกอากาศสด กรณีศึกษารายการเรื่องเล่าเช้านี้กับรายการเรื่องเล่าเสาร์ และอาทิตย์ การศึกษาผล
ย้อนกลับของการสื่อสาร เช่น ความนิยมในรายการละครหลังข่าวทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบก
ช่อง 7 เป็นต้น

(2) การศึกษาทุกองค์ประกอบของการสื่อสาร เป็นการศึกษาในคราวเดียวกัน
ทุกองค์ประกอบของการสื่อสาร เช่น การศึกษารูปแบบการประชาสัมพันธ์ของฝ่ายประชาสัมพันธ์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช จะเป็นการศึกษาทั้งผู้ส่งสารคือ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ของ มสธ.
ศึกษาเนื้อหาสาระของสาร ศึกษาการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ศึกษาคุณลักษณะของ
ผู้รับสาร ศึกษาผลย้อนกลับของการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ มสธ. และศึกษา
สภาพแวดล้อมของการสื่อสาร

2.1.4 แนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

แนวคิดสำคัญของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เป็นการสื่อสารรูปแบบใหม่
รูปแบบหนึ่งอันเกิดจากการประสานแนวคิดทางวิชาการที่เน้นแสวงหาวิธีการแก้ปัญหาอย่างมี
ประสิทธิภาพ ผสมกับแนวคิดที่จะมุ่งเน้นการวิจัยและการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมเพื่อขยายผลสู่
การพัฒนาที่ยั่งยืนของสังคม โดยเน้นให้ความสำคัญกับภูมิปัญญาดั้งเดิมของชุมชน รวมถึง
ความสามารถของสมาชิกในการเรียนรู้เพื่อพึ่งพาตนเอง จนพัฒนาไปสู่เรื่อง “การสื่อสารเพื่อการ
พัฒนา” จะเป็นไปในทำนองเดียวกันที่มีหลักการสำคัญและมีความโยงใยกัน คือ แนวคิดเรื่อง
“การมีส่วนร่วม” และ “การเข้าถึง” (Accessibility) โดยเป้าหมายของการสื่อสารชุมชนแบบมี
ส่วนร่วมได้แก่ (กาญจนา แก้วเทพ และคณะ, 2543)

(1) เพื่อกระตุ้นให้ชุมชนมองเห็นคุณค่าของตนเอง เช่น การนำเอาภูมิปัญญา
ของชาวบ้านมาเผยแพร่ในวงกว้าง

(2) เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับชาวบ้านที่เข้ามามีส่วนร่วมและเพื่อให้เห็น
คุณค่าความคิดและความเชื่อ

(3) เพื่อพิสูจน์ความเชื่อของชุมชนที่เคยคิดว่าตนเองไม่สามารถใช้เทคโนโลยี
สมัยใหม่ที่ซับซ้อนได้ การเข้าร่วมฝึกฝนอบรมการผลิตสื่อจะพิสูจน์ให้ชาวบ้านเห็นว่า พวกเขา
จะสามารถใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ได้หากว่ามีโอกาส

(4) เพื่อสร้างทักษะในการสร้างสื่อให้กับชุมชน เพื่อเป็นช่องทางที่ชุมชนจะส่งข่าวสารออกไปจากชุมชน มุมมองและทัศนะของตนเอง

(5) เพื่อให้ชุมชนได้แสดงความรู้สึก ปัญหา วิธีการวิเคราะห์ปัญหารวมทั้งวิธีการแก้ปัญหาจากทัศนะของชุมชน

(6) ผลจากการสื่อสารของชุมชนที่เกิดจากการริเริ่มของบางส่วนเดียวของชุมชน หรือจากชุมชนใดชุมชนหนึ่ง จะช่วยยกระดับ ความมีสติและความรับผิดชอบให้กับทั้งชุมชนหรือชุมชนอื่น ๆ เพื่อร่วมกันแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น เพราะผลจากการใช้กระบวนการพัฒนาแบบบนล่างนั้น ไม่เพียงแต่จะไม่ได้ผลตามที่คาดหวังเอาไว้เท่านั้น หากทว่ายังทิ้งร่องรอยแห่งความสูญเสียในเชิงภูมิปัญญาและวัฒนธรรมเอาไว้ด้วย กล่าวคือ ชาวบ้านจะเกิดวัฒนธรรมแห่งการพึ่งพา การรอคอยความช่วยเหลือจากภายนอก และไม่เชื่อมั่นว่าตนเองจะแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้ด้วยความสามารถของตนเอง

2.1.5 แนวคิดเกี่ยวกับการถอดองค์ความรู้ กระบวนการถอดองค์ความรู้ (อุทัยวรรณ กาญจนคามล, 2550) เพื่อการเรียนรู้ แบ่งออกเป็น 3 ระยะ คือ

ระยะที่ 1 ขึ้นเตรียมการก่อนเริ่มกระบวนการถอดองค์ความรู้
1.1 สร้างทีมงานถอดองค์ความรู้ที่มีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานได้จริง ประมาณ 3 – 6 คน พร้อมทั้งทำคำแต่งตั้งเป็นลายลักษณ์อักษรและประชาสัมพันธ์ให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทราบ

1.2 เรียนรู้ทีมงานถอดองค์ความรู้โดยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีที่เกิดขึ้นภายในทีมงาน เน้นการเคารพซึ่งกันและกัน ไว้วางใจซึ่งกันและกัน และความเท่าเทียมกัน

1.3 วิเคราะห์โครงการ เพื่อให้ทีมงานมีความเข้าใจตรงกันในแต่ละหัวข้อในโครงการ ได้แก่ หลักการและเหตุผลของโครงการ วัตถุประสงค์ของโครงการ กลุ่มเป้าหมาย ขั้นตอนการดำเนินงานและกิจกรรมในโครงการ ระยะเวลาในการดำเนินงาน และงบประมาณ

1.4 กำหนดบทบาทหน้าที่ของทีมงานถอดองค์ความรู้ ซึ่งประกอบด้วยดังนี้
1) หัวหน้าทีมหรือผู้เื้อ เป็นผู้ที่ทำให้การถอดองค์ความรู้ดำเนินงานได้อย่างราบรื่นและบรรลุเป้าหมายที่กำหนด

2) ผู้อำนวยการกระบวนการ เป็นผู้ที่กระตุ้นให้ผู้ร่วมถอดองค์ความรู้ได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์และความคิดเห็นจากกิจกรรมที่ได้ปฏิบัติ ดังนั้น จึงต้องมีทักษะในการ

ตั้งคำถามที่ กระตุ้นให้ผู้ร่วมถอดองค์ความรู้ได้วิเคราะห์สาเหตุของความสำเร็จและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการปฏิบัติงาน

3) ผู้จัดบันทึก เป็นผู้จัดบันทึกการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ประสบการณ์ การอภิปรายของผู้ร่วมถอดองค์ความรู้ พร้อมทั้งเขียนเรียบเรียงเป็นเรื่องราวที่น่าสนใจตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดโครงการ

4) ผู้ประสานงาน เป็นผู้ช่วยเหลือให้ทีมงานถอดองค์ความรู้มีความสะดวกในการติดต่อระหว่างสมาชิกทีมงานถอดองค์ความรู้เพื่อที่สามารถทำงานร่วมกันได้อย่างดี รวมทั้งประสานความร่วมมือจากบุคคลภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการถอดองค์ความรู้

1.5 จัดทำ แผนภูมิโครงสร้างกระบวนการถอดองค์ความรู้ซึ่งประกอบด้วยประเด็นต่างๆ ดังนี้

- 1) หัวข้อกิจกรรมที่ต้องการถอดองค์ความรู้
- 2) กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมการถอดองค์ความรู้
- 3) เลือกวิธีการถอดองค์ความรู้ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
- 4) กำหนดประเด็นคำถามที่มีความชัดเจน โดยเรียงลำดับตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งสิ้นสุด
- 5) กำหนดผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นหลังจากการถอดองค์ความรู้ พร้อมทั้งจัดทำเอกสารการถอดองค์ความรู้

1.6 เลือกเทคนิคการถอดองค์ความรู้ ควรเป็นเทคนิคที่ช่วยให้ทีมงานถอดองค์ความรู้และผู้ร่วมถอดองค์ความรู้เกิดการเรียนรู้ในระหว่างการทำงานและได้องค์ความรู้พัฒนาวิธีการทำงานให้ดีขึ้น เช่น เทคนิคการวิเคราะห์หลังการปฏิบัติ (After Action Review, AAR)

1.7 จัดทำปฏิทินการถอดองค์ความรู้ เพื่อวางแผนการดำเนินการถอดองค์ความรู้ของแต่ละกิจกรรมตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดการดำเนินงาน โดยหัวข้อที่ควรปรากฏในปฏิทินการถอดองค์ความรู้ได้แก่ ลำดับที่ของกิจกรรม ประเด็นกิจกรรม ระยะเวลาในการดำเนินงานแต่ละกิจกรรม ผู้รับผิดชอบกิจกรรม และวัสดุอุปกรณ์ที่ต้องใช้ในกิจกรรม

ระยะที่ 2 ขั้นตอนการถอดองค์ความรู้

ทีมงานควรแจ้งกำหนดการ ระยะเวลาและสถานที่ที่จะดำเนินการถอดองค์ความรู้ให้กลุ่มเป้าหมายที่ร่วมถอดองค์ความรู้ทราบล่วงหน้า ในขั้นนี้ประกอบด้วย

3 ขั้นตอนย่อย คือ การถอดองค์ความรู้ การบันทึกองค์ความรู้ และการเขียนรายงานการถอดองค์ความรู้ ดังนี้

2.1 กระบวนการถอดองค์ความรู้มีขั้นตอนที่สำคัญ 4 ขั้นตอน คือ

1) การสร้างบรรยากาศ เพื่อให้ผู้เข้าร่วมการถอดองค์ความรู้มีความผ่อนคลายเป็นกันเอง ซึ่งอาจใช้เพลงหรือเกมในการละลายพฤติกรรม รวมทั้งผู้อำนวยกระบวนการควรชี้แจงถึงความเสมอภาคและสิทธิในการร่วมแสดงความคิดเห็นของผู้ร่วมการถอดองค์ความรู้

2) การกำหนดกติกาในการถอดองค์ความรู้อย่างมีส่วนร่วม โดยกติกาควรครอบคลุมประเด็นที่สำคัญ ดังนี้

2.1) เป้าหมายการถอดองค์ความรู้คืออะไร มีวัตถุประสงค์เพื่ออะไร
2.2) วิธีการถอดองค์ความรู้ใช้วิธีอะไร เช่น ใช้การระดมความคิดเห็น เน้นการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และไม่ได้เถียงหรือทะเลาะวิวาท

2.3) หน้าที่ของผู้ร่วมถอดองค์ความรู้เป็นอย่างไร เช่น ทุกคนให้ข้อเสนอแนะ ขอมรับความจริง และเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงงานให้ดีขึ้น

2.4) ข้อพึงระวังในการถอดองค์ความรู้ควรเป็นอย่างไร เช่น ไม่ตำหนิ และไม่ประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ร่วมถอดองค์ความรู้

3) การจัดกิจกรรมอุ่นเครื่อง ผู้อำนวยกระบวนการชี้แจงให้ผู้ร่วมถอดองค์ความรู้เข้าใจวัตถุประสงค์และวิธีดำเนินกิจกรรมเพื่อให้สามารถทบทวนความทรงจำจากการเข้าร่วมกิจกรรมที่ผ่านมา

4) การเข้าสู่ประเด็นสำคัญของการถอดองค์ความรู้เป็นขั้นตอนสำคัญในการสกัดความรู้จากผู้ร่วมถอดองค์ความรู้ โดยมีขั้นตอนดังนี้

4.1) การเล่าประสบการณ์จากวิธีการปฏิบัติงานของผู้ร่วมถอดองค์ความรู้

4.2) การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างวิธีการปฏิบัติงานที่กำหนดในแผนปฏิบัติงานกับวิธีการปฏิบัติงานจริง

4.3) การวิเคราะห์ผลการปฏิบัติงานที่ทำได้เป็นอย่างดี

4.4) การให้ข้อเสนอแนะวิธีการปฏิบัติงานต่อไปให้ดีขึ้น

4.5) การวิเคราะห์อุปสรรคที่เกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติงาน

4.6) การให้ข้อเสนอแนะวิธีการป้องกันไม่ให้เกิดอุปสรรคในการปฏิบัติงาน

4.7) ข้อเสนอแนะในสิ่งที่ควรทำเพิ่มเติมในการปฏิบัติงานที่ผ่านมา

4.8) การประเมินความพึงพอใจผลการปฏิบัติงานที่ผ่านมา

ทั้งนี้ผู้จัดบันทึกต้องจดยละเอียดของข้อมูลทุกขั้นตอน บันทึกเสียง พร้อมทั้งสังเกตบรรยากาศในระหว่างการถอดองค์ความรู้และจัดบันทึกไว้ประกอบการจัดทำรายงานการถอดองค์ความรู้

2.2 การบันทึกองค์ความรู้ ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ

1) การเตรียมตัวก่อนบันทึกองค์ความรู้ เป็นขั้นตอนที่ผู้จัดบันทึกควรเตรียมความพร้อมก่อนบันทึกองค์ความรู้ใน 4 ประเด็นคือ

1.1) ศึกษารายละเอียดของโครงการ/กิจกรรมที่จะถอดองค์ความรู้

1.2) ศึกษารายละเอียดการถอดองค์ความรู้เกี่ยวกับกรอบแนวคิด

ขั้นตอนการถอดองค์ความรู้ และประเด็นคำถามที่ใช้ในการถอดองค์ความรู้

1.3) จัดเตรียมอุปกรณ์ในการบันทึกการถอดองค์ความรู้ และ

1.4) เตรียมความพร้อมด้านทางร่างกายจิตใจ

2) การบันทึกข้อมูลการถอดองค์ความรู้ ข้อมูลที่ต้องจัดบันทึกระหว่างการถอดองค์ความรู้ คือ

2.1) ข้อมูลขั้นตอนและวิธีการจัดกิจกรรมถอดองค์ความรู้

2.2) ข้อมูลการเล่าเรื่อง การวิเคราะห์ และการอภิปรายของผู้ร่วม

ถอดองค์ความรู้

2.3) ข้อมูลบรรยากาศของระหว่างการถอดองค์ความรู้

3) การสรุปและรายงานการถอดองค์ความรู้ ผู้จัดบันทึกต้องอ่านรายงานการถอดองค์ความรู้ให้ที่ประชุมของผู้ร่วมถอดองค์ความรู้และทีมงานการถอดองค์ความรู้ได้รับทราบข้อมูลที่จัดบันทึกไว้เพื่อให้มีการปรับแก้และเพิ่มเติมให้ข้อมูลมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดยองค์ความรู้ที่ถอดได้ต้องได้รับการสรุปให้เห็นอย่างน้อย 2 ประเด็นคือ

3.1) อะไรคือสิ่งที่อยู่แล้วและควรทำต่อไปเพื่อกลับไปวางแผนพัฒนา ลงมือทำ แล้วตามด้วยการวิจัยให้ก้าวหน้าต่อเนื่องเป็น D&R (Development and Research)

3.2) อะไรคือสิ่งที่ยังบกพร่องเป็นจุดอ่อน และควรจะปรับปรุงอย่างไร มีความรู้พอที่จะปรับปรุงหรือไม่ ถ้าไม่ ควรทำวิจัยเพื่อหาแนวทางปรับปรุงเป็นการวิจัยแล้วพัฒนา แบบR&D (Research & Development) ทั้งนี้ D&Rและ R&D ควรเป็นการวิจัยแบบ PAR (Participatory Action Research) ที่เน้นกระบวนการเรียนรู้ของคนทั้งหมด

2.3 ขั้นเขียนรายงานการถอดองค์ความรู้ ในขั้นตอนนี้ควรแบ่งเป็น 3 หัวข้อหลัก ดังนี้

- 1) ความเป็นมาของโครงการ/กิจกรรมที่จะถอดองค์ความรู้ วัตถุประสงค์ของการถอดองค์ความรู้
- 2) การเตรียมการถอดองค์ความรู้ เป็นการเล่ารายละเอียดของขั้นตอนต่างๆ ซึ่งได้แก่ วิธีการ ทีมงาน บทบาทหน้าที่ กรอบแนวคิด เทคนิคการถอดองค์ความรู้ กลุ่มเป้าหมายที่ร่วมถอดองค์ความรู้ และปฏิทินการถอดองค์ความรู้
- 3) เนื้อเรื่องการดำเนินการถอดองค์ความรู้ ซึ่งครอบคลุม
 - 3.1) ประสบการณ์จากวิธีการปฏิบัติงานจริงของผู้ร่วมถอดองค์ความรู้
 - 3.2) วิธีการปฏิบัติงานที่กำหนดในแผนปฏิบัติงาน
 - 3.3) เปรียบเทียบความแตกต่าง
 - 3.4) สิ่งที่ได้ทำได้อย่างดีจากการปฏิบัติ
 - 3.5) ข้อเสนอแนะวิธีการปฏิบัติงานต่อไปให้ดีขึ้น
 - 3.6) ปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติงาน
 - 3.7) ข้อเสนอแนะวิธีการป้องกันไม่ให้เกิดอุปสรรคในการปฏิบัติงาน
 - 3.8) ข้อเสนอแนะในสิ่งที่ควรทำเพิ่มเติมในการปฏิบัติงานที่ผ่านมา
 - 3.9) ประเมินความพึงพอใจผลการปฏิบัติงานที่ผ่านมา

ระยะที่ 3 กระบวนการหลังการถอดองค์ความรู้

เป็นขั้นคิดตามการนำองค์ความรู้ไปใช้ประโยชน์ในขั้นตอนนี้ให้ความสำคัญกับการนำองค์ความรู้ที่เรียนรู้จากการปฏิบัติงานไปใช้เพื่อให้การปฏิบัติงานต่อไปมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น ดังนั้นหัวหน้าทีมหรือผู้เอื้อควรได้มีการนิเทศกำกับติดตามการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องเป็นระยะๆ เพื่อตรวจสอบว่าได้มีการนำองค์ความรู้ไปใช้ประโยชน์หรือไม่เพียงไร เพราะอะไร เป็นต้น

2.1.6 แนวคิดแห่งหลักการและกระบวนการประชาสัมพันธ์

แนวคิดขั้นพื้นฐาน (Fundamental concept) ของการประชาสัมพันธ์ตามหลักวิชาการนั้นกล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ (Public relation) คือกระบวนการปฏิสัมพันธ์ (Interactive process) ระหว่างองค์กรหรือบุคคลกับสาธารณชนที่เกี่ยวข้องในลักษณะของการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง (Two-way communication) เพื่อสร้างสรรค์ความรู้ ความเข้าใจ และภาพลักษณ์ที่ดี (Favorable image) แก่สาธารณชน ตลอดจนแสวงหาความร่วมมือสนับสนุนจากสาธารณชนโดยสร้างไว้ซึ่งความสัมพันธ์ที่เป็นประโยชน์ร่วมกัน (Mutually beneficial relationships)

2.1.7 การสื่อสารกับงานประชาสัมพันธ์ท้องถิ่น

การสื่อสารกับงานประชาสัมพันธ์ท้องถิ่น เพื่อนำเสนอแผนการและพัฒนาสภาพเศรษฐกิจและสังคมของท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ มีดังนี้ กระบวนการติดต่อสื่อสาร (Communication process) แบบจำลองการสื่อสาร การติดต่อสื่อสารกับผลแห่งการเปลี่ยนแปลงสังคม

(1) กระบวนการติดต่อสื่อสาร (Communication process)

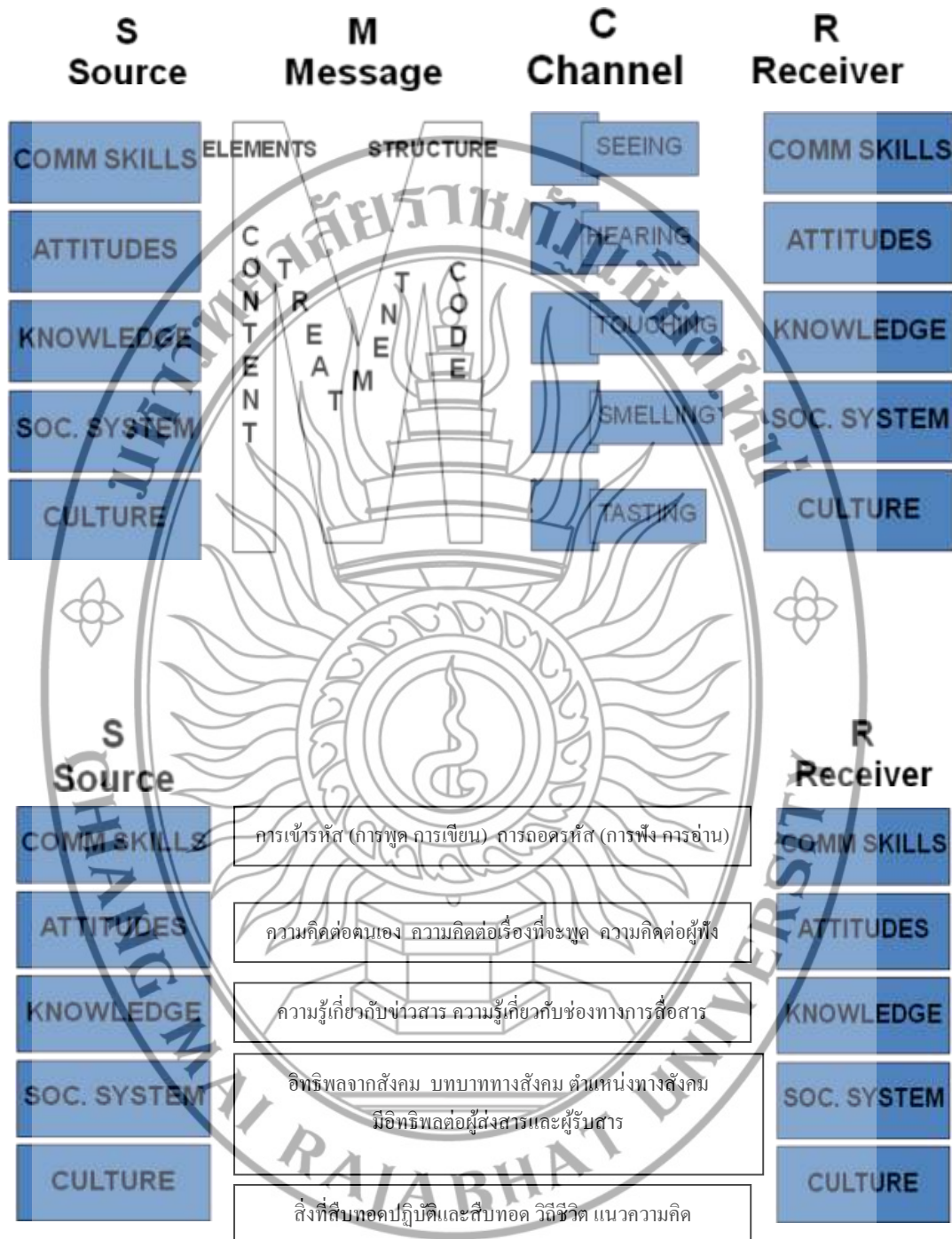
กระบวนการในการติดต่อสื่อสารเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข้อเท็จจริง (Fact) ทัศนะ (Viewpoints) และความคิดเห็น (Ideas) และประสบการณ์ต่าง ๆ (Special process) ซึ่งก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ (Interaction) กันในระหว่างมวลมนุษยชาติและทำให้มนุษย์สามารถดำรงชีพอยู่ในสังคมได้ กระบวนการติดต่อสื่อสารจึงมีประเด็นที่สำคัญต้องพิจารณาอยู่ 3 ประการ คือ

- 1) การติดต่อสื่อสารจะต้องเกี่ยวข้องกับบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป หรือมากกว่านั้น
- 2) การติดต่อสื่อสารเป็นการแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลแบบ 2 ทาง (Two-way exchange of information)
- 3) ก่อให้เกิดความเข้าใจถูกต้องร่วมกัน

(2) แบบจำลองการสื่อสาร

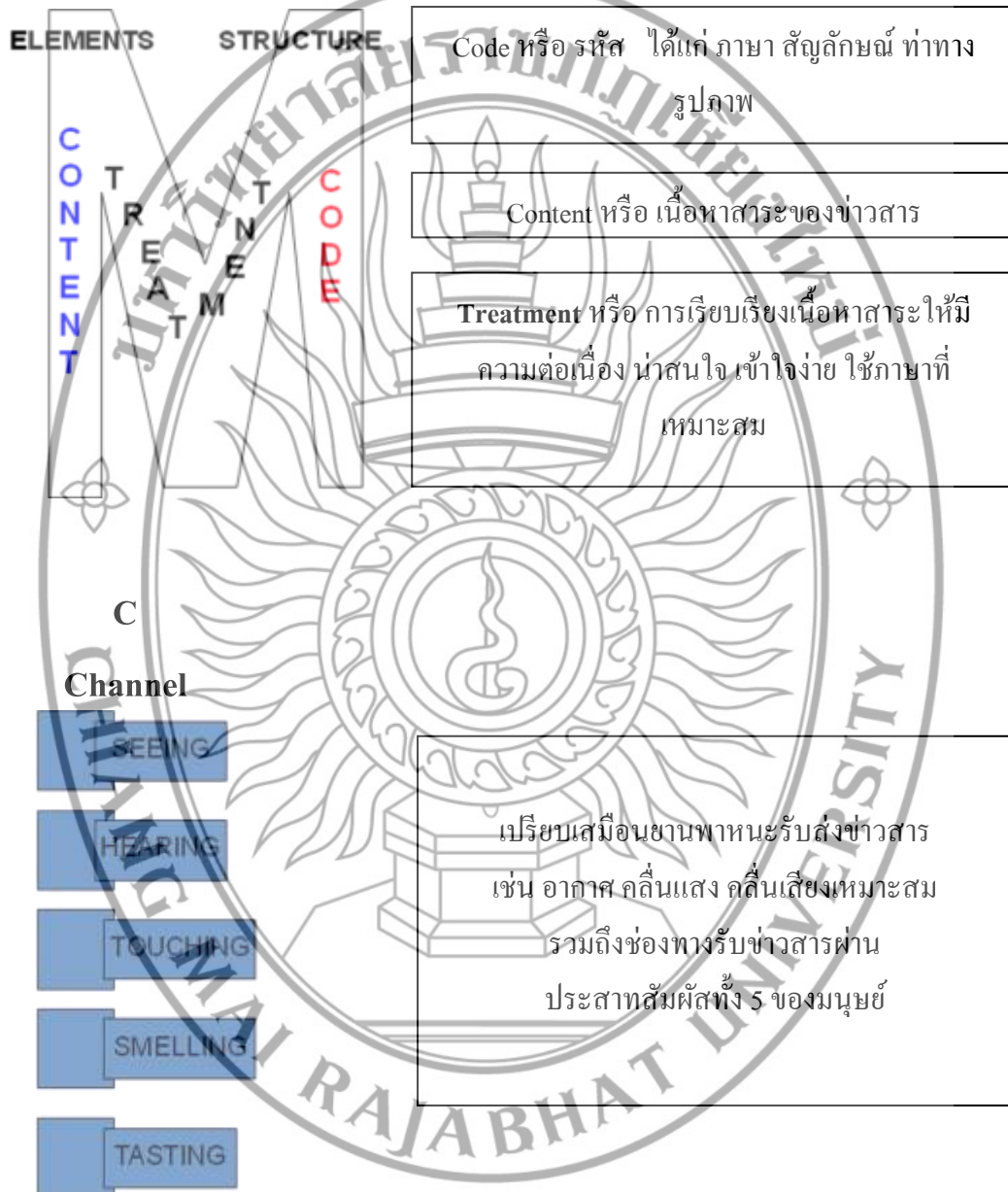
กระบวนการติดต่อสื่อสาร อาจอธิบายเพื่อให้เข้าใจได้ดียิ่งขึ้นด้วยแบบจำลอง (Model) ต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

แบบจำลองการสื่อสารของเบอร์โล

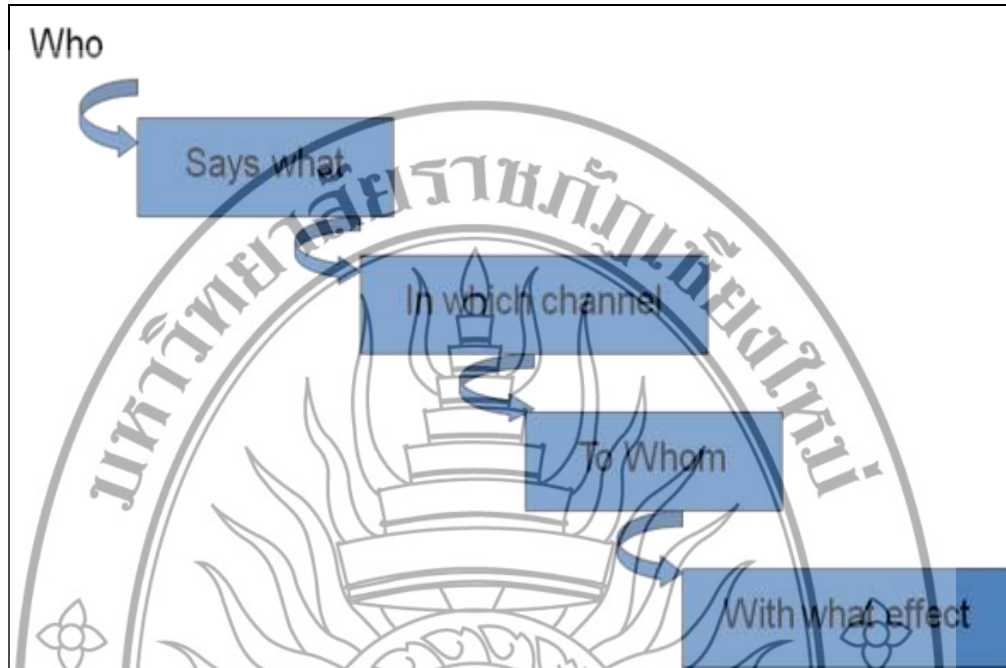


M

Message



(3) องค์ประกอบแบบจำลองการสื่อสารมวลชน



(4) การติดต่อสื่อสารกับผลแห่งการเปลี่ยนแปลงสังคม

Roger และ Shoemaker กล่าวถึงการติดต่อสื่อสารกับผลแห่งการเปลี่ยนแปลงทางสังคมว่า การติดต่อสื่อสารเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Social change) ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนดังต่อไปนี้ คือ

- 1) ขั้นประดิษฐ์คิดค้น (Invention) คือ กระบวนการที่มีความคิดใหม่ๆ ได้ถูกคิดค้นหรือพัฒนาขึ้นมา
- 2) ขั้นแพร่กระจาย (Diffusion) คือ กระบวนการใหม่ๆ เหล่านี้ถูกสื่อสารหรือแพร่กระจายไปสู่สมาชิกในสังคม
- 3) ขั้นบังเกิดผลตามมา (Consequence) คือ ขั้นที่เกิดการเปลี่ยนแปลงภายในสังคมอันเนื่องมาจากการยอมรับหรือปฏิเสธในความคิดใหม่ๆ หรือสิ่งใหม่ๆ นั้น การเปลี่ยนแปลงทางสังคมส่วนหนึ่ง จึงเกิดขึ้นจากผลแห่งการติดตอสื่อสารนั่นเอง

2.1.8 แนวคิดเกี่ยวกับการวิจัย

Organization for Economic Co – operation and Development (OECD). 1993.

The Measurement of Scientific and Technological Activities: Functional Distribution: 67 - 72
กล่าวว่า การวิจัยหมายถึง การวิจัยและพัฒนา (Research and Development: R&D) ประกอบด้วย

(1) การวิจัยพื้นฐาน (Basic research หรือ Pure research หรือ Theoretical research) เป็นการศึกษาค้นคว้าในทางทฤษฎี หรือในห้องทดลองเพื่อหาความรู้ใหม่ ๆ เกี่ยวกับสมมติฐานของปรากฏการณ์ และความจริงที่สามารถสังเกตได้ หรือเป็นการวิเคราะห์หาคุณสมบัติโครงสร้างหรือความสัมพันธ์ต่าง ๆ เพื่อตั้งและทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis) ทฤษฎี (Theories) และกฎต่าง ๆ (Laws) โดยมีได้มุ่งหวังที่จะใช้ประโยชน์โดยเฉพาะ

(2) การวิจัยประยุกต์ (Applied research) เป็นการศึกษาค้นคว้าเพื่อหาความรู้ใหม่ ๆ และมีวัตถุประสงค์เพื่อนำความรู้นั้นไปใช้ประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือเป็นการนำเอาความรู้และวิธีการต่าง ๆ ที่ได้จากการวิจัยขั้นพื้นฐานมาประยุกต์ใช้อีกต่อหนึ่ง หรือหาวิธีใหม่ ๆ เพื่อบรรลุเป้าหมายที่ได้ระบุไว้แน่ชัดล่วงหน้า

(3) การพัฒนาทดลอง (Experimental development) เป็นงานที่ทำอย่างเป็นระบบ โดยใช้ความรู้ที่ได้รับจากการวิจัยและประสบการณ์ที่มีอยู่ เพื่อสร้างวัสดุ ผลิตภัณฑ์และเครื่องมือใหม่ เพื่อการติดตั้งกระบวนการ ระบบและบริการใหม่ หรือเพื่อการปรับปรุงสิ่งต่าง ๆ เหล่านั้นให้ดีขึ้น

กิจกรรม หรือลักษณะงานที่เป็นเพียงขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งของการวิจัย เช่น การสำรวจเพื่อรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การทำรายงานหรือเผยแพร่ผลงานวิจัย หรือกิจกรรมสนับสนุนการวิจัย เช่น การฝึกอบรมนักวิจัย การให้เงินอุดหนุนการวิจัย ฯลฯ เหล่านี้ไม่นับเป็นการวิจัยตามนิยามข้างต้น และสามารถแบ่งการวิจัยตามกลุ่มสาขาวิชาการใหญ่ ๆ ได้เป็น 2 ด้าน คือ

(1) การวิจัยทางวิทยาศาสตร์ หมายถึง การสำรวจ วิเคราะห์ ทดลองอย่างมีระบบและเป็นขั้นตอนด้วยอุปกรณ์หรือวิธีพิเศษ เกี่ยวกับธรรมชาติ สิ่งมีชีวิต ปรากฏการณ์ธรรมชาติ ตลอดจนสิ่งที่มนุษย์ได้สร้างสรรค์ขึ้นมาด้วยความรู้ หรือประสบการณ์ เพื่อเสนอความรู้ใหม่ เพื่อสุขภาพอนามัย ความผาสุกและความเจริญก้าวหน้าของมนุษยชาติ

(2) การวิจัยทางสังคมศาสตร์ หมายถึง การศึกษาค้นคว้าหาความจริงด้วยระบบและวิธีการทางวิทยาศาสตร์เกี่ยวกับ พฤติกรรม ปรากฏการณ์ หรือปฏิกิริยา ตลอดจนความรู้สึกนึกคิดของมนุษย์และสังคม เพื่อให้ทราบถึงความรู้และความจริงที่จะนำมาแก้ไขปัญหาของสังคม หรือก่อให้เกิดความรู้ใหม่

การวิจัยมีมิติหลักและองค์ประกอบการวิจัย (Core and functional dimension) ประกอบด้วย

(1) ทิศทางการวิจัย (Research direction) หมายถึง ลักษณะหรือแนวทางการทำวิจัยที่มุ่งไปสู่สิ่งที่คาดหวังว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต หากดำเนินการไปตามแนวทางนี้ การคาดหวังยังไม่เป็นรูปธรรมที่เป็นตัวเลขที่กำหนดไว้ แต่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้นโดยลำดับ ทั้งนี้ ทิศทางการวิจัยเปรียบเสมือนนโยบายวิจัย (Research policy)

(2) แผนวิจัย (Research plan) หมายถึง โครงร่างข้อกำหนดที่ระบุเรื่องหรือลักษณะการดำเนินการในการทำวิจัยให้เป็นไปในทางสอดคล้องกับทิศทางการวิจัยหรือนโยบายวิจัยที่กำหนดไว้

(3) แผนงานวิจัย (Research program) หมายถึง แผนซึ่งถูกกำหนดขึ้นเพื่อดำเนินการวิจัย ประกอบด้วยโครงการวิจัย (research project) หลาย ๆ โครงการ หรืออาจเรียกว่า ชุดโครงการวิจัย โดยมีความสัมพันธ์หรือสนับสนุนซึ่งกันและกัน มีลักษณะบูรณาการ (Integration) ทำให้เกิดองค์รวม (Holistic ideology) เป็นการวิจัยที่เป็นสหสาขาวิชาการ (Multi-disciplines) และครบวงจร (Complete set) โดยมีเป้าหมายที่จะนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์อย่างชัดเจน

(4) แผนงานวิจัยย่อย (Research sub-program) หมายถึง หัวข้อการวิจัยภายใต้แผนงานวิจัย ซึ่งกำหนดลักษณะการทำงานของโครงการวิจัย

(5) โครงการวิจัย (Research project) หมายถึง รูปการที่กำหนดหรือคิดไว้ใน การดำเนินการวิจัย โดยมีแผนการแสดงหัวข้อรายละเอียดในการศึกษาค้นคว้า วิเคราะห์ หรือ ทดลองอย่างมีระบบที่แน่นอน ซึ่งหน่วยงานหนึ่งๆ หรือหลายหน่วยงานจะร่วมกันดำเนินการให้เสร็จสิ้นภายใน ช่วงระยะเวลาหนึ่ง

(6) โครงการวิจัยย่อย (Research sub-project) หมายถึง หัวข้อการวิจัยภายใต้โครงการวิจัย ซึ่งระบุถึงการวิจัยที่ดำเนินการ

(7) งานวิจัยย่อย (Research task) หมายถึง เป็นขั้นสุดท้ายของแต่ละโครงการวิจัย (research project)

(8) กิจกรรมวิจัย (Research activity) หมายถึง การแสดงหัวข้อเรื่องวิจัยที่ต้องปฏิบัติในงานวิจัยย่อย โครงการวิจัย และแผนงานวิจัย โดยให้สอดคล้องและเป็นลำดับกับแผนการดำเนินงาน (Work plan) ที่กำหนดไว้ ประเภทของการวิจัย (Type of research)

2.1.9 แนวคิดเกี่ยวกับความเข้มแข็งของชุมชน

ปัจจัยที่ช่วยสร้างความเข้มแข็งของชุมชน ได้แก่ ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมการอยู่ร่วมกันของชาวบ้าน และความศรัทธาในทางศาสนา การศึกษาหาความรู้ ทั้งในหมู่บ้านและนอกหมู่บ้าน โครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนนที่ใช้สำหรับสัญจร และการขนส่งสินค้า สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ แต่ปัจจัยที่มีความสำคัญสูงสุด ได้แก่ เศรษฐกิจชุมชน นอกจากนี้ ความเข้มแข็งของชุมชน ก็ช่วยเสริมปัจจัยดังกล่าวด้วยเช่นกัน แนวคิดของมงคล ด้านธารินทร์ (2541) ดังกล่าวนั้น ก็ค่อนข้างสอดคล้องกับของ ประเวศ วะสี (2544) ที่ว่า “ในการส่งเสริมพลังชุมชนต้องส่งเสริมการรวมตัวโดยใช้คุณธรรมหรือคุณค่าแห่งความเป็นมนุษย์เป็นตัวตั้ง ไม่ใช่อำนาจสั่งการเป็นตัวตั้ง ไม่ใช่ใช้เงินเป็นตัวตั้ง ถ้าเอาเงินเข้ามาใช้เพื่อส่งเสริมหนุนส่งการใช้คุณค่าความเป็นมนุษย์ก็เป็นเรื่องที่มีประโยชน์ เมื่อชุมชนเข้มแข็งทั้งในชนบทและในเมืองทั่วแผ่นดิน จะแก้ปัญหาความยากจน ปัญหาสังคม เช่น ยาเสพติด - โรคเอดส์ ปัญหาโสเภณี และความรุนแรงต่าง ๆ การอนุรักษ์วัฒนธรรม อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เกิดการจัดองค์กรแบบใหม่ซึ่งเป็นการจัดองค์กรโดยธรรม สร้างเสริมสุขภาพ และเป็นการปฏิรูปการเรียนรู้ร่วมกันในการปฏิบัติจริง เพื่อให้ชีวิต เศรษฐกิจ จิตใจ สังคม และวัฒนธรรม และศีลธรรม บูรณาการไปสู่ความเจริญอย่างแท้จริงและยั่งยืน”

2.2 เอกสารที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 วิธีการแสวงหาความรู้ด้านนิเทศศาสตร์

การแสวงหาความรู้ด้านนิเทศศาสตร์มีหลากหลายวิธีการและในที่นี้จะนำเสนอวิธีการแสวงหาความรู้ 2 วิธีการคือ

- (1) การแสวงหาความรู้จากแหล่งข้อมูลที่มีอยู่แล้ว ได้แก่ ข้อมูลที่มีการเผยแพร่แล้ว หรือ เรียกว่า ข้อมูลทุติยภูมิ
- (2) การแสวงหาความรู้ด้วยวิธีการศึกษาปรากฏการณ์ทางสังคม หรือ การศึกษาข้อมูลจากปรากฏการณ์จริงที่เป็นแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ ในการศึกษานี้นักศึกษาสามารถใช้วิธีการวิเคราะห์ สังเคราะห์ วิพากษ์ หรือ ใช้วิธีการวิจัยในการศึกษาก็ได้ขึ้นอยู่กับความสนใจของนักศึกษา

วิธีการทางวิทยาศาสตร์เป็นวิธีการแสวงหาความรู้ความจริงที่มีระบบแบบแผน ที่เชื่อถือได้มากที่สุดที่นำมาใช้ในการวิจัยในปัจจุบันวิธีการทางวิทยาศาสตร์มี 5 ขั้นตอน ดังนี้

(1) ขั้นปัญหา (Problem) เป็นขั้นตอนที่ผู้วิจัยจะต้องระบุปัญหาของการวิจัยทั้งที่เป็นปัญหาที่เป็นภาพใหญ่ และระบุปัญหาที่เป็นคำถามย่อยเพื่อที่จะตอบคำถามที่เป็นภาพใหญ่ ในการวิจัยนิเทศศาสตร์ปัญหาในการวิจัยจะต้องเป็นปัญหาทางนิเทศศาสตร์ เช่นการสื่อสาร เป็นต้น

(2) ขั้นตั้งสมมติฐาน (Hypothesis) เป็นขั้นตอนที่ผู้วิจัยจะคาดการณ์คำตอบหรือผลการวิจัยไว้โดยเขียนในรูปแบบความสัมพันธ์ของตัวแปรตั้งแต่สองตัวขึ้นไป

(3) ขั้นเก็บรวบรวมข้อมูล (Collection of data) เป็นขั้นตอนที่ผู้วิจัยจะเก็บรวบรวมข้อมูลตามที่ได้ออกแบบการวิจัยไว้ การทำงานขั้นตอนนี้จะเป็นการปฏิบัติการวิจัยภาคสนาม

(4) ขั้นวิเคราะห์ข้อมูล (Analysis of data) เป็นขั้นตอนที่ผู้วิจัยนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมไว้มาจัดกระทำ คัดเลือกข้อมูลที่สมบูรณ์ ประมวลผลข้อมูล และวิเคราะห์และตีความข้อมูลที่ผ่านมาแล้ว

(5) ขั้นสรุปผล (Conclusion) เป็นขั้นตอนที่ผู้วิจัยนำผลการวิจัยที่ผ่านการวิเคราะห์ข้อมูลมาสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ สมมติฐานการวิจัยหรือสรุปตามข้อค้นพบ

2.2.2 การศึกษางานในวิชาชีพนิเทศศาสตร์

เป็นการศึกษาจากงานด้านนิเทศศาสตร์ หรือการสื่อสารเป็นแนวทางทางการศึกษา เช่น งานโฆษณา งานประชาสัมพันธ์ งานวิทยุกระจายเสียง งานวิทยุโทรทัศน์ งานหนังสือพิมพ์และสิ่งพิมพ์ งานภาพยนตร์ งานศิลปะการแสดง งานวาทยการ งานการผลิตสื่อต่างๆ และงานที่เกี่ยวข้อง ธรรมชาติการทำงานด้านนิเทศศาสตร์จะเกี่ยวข้องกับการทำงานในเรื่องการผลิตสื่อในแต่ละประเภท และในงานผลิตสื่อจะมีผู้ปฏิบัติงานในแต่ละขั้นตอนของการผลิตสื่ออยู่ด้วย การศึกษางานในวิชาชีพนิเทศศาสตร์จึงศึกษาโดยแบ่งตามกระบวนการผลิตสื่อออกเป็น 3 ขั้นตอนได้แก่ ขั้นก่อนการผลิตสื่อ ขั้นการผลิตสื่อและขั้นหลังการผลิตสื่อ ดังนี้

(1) ขั้นก่อนการผลิตสื่อ จะเป็นขั้นตอนตั้งแต่การรับโจทย์ปัญหา หรือ การรับการมอบหมายให้ผลิตสื่อ แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูล สถานการณ์ด้านการสื่อสารและที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งสินค้าและบริการหรือประเด็นทางสังคม การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมาย แล้วนำมาสร้างสรรค์แนวความคิดหลัก (Concept) และคิดวิธีการนำเสนอตามสื่อต่างๆ (Execution) บุคคลที่ทำงานในฝ่ายนี้ เช่น ฝ่ายบริหารงานลูกค้า เจ้าของสินค้า ฝ่ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ นักสร้างสรรค์งานนิเทศศาสตร์ ผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์ ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด

ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารงานลูกค้า ผู้เขียนบท ผู้ควบคุมการผลิต ผู้อำนวยการสร้างภาพยนตร์ เป็นต้น

(2) ขั้นตอนการผลิตสื่อจะเป็นขั้นตอนที่ฝ่ายผลิต หรือ บริษัทที่รับจ้างผลิตสื่อ ดำเนินการต่อในขั้นตอนนี้จะต้องมีการนำแนวคิดหลักที่ผ่านการคิดสร้างสรรค์แล้วถ่ายทอดออกมาเป็นบท (Script) มาทำการผลิตให้ได้ตามที่นักสร้างสรรค์ได้คิดงานไว้ โดยจะมีการคัดเลือกสถานที่ นักแสดง อุปกรณ์การถ่ายทำเกี่ยวกับ แสง สี เสียง กล้องถ่ายภาพ อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง การบันทึกเสียง การทำเทคนิคพิเศษ อุปกรณ์ประกอบฉาก การทำงานในขั้นตอนนี้มีบุคลากรที่เกี่ยวข้องมาก การทำงานมีความละเอียดอ่อนและซับซ้อน กระบวนการทำงานเป็นทีม มีความสำคัญมาก บุคลากรที่ทำงานในฝ่ายนี้ได้แก่ ช่างภาพ ช่างบันทึกเสียง ช่างจัดแสง นักแสดง ฝ่ายตกแต่งฉาก สถานที่ ฝ่ายทำเทคนิคพิเศษ ผู้กำกับ ผู้ควบคุมการผลิต บรรณาธิการ ช่างอาร์ตเวิร์ค กราฟิคดีไซน์เนอร์ ช่างวาดภาพ ช่างเทคนิค เป็นต้น

(3) ขั้นตอนหลังการผลิตสื่อ จะเป็นขั้นตอนที่นำชิ้นงานหลังการถ่ายทำ มาตัดต่อ บันทึกเสียง ทำเทคนิคพิเศษเช่น การตกแต่งภาพ การย้อมสีภาพ การทำเทคนิคพิเศษทางคอมพิวเตอร์ รวมทั้งการเผยแพร่ชิ้นงานที่ผลิตเสร็จเรียบร้อยแล้วทางสื่อต่าง ๆ

2.2.3 การศึกษาการประยุกต์ใช้การสื่อสาร

การศึกษาการประยุกต์ใช้การสื่อสารเป็นการแนวทางการศึกษาของวิชาชีพอื่น ๆ ที่การสื่อสาร หรือนิเทศศาสตร์ไปประยุกต์ใช้ร่วมกับงานหรือศาสตร์อื่น ๆ เพียงงานเดียว หรือศาสตร์เดียว แนวคิดสำคัญของการประยุกต์ใช้การสื่อสาร หรือนิเทศศาสตร์ คือ การสื่อสารเป็นเครื่องมือของสื่อความหมาย สายใยที่เชื่อมโยงศาสตร์นิเทศศาสตร์กับศาสตร์อื่น ๆ เพื่อที่จะให้ข้อมูลข่าวสาร ให้การศึกษา โน้มน้าวใจ และเพื่อความบันเทิง ตัวอย่างของการประยุกต์ใช้การสื่อสาร เช่น การสื่อสารการตลาด การสื่อสารการเมือง การสื่อสารสาธารณสุข การสื่อสารการศึกษา การสื่อสารการกีฬา การสื่อสารจิตวิทยา การสื่อสารเทคโนโลยี การสื่อสารการแพทย์ การสื่อสารองค์กร การสื่อสารธุรกิจ ฯลฯ

2.2.4 องค์ประกอบแห่งความสำเร็จของการประชาสัมพันธ์

สมาคมการประชาสัมพันธ์แห่งสหรัฐอเมริกา (PRSA) ได้วิเคราะห์ถึงองค์ประกอบของงานประชาสัมพันธ์ที่มีส่วนสร้างความสำเร็จให้แก่องค์กร โดยฝ่ายประชาสัมพันธ์ขององค์กรจะต้องดำเนินงานต่าง ๆ ดังนี้ คือ

(1) งานด้านการให้คำปรึกษา (Counseling) คือ งานที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ให้คำแนะนำ ปรึกษาแก่ฝ่ายบริหารจัดการขององค์กรด้านนโยบายการสื่อสารประชาสัมพันธ์สู่ประชาชน

(2) งานด้านการวิจัย (Research) คือ งานด้านการสำรวจวิจัยทัศนคติและพฤติกรรม (Attitudes & behaviors) ของกลุ่มประชาชนเพื่อวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (To plan PR strategies)

(3) งานด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์ (Media relations) คือ งานด้านการสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนที่คอยเผยแพร่ข่าวให้ และคอยให้บริการตอบสนองความพอใจแก่สื่อมวลชน เช่น การจัดหาข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่สื่อมวลชนต้องการ เป็นต้น

(4) งานด้านการเผยแพร่ (Publicity) คือ งานด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ผ่านสื่อที่คัดสรรแล้ว (Selected media)

(5) งานด้านพนักงาน/สมาชิกสัมพันธ์ (Employee/member relations) คือ งานด้านการสร้างความสัมพันธ์กับพนักงานในองค์กร หรือสมาชิกของหน่วยงาน สมาคม เพื่อความเข้าใจอันดีต่อกัน

(6) งานด้านชุมชนสัมพันธ์ (Community relations) คือ การสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนและเพื่อความสัมพันธ์อันดี และอนุรักษ์สภาพแวดล้อมที่ร่วมกัน

(7) งานกิจกรรมสาธารณะ (Public affairs) คืองานด้านกิจกรรมต่างๆ ที่องค์กรเข้าไปมีส่วนช่วยเหลือสังคม ซึ่งเป็นการช่วยให้องค์กรปรับตัวเข้ากับสังคม และความคาดหวังของสาธารณชน (Adapt to public expectations)

นอกจากนี้คำว่า “กิจกรรมสาธารณะ” (Public affairs) ยังเป็นคำที่องค์กรของรัฐและองค์กรภาคเอกชนหลายแห่งนิยมใช้แทนคำว่า “การประชาสัมพันธ์” (PR) ซึ่ง “กิจกรรมสาธารณะ” ก็หมายถึง “การประชาสัมพันธ์” หรือ “กิจกรรมประชาสัมพันธ์” (PR activity) นั่นเอง

(8) งานกิจกรรมรัฐบาล (Government affairs) คือ งานด้านกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกฎหมาย และพระราชบัญญัติต่าง ๆ เป็นต้น

(9) งานด้านการบริหารประเด็น และบริหารภาวะวิกฤต (Issues management) คือ งานด้านการระบุและบริหารประเด็นปัญหาต่างๆ ซึ่งเป็นเรื่องราวเกี่ยวข้องกับสาธารณชน และองค์กรต้องเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องด้วย ซึ่งอาจมีผลกระทบต่องค์กร ตลอดจนหมายรวมถึงงานประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤตและการบริหารภาวะวิกฤตด้วย

(10) งานด้านการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ถือหุ้น (Financial relations) คือ งานด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดี (Good relationships) และความมั่นใจ (Confidence) แก่กลุ่มนักลงทุน (Invertors) และกลุ่มผู้ถือหุ้น (Shareholders) ซึ่งงานด้านนี้เป็นที่รู้จักกันดีอีกชื่อหนึ่งว่า “Investor relations” หรือ “Shareholder relations”

(11) งานด้านอุตสาหกรรมสัมพันธ์ (Industry relations) คือ งานด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบริษัทอุตสาหกรรมอื่นๆ และสมาคมการค้า (Trade associations)

(12) งานด้านพัฒนาหาทุน (Development/fund raising) คือ งานด้านการสร้างความสัมพันธ์ขององค์กรสาธารณกุศลเพื่อให้สาธารณชนสนับสนุนการเงินแก่องค์กรด้วยการช่วยบริจาคเงิน สิ่งของ เป็นต้น

(13) งานด้านการสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มวัฒนธรรมที่หลากหลาย (Multicultural relations) คือ งานด้านการสร้างความสัมพันธ์กับประชาชนในกลุ่มวัฒนธรรมต่างๆ (Various cultural groups)

(14) งานด้านเหตุการณ์พิเศษ (Special events) คือ งานด้านการจัดกิจกรรมพิเศษต่างๆ เพื่อการประชาสัมพันธ์ เช่น การจัดนิทรรศการแสดงผลงานประจำปีไทยการจัดงานสัปดาห์การท่องเที่ยวทั่วไทย เป็นต้น

(15) งานด้านการสื่อสารการตลาด (Marketing communications) คือ งานด้านการผนวกกันของหลายกิจกรรม (Combination of activities) เช่น การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การใช้จดหมายตรง (Direct mail) การจัดแสดงสินค้า (Trade shows) เป็นต้น

2.2.5 ความสำคัญของภาพลักษณ์ในด้านการประชาสัมพันธ์

Edward L. Bernays ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการประชาสัมพันธ์ กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ที่ดีนั้น หน่วยงานสถาบันจะต้องสร้างภาพลักษณ์ที่แท้จริง (true image) ให้เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนเพื่อผลทางด้านความประทับใจ

หน่วยงานหรือองค์กรสถาบันใดก็ตามหากมีภาพลักษณ์ (Image) ที่เป็นไปในทางที่เสื่อมเสียแล้ว หน่วยงานสถาบันนั้นย่อมไม่ได้รับความเชื่อถือ หรือไว้วางใจจากประชาชน ประชาชนอาจมีความระแวงสงสัย หรือเกลียดชังต่อหน่วยงานนั้นหรืออาจไม่ให้ความร่วมมือสนับสนุนต่อหน่วยงานนั้นๆ ในทางตรงกันข้าม หากหน่วยงานหรือองค์กรสถาบันมีภาพลักษณ์ที่ดี ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนที่มีต่อหน่วยงานสถาบันนั้นย่อมเป็นภาพที่

บรรเจิดสวยสดงดงาม นั่นคือ เป็นภาพของหน่วยงานสถาบันที่เป็นไปในทางดี มีความน่าเชื่อถือ ศรัทธาพอสมควรแก่การไว้วางใจ หรือนำคบหาสมาคมด้วย เป็นต้น ยกตัวอย่างง่าย ๆ เช่น

สถาบันการศึกษาเอกชนแห่งหนึ่ง เป็นสถาบันการศึกษาที่เอาใจใส่ต่อนักเรียน ทั้งทางด้านความรู้และความประพฤติ สั่งสอนอบรมกุลบุตรกุลธิดาให้เป็นผู้ที่เพียบพร้อมไปด้วย ความรู้และจริยธรรมที่ดีงาม ขณะเดียวกันสถาบันแห่งนี้ก็มีพฤติกรรมที่ดีไม่ขูดรีดหรือเอาเปรียบเอาเปรียบผู้ปกครอง รวมทั้งมีการติดต่อสัมพันธ์กับผู้ปกครองนักเรียนอย่างใกล้ชิด สถาบันแห่งนี้จึง สร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ประชาชนมาโดยตลอด บรรดาผู้ปกครองนักเรียนและประชาชนทั่วไป ย่อมมีความรู้สึกนึกคิดที่ดีต่อสถาบันแห่งนี้ มีความรู้สึกนิยมชมชอบและประทับใจ

จะนั้น เมื่อนึกถึงสถาบันแห่งนี้เมื่อไร เราย่อมมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อสถาบันแห่งนี้ เสมอว่าเป็นสถาบันการศึกษาที่ดี มีคุณธรรม น่าศรัทธา เชื่อถือ ไว้วางใจ เชื่อเลียงและเกียรติคุณนี้เอง อาจทำให้เราคิดต่อไปว่า ถ้ามีน้องหรือมีลูกหลานก็อยากจะส่งเข้าเรียนที่สถาบันแห่งนี้ทันที โดยปราศจากความลังเลหรือเคลือบแคลงสงสัย ถ้าหากเราไม่มีน้องหรือลูกหลาน ก็ยินดีเสมอที่จะแนะนำให้ลูกหลานของญาติมิตรมาเรียนที่สถาบันแห่งนี้ และพร้อมเสมอที่จะสนับสนุนให้ ความร่วมมือแก่สถาบันแห่งนี้อย่างเต็มที่ทุกวิถีทาง

2.2.6 การประชาสัมพันธ์ของท้องถิ่น

ความจำเป็นที่ต้องมีประชาสัมพันธ์กับชุมชนเพื่อนำเสนอแผนการและพัฒนา สภาพเศรษฐกิจและสังคมของท้องถิ่น ได้แก่ การวางแผน โครงการประชาสัมพันธ์ชุมชน เครื่องมือและสื่อต่างๆในการประชาสัมพันธ์ชุมชน ประเภทสื่อประชาสัมพันธ์

องค์กรต่างๆโดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์กรธุรกิจซึ่งตั้งอยู่ในชุมชนต่าง ๆ ทั้งองค์กร สถาบันและประชาชนในชุมชนต่างก็ย่อมต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน มีการร่วมมือกัน ในกิจกรรมสังคมต่างๆ ในลักษณะน้ำพึ่งเรือเสือพึ่งป่า เพราะมนุษย์กับองค์กรสถาบันย่อม จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ บุคคลจะไม่สามารถดำรงชีพอยู่อย่างสุขสบายได้ ถ้าปราศจากองค์กรสถาบัน และในขณะเดียวกันองค์กรสถาบันไม่สามารถดำรงอยู่ได้เช่นกัน โดยปราศจากความร่วมมือสนับสนุนจากประชาชนในชุมชนนั้น

องค์กรสถาบันกับชุมชน จึงเป็นสิ่งที่แยกกันไม่ออก และจำเป็นต้องพึ่งพาอาศัย กันดังกล่าแล้ว องค์กรสถาบันจะเป็นผู้ตอบสนองหรือให้บริการแก่ชุมชน โดยรับสมัคร ประชาชนในชุมชนเข้ามาเป็นแรงงาน หรือว่าจ้างเข้ามาเป็นพนักงานในโรงงาน และจ่ายค่า ทดแทนให้อย่างยุติธรรม หน้าที่สำคัญอีกประการหนึ่งขององค์กรสถาบัน ก็คือ การนำเอาผล กำไรจากการดำเนินธุรกิจส่วนหนึ่งไปชำระภาษีให้แก่รัฐ เพื่อนำไปบำรุงท้องถิ่นและชุมชนของ

ตนเอง รวมทั้งนำเงินผลกำไรไปจัดซื้อวัตถุดิบจากประชาชนในท้องถิ่นหรือชุมชนนั้น เพื่อนำไปผลิตอีกต่อหนึ่งเป็นไปในลักษณะพึ่งพาอาศัยกัน เช่น โรงงานอุตสาหกรรมน้ำตาล ซื้อมันจากบรรดาเกษตรกรชาวไร่ในท้องถิ่นนั้นไปเป็นวัตถุดิบป้อนเข้าโรงงานเพื่อผลิตน้ำตาลต่อไป เป็นต้น

นอกจากนี้องค์กรสถาบันยังต้องทำหน้าที่เป็นผู้นำทางด้านการสร้างสรรค์ท้องถิ่นและช่วยเหลือสังคมส่วนร่วม อันได้แก่ การช่วยเหลือการกุศล และการส่งเสริมหรือการเป็นผู้นำทางด้านวัฒนธรรมอันดีงาม (Cultural leadership) อันเป็นการแสดงถึงบทบาทของการเป็นพลเมืองดีเพื่อให้ชุมชนเกิดความนิยมเลื่อมใส

สำหรับองค์กรสถาบันของรัฐ ซึ่งอยู่ได้ด้วยภาษีอากรของประชาชน เช่น โรงพยาบาลของรัฐ อำเภอ สถานีตำรวจ ย่อมจะมีหน้าที่รับผิดชอบในการบริการประชาชนในชุมชนของตนโดยตรงอยู่แล้ว สถาบันเหล่านี้จะให้บริการชุมชนในด้านต่างๆ เช่น โรงพยาบาลให้บริการด้านสุขอนามัยในการรักษาโรคแก่ประชาชนผู้เจ็บป่วย อำเภอให้บริการในด้านเกี่ยวกับการทะเบียนราษฎรต่างๆ สถานีตำรวจหรือโรงพักให้บริการด้านสวัสดิภาพความปลอดภัยแห่งทรัพย์สินและชีวิตร่างกาย เป็นต้น จะเห็นได้ว่า ไม่ว่าจะเป็นองค์กรสถาบันธุรกิจหรือองค์กรสถาบันของรัฐ อันได้แก่ หน่วยราชการต่างๆ ล้วนแล้วแต่จะต้องติดต่อเกี่ยวข้องกับชุมชนทั้งสิ้น ชุมชนเองก็จะต้องติดต่อและพึ่งพาองค์กรสถาบันต่าง ๆ เหล่านี้ ฉะนั้นโดยลักษณะดังกล่าว จึงชี้ชัดให้เห็นถึงการพึ่งพาอาศัยกันทุกฝ่ายและต่างฝ่ายก็มีผลประโยชน์ร่วมกัน (Mutual benefit)

นอกจากนี้สภาพการณ์ต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น ตัวเมืองขยายออกสู่ชนบท เพราะความเจริญและหนาแน่นของชุมชน เช่น กรุงเทพฯ ขยายออกสู่ชานเมืองชนบทต่าง ๆ ทำให้เกิดเป็นชุมชนใหม่ตามชานเมือง และหมู่บ้านจัดสรรต่างๆ มีผู้อยู่อาศัยหนาแน่นมากขึ้นกว่าเดิม บริษัทธุรกิจและโรงงานอุตสาหกรรมต่างๆ พากันเข้าไปตั้งอยู่ในชนบทและตามหัวเมืองต่าง ๆ รวมทั้งชุมชนย่านชานเมืองด้วย สภาพการณ์เช่นนี้ย่อมก่อให้เกิดปฏิกิริยาการต่อต้านจากชุมชนขึ้น (Community resistance) เพราะประชาชนในชุมชนนั้นก็ต่างพากันเกรงว่าโรงงานอุตสาหกรรมที่มาตั้งนั้น จะทำลายสภาพแวดล้อมและความสงบสุขในชุมชนนั้นหรือสร้างความเดือดร้อนให้เขา เช่น ปัญหาคับคั่ง กากสารเคมี น้ำเสีย เสียงดังอีกทีก็ ประชาชนในชุมชนก็ย่อมมีแนวโน้มที่จะมีปฏิกิริยาที่ไม่ดีต่อหน่วยงาน และเกิดปฏิกิริยาต่อต้านจากชุมชนขึ้น หน่วยงานหรือองค์กรสถาบันจึงต้องมีการประชาสัมพันธ์กับชุมชน เพื่อเอาชนะการต่อต้านจากชุมชนและทำให้ชุมชนหันมานิยมให้ความร่วมมือสนับสนุนด้วยดีกับองค์กร

2.2.7 การวางแผนโครงการประชาสัมพันธ์ชุมชน

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ชุมชน หรือชุมชนสัมพันธ์ต้องมีการวางแผนโครงการดำเนินงานอย่างรอบคอบ โดยมีการสำรวจวิจัยถึงสภาพปัญหาต่าง ๆ รวมทั้งความคิดเห็นและความต้องการของประชาชนในชุมชน ตลอดจนความเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม

การวางแผนโครงการประชาสัมพันธ์ อาจจะกระทำได้ทั้งโครงการระยะสั้นและระยะยาว ซึ่งต้องอาศัยการตัดสินใจร่วมกับฝ่ายจัดการหรือฝ่ายบริหารขององค์กร นอกจากนี้ยังต้องมีการวางแผนการใช้เครื่องมือหรือสื่อในการดำเนินงานอีกด้วย อาจใช้สื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ เพื่อใช้สื่อและเครื่องมือสื่อสารเหล่านี้ช่วยเสริมการดำเนินงานด้านการบอกกล่าวชี้แจงถึง นโยบาย วัตถุประสงค์ของการดำเนินงาน และผลงานขององค์กร รวมทั้งใช้การจัดเหตุการณ์พิเศษ การโฆษณาท้องถิ่น การเผยแพร่ การประชุมพบปะกับผู้นำความคิดเห็น ตลอดจนแพร่กระจายข่าวสารขององค์กร แก่กลุ่มพนักงานลูกจ้าง เพื่อนำไปแพร่กระจายสู่เพื่อนบ้านและประชาชนในชุมชนนั้น ๆ

2.2.8 การเผยแพร่ข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์

การสื่อสารมวลชนมีบทบาทหรือมีอิทธิพลต่อสังคมทั้งทางตรงและทางอ้อม ได้แก่ อิทธิพลทางด้านทัศนคติและค่านิยม ทางด้านอารมณ์ ทางด้านศีลธรรม ทางด้านสติปัญญา ความรู้ และต่อพฤติกรรม

สื่อมวลชนสามารถกระจายข่าวได้อย่างกว้างขวางไปสู่ประชาชนจำนวนมากในทุกเพศทุกวัย และทุกฐานะอาชีพ ฯลฯ โดยลักษณะเช่นนี้ จึงทำให้สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อชีวิตความเป็นอยู่ ตลอดจนความรู้สึกลึกซึ้งของประชาชนอย่างกว้างขวาง สื่อมวลชนมีอิทธิพลชักจูงให้เกิดการเปลี่ยนในด้านทัศนคติ ความเชื่อ พฤติกรรม และแบบแผนแห่งการดำรงชีพของสังคมจากการสำรวจวิจัยของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ สำนักงานกฤษฎมนตรีพบว่าสื่อมวลชนทั้ง 5 ประเภท อันได้แก่ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุโทรทัศน์ และภาพยนตร์นั้น มีอิทธิพลต่อมวลชนในอัตราที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับจำนวนผู้รับสื่อแต่ละประเภท กล่าวคือ จากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 1,536 คน พบว่าผู้ฟังวิทยุมีจำนวนมากที่สุด คือมีอยู่ร้อยละ 87 รองลงมาคือ ภาพยนตร์ ซึ่งมีผู้ชม ร้อยละ 74 ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 47 และผู้ดูโทรทัศน์ ร้อยละ 34 ส่วนนิตยสารมีผู้อ่าน ร้อยละ 16 เท่านั้น อย่างไรก็ตาม จากการคำนวณค่าความสำคัญของสื่อ ผลปรากฏว่า วิทยุเป็นสื่อที่มีความสำคัญมากที่สุด เหนือกว่าโทรทัศน์

ส่วนโทรทัศน์มีค่าความสำคัญมากกว่าหนังสือพิมพ์และนิตยสาร ส่วนนิตยสารและหนังสือพิมพ์ไม่มีความแตกต่างกัน

สื่อมวลชนมีอิทธิพลในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

(1) อิทธิพลทางด้านทัศนคติและค่านิยม

สื่อมวลชน มีอิทธิพลอย่างมากในการสร้างหรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติและค่านิยมต่างๆ ของมวลชนได้ รวมทั้งหันเหหรือชักจูงแนวความคิดให้เป็นไปตามประสงค์ของผู้สื่อสารได้ หากสื่อมวลชนในสังคมใดทำหน้าที่อย่างน่าเชื่อถือด้วยแล้ว ก็ยังสร้างความศรัทธาแก่มวลชนได้มากและสามารถน้อมนำความรู้สึกลึกซึ้งของมวลชนได้โดยง่าย ด้วยเหตุนี้เองประเทศที่กำลังพัฒนาหลายประเทศจึงต้องอาศัยสื่อมวลชน ในการปลูกฝังหรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติและค่านิยมบางประการของประชาชนในประเทศของตน

(2) อิทธิพลทางด้านอารมณ์

นอกเหนือจากอิทธิพลที่มีต่อทัศนคติ ค่านิยม หรือความรู้สึกลึกซึ้งแล้ว สื่อมวลชนยังมีอิทธิพลต่อการเร้าอารมณ์ของมวลชนได้เป็นอย่างดี สื่อมวลชนหลายประเภทสามารถเสนอรายการต่างๆ ที่ให้ความสนุกสนานสำราญอารมณ์แก่มวลชน ในขณะเดียวกันก็สามารถปลุกเร้าอารมณ์ของมวลชนให้เกิดความรู้สึก รัก ขอบ เกลียดชัง ต่อด้าน ในสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้โดยไม่ยากนัก

(3) อิทธิพลทางด้านศีลธรรม

สื่อมวลชนสามารถสอดใส่คุณธรรมหรือศีลธรรมให้มวลชนได้เป็นอย่างดี ขณะเดียวกันก็สามารถจุดดิ่งทำลายศีลธรรมให้เสื่อมทรามไปจากจิตใจของมวลชน ฉะนั้นสื่อมวลชนที่มีจริยธรรมหรือจรรยาบรรณจึงสามารถทำหน้าที่ในการยกระดับจิตใจของมวลชนให้สูงขึ้น ในทางตรงข้ามสื่อมวลชนที่ปราศจากความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ ไร้จริยธรรมก็สามารถเสนอสิ่งที่เป็นพิษภัยต่อจิตใจและศีลธรรมอันดีงามของประชาชนได้เช่นกัน

(4) อิทธิพลทางด้านสติปัญญาความรู้

หน้าที่สำคัญประการหนึ่งของสื่อมวลชนทั้งหลายก็คือ การให้การศึกษาหรือความรู้แก่ประชาชน ก่อให้เกิดความเฉลียวฉลาดและมีสติปัญญา หรือมีวิทยาการความรู้ใหม่ๆ เพิ่มขึ้นเพื่อประโยชน์ในการดำรงชีพและอยู่ร่วมกันในสังคม

(5) สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของประชาชนไม่น้อย

ประชาชนมักชอบพฤติกรรมเลียนแบบพฤติกรรมที่ปรากฏในสื่อมวลชน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เด็กหรือเยาวชน ซึ่งปรากฏเสมอว่าจะประทับใจคลั่งใคล้ในพฤติกรรมต่าง ๆ ของดาราโทรทัศน์ ดาราภาพยนตร์ และพยายามลอกเลียนแบบหรือทำตามอย่าง เช่น

อยากจะเก่งกล้าสามารถเหมือนพระเอกหนัง อยากจะเหาะเหินเดินอากาศได้เหมือนอย่างมนุษย์
ค้างคาว ฯลฯ ผู้ใหญ่เองก็เช่นกัน อาจมีพฤติกรรมเลียนแบบได้โดยไม่รู้สึกตัว พฤติกรรม
เลียนแบบนี้มีทั้งในด้านบวกและด้านลบ สุดแท้แต่ว่าเป็นพฤติกรรมเช่นใด ที่สื่อมวลชนจะชี้นำ
หรือสร้างความประทับใจหลงใหลให้ผู้ชมได้มากกว่ากัน เช่น อิทธิพลจากภาพยนตร์
ต่างประเทศเรื่องหนึ่งที่เคยเข้ามาฉายในเมืองไทย ทำให้ผู้คนลอกเลียนแบบวิธีการเล่นเกมส์เสี่ยง
ชีวิตเหมือนดาราเอกเรื่องนี้ จนต้องเสียชีวิตไปจำนวนมากหลายรายด้วยกันซ้ำแล้วซ้ำเล่า
และบ่อยครั้งที่ผู้กระทำผิดคดีอาญาอุกฉกรรจ์รับสารภาพกับเจ้าหน้าที่ว่าตนลอกเลียนมาจาก
ภาพยนตร์หรือทีวีที่ฉายอยู่ เป็นต้น

งานสื่อมวลชนสัมพันธ์ เป็นวิธีการอย่างหนึ่งของงานประชาสัมพันธ์ ที่
มุ่งหวังจะอาศัยสื่อมวลชนเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่หรือกระจายข่าวสารขององค์กรสถาบัน
ไปสู่ประชาชนโดยที่องค์กรสถาบันนั้นไม่ต้องจ่ายเงินค่าเวลาหรือซื้อเนื้อที่โฆษณาในหน้า
หนังสือพิมพ์หรือว่าจ้างให้ลงให้แต่ประการทั้งสิ้น เพราะถ้าหากต้องจ่ายเงินค่าช่วงเวลาหรือ
เนื้อที่ดังกล่าวแล้วก็จะกลายเป็นการซื้อเนื้อที่หรือเวลาเพื่อแจ้งความหรือโฆษณาไปทันที ฉะนั้น
นักประชาสัมพันธ์ขององค์กรจะต้องคอยบริการ อำนวยความสะดวกให้แก่สื่อมวลชนต่าง ๆ ใน
การจัดส่งข่าวสารนั้น ๆ ไปให้ เป็นการถ้อยทีถ้อยอาศัยกันอยู่ในตัว หรือในบางกรณี ก็อาจจะ
ต้องเชิญสื่อมวลชนมาทำข่าวนั้น ๆ ด้วย เป็นต้น

2.2.9 กระบวนการติดตามและประเมินสื่อประชาสัมพันธ์ท้องถิ่น

รายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อการศึกษาและพัฒนา มีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบ
ทางเดียวเป็นการถ่ายทอดเนื้อหาสาระไปสู่กลุ่มผู้ชมเป้าหมายจำนวนมาก ซึ่งกลุ่มผู้ชมดังกล่าว
ไม่สามารถส่งผลลัพธ์หรือข้อมูลป้อนกลับได้ทันที แม้บางโอกาสอาจจะกระทำได้โดยใช้
โทรศัพท์หรือเข้าไปชมและร่วมรายการในห้องส่งก็ตาม จากการที่ผู้รับผิดชอบในการผลิต
รายการไม่ได้รับข้อมูลป้อนกลับทันทีในจำนวนที่เพียงพอ นั้น ทำให้ไม่สามารถปรับปรุงแก้ไข
รายการของตนได้หรือแม้จะได้ข้อมูลป้อนกลับในทันทีก็ไม่สามารถปรับปรุงรายการโทรทัศน์
ได้ทัน เป็นต้น เพราะในการปรับปรุงแก้ไขรายการวิทยุโทรทัศน์ต้องใช้เทคนิคและวัสดุอุปกรณ์
ที่ซับซ้อน นอกจากนี้ยังต้องมีการเตรียมการและเตรียมข้อมูลหลาย ๆ ด้านให้พร้อมก่อน
โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อจะได้นำมาประกอบการตัดสินใจ วางแผน
ผลิตรายการ เหตุผลและความจำเป็นที่ต้องสำรวจผู้ชมและประเมินรายการ

(1) เหตุผลในการประเมินรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อการศึกษาและพัฒนา

1.1) เพื่อสำรวจลักษณะของกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย เช่น สถานภาพทางเศรษฐกิจ อาชีพ เพศ วัย จำนวนเครื่องรับ รายได้และความต้องการ เป็นต้น ข้อมูลเหล่านี้จะนำมาใช้ในการวางแผนผลิตรายการ

1.2) เพื่อประเมินระดับวัตถุประสงค์ วัตถุประสงค์ของรายการนั้นก็เพื่อให้การศึกษาและพัฒนาตนเองหรือพัฒนาสังคม ซึ่งวัตถุประสงค์มีหลายระดับ จำเป็นต้องสำรวจและประเมินว่ากลุ่มเป้าหมายเกิดการเรียนรู้หรือมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตามที่ต้องการหรือไม่ ระดับของวัตถุประสงค์ ได้แก่ ระดับความเข้าใจการนำไปใช้ การวิเคราะห์ได้ การสังเคราะห์ได้และระดับที่สามารถประเมินค่าได้

1.3) เพื่อการใช้เทคโนโลยี การใช้สื่อสารมวลชน คือ โทรทัศน์เป็นสื่อหรือช่องทางในการถ่ายทอดข่าวสารไปสู่กลุ่มผู้ชมนั้น เป็นการนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ เราจึงต้องการข้อมูลป้อนกลับเกี่ยวกับเทคโนโลยีนั้นเพื่อนำมาเป็นข้อวินิจฉัยในการปรับปรุงรายการและการดำเนินงานของสถานี

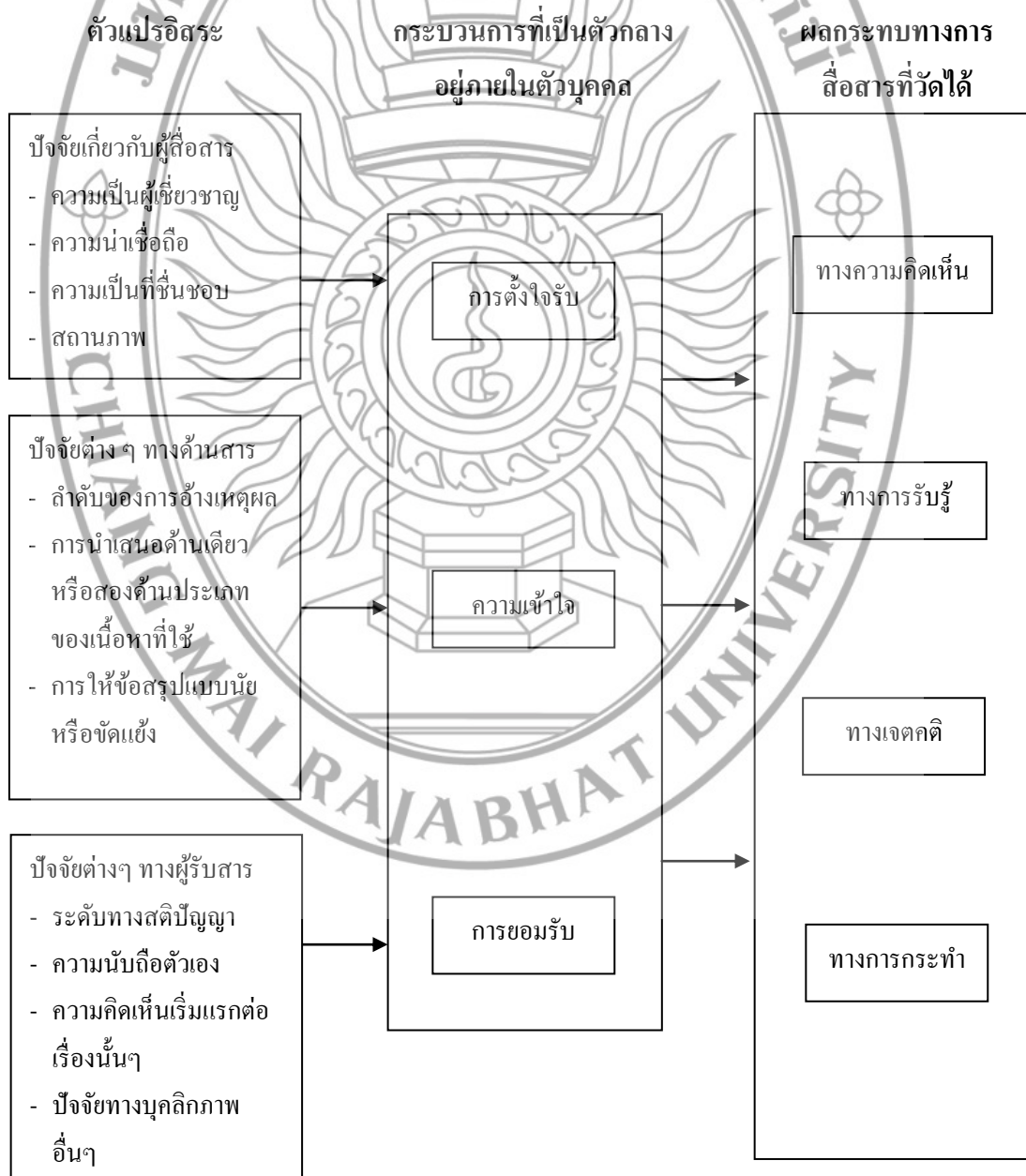
1.4) เพื่อแสดงเอกลักษณ์ของรายการ รายการโทรทัศน์แต่ละรายการมีความเป็นเอกลักษณ์ในตัวเอง ทั้งวิธีการนำเสนอและเนื้อหาสาระ เนื้อหาสาระแบบเดียวกัน อาจมีวิธีการนำเสนอหลายรูปแบบแตกต่างกันออกไป รูปแบบใดเหมาะสมที่สุด เราต้องค้นหาออกมา

1.5) เพื่อประเมินความต้องการที่สอดคล้องกันระหว่างผู้ผลิตรายการกับผู้ชม ตัวผู้ผลิตรายการมีความแตกต่างจากผู้ชม ในหลาย ๆ ด้าน เช่น ระดับสติปัญญา ความคิดเห็น ภูมิหลังสภาพสังคม เป็นต้น ดังนั้น รายการโทรทัศน์ที่ผลิตรายการออกมาอาจเป็นการผลิตโดยอาศัยความคิดทฤษฎีระดมความคิดการคาดการณ์ของผู้ผลิตรายการเป็นส่วนใหญ่ ผู้ผลิตรายการจึงจำเป็นต้องประเมินว่ารายการของตนนั้นตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้ชมหรือไม่

1.6) เพื่อพัฒนาตนเอง ผู้ผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์จะหยุดนิ่งอยู่กับที่ไม่ได้ ต้องพัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลา แม้ได้รับคำชมเชยจากคนรอบด้านว่าผลิตรายการได้ดีและมีความสามารถสูง แต่ไม่ควรยินดีกับคำชื่นชมนั้นมากนัก ดังที่ผู้ผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์ที่มีชื่อเสียงทั่วโลกได้ยอมรับกันแล้วว่า การผลิตรายการโทรทัศน์ ก็ต้องอาศัยข้อมูลป้อนกลับหรือผลสะท้อนกลับที่ได้จากการประเมินรายการนั่นเอง

(2) องค์ประกอบการประเมินผลการผลิตรายการ

การประเมินผลเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่เที่ยงตรงและเชื่อถือได้ ต้องเป็นการประเมินผลโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัย นั่นคือ ต้องดำเนินการประเมินผลอย่างมีระบบ นำเอาหลักเกณฑ์ทางวิทยาศาสตร์มาเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวม ประมวลผล วิเคราะห์ และตีความได้อย่างเที่ยงตรงและเชื่อถือได้ การประเมินในลักษณะนี้จึงเรียกว่าการวิจัยประเมินผล เพื่อที่จะกำหนดถึงบทบาทและประสิทธิภาพของปัจจัยแต่ละตัวที่มีผลต่อการเรียนรู้ เนื้อหาสาระ และการยอมรับสิ่งที่ได้เรียนรู้ แนวการศึกษาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ได้นำเสนอ องค์ประกอบและขั้นตอนของการประเมินผลในกระบวนการสื่อสารได้ดังนี้



2.2.10 การศึกษาเกี่ยวกับชีวิตกับโทรทัศน์

งานวิจัยมากมายทั้งของประเทศไทยและต่างประเทศได้ทำการวิจัย โดยผลการศึกษาสรุปว่า โทรทัศน์น่าจะถือได้ว่าเป็นสื่อช่วยการเรียนรู้ของเด็กหรือผู้ชมได้ เพราะขณะที่ชมรายการทีวีอยู่นั้น สมรรถนะของผู้ชมจะทำงานอย่างว่องไวไม่ต่างจากเวลาที่อ่านหนังสือ ฉะนั้นรายการต่างๆในทีวีผู้ชมจึงเป็นคนเลือกที่จะเปิดรับเนื้อหาเข้าสู่สมอง โดยผ่านทางประสาทตาของผู้ชม ถ้าผู้ชมมีวิจารณญาณในการเลือกรับว่ารายการใดให้ประโยชน์เกิดการพัฒนาคิด หรือได้เรียนรู้สิ่งต่างๆหรือความเป็นไปในสังคม และรายการทีวีก็จะเป็นสื่อสำคัญที่เด็กสามารถเลือกชมได้อย่างสนุกสนานและมีสาระไปพร้อมกัน

ปัจจุบันนับว่ามีกระแสความเคลื่อนไหวที่ดีที่หลายฝ่ายหันมาใส่ใจเรื่องสื่อทีวีเพื่อเด็กๆ ไม่ว่าจะเป็นการเรียกร้องให้เข้ามาจัดการที่จะทำสื่อโทรทัศน์เป็นการศึกษาที่ดี สร้างสรรค์ สำหรับเด็กและเยาวชน การผลักดันให้มี “สื่อนโยบายสำหรับเด็ก” ซึ่งมีตั้งแต่การจัดผังเวลาให้กับรายการเพื่อการเรียนรู้ของเด็ก หรือการส่งเสริมและการรณรงค์ครอบครัวชุมชน หรือผู้ชมมีการจัดตั้งองค์กรที่สามารถเข้ามาดูรายการ โทรทัศน์ มีสิทธิมีเสียงที่จะเสนอหรือประเมินคุณภาพของรายการ

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กมลทิพย์ คำใจ (2551) ศึกษาเรื่อง การจัดการเรียนรู้เพื่อวัดมูลค่าเพิ่มของสินทรัพย์ชุมชนเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมภาคชนบทและชุมชนเมือง จังหวัดเชียงใหม่มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างการเรียนรู้ของคนในท้องถิ่นในการสร้างความมั่นคงด้านการจัดการสินทรัพย์ชุมชน อีกทั้งยังสามารถทราบถึงมูลค่าเพิ่มที่ได้จากการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ผลการศึกษาพบว่า ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนสามารถเรียนรู้เกี่ยวกับการสร้างความมั่นคงด้านการจัดการสินทรัพย์ชุมชนของตนเองได้เป็นอย่างดี ชุมชนสามารถวิเคราะห์และค้นหาศักยภาพของชุมชนเกี่ยวกับสินทรัพย์ของชุมชนที่มีอยู่ โดยเข้าใจถึงคุณค่าของสินทรัพย์ชุมชนที่สำคัญยิ่งคือ “ทุนบุคคลหรือทุนมนุษย์” นักวิจัยจึงได้เสนอแนะแนวทางในการจัดการเรียนรู้เพิ่มเพิ่มศักยภาพของทุนบุคคลให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้นอันจะส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนนั้นต่อไป เพราะปัจจัยทุนบุคคลนี้เป็นปัจจัยหลักที่สำคัญต่อการขับเคลื่อนการพัฒนาชุมชนนั่นเอง แนวทางในการจัดการเรียนรู้ได้แก่ การเพิ่มทักษะของทุนบุคคลโดยเฉพาะในประเด็นของการพึ่งตนเอง รวมถึงการสร้างกลุ่มทุนบุคคลและเพิ่มศักยภาพให้เป็นองค์กรชุมชนที่เข้มแข็งจนเติบโตเป็นเครือข่ายองค์กรที่ส่งผลต่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน

กมลทิพย์ คำใจ (2552) ศึกษาเรื่อง การจัดการเรียนรู้เพื่อวัดมูลค่าเพิ่มของสินทรัพย์ชุมชนเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมภาคชนบทและชุมชนเมือง จ.เชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างการเรียนรู้ของคนในท้องถิ่นในการสร้างความมั่นคงด้านการจัดการสินทรัพย์ชุมชน อีกทั้งยังสามารถทราบถึงมูลค่าเพิ่มที่ได้จากการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมจากการดำเนินงานวิจัยชุดโครงการ “การจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนชนบทและชุมชนเมือง จังหวัดเชียงใหม่” ในปี 2552 มีวิธีการศึกษาโดยการใช้วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) โดยใช้รูปแบบของการจัดการเรียนรู้ในการจัดการสินทรัพย์ชุมชนเพื่อค้นหาศักยภาพและหามูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสังคมกับกลุ่มเป้าหมาย คือ องค์การบริหารส่วนตำบลจำนวน 58 แห่ง ใน 18 อำเภอทั่วจังหวัดเชียงใหม่ ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของท้องถิ่น

ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนสามารถเรียนรู้เกี่ยวกับการสร้างความมั่นคงด้านการจัดการสินทรัพย์ชุมชนของตนเองได้เป็นอย่างดี ชุมชนสามารถคิดเป็น วิเคราะห์เป็น และปฏิบัติได้ โดยเข้าใจและวิเคราะห์ถึงคุณค่าสินทรัพย์ชุมชน คือ ทรัพยากรมนุษย์ สถาบันองค์กร วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และองค์ความรู้ในชุมชน ให้สามารถนำมาบูรณาการร่วมกับการเรียนรู้เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ภายใต้การพัฒนาที่สำคัญจากทุนมนุษย์ และทุนความรู้ในชุมชน กับการบริหารจัดการที่ดี หลักคุณธรรม การมีส่วนร่วม และการมีจิตสำนึกที่ดีต่อท้องถิ่น อันจะนำไปสู่การขับเคลื่อนการพัฒนาทั้งทางด้านสังคมและเศรษฐกิจให้เกิดความสมดุลและมั่นคง และเพิ่มศักยภาพชุมชนให้เป็นองค์กรชุมชนที่เข้มแข็งจนสามารถนำพาทุนทางสังคมไปสร้างเศรษฐกิจที่สมดุลส่งผลต่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน

สำหรับผลการวิเคราะห์มูลค่าเพิ่มของโครงการวิจัยที่ได้ดำเนินงานในปีที่ผ่านมา สามารถวัดมูลค่าเพิ่มทางด้านเศรษฐกิจด้วยตัวชี้วัด “ผลสัมฤทธิ์ทางรายได้และความคุ้มค่าทางการเงินและ” ซึ่งก่อให้เกิดมูลค่าของสินค้าและบริการที่เพิ่มขึ้นในด้านประสิทธิภาพและประสิทธิผลถึงร้อยละ 52 และร้อยละ 61 ตามลำดับ ด้านการวัดทุนทางปัญญาพบว่าทุนมนุษย์มีความสำคัญที่สุดถึงร้อยละ 85 และการวัดการบรรลุวิสัยทัศน์และพันธกิจ พบว่าตัวชี้วัดทางด้านผลกระทบต่อชุมชนในด้านสร้างรายได้และก่อเกิดสวัสดิการในชุมชน สามารถสร้างความเชื่อมั่นในการพัฒนาด้านเศรษฐกิจได้ถึงร้อยละ 68 สำหรับทางด้านสังคมนั้น ผลการศึกษาพบว่าตัวชี้วัดมูลค่าเพิ่มทางสังคมที่เพิ่มขึ้น คือ การมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนในลักษณะของความรักและความสามัคคีของคนในชุมชน มีค่าเพิ่มสูงขึ้นถึงร้อยละ 87 ทั้งนี้เพราะคนในชุมชนมีความพึงพอใจเป็นอย่างมากต่อการเรียนรู้ร่วมกันที่จะนำพาชุมชนให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนของตนเอง

กมลทิพย์ คำใจ (2552) ศึกษาเรื่อง การจัดการการเรียนรู้เพื่อสร้างแผนชุมชนในการยกระดับการพัฒนาท้องถิ่น จังหวัดเชียงใหม่ จาการากหญ้าสู่รากแก้ว มีวัตถุประสงค์เพื่อให้สมาชิกของชุมชน สามารถใช้กระบวนการจัดการการเรียนรู้ (LM) ในการสร้างแผนชุมชนที่สามารถยกระดับการพัฒนาชุมชนในด้านเศรษฐกิจและสังคมให้เข้มแข็งขึ้นได้และเหมาะสมตามศักยภาพของชุมชนและท้องถิ่นของตนเอง โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis) และการเขียนแผนและการประเมินผลแผน (Logical Framework) กับกลุ่มเป้าหมาย คือ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจำนวน 58 ตำบล 19 อำเภอทั่วจังหวัดเชียงใหม่

ผลการวิจัยพบว่า สามารถจัดการเรียนรู้ในการสร้างแผนพัฒนาชุมชน ด้วยกระบวนการแบบมีส่วนร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและชุมชนใน จังหวัดเชียงใหม่ ถึง 58 แห่ง โดยการเรียนรู้ด้วยตนเองกับการวิเคราะห์ศักยภาพพื้นฐานของชุมชนที่จะส่งผลกระทบต่อพัฒนาท้องถิ่นทั้งในด้านมิติทางสังคม (สุขภาพอนามัย การศึกษา ชีวิตการทำงาน สิ่งแวดล้อมความมั่นคงปลอดภัย ความเข้มแข็งของชุมชน ค่านิยมไทย) และมิติทางด้านเศรษฐกิจ (โครงสร้างพื้นฐาน ที่อยู่อาศัย รายได้ การประกอบอาชีพ) ผ่านกระบวนการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง อุปสรรคและโอกาส ที่ส่งผลกระทบต่อแผนชุมชนและกิจกรรมที่นำไปสู่เป้าหมายของการพัฒนาตามกรอบแผนยุทธศาสตร์การ พัฒนาชุมชนในด้านเศรษฐกิจและสังคม ด้วยการประเมินผลแผนโครงการ อันจะส่งผลกระทบต่อ ยกระดับการพัฒนาท้องถิ่นจาการากหญ้าสู่รากแก้ว อีกทั้งเกิดการเรียนรู้ทางด้านการคิด ความสามัคคี และจิตสำนึกของชุมชน รวมถึงการเรียนรู้จากประสบการณ์เดิมมาพัฒนาเป็นองค์ ความรู้ใหม่ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน สรุปความเข้าใจให้เป็นการสร้างความเข้าใจ เป็น การสร้างความรู้ที่เกิดจากชุมชนนำไปสู่ความคิดเพื่อการปฏิบัติและปรับใช้กับสถานการณ์จริง ในปัจจุบัน จนเกิดผลสัมฤทธิ์ของการพัฒนาอย่างแท้จริง

ผลที่ได้จากการนำแผนชุมชนไปใช้ ได้ก่อให้เกิดการยอมรับและสนับสนุนของคนใน ชุมชน เกิดความภาคภูมิใจและแรงผลักดันหนุนเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น ผลของการวิจัยสามารถสรุปแผนชุมชนที่ได้จากการเรียนรู้ในด้านเศรษฐกิจจำนวน 32 แผน ด้าน สังคม จำนวน 26 แผน ที่เกิดขึ้นจริงในปีงบประมาณ พ.ศ. 2552 และสามารถนำไปเป็นต้นแบบ ของการเรียนรู้ในการสร้างแผนชุมชนด้านอื่น ๆ เพื่อการพัฒนาท้องถิ่นในอนาคต อีกทั้งยังจะมี การขยายผลการดำเนินงานไปในพื้นที่อื่นของจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดใกล้เคียงต่อไป

ทวีศักดิ์ ปิ่นทอง (2551) กล่าวว่าเมื่อมองในส่วนของวัฒนธรรมพื้นฐานของการเรียนรู้ โดยใช้พื้นฐานและพฤติกรรมของคนในชุมชนที่จะเป็นต้นแบบของการศึกษาและเรียนรู้ถึงบทบาทการสร้างการสื่อสารของชุมชนแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาชุมชน จึงเลือกพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นจังหวัดศูนย์กลางของความเจริญทางด้านเศรษฐกิจในภาคเหนือตอนบน อีกทั้งยังมีทั้งลักษณะทางสังคมที่เด่นชัดด้วยวัฒนธรรมของไทยล้านนา และวิถีการดำเนินชีวิตของคนในชุมชนที่เอื้ออาศัยกันแบบญาติพี่น้องมาเป็นต้นแบบของการศึกษา อีกทั้งปัจจัยด้านคุณภาพคือทุนมนุษย์หรือศักยภาพของมนุษย์โดยการเรียนรู้ของคน จะเป็นภาพสะท้อนความคิดโดยการใช้สื่อแบบมีส่วนร่วมของคนในชุมชนสามารถเชื่อมโยงความหลากหลายของแนวทางการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมในยุคโลกาภิวัตน์และในฐานะของสถาบันการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ที่มีวิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัย ที่จะทำงานร่วมกับชุมชน โดยใช้ความรู้ทางวิชาการที่สามารถบูรณาการความรู้ภาคทฤษฎีลงสู่การปฏิบัติที่แท้จริง

ทวีศักดิ์ ปิ่นทอง (2552) ได้ศึกษาเรื่อง การบูรณาการการจัดการเรียนรู้การสื่อสารชุมชนแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของท้องถิ่น จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อสร้างและพัฒนานักประชาสัมพันธ์ชุมชนประจำท้องถิ่น ในจังหวัดเชียงใหม่ด้วยวิธีการจัดการการเรียนรู้ (LM) ด้านการสื่อสารและเพื่อเพิ่มศักยภาพของคนในชุมชนโดยการใช้หลักการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในการนำเสนอแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของท้องถิ่นของตนเองได้อย่างเหมาะสม กลุ่มเป้าหมายคือ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจำนวน 58 แห่ง ใน 19 อำเภอทั่วจังหวัดเชียงใหม่ ให้รู้จักการใช้หลักการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในการนำเสนอแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของท้องถิ่นของตนเองได้อย่างเหมาะสม วิธีการศึกษาใช้วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) ในการบูรณาการร่วมกันของนักประชาสัมพันธ์ประจำท้องถิ่น ชุมชน และองค์กรในท้องถิ่น จนสามารถผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ที่นำเสนอแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสม

แนวทางในการจัดการเรียนรู้ครั้งนี้เริ่มจากการพัฒนานักประชาสัมพันธ์ประจำท้องถิ่นจำนวน 58 คน เพื่อสนับสนุนการเรียนรู้ร่วมกันกับในคนชุมชนให้สามารถผลิตสื่อประชาสัมพันธ์แผนยุทธศาสตร์ของท้องถิ่น โดยการนำเสนอโครงการภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของท้องถิ่นประจำตำบลในจังหวัดเชียงใหม่ทั้งสิ้น 58 ตำบล ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนในท้องถิ่นสามารถเรียนรู้ร่วมกันเชิงบูรณาการกับหน่วยงานในท้องถิ่นของตนเองในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ที่สามารถนำเสนอแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของท้องถิ่น คือ

สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อนำเสนอแนวทางในการพัฒนาท้องถิ่นด้านเศรษฐกิจ จำนวน 32 ชิ้นงาน และสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อนำเสนอแนวทางในการพัฒนาท้องถิ่นด้านสังคม จำนวน 26 ชิ้นงาน ผลงานสื่อประชาสัมพันธ์แผนยุทธศาสตร์ของท้องถิ่นที่ผลิตได้ของชุมชนถูกนำเสนอผ่าน สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (สทท) จังหวัดเชียงใหม่ ตั้งแต่เดือนกันยายนถึง เดือนธันวาคม พ.ศ.2552 การประชาสัมพันธ์ดังกล่าวจะทำให้ชุมชนได้ทราบทิศทางการพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมของท้องถิ่นของตนเองและยังเป็นการกระตุ้นให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการ นำเสนอแนวทางการพัฒนาท้องถิ่นของตนเองมากขึ้น

วีระศักดิ์ สมยานะ (2551) ศึกษาเรื่อง “การจัดการการเรียนรู้เพื่อสร้างและพัฒนา นักวิจัย ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของท้องถิ่น จังหวัดเชียงใหม่” พบว่าสามารถจัดการ เรียนรู้โดยการสร้างและพัฒนานักวิจัยท้องถิ่นประจำตำบลของจังหวัดเชียงใหม่ได้ 18 อำเภอ จำนวน 42 คน โดยส่วนใหญ่ นักวิจัยท้องถิ่นเหล่านี้ดำรงตำแหน่งเจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและ แผนฯ ได้เสนองานวิจัยท้องถิ่นในประเด็นของการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของท้องถิ่นของ ตนเองได้อย่างเหมาะสมตามบริบทของชุมชนนั้นๆ กล่าวคือ ในด้านเศรษฐกิจ การเกษตรและ การท่องเที่ยว นักวิจัยท้องถิ่นสามารถเสนองานวิจัยได้ทั้งสิ้น 17 เรื่อง สำหรับในด้านสังคมและ วัฒนธรรม สามารถเสนองานวิจัยได้ 14 เรื่อง และด้านการศึกษา มีงานวิจัยท้องถิ่นจำนวน 6 เรื่อง ส่วนด้านอนามัยและสิ่งแวดล้อม นักวิจัยท้องถิ่นได้เสนองานวิจัยจำนวน 5 เรื่อง ซึ่ง งานวิจัยเหล่านี้ล้วนแล้วแต่นำไปปฏิบัติจริงในท้องถิ่นได้อย่างถูกต้องตามหลักของทฤษฎี งานวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกับชุมชน อันเกิดผลสัมฤทธิ์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและ สังคมของท้องถิ่นของนักวิจัยอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยนักวิจัยท้องถิ่นเหล่านี้จะ นำเอาต้นแบบของการเรียนรู้เกี่ยวกับกระบวนการวิจัยครั้งนี้ไปเป็นแบบอย่างกับการพัฒนา ท้องถิ่นด้วยงานวิจัยในด้านอื่น ๆ ต่อไป นับได้ว่าเป็นการเรียนรู้เพื่อพัฒนาท้องถิ่นด้วยงานวิจัย กับการมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่นอย่างแท้จริง

วีระศักดิ์ สมยานะ (2552) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การจัดการการเรียนรู้เพื่อสร้างและ พัฒนานักวิจัย ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของท้องถิ่น จังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์ ของการวิจัยเพื่อสร้างและพัฒนานักวิจัยท้องถิ่น ในจังหวัดเชียงใหม่ ด้วยวิธีการจัดการการเรียนรู้ (Learning Management: LM) และเพิ่มศักยภาพของนักวิจัยท้องถิ่น ให้สามารถพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมของท้องถิ่นของตนเอง อาศัยวิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) และการ

วิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis) กับกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นนักวิจัยท้องถิ่นประจำตำบลทั่ว จังหวัดเชียงใหม่ โดยการจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาบุคลากรของท้องถิ่นเหล่านั้นให้เป็นนักวิจัย ท้องถิ่นที่มีศักยภาพในการจัดทำโครงการวิจัยเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของตนเองอย่างเหมาะสม

ผลการวิจัยโดยวิธีการจัดการเรียนรู้ (LM) สามารถสร้างและพัฒนานักวิจัยท้องถิ่น ประจำตำบลของจังหวัดเชียงใหม่ได้ 19 อำเภอ จำนวน 58 คน โดยนักวิจัยท้องถิ่นเหล่านี้ได้ นำเสนองานวิจัยท้องถิ่นในประเด็นของการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของตนเองได้อย่าง เหมาะสมตามบริบทของชุมชนอย่างถูกต้องตามกระบวนการวิจัย ได้แก่ การคัดเลือกหัวข้อใน การวิจัย (selection of problem area) การเก็บและรวบรวมข้อมูล (method of gathering data) การวิเคราะห์และการตีความข้อมูล (analysis and interpretation of the data) และการเสนอ ผลการวิจัยและข้อสรุปจากการวิจัย (conclusions and final report) ซึ่งผลการวิจัยที่ได้ ประกอบด้วยงานวิจัยเพื่อพัฒนาท้องถิ่นด้านเศรษฐกิจ จำนวน 32 เรื่อง และงานวิจัยเพื่อพัฒนา ท้องถิ่นด้านสังคม จำนวน 26 เรื่อง ผลของการวิจัยท้องถิ่นทั้งหมดก่อให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมของท้องถิ่นที่ชัดเจนอย่างเป็นรูปธรรม โดยทุกภาคส่วนทั้งองค์กรปกครองส่วน ท้องถิ่น ชุมชนและนักวิจัยท้องถิ่น เป็นผู้ดำเนินการวิจัยในทุกขั้นตอนของการวิจัย เพื่อให้เกิด การบูรณาการแก้ไขปัญหาของท้องถิ่นและพัฒนาท้องถิ่นด้วยกระบวนการวิจัยอย่างแท้จริง

ชมพูนุท นุตาคม (อ้างใน อิทธิพลสื่อในการสร้างสังคมอุดมความรู้ 2550) กล่าวว่า สื่อมวลชนไม่ได้มีผลกระทบโดยตรงต่อผู้รับสาร เนื่องจากประชาชนผู้รับสารนั้นเป็นสมาชิก ของกลุ่มสังคมต่างๆ ซึ่งมีปฏิสัมพันธ์อยู่ระหว่างกันจึงน่าจะได้รับอิทธิพลจากกลุ่มมากกว่าจาก สื่อมวลชน แต่ในฐานะที่สื่อมวลชนเป็นสถาบันที่สำคัญในระบบสังคมเช่นเดียวกับสถาบันอื่น ๆ สื่อมวลชนจึงเป็นองค์กรที่ถูกจับตาจากสังคมด้วยความคาดหวังอย่างมากในอันที่จะเป็นสื่อกลาง ในการแสดงบทบาทหน้าที่อันเป็นคุณแก่สังคมเช่นองค์การทางสังคมทั้งหลาย และยังสื่อ มีอิทธิพลมากเท่าใด ยิ่งต้องระมัดระวังบทบาทหน้าที่ของตนเองมากขึ้นเท่านั้น

ถ้าจะวิเคราะห์ถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนโดยยกทฤษฎีสำคัญ 2 ทฤษฎีขึ้นมาเป็น กรอบคือ ทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคมและทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อเพื่อทบทวน ความสัมพันธ์ระหว่าง “สื่อมวลชน” กับ “สังคม” คงจะช่วยให้เห็นภาพที่ชัดเจนขึ้น โดยทฤษฎี ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility Theory) เป็นทฤษฎีที่กล่าวว่า สื่อมวลชนมี หน้าที่แจ้งข้อมูลข่าวสาร ให้ความบันเทิง ยกย่องสติปัญญาของประชาชนให้เห็นคุณค่าของ การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น สื่อมวลชนต้องยอมรับพันธะของความรับผิดชอบต่อสังคม

การควบคุมสื่อมวลชนทำโดยมติมหาชน ปฏิบัติของผู้รับข่าวสารและจริยธรรมในทางวิชาชีพ ส่วนทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อ (Normative Theory of Media Performance) ซึ่งมีสาระสำคัญว่า สื่อมวลชนควรจะทำอะไรหรือคาดหวังให้ทำหน้าที่อะไรบ้าง ซึ่งเกี่ยวข้องกับการควบคุม (Control) การปกป้อง (Protection) การกำกับดูแล (Regulation) กระบวนการทำงานของสื่อโดยอาศัยกลไกต่าง ๆ เช่น กฎหมาย จรรยาบรรณวิชาชีพ องค์การ ผู้รับสาร อันเป็นหลักการที่มีลักษณะช่วยเหนี่ยวรั้งการทำงานของสื่อมิให้เบี่ยงเบนไปจากบรรทัดฐาน หรือมิให้เป็นการทำงานอันก่อให้เกิดคำถามประเด็นต่างๆ จากสาธารณชนว่าสื่อมวลชนควรทำอะไรให้มากกว่าการขายเนื้อหาที่ให้กำไรแก่องค์กรสื่อเท่านั้นหรือไม่ สื่อได้มีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาสังคมอย่างไรบ้าง หรือในยามที่สังคมเกิดวิกฤต สื่อเรียกร้องให้ทำอะไรบ้าง

วสันต์ ปัญญาแก้ว (อ้างใน โครงการสำรวจประชาชนและผู้ปกครองในเรื่องของผลกระทบของสื่อโทรทัศน์ที่มีต่อเด็กและเยาวชน 2546, 94) กล่าวว่า การศึกษาผู้ชมโทรทัศน์คือต้องศึกษาตามความคิดที่ว่า ความเป็นจริงทางสังคมคือ สิ่งที่ถูกประกอบสร้างขึ้นเป็นกระบวนการที่เลื่อนไหลไม่หยุดนิ่ง แล้วยังแตกตัวและดำรงอยู่ท่ามกลางกระบวนการผลิตและแลกเปลี่ยนความหมาย ภายใต้การต่อสู้ช่วงชิงอำนาจสำหรับกำหนดความหมายอย่างต่อเนื่องและสลับซับซ้อน ดังนั้นความเป็นจริงทางสังคมที่ปรากฏอยู่ในโทรทัศน์จึงเป็นผลิตผลอันสืบเนื่องมาจากกระบวนการต่อสู้ทางการเมืองวัฒนธรรม เพื่อประกอบสร้างความหมายระหว่างปัจเจก กลุ่ม ชุมชนวัฒนธรรมหนึ่ง ๆ ที่อยู่ภายใต้เงื่อนไขเชิงโครงสร้างทางสังคม วัฒนธรรม อำนาจ การเมืองและเศรษฐกิจที่แตกต่างกันไป นั่นจึงส่งผลให้การชมโทรทัศน์ที่เป็นกิจกรรมหลักอย่างหนึ่งในชีวิตปัจจุบันนั้น ไม่ใช่กิจกรรมที่เกิดขึ้นอย่างโดดเดี่ยว แต่การชมโทรทัศน์เป็นกระบวนการที่ขึ้นอยู่กับการบริบทต่างๆ มากมายในสังคม ทำให้ผู้ชมมีแนวคิดและพฤติกรรมการรับชมที่แตกต่างหลากหลายไปด้วย บ้างก็รับทีวีไว้ในชีวิตอย่างยินดีปรีดา บ้างก็รู้สึกไม่พอใจในอิทธิพลและผลกระทบที่เกิดขึ้นจากทีวี

ไกรยุทธ ธีรตยาสินันท์ (อ้างใน ทิศนา ขัมมณีและคณะ 2544: 97-99) ศาสตราจารย์ประจำคณะเศรษฐศาสตร์และผู้อำนวยการสถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้อธิบายว่า “การคิดเป็น” คือ การใช้เหตุผลเป็น การคิดเป็นจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างสรรค์ความรู้ ซึ่งความรู้นั้นทำได้ใน 2 ลักษณะ คือ

(1) การพรรณนาความ หรือ ปรัชญาการณ้ที่เกิดขึ้นในสังคม โดยใช้ความสามารถ เชื่อมโยงหรือใช้หลักฐานเหตุการณ์ต่าง ๆ ผสมผสานกันด้วยเหตุผล ซึ่งเหตุผลก็มักเกี่ยวข้องกับ การประยุกต์กระบวนทัศน์ (Paradigm) ในการมองปัญหา ถ้าผู้เรียนไม่ได้รับการพัฒนาให้มี กระบวนทัศน์ใหม่ ๆ ก็จะไม่สามารถวิเคราะห์เหตุการณ์ในแง่มุมที่ไม่มีใครอธิบายมาก่อนได้

(2) การสร้างสรรค์ทฤษฎีใหม่ หรือ การสร้างองค์ความรู้ใหม่ เป็นความสามารถในการ พรรณนาปรากฏการณ์ที่สลับซับซ้อน ได้อย่างเป็นระบบ ซึ่งขึ้นอยู่กับความสามารถในการ แยกแยะปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นองค์ประกอบของเหตุการณ์ เพื่อจัดระบบความคิดและปรากฏการณ์ นั้น ๆ ซึ่งหากมีกระบวนทัศน์ที่เกื้อกูลแล้วก็จะสามารถสานต่อกลายเป็นทฤษฎี อธิบายที่มาที่ไป ของปรากฏการณ์นั้น ๆ ได้

จุมพล สวัสดิยากรและนที นิยมศรีจันทร์ (อ้างใน หลักและวิธีการวิจัยทาง สังคมศาสตร์.สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ 2520, 9 และ ประโยชน์ที่คาดหวังจากการ ติดตามและประเมินผลหลังสิ้นสุดการวิจัยมุมมองของผู้กำหนดนโยบายการวิจัย สำนักงาน คณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ 2545, 2 หน้า 3) กล่าวว่า การวิจัยหมายถึง การศึกษาค้นคว้า วิเคราะห์ หรือทดลองอย่างมีระบบ โดยอาศัยอุปกรณ์ หรือวิธีการ เพื่อให้พบข้อเท็จจริง หรือ หลักการไปใช้ในการตั้งกฎ ทฤษฎี หรือแนวทางในการปฏิบัติ ลักษณะของงานที่ถือว่าเป็นการ วิจัยควรจะต้องประกอบด้วยขั้นตอนการดำเนินงานที่สำคัญๆ ดังต่อไปนี้

- (1) การคัดเลือกหัวข้อในการวิจัย (Selection of problem area)
- (2) วิธีการเก็บและรวบรวมข้อมูล (Method of gathering data)
- (3) การวิเคราะห์และการตีความข้อมูล (Analysis and interpretation of the data)
- (4) การเสนอผลการวิจัยและข้อสรุป (Conclusions and final report)