

บทที่ ๒

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การนำเสนอผลการศึกษาด้านเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยการพัฒนาสื่อเทคโนโลยีสร้างสรรค์ สืบสานภูมิปัญญาการสร้างเสริมสุขภาวะกลุ่มผู้สูงอายุ ด้วยกระบวนการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม สำหรับแกนนำชุมชนบ้านปางปุกตำบลนาไร่หลวง จ.น่าน จำแนกเป็น ๔ ตอน คือ

ตอนที่ ๑ แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาสื่อเทคโนโลยีสร้างสรรค์

ตอนที่ ๒ แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่น

ตอนที่ ๓ แนวคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญาการสร้างเสริมสุขภาวะกลุ่มผู้สูงอายุ

ตอนที่ ๔ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตอนที่ ๑ แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาสื่อเทคโนโลยีสร้างสรรค์

สื่อ (Media) หมายถึง เป็นช่องทางการสื่อสารที่นำเสนอเนื้อหาของสารไม่ว่าจะเป็นข่าว ข้อมูลบันเทิงหรือโฆษณาไปสู่ผู้บริโภค การเปลี่ยนแปลงระบบเทคโนโลยี นำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบสื่อที่พัฒนาให้ดีขึ้นนับจากสื่อบุคคลที่เปลี่ยนแปลงเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อสิ่งพิมพ์พัฒนาเป็นรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ คือ สื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ ในปัจจุบันการพัฒนาระบบเทคโนโลยีไม่หยุดนิ่ง สื่ออินเทอร์เน็ตพัฒนาขึ้นมาเพื่อการติดต่อสื่อสารเพิ่มขึ้น ดังนั้นกล่าวได้ว่าการเปลี่ยนแปลงของระบบเทคโนโลยีสามารถแบ่งสื่อออกเป็น ๒ ประเภท ตามลักษณะของการใช้สื่อเพื่อการกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์ คือ สื่อแบบดั้งเดิม และสื่อใหม่ (พรจิต สมบัติพานิช, ๒๕๔๗: ๔)

๑) สื่อดั้งเดิม (Traditional Media) หมายถึง สื่อที่ผู้ส่งสารทำหน้าที่ส่งสารไปยังผู้รับสารได้ทางเดียวที่ผู้รับสารไม่สามารถติดต่อกลับทางตรงไปยังผู้ส่งสารได้ สามารถแบ่งย่อยได้ดังนี้ สื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารเพียงอย่างเดียว หมายถึง สื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารตัวหนังสือหรือเสียง หรือภาพ ไปอย่างเดียว ได้แก่ หนังสือพิมพ์ สื่อโทรเลข และสื่อวิทยุ แลสื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารสองอย่าง คือ ส่งทั้งภาพและเสียงพร้อมกันได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อภาพยนตร์

๒) สื่อใหม่ (New media) หมายถึง สื่อที่เอื้อให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารทำหน้าที่ส่งสารและรับสารได้พร้อมกันเป็นการสื่อสารสองทาง และสื่อยังทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่างรวมกัน คือ ภาพ เสียง และข้อความไปพร้อมกัน โดยรวมเอาเทคโนโลยีของสื่อดั้งเดิม เข้ากับความก้าวหน้าของระบบเทคโนโลยีสัมพันธ์ ทำให้สื่อสามารถสื่อสารได้สองทางผ่านทางระบบเครือข่ายและมีศักยภาพเป็นสื่อแบบประสม

(Multimedia) ปัจจุบันสื่อใหม่พัฒนาขึ้นหลากหลาย ที่เป็นที่รู้จักและนิยมกันมากขึ้น (Burnett, R. and Marshall D. P. ๒๐๐๓: ๔๐-๔๑)

บทบาทของเทคโนโลยีการสื่อสารในปัจจุบัน เช่น คอมพิวเตอร์ ดาวเทียมเพื่อการสื่อสาร กระจายโทรทัศน์ อุปกรณ์ภาพและเสียงมีผลกระทบต่อ "สื่อแบบดั้งเดิม" (Traditional Media) ซึ่งได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ทำให้เกิดสิ่งที่เรียกว่า "การปฏิวัติแห่งระบบตัวเลข" (Digital Revolution) ทำให้ข้อมูลข่าวสารไม่ว่าจะอยู่ในรูปลักษณะใด เช่น ข้อความเสียง ภาพเคลื่อนไหว รูปภาพ หรืองานกราฟิก ได้ปรับเปลี่ยนให้เป็นภาษาอักขรวิธีหนึ่งเป็นรูปแบบเดียวกันทั้งหมด คือ สามารถอ่านและส่งผ่านได้อย่างรวดเร็วด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์แล้วยังสามารถนำเสนอในลักษณะใดก็ได้ตามความต้องการใช้งานของผู้ใช้งาน ความเปลี่ยนแปลงนี้ ถูกเรียกขานว่า "การทำให้เป็นระบบตัวเลข" หรือ "ดิจิทัลเซชัน" (Digitization) ด้วยระบบที่มีการทำให้เป็นระบบตัวเลข เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้เกิด "สื่อใหม่" (New Media) ขึ้น เป็นสื่อที่มีลักษณะเกี่ยวข้องกับระบบตัวเลข เครื่องคอมพิวเตอร์และระบบการสะท้อนกลับ หรือ "อินเตอร์ แอคทีฟ" (Interactive) คาดหวังกันว่าสื่อใหม่ จะสามารถตอบสนองความต้องการของ "ผู้แสวงหาข้อมูลข่าวสาร" (Seeker) ได้มีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อแบบดั้งเดิม เนื่องจากสื่อใหม่ไม่มี ข้อจำกัด ในด้านเวลา (Time) และเนื้อที่ (Space) เหมือนอย่างเคยเป็นข้อจำกัดของสื่อแบบดั้งเดิมมาก่อน (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, www, ม.ป.ป.)

สื่อใหม่ หมายถึง ระบบการสื่อสารหรือเชื่อมต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ของเครือข่ายระดับโลก ได้แก่ เครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet) บริการระดับเว็ลด์ไวด์เว็บ (World Wide Web : WWW) บริการข้อมูลออนไลน์เชิงพาณิชย์ (Commercial on-line Service) เป็นต้น (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, ๒๕๔๕)

เควิน คาวาโมโตะ (Kevin Kawamoto, ๑๙๙๗) ได้ให้ความหมายของ "สื่อใหม่" (New Media) ว่าหมายถึง ระบบการสื่อสาร หรือระบบที่มีการเชื่อมต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ ของเครือข่ายในระดับโลก

ธิดาพร ชนะชัย (๒๕๕๐: ๑-๓) ได้ให้ความหมายของ สื่อใหม่ (New media) โดยแยกออกเป็น ๓ ประเด็นดังต่อไปนี้

๑) Digital Media เป็นการสื่อสารไร้สายที่รวดเร็วด้วยระบบไฟเบอร์ออปติก เชื่อมต่อข้อมูลผ่านดาวเทียม

๒) สื่อซึ่งเป็นสื่อใหม่ที่นอกเหนือจากสื่อพื้นฐานเดิมที่มีอยู่

๓) สื่อสร้างสรรค์ขึ้นใหม่เพื่อ Support งานบางอย่าง โดยเน้น Creativity Innovation

เคนท์ เวอร์ทาม และ เอียน เฟนวิกค์ (Kent Wertime and Ian Fenwick) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ (New Media) และการตลาดดิจิทัล และนิยามสื่อใหม่ว่าหมายถึง เนื้อหา (content) ที่

อยู่ในรูปแบบดิจิทัล โดยลักษณะสำคัญของเนื้อหาอยู่ในรูปแบบดิจิทัล ประกอบด้วย “อิสระ ๕ ประการ” (๕ Freedoms) ได้แก่ (ณงลักษณ์ จารุวัฒน์ และ ประภัสสร วรณสถิต, ผู้แปล, ๒๕๕๑)

๑) อิสระจากข้อจำกัดด้านเวลา (Freedom from Scheduling) เนื้อหาที่อยู่ในรูปแบบดิจิทัลทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกรับและส่งข่าวสารได้ในเวลาที่ตนต้องการ และไม่จำเป็นต้องชมเนื้อหาต่างๆ ตามเวลาที่กำหนด

๒) อิสระจากข้อจำกัดด้านพรมแดน (Freedom from Geological Boundaries) เนื้อหาในรูปแบบดิจิทัลเป็นเนื้อหาที่รับข้อมูลข่าวสารได้ทั่วโลกในเวลาอันรวดเร็วทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกรับ หรือค้นหาข้อมูลข่าวสารจากประเทศใดก็ได้ แล้วแต่ความต้องการของบุคคลแต่ละคน

๓) อิสระจากข้อจำกัดด้านขนาด (Freedom to Scale) มีเนื้อหาที่สามารถย่อหรือปรับขยายขนาดหรือเครือข่ายได้ เช่น การปรับเนื้อหาให้เหมาะสมสำหรับการเผยแพร่ทั่วโลก หรือปรับให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเจาะจงก็ได้

๔) อิสระจากข้อจำกัดด้านรูปแบบ (Freedom from Formats) เนื้อหาแบบดิจิทัลไม่จำเป็นต้องมีรูปแบบ หรือลักษณะที่ตายตัว สื่อดั้งเดิม เช่น สปอร์ตโฆษณามาตรฐานทางโทรทัศน์ถูกกำหนดว่าต้องมีความยาว ๓๐ วินาที สื่อสิ่งพิมพ์ต้องมีครึ่งหน้าหรือเต็มหน้าเป็นต้น แต่สื่อดิจิทัล เช่น ไฟล์วิดีโอภาพที่ถ่ายจากกล้องในโทรศัพท์มือถือแล้วนำลงไปในเว็บไซต์จะต้องมีความยาวกี่วินาที หรือมีความละเอียดของไฟล์เป็นเท่าไรก็ได้ เป็นต้น

๕) อิสระจากยุคนักการตลาดสร้างเนื้อหาไปสู่ยุคนักบริโภคเริ่มสร้าง และควบคุมเนื้อหาเอง (From Marketer-Driven to Consumer-Initiated, Created and Controlled) ด้วยพัฒนาการเทคโนโลยีดิจิทัล ทำให้เจ้าของสื่อไม่อาจควบคุมการแพร่กระจายของสื่อได้เหมือนอดีต เนื้อหาที่พบในบล็อก (Blog) หรือคลิปวิดีโอในเว็บไซต์ของ YouTube และสื่อผสมใหม่ๆ อาจสร้างสรรค์จากผู้บริโภคคนใดก็ได้ เกิดเป็นเนื้อหาที่สร้างจากผู้บริโภค (Consumer-Created Content) หรือเป็นคำพูดแบบปากต่อปากฉบับออนไลน์ (Online Word-of-Mouth) ที่แพร่ กระจายไปอย่างรวดเร็ว

ซึ่งสอดคล้องกับ ขวัญฤทัย สายประดิษฐ์ (๒๕๕๑: ๔๓) กล่าวถึงคุณลักษณะของสื่อใหม่ว่า สื่อใหม่เป็นสื่อที่ตอบสนองความต้องการสารสนเทศได้ตามความต้องการ เปิดรับสารของผู้รับสารมากที่สุด เพราะสื่อใหม่สามารถสร้างโปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการบรรจุเนื้อหาของข้อมูลข่าวสารได้อย่างเป็นระบบ มีการค้นหาข้อมูลที่ต้องการง่าย อันจะส่งผลให้เกิดความสำเร็จในงานเผยแพร่ และรวบรวมข้อมูลข่าวสารได้มากกว่า อีกทั้งยังใช้คุณสมบัติของระบบโปรแกรมคอมพิวเตอร์ผสมผสานสื่อต่างๆ ที่เรียกว่าสื่อผสมผสาน

ช่วงโชติ นฤเวช (๒๕๔๒ : ๑๗) กล่าวว่า เทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง กระบวนการนำเอา คอมพิวเตอร์ฮาร์ดแวร์ซอฟต์แวร์ข้อมูลมาทำการประมวลผล และการสืบค้นหาแล้วเรียกใช้งานข้อมูล ที่ผ่านการประมวลผลแล้ว มีสื่อและอุปกรณ์เข้ามาช่วยในการสื่อสารข้อมูล สารสนเทศโดยผ่านระบบ เครือข่ายคอมพิวเตอร์

ภูทิวัส วรินทร์เวช (๒๕๔๕ : ๓๑) ได้สรุปความหมายของเทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง เทคโนโลยีที่เกี่ยวกับการดำเนินงานทั้งปวง เพื่อจัดทำสารสนเทศไว้ใช้งาน ซึ่งประกอบไปด้วยเทคโนโลยี คอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีโทรคมนาคมเป็นหลัก และรวมถึงเทคโนโลยีอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการนำข้อมูล ข่าวสารมาใช้ให้เป็นประโยชน์ โดยคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือในการจัดการและจัดเก็บข้อมูล ส่วนการ สื่อสารโทรคมนาคมใช้เป็นสื่อในการจัดส่งข้อมูลเผยแพร่และเสียงออกไปเพื่อสื่อสารกัน ตลอดจนถึง แนวความคิด ระบบ วิธี เครื่องมือ เครื่องใช้ทางการสื่อสารหรืออุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดเก็บประมวลผล ค้น คืบ และเผยแพร่ข้อสนเทศ ไม่ว่าจะตะเป็นอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ระบบสารสนเทศและโทรคมนาคม รวมทั้งการประยุกต์ใช้เครื่องมือหรืออุปกรณ์เหล่านั้นในงานสารสนเทศและงานบริการด้านอื่นๆ

สุกิจจา พงษ์สุวรรณ (๒๕๔๗ : ๗) ให้ความหมายของเทคโนโลยีสารสนเทศว่า หมายถึง เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการจัดทา การจัดเก็บประมวลผล และเผยแพร่สารสนเทศ ซึ่งในปัจจุบัน หน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ได้นำเทคโนโลยีไปประยุกต์ใช้กันอย่างกว้างขวาง งานประยุกต์ที่ สำคัญอย่างหนึ่งคือ การสร้างระบบสารสนเทศแบบต่างๆ มีการนำเครื่องมือและอุปกรณ์ เช่น คอมพิวเตอร์ ระบบการสื่อสารโทรคมนาคมไปใช้ในหน่วยงานหรือธุรกิจต่างๆ มุ่งไปที่การคิดค้นอย่าง สะดวก รวดเร็ว รวมถึงการจัดทำรายงาน ตลอดจนการจัดทำผลลัพธ์ของข้อมูลให้สามารถค้นหาได้อย่างมี ประสิทธิภาพ

ครรชิต มาลัยวงศ์ (๒๕๔๗ : ๒๐) กล่าวว่า เทคโนโลยีสารสนเทศ ประกอบด้วยเทคโนโลยีสำคัญ สองสาขา คือ เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสื่อสารคมนาคม โดยเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์จะช่วยให้ เราสามารถจัดเก็บบันทึก และประมวลผลข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและถูกต้องส่วนเทคโนโลยีสื่อสาร โทรคมนาคม ช่วยให้เราสามารถส่งผลลัพธ์ของการใช้งานคอมพิวเตอร์ไปให้ผู้ใช้ที่อยู่ห่างไกลได้อย่าง รวดเร็วและสะดวก

จากความหมายข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า เทคโนโลยีสารสนเทศ คือ การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการ จัดกระทำข้อมูลประมวลผลข้อมูลอย่างเป็นระเบียบแบบแผน อันนำมาซึ่งข้อมูลสารสนเทศเพื่อการ นำไปใช้ตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

ประเภทของสื่อใหม่

ประเภทของสื่อใหม่ คือ รูปแบบเนื้อหาแบบดิจิทัลที่พบเห็นในปัจจุบัน และมีแนวโน้มว่าจะมีบทบาทสำคัญมากยิ่งขึ้นในอนาคต โดยสื่อใหม่แต่ละประเภทมีความโดดเด่นและแตกต่างกัน ตามประโยชน์และวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อประเภทสื่อใหม่ สามารถสรุปได้ดังนี้

- ๑) เว็บไซต์ (Web site)
- ๒) อินเทอร์เน็ต (Internet)
- ๓) อีเมล (E-mail)
- ๔) เทคโนโลยีสำหรับอุปกรณ์พกพาหรือแพลตฟอร์มเคลื่อนที่ (Mobile Platform)
- ๕) วิดีโอเกม และโลกเสมือนจริง
- ๖) ซิตีรอมมัลติมีเดีย
- ๗) ซอฟต์แวร์
- ๘) บล็อกและวิกิ
- ๙) หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book)
- ๑๐) ผู้ให้บริการสารสนเทศ
- ๑๑) โทรศัพท์มือถือ
- ๑๒) อุปกรณ์พกพาหรืออุปกรณ์เคลื่อนที่ เช่น โทรศัพท์มือถือ พีดีเอ พอดแคสต์
- ๑๓) นวนิยายแบบข้อความหลายมิติ (Hypertext fiction)

จากนิยามข้างต้น สรุปได้ว่าสื่อใหม่ (New Media) หมายถึง สื่อที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลง ทางเทคโนโลยีจากระบบอนาล็อก หรือสื่อดั้งเดิม มาเป็นระบบดิจิทัล ทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่าง รวมกัน คือ ภาพ เสียง และข้อความไปพร้อมกัน เช่น Internet Website E-Book E-mail เป็นต้น และสามารถตอบสนองความต้องการข้อมูลข่าวสารได้อย่างอิสระมากขึ้น

ประโยชน์ที่ได้จากสื่อใหม่ (New Media)

จากการศึกษางานวิจัยและบทความ ของจิตาพร ชนะชัย (๒๕๕๐) และ ขวัญฤทัย สายประดิษฐ์ (๒๕๕๑: ๕๐-๕๑) สามารถสรุปประโยชน์ที่ได้จากสื่อใหม่ (New Media) ดังต่อไปนี้

- ๑) สามารถทำให้ค้นหาคำตอบในเรื่องบางอย่างได้ โดยการเปิดหัวข้อไว้ ก็จะมีผู้สนใจและมีความรู้แสดงความคิดเห็นไว้มากมาย
- ๒) ช่วยประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการบริหารข้อมูล

๓) ช่วยสนับสนุนในการทำ E-Commerce เป็นรูปแบบการค้าบนอินเทอร์เน็ตที่สั่งซื้อสินค้าได้ทันที โดยไม่ต้องใช้ catalog อีกต่อไป

๔) สามารถให้ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ ไปยังกลุ่มเป้าหมายได้หลากหลายกลุ่มเป้าหมาย เผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากได้ในระยะเวลาพร้อมๆ กัน

๕) สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทั่วประเทศและทั่วโลก

๖) ไม่ต้องเสียค่าเวลา สถานีวิทยุ สถานีโทรทัศน์ ไม่ต้องจ่ายค่าเนื้อที่ให้นิตยสาร หนังสือพิมพ์ เพราะเมื่อเทียบค่าใช้จ่ายกับสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร หนังสือพิมพ์และ ภาพยนตร์แล้วมีอัตราค่อนข้างจะถูกกว่า

๗) สื่อใหม่ยังเป็นสื่อที่มีความสามารถในการติดต่อ ๒ ทาง จึงทำให้ผู้ใช้สามารถโต้ตอบได้ทันที

สรุปได้ว่าการที่นำสื่อใหม่เข้ามาใช้งานในปัจจุบันนั้นจะทำให้ สามารถเข้าถึงผู้รับสารได้มากขึ้น เปิดกว้างให้กับทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารในการเข้าถึงข้อมูลในรูปแบบต่างๆ ที่ข้อจำกัด ของสื่อแบบเดิมไม่สามารถทำได้ มีความทันสมัยมากขึ้น สามารถโต้ตอบสื่อสารได้แบบ Two - way communication หรือการสื่อสาร ๒ ทางนั่นเอง ไม่ต้องเสียเวลาเดินทาง เรียนรู้ได้ด้วย ตนเองไม่ต้องพึ่งบุคคลอื่น

แนวคิดหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ หมายถึง เครื่องมือหรือตัวกลางที่ใช้ในการนำข่าวสาร เรื่องราว จากองค์กรหรือหน่วยงานไปสู่ประชาชน

สื่ออาจจำแนกได้หลายประเภทหลายหลักเกณฑ์แต่การกำหนดประเภทของสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ จะต้องคำนึงถึงลักษณะที่เป็นรูปธรรม ลักษณะที่พัฒนาได้ประโยชน์ในปัจจุบันและศักยภาพเพื่ออนาคต

ประเภทของสื่อที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์

โดยทั่วไปมีการแบ่งประเภทของสื่อกันไว้หลายประเภท และหลายหลักเกณฑ์ (criteria) ได้ประมวลสรุปไว้ดังนี้

๑) แบ่งตามวิวัฒนาการ ได้แก่

- สื่อประเพณี (traditional media)
- สื่อมวลชน (mass media)
- สื่อเฉพาะกิจ (specialized media)

๒) แบ่งตามบทบาทหน้าที่ทางสังคม ได้แก่

- สื่อข่าวสาร (information media)
- สื่อการศึกษา (education media)
- สื่อบันเทิง (entertainment media)

๓) แบ่งตามประสาทที่ใช้ในการรับสาร ได้แก่

- สื่อโสต (audio media)
- สื่อทัศน์ (Visual media)
- สื่อโสตทัศน์ (audio-visual media)

๔) แบ่งตามบทบาทหน้าที่ทางเทคนิค (technical functions) ได้แก่

- สื่อถ่ายทอดสาร transmission media)
- สื่อบันทึกสาร (record media)

๕) แบ่งตามเครื่องนำรหัสสาร ได้แก่

- สื่อสิ่งพิมพ์ (print media)
- สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (electronic media)
- สื่อบันเทิงเสียงหรือภาพ (film or tape)

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์สามารถแบ่งได้เป็น ๒ ประเภทคือ

๑) สื่อประชาสัมพันธ์ที่ควบคุมได้ (Controlable Media) ได้แก่

- สื่อสิ่งพิมพ์ (Print Media)
- สื่อบุคคล (Personal Media)
- สื่อโสตทัศน์ (Audio-visual Media)
- สื่อกิจกรรมต่าง ๆ (Activity Media)

๒) สื่อประชาสัมพันธ์ที่ควบคุมไม่ได้ (Uncontrollable Media)

- สื่อมวลชน (Mass Media)

ความสำคัญของสื่อที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์ คือ

- ๑) เพื่อการถ่ายทอดหรือบอกข่าวสารให้แก่ประชาชนได้รับทราบ
- ๒) เพื่อให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง
- ๓) เพื่อเป็นการสร้างความนิยมและภาพพจน์ที่ดีขององค์กร

ลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภท

สื่อสิ่งพิมพ์ (Print Media)

สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ (The Printed Words)

- สื่อเพื่อการสัมพันธ์ภายในหน่วยงาน (House or Home Journal) เป็นหนังสือวารสารสิ่งพิมพ์ที่ใช้สื่อสัมพันธ์ในหน่วยงานให้รู้หรือเข้าใจและแจ่มจ่ายกันเฉพาะภายในหน่วยงาน

- สื่อสัมพันธ์ภายนอกหน่วยงาน (External Publication) เป็นวารสารสิ่งพิมพ์ที่ใช้เพื่อสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานกับบุคคลภายนอกหน่วยงานจัดทำรูปเล่มประณีตใช้ถ้อยคำสำนวนภาษาเป็นทางการการระมัดระวังมากกว่าหนังสือสัมพันธ์ภายใน

- สื่อสัมพันธ์แบบผสม (Combination) เป็นการจัดทำสิ่งพิมพ์สื่อสัมพันธ์ในลักษณะผสมใช้อ่านได้ทั้งคนภายในและภายนอกหน่วยงานในเล่มเดียวกัน

การเตรียมสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ (Preparation for Publication) ก่อนจะทำสิ่งพิมพ์ควรมีการวางแผนให้เรียบร้อยการวางแผนที่ต้องคำนึงถึงสิ่ง ๓ สิ่งด้วยกันคือวัตถุประสงค์ (Purpose) ผู้อ่าน (Reader) และรูปแบบ (Format) ดังนี้ร่วมกัน

๑) วัตถุประสงค์ (Purpose) ก่อนที่จะทำหนังสือควรที่จะวางวัตถุประสงค์อย่างรอบคอบเขียนวัตถุประสงค์และให้ผู้อ่านมีอำนาจอนุมัติและทำงานให้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

๒) ผู้อ่าน (Reader) งานสำคัญอันดับแรกคือทำงานให้ได้ตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้และงานนั้นจะเป็นจริงได้ต้องคำนึงถึงผู้อ่านเป็นหลักผู้อ่านจะเป็นผู้ตัดสินผลงานถ้าเขาไม่รู้สึกรู้สึกับหนังสือก็ประสบความสำเร็จ แต่ถ้าเขาไม่อ่านหนังสือเขาก็จะไม่ซบซึ้งดังนั้นเราต้องตอบให้ได้ว่านิสัยในการอ่านหนังสือของเขาเป็นอย่างไรตัวอย่างประเภทไหนที่จะดึงดูดความสนใจของเขาจะวางเค้าโครงเรื่องอย่างไรจึงจะเอาชนะใจเขาได้ควรจะเป็นส่วนไหนเป็นต้น

๓) รูปแบบ (Format) มีสิ่งพิมพ์ที่ไม่คำนึงถึงผู้อ่านแล้วก็ไม่อยากที่จะวางรูปแบบควรกำหนดขนาดของหน้าจำนวนหน้ารูปภาพมีการ์ตูนหรือไม่และอื่นๆอีกวิธีหนึ่งที่จะช่วยในการกำหนดรูปแบบคือหาจุลสารที่มีวัตถุประสงค์เหมือนกันและกลุ่มผู้อ่านเดียวกันลองอ่านและวิเคราะห์และลองวางรูปแบบซึ่งในการวางรูปแบบนั้นควรคำนึงถึงงบประมาณและเนื้อหาที่จะให้สื่อสิ่งพิมพ์มีลักษณะต่างๆ คือ **หนังสือรายงานประจำปี** มักจัดทำเป็นรูปเล่มและมีขนาดต่างๆตามความเหมาะสมมีเรื่องราวสำคัญและน่าสนใจขององค์กรเรียกว่า Annual Report **หนังสือรายงานประจำงวด (Imperium Report)** ทำเป็นรูปเล่มคล้ายกับหนังสือรายงานประจำปีโดยออกเป็นงวด ๆ เช่น ๓ เดือนหรือ ๖ เดือนต่อครั้งเพื่อรายงานผลการดำเนินงานขององค์กรประจำงวดหรือรายงานผลโครงการที่ได้ดำเนินการไปแล้ว **จดหมาย (News Letter)** มีลักษณะเป็นแผ่นปลิวชนิดหนึ่งเพื่อส่งให้กับกลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมายหรือคาดคะเนว่าจะเป็น

ลูกค้าได้ในอนาคตมีหัวจดหมายที่สวยงามเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตนหรือองค์กร **ป้ายประกาศและโปสเตอร์** เป็นสื่อที่ใช้เพื่อดึงดูดความสนใจของประชาชนที่มีความเด่นและสะดุดตาจัดทำด้วยสีที่สวยงามมีภาพและตัวอักษรชัดเจนอ่านง่ายแม้อยู่ไกล **แผ่นพับ (Folder)** เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่จัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ข่าวเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการขององค์กร **เอกสารแจก** มักทำเป็นเอกสารที่รวมเป็นเล่ม เพื่อเผยแพร่หรือแจกให้อ่านและ**สื่อกิจกรรมต่างๆ** สื่อกิจกรรมต่างๆที่จัดในลักษณะกิจกรรมตามวาระหรือโอกาสต่างๆโดยมากจัดในรูปของนิทรรศการการออกร้านงานฉลองการประกวดการแข่งขันประเพณีสถาปนาองค์กรหรือการเปิดให้เข้าชมกิจการในวันสำคัญมีลักษณะเด่น ๓ ประการคือ

- ๑) ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนจำนวนมากมาเข้าร่วมงาน
- ๒) ประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายในงานและองค์กรให้เป็นที่รู้จักของประชาชน
- ๓) ประชาชนที่มาร่วมงานได้รับสาระประโยชน์ส่วนองค์กรได้สร้างภาพพจน์ที่ดีในสายตาประชาชนเพิ่มขึ้น

วัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์

- ๑) เพื่อให้การศึกษาทางอ้อมในวิชาการสาขาต่างๆและเหตุการณ์ต่างๆแก่กลุ่มประชาชนเป้าหมาย
- ๒) เพื่อเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลกิจกรรมของสถาบันต่อกลุ่มประชาชนเป้าหมาย
- ๓) เพื่อกระตุ้นแรงเร้ากลุ่มประชาชนเป้าหมายให้ร่วมมือกับสถาบันหรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติของกลุ่มประชาชนเป้าหมายที่มีต่อสถาบันไปในทางที่พึงประสงค์
- ๔) เพื่อสร้างความบันเทิงสนุกสนานความพึงพอใจแก่กลุ่มประชาชนเป้าหมาย

สื่อมวลชน

ลักษณะของสื่อมวลชนสามารถแบ่งได้เป็น ๒ ชนิด คือ ๑) หนังสือพิมพ์ทั้งรายวันและนิตยสารทั้งรายสัปดาห์และรายปักษ์ ๒) สื่อกระจายเสียงและแพร่ภาพนอกจากวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์แล้วยังมีภาพยนตร์เป็นสื่อที่ได้จัดทำเป็นรายการภาพยนตร์เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ เคเบิลทีวีเป็นเคเบิลที่มีลักษณะไร้สายต้องติดตั้งเสาอากาศไมโครเวฟเพื่อรับความถี่ถอดรหัสเป็นการส่งด้วยคลื่นไมโครเวฟ ดาวเทียมเป็นการสื่อสารโดยการส่งคลื่นวิทยุโทรทัศน์จากสถานีขึ้นสู่ดาวเทียมและสะท้อนกลับมายังงานรับคลื่นซึ่งจะมีความคมชัดของภาพมาก และวิดีโอเซ็กซ์เป็นสื่อที่คล้ายกับการส่งสารสนเทศสิ่งพิมพ์ของเทเลเท็กซ์ที่ส่งไปพร้อมกับคลื่นวิทยุโทรทัศน์แต่วิดีโอเซ็กซ์อาศัยสายโทรศัพท์หรือสายเคเบิลเป็นตัวกลางเชื่อมระหว่างสถานีส่งกับผู้รับและมีการโต้ตอบกันได้

บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชน

- ๑) แจ้งข่าวสารความรู้ความเคลื่อนไหวของกิจการหรือหน่วยงานต่าง ๆ
- ๒) เผยแพร่ไปยังประชาชนส่วนใหญ่อย่างกว้างขวาง
- ๓) สิ่งที่เผยแพร่มีการจัดเตรียมอย่างดีไว้ก่อนล่วงหน้า
- ๔) สื่อมวลชนส่งข่าวสารที่สนองความสนใจของกลุ่มประชาชนจำนวนมาก
- ๕) พยายามรักษามาตรฐานหรือคุณภาพการทำงานของสื่อมวลชนประเภทนั้นไว้เพื่อภาพพจน์ที่ดีงามและความเชื่อถือของประชาชน

แนววิธีการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

การหรือซ้ำบ่อยๆ (Repeating) จะช่วยให้เกิดความน่าสนใจเพิ่มขึ้นคงทนถาวรมากขึ้นเหมือนการตอกย้ำหัวตะปูงัดตีดแน่นแม่นยำแต่การใช้วิธีการนี้ควรระวังว่าถ้าบ่อยๆและกระทำต่อเนื่องกันนานอาจถึงจุดอิ่มตัวขึ้นได้ถ้าเมื่อใดถึงจุดอิ่มตัวผลจะลดลงทันทีเพราะผู้รับจะเริ่มเบื่อหน่ายให้โอกาสผู้รับมีส่วนร่วม (Participation) เช่นในรายการโทรทัศน์ที่ให้ผู้ชมเข้าร่วมรายการด้วยจะมีอิทธิพลดึงดูดความสนใจได้ดีกว่าที่ผู้จัดรายการจะให้อะไรอย่างเดียวกการให้ผู้รับมีส่วนร่วมนั้นสามารถทำได้ทั้งรายการบันเทิงและรายการที่ให้ความรู้

หลักการพิจารณาเลือกใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์

เนื่องจากสิ่งที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์มีอยู่มากมายหลายชนิดด้วยกันฉะนั้นผู้ที่จะตัดสินใจเลือกสื่ออะไรมาใช้จะต้องพิจารณาให้รอบคอบเสียก่อนว่าจะเหมาะสมและช่วยให้บรรลุเป้าหมายหรือไม่การพิจารณาเลือกสื่อมาใช้นั้นควรคำนึงถึงลักษณะของสื่อที่แตกต่างกันดังนี้

๑. ด้านเนื้อที่-เวลา (Space-Time) สิ่งพิมพ์รูปภาพเป็นสื่อที่คำนึงถึงเฉพาะด้าน “เนื้อที่การพูดทางโทรศัพท์วิทยุคำนึงเฉพาะด้านเวลา” ส่วนการติดต่อธรรมดาโทรทัศน์และภาพยนตร์นั้นคำนึงถึง “เนื้อที่-เวลา”

๒. การมีส่วนร่วมของประชาชนเป้าหมาย (Audience 's participation) หากจะเรียงลำดับสื่อที่ประชาชนเป้าหมายได้มีส่วนร่วมมากที่สุดไปอย่างน้อยที่สุดสามารถเรียงได้ดังนี้การสนทนาระหว่างบุคคลกลุ่มอภิปรายการประชุมที่ไม่เป็นทางการโทรศัพท์การประชุมที่เป็นทางการภาพยนตร์เสียงในฟิล์มโทรทัศน์วิทยุกระจายเสียงโทรเลขจดหมายโต้ตอบระหว่างบุคคล (ทั้งส่วนตัวและถึงราชการ) จดหมายติดต่อทั่วไป (จดหมายราชการหรือที่มีรูปแบบเป็นทางการ) หนังสือพิมพ์ใบประกาศและภาพโฆษณาในนิตยสารหนังสือ

๓. ด้านความเร็ว (Speed) สื่อที่มีความเร็วมากที่สุดคือ วิทยุและโทรทัศน์ และสื่อที่ช้าที่สุดคือ หนังสือ ลักษณะเหล่านี้อาจกล่าวได้ว่า หากเป็นการติดต่อเผยแพร่ข่าวความเคลื่อนไหวก็ต้องอาศัย

ความเร็วสูง แต่หากข่าวสารใดที่ต้องการให้ประชาชนเป้าหมายได้ศึกษาวิเคราะห์อย่างละเอียดก็ต้องใช้สื่อที่มีความเร็วต่ำ

๔. ด้านความคงทน (Permanence) หนังสือจัดได้ว่าเป็นสื่อที่มีความคงทนถาวรมากกว่าสื่อใด ๆ วิทยุและโทรทัศน์จัดเป็นสื่อที่มีความคงทนน้อยที่สุด

สรุปแล้วการเลือกใช้สื่อแต่ละประเภทนั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายด้านทั้งความเหมาะสมของ สื่อ กับกิจกรรมหรือโครงการ งบประมาณ กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งแต่ละสื่อจะมีเอกลักษณ์เฉพาะเหมาะ กับงานอยู่ แล้วเปรียบเทียบกับได้จากข้อดี ข้อเสีย ของแต่ละรูปแบบของสื่อ

แนวคิดหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตสื่อ

การวางแผนการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์คือการจัดลำดับขั้นตอนในการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์นโยบายและเป้าหมายที่กำหนดไว้ก่อนลงมือปฏิบัติการผลิตทั้งในรูปการกำหนดเนื้อหาระยะเวลากำลังผู้ผลิตวัสดุอุปกรณ์การผลิตตลอดถึงงบประมาณในกาผลิตทั้งนี้เพื่อการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์นั้นๆเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและให้ผลผลิตคุ้มค่าการผลิตทั้งด้านการลงทุนลงแรงและการนำเผยแพร่ การวางแผนการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์มีสิ่งที่จะต้องกำหนด ๕ ประการด้วยกันคือ

๑. กำหนดวัตถุประสงค์ (Objective)
๒. กำหนดกลุ่มชนเป้าหมาย (Target Audience)
๓. กำหนดหัวข้อเรื่อง (Title)
๔. กำหนดระยะเวลา (Timing)
๕. กำหนดงบประมาณ (Budgeting)

๑.วัตถุประสงค์ การกำหนดวัตถุประสงค์ในการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การกำหนดหรือระบุความมุ่งหมายที่เด่นชัดไว้ล่วงหน้าว่า

๑) เมื่อผลิตสื่อมันผู้ผลิตจะเกิดความชำนาญในด้านใดด้านหนึ่งเพิ่มขึ้นเช่นการเขียนบทผลิตคำนำ การถ่ายภาพด้านการใช้เสียงประกอบ

๒) เมื่อผลิตสื่อขึ้นแล้วจะนำไปใช้เพื่อใครอย่างไรและที่ไหนเช่นเพื่อชี้แจงทำความเข้าใจเพื่อการสร้างสรรค์เพื่อให้ความรู้และเพื่อแก้ข้อขัดแย้งแก่กลุ่มชนของหน่วยงานที่อยู่ในพื้นที่ขอบข่ายของหน่วยงาน

๓) เมื่อผลิตสื่อขึ้นแล้วจะนำไปใช้บริการที่ห่างแคไหนเช่นกำหนดนำสื่อออกเผยแพร่เดือนละครั้ง เดือนละสองครั้ง

๔) เมื่อกลุ่มชนเป้าหมายของหน่วยงานได้สัมผัสสื่อนั้นก็เกิดความเข้าใจเกิดความสนุกสนาน เกิดความรู้สึกแคไหน

๒. กลุ่มเป้าหมาย การกำหนดเป้าหมายในการผลิตสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์คือการระบุไว้อย่างชัดเจนว่าใครคือกลุ่มเป้าหมายที่จะนำสื่อไปเผยแพร่กลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มมีรายละเอียดอะไรบ้างเช่นความรู้ภูมิปัญญาทางสังคมและสภาพแวดล้อมทางสังคมต่อไปนี่คือลักษณะบางประการของกลุ่มเป้าหมายที่ควรนำมาพิจารณาในการวางแผนผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์คือขนาดอาชีพและการศึกษาอายุเจตคติและความเชื่อถือของกลุ่มเป้าหมาย

๑) ขนาด หมายถึง จำนวนของกลุ่มเป้าหมายที่จะนำสื่อไปเผยแพร่ว่ามีมากน้อยเพียงใด ทั้งนี้เพื่อจะสามารถกำหนดขนาดหรือเนื้อหาสาระของสื่อได้เช่นถ้ากลุ่มเป้าหมายมีจำนวนน้อยอาจใช้สื่อประเภทภาพทัศน์หรือแผนภาพแผนภูมิขนาดเล็กๆแต่ถ้ากลุ่มเป้าหมายมีจำนวนมากเช่นนิสิตนักศึกษาทั้งมหาวิทยาลัยอาจใช้วีดิทัศน์หรือสื่อประสมที่สามารถชมได้หลายคน

๒) อาชีพและการศึกษา หมายถึง ความแตกต่างของอาชีพและการศึกษาของกลุ่มเป้าหมายที่จะนำมาวางแผนในการผลิตสื่อด้วยการจัดเนื้อเรื่องลำดับเรื่องตลอดถึงความง่ายของเรื่องให้สอดคล้องกัน

๓) อายุ หมายถึง การนำอายุของกลุ่มเป้าหมายมาวางกฎเกณฑ์ในการผลิตสื่อ

๔) เพศ หมายถึง การวางแผนการผลิตสื่อให้สัมพันธ์กับเพศของกลุ่มเป้าหมายความแตกต่างระหว่างเพศมีส่วนก่อให้เกิดอิทธิพลในด้านความรู้สึกนึกคิดความต้องการทางด้านจิตใจที่จะชอบหรือซึ้งรักหรือเกลียดเช่นการผลิตสื่อสำหรับเป้าหมายที่เป็นเพศชายควรเป็นสื่อที่มีรูปแบบลวดลายสีสันฉูดฉาดเสียงประกอบ (ถ้ามี) จะต้องเข้มแข็งและเด็ดขาดในขณะที่มีรูปแบบลวดลายสีสันฉูดฉาดเสียงประกอบ (ถ้ามี) จะต้องเข้มแข็งและเด็ดขาดในขณะที่การผลิตสื่อสำหรับกลุ่มเป้าหมายหญิงจะเป็นในลักษณะอ่อนหวานใช้สีสันที่กลมกลืนกันเสียงประกอบควรนุ่มนวลและสุภาพอ่อนโยน

๕) การรับรู้ที่ต่างกัน หมายถึง ความแตกต่างด้านความรู้ความคุ้นเคยและด้านประสบการณ์นำมาวางแผนในการสื่อการผลิตสื่อเช่นเสียงสัญญาณหวดหรือไซเรนในกลุ่มสังคมหนึ่งรับรู้ว่าการบอกเวลาปฏิบัติและเลิกงานแต่ในกลุ่มสังคมหนึ่งอาจรับรู้ว่าเป็นสัญญาณเตือนภัยหรือให้หลบภัย เป็นต้น

๖) เจตคติ หมายถึง ทำการศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับเจตคติของกลุ่มเป้าหมายนำมาวางแผนการผลิตสื่อให้สอดคล้องกับเจตคติเหล่านั้นเช่นผลิตสื่อเผยแพร่แก่ผู้มีเจตคติต่อต้านหน่วยงานจะต้อง

เป็นสื่อที่สุภาพมีพร้อมทั้งเหตุผลและหลักฐานในขณะที่สื่อสำหรับผู้มีเจตคติที่สนับสนุนหน่วยงานไม่จำเป็นต้องมีลักษณะของสื่อเช่นนั้น

๓) ความเชื่อ หมายถึง การนำเอาความเชื่อถ้อยคำของกลุ่มเป้าหมายมาวางแผนการผลิตสื่อ เช่น กลุ่มเป้าหมายที่ยังมีความเชื่อด้านภูตปิศาจหรือด้านศาสนา ก็ไม่ควรผลิตสื่อที่เป็นไป ในเชิงดูถูกหลอกลวงด้านภูตปิศาจและศาสนานั้น

๓. หัวข้อเรื่อง การกำหนดหัวข้อเรื่องในการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การตั้งชื่อเรื่องพร้อมด้วยการกำหนดแนวของเรื่องไว้เมื่อตอนวางแผนการผลิตว่าควรจะใช้ชื่อเรื่องอะไรและมีแนวของเรื่องอย่างไรงานผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานด้านสุขภาพทุกประเภทไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่อโสตทัศน์มีความจำเป็นจะต้องกำหนดหัวข้อเรื่องและวางแนวของเรื่องไว้ให้แน่นอนว่าจะเน้นการเผยแพร่การชี้แจงหรือเน้นการให้ความรู้แก่กลุ่มเป้าหมายชื่อหรือหัวข้อเรื่องจะต้องมีลักษณะ

- สุภาพ
- เรียบง่าย
- ใช้คำกะทัดรัดถูกหลักภาษา
- ให้ความสนใจ
- สอดคล้องกับนโยบายของรัฐ

สุภาพ เรียบง่าย หมายถึง ชื่อหัวข้อเรื่องจะต้องเป็นคำพูดที่สุภาพไม่ขัดต่อศีลธรรมและวัฒนธรรมไม่เป็นคำลามกอนาจาร

กะทัดรัด ถูกหลักภาษา หมายถึง ชื่อหัวข้อเรื่องจะต้องไม่เป็นคำเยิ่นเย้อยืดเยื้อไม่ผิดหลักภาษาและไม่เป็นคำสแลง

ให้ความสนใจ หมายถึง ชื่อหัวข้อเรื่องจะต้องเร้าใจให้ความสนใจชวนติดตามเนื้อเรื่องมีความหลากหลาย

สอดคล้องกับนโยบายของรัฐ หมายถึง ชื่อหัวข้อเรื่องจะต้องไม่ขัดนโยบายของรัฐ ซึ่งรวมถึงไม่ผิดกฎหมายด้วย

๔. ระยะเวลา การกำหนดระยะเวลาในการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การหาเวลาและโอกาสที่เหมาะสมเพื่อทำการผลิตสื่อ หากไม่ได้วางแผนเรื่องเวลาไว้ให้เพียงพอสื่อต่างๆ ที่ผลิตขึ้นจะเป็นไปตามรูปแบบ “สุกเอาเผากิน” ซึ่งหากเป็นเช่นนี้จะแก้ตัวเมื่อนำสื่อต่างๆ ออกเผยแพร่แล้วไม่ประสบ

ผลสำเร็จ เนื่องจากมีเวลาน้อยหรือเร่งรีบเกินไป ย่อมเป็นเรื่องสุดวิสัยที่ผู้รับบริการจะเชื่อถือและให้ความเห็นใจเวลาและโอกาสที่เหมาะสม ได้แก่ ไม่ขัดกับฤดูกาล มี ington ดี สถานการณ์อำนวย

๕. งบประมาณ การกำหนดงบประมาณการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นที่จะต้องตั้งไว้ในขั้นตอนวางแผนการผลิตสื่อสิ่งสำคัญที่ผู้บริหารผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์จะต้องตระหนักในการวางแผนตั้งงบประมาณเป็นต้นว่าการตั้งงบประมาณจะต้องทำปีละครั้งถ้าวางแผนผิดพลาดในกรณีที่ตั้งงบประมาณไว้มากกว่าใช้จริงก็ไม่กระทบกระเทือนต่อการผลิตสื่อเท่าใดนักหรืออาจจะกระทบกระเทือนบ้างก็ตอนตั้งงบประมาณในปีต่อไปอาจจะถูกตัดให้น้อยลงก็ได้เพราะตั้งงบประมาณไว้มากเมื่อปีก่อนแต่ก็ใช้ไม่หมดแต่หากเป็นกรณีที่ตั้งงบประมาณไว้ไม่พอก็จะไม่สามารถซื้ออุปกรณ์การผลิตสื่อหรืออุปกรณ์การเผยแพร่สื่อได้อันจะนำผลเสียหายสู่หน่วยงานซึ่งสิ่งที่ผู้บริหารผลิตสื่อเพื่องานประชาสัมพันธ์ควรตระหนักในการตั้งงบประมาณอีกประการหนึ่งคืออุปกรณ์ทั้งนี้ในการผลิตสื่อและใช้ในการเผยแพร่สื่อทั้งหมดนั้นราคามักจะเพิ่มขึ้นเสมอตามสภาวะเศรษฐกิจของโลกที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบันดังนั้นการตั้งวงเงินงบประมาณไว้ล่วงหน้าเป็นปีจะต้องระมัดระวัง ด้วยการเพิ่มราคาเมื่อไว้จากราคาในปัจจุบัน ตั้งแต่อัตราร้อยละ ๑๐ - ๒๐

สรุปกระบวนการผลิตสื่อ นั้นต้องคำนึงปัจจัยหลักๆ อยู่ ๕ อย่างด้วยกัน ได้แก่ วัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย หัวข้อเรื่อง ระยะเวลา และงบประมาณ เพียงดูปัจจัยทั้ง ๕ นี้เป็นหลักก็จะสามารถเลือกรูปแบบสื่อที่เหมาะสมกับข้อมูลที่ต้องการประชาสัมพันธ์ได้

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนาและการสื่อสารเพื่อชุมชน

หน่วยงานต่างๆ ได้เล็งเห็นบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารและได้เริ่มศึกษาวิเคราะห์บทบาทดังกล่าวอย่างจริงจังดังตัวอย่างเห็นได้จากในปี ค. ศ. ๑๙๘๐ คณะกรรมการแม่คไบรด์ได้ทำการวิเคราะห์ถึงบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารไว้ ๘ ประการคือ

๑. การให้ข่าวสาร (Information) หมายถึงการเก็บการรวบรวมการประมวลและการเผยแพร่ข่าวข้อมูลข้อเท็จจริงและข้อคิดเห็นเพื่อจะยังผลให้เกิดความเข้าใจและมีปฏิกิริยาอย่างถูกต้องตามภาวะบุคคลสภาพแวดล้อมสังคมและนำไปสู่การตัดสินใจที่ถูกต้อง

๒. การสังคมประกิตหรือสังคมกรรม (Socialization) ได้แก่ การได้มาซึ่งความรู้ความเข้าใจที่จะทำให้บุคคลดำเนินชีวิตอย่างมีประสิทธิภาพในฐานะสมาชิกของสังคมช่วยทำให้เกิดสำนึกในการอยู่ร่วมสังคมกับบุคคลอื่นซึ่งจะนำไปสู่การร่วมมือร่วมใจกันเพื่อประโยชน์ของส่วนรวม

๓. การกระตุ้นเร้า (Motivation) หมายถึงการส่งเสริมสนับสนุนให้ไปสู่เป้าหมายระยะสั้นและระยะยาวของสังคมและกระตุ้นให้คนเกิดความมานะพยายามและตัดสินใจเลือกแนวทางและพฤติกรรมที่จะนำไปสู่เป้าหมายที่ยินยอมพร้อมใจกันกำหนดไว้แล้ว

๔. การถกเถียงอภิปราย (Debate and Discussion) คือการแลกเปลี่ยนข้อเท็จจริงและข้อคิดเห็นระหว่างฝ่ายต่างๆในสังคมเพื่อก่อให้เกิดความตกลงยินยอมที่มีผลต่อส่วนรวมรวมทั้งการแสวงหาพยานหลักฐานมากระตุ้นให้สาธารณชนสนใจและให้ความร่วมมือในกิจกรรมส่วนรวมไม่ว่าในระดับท้องถิ่นระดับชาติหรือระดับนานาชาติ

๕. การให้การศึกษา (Education) คือการสื่อสารที่เข้ามาช่วยถ่ายทอดวิชาความรู้ทำให้เกิดการพัฒนาสติปัญญาอุปนิสัยทักษะและสมรรถภาพของบุคคลตลอดจนทุกช่วงเวลาของ

๖. การส่งเสริมวัฒนธรรม (Cultural Promotion) หมายถึงการเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมเพื่อดำรงรักษาไว้ซึ่งมรดกที่ตกทอดมาจากบรรพบุรุษและการพัฒนาวัฒนธรรมส่งเสริมสติปัญญาและจินตนาการของปัจเจกชนกระตุ้นความต้องการและความคิดสร้างสรรค์เกิดสุนทรียภาพ

๗. การให้ความบันเทิง (Entertainment) คือการถ่ายทอดแพลงกระจายผลงานทางกาพย์พยานรำวรรณกรรมดนตรีการละเล่นและศิลปะต่างๆโดยอาศัยเครื่องหมายสัญญาณสัญลักษณ์เสียงและภาพทั้งนี้เพื่อความสนุกสนานรื่นเริงและการพักผ่อนหย่อนใจ

๘. การบูรณาการ (Integration) คือการให้บุคคลกลุ่มและประชาชนได้รับรู้ข่าวสารที่มีความหลากหลายจำเป็นต่อการเพิ่มพูนความรู้และความเข้าใจซึ่งกันและกันในแง่ของการดำรงชีวิตทักษะและความใฝ่ฝันของผู้อื่นในสังคมด้วยจากบทบาทหน้าที่การสื่อสารดังกล่าวได้ถูกนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆจนกระทั่งทุกวันนี้โดยลักษณะหรือรูปแบบการนำเอาการสื่อสารไปใช้นั้นมีความหลากหลายอาทิการสื่อสารเพื่อการพัฒนาการสื่อสารเพื่อผสมผสานทั้งนี้เพื่อให้ชุมชนมีความเข้มแข็งเป็นต้น

ตอนที่ ๒ แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่น แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชน

ความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชน ในส่วนของการมีส่วนร่วมของประชาชนมีผู้ให้คำนิยามไว้ดังนี้ เดวิส (Davis, ๑๙๗๗ อ้างถึงใน พวงทอง โยธาใหญ่, ๒๕๔๕, หน้า ๑๕) ได้กล่าวถึงการมีส่วนร่วม หมายถึง การเกี่ยวข้องทางจิตใจและอารมณ์ของบุคคลหนึ่งในสถานการณ์กลุ่ม ซึ่งผลของการเกี่ยวข้องดังกล่าวเป็นเหตุเร้าใจให้การกระทำเพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายของกลุ่มนั้นกับทั้งให้เกิดความรู้สึกรับผิดชอบร่วมกับกลุ่มดังกล่าวด้วย

ยาดาฟ (Yadav, ๑๙๘๐, p. ๘๗ อ้างถึงใน สุวรรณ พิณฑานนท์, ๒๕๔๖, หน้า ๔๖) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชนไว้ว่าความร่วมมือของประชาชนด้วยความตั้งใจและ สำนึกใจ โดยไม่ถูกบังคับซึ่งประชาชนจะต้องมีส่วนร่วม ดังนี้

๑. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ตกลงใจ
๒. การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานตามแผนงานและโครงการพัฒนา
๓. การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลแผนและโครงการ
๔. การมีส่วนร่วมในการรับประโยชน์จากการพัฒนา

เออร์วิน (Erwin ๑๙๗๖, p. ๑๓๘ อ้างถึงในสุวรรณพิณฑานนท์, ๒๕๔๖, หน้า ๔) กล่าวว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนหมายถึงกระบวนการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนาร่วมคิดร่วมตัดสินใจแก้ไขปัญหาของตนเองร่วมใช้ความคิดสร้างสรรค์ความรู้และความชำนาญร่วมกับวิทยากรที่เหมาะสมและสนับสนุนติดตามผลการปฏิบัติงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์ (๒๕๒๗ หน้า ๑๘๓ อ้างถึงในเมตต์เมตต์การุณจิต, ๒๕๔๑, หน้า ๑๒) กล่าวว่าการมีส่วนร่วมหมายถึงการเกี่ยวข้องทางด้านจิตใจและอารมณ์ (Mental and Emotional Involvement) ของบุคคลหนึ่งในสถานการณ์กลุ่ม (Group Situation) ซึ่งผลของการเกี่ยวข้องเป็นเหตุเร้าใจให้กระทำการ (Contribution) ให้บรรลุจุดมุ่งหมายของกลุ่มนั้นกับทั้งทำให้เกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมรับผิดชอบกับกลุ่มดังกล่าวด้วย

วันชัย วัฒนศัพท์ (๒๕๔๔ หน้า ๒๕-๒๘) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชนคือกระบวนการซึ่งประชาชนหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้มีโอกาสแสดงทัศนะแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็นเพื่อแสวงหาทางเลือกและการตัดสินใจต่าง ๆ เกี่ยวกับโครงการที่เหมาะสมและเป็นที่ยอมรับร่วมกันทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องจึงควรเข้าร่วมในกระบวนการนี้ตั้งแต่เริ่มจนกระทั่งถึงการติดตามและประเมินผลเพื่อให้เกิดความเข้าใจและการรับรู้เรียนรู้การปรับเปลี่ยนโครงการร่วมกันซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อทุกฝ่าย

ดังนั้นอาจสรุปว่าความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชนคือกระบวนการที่ประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้องมีโอกาสได้เข้าร่วมในการรับรู้เรียนรู้ทำความเข้าใจร่วมแสดงทัศนะร่วมเสนอปัญหาประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องร่วมคิดแนวทางร่วมแก้ไขปัญหาในกระบวนการตัดสินใจร่วมกระบวนการพัฒนาในฐานะหุ้นส่วนการพัฒนาพร้อมรับประโยชน์จากการพัฒนาและร่วมในการประเมินผล

องค์ประกอบของการมีส่วนร่วมของประชาชน

โคเฮนและอัฟฮอฟ (Cohen & Uphoff ๑๙๗๗, p. ๖ อ้างถึงในสุทัศน์ทวงศ์มา, ๒๕๔๔ หน้า ๖) ได้เสนอกรอบแนวคิดเบื้องต้นในการวิเคราะห์การมีส่วนร่วมในการพัฒนาชนบทว่ามี ๓ มิติและ ๒ บริบท ซึ่งรายละเอียดดังนี้

๑. มิติ (Dimensions) มี ๓ มิติคือ

๑.๑ มีส่วนร่วมอะไรบ้าง ซึ่งแบ่งเป็นการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจการมีส่วนร่วมในการดำเนินการโดยทางใดทางหนึ่ง (เช่นสนับสนุนทรัพยากรต่าง ๆ การบริหารกิจการหรือการประสานงาน) การมีส่วนร่วมได้ผลประโยชน์และการมีส่วนร่วมในการประเมินผลการดำเนินงาน

๑.๒ มีส่วนร่วมกับใครบ้าง ได้แก่ มีส่วนร่วมกับชาวบ้านผู้นำชุมชนเจ้าหน้าที่ทางราชการ นักพัฒนาเอกชนทั้งนี้ให้พิจารณาถึงคุณลักษณะของผู้เข้ามามีส่วนร่วมในเรื่องเพศสถานภาพครอบครัว อาชีพและรายได้

๑.๓ มีส่วนร่วมอย่างไรบ้าง ได้แก่ มีส่วนร่วมโดยสมัครใจหรือถูกบังคับลักษณะรูปแบบของการมีส่วนร่วมโดยผ่านองค์กรประชาชนหรือโดยตรงขนาดของการมีส่วนร่วมผลที่เกิดจากการมีส่วนร่วมนั้นช่วยเพิ่มพลังของประชาชนหรือเป็นแต่เพียงการได้ติดต่อสัมพันธ์กับนักพัฒนาเท่านั้น

๒. บริบท (Contexts) มี ๒ บริบทคือ

๒.๑ ลักษณะของโครงการโดยพิจารณาจากลักษณะของสิ่งนำเข้าว่ามีความซับซ้อนของเทคโนโลยีเพียงใดลักษณะของประโยชน์ที่ได้รับ (ความเร็วซ้ำที่ได้รับประโยชน์) และเงื่อนไขที่ต้องกำหนด เช่นการเข้าถึงการบริหารโครงการความยืดหยุ่นของโครงการ เป็นต้น

๒.๒ สภาพแวดล้อมของกิจกรรมตามโครงการ ได้แก่ ปัจจัยทางประวัติศาสตร์ปัจจัยทางกายภาพและธรรมชาติปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมปัจจัยทางการเมือง เป็นต้น

เสนห์ยโต (๒๕๔๕ หน้า ๓๖๐) ได้จำแนกการมีส่วนร่วมของประชาชนไว้ ๒ ลักษณะที่สำคัญคือ

๑. การมีส่วนร่วมในลักษณะของการให้ความร่วมมือหรือสนับสนุนขอความร่วมมือร่วมใจและการมีส่วนร่วมในการพัฒนาต่าง ๆ โดยการกระจายอำนาจเพื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนแต่ละท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการพัฒนาอย่างใกล้ชิดและมีคุณค่าและคุณประโยชน์คือ

๑. ๑ ในด้านรูปธรรมหมายถึงการมีส่วนร่วมในความสำเร็จทางด้านการพัฒนาด้านวัตถุ อันได้แก่ถนนหนทางคูคลองเพื่อนเก็บน้ำ

๑. ๒ ในด้านนามธรรมหมายถึงความสำเร็จในการพัฒนาจิตใจโดยทำให้ประชาชนเกิดความรักใคร่สมัครสมานสามัคคีรู้จักการทำงานร่วมกันเป็นทีมและยอมรับฟังความเห็นซึ่งกันและกันและ

สร้างจิตสำนึกว่ามีความสำคัญต่อการสร้างสรรค์ความเจริญให้แก่ท้องถิ่นและก่อให้เกิดความผูกพันรักใคร่
หวงแหนท้องถิ่นและชุมชนของตนเอง

๒. การมีส่วนร่วมในลักษณะของกิจกรรมทางการเมืองซึ่งมี ๕ รูปแบบคือ

๒.๑ การเลือกตั้ง (Election)

๒.๒ การมีกิจกรรมเกี่ยวกับพรรคการเมือง (Party Activity)

๒.๓ การเสนอแนวความคอเห็นของประชาชน (Public Opinion)

๒.๔ การจัดตั้งกลุ่มผลประโยชน์ (Interest Group)

๒.๕ การแสดงออกของประชาชน (Direct Action)

ขั้นตอนของการมีส่วนร่วมของประชาชน

การมีส่วนร่วมจะแบ่งเป็นหลายขั้นตอนแตกต่างกันตามแต่วิธีการมีส่วนร่วมของประชาชนตามที่
นักวิชาการหลายท่านได้กล่าวไว้ ดังต่อไปนี้

โคเฮนและอัพฮอฟ (Cohen & Urhoff ๑๙๗๗, p. ๖ อ้างถึงในสุทัศน์ทวงค์มา, ๒๕๔๔ หน้า ๗-๙
ได้เสนอขั้นตอนการมีส่วนร่วมไว้ ๔ ขั้นตอนคือ

๑. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making) เป็นการมีส่วนร่วมที่เป็นการแสดงออกค้น
ความคิดเกี่ยวกับการจัดระบบหรือกำหนดระบบของโครงการเป็นการประเมินปัญหาหรือทางเลือกที่จะ
สามารถเป็นไปได้ที่จะนำไปปฏิบัติเพื่อการพัฒนาโดยการประเมินสภาพที่เป็นอยู่และสาเหตุของปัญหาซึ่ง
ในขั้นตอนนี้ยังแบ่งย่อยออกเป็น ๓ ส่วน ได้แก่

๑.๑ การมีส่วนร่วมในขั้นต้น (Initial Decision) เป็นการค้นหาความต้องการที่แท้จริงซึ่ง
เป็นวิธีการที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมของโครงการ

๑.๒ การมีส่วนร่วมในขั้นเตรียมการ (Ongoing Decision) เป็นการหาโอกาสหรือ
ช่องทางในการแก้ปัญหารวมทั้งลำดับความสำคัญของโครงการที่จะต้องดำเนินการ

๑.๓ การมีส่วนร่วมในขั้นตอนการตัดสินใจปฏิบัติ (Operation Decision) เป็นการหา
บุคลากรเข้ามาปฏิบัติการ ได้แก่ อาสาสมัครผู้ประสานงานหรือกลุ่มที่รวมตัวกันตามประเพณีเช่นกลุ่มสตรี
หรือกลุ่มหนุ่มสาวเพื่อที่จะมีส่วนร่วมในกิจกรรมโดยการเป็นสมาชิกร่วมดำเนินการคัดเลือกผู้นำและการ
สร้างพลังอำนาจให้แก่องค์กร

๒. การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ (Implementation) เป็นการดำเนินงานตามโครงการและ
แผนงานและเป็นการก่อให้เกิดความรู้สึกร่วมในการเป็นเจ้าของกิจกรรมและผลงานที่ปรากฏในขั้นตอนนี้
ยังแบ่งออกได้เป็น ๓ ส่วนคือ

๒.๑ การมีส่วนร่วมในการสลายทรัพยากร (Resource Contribution) ได้แก่ การมีส่วนร่วมสละแรงกายการสละเงินการให้วัสดุอุปกรณ์และการให้คำแนะนำซึ่งทรัพยากรเหล่านี้จะช่วยให้ด้วยความเต็มใจ

๒.๒ การมีส่วนร่วมในการบริหารและประสานงาน (Administration and Coordination) จะมีส่วนร่วมโดยวิธีการวางบุคคลเข้ามามีส่วนร่วมดำเนินการการฝึกอบรมผู้ที่เข้าปฏิบัติในโครงการหรือการให้คำปรึกษาในการตัดสินใจเกี่ยวกับโครงการ และเป็นผู้ประสานในโครงการด้วย

๒.๓ การมีส่วนร่วมในการเข้าเป็นผู้ปฏิบัติในโครงการมักพบว่า มีลักษณะเป็นการบังคับให้เข้าในโครงการมากที่สุด การมีส่วนร่วมโดยการบังคับในปฏิบัติจะต่างจากการให้ความร่วมมือ เพราะการบังคับให้ทำนั้น ผลประโยชน์ จะไม่ใช่เป็นสิ่งที่สำคัญแต่ถ้าเป็นการมีส่วนร่วมด้วยความเต็มใจนั้น จะมีการคำนึงถึงผลประโยชน์ที่จะได้นับหลังเกิดการมีส่วนร่วมด้วย

๓. การมีส่วนร่วมรับผลประโยชน์ (Benefits) ยังแบ่งออกได้เป็น ๓ ส่วนคือ

๓.๑ การมีส่วนร่วมรับผลประโยชน์ (Material Benefits) ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการเพิ่มผลผลิตรายได้หรือทรัพย์สิน

๓.๒ การมีส่วนร่วมรับผลประโยชน์ในด้านสังคม (Social Benefits) ได้แก่ ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นแก่สังคมเช่นโรงเรียนสถานที่สาธารณะหรือส่วนกลางของชุมชนเช่นการเพิ่มคุณภาพชีวิตการเกิดระบบน้ำประปา

๓.๓ การมีส่วนร่วมกับผลประโยชน์ในด้านบุคคล (Personal Benefit) ได้แก่ ความนับถือตนเอง (Self-esteem) พลังอำนาจทางการเมือง (Political Power) ความคุ้มค่าของผลประโยชน์ (Sense of Efficacy)

๔. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Evaluation) หมายถึงการมีส่วนร่วมในการวัดผลและวิเคราะห์ผลของการดำเนินงานรวมทั้งเป็นการค้นหาข้อดีและข้อบกพร่องเพื่อหาแนวทางแก้ไขการทำงานให้มีประสิทธิภาพต่อไปแต่การมีส่วนร่วมในขั้นนี้ส่วนใหญ่บทบาทดังกล่าวจะเป็นของเจ้าหน้าที่ภาครัฐโดยจะเป็นการประเมินผลของงบประมาณที่จัดสรรนั้นนำไปใช้อย่างไรบางกรณีแม้แต่เจ้าหน้าที่เองยังไม่มีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในขั้นตอนดังกล่าวการมีส่วนร่วมในการประเมินผลนี้จะเห็นถึงอิทธิพลของพลังงานความคิดของมวลชนที่จะทำให้โครงการพัฒนาหรือสามารถนำประยุกต์ใช้ต่อไป

ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน

เบอร์แทรนด์ (Baifrand, ๑๙๕๕, pp. ๑๔๕-๑๔๗ อ้างถึงในพ. จ. ศ. สมชายรัตนภาสกร ๒๕๕๐ หน้า ๑๓) กล่าวถึงปัจจัยทางวัฒนธรรมของประชาชนที่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมซึ่งได้แก่ลักษณะส่วนบุคคลต่าง ๆ คือ

๑. อายุ
๒. เพศ
๓. สถานภาพทางสังคม
๔. อาชีพ
๕. การศึกษา
๖. ถิ่นที่อยู่อาศัย
๗. ระยะเวลาที่อยู่ในถิ่น
๘. ปัจจัยอื่น ๆ เช่น การอาศัยในเมืองหรือชานเมืองจำนวนสมาชิกในครอบครัวและลักษณะครอบครัว ค่านิยม และทัศนคติ

การบริหารจัดการกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน

สำนักงานปลัดนายกรัฐมนตรี ๒๕๔๘, หน้า ๑๐-๑๒ ได้กล่าวถึงการบริหารจัดการกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนควรยึดหลัก ๔S คือ

๑. การเริ่มต้นเร็ว (Starting Early) เป็นกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนจะต้องเริ่มต้นระยะแรกมีการให้ข้อมูลกระตุ้นให้เกิดความคิดเห็นและมีการรับฟังความคิดเห็นจากประชาชนก่อนการตัดสินใจความล้มเหลวของการมีส่วนร่วมของประชาชนในอดีตมักเกิดจากภาครัฐเริ่มกระบวนการมีส่วนร่วมช้าหลังจากการตัดสินใจเรียบร้อยแล้วหรือมีข้อผูกมัดอื่น ๆ จนเปลี่ยนแปลงไม่ได้หรือหลังจากมีความขัดแย้งเกิดขึ้นอย่างไรก็ตามการทำให้มีการรับฟังความคิดเห็นก่อนตัดสินใจได้หมายความว่าก่อนการตัดสินใจไม่กัวันหรือไม่กี่สัปดาห์มีระยะเวลาเป็นปัจจัยหนึ่งที่สะท้อนความจริงจังของหน่วยงานของรัฐในกระบวนการมีส่วนร่วมควรให้มีเวลาเพียงพอในการรับฟังความคิดเห็นอย่างกว้างขวางเพื่อทำให้การตัดสินใจสะท้อนความคิดเห็นของชุมชนนอกจากนี้การให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการกระบวนการตั้งแต่ต้นมีประโยชน์ช่วยให้ประชาชนมีเวลาคิดถึงทางเลือกหรือแนวทางแก้ปัญหาของชุมชนที่เหมาะสมมากขึ้นและเป็นข้อมูลในการพัฒนาโครงการตั้งนั้นการบริหารการมีส่วนร่วมที่ตั้นนั้นควรให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมตั้งแต่ต้นในการตระหนักถึงปัญหาความจำเป็นของโครงการหรือในขั้นของการหาข้อมูลความจำเป็นของการมีโรงไฟฟ้าหรือที่ทิ้งขยะหรือไม่ก่อนจะถามว่าตั้งที่นี้ได้หรือไม่

๒. การครอบคลุมผู้ที่เกี่ยวข้อง (Stakeholders) หลักการสำคัญของการมีส่วนร่วมอีกประการหนึ่งคือการมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการที่ต้องการให้มีประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมอย่างกว้างขวางผู้ที่ได้รับผลกระทบหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายไม่ว่าโดยตรงหรือโดยอ้อมถือว่าเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียควรมีโอกาสเข้าสู่ระบบการมีส่วนร่วมแต่กลุ่มที่ได้รับผลกระทบโดยตรงอาจถือว่าต้องรับฟังข้อมูลหรือปรึกษาหารือเป็นอันดับแรก ๆ หน่วยงานที่รับผิดชอบต้องให้ความสำคัญในการระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียระมัดระวังมิให้เกิดการผิดกลุ่มเป้าหมายต้องตระหนักว่าประชาชนแต่ละกลุ่มได้รับผลกระทบจากประเด็นการตัดสินใจไม่เท่ากันบ่อยครั้งที่เรามักคิดว่าประชาชนแต่ละกลุ่มเดียวกันทั้งที่ในความจริงผู้ได้รับผลกระทบมีหลากหลายกลุ่มการบริหารจัดการการมีส่วนร่วมต้องมั่นใจว่ากลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญทุกกลุ่มได้มีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมและแต่ละกลุ่มอาจมีรูปแบบการมีส่วนร่วมที่แตกต่างกันเพื่อเอื้ออำนวยให้กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามามีส่วนร่วมได้เช่นกำหนดเวลารับฟังความคิดเห็นที่ชาวบ้านมาร่วมได้หรือการใช้ภาษาถิ่นรวมทั้งการอำนวยความสะดวกให้ชาวบ้านในการเดินทางไปร่วมแสดงความคิดเห็น

๓. ความจริงใจ (Sincuity) การมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการที่มีความละเอียดอ่อนและความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานที่รับผิดชอบในการจัดกระบวนการมีส่วนร่วมและประชาชนถือว่าเป็นมิติที่มีความสำคัญในการบริหารการมีส่วนร่วมให้ประสบความสำเร็จหน่วยงานของรัฐที่เป็นเจ้าของโครงการหรือมีอำนาจอนุมัติต้องจัดการกระบวนการอย่างจริงจังเปิดเผยข้อเท็จจริงปราศจากอคติให้เกียรติซึ่งกันและกันมีการสื่อสารสองทางอยู่ตลอดเวลาโดยเฉพาะการให้ข้อมูลที่ถูกต้องและพอเพียงตอบสนองต่อความสงสัยของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรวมทั้งแจ้งความก้าวหน้าหรือการเปลี่ยนแปลงของโครงการอย่างต่อเนื่องอธิบายกระบวนการต่าง ๆ อย่างชัดเจนลดข้อสงสัยต่าง ๆ ที่อาจก่อให้เกิดข้อสงสัยให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในระยะเริ่มต้นขณะเดียวกันตั้งใจรับฟังข้อมูลและความคิดเห็นและนำไปเป็นข้อมูลสำหรับการตัดสินใจซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นพื้นฐานของความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจซึ่งกันและกันความไว้วางใจและความน่าเชื่อถือนำมาซึ่งความร่วมมือความเข้าใจและการสื่อสารที่ดีขึ้น

๔. วิธีการที่เหมาะสม (Suitability) หลักการที่สำคัญประการสุดท้ายของการบริหารการมีส่วนร่วมคือการเลือกเทคนิคหรือรูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชนต้องคำนึงถึงความเหมาะสมโดยพิจารณาจากประเภทและขนาดของโครงการความหลากหลายและลักษณะที่แตกต่างกันของพื้นที่และกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดจนความแตกต่างด้านวัฒนธรรมสังคมและค่านิยมระดับความสนใจของชุมชนในประเด็นหรือโครงการความสามารถและความพร้อมรวมทั้งข้อจำกัดของหน่วยงานที่รับผิดชอบในการจัดกระบวนการมีส่วนร่วมเช่นระยะเวลาบุคลากรและงบประมาณความสำเร็จของการมีส่วนร่วมอยู่ที่ความสามารถในการวิเคราะห์ประกอบด้วยกระบวนการย่อยหลายรูปแบบทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็น

ทางการนอกจากนั้นต้องตระหนักว่าการให้ข้อมูลข่าวสารและข้อเท็จจริงเป็นองค์ประกอบที่ขาดไม่ได้ของการปรึกษาหารือที่มีประสิทธิผล

แนวทางการจัดการการมีส่วนร่วมของประชาชน

สมลักษณ์ไชยเสริฐ (๒๕๔๙, หน้า ๑๔๒-๑๔๙ อ้างถึงในวิระที่ตย์หาญปริพรรณและคณะ ๒๕๕๑, หน้า ๑๑-๑๕) ให้แบ่งแนวทางการจัดการการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็น ๓ ด้านหลักคือค้ำประชาชน (Public) ด้านการมีส่วนร่วม (Participation) และด้านภาครัฐโดยการมีส่วนร่วม (Participation) มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้ประชาชนที่เป็นบุคคลหรือคณะบุคคลเข้ามามีส่วนร่วมในขั้นตอนต่าง ๆ ในการดำเนินการพัฒนาช่วยเหลือสนับสนุนทำประโยชน์ในเรื่องต่าง ๆ หรือกิจกรรมต่าง ๆ ตั้งแต่ร่วมคือร่วมตัดสินใจร่วมดำเนินการร่วมรับผลประโยชน์และร่วมประเมินผลเพื่อให้เกิดการยอมรับและก่อให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดกันทุกฝ่ายดังนี้

๑. การรับรู้ (Perception) ต้องสร้างสำนึกให้ทั้งภาครัฐและประชาชนมีความตระหนักการรับรู้การยอมรับในสิทธิหน้าที่และส่วนร่วมของทุกกลุ่มทุกฝ่ายโดยภาครัฐนั้นเจ้าหน้าที่ของรัฐจะต้องสร้างสำนึกใหม่ว่ากิจการที่ตนรับผิดชอบไม่ใช่ “รัฐกิจ” หรือ “กิจการของรัฐ” ที่ตนเท่านั้นมีสิทธิตัดสินใจแต่เป็นสาธารณกิจที่สาธารณชนชอบที่จะมีส่วนร่วมในการคิดร่วมกระทำหรือตรวจสอบหากเจ้าหน้าที่ของรัฐไม่ปรับทัศนคติให้ได้เช่นนี้ก็จะต้องเผชิญกับสถานะที่อาจเกิดข้อขัดแย้งกับประชาชนกลุ่มที่ต้องการมีส่วนร่วมได้ส่วนภาคประชาชนการตระหนักการรับรู้และยอมรับในสิทธิและหน้าที่ตลอดจนการมีส่วนร่วมนั้นต้องเข้าใจว่าตนและผู้อื่นต่างก็มีสิทธิหน้าที่และส่วนร่วมเสมอกันตามหลักการเท่าเทียมกันดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายต้องยอมรับการ “ยอมยอม” และ “ประสานประโยชน์” มิฉะนั้นความแตกต่างในผลประโยชน์และจุดยืนจะนำไปสู่ความขัดแย้งและความรุนแรงในที่สุด

๒. ทัศนคติ (Attitude) ต้องสร้างความเข้าใจและปรับทัศนคติของบุคลากรภาครัฐและภาคประชาชนทั้งสองฝ่ายให้มีทัศนคติที่ดีต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนกล่าวคือภาครัฐจะต้องเห็นการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นเรื่องที่ต้องส่งเสริมเพื่อประโยชน์หลายประการอาทิเพื่อการได้ข้อมูลข้อเท็จจริงและความคิดที่หลากหลายรวมทั้งบุคลากรภาครัฐผู้รับผิดชอบด้านการมีส่วนร่วมจะต้องมีทัศนคติที่ดีต่อประชาชนและต่อกระบวนการมีส่วนร่วมมีการปรับปรุงบทบาทและค่านิยมตลอดจนต้องมีความอดทนในการทำงานกับประชาชนเพราะการมีส่วนร่วมต้องใช้ระยะเวลายาวนานต้องทำอย่างต่อเนื่องและมีความจริงใจต่อประชาชนในขณะเดียวกันภาคประชาชนเองก็ควรมีท่าทีที่เข้าใจความสำคัญของการมีส่วนร่วมของประชาชนและจะต้องมีทัศนคติที่ดีต่อกระบวนการมีส่วนร่วมและต่อเจ้าหน้าที่เช่นเดียวกันก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างประชาชนและเจ้าหน้าที่ทำให้เกิดความไว้วางใจซึ่งกันและกันมากขึ้นส่งผลให้

กิจกรรมการมีส่วนร่วมบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพดังนั้นหากทั้งสองฝ่ายต่างมีทัศนคติที่ดีต่อการมีส่วนร่วมและต่อกันแล้วความร่วมมือ“ ประชากรัฐ” ก็จะพัฒนาได้ดียิ่งขึ้น

๓. การเป็นตัวแทน (Esrepresentation) การสรรหาและคัดเลือกตัวแทนจะต้องคำนึงถึงประชาชนทุกกลุ่มทุกฝ่ายเพื่อให้ประชาชนกลุ่มต่าง ๆ ที่หลากหลายทุกกลุ่มนั้นมีตัวแทนเข้าไปร่วมควยจะได้ประสานผลประโยชน์กันจนลงตัวและเกิดความเป็นธรรมขึ้นรวมทั้งควรคำนึงถึงคุณสมบัติของตัวแทนที่ต้องการด้วยโดยพิจารณาจากคุณสมบัติในด้านต่าง ๆ เช่นทักษะและความสามารถที่ความสอดคล้องของเทคโนโลยี วัตถุประสงค์ ค่านิยม และวัฒนธรรมองค์กรความเชื่อมั่น เป็นต้น นอกจากนี้ กลุ่มที่เป็นตัวแทนจะต้องมีความน่าเชื่อถือจากกลุ่มทั้งหลายหรือผู้มี ส่วนได้เสียและมีปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่ต้องตระหนักถึง คือสมาชิกที่เป็นตัวแทนต้องมี ความรู้สึกที่จะต้องอาศัยซึ่งกันและกัน

๔. ความเชื่อมั่นและไว้วางใจ (Trust) การมีส่วนร่วมนั้นต้องสร้างให้สมาชิกมีความเข้าใจและมีความจริงใจในการเข้าร่วมสิ่งที่จะได้ตามมาคือความเชื่อมั่นและไว้วางใจ (Trust) ในองค์กรโดยการสร้างความเชื่อมั่นและไว้วางใจกันนั้นต้องแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนกำหนดให้เป็นรูปธรรมและเป็นวัฒนธรรมขององค์กรซึ่งการสร้าง ความเชื่อถือศรัทธาความไว้วางใจกันและกันเป็นเงื่อนไขสำคัญที่จะทำให้กระบวนการมีส่วนร่วมประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวความเชื่อถือไว้วางใจอาจทำได้คือการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารการดำเนินกิจกรรมการมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่องและนำเสนอข้อมูลข้อเท็จจริงอย่างตรงไปตรงมาครบถ้วนรวมทั้งต้องมีการติดต่อระหว่างสมาชิกอย่างสม่ำเสมอบ่อยครั้งและทำอย่างตั้งใจทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการภายในองค์กรซึ่งเป็นสิ่งที่จะทำให้เกิดความสำเร็จในการสร้างและดำรงไว้ซึ่งความเชื่อมั่นและความไว้วางใจการร่วมมือซึ่งกันและกัน

๕. การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร (Information-sharing) สร้างกลไกเพื่อการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารเนื่องจากการมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการที่ทำให้ข้อมูลข่าวสารทั้งด้านที่เป็นข้อเท็จจริงและคนที่เป็นความคิดความรู้สึกความคาดหวังได้ถูกแสดงออกมาอย่างหลากหลายสัมพันธ์และสมบูรณ์ครบถ้วนมากขึ้นซึ่งจะทำให้การวินิจฉัยปัญหาและการเสนอทางเลือกในการแก้ไขปัญหาที่หลากหลายและตรงกับความต้องการมากขึ้นผลที่ตามมาคือทำให้การตัดสินใจในการกำหนดนโยบายและการวางแผนดำเนินไปได้อย่างรอบรู้รอบคอบและรอบด้านยิ่งขึ้นโดยที่ประชาชนจะมีส่วนร่วมได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้นจำเป็นที่จะต้องมีความรู้และมีข้อมูลข่าวสารเพียงพอในนโยบายที่ตนต้องการมีส่วนร่วมข้อมูลข่าวสารเหล่านี้ส่วนใหญ่แล้วมักจะเป็นของหน่วยงานที่เป็นผู้ริเริ่มนโยบายบางส่วนเกิดจากการศึกษาของนักวิชาการและองค์กรพัฒนาเอกชนดังนั้นประชาชนที่สนใจการมีส่วนร่วมกับนโยบายใดอาจไปขอความร่วมมือและข้อมูลจากบุคคลและองค์กรเหล่านั้น

๖. **ฉันทามติ (Consensus)** การมีส่วนร่วมเป็นการสร้างฉันทามติโดยการให้ประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนเข้าร่วมในการหาวิธีแก้ไขปัญหายากซึ่งซับซ้อนร่วมกันหาทางออกสำหรับการแก้ไข ปัญหาต่างๆในทางสันติเป็นที่ยอมรับหรือเป็นฉันทามติของประชาสังคมซึ่งทุกคนยินยอมเห็นพ้องต้องกัน ในทุก ๆ ขั้นตอนของกระบวนการมีส่วนร่วมโดยเสาหลักของการมีส่วนร่วมที่ดีก็คือการที่ประชาชนสามารถที่จะร่วมมือกันลดความขัดแย้งสร้างข้อตกลงที่มั่นคงยืนยาว การยอมรับระหว่างกลุ่มและหา ข้อสรุปร่วมกันได้ทุกฝ่าย แม้ว่าอาจจะมีความเห็นที่แตกต่างกันก็ตาม ก็ต้องสามารถที่จะปรับความเห็นที่ ต่างกัน โดยการเจรจาหาข้อยุติที่ทุกฝ่ายยอมรับกันได้ อย่างสันติวิธี เพื่อนำไปสู่ข้อสรุปที่เห็นพ้องหรือ ฉันทามติร่วมกันได้ทุกฝ่าย

๗. **การมีปฏิสัมพันธ์ (Interaction)** องค์การการมีส่วนร่วมต้องสร้างให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์ ระหว่างกันในองค์การคือจะต้องจัดกิจกรรมที่ทำให้มีการพบปะพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารความ คิดเห็นของกันและกันเป็นการสื่อสารแบบ ๒ ทาง (Two Ways Communication) ก่อให้เกิด ความสัมพันธ์ที่ระหว่างกันซึ่งจะนำไปสู่การลดอคติที่มีต่อกันและเกิดความเข้าใจที่ดีขึ้นระหว่างผู้ที่เข้า ร่วมสิ่งเหล่านี้นับว่าเป็นกลไกที่จะช่วยป้องกันความขัดแย้งที่อาจจะเกิดขึ้นหรือกรณีที่มีความขัดแย้ง เกิดขึ้นแล้วก็จะจะเป็นกลไกที่ช่วยบรรเทาความขัดแย้งให้ลดระดับความรุนแรงลงได้ซึ่งการมีปฏิสัมพันธ์ใน กระบวนการการมีส่วนร่วมของประชาชนก็เพื่อที่จะให้เกิดการตัดสินใจที่ดีขึ้นและรับการสนับสนุนจาก สาธารณชนซึ่งเป้าหมายของกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนก็คือการให้ข้อมูลต่อสาธารณชนและให้ สาธารณชนแสดงความคิดเห็นต่อโครงการที่นำเสนอหรือนโยบายรัฐรวมทั้งมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาเพื่อ หาทางออกที่ดีที่สุดที่ดีสำหรับทุก ๆ คน

๘. **ความประสงค์หรือความมุ่งหมาย (Purpose)** ต้องกำหนดความประสงค์หรือความมุ่งหมายใน การมีส่วนร่วมไว้อย่างชัดเจนว่าเป็นไปเพื่ออะไรผู้เข้าร่วมจะได้ตัดสินใจถูกว่าควรเข้าร่วมหรือไม่การมี ความมุ่งหมายที่ต้องการบรรลุชัดเจนจะนำทางให้สมาชิกผู้เข้าร่วมได้เข้าใจตรงกันและเดินไปในทิศทาง เดียวกันซึ่งจะสะท้อนให้เห็นความเป็นเอกภาพทางความคิดเห็นเอกภาพในการดำเนินกิจกรรมและความ เข้มแข็งขององค์กรนอกจากนี้การมีส่วนร่วมต้องมีกิจกรรมเป้าหมายในการให้ประชาชนเข้ามีส่วนร่วมต้อง ระบุลักษณะของกิจกรรมว่ามีรูปแบบและลักษณะอย่างไรเพื่อที่ประชาชนจะได้ตัดสินใจว่าควรเข้าร่วม หรือไม่รวมทั้งขั้นตอนของกิจกรรมจะต้องระบุว่าในกิจกรรมแต่ละอย่างมีขั้นตอนและประชาชนสามารถ เข้าร่วมในขั้นตอนใดบ้าง

๙. **การประเมินผล (-ppraisal)** ต้องมีระบบการประเมินผลเนื่องจากการประเมินผลเป็นขั้นตอน หนึ่งในกระบวนการมีส่วนร่วมและถือเป็นเครื่องมือสำคัญอย่างหนึ่งของผู้บริหารในการบริหารทรัพยากร บุคคลให้เกิดประโยชน์สูงสุดองค์กรใดที่มีการประเมินผลการปฏิบัติงานที่เป็นธรรมโปร่งใสและซจัด

ทัศนคติส่วนตัวออกได้มากที่สุดถือว่าองค์กรนั้นใช้เครื่องมือนี้ได้อย่างได้ผลและเกิดประโยชน์ในตนเองเกี่ยวกับการประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กรย่อมส่งผลถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กรได้เช่นเดียวกันซึ่งผลของกระบวนการประเมินผลก็จะกลายเป็นปัจจัยนำเข้าไปในกระบวนการมีส่วนร่วมในขั้นตอนการวางแผนเพื่อนำปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นในทางปฏิบัติมาปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาผลการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นดังนั้น การมีส่วนร่วมของประชาชนในการประเมินผลงาน (Performance Appraisal) จึงต้องเริ่มตั้งแต่การเข้าร่วมควบคุม ร่วมติดตาม ร่วมประเมินผล ร่วมบำรุงรักษาโครงการและกิจกรรมที่จัดทำไว้ทั้ง โดยเอกชนและรัฐบาลให้ใช้ประโยชน์ได้ตลอดไป

๑๐. ความโปร่งใส (Transparency) ปรับปรุงกลไกการทำงานขององค์กรการมีส่วนร่วมให้มีความโปร่งใสเนื่องจากการมีส่วนร่วมนั้นเป็นกระบวนการที่ทำให้ประชาชนมีโอกาสตรวจสอบการใช้ดุลยพินิจสำหรับการตัดสินใจของรัฐบาลและหน่วยงานของรัฐซึ่งจะก่อให้เกิดความโปร่งใสในการดำเนินการลดการทุจริตและข้อผิดพลาดของนโยบายแผนโครงการลงได้โดยการสร้างความไว้วางใจซึ่งกันและกันของคนในองค์กรซึ่งความโปร่งใสเป็นองค์ประกอบหนึ่งของการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีประกอบด้วยความไว้วางใจการเปิดเผยข้อมูลการเข้าถึงข้อมูลและกระบวนการตรวจสอบ

๑๑. ความเป็นอิสระ (Independence) องค์กรการมีส่วนร่วมจะต้องมีความเป็นประชาธิปไตยโดยการให้เกียรติยอมรับความคิดเห็นของกันและกันสมาชิกทุกคนในองค์กรมีอิสระทางความคิดการที่สมาชิกมีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็นและตัดสินใจจะเป็นปัจจัยให้เกิดความรู้สึกรับผิดชอบร่วมกันซึ่งหลักการและเงื่อนไขสำคัญของการมีส่วนร่วมประการหนึ่งคือความเป็นอิสระหรือความสมัครใจที่จะเข้าร่วมหรือไม่เข้าร่วมการบังคับไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบของการคุกคามการระดมและการว่าจ้างไม่ถือว่าเป็นการมีส่วนร่วม

๑๒. ก้าวไปข้างหน้าอย่างต่อเนื่อง (Cuvard-doing) องค์กรการมีส่วนร่วมต้องเปิดโอกาสประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอเนื่องจากการมีส่วนร่วมของประชาชนทำให้เกิดประสบการณ์การเรียนรู้ใหม่ความคิดใหม่ที่ท้าทายอย่างต่อเนื่องดังนั้นเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนที่ก้าวไปข้างหน้าอย่างต่อเนื่องภาครัฐจะต้องเตรียมประชาชนให้มีความพร้อมและเห็นประโยชน์ของการมีส่วนร่วมด้วยการให้ความรู้และการสร้างความเข้าใจในบทบาทของการมีส่วนร่วมภาคประชาชนรวมทั้งมีการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกันอย่างต่อเนื่องโดยความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกจะเป็นตัวกำหนดที่สำคัญที่จะทำให้การมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นไปอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอและการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างต่อเนื่องจะเป็นปัจจัยสำคัญที่จะบ่งบอกถึงความเข้มแข็งของการมีส่วนร่วมรวมทั้งจะทำให้เกิดความมั่นใจได้ว่าการเปลี่ยนแปลงจะเป็นไปในทิศทางที่พึงปรารถนาก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อชุมชนและสังคม

๑๓. เครือข่าย (Network) ส่งเสริมให้มีการฉีกกำลังร่วมกันของทั้งภาครัฐและภาคประชาชนในลักษณะเครือข่ายคือการทำงานที่ต้องมารวมใจกันมาฉีกกำลังกันเป็นหนึ่งเดียวที่สำคัญต้องเป็นไปเพื่อสร้างผลประโยชน์ในเชิงการทำงานร่วมในรูปกิจกรรมโครงการแผนงานที่จะต้องอาศัยความร่วมมือกันต้องฉีกกำลังขอความร่วมมือหรืออาศัยการทำงานกิจกรรมร่วมมือกันหลายองค์กร ซึ่งเครือข่ายความร่วมมือจะต้องเกิดขึ้นจากวิถีคิดของสมาชิก ผู้บริหาร และบุคคลในชุมชนเป็นหลัก โดยเครือข่ายความร่วมมือนั้นจำเป็นต้องให้มีตัวแทนของประชาชนมา พบปะพูดคุยเพื่อก่อตัวและกล่าวถึงวัตถุประสงค์ร่วมกัน ดังนั้นเครือข่ายการมีส่วนร่วมจึงเป็น กระบวนการเชื่อมโยงสมาชิกในกลุ่มหรือเชื่อมโยงองค์กรการมีส่วนร่วมกับสมาชิก ประชาชนและ กลุ่ม/ องค์กรต่าง ๆ ในชุมชนเข้าด้วยกัน โดยมีรูปแบบความสัมพันธ์การมีส่วนร่วมในแนวราบของ องค์กรการมีส่วนร่วมและชุมชน รวมทั้งเป็นกระบวนการส่งเสริมสนับสนุนประชาชนให้สามารถพัฒนาชุมชนของตนเอง โดยอาศัยเครือข่ายการมีส่วนร่วมในการทำงานของคนในชุมชน เพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหาของคนและปัญหาส่วนรวมในชุมชน ซึ่งการดำเนินงานของเครือข่ายจะนำไปสู่ การพัฒนาการมีส่วนร่วมที่ยั่งยืนได้ในที่สุด

ตอนที่ ๓ แนวคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญาการสร้างเสริมสุขภาพะกลุ่มผู้สูงอายุ

แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ ความหมายของผู้สูงอายุคำว่า “ ผู้สูงอายุ ” เป็นคำที่ใช้เป็นสากลสำหรับ ผู้ที่มีอายุ ๖๐ ปีขึ้นไปซึ่งคำนี้ถูกบัญญัติแทนคำว่า “ คนแก่ ” หรือ “ คนชรา ” โดยพล. ต. ต. อรรถสิทธิ์สิทธิสุนทรพ. ศ. ๒๕๒๑ กล่าวว่าผู้สูงอายุควรมีลักษณะ ๔ ประการคือ

๑. เป็นผู้ที่มีอายุตั้งแต่ ๖๐ ปีขึ้นไป
๒. เป็นผู้ที่มีความเสื่อมถอยตามสภาพมีกำลังถดถอยเชิงข้อ
๓. เป็นผู้ที่เหมาะสมควรให้ความอุปการะ
๔. เป็นผู้ที่มีโรคสมควรได้รับความช่วยเหลือ (บริบูรณ์พรพิบูลย์ ๒๕๕๐: ๒๓-๒๔)

วัยสูงอายุ คือ วัยที่คนมีอายุนานจนสังขารเริ่มเสื่อมถอยลงความชราเป็นผลของการสูญเสียอย่างช้าๆและไปเรื่อย ๆ ของความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมของร่างกายรวมทั้งเนื้อเยื่อต่าง ๆ เกณฑ์ที่กำหนดว่าใครคือคนชราคืออายุซึ่งวัดโดยจำนวนปีที่ได้มีชีวิตอยู่มาการจำแนกขึ้นอยู่กับแต่ละสังคมและเวลาที่อ้างถึงในสังคมที่มีลักษณะสังคมสมัยใหม่ (Modernized) มากก็จะกำหนดอายุที่จะจำแนกว่าเป็นคนชราไว้สูงส่วนสังคมล้าหลังหรือดั้งเดิมที่จะกำหนดอายุจำแนกว่าคนชราไว้ต่ำเช่นประเทศไทยคนชราคือคนที่มีอายุตั้งแต่ ๖๐ ปีขึ้นไปในประเทศสหรัฐอเมริกาคือผู้ที่มีอายุ ๖๕ ปีขึ้นไป (พิธีสิทธิ์คานวนศิลป์และคนอื่นๆ, ๒๕๕๐: ๔-๓)

องค์การสหประชาชาติ โดยมติที่ประชุมสมัชชาโลกว่าด้วยผู้สูงอายุที่นครเจนีวาเมื่อพ. ศ. ๒๕๒๕ ให้ความหมายผู้สูงอายุว่าเป็นผู้ที่มีอายุ ๖๐ ปีขึ้นไปโดยนับอายุตามปฏิทินองค์การอนามัยโลกให้ความหมายผู้สูงอายุไว้กว้าง ๆ สรุปได้ว่าผู้สูงอายุหมายถึงผู้ที่มีอายุ ๖๐ ปีหรือมากกว่าเมื่อนับ ตามวัยหรือหมายถึงผู้ที่เกษียณอายุจากการทำงานเมื่อนับตามสภาพเศรษฐกิจหรือหมายถึงผู้ที่สังคมยอมรับว่าสูงอายุ กำหนดจากสังคมวัฒนธรรม

สำหรับประเทศไทยนับอายุ ๖๐ ปีเป็นอายุที่เกษียณอายุจากราชการถูกมองว่าเป็นอายุที่เริ่มเข้าสู่วัยสูงอายุจะเห็นได้ว่ามีผู้ที่ให้นิยามว่าอายุ ๖๐ ปีคือผู้สูงอายุในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษากำหนดให้ผู้สูงอายุคือคนที่มีอายุ ๖๐ ปีขึ้นไปไม่จำกัดเพศโดยนับอายุเป็นปีเต็ม

๑. การแบ่งกลุ่มผู้สูงอายุได้มีผู้จัดกลุ่มผู้สูงอายุไว้หลายลักษณะเช่นจัดตามลักษณะที่แตกต่างกันตามปฏิทินอายุถึง ๓ กลุ่ม (ศรีทับทิมรัตน์โกศลพานิชพันธ์, ๒๕๕๐: ๒๗) คือ

-กลุ่มผู้สูงอายุวัยต้น (The Young Elderly) มีอายุต่ำกว่า ๗๔ ปี

-กลุ่มผู้สูงอายุวัยกลาง (The Middle Age Elderly) มีอายุ ๗๕-๘๔ ปี

-กลุ่มผู้สูงอายุวัยท้าย (The Old Elderly) มีอายุตั้งแต่ ๓๕ ปีขึ้นไป ประเทศสหรัฐอเมริกาแบ่งกลุ่มผู้สูงอายุตาม National Institute of Aging เป็น ๒ กลุ่มคือ

-กลุ่ม Young Old มีอายุ ๖๐-๗๔ ปี

-กลุ่ม Old-Old มีอายุ ๗๕ ปีขึ้นไป

ผู้สูงอายุที่เกษียณอายุแล้วยังมีส่วนร่วมในทางสังคมสูงจะมีความพึงพอใจในชีวิตสูงถึงร้อยละ ๔๙ ดังนั้นผู้สูงอายุที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคมสูงมีแนวโน้มจะมีความพึงพอใจในชีวิตสูงกว่าผู้ที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคม

ผู้สูงอายุจะมีชีวิตเป็นสุขได้นั้นการมีบทบาทหรือมีการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคม

ผู้สูงอายุจะเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนามากที่สุดรองลงมาเข้าร่วมกิจกรรมทางการเมืองนอกนั้นเป็นงานสนุกสนานรื่นเริงกิจกรรมอาสาสมัครกิจกรรมทางสังคม (นิศาชูโต, ๒๕๕๐: ๑๓)

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพ

ความหมายของการสร้างเสริมสุขภาพ

พิสมัย จันทรวิมล(๒๕๔๑ :๕๗) ได้สรุปความหมาย การสร้างเสริมสุขภาพตามที่องค์การอนามัยโลก (World Health Organization – WHO) ได้จัดประชุมนานาชาติเรื่องการส่งเสริมสุขภาพที่กรุงออตตาวา ประเทศแคนาดา เมื่อปีพ.ศ. ๒๕๒๙ ได้ให้ความหมายของการส่งเสริมสุขภาพในกฎบัตรออตตาวา เพื่อการส่งเสริมสุขภาพ(Ottawa Charter for Health Promotion) การสร้างเสริมสุขภาพ หมายถึง

กระบวนการส่งเสริมให้ประชาชนเพิ่มความสามารถในการควบคุมและพัฒนาสุขภาพของตนเองให้ดีขึ้น เพื่อให้บรรลุการมีสุขภาพที่ดีทั้งร่างกาย จิตใจ และสังคม ปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มบุคคลต้องมีความสามารถในการบ่งบอกและตระหนักถึงความสามารถของตนเอง สามารถที่จะปฏิบัติพฤติกรรมต่างๆ เพื่อสนองความต้องการของตนเองได้ สามารถเปลี่ยนแปลงหรือปรับตนเองให้ เข้ากับสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงได้ โดยที่สุขภาพมีความหมายในทางบวกหรือเป็นวิถีชีวิต เน้นที่ความสำคัญของคน สมรรถภาพของร่างกายและสังคม การส่งเสริมสุขภาพมิใช่ความรับผิดชอบขององค์กรในภาคสุขภาพเท่านั้นหากรวมไปถึงความรับผิดชอบของบุคคลที่จะต้องดำเนินชีวิตอย่างมีเป้าหมายเพื่อสุขภาพที่ดีอันจะนำไปสู่ความผาสุกโดยรวม

ประเวศ วะสี (๒๕๔๑ :๑๕)กล่าวว่า การสร้างเสริมสุขภาพเป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญที่สุดในการปฏิรูประบบสุขภาพ การสร้างเสริมสุขภาพประกอบด้วยภารกิจที่สังคมที่มีจิตสำนึกหรือจิตนาการใหม่ในเรื่องสุขภาพที่ดีและเกิดพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพ ทั้งในระดับปัจเจกบุคคล ครอบครัว ชุมชน โรงเรียน สถานที่ทำงาน ระบบการ สังคม สื่อมวลชน ตลอดจนนโยบาย อาจจะเรียกการนี้ว่า การสร้างเสริมสุขภาพสำหรับคนทั้งหมด (Health Promotion for All) คนทั้งหมดสร้างเสริมสุขภาพ (All for Health Promotion)

สุรเกียรติ์ อาชานานุภาพ (๒๕๔๑ :๑๓๕)ได้สรุปว่า การส่งเสริมสุขภาพเป็นกระบวนการส่งเสริมให้ประชาชนเพิ่มสมรรถนะในการควบคุมและพัฒนาสุขภาพของตนเองสุขภาพในที่นี้ หมายถึง สุขภาพสมบูรณ์ทั้งทางร่างกาย ทางจิตใจและทางสังคม ซึ่งนอกจากจะมีตัวกำหนดจากปัจจัยด้านปัจเจกบุคคลแล้วยังได้รับผลกระทบอย่างสำคัญจากปัจจัยพื้นฐานทางสังคมและสิ่งแวดล้อม ความสัมพันธ์ในสังคม อาหาร รายได้ การเสริมสร้างอำนาจแก่สตรี ระบบนิเวศน์ที่มั่นคง การใช้ทรัพยากรแบบยั่งยืน ความยุติธรรมทางสังคม การเคารพสิทธิมนุษยชนและความเสมอภาค

อำพล จินดาวัฒนะ (๒๕๔๖ :๑๑ -๑๗) ได้เรียบเรียงและเสนอบทความพิเศษเรื่อง ส่งเสริม – สร้างเสริมสุขภาพ กล่าวถึงคำว่า Health Promotion ซึ่งใช้ในคำไทยว่า “การสร้างเสริมสุขภาพ” เป็นปฏิบัติบริการของบุคลากรสาธารณสุขเพื่อสุขภาพของประชาชน ได้ถูกขยายให้มีความหมายกว้างขึ้นเป็นเรื่องยุทธศาสตร์ของการทำให้เกิดสุขภาพที่ดี มีการนำคำว่า “การสร้างเสริมสุขภาพ” มาใช้แทนกันอย่างกว้างขวางมากขึ้น ซึ่งสื่อความหมายไปถึงทั้ง “การสร้าง” คือการท้อขึ้นมาใหม่ และ “การเสริม” คือการทำให้เพิ่มขึ้นที่ทุกคนทุกฝ่ายทำได้และช่วยกันทำในขณะที่มีบางเรื่องต้องรอ “การเสริม” จากคนอื่น

จากความหมายการส่งเสริมสุขภาพและการสร้างเสริมสุขภาพข้างต้น สรุปได้ว่า การสร้างเสริมสุขภาพมีความหมายกว้างกว่าการส่งเสริมสุขภาพ และเป็นคำที่นำมาใช้ใหม่แทนคำว่า “การส่งเสริมสุขภาพ” เพื่อให้เกิดยุทธศาสตร์ให้การดำเนินงานการสร้างเสริมสุขภาพของประเทศ ซึ่งบุคคลครอบครัว

ชุมชนและสังคมสามารถดำเนินการสร้างเสริมสุขภาพได้เองโดยไม่ต้องรอการส่งเสริมจากหน่วยใด ดังนั้นจึงสรุปความหมายของคำว่า การสร้างเสริมสุขภาพ หมายถึง กระบวนการสร้างเสริมและการส่งเสริมสุขภาพให้บุคคลเพิ่มความสามารถในการควบคุมดูแลและพัฒนาสุขภาพของตนเอง ครอบครัวและสังคมให้ดีขึ้น ก่อให้เกิดภาวะสุขภาพที่ดีทั้งทางร่างกายจิตใจ และสังคม รวมถึงการควบคุมดูแลสิ่งแวดล้อมให้เอื้ออำนวยต่อภาวะสุขภาพทั้งต่อบุคคลและชุมชนโดยรวมอีกทั้งการดำเนินชีวิตอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม ซึ่งส่งผลให้เกิดพฤติกรรมสุขภาพที่ดีนำไปสู่การมีสุขภาพที่ดีในที่สุด

ตอนที่ ๔ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุมาลี สุวรรณกร (๒๕๕๙ : ๑๐๙) การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ๑) ค้นหาแนวทางการสื่อสารอย่างสร้างสรรค์ของสื่อมวลชนในพื้นที่ จังหวัดขอนแก่น ๒) ทราบแนวคิดของสื่อมวลชนต่อการมีส่วนร่วมในการพัฒนาเมืองขอนแก่น และ ๓) เสนอแนวทางการนำการสื่อสารอย่างสร้างสรรค์ไปเชื่อมโยงระหว่างการบริหารภาครัฐกับประชาสังคมในการพัฒนาเมืองขอนแก่น ข้อมูลหลักที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้มาจากการสนทนากลุ่มของสื่อมวลชนทั้งภาครัฐและเอกชน ในจังหวัดขอนแก่น จำนวน ๕๔ คน และสัมภาษณ์ผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ๑๑ คน รวม ๖๕ คน ผลการวิจัยพบว่า ๑) แนวทางการสื่อสารอย่างสร้างสรรค์นั้นจะต้องเริ่มต้นจากการคัดกรองข่าว และนำเสนอข่าวอย่างเป็นกลาง สื่อมวลชนจะต้องมีจรรยาบรรณในวิชาชีพของตน ๒) สื่อมวลชนทุกท่านยินดีที่จะมีส่วนร่วมในการพัฒนาเมืองขอนแก่น และพร้อมที่จะเป็นคณะทำงานในการขับเคลื่อนการพัฒนา และ ๓) สื่อมวลชนทุกท่านมองว่าการนำแนวทางการสื่อสารอย่างสร้างสรรค์ไปเป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างการบริหารภาครัฐกับประชาสังคมในการพัฒนาเมืองขอนแก่น จะสำเร็จได้นั้นทั้งตัวสื่อมวลชนและสื่อที่ถูกนำเสนอจะต้องมีความน่าเชื่อถือ และเป็นสื่อที่ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการผลิต

รุจิภา สินสมบูรณ์ทอง (๒๕๖๑ : ๑-๑๐) การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ๑) เพื่อศึกษาคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้สูงอายุ ๒) เพื่อศึกษาการรับรู้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศต่อการส่งเสริมสุขภาพ และ ๓) เพื่อศึกษาการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครโดยใช้ข้อมูลitudinal จาก การสำรวจ การรับรู้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่า ถึงแม้ผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะได้รับการสนับสนุนทางการเงินและเทคโนโลยีสารสนเทศ แต่ก็ยังคงมีความรู้สึกที่ตนเองไม่ได้รับการเอาใจใส่ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการสนับสนุนที่เป็นรูปธรรมยังไม่สามารถที่จะทดแทนความต้องการทางด้านอารมณ์และจิตใจของผู้สูงอายุได้และยังพบว่าเมื่อบุตรที่ไปอยู่ไกลกลับมาเยี่ยมเยียนมาทำให้ผู้สูงอายุเกิดความภาคภูมิใจ รู้สึกมีคุณค่า ไม่ถูกทอดทิ้ง เกิดความมั่นคงทางจิตใจ เพราะสุขภาพกายและสุขภาพจิตมีความสัมพันธ์กันอย่างไม่สามารถแยกออกจากกันได้ดังนั้นเมื่อสุขภาพจิตดีสุขภาพกายก็จะดีไปด้วยเช่นกัน

พิภลิกส์ ฌอน บัวกน (๒๕๖๐ : ๑-๑๓) การวิจัยครั้งนี้เป็นความพยายามพัฒนาสื่อเทคโนโลยีจัดการศึกษาสำหรับผู้ดูแลผู้สูงอายุให้มีความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุโดยวัตถุประสงค์เพื่อ ๑) ศึกษาบทบาทและความจำเป็นในการนำสื่อเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการศึกษาเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ ๒) พัฒนาสื่อเทคโนโลยีจัดการศึกษาเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุจากการมีส่วนร่วมของชุมชน ๓) ศึกษาผลของสื่อเทคโนโลยีจัดการศึกษาในการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุจากการมีส่วนร่วมของชุมชน ผลของสื่อเทคโนโลยีจัดการศึกษาในการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุจากการมีส่วนร่วมของชุมชน พบว่า เกิดผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้จากการใช้สื่อเทคโนโลยีจัดการศึกษาเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดทั้งนี้เพราะการเลือกสื่อที่เหมาะสมสื่อสร้างความเพลิดเพลินในการเรียนรู้สร้างสิ่งแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่สนุกสนานเกิดสังคมแห่งการเรียนรู้ในห้องเรียนสอดคล้องกับ Fudenberg and Tirole (๑๙๙๑) กล่าวว่าเกมเพื่อการศึกษาเป็นเกมที่มีลักษณะการเล่นเพื่อการเรียนรู้ “Play to Learning” วัตถุประสงค์หลักเพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ในขณะที่หรือหลังจากการเล่นเกมเรียนไปด้วยและก็สนุกไปด้วยพร้อมกันเป็นการใช้เกมสร้างการเรียนรู้ซึ่งสอดคล้องกับความสำคัญของเทคโนโลยีการศึกษาที่กล่าวว่าเทคโนโลยีการศึกษาสามารถทำให้การศึกษามีความหมายมากขึ้นผู้เรียนเรียนได้กว้างขวางมากขึ้นเรียนได้เร็วขึ้นเข้าใจได้อย่างสมบูรณ์

ระวีวรรณ ทรัพย์อินทร และ ญาศิณี เคารพธรรม (๒๕๖๐ : ฉบับที่ ๒) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษานำเสนอผลการศึกษาประเด็นองค์ความรู้ด้านพฤติกรรมการใช้สื่อของผู้สูงอายุ ผลกระทบของสื่อต่อผู้สูงอายุ และลักษณะเนื้อหาในสื่อที่ผู้สูงอายุต้องการ ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางเพื่อนำมาสรุปและสังเคราะห์เป็นข้อเสนอแนะเพื่อส่งเสริมการพัฒนาสื่อสำหรับผู้สูงอายุ และเป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อการศึกษาเข้าใจในประเด็นเรื่องสื่อกับผู้สูงอายุอย่างละเอียดลึกซึ้งยิ่งขึ้นต่อไป ซึ่งจากการศึกษาพบว่าผู้สูงอายุมีแนวโน้มในการใช้สื่อออนไลน์มากขึ้น แต่สื่อหลักอย่างโทรทัศน์และวิทยุก็ยังคงเป็นสื่อที่เข้าถึงผู้สูงอายุได้มากที่สุด โดยปัจจัยด้านการศึกษาและปัจจัยทางด้านสังคม สภาพครอบครัวและฐานะทางเศรษฐกิจ ตลอดจนปัจจัยทางกายภาพ เช่น พื้นที่อยู่อาศัยนั้นก็ล้วนส่งผลกระทบต่อพฤติกรรม การใช้สื่อทั้งสิ้น ส่วนผลกระทบของสื่อต่อผู้สูงอายุนั้นมีทั้งทางลบและทางบวกทั้งด้านสุขภาพร่างกายและสภาพจิตใจ สำหรับเนื้อหาในสื่อที่ผู้สูงอายุต้องการ คือเนื้อหาหลักข่าข่าที่ส่งเสริมภาพลักษณ์เชิงบวกที่สะท้อนศักยภาพของผู้สูงอายุ เนื้อหาที่เน้นความรักความผูกพันระหว่างผู้สูงอายุกับครอบครัว ทั้งนี้เนื้อและรูปแบบการนำเสนอสื่อที่สอดคล้องความต้องการที่หลากหลายของผู้สูงอายุด้วย