

กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และปัจจัยที่ทำให้เยาวชนตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมของชมรม
พุทธศาสตร์สากลฯ

นางสาวอารีรัตน์ มาหินกอง

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2551
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

PUBLIC RELATIONS STRATEGIES AND FACTORS AFFECTING DECISION TO
PARTICIPATE IN ACTIVITIES OF INTERNATIONAL BUDDHIST SOCIETY

Miss Areerat Mahinkong

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Program in Public Relations

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2008

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และปัจจัยที่ทำให้เยาวชน
ตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมของชมรมพุทธศาสตร์สากลฯ

โดย

นางสาวอารีรัตน์ มาหินกอง

สาขาวิชา

การประชาสัมพันธ์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

รองศาสตราจารย์ กรรณิการ์ อัสวตรเดชา

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยเป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์

(รองศาสตราจารย์ ดร. ยุกต เบ็ญจรงค์กิจ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร. ยุกต เบ็ญจรงค์กิจ)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(รองศาสตราจารย์ กรรณิการ์ อัสวตรเดชา)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย

(ดร. ธาตรี ใต้ฟ้าพูล)

อารีรัตน์ มาหีนทอง : กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และปัจจัยที่ทำให้เยาวชนตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมของชมรมพุทธศาสตร์สากลฯ. (PUBLIC RELATIONS SRATEGIES AND FACTORS AFFECTING DECISION TO PARTICIPATE IN ACIIIVITIES OF INTERNATIONAL BUDDHIST SOCIETY) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : รศ. วรรณิการ์ อัสวครเดชา , 246 หน้า .

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของโครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า และโครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก ซึ่งดำเนินการโดยชมรมพุทธศาสตร์สากลฯ และศึกษาปัจจัยที่ทำให้เยาวชนตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมของทั้งสองโครงการ ระเบียบการวิจัยที่ใช้ในการศึกษา ได้แบ่งการศึกษาวิจัยออกเป็น 2 ส่วน ทั้งนี้ในการศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ได้ศึกษาเชิงคุณภาพ โดยการศึกษาจากเอกสารและการสัมภาษณ์เจาะลึก ส่วนการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมของเยาวชน ได้ศึกษาเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสำรวจ คือ นิสิต นักศึกษา และนักเรียนที่เข้าร่วมทั้ง 2 โครงการ การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS WINDOWS ในการประมวลผล

ผลการศึกษา พบว่า

(1) โครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า ได้ใช้กลยุทธ์หลักในการประชาสัมพันธ์ คือ กลยุทธ์การสื่อสาร และกลยุทธ์การสร้างเครือข่าย ในส่วนของปัจจัยที่ทำให้เยาวชนตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ คือ สื่อบุคคล ได้แก่ รุ่นพี่รุ่นน้องในสถาบัน , เพื่อน และเจ้าหน้าที่ชมรมพุทธตามลำดับ

(2) โครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก ใช้กลยุทธ์หลักในการประชาสัมพันธ์ คือ กลยุทธ์การสื่อสารและกลยุทธ์การโน้มน้าวใจ ด้านปัจจัยที่ทำให้เยาวชนตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ คือ สื่อบุคคล ได้แก่ คุณครู ,นักเรียนสมัครใจเอง และ เพื่อน ตามลำดับ

ภาควิชา...การประชาสัมพันธ์..... ลายมือชื่อนิสิต.....
 สาขาวิชา...การประชาสัมพันธ์..... ลายมือชื่ออ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....
 ปีการศึกษา...2550.....

5084773728 : MAJOR PUBLIC RELATIONS

KEYWORDS : THE PATH OF PROGRESS PEACE EDUCATION PROJECT / THE WORLD MORALITY REVIVAL PROJECT/ INFORMATION EXPOSURE/ KNOWLEDGE / ATTITUDE.

AREERAT MAHINKONG : PUBLICS RELATIONS SRATEGIES AND FACTORS AFFECTING DECISION TO PARTICIPATE IN ACIIVITIES OF INTERNATIONAL BUDDHIST SOCIETY. THESIS ADVISOR : ASSOC. PROF. KANNIGAH ASAVADONDEJA. 246 pp.

The purposes of this research were to study the pubic relations strategies and factors affecting decision to participate in activities of International Buddhist Society. The research methodology was an integration of qualitative and quantitative approaches. In-depth interview and survey were used to collect the data. For survey research, the samples were 400 people in Bangkok. Questionnaires were used for data collecting. SPSS of Window was used for data processing. The data were analyzed in terms of percentage, mean and standard deviation.

The finding were as follows :

1. The principal public relations strategies of The Path Progress Peace Education Project were the use of Integrated communication. In terms of the factors affecting decision to participate in activities is personal media such as students , friends and members of Buddhist Club.

2. The principal public relations strategies of The World Morality Revival Project were the use of communication and persuasive strategy. The factors affecting decision to participate in activities is personal media such as teachers, students and friends.

Department : ____Public Relations_____ Student's Signature _____
 Field of Study : ..Public Relations_____ Advisor's Signature _____
 Academic Year : ..2008_____

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้ได้รับความกรุณาอย่างสูงจากผู้มีพระคุณจากหลายฝ่าย ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ กรรณิการ์ อัสวครเดชา อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้ตรวจทานและแก้ไขเนื้อหา พร้อมทั้งให้คำแนะนำ และคำปรึกษาที่เป็นประโยชน์ ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. ยุกต เบ็ญจรงค์กิจ ที่กรุณาเป็นประธานสอบวิทยานิพนธ์ และกราบขอบพระคุณ ดร. ธาตรี ใต้ฟ้าพูล กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก ที่ให้คำแนะนำต่าง ๆ และชี้แนะแนวทางให้วิทยานิพนธ์มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น รวมทั้งพี่ไก่ ที่แนะนำเรื่องแบบสอบถามให้เป็นอย่างดี

กราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และคณาจารย์คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยทุกท่าน ที่ได้ให้การสนับสนุนการศึกษา และประสิทธิ์ประสาทความรู้ทางวิชาการอย่างเอาใจใส่

ขอขอบพระคุณ เจ้าหน้าที่โครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้าและโครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลกของชมรมพุทธศาสตร์สากล ในอุปถัมภ์สมเด็จพระมหารัชมังคลาจารย์ ที่ได้กรุณาสละเวลาให้การสัมภาษณ์และให้ความร่วมมือประสานงานช่วยเหลือเรื่องข้อมูลและเอกสาร ทุกถ้อยคำที่ถ่ายทอดให้ความรู้และคำชี้แนะ ต่างเป็นวิทยาทานที่สำคัญในการประมวลเป็นเนื้อหาภายในวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ขอขอบคุณสำหรับมิตรภาพและน้ำใจในการให้ความช่วยเหลือ ซึ่งสร้างกำลังใจที่ดี และทำให้ผู้วิจัยไม่ได้เดินอยู่เพียงลำพัง

ขอบพระคุณคณาจารย์โรงเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูล ขอขอบคุณน้อง ๆ ชูปเปอร์ไวเซอร์ และ น้อง ๆ วิ สตาร์ ในการช่วยตอบแบบสอบถาม

ขอบคุณชาว PR ร่วมรุ่นทุกคน สำหรับทุกกำลังใจและประสบการณ์ที่ดีที่แบ่งปันให้กัน มาตลอด

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฌ
สารบัญภาพ.....	ญ

บทที่ 1 บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	8
ปัญหาการวิจัย.....	8
ขอบเขตการวิจัย.....	8
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย.....	9
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	10

บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทฤษฎีการโน้มน้าวใจ.....	11
แนวคิดการเปิดรับข่าวสาร.....	19
แนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรม (KAP).....	27
แนวคิดพฤติกรรมวัยรุ่นตามหลักจิตวิทยาพัฒนาการ.....	45
แนวคิดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์.....	59
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	78

บทที่ 3	ระเบียบวิธีวิจัย	หน้า
	รูปแบบการวิจัย.....	83
	ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	87
	กลุ่มตัวอย่าง.....	88
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	90
	ความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ.....	92
	การวิเคราะห์และการแปลผลข้อมูล.....	93
บทที่ 4	ผลการวิจัย	
ส่วนที่ 1	กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์.....	95
ส่วนที่ 2	การศึกษาการเปิดรับ การรับรู้ทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ.....	149
	ข้อมูลลักษณะทางประชากร.....	150
	ข้อมูลการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์.....	155
	ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับโครงการ.....	157
	ข้อมูลทัศนคติที่มีต่อการประชาสัมพันธ์โครงการ.....	163
	ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ.....	177
บทที่ 5	สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
ส่วนที่ 1	ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ.....	179
ส่วนที่ 2	ผลการวิจัยเชิงปริมาณ.....	190
	อภิปรายผลการวิจัย.....	192
	ข้อเสนอแนะ.....	206
	ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต.....	216
	รายการอ้างอิง.....	217
	ภาคผนวก.....	220
	ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	246

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	สถานการณ์สำคัญในศตวรรษที่ 21 : ผลกระทบต่อชุมชน ครอบครัว และเด็ก/ เยาวชน.....	3
2	จำนวนคดีที่เด็กและเยาวชนถูกจับกุมส่งสถานพินิจฯ ทั่วประเทศ จำแนกตามอายุ ตั้งแต่ปี พ.ศ.2541- 2550.....	10
3	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	150
4	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....	151
5	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา.....	152
6	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการนับถือศาสนา.....	153
7	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนครั้งที่เข้าร่วม โครงการ.....	154
8	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ โครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า.....	155
9	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ โครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก.....	156
10	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความรู้ของกลุ่ม ตัวอย่างเกี่ยวกับ โครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า.....	157
11	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความรู้เกี่ยวกับโครงการตอบ ปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า.....	159
12	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความรู้ของกลุ่ม ตัวอย่างเกี่ยวกับ โครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก.....	160
13	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความรู้เกี่ยวกับโครงการฟื้นฟู ศีลธรรมโลก.....	162
14	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทักษะคิดที่มีต่อสื่อ ประชาสัมพันธ์ โครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า.....	163
15	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับทักษะคิดเกี่ยวกับโครงการตอบ ปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า.....	166

ตารางที่		หน้า
16	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทักษะคิดที่มีต่อสื่อ ประชาสัมพันธ์ โครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลก.....	167
17	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับทักษะคิดเกี่ยวกับ โครงการฟื้นฟู ศิลปกรรมโลก.....	171
18	แสดงจำนวน และร้อยละ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของเยาวชนเข้าร่วม โครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า.....	172
19	แสดงจำนวน และร้อยละ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของเยาวชนเข้าร่วม โครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลก.....	175
20	แสดงจำนวน ร้อยละ ความพึงพอใจของเยาวชนต่อละครฟื้นฟูศิลปกรรมโลก โครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลก.....	176
21	แสดงจำนวน ร้อยละความต้องการมาร่วมงานวันประเมินมาตรฐานศิลปกรรมใน ครั้งต่อไปของนักเรียนที่เข้าร่วม โครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลก.....	177

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แบบจำลองการวางแปลกยูทซ์.....	62
2	ลักษณะเฉพาะของสื่อบุคคล.....	68
3	ระเบียบการสมัคร.....	98
4	หนังสือมงคลชีวิต ฉบับทางก้าวหน้า.....	98
5	คู่มือผู้ประสานงานศูนย์สอบ ฉบับ Final Course.....	99
6	คู่มือคณะกรรมการคุมสอบ.....	99
7	โปสเตอร์โครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า.....	100
8	แผ่นพับประชาสัมพันธ์.....	100
9	การใช้ป้ายผ้าในการจัดสอบตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้าและอบรมผู้ ประสานงานศูนย์สอบ.....	101
10	การจัดบอร์ดประชาสัมพันธ์ในวันสอบตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า.....	101
11	ตัวอย่างของที่ระลึก.....	104
12	ลำดับการประชาสัมพันธ์ของโครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า.....	105
13	การสร้างเครือข่ายสื่อบุคคลของนิสิต นักศึกษา ในการทำหน้าที่จัดสอบ.....	109
14	การเข้าร่วมการปฏิบัติธรรมของผู้บริหารการศึกษาและคุณครู.....	115
15	การสัมมนาผู้บริหารการศึกษาจากสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาต่าง ๆ.....	116
16	โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์โครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก.....	118
17	โปสเตอร์เชิญร่วมงานวันประเมินมาตรฐานศีลธรรม.....	118
18	การชมนิทรรศการพุทธประวัติที่ยาวที่สุดในโลก ในวันประเมินมาตรฐาน ศีลธรรม.....	121
19	การแถลงข่าวเปิดตัวละครฟื้นฟูศีลธรรมโลก โรงภาพยนตร์ Century อนุสาวรีย์ ชัยสมรภูมิ.....	124
20	บอร์ดประชาสัมพันธ์โครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก.....	125
21	ใบปลิวเชิญชวนประกวดเรียงความ.....	127
22	ใบปลิวเชิญชวนประกวดเขียนโทษของสุรา.....	127
23	สัญลักษณ์โครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก.....	135
24	ลำดับการประชาสัมพันธ์ในเครือข่าย บ้าน วัด โรงเรียน	141

ภาพที่		หน้า
25	การปลูกฝังศีลธรรมผ่านเครือข่าย บ้าน วัด โรงเรียน ชุมชน.....	142
26	ภาพรวมเครือข่ายความร่วมมือของโครงการ.....	145

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เด็กและเยาวชนเป็นประชากรกลุ่มใหญ่ประมาณเกือบครึ่งหนึ่งของประชากรไทยทั้งหมด มีจำนวน 28,539,361 คน (www.dopa.go.th , 2551) ซึ่งนับว่าเป็นทรัพยากรที่สำคัญของประเทศ ที่มีบทบาท และเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาสังคมและประเทศชาติต่อไปในอนาคต โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเยาวชนเป็นบุคคลที่มีคุณค่าและเต็มเปี่ยมด้วยศักยภาพ มีความสมบูรณ์พร้อมไปด้วยความรู้ทางวิชาการที่ดี ควบคู่กับการมีคุณธรรม ศีลธรรมอันดีงามในจิตใจ ก็ย่อมจะนำความสงบสุขมาสู่สังคม และนำพาประเทศชาติไปสู่ความเจริญรุ่งเรืองสืบไป ดังนั้น รากฐานความเจริญก้าวหน้าและความสำเร็จต่าง ๆ ของชีวิตต่างมาจากการมีวัยหนุ่มสาวที่ดีเป็นพื้นฐานทั้งสิ้น

การที่สังคมไทยได้จับบทบาทของเด็กและเยาวชนไว้ในฐานะผู้รับผิดชอบต่ออนาคตของประเทศนั้น ย่อมหมายถึงการยอมรับและความเชื่อมั่นในศักยภาพและพลังของเด็กและเยาวชน รวมทั้งความจำเป็นที่จะต้องเตรียมพวกเขาให้พร้อมที่จะรับบทบาทและหน้าที่ดังกล่าวด้วย ดังจะเห็นได้จากประเทศไทยมีแนวคิดที่จะพัฒนาพลังเยาวชนของชาติ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2454 เมื่อรัชกาลที่ 6 ได้ทรงพระราชทานกำเนิดลูกเสือไทย ด้วยทรงมีแนวคิดและนโยบายเกี่ยวกับเยาวชนว่า (www.oppo.opp.go.th , 2551)

“ เยาวชนเป็นสมาชิกสำคัญของครอบครัวและสังคมประเทศชาติ มีความต้องการที่จะสร้างเยาวชนให้เป็นผู้ใหญ่ที่มีคุณภาพด้วยการพัฒนาตนเอง พัฒนากลุ่มและบำเพ็ญประโยชน์ต่อผู้อื่น ”

และมีการประกาศใช้นโยบายเยาวชนแห่งชาติมาแล้ว 5 ฉบับ นโยบายและแผนพัฒนาเยาวชนระยะยาว ครอบคลุมการพัฒนาในช่วง 20 ปี พ.ศ. 2540 - 2544 มีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นและเร่งรัดให้ผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับเด็กและเยาวชน และทำให้ตระหนักถึงความสำคัญของเยาวชนที่มีต่อสังคม และเข้าใจกระบวนการพัฒนาเยาวชน

โดยสรุป นโยบายเยาวชนแห่งชาติ ฉบับที่ 1 - 3 (พ.ศ. 2516 , 2520 และ 2522) ถูกกำหนดเป็นกรอบแนวทางการพัฒนาเด็กและเยาวชน ซึ่งจุดเน้นของการพัฒนาแปรเปลี่ยนไปตามความต้องการของผู้มีอำนาจทางการเมือง ในช่วงแรกของนโยบายเยาวชนมุ่งเน้นที่จะพัฒนาเยาวชนมีคุณลักษณะที่สรีรชาติต่อการปกครองระบอบประชาธิปไตย มีระเบียบวินัย ยึดมั่นความสามัคคี เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม ซื่อสัตย์สุจริต มีความคิดริเริ่ม นิยมภูมิใจในความเป็นไทย มีความสมบูรณ์ทั้งกายและใจ

จนกระทั่งประกาศใช้นโยบายเยาวชนฯ ฉบับที่ 4 พ.ศ. 2537 ซึ่งห่างจากฉบับที่ 3 ถึง 15 ปี แนวคิดการพัฒนาได้รับอิทธิพลจากปัจจัยภายนอกเป็นส่วนใหญ่ ได้แก่ พันธกรณีต่างๆ เช่น ปฏิญญาโลกว่าด้วยความอยู่รอด การปกป้องและการพัฒนาเด็ก อนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็ก และการเป็นภาคีองค์การการค้าโลก การพัฒนาเยาวชนถูกมองอย่างเป็นองค์รวมมากขึ้น มีฐานแนวคิดที่กว้างขึ้น ใช้เป็นกรอบแนวคิดในการพัฒนาเด็กและเยาวชนของชาติ ในช่วงแผนชาติฯ ฉบับที่ 7 - 8

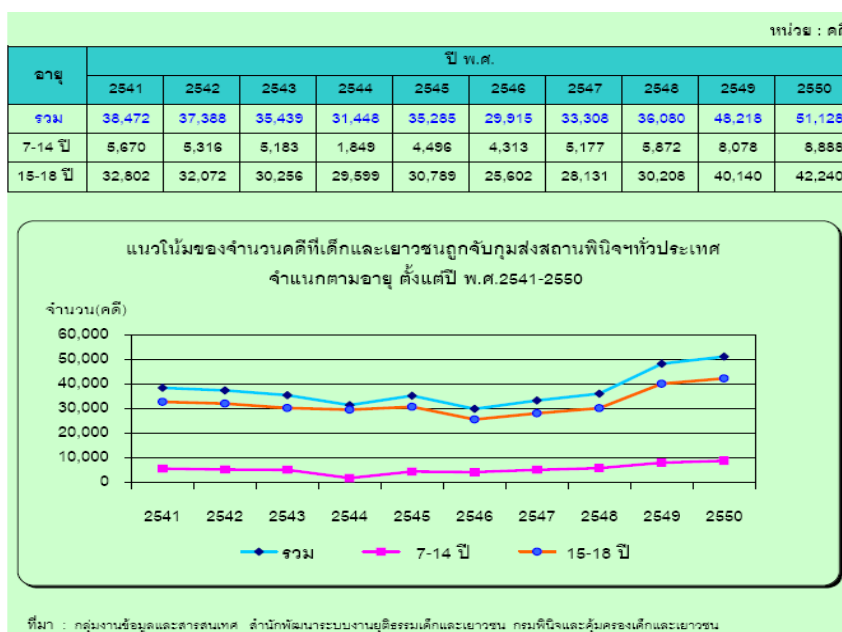
นโยบายเยาวชนแห่งชาติ ฉบับที่ 5 พ.ศ. 2545 กำหนดขึ้นในช่วงแผนชาติฯ ฉบับที่ 9 พ.ศ. 2545-2549 ซึ่งนโยบายเยาวชนแห่งชาติ ฉบับที่ 5 ยังคงเน้นการปลูกฝังเยาวชนให้ตระหนักในความมั่นคงปลอดภัยของประเทศ สำนักในหน้าที่ มีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคม การได้รับการส่งเสริมสุขภาพ มีคุณธรรมจริยธรรม ให้รู้จักช่วยเหลือ ปกป้องตนเองให้รอดพ้นจากอบายมุข การได้รับการพัฒนา ฟื้นฟู ปกป้อง พิทักษ์สิทธิ์ และการส่งเสริมมิตรภาพระหว่างเยาวชนในประเทศกับต่างประเทศตามนโยบายของรัฐ

แต่ถึงอย่างไรก็ตาม สภาพของเด็กและเยาวชนไทยยังห่างไกลจากอุดมคติดังกล่าว เนื่องจากปัจจัยที่จะสนับสนุนการพัฒนาเยาวชนก็มีสภาพที่จำกัด และไม่สามารถตอบสนองการพัฒนาให้มีคุณภาพที่ดีได้ ประกอบกับปัจจุบันสังคมและวัฒนธรรมไทยได้มีการเปลี่ยนแปลงไปตามอิทธิพลของการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การหลั่งไหลเข้ามาของวัฒนธรรมต่างชาติ การสื่อสารโทรคมนาคมซึ่งทันสมัย ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อแบบแผนพฤติกรรม ค่านิยมและทัศนคติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งต่อเยาวชนไทย ซึ่งเป็นวัยที่กำลังเรียนรู้ และมีอิสระในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ได้ซึมซับเอาค่านิยมและวัฒนธรรมตะวันตกที่ไม่เหมาะสม นอกจากนี้มีสถาบันใหม่ที่เข้ามามีบทบาทและอิทธิพลต่อเยาวชนไทยอย่างมาก ได้แก่ สื่อมวลชน ซึ่งมีหลายแขนงทั้ง โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ รวมทั้งสื่ออิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่ คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต วิดีโอ วีซีดี ดีวีดี ฯลฯ ย่อมส่งผล

กระทบต่อโครงสร้างต่าง ๆ ของประเทศไทย ทั้งในด้านชุมชน ครอบครัว และเยาวชนอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ (แสดงในตารางที่ 1)

สถานะที่เด็กต้องปรับตัวต่อสิ่งต่าง ๆ รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงของสังคม ส่งผลให้เด็กเกิดความเครียด วิตกกังวล และห่างเหินจากการยึดมั่นในศาสนธรรม ทำให้เป็นหนทางนำไปสู่พฤติกรรมที่เป็นปัญหา หรือ พฤติกรรมที่เบี่ยงเบนไปจากปกติ (Deviant Behavior) ในรูปแบบต่าง ๆ ที่สังคมไม่ยอมรับ (ประไพพรรณ ภูมิวุฒิสาร, 2530) และเกิดเป็นปัญหาสังคมต่าง ๆ รอบด้านที่เป็นอุปสรรคในการสร้างคุณภาพชีวิตของเยาวชน เช่น ปัญหาการดื่มสุราและยาเสพติด, ปัญหาการทะเลาะวิวาทและใช้ความรุนแรง เป็นต้น ปัญหาเยาวชนจึงถือเป็นหนึ่งในบรรดาปัญหาที่เป็นวิกฤตของสังคมปัจจุบัน อันได้รับการตีแผ่จากสื่อมวลชนซ้ำแล้วซ้ำเล่า และหลายปัญหามีลักษณะความรุนแรง, คาดไม่ถึง และบั่นทอนความรู้สึกรังเกียจของสังคมมากขึ้นเรื่อย ๆ (ทวีศักดิ์ พุฒสุขจี, 2542) ดังจะเห็นได้จากสถิติของกรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชนที่แสดงในตารางที่ 2 ที่แสดงให้เห็นถึงจำนวนวัยรุ่นที่กระทำความผิดมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ ในแต่ละปี

ตารางที่ 2 จำนวนคดีที่เด็กและเยาวชนถูกจับกุมส่งสถานพินิจฯ ทั่วประเทศ จำแนกตามอายุ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541-2550 (www.2.djop.moj.go.th กรกฎาคม 2551)



จากข้อมูลในตารางที่ 2 เมื่อพิจารณาจากระดับอายุของผู้กระทำผิด จะเห็นได้ว่าช่วงอายุที่พบมากที่สุด คือในช่วงอายุระหว่าง 15 - 18 ปี อยู่ในระดับการศึกษามัธยมปลาย รองลงมาคือ ช่วงอายุ 7 - 14 ปี อยู่ในระดับประถมศึกษา

นอกจากนี้ทางสำนักวิจัยแบคโพลล์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ (มตชช., 2548) ในฐานะหน่วยงานทางวิชาการ ที่ได้ตระหนักความสำคัญของปัญหาเยาวชนมาโดยตลอด ได้ทำการวิจัยเชิงสำรวจภาคสนามในโครงการเฝ้าระวังรักษาคุณภาพอนาคตของเยาวชนไทย (Child Watch) ประมวลปัญหาเด็กและเยาวชนตั้งแต่ปี 2546 - 2548 จากกลุ่มเด็กและเยาวชนอายุ 12 - 24 ปีทั่วประเทศ ซึ่งพบว่า กำลังเกิดปัญหาหลัก ๆ ในกลุ่มเยาวชนกว่า 13 ล้านคน มีด้วยกัน 9 ปัญหา ได้แก่ 1. ปัญหาเหล้าและบุหรี่ แบ่งเป็นดื่มเหล้า 5,921,257 คน สูบบุหรี่ 202,893 คน 2. ปัญหาการหนีเรียน 2,086,527 คน 3. ปัญหายาเสพติดใช้ยาบ้า 561,823 คน 4. ปัญหาเรื่องเพศสัมพันธ์หรือโน้มน้าวเชิงขายบริการ 472,575 คน 5. ปัญหาการพนัน เฉพาะนักศึกษาในกรุงเทพมหานครมีจำนวน 101,306 คน 6. ปัญหาการอบรมเลี้ยงดูและใช้จ่ายฟุ่มเฟือย 5,599 บาทต่อเดือน และ 1 ใน 3 รายได้ไม่พอใช้ 7. ปัญหาการใช้ความรุนแรง 8. ปัญหาติดเกมออนไลน์ 9. ปัญหาารถมอเตอร์ไซด์ซิ่ง

จากงานวิจัยของ สุชาภรณ์ ตั้งจิตสาธุกิจ ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัญหาสังคมและค่านิยมเยาวชนไทยในรายการหลุมดำ (2549) พบว่า รายการหลุมดำที่ออกอากาศทั้งหมด 62 ตอน มีเนื้อหารายการที่สะท้อนปัญหาสังคมของเยาวชนทั้งสิ้น 23 ด้าน ปัญหาที่พบมากที่สุดคือ ปัญหาครอบครัว , การขาดการศึกษา, สิ่งเสพติดให้โทษ , อาชญากรรม นอกจากนี้ยังพบปัญหาเยาวชนเกี่ยวกับเรื่องเพศอยู่อีกหลายด้าน ได้แก่ พฤติกรรมเสรีทางเพศ , การตั้งครรภ์ , การทำแท้ง และการขายบริการทางเพศ เป็นต้น

ในส่วน of ข้อมูลจากสถาบันรามจิตติ ได้ประเมินสถานการณ์ของปัญหาเด็กและเยาวชนไทยได้แก่ 1. ขาดความอบอุ่นในครอบครัว พ่อแม่ไม่มีเวลาให้ลูก 2. ห้างไกลวัด ใช้ชีวิตยามว่างตามห้างสรรพสินค้า ใช้มือถือและคุ้ยผ่านอินเทอร์เน็ต (www. 3.webtime.com , 2551) ดังนั้น สิ่งหนึ่งที่ดูเหมือนจะจางหายไปจากสังคมไทยในปัจจุบัน คือ “ ศีลธรรมและจริยธรรม ” ซึ่งมีบทบาทลดน้อยลงอย่างมากในการกล่อมเกลาคิดใจของเยาวชนไทย เพราะเด็กห่างเหินจากการปลูกฝังจากครอบครัว โรงเรียน และสถาบันศาสนา แนวทางการแก้ปัญหาสังคม โดยเฉพาะในเรื่องปัญหาเยาวชนนั้นการให้ความรู้ด้านวิชาการแต่เพียงอย่างเดียว

โดยไม่มี การเน้นความสำคัญเรื่อง การปลูกฝังความประพฤติที่ดีงาม ทำให้ไม่สามารถแก้ปัญหาใด ๆ ได้อย่างเต็มที่ ปัญหาของเยาวชนจึงเป็นปัญหาที่ซับซ้อนและเรื้อรังอยู่ในสังคมมาอย่างยาวนาน

ปัญหาเด็กและเยาวชนจึงควรถูกหยิบยกขึ้นมาศึกษาทำความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง และทุ่มเทกำลังไปที่การแก้ปัญหาที่ต้นเหตุ มิใช่เพียงแต่ทำความเข้าใจกับพฤติกรรม และวิถีชีวิตของเยาวชนเท่านั้น แต่ควรมีแนวทางการปฏิบัติและกิจกรรมที่เพิ่มพูนคุณธรรม จริยธรรมให้มากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างจิตสำนึกของเยาวชนให้ตั้งมั่นอยู่ในศีลธรรมอันดี และนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ค่านิยม ตลอดจนสามารถดำเนินชีวิตได้อย่างมีคุณค่า

ดังนั้น ชมรมพุทธศาสตร์สากลฯ ซึ่งถือกำเนิดขึ้นในปี พ.ศ 2534 โดยการรวมตัวกันของศิษย์เก่าชมรมพุทธจำนวนหนึ่งได้รวมตัวกันทำงาน เพื่ออุทิศตนเพื่อรองรับภาระกิจกรรมในการประสานงานต่อจากชมรมพุทธศาสตร์และประเพณี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งได้รับความเมตตาจากเจ้าประคุณสมเด็จพระพุทธชินวงศ์ (สุวรรณ สุวณฺณโชโต ป.ธ. พ.ศ 2463 – 2537) เจ้าอาวาสวัดเบญจมบพิตรฯ รับเป็นองค์อุปถัมภ์ และใช้ชื่อศูนย์ประสานงานกลางนี้ว่า “ ชมรมพุทธศาสตร์สากล ในอุปถัมภ์สมเด็จพระชินวงศ์ ” ชื่อนี้ใช้สืบมาจนถึงวันที่ 17 พฤศจิกายน พ.ศ 2540 จึงได้กราบอาราธนาสมเด็จพระมหาธีรราชสังฆคณาจารย์ (ช่วง วรบุญโญ ป.ธ 9) เจ้าอาวาสวัดปากน้ำ แม่กองบาลีสนามหลวง เป็นองค์อุปถัมภ์ จึงได้เปลี่ยนชื่อเป็น “ **ชมรมพุทธศาสตร์สากล ในอุปถัมภ์สมเด็จพระมหาธีรราชสังฆคณาจารย์** ” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปลูกฝังคุณธรรมตามหลักคำสอน ในพุทธศาสนา ให้หยั่งลึกในใจของนักเรียน นิสิต นักศึกษา ทุกระดับชั้น เพื่อให้เยาวชนมีความรู้คู่คุณธรรมอย่างแท้จริง นอกจากนั้น ยังมุ่งเน้นการปลูกฝังศีลธรรมสู่เยาวชนผ่านโครงการต่าง ๆ ด้วยจุดมุ่งหมายเดียว คือ **การสร้างเยาวชนให้เป็นคนดี** อาทิเช่น โครงการบรรพชาอุปสมบทหมู่ ธรรมทายาทภาคฤดูร้อน , โครงการอบรมธรรมทายาทหญิง ระดับมัธยมศึกษาและอุดมศึกษา , การจัดค่ายคุณธรรมต่าง ๆ ในสถาบันการศึกษา , ส่งเสริมกิจกรรมชมรมพุทธในมหาวิทยาลัย เช่น กิจกรรมตักบาตร ไหว้ครู , โครงการคัดเลือกสถานศึกษา ส่งเสริมศีลธรรมดีเด่น , โครงการปฏิบัติธรรมผู้บริหาร ครูอาจารย์ และบุคลากรทางการศึกษา , โครงการรณรงค์งดเหล้า บุหรี่ ในสถานศึกษา , โครงการยวทูต “ ทางก้าวหน้า ” , งานเผยแพร่ธรรมะสู่เยาวชนระดับนานาชาติ จึงนับได้ว่าเป็นองค์กรที่มีบทบาทในการส่งเสริมศีลธรรมและจริยธรรมที่ได้ตระหนักถึงความสำคัญและเป็นแกนนำหลักในการจัดอบรมเยาวชนเพื่อปลูกจริยธรรมอันดีงามให้กับนักเรียน นักศึกษา ดังเช่นการจัดโครงการเชิงจริยธรรมที่ได้รับความสนใจจากเยาวชนทั่วประเทศในการเข้าร่วมโครงการจำนวนมากใน 2 อันดับ คือ

1. โครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า เริ่มจัดขึ้นครั้งแรกในปี 2525 ปัจจุบันจัดเป็นครั้งที่ 27 ซึ่งเป็นโครงการที่มีนักเรียน นักศึกษา จากทั่วประเทศจำนวนมากกว่า 5 ล้านคน เข้าร่วมกิจกรรมการตอบปัญหาธรรมะจากหนังสือมงคลชีวิต 38 ประการอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการปลูกฝังคุณธรรมพื้นฐานในการดำเนินชีวิตได้อย่างถูกต้อง ซึ่งเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการจะได้เรียนรู้และซึมซับเอาหลักธรรมคำสอนทางพุทธศาสนา และนำไปสู่แนวทางการปฏิบัติที่ดีงามต่อไป

2. โครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก เริ่มจัดขึ้นครั้งแรก พ.ศ 2551 และจัดขึ้นเป็นครั้งที่ 2 ซึ่งมีความมุ่งหวังที่จะสร้างผู้นำเยาวชนต้นแบบด้านศีลธรรมและคุณธรรม โดยผ่านบทฝึกในกิจวัตรประจำวันอย่างต่อเนื่องจนเป็นนิสัย ควบคู่กับการทำกิจกรรมสร้างสรรค์สังคม โดยสร้างความร่วมมือกับสถาบันหลักของสังคมไทย คือ บ้าน วัด และโรงเรียน ซึ่งเป็นทุนเดิมทางของสังคมไทยที่จะช่วยปลูกฝังรากลึกทางศีลธรรมและคุณธรรมเข้าสู่จิตใจของผู้นำเยาวชนต้นแบบได้อย่างยั่งยืน โดยมีนักเรียนจากทั่วประเทศสนใจเข้าร่วมโครงการมากกว่า 2 แสนคน

จากการดำเนินงานทั้ง 2 โครงการ จึงเป็นที่น่าสนใจอย่างยิ่งว่า หากโครงการเหล่านี้ประสบความสำเร็จ จะเป็นประโยชน์ต่อการวางแนวทางสำคัญในแก้ปัญหาเยาวชนและการจัดกิจกรรมพัฒนาเยาวชนและพัฒนาประเทศต่อไป ดังนั้นงานวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาถึงกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการโน้มน้าวใจให้เยาวชนได้เห็นความสำคัญ และเห็นถึงประโยชน์ที่จะได้รับในการเข้าร่วมโครงการเชิงจริยธรรม ตลอดจนปัจจัยที่ทำให้เยาวชนเข้าร่วมกิจกรรมของโครงการ เพื่อเป็นแนวทางในสร้างจุดจูงใจให้เยาวชนเกิดความสนใจ และปรับปรุงให้การจัดกิจกรรมเชิงจริยธรรมมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นต่อไปในอนาคต

ความผันผวนทางด้านเศรษฐกิจ	ความเสื่อมโทรมทางศีลธรรม และจริยธรรม	การเพิ่มจำนวนของผู้สูงอายุ ในประชากรโลก	ความก้าวหน้าที่ไม่หยุดยั้ง ของเทคโนโลยีการสื่อสาร	
<ul style="list-style-type: none"> • คนตกงานคืนถิ่น / คนว่างงานมากขึ้น • ทรัพยากรไม่เพียงพอ / จัดสรรไม่ดี • อาชญากรรมและความรุนแรงเพิ่มขึ้น • ชุมชนไม่สามารถรองรับและแก้ไข • ปัญหาของผู้ได้รับผลกระทบ → อ่อนแอ → ล่มสลาย 	<ul style="list-style-type: none"> • เกิดบรรยากาศการแข่งขันและการ เอาัดเอาเปรียบมากขึ้น • ความผูกพันฉันท์เพื่อนบ้านลดน้อยลง เกิดความไม่ไว้วางใจกัน • ไม่ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน • ค่านิยมด้านวัตถุมากกว่าด้าน จิตใจ 	<ul style="list-style-type: none"> • ต้องจัดสรรทรัพยากรเพื่อผู้สูงอายุ เพิ่มขึ้น • ชุมชนมีภาระในการดูแลผู้สูงอายุ มากขึ้น • ต้องพัฒนาระบบการให้ผู้สูงอายุ มีส่วนร่วมในกิจการของชุมชน 	<ul style="list-style-type: none"> • ชุมชนได้รับข่าวสารข้อมูลที่มีมีการกั่นกรอง อย่างรวดเร็ว และท่วมท้น โดยเฉพาะเรื่อง • อาชญากรรม ความรุนแรงและสื่อลามก • ไม่มีการเตรียมพร้อมในก้านการเลือกรับ ข่าวสาร • ไม่มีมาตรการทางกฎหมายที่จะจัดการต่อ ข่าวสารที่เป็นอันตราย 	<p>ชุมชน</p> <p>↓</p>
<ul style="list-style-type: none"> • มีรายได้น้อยลง รายจ่ายเพิ่มขึ้น → ไม่สามารถใช้หนี้เดิม → ก่อหนี้ใหม่ ขาดแคลนปัจจัยสี่ • เกิดปัญหาด้านสุขภาพกาย-จิต • เกิดความรุนแรง / แดกแยก • ต้องกลับสู่ชนบท / มีความเป็นอยู่ แร้นแค้นยิ่งขึ้นในเมือง 	<ul style="list-style-type: none"> • อยู่อย่างโดดเดี่ยวมากขึ้นถูกเอาัด • เอาเปรียบมากขึ้น โดยเฉพาะครอบครัว มีเวลาอยู่ด้วยกันน้อยลง เพราะพ่อ-แม่ ต้องขวนขวายหาเงิน • ครอบครัวแตกแยก • เป็นเหยื่อของอบายมุขและสิ่งเสพติด 	<ul style="list-style-type: none"> • ครอบครัวมีภาระในการดูแลผู้สูงอายุ เพิ่มขึ้น • มีทรัพยากรสำหรับสมาชิกอื่นในครอบครัว น้อยลง • มีผู้สูงอายุที่ถูกทอดทิ้งโดยครอบครัว มากขึ้น • มีช่องว่างระหว่างวัยมากขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> • ค่านิยม / วิถีชีวิตเปลี่ยนไปตามการชักนำ ของสื่อ • สมาชิกในครอบครัวมีเวลาพูดคุยกันน้อยลง เพราะใช้เวลากับสื่อมากเกินไป • พ่อแม่ไม่สามารถให้คำแนะนำ และควบคุมการ ใช้สื่อของเด็กได้ 	<p>ครอบครัว</p> <p>↓</p>
<ul style="list-style-type: none"> • ต้องออกจากโรงเรียน • มีปัญหาด้านสุขภาพ / จิต • เป็นเหยื่อความรุนแรง / อาชญากรรม / สิ่งเสพติด • ต้องทำงาน → ถูกทารุณเอาัดเอาเปรียบ เยาวชนตกงาน / คืนถิ่น 	<ul style="list-style-type: none"> • ขาดความอบอุ่น / การดูแลเอาใจใส่ ไม่มีตัวอย่างที่ดี → รับเอาตัวอย่างที่ไม่ดี • มีความประพฤติเบี่ยงเบน → กระทำผิด ไม่มีตัวอย่างที่ดี → รับเอาตัวอย่างที่ไม่ดี • เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตนเป็นใหญ่ 	<ul style="list-style-type: none"> • ได้รับการจัดสรรทรัพยากรน้อยลง • ได้รับการดูแลเอาใจใส่น้อยลง • ต้องช่วยดูแลผู้สูงอายุในครอบครัว • เกิดความเครียด / เบื่อหน่าย จากความขัดแย้ง ระหว่างวัย 	<ul style="list-style-type: none"> • ไม่ได้รับการเตรียมพร้อมเพื่อเลือกรับแต่สื่อที่ดี และปฏิเสธสื่อที่เป็นอันตราย • ไม่มีสื่อที่ดีและเหมาะสมให้เลือกรับมากนัก • มีพฤติกรรมเอาอย่างจากการนำเสนอของสื่อ ตกเป็นเหยื่อสื่อลามก • ถูกล่อลวงโดยผ่านสื่อ 	<p>เด็ก และ เยาวชน</p>

(แหล่งที่มา : สภากง์กรเด็กและเยาวชน , 2543)

ตารางที่ 1 : สถานการณ์สำคัญในศตวรรษที่ 21 : ผลกระทบต่อชุมชน ครอบครัว และเด็ก / เยาวชน

ปัญหานำวิจัย

1. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อโน้มน้าวเยาวชนให้เข้าร่วมในกิจกรรมเชิงจริยธรรมของชมรมพุทธศาสตร์สากลเป็นอย่างไร
2. เยาวชนมีการเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ ทักษะคติ เป็นอย่างไรต่อการประชาสัมพันธ์ของชมรมพุทธศาสตร์สากลเป็นอย่างไร
3. ปัจจัยใดบ้างที่เยาวชนใช้ในการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมเชิงจริยธรรมของชมรมพุทธศาสตร์สากลเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อโน้มน้าวเยาวชนเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมเชิงจริยธรรมของชมรมพุทธศาสตร์สากลเป็นอย่างไร
2. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ ทักษะคติของเยาวชนต่อการประชาสัมพันธ์ของชมรมพุทธศาสตร์สากลเป็นอย่างไร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ทำให้เยาวชนตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมเชิงจริยธรรมของชมรมพุทธศาสตร์สากลเป็นอย่างไร

ขอบเขตการวิจัย

ส่วนที่ 1 การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของโครงการที่จัดกิจกรรมด้านจริยธรรม ที่มีนักเรียนมัธยมตอนต้นและตอนปลายที่เข้าร่วมกิจกรรมเชิงจริยธรรมจำนวนมากที่สุด 2 อันดับ ในช่วงปีพุทธศักราช 2548 – 2551 ซึ่งจัดขึ้นโดยสถาบันพัฒนาเยาวชนโลก ได้แก่

1. โครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า
2. โครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก

ส่วนที่ 2 เพื่อศึกษา การเปิดรับ ความรู้ ทักษะคติ และปัจจัยในการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมเชิงจริยธรรมของนักเรียน นิสิต นักศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุระหว่าง 13 – 23 ปี ที่เคยเข้าร่วมในกิจกรรมของชมรมพุทธศาสตร์สากลฯ โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา คือ

1. โครงการตอบปัญหาธรรมะ ทางก้าวหน้า ศึกษาจาก นิสิต นักศึกษา ระดับอุดมศึกษา
2. โครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก ศึกษาจากนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลาย

นิยามศัพท์ที่ใช้ในงานวิจัย

กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ หมายถึง เทคนิควิธีที่นำมาใช้ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์และการดำเนินงานโครงการ เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของโครงการอย่างมีประสิทธิภาพ โดยพิจารณาจากองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร

การเปิดรับข่าวสาร หมายถึง ความถี่หรือความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์โครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า โครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก และโครงการตั้งจะอริยฐาน ปณิธานสร้างชาติร่วมกัน ซึ่งก่อให้เกิดผลในการเปลี่ยนแปลงในตัวผู้รับสารทั้งในระดับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมในการเข้าร่วมกิจกรรมเชิงจริยธรรม

การรับรู้ หมายถึง ความรู้และความเข้าใจของนักเรียนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เกี่ยวกับวัตถุประสงค์และลักษณะกิจกรรมต่าง ๆ ของโครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า โครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก

ทัศนคติ หมายถึง ความคิดเห็นและความรู้สึกของนักเรียนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีต่อโครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า โครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก และโครงการตั้งจะอริยฐาน ปณิธานสร้างชาติร่วมกัน

กิจกรรมเชิงจริยธรรม หมายถึง กิจกรรมใด ๆ ที่จัดขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและปลูกฝังด้านคุณธรรม และจริยธรรมให้กับผู้เข้าร่วมกิจกรรม เพื่อเป็นแนวทางในการประพฤติปฏิบัติที่ถูกต้องดีงาม

คุณธรรม หมายถึง ธรรมที่เป็นคุณ , ความดีงาม , สภาพที่เกื้อกูล

ศีลธรรม หมายถึง ความประพฤติที่ดีที่ชอบ , ความประพฤติที่ดีงาม

จริยธรรม หมายถึง ความประพฤติอันประเสริฐ หรือ การดำเนินชีวิตอย่างประเสริฐ

เยาวชน หมายถึง บุคคลที่มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 8 – 20 ปี

Supervisor หมายถึง นิสิต นักศึกษาที่ทำหน้าที่ประสานงานศูนย์สอบใน
โครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า

V – Star หมายถึง คำที่ใช้เรียกชื่อนักเรียนที่เข้าร่วม โครงการฟื้นฟู
ศีลธรรมโลก

ชมรมพุทธศาสตร์สากลฯ หมายถึง หน่วยงานที่ดำเนินโครงการตอบปัญหาธรรมะทาง
ก้าวหน้า และ โครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก

วันประเมินมาตรฐานศีลธรรม หมายถึง วันที่นักเรียนที่เข้าร่วมโครงการฟื้นฟูศีลธรรม
โลกทุกโรงเรียนทั่วประเทศได้เข้าร่วมทดสอบความรู้ด้านพุทธศาสนาและวัฒนธรรมชาวพุทธ เพื่อ
ประเมินเกณฑ์มาตรฐานด้านศีลธรรมที่กำหนดไว้

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงแนวทางการวางกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อโน้มน้าวใจเยาวชนให้เข้าร่วมกิจกรรมเชิงจริยธรรม เพื่อเป็นประโยชน์แก่หน่วยงาน องค์กร และสถาบันต่าง ๆ ที่ดูแลรับผิดชอบในด้านการปลูกฝังศีลธรรมและจริยธรรมให้กับเด็กและเยาวชน หรือมีความต้องการที่จะจัดกิจกรรมส่งเสริมด้านจริยธรรมให้กับเยาวชนในประเทศ
2. ทำให้ทราบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการด้านจริยธรรมของเยาวชนที่มีต่อทั้ง 2 โครงการ ซึ่งงานวิจัยนี้จะเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงข้อบกพร่องในการทำประชาสัมพันธ์ต่อไปในอนาคต
3. ทำให้เข้าใจการเปิดรับข่าวสารของเยาวชน ที่มีต่อโครงการด้านจริยธรรม เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการวางแผน , การใช้สื่อการประชาสัมพันธ์ ในโครงการอื่น ๆ ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน
4. ทำให้เห็นการประยุกต์ใช้สื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อโน้มน้าวเยาวชนกลุ่มใหญ่ระดับประเทศ ซึ่งจะช่วยกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาการสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์แก่เยาวชนให้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น
5. ทำให้สามารถนำความรู้ที่ได้จากการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการวางแผน , การวางกลยุทธ์ , รูปแบบกระบวนการสื่อสาร , การสร้างจุดมุ่งใจในการทำประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเรื่องกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และปัจจัยที่ทำให้เยาวชนตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมของชมรมพุทธศาสตร์สากล ฯ ประกอบด้วยโครงการที่อบรมปลูกฝังด้านศีลธรรมให้กับเยาวชนจำนวน 2 โครงการ คือ โครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า และ โครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก จึงได้นำแนวคิดและทฤษฎี รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบในการวิจัยดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดทฤษฎีการโน้มน้าวใจ
2. แนวคิดการเปิดรับข่าวสาร
3. แนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม (KAP)
4. แนวคิดพฤติกรรมวัยรุ่นตามหลักจิตวิทยาพัฒนาการ
5. แนวคิดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีการโน้มน้าวใจ

ความหมาย

วาสนา จันทร์สว่าง (2532) ได้ให้ความหมายของการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ (Persuasive Communication) หมายถึง การสื่อสารเพื่อจูงใจ ชี้แนะและชักชวนให้บุคคลทำตามในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง การศึกษาเรื่องการโน้มน้าวใจนั้น มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแนวทางในการที่จะพยายามทำความเข้าใจและผลักดันพฤติกรรมของผู้อื่นให้ปฏิบัติตาม หรือมีปฏิกิริยาตามที่ต้องการ โดยอาศัยกระบวนการสื่อสารที่มีประสิทธิผลเป็นเครื่องมือในการโน้มน้าวใจ โดยมุ่งไปที่เป้าหมาย คือ ผู้รับสาร สถานการณ์ และช่องทางในการรับสาร

กรณีการ อัสวครเดชา (2550) การโน้มน้าว เป็นการกระทำหรือพฤติกรรมทางสังคมที่ซับซ้อน โดยการใช้สัญลักษณ์ (สาร) ที่ได้ยินหรือได้เห็น รวมถึงปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้โน้มน้าว การโน้มน้าวใจมีรูปแบบที่เหมือนกับการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพโดยทั่วไป คือ ต้องมีจุดประสงค์ที่แน่นอน ชัดเจน มีการใช้สัญลักษณ์อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งด้านการเขียน การอ่าน และอวัจนภาษาต่าง ๆ นอกจากนี้ การโน้มน้าวใจจะต้องมีกระบวนการโต้ตอบกันระหว่างแหล่งข่าวสารหรือผู้ใส่รหัส กับผู้รับสารหรือผู้ถอดรหัส

เออร์วิน พี. เบททิงเฮ้าส์ (Erwin P. Bettinghaus , 1950) ได้กล่าวว่า การโน้มน้าวใจเป็นรูปแบบการปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ ที่เกิดขึ้นเมื่อบุคคลคนเดียวต้องการที่จะตอบสนองเฉพาะจากบุคคลเดียวหรือมากกว่า และมีความตั้งใจที่จะได้รับการตอบสนองผ่านการสื่อสาร ซึ่งเกิดขึ้นเมื่อบุคคลทั้งสอง หรือมากกว่าเห็นด้วยกับการให้ความร่วมมือในการสื่อสาร ที่พยายามจะเข้าถึงการเปลี่ยนแปลง การตัดสินใจ และการกระทำ การโน้มน้าวใจเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเปลี่ยนแปลงสังคม แต่เรามักโต้แย้งว่ามันมีประโยชน์ในการเป็นเครื่องมือหลักที่จะแก้ไขปัญหาสังคมที่หลากหลาย

จุดประสงค์ของการโน้มน้าวใจ

การโน้มน้าวใจเป็นการใช้คำพูดเพื่อปรับเปลี่ยนทัศนคติหรือพฤติกรรมของผู้รับสารให้ไปในทิศทางที่ผู้ส่งสารตั้งใจไว้ ดังนั้นผู้ส่งสารจึงต้องมีการระบุวัตถุประสงค์ในการโน้มน้าวใจที่ชัดเจน เพื่อประโยชน์หลายประการดังนี้ (กรณีการ อัสวครเดชา , 2550)

1. จุดประสงค์ที่ชัดเจนจะทำให้มีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจเกิดเอกภาพ เน้นย้ำ และสอดคล้องกันอย่างเป็นเรื่องราว
2. จุดประสงค์ที่ชัดเจนจะช่วยย้ำความต้องการในกาสื่อสารของผู้ทำการโน้มน้าวใจ และเป็นแรงกระตุ้นผู้ทำการโน้มน้าวใจด้วย
3. จุดประสงค์ที่ชัดเจนช่วยให้ผู้ทำการโน้มน้าวใจเลือกเนื้อที่เกี่ยวข้องและจำเป็นต่อสารได้อย่างถูกต้องมากขึ้น
4. จุดประสงค์ที่ชัดเจนช่วยให้ผู้ทำการโน้มน้าวใจปรับแนวทางการโน้มน้าวใจตามผลสะท้อนที่ได้รับจากผู้ถูกโน้มน้าวได้อย่างต่อเนื่อง
5. การได้ทราบจุดประสงค์ของสารที่ชัดเจนจะช่วยให้ผู้รับสารเข้าใจ วิเคราะห์ และวิจารณ์สารได้ จุดประสงค์ที่คลุมเครือทำให้ผู้รับสารเข้าใจสารผิด และประเมินสารได้ไม่ชัดเจน

การระบุจุดประสงค์ จึงเป็นลักษณะที่สำคัญอันดับต้น ๆ ในการโน้มน้าวใจ หรือกล่าวได้ว่า เราไม่อาจคาดการณ์ล่วงหน้า หรือประเมินประสิทธิภาพของการโน้มน้าวใจได้ หากไม่ทราบถึงจุดประสงค์ที่แน่นอนและไม่ทราบข้อมูลอันใดเกี่ยวกับผู้รับสารของเรา

จุดประสงค์ของการโน้มน้าวใจอาจแบ่งได้เป็น 4 ประการด้วยกัน คือ จุดประสงค์แบบทันทีทันใด (Immediate Purpose) จุดประสงค์แบบรอผล (delayed Purpose) จุดประสงค์ที่มุ่งในเรื่องความเชื่อ (Belief Purpose) และจุดประสงค์ที่มุ่งเน้นในเรื่องการกระทำ (Action Purpose)

1. จุดประสงค์แบบทันทีทันใด (Immediate Purpose) จุดประสงค์แบบรอผล (delayed Purpose)

หากผู้ทำการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจมีจุดประสงค์เพื่อบรรลุเป้าหมายในระหว่างหรือทันทีที่เสร็จสิ้นการส่งสาร เราเรียกจุดประสงค์นี้ว่า จุดประสงค์แบบทันทีทันใด แต่หากการโน้มน้าวใจนั้น มุ่งเพื่อเป็นพื้นฐานในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในเวลาต่อมา เราเรียกจุดประสงค์นี้ว่า จุดประสงค์แบบรอผล

2. จุดประสงค์ที่มุ่งในเรื่องความเชื่อ (Belief Purpose) และจุดประสงค์ที่มุ่งเน้นในเรื่องการกระทำ (Action Purpose)

การเปลี่ยนพฤติกรรมของคน (Behavioral change –Action) โดยทั่วไปจะเกี่ยวข้องกับ การเปลี่ยนความเชื่อ ทักษะ และ การกระทำที่แสดงออกมา ซึ่งทั้งสองสิ่งนั้นแยกออกจากกันได้ยาก กล่าวคือ บุคคลจะไม่แสดงพฤติกรรมที่ถูกโน้มน้าว หากเขาไม่ได้รับการโน้มน้าวให้เปลี่ยนความเชื่อหรือทัศนคติก่อน อย่างไรก็ตาม ปกติแล้วการโน้มน้าวนั้นจะมีเป้าหมายหลักเพื่อเปลี่ยนความเชื่อ ทักษะ หรือเปลี่ยนพฤติกรรม แต่ในบางครั้งการโน้มน้าวก็มีจุดมุ่งหมายเพื่อเปลี่ยนทั้งสองอย่าง

การโน้มน้าวใจที่มุ่งเปลี่ยนความเชื่อหรือทัศนคติมักจัดได้ว่าเป็น จุดประสงค์แบบรอผล (delayed Purpose) ส่วนการโน้มน้าวใจที่มุ่งการเปลี่ยนพฤติกรรมมักเรียกว่าเป็น จุดประสงค์แบบทันทีทันใด (Immediate Purpose)

ในสารที่มุ่งจุดประสงค์เพื่อเปลี่ยนทัศนคติเป็นสำคัญ การเปลี่ยนทัศนคติในแง่ของตำแหน่งบนสเกลการยอมรับ - การปฏิเสธ (Acceptance – Rejection Scale) หรือเรียกว่า การเปลี่ยนในแง่ของความรุนแรง (Intensity) นั่นคือ เปลี่ยนความเชื่อมั่นของทัศนคติที่มีอยู่

เดิม ดังนั้น ผู้ทำการโน้มน้าวที่สนใจในการเปลี่ยนทัศนคติ หรือการสร้างทัศนคติจะมีจุดประสงค์อยู่ 3 ประการ คือ

1. ย้ำทัศนคติที่มีอยู่แล้วให้คงมีอยู่ในระดับเดิมนั้นต่อไป
2. เปลี่ยนตำแหน่งความเชื่อหรือทัศนคติ เช่น จากยอมรับธรรมดาๆ เป็นยอมรับเต็มที่ หรือจากไม่ยอมรับเลย มาเป็นเฉยๆ หรือจากไม่ยอมรับเป็นเฉยๆ และยอมรับในที่สุด
3. มุ่งสร้างทัศนคติใหม่ขึ้นมามากกว่าการเปลี่ยนทัศนคติที่มีอยู่แล้ว การสร้างทัศนคติใหม่ได้โดยการโน้มน้าวใจยื่นข้อเสนอแนะที่ผู้ถูกโน้มน้าวใจไม่เคยได้รับมาก่อน เช่น นักโฆษณาต้องการโน้มน้าวให้ผู้บริโภคหันมาใช้สินค้าของตนซึ่งเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในขณะที่เดียวกันนักโฆษณาก็ต้องให้ความรู้ถึงความจำเป็นของบริการรักษาสิ่งแวดล้อม ในโอกาสเช่นนี้ ผู้ทำการโน้มน้าวใจมีโอกาสที่จะสร้างความคิดเห็นใหม่ ๆ ให้แก่ผู้ถูกโน้มน้าวใจ

ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการโน้มน้าวใจ

สภาวะของผู้รับสาร ประกอบด้วยความคิดเห็น ความเชื่อและค่านิยม การเปลี่ยนแปลงสภาวะนี้จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงของการรับรู้ การเปลี่ยนแปลงด้านอารมณ์ ความรู้สึก ความนึกคิด และเป้าหมายที่ต้องการ คือ การเปลี่ยนพฤติกรรม ส่วนสถานการณ์ข่าวสารและช่องทางในการรับสารเพื่อการจูงใจนั้น ได้มีการศึกษาในกระบวนการจิตวิทยา สังคมวิทยาไว้หลายรูปแบบและหลายทฤษฎี ซึ่งจะเป็ประโยชน์สำหรับสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ เช่น ทฤษฎีการเรียนรู้ ทฤษฎีแห่งความสมดุล และทฤษฎีการตัดสินใจด้วยสังคม

1. ทฤษฎีการเรียนรู้ (Learning Theory)

เน้นเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างแรงกระตุ้นและการตอบสนอง แรงกระตุ้น หมายถึงอะไรก็ตามที่ผู้รับสารสังเกตเห็นเมื่อมีการสื่อสารและมีปฏิกิริยาตอบสนองแรงกระตุ้นนั้น จากทฤษฎีการเรียนรู้ที่พบว่า การสื่อสารจะได้ผลต่อเมื่อมีการให้กำลังใจทางบวกและทางลบแล้วแต่กรณี โดยวิธีให้รางวัลและโทษ ซึ่งจะต้องกระทำโดยรวดเร็วเด่นชัดจะได้ผลตามเงื่อนไข ดบอดจนมีการย้ำการซ้ำ และการติดตาม เพราะผู้รับสารมีความสามารถในการรับแตกต่างกัน มีภูมิหลังด้านกายภาพและจิตวิทยาต่าง ๆ กันไป และโดยเฉพาะการจัดการเรียนรู้จะต้องจัดองค์ประกอบอย่างง่าย ๆ เพื่อความเข้าใจ หรือถ้าเป็นสิ่งที่ยุ่งยากซับซ้อน ต้องเริ่มจากระดับง่าย ๆ ก่อนเสมอ เพื่อความเข้าใจของผู้รับสารตามขั้นตอนต่าง ๆ หรือการจัดและปรับปรุง

เรื่องราวที่ยุกยักซับซ้อนให้เป็นเรื่องง่าย ๆ เข้าใจได้ง่าย และสื่อสารเรื่องง่าย ๆ ธรรมดาให้ดูง่าย และเป็นธรรมดามากกว่าเดิม

2. ทฤษฎีแห่งความสมดุล (Balance Theory) ในการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจนั้นทฤษฎีนี้กล่าวว่า

2.1 บุคคลจะตกอยู่ในสภาพไม่สมดุล เมื่อเผชิญกับสถานการณ์ซึ่งอยู่ในสภาพเกี่ยวพันซึ่งกันและกัน โดยไม่อาจตัดจิตใจทางใดทางหนึ่งได้อย่างทันท่วงที เมื่อบุคคลตกอยู่ในสภาพเช่นนั้น ก็จะพยายามลดความไม่สมดุล ไม่สอดคล้องด้วยวิธีใดวิธีหนึ่ง ซึ่งเป็นหน้าที่ของผู้สื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ จะช่วยลดความไม่สมดุลด้วยการกระตุ้นการตัดจิตใจ เพื่อลดความไม่สอดคล้องที่เกิดขึ้น

2.2 ความไม่สมดุลที่เกิดขึ้น มีส่วนเกี่ยวข้องในเรื่องเนื้อหาและจำนวนข่าวสาร ซึ่งจะมีผลโดยตรงต่อทัศนคติของบุคคล ถ้าความไม่สมดุลอยู่ในระดับต่ำ บุคคลที่ตกอยู่ในสภาพนั้นจะเปลี่ยนทัศนคติได้ในระดับต่ำด้วย แต่หากความไม่สมดุลอยู่ในระดับสูง การโน้มน้าวใจประสบผลสำเร็จได้มากกว่า

2.3 ความสัมพันธ์ของตัวแปรในการเลือก (Variable of Choice) และผลที่ตามมา (Commitment) เป็นสิ่งสำคัญที่บุคคลคำนึงถึงเมื่อประสบความสอดคล้อง ซึ่งต้องตัดสินใจเลือก ฉะนั้น นักสื่อสารจะพิจารณาผลของการเลือกสิ่งตอบแทน ประโยชน์ที่มองเห็นในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อที่จะสามารถโน้มน้าวใจ

2.4 เป็นการยากมากที่การโน้มน้าวใจ เพื่อความไม่สมดุลนั้นจะกระทำได้โดยสำเร็จด้วยการสื่อสารเพียงครั้งเดียว เพราะฉะนั้นจะต้องมีการย้ำ การเน้น หรือ การซ้ำ มีการประเมินผลแล้วสื่อสารใหม่อย่างต่อเนื่อง

3. ทฤษฎีการตัดสินใจโดยสังคม (Social Judgment Theory)

ทฤษฎีนี้ กล่าวถึง การเปลี่ยนแปลงทัศนคติว่า ผู้รับสารโดยปกติจะมีทัศนคติหลักของตนเองจากการขัดเกลาทางสังคม (Socialization) และการสั่งสมทางสังคม ทั้งนี้การจะยอมรับหรือไม่ของบุคคลขึ้นอยู่กับ

3.1 สารที่จูงใจอยู่ใกล้ทัศนคติของบุคคลนั้นเพียงใด ถ้าใกล้มากการยอมรับก็จะสูงมากกว่าปกติ

3.2 ถ้าสารนั้นไม่สอดคล้องกับทัศนคติหลักมากเพียงใด หรืออยู่ตรงข้ามกัน ผู้รับสารจะอยู่ในขอบเขตของการปฏิเสธ โดยจะมองว่าความขัดแย้งเกิดขึ้นมากกว่าความเป็นจริง

ฉะนั้นการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจจะต้องใกล้เคียงหรือทำให้ดูเหมือนใกล้เคียง และไม่ขัดแย้งกับทัศนคติหลักของผู้รับสาร

ข้อพิจารณาในการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ

นอกจากทฤษฎีข้างต้นแล้ว นักสื่อสารมวลชนควรจะได้ตระหนักถึงข้อพิจารณาในการสื่อสารโน้มน้าวใจอีก 5 ประการเพื่อความสำเร็จตามเป้าหมาย คือ

1. วัตถุประสงค์การโน้มน้าวใจ

การโน้มน้าวใจจะประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย จำเป็นต้องมีวัตถุประสงค์ระบุไว้อย่างชัดเจน คือ ให้เกิดความเป็นเอกภาพ มีการเน้น การย้ำ การกระตุ้นเตือน การซ้ำได้อย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้ส่งสารสามารถเลือกช่องทางในการสื่อสารได้อย่างถูกต้อง สามารถติดตามผลการดำเนินงานโดยมีการประเมินผลเป็นระยะตามต้องการรวมทั้งพิจารณาถึงปฏิกิริยาสะท้อนกลับ (Feedback) แล้วนำมาปรับปรุงการสื่อสารใหม่ครั้งต่อไป เป็นแนวทางและเป้าหมายในการดำเนินงานถึงเป็นสิ่งจูงใจสำหรับผู้ส่งสาร ทำให้ผู้รับสามารถรับรู้ วิเคราะห์ และประเมินสารเพื่อการโน้มน้าวใจได้อย่างถูกต้อง

2. การถือผู้รับสารเป็นศูนย์กลางในการโน้มน้าวใจ

ผู้รับสารมีความสำคัญมากสำหรับการโน้มน้าวใจ ต้องมีการวิเคราะห์อย่างแน่ชัดว่าผู้รับคือใคร เป็นอย่างไร มีประสบการณ์ การรับรู้ ค่านิยม ความเชื่อ ทักษะ และระบบสังคมวัฒนธรรมอย่างไร เราจะไม่สามารถโน้มน้าวใจได้เลย ถ้าหากไม่รู้จักวิเคราะห์ผู้รับสารอย่างชัดเจนแจ่มแจ้ง และถือว่าผู้รับสารเป็นศูนย์กลางในการเตรียมสารที่ถูกต้องเหมาะสม

3. กระบวนการโน้มน้าวใจ

กระบวนการโน้มน้าวใจเป็นการสื่อสารอีกรูปแบบหนึ่ง ซึ่งเป็นกระบวนการ เพราะมีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง ดำเนินกิจกรรมต่อเนื่อง ไม่มีจุดเริ่มต้น ไม่มีจุดสิ้นสุด

กระบวนการโน้มน้าวใจประกอบด้วย

- 3.1 ผู้ส่งสารต้องมีเป้าหมายที่แน่นอน มีวัตถุประสงค์ตั้งไว้เด่นชัด
- 3.2 วิเคราะห์ผู้รับสารอย่างถ่องแท้ เพื่อทำการเตรียมสาร
- 3.3 การเลือกสื่อหรือช่องทางส่งสารถึงผู้รับ
- 3.4 ผู้ถอดรหัสสารและตีความ
- 3.5 การมีปฏิกิริยาตอบสนอง

กระบวนการโน้มน้าวใจจะต้องเกี่ยวข้องกับหลักจิตวิทยา การโน้มน้าวใจจะเป็นไปได้เมื่อ

- ผู้รับสารมีความตั้งใจรับสาร
- ใช้สัญลักษณ์ที่เห็นได้และฟังได้ เพื่อให้สารง่ายแก่การเข้าใจ
- เร้าความต้องการและความจำเป็นของผู้รับสาร
- ให้การตอบสนองผู้รับได้ตามที่ต้องการ

4. ข้อจำกัดของการโน้มน้าวใจ

การโน้มน้าวใจมีข้อจำกัดบางประการ คือ

1. การแลกเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมอาจใช้เวลานานกว่าจะเห็นผลและสังเกตได้
2. การโน้มน้าวใจขึ้นอยู่กับทักษะของผู้ส่งสาร
3. การโน้มน้าวใจต้องมีการปฏิบัติต่อเนื่อง
4. มีช่องว่างระหว่างทักษะของผู้ส่งสาร และความสามารถในการตอบสนองของผู้รับสาร บางครั้งผู้รับสารอาจจะทำตาม เช่น อยากซื้อแต่ไม่มีเงิน

องค์ประกอบทางจิตวิทยาในการโน้มน้าวใจ

ผู้ส่งสารต้องพิจารณาถึงองค์ประกอบทางด้านจิตวิทยาของบุคคลในเรื่องของความสนใจ และรับรู้ของผู้รับสาร โดยสังเกตการเปิดรับของบุคคลด้วยอวัยวะสัมผัสต่างๆ อันได้แก่ การเห็น การได้ยิน การได้กลิ่น การลิ้มรส และการสัมผัส กระบวนการรับรู้ซึ่งจะแปลความหมายของสิ่งที่ได้สัมผัส ถ้าคนเราไม่สนใจ ไม่เปิดรับ การสื่อสารจะไม่เกิดขึ้นและจะไม่มีการรับรู้สิ่งใดเลย

สิ่งเร้าภายในและสิ่งเร้าภายนอก มีความสำคัญในการโน้มน้าวใจหักเหซึ่งกัน และเป็นสิ่งสำคัญที่ควรศึกษาก่อนการดำเนินการ โน้มน้าวใจ

ความสนใจต่อสิ่งเร้าภายนอก (Involuntary Attention) คือ

1. ขนาด (Size) สิ่งที่ใหญ่สามารถดึงดูดใจได้มากกว่าสิ่งเล็กๆ สิ่งที่ใหญ่จะเป็นสิ่งสะดุดตามากกว่าสิ่งเล็กๆ โดยเฉพาะเมื่อนามาเปรียบเทียบกัน นำมาวางใกล้กัน สิ่งเล็กจะดูด้อยค่าไม่น่าสนใจกว่าเสมอ
2. ความเข้ม (Intensity) ความเข้มในที่นี้คือ ความเข้มของเสียง สี กลิ่นและความดัง สิ่งเร้าที่มีความเข้มสูงจะเรียกเรื่องความสนใจได้มากกว่า แต่อาจเป็นระยะเวลาสั้นๆ

3. ความเคลื่อนไหว (Movement) การเคลื่อนที่ของสิ่งเร้าจะกระตุ้นความสนใจได้มากกว่าสิ่งที่สงบนิ่ง ไม่มีการเคลื่อนไหว การเคลื่อนที่ก่อให้เกิดชีวิตจิตใจ และธรรมชาติของความสนใจนั้นมีการเปลี่ยนแปลงเคลื่อนที่เช่นกัน
4. การซ้ำ การซ้ำ (Repetition) สิ่งเร้าจะน่าสนใจมากกว่า ถ้ามีการนำเสนอมากกว่า 1 ครั้ง แต่ทำมากไปความถี่บ่อยครั้งเกินไป ผู้รับอาจจะเกิดความเบื่อหน่าย ฉะนั้นการซ้ำต้องมีระยะเวลาห่างพอสมควร และมีความต่อเนื่องกันโดยตลอด อาจจะมีการเปลี่ยนแปลงการนำเสนอในรูปแบบที่ต่างกัน แต่วัตถุประสงค์ในการโน้มน้าวใจยังเป็นวัตถุประสงค์เดิม
5. ความชัดเจนแจ่มแจ้ง (Vividness) สิ่งที่จะแยกสิ่งเร้าแต่ละสิ่งให้แตกต่างกันอีกประการหนึ่งคือ ความชัดเจนแจ่มแจ้งของสิ่งเร้า สีสันที่สดใสกระตุ้นความสนใจได้มากกว่าสีหม่น ๆ หมอง ๆ หรือโครงร่างในแนวสูงจะเร้าความสนใจได้มากกว่าโครงร่างในแนวราบ

การรับรู้ของบุคคลต่อสิ่งเร้าภายใน (Voluntary Attention)

การรับรู้ในเรื่องสำคัญของบุคคล จะเป็นเรื่องภายในของบุคคลมากกว่าเรื่องภายนอก เพราะการรับรู้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์เป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้น ไม่ใช่สิ่งง่ายนักในกาที่จะชักจูงโน้มน้าวจิตใจคนที่มีประสบการณ์หลากหลายรูปแบบ และค่อนข้างยากในการเรียนรู้ถึงประสบการณ์ในอดีตของผู้รับสาร โดยเฉพาะผู้ที่มีความแตกต่างกันในเรื่องของภาษา วัฒนธรรม การศึกษา ประสบการณ์ทางสังคม ผู้รับสารจะรับเฉพาะในสิ่งที่เขาค้นเคยและมีประสบการณ์ในอดีต ฉะนั้น การเรียนรู้ประสบการณ์ของบุคคลมีอิทธิพลมากในการสื่อสารโน้มน้าวใจ

นอกจากนี้ การรับรู้ของบุคคลยังขึ้นอยู่กับสิ่งจูงใจทั้งในส่วนตัวและสังคม สิ่งจูงใจส่วนตัวขึ้นอยู่กับลักษณะทางชีวภาพและสภาพจิตใจ อารมณ์ ความรู้สึกนึกคิดของบุคคล ส่วนสิ่งจูงใจทางสังคม เช่น บุคคลจะรับข่าวสารการเมือง ทั้งๆที่ไม่ชอบและไม่อยากสนใจ แต่ก็มี การรับรู้และสนใจด้วยความกลัวว่าจะเป็นบุคคลที่เซย เลียนแบบเพื่อนเพื่อจะได้ไม่ถูกทอดทิ้ง หรือมีความแตกต่างจากกลุ่มของตนเอง เป็นต้น

การนำเสนอสารเพื่อโน้มน้าวใจ

การนำเสนอสารเพื่อการโน้มน้าวใจนั้น ควรพิจารณาขั้นตอนต่าง ๆ ของการรับฟังยอมรับของบุคคลเพื่อการเปลี่ยนทัศนคติ เปลี่ยนพฤติกรรม ดังนี้

1. การยอมรับฟัง รับทราบ รับรู้ความคิดเห็นโดยไม่ได้แข็ง (Receiving)
2. ผู้รับจะปฏิบัติตามเมื่อถูกขอร้อง (Responding or Request)

3. ยอมรับและปฏิบัติตามเพราะเห็นด้วย เป็นประโยชน์และสอดคล้องกับค่านิยมของตน (Valuing)
4. การพิจารณาแนวคิดใหม่และแนวคิดเก่า ความสัมพันธ์ของแนวคิดเพื่อสร้างแนวคิดใหม่ของบุคคลนั้น (Conceptualization)
5. การนำเอาแนวคิดนั้นมาเป็นบุคลิกลักษณะของตน (Characterization)

จุดจูงใจในสาร (Message Appeals)

อรวรรณ ปิณฑน์โอวาท , (2549) จุดจูงใจในสารอาจจะเป็นทางด้านชีววิทยา (ความต้องการทางด้านสรีระ) หรือเป็นจุดจูงใจที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learned Motive) แต่การโน้มน้าวจะได้ผลดียิ่งขึ้น ถ้ามีจุดจูงใจที่ผู้รับสามารถเชื่อมโยงได้กับกรอบอ้างอิงของตัวเอง จุดจูงใจที่ใช้กันทั่วไปได้แก่

1. จุดจูงใจโดยใช้ความกลัว (Fear Appeals)
2. จุดจูงใจโดยใช้อารมณ์ (Emotion Appeals)
3. จุดจูงใจโดยใช้ความโกรธ (Anger Appeals)
4. จุดจูงใจโดยใช้อารมณ์ขัน (Humorous Appeals)
5. จุดจูงใจโดยใช้รางวัล (Rewards Appeals)
6. จุดจูงใจโดยใช้แรงจูงใจ (Motivational Appeals)

กล่าวโดยสรุปแล้วจุดจูงใจในการเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ที่ใช้ในการโน้มน้าวใจซึ่งผนวกเข้าไปกับการเตรียมสารหลังจากที่เลือกแล้วว่าจะมีวิธีการจัดเรียบเรียงสารอย่างไร ผู้ส่งสารต้องคิดถึงจุดจูงใจที่จะต้องใช่ อาจจะใช้ความกลัว รางวัล หรือการเร้าอารมณ์แบบอื่น ความแตกต่างสำคัญยิ่งระหว่างสารที่มุ่งให้ข้อมูลกับสารที่มุ่งโน้มน้าวใจ คือ สารประเภทหลังจะเน้นที่จุดจูงใจ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร

ความหมาย

Assael , (1998) กล่าวว่า การเปิดรับ (Expose) หมายถึง การที่ประสาทสัมผัสของผู้บริโภค ซึ่งได้แก่ การมองเห็น การได้ยินเสียง การสัมผัส และการดมกลิ่น ถูกกระตุ้นโดยสิ่งเร้า ซึ่งผู้บริโภคจะเป็นผู้เลือกเองว่าสิ่งเร้าใดที่ตรงกับความต้องการของตน ผู้บริโภคจะหลีกเลี่ยง

การเปิดรับสิ่งเร้าที่ตนไม่สนใจและเห็นว่าไม่มีความสำคัญ และหากผู้บริโภคลือกรับสิ่งเร้า การเปิดรับสื่อก็จะเกิดขึ้นทันที ทั้งนี้การเปิดรับจะมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจรับสารด้วย โดยที่ความสนใจ (Interest) และความเกี่ยวพัน (Involvement) ของผู้บริโภคกับสิ่งเร้าจะสะท้อนออกมาในระดับของความตั้งใจ (Attention) ที่ผู้บริโภคให้กับสิ่งเร้า

แซมมวล เบคเกอร์ (Samuel L.Baker, 1971) ให้ความหมายของการเปิดรับข่าวสารโดยจำแนกตามพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารดังนี้

1. การแสวงหาข้อมูล กล่าวคือ บุคคลจะแสวงหาข้อมูลเมื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่น เรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือเรื่องทั่วไป
2. การเปิดรับข้อมูล กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจ อยากรู้ เช่น เปิดโทรทัศน์เพื่อดูรายการที่สนใจหรือมีผู้แนะนำมา หรือขณะอ่านหนังสือพิมพ์หรือดูโทรทัศน์ หากมีเรื่องที่มีความเกี่ยวข้องกับตนเอง จะให้ความสนใจเป็นพิเศษ
3. การเปิดรับประสบการณ์ กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสาร เพราะต้องการกระทำสิ่งใด สิ่งหนึ่ง หรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

องค์ประกอบและกระบวนการในการเลือกรับข่าวสาร

ข่าวสารเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ ความต้องการข่าวสารจะเพิ่มมากขึ้นเมื่อบุคคลต้องการข้อมูลในการตัดสินใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง บุคคลจะไม่ได้รับข่าวสารสู่ตนเองทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อตนเอง แรงผลักดันที่ทำให้บุคคลหนึ่งมีการเลือกรับสารเกิดจากคุณสมบัติพื้นฐานของผู้รับสารด้านต่าง ๆ ได้แก่

1. องค์ประกอบทางด้านจิตใจ เช่น กระบวนการเลือกรับข่าวสาร การเลือกรับรู้ทัศนคติและประสบการณ์เดิมของตน
2. องค์ประกอบทางสังคม สภาพแวดล้อม เช่น ครอบครัว วัฒนธรรมประเพณี ลักษณะทางประชากร เช่น เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพทางสังคม

ในการรับข่าวสารผู้รับสารมีกระบวนการเลือกสรร (Selective Process) ซึ่งในแต่ละคนก็จะแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ พื้นฐานครอบครัว ความเชื่อ ความรู้สึกนึกคิด ที่ไม่เหมือนกัน ในแต่ละคน กระบวนการดังกล่าว ประกอบไปด้วย 4 ขั้นตอนดังนี้ (Josept T. Klapper , 1960)

1. การเลือกเปิดรับหรือการเลือกสนใจ (Selective Exposure / Selective Attention) หมายถึง การที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง (Festiger 1975 , อ้างถึงใน พิระ จิรโสภณ , 2532) กล่าวว่าคุณคนมักจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกนึกคิดเดิมของตน ทั้งนี้ เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่ลงรอยกับความเข้าใจหรือทัศนคติเดิมของตนนั้น จะก่อให้เกิดความไม่สบายใจได้ (Cognitive Dissonance) ดังนั้นการที่จะลดหรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ ก็ต้องแสวงหาข่าวสารที่ลงรอยกับความคิดเดิม นอกจากทัศนคติดั้งเดิมที่เป็นตัวกำหนดในการเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว ยังมีปัจจัยด้านสังคม ความเชื่อ อุดมการณ์ ลัทธินิยม ศาสนา ประเพณี วัฒนธรรม และประสบการณ์

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) นอกจากบุคคลจะเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว ยังเลือกให้ความสนใจต่อข่าวสารที่ได้รับซึ่งสอดคล้อง หรือเข้ากันได้กับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิมของบุคคลนั้น ในขณะที่เดียวกันก็พยายามหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารที่ขัดต่อทัศนคติ หรือความคิดดั้งเดิม ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้สึก จะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจและสับสนได้

3. การเลือกรับรู้หรือการเลือกตีความ (Selective Perception / Selective Interpretation) เป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมา ผู้รับสารแต่ละคนอาจจะตีความหมายข่าวสารเดียวกันที่ส่งผ่านสื่อไม่เหมือนกัน ความหมายของข่าวสารที่ส่งไปถึงมิได้อยู่ในตัวอักษร รูปภาพ หรือคำพูดเท่านั้น แต่อยู่ที่ผู้รับสารที่จะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความหมายตามความเข้าใจของตนเอง หรือความต้องการ ความเชื่อ แรงจูงใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความคาดหวัง สภาวะร่างกายหรืออารมณ์ในขณะนั้น ดังนั้นในบางครั้งอาจเกิดการบิดเบือนข่าวสารเพื่อให้สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของผู้รับสารเอง

4. การเลือกที่จะจดจำ (Selective Retention) คือการที่ผู้บริโภคมุ่งจดจำข้อมูลข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติของตนเอง และมักจะลืมสิ่งที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่า ดังนั้น การเลือกจดจำเนื้อหาข่าวสารที่ได้รับจึงเท่ากับเป็นการช่วยเสริมให้ทัศนคติหรือความเชื่อเดิมของคนเรามีความมั่นคงยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงได้ยากขึ้น

การเลือกจดจำนั้น เปรียบเสมือนเครื่องกรองตัวสุดท้ายที่มีผลต่อการส่งสารไปยังผู้รับสาร บางครั้งผู้บริโภคมุ่งหรือผู้รับสารอาจปฏิเสธข่าวสารตั้งแต่ขั้นแรกโดยไม่เลือกชม อ่าน หรือ

ฟัง แต่หากในกรณีที่ผู้รับสารนั้น มีความชัดเจนและผู้รับสารก็จะพยายามตีความข่าวสารตามความเข้าใจหรือความรู้สึกของตนเอง แต่หากข่าวสารนั้นมีความชัดเจนและผู้รับสารสามารถเข้าใจได้บางส่วนที่ตนเองสนใจหรือต้องการเท่านั้น

นอกจากนี้แล้ว (Schramm,1973) ได้กล่าวถึงการเลือกรับข่าวสารว่า ยังมีองค์ประกอบอื่น ๆ คือ

1. ประสบการณ์ แต่ละคนมีประสบการณ์ต่างกัน ทำให้แสวงหาข่าวสารต่างกัน
2. การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสาร ผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง
3. ภูมิหลังแตกต่างกัน ทำให้มีความสนใจในสารแตกต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม ทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมการเลือกรับสื่อและเนื้อหาข่าวสาร การศึกษาจะช่วยให้คนอ่านออกเขียนได้ ทำให้มีทางเลือกในการรับสื่อมากขึ้น
5. ความสามารถในการรับสาร เกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจที่ทำให้มีพฤติกรรมในการรับสารต่างกัน
6. บุคลิกภาพ ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง ทักษะคิดและการโน้มน้าวใจผู้รับสาร
7. อารมณ์ สภาพอารมณ์ผู้รับสาร ทำให้เข้าใจหรืออาจเป็นอุปสรรคในการรับสาร
8. ทักษะคิด จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับ และตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือข่าวสารที่ได้พบ ด้วยการแสดงออกทางพฤติกรรมที่มีต่อผู้รับสาร

วัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสาร

วัตถุประสงค์ของการเลือกเปิดรับข่าวสาร หรือการบริโภคข่าวสารนั้นอาจจำแนกได้ 4 ประการ คือ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2530)

1. เพื่อการรับรู้ (Cognition) คือ ผู้รับสารต้องการสารสนเทศ (Information) เพื่อสนองต่อความต้องการและความอยากรู้
2. เพื่อความหลากหลาย (Diversion) เช่น การเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาความเร้าใจ ตื่นเต้น สนุกสนาน รวมถึงการพักผ่อน
3. เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม (Social Utility) หมายถึง การต้องการสร้างความคุ้นเคย หรือ การเป็นส่วนหนึ่งของสังคม
4. การผลละสังคัม (Withdrawal) เป็นการเปิดรับสื่อหรือเข้าหาสื่อ เพื่อหลีกเลี่ยงงานประจำหรือคนรอบข้าง

แมคคอมบ์และเบเกอร์ (McCombs and Becker ,1979) ได้กล่าวว่า คนเราเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน เพื่อตอบสนองความต้องการ 4 ประการ คือ

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามความเคลื่อนไหว และสังเกตการณ์สิ่งต่าง ๆ รอบตัวจากสื่อมวลชน เพื่อจะได้รู้เหตุการณ์ทันสมัย และรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งสำคัญที่ควรรู้
2. เพื่อต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องเกี่ยวกับชีวิตประจำวัน การเปิดรับข่าวสารทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสถานะ หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ รอบตัวได้
3. เพื่อการพูดคุยสนทนา (Discussion) การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ทำให้บุคคลมีข้อมูลที่จะนำไปใช้ในการพูดคุยกับผู้อื่นได้
4. เพื่อความต้องการมีส่วนร่วม (Participation) เพื่อรับรู้และมีส่วนร่วมในเหตุการณ์และความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม

สำหรับเหตุผลในการที่มนุษย์เลือกสนใจ หรือตั้งใจรับข่าวสารจากสื่ออย่างใดอย่างหนึ่ง มีนักวิชาการหลายท่าน ที่มีความเห็นสอดคล้องกันดังนี้

ไฟลด์สัน (Friends) ไลลีย์ (Riley) และ ฟลาวเวอร์แมน (Flower man) มีความเห็นว่า แรงจูงใจที่ต้องการเป็นที่ยอมรับของสมาชิกภายในสังคม เป็นสิ่งที่ช่วยกำหนดความสนใจ การเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตน ซึ่งปรากฏการณ์นี้มีมอร์ตัน (Morton) ไรท์ (Wright) และวาลเลส (Wales) เรียกว่า พฤติกรรมในการแสวงหาข่าวสาร

นักวิชาการเหล่านี้มีความเห็นตรงกันว่า ผู้รับข่าวสารจะเลือกรับข่าวสารจากสื่อใดนั้น ย่อมเป็นไปตามบทบาท และสถานภาพในสังคมของผู้รับสาร และเหตุผลในการรับสารก็เพื่อนำไปเป็นหัวข้อการสนทนาซึ่งจะทำให้ผู้รับสารรู้สึกว่าตนเป็นส่วนหนึ่งในสังคม

ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากสื่อ

ยุพา สภากุล , (2540) ได้กล่าวถึงเกณฑ์ในการเลือกเปิดรับข่าวสารจากสื่อของผู้รับสาร ดังนี้

1. เลือกสื่อที่มีอยู่แล้ว (Availability) ผู้รับสารจะเลือกรับสื่อที่ไม่ต้องใช้ความพยายามมาก

2. เลือกสื่อที่สะดวกและนิยม (Convenience and Preference) ผู้รับสารสามารถเลือกสื่อที่ได้ตามสะดวกทั้งหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร หรือสื่อบุคคล
3. เลือกสื่อตามความเคยชิน (Accustomed) ผู้รับสารบางคนไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงการรับสื่อที่เคยรับอยู่ เช่น ดูโทรทัศน์ก็ต้องดูทุกวัน
4. ลักษณะเฉพาะของสื่อ (Characteristic) คุณลักษณะเฉพาะของสื่อที่มีผลต่อการเลือกสื่อของผู้รับสาร เช่น ลักษณะของโทรทัศน์ทำให้เห็นภาพจริง มีความรู้จำมากกว่าหนังสือพิมพ์
5. เลือกสื่อที่สอดคล้องกับตนเอง (Consistency) ผู้รับสารจะเลือกสื่อที่สอดคล้องกับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อและทัศนคติของตน

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ โดยให้ความเห็นว่า คุณสมบัติทางประชากรแตกต่างกันจะส่งผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อต่างกันด้วย (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ , 2542) ได้กล่าวสรุปและได้แยกประเด็นเกี่ยวกับเรื่องนี้ไว้ดังต่อไปนี้

1. เพศกับการเปิดรับสื่อ ในการเปิดรับสารตามแนวทฤษฎีประชากร นักวิจัยจะให้ความสนใจเกี่ยวกับความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับระหว่างเพศชายและหญิง เพศหญิงจะใช้เวลาในการดูโทรทัศน์มากกว่าเพศชาย ขณะที่เพศชายนิยมอ่านหนังสือมากกว่าดูโทรทัศน์
2. อายุและการเปิดรับสื่อ เด็กจะเปิดรับสื่อหลากหลายชนิดเมื่อโตขึ้น โดยมากจะใช้สื่อเพื่อความบันเทิง ช่วงอายุเด็กที่นิยมดูโทรทัศน์มากที่สุดคือ ก่อนวัยรุ่น (12-14 ปี) หลังจากนั้น ปริมาณการดูโทรทัศน์ก็จะลดลงเมื่อเข้าสู่วัยรุ่น
3. การศึกษาและการเปิดรับสื่อ คนที่มีการศึกษาและอายุมากนิยมเปิดรับสื่อและข่าวสารเกี่ยวข้องกับสาธารณสุขมากกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาน้อยและอายุน้อย
4. รายได้กับการเปิดรับสื่อ รายได้เป็นตัวแปรที่มีบทบาทใกล้เคียงกับการศึกษา เนื่องจากโดยเฉลี่ยแล้วคนที่มีการศึกษาสูงมักมีรายได้สูงตามไปด้วย และมักถูกผลักดันให้จำเป็นต้องเรียนรู้ หาข้อมูลข่าวสารให้ทันต่อเหตุการณ์เสมอ ผู้มีการศึกษาและรายได้ต่ำจะมีทักษะการอ่านน้อยกว่าจะเปิดรับสื่อโทรทัศน์ วิทยุ มากกว่า

ความต้องการข่าวสารมีลักษณะที่แตกต่างในแต่ละช่วงชีวิตของมนุษย์ ข่าวสารที่มนุษย์เลือกนั้น มักจะมีลักษณะที่เอื้อต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตประจำวัน การเรียนรู้ และการประกอบอาชีพการงาน เมอร์ริลและโรวินสไตน์ (Merrill and Ralph L. Owenstein , 1971) ได้สรุปถึงปัจจัยพื้นฐานที่เป็นแรงผลักดันให้บุคคลเลือกเปิดรับข่าวสาร 4 ประการด้วยกันคือ

1. **ความเหงา** เป็นเหตุผลทางจิตวิทยาที่มนุษย์มักจะไม่ชอบอยู่ตามลำพัง เพราะจะเกิดความรู้สึกวิตกกังวล หวาดกลัว และการเมินเฉยจากสังคม บุคคลจึงพยายามจะรวมกลุ่มเพื่อสังสรรค์และติดต่อกับบุคคลได้โดยตรง แต่ถ้าไม่มีโอกาสสังสรรค์กับผู้อื่นได้โดยตรง ก็จะหันมาใช้สื่อต่าง ๆ แทน
2. **ความอยากรู้อยากเห็น** มนุษย์ทุกคนอยากรู้อยากเห็น โดยเริ่มจากสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวที่สุด จนไปถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวที่สุดตามลำดับ สื่อมวลชนจึงถือเอาความอยากรู้อยากเห็นเป็นหลักสำคัญอย่างหนึ่งในการเสนอข่าวสาร
3. **ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง** มนุษย์ทุกคนจะแสวงหาและใช้ข่าวสารให้เป็นประโยชน์ต่อตนเอง ทั้งในแง่ของการช่วยให้ตัวเองเกิดความสะดวกสบาย หรือสนุกสนานบันเทิง ซึ่งข่าวสารเหล่านี้สามารถหาได้จากการรับสื่อทั้งสิ้น
4. **ลักษณะเฉพาะของสื่อ** ผู้รับสารแต่ละคนจะมีลักษณะที่ต่างกันไป ออกไป ตามอายุ เพศ การศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงการศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงทัศนคติ ความคาดหวัง ดังนั้นสื่อแต่ละชนิดก็จะมีลักษณะเฉพาะที่ผู้รับสารแต่ละคนแสวงหา และใช้ประโยชน์แตกต่างกันไป ผู้รับสารจึงหันหาลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อ ที่จะสนองความต้องการและทำให้เกิดความพึงพอใจ

วิลเลียม ดี บรูค (William D. Brook , 1971) ได้กล่าวถึงลักษณะเฉพาะทางจิตวิทยา ระหว่างเพศชายและหญิง ซึ่งก่อให้เกิดความแตกต่างในการเลือกเปิดรับข่าวสารไว้ว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมไว้ต่างกัน ผู้หญิงมักจะเป็นคนที่มีจิตใจอ่อนไหวหรือเจ้าอารมณ์ (Emotional) โอนอ่อนผ่อนตาม (Submissive) และเป็นแม่บ้านแม่เรือน (Home-Oriented) ผู้หญิงถูกชักจูงได้ง่ายกว่าผู้ชาย และความแตกต่างอีกอันหนึ่งระหว่างผู้หญิงกับผู้ชาย คือ ผู้หญิงมักจะทาดตัวเองเมื่อมีความผิดพลาดเกิดขึ้น ในขณะที่ผู้ชายมักจะโทษคนอื่นหรืออุปสรรคอื่น ๆ แต่ไม่โทษตัวเอง

นอกจากนี้ บรู๊คส์ (Brooks) ยังได้กล่าวถึงลักษณะทางประชากรด้านอายุของผู้รับสารว่า อายุของผู้รับสารเป็นลักษณะประการหนึ่งที่เราสามารถใช้ในการวิเคราะห์ผู้รับสาร อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม คนที่มีอายุน้อยจะมีความคิดเสรีนิยมมากกว่าคนที่มีความอายุมาก ในขณะที่คนอายุมากมักจะมีความคิดอนุรักษนิยมมากกว่าคนอายุน้อย นอกจากความแตกต่างเรื่องความคิดแล้วอายุยังกำหนดความแตกต่างในเรื่องความยากง่ายในการชักจูงใจด้วย นอกจากนี้กลุ่มคนที่มีอายุต่างกันลักษณะของการใช้สื่อมวลชนก็แตกต่างกัน คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสารหนัก ๆ มากกว่าเพื่อความบันเทิง

เบอร์กูน (Burgoon, 1974) ได้กล่าวถึง การศึกษาหรือความรู้ (knowledge) ว่าเป็นลักษณะอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้น คนที่ได้รับการศึกษาระดับที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาที่ต่างกัน ในสาขาที่ต่างกันจึงย่อมมีความรู้สึกลึกซึ้งคิดอุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไป คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดี มีความเข้าใจศัพท์มาก และมีความเข้าใจสารได้ดี แต่จะไม่ค่อยเชื่ออะไรง่าย ๆ สารที่ไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลมักถูกโต้แย้งจากคนเหล่านี้ และโดยทั่วไปคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาน้อย

ในเรื่องของการเลือกสนใจนั้น แชรรมม์ (Shramm, 1954) ได้ให้เหตุผลว่า คนย่อมจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least effort) และได้ประโยชน์ตอบแทนสูงสุด (Promise of reward) ที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุดนั้น หมายความว่าผู้อ่านก็ดี ผู้ดูก็ดี ผู้ฟังก็ดี จะเลือกรับสื่อที่ตนเองมีความสะดวกที่สุด การใช้ความพยายามน้อยที่สุดในรับสื่อมาจากหลายปัจจัยด้วยกัน เช่น ความพร้อม (Avialable) และความสะดวก ค่าใช้จ่ายสำหรับซื้อสื่อ (Expense) เวลา (Time) ที่รับสื่อซึ่งย่อมแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล รวมทั้งบทบาท นิสัย และประเพณีนิยม ซึ่งรวมถึงกิจกรรมอันเป็นพฤติกรรมทางสังคม มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อด้วย

แนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม (KAP)

ทฤษฎีนี้เชื่อว่า เป็นความสัมพันธ์ระหว่าง 3 ตัวแปร คือ ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Attitude) พฤติกรรม (Practice) ของผู้รับสาร โดยนักวิชาการให้ความคิดเห็นว่า สิ่งที่เกิดก่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ อาจเป็นบุคคลคนเดียว กลุ่มบุคคล หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ หรือสิ่งที่เกิดทัศนคติโดยตรง โดยทั่วไปแหล่งข่าวต่าง ๆ จะมีลักษณะแตกต่างกันไปในด้านต่าง ๆ เช่น ความสามารถ ความเป็นที่ดึงดูดความสนใจ ความคุ้นเคย ความเป็นมิตร จากการศึกษพบว่า แหล่งข่าวที่มีความสามารถ มีความคุ้นเคย สามารถดึงดูดสนใจและมีอำนาจ จะมีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติมากกว่าแหล่งข่าวที่ไม่มีคุณสมบัติเหล่านั้น นอกจากนี้ องค์ประกอบอื่น ๆ เช่น เนื้อหาของข่าวสาร และตัวผู้รับสาร เช่น ทักษะในการสื่อความหมาย ทักษะ ทักษะความรู้ระบบสังคม เป็นต้น ก็เป็นองค์ประกอบในการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (สุภาพงษ์ ธรรมพร , 2535)

แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้

ทฤษฎีทางจิตวิทยาเชื่อว่า คนเรามีการรับรู้ต่างกัน การที่ไม่ยอมรับถึงความแตกต่างในเรื่องของการรับรู้ของแต่ละบุคคล จะส่งผลถึงความล้มเหลวทางการสื่อสารได้ การรับรู้จะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการสื่อสาร ทักษะ และความคาดหวังของผู้สื่อสาร การรับรู้ยังเป็นกระบวนการทางจิตใจที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้า เป็นกระบวนการเลือกรับสาร จัดสารเข้าด้วยกัน และตีความสารที่ได้รับตามความเข้าใจและความรู้สึกของตนเอง

หลักการของการสื่อสารได้กล่าวถึง การรับรู้ (Perception) ว่าเป็นกระบวนการที่เกิดจากการกลั่นกรอง และการตีความจากความรู้สึกที่คนเราได้เห็น ได้ยิน ได้สัมผัส ได้กลิ่น หรือได้ชิมรส โดยทั่วไปการรับรู้ของคนเราจะแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความคาดหวัง และแรงจูงใจของแต่ละคน ดังนั้นการรับรู้หรือความเข้าใจในสิ่งต่าง ๆ ของคนเรา จึงเป็นการเลือกที่จะรับรู้ตามความสนใจและประสบการณ์ของตนเอง นอกจากนั้น Gibson (อ้างถึงใน วัฒนศิริ ธรรมพร , 2536) กล่าวว่า การรับรู้ตามหลักการกระบวนการพบว่าข่าวสารนั้นมีอิทธิพลมาก เพราะการรับรู้มีไม่เพียงการตอบสนองที่มีต่อสิ่งเร้าเท่านั้น บุคคลจะรับรู้ข่าวสารได้ดีนั้นขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมด้วย การเลือกใช้ข่าวสารของบุคคลอยู่ที่การสำรวจอย่างจริงจังของบุคคลในการพยายามแยกส่วนที่คงที่ออกจากส่วนที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และเป็นกระบวนการที่มีการจัดหมู่และการตีความข้อมูลจากประสาทสัมผัสทั้งห้า โดยการรวมกับประสบการณ์ในอดีต

วัชรินทร์ ทรัพย์มี (โยชิน คันสนยุทท์ , ผู้รวบรวม , 2533) กล่าวว่า การรับรู้ คือ การตีความหมายการรับสัมผัสออกเป็นสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่มีความหมาย ซึ่งการตีความนั้นจะต้องอาศัยประสบการณ์หรือการเรียนรู้

Haney (อ้างถึงใน Burgoon et al, 1994) กล่าวว่า การรับรู้ คือ กระบวนการในการเข้าใจความหมาย และสร้างความรู้สึจากประสบการณ์ การรับรู้เป็นกระบวนการที่คนเราจะเข้าใจสิ่งเร้าใดสิ่งเร้าหนึ่งที่น่าปรากฏกับประสาทสัมผัสส่วนใดส่วนหนึ่งของเร้า การรับรู้เป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการ แรงจูงใจ และทัศนคติของผู้บริโภค

Finnegan และคณะ (1975) ได้ให้ความหมายว่า การรับรู้ หมายถึง การแสดงออกถึงความรู้ ความสนใจ ตามความรู้สึกที่เกิดขึ้นในใจของตนเอง

พัชนี เขจรธยา , เมตตา กฤตวิทย์ และฉัตรนันทน์ อนวัชรศิริวงศ์ (2534) ได้กล่าวถึงกระบวนการรับรู้ไว้ดังนี้

โดยทั่วไป การรับรู้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นโดยไม่รู้ตัวหรือไม่ตั้งใจ และมักเกิดตามประสบการณ์และการสั่งสมทางสังคม

คนเราไม่สามารถให้ความสนใจกับสิ่งต่าง ๆ รอบตัวได้หมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนเท่านั้น แต่ทุกคนมีความสนใจและรับรู้สิ่งต่าง ๆ รอบตัวต่างกัน โดยทั่วไปการรับรู้ที่แตกต่างกันเกิดจากอิทธิพลหรือตัวกรองบางอย่าง คือ

1. แรงผลักดันหรือแรงจูงใจ (Motive) เรามักเห็นในสิ่งที่เราต้องการเห็น และได้ยินในสิ่งที่เราต้องการได้ยิน เพื่อสนองความต้องการของตนเอง
2. ประสบการณ์เดิม (Past Experience) คนเราต่างเติบโตขึ้นในสภาพแวดล้อมที่ต่างกัน ถูกเลี้ยงดูด้วยวิธีการที่แตกต่างกัน และคบหาสมาคมกับคนต่างกัน เช่น ถ้าผู้ประกันตนไปติดต่อกับสำนักงานประกันสังคม และได้รับบริการอย่างดี ก็จะเกิดการรับรู้ที่ดีต่อสำนักงานประกันสังคมมากกว่าผู้ประกันตนที่ไปติดต่อบริการแล้วไม่ได้รับบริการ หรือไม่ได้รับความร่วมมือ เป็นต้น
3. กรอบอ้างอิง (Frame of Reference) ซึ่งเกิดจากการสั่งสอนอบรมจากครอบครัวและสังคม ฉะนั้นคนที่มาจากต่างครอบครัว สถานภาพทางสังคมต่างกัน นับถือศาสนาต่างกัน จึงมีการรับรู้ในเรื่องต่าง ๆ ต่างกัน
4. สภาพแวดล้อม (Environment) คนที่อยู่ในสภาพแวดล้อมที่ต่างกัน เช่น อุณหภูมิ บรรยากาศ สถานที่ ฯลฯ จะมีการเปิดรับข่าวสารและตีความข่าวสารที่ได้รับต่างกัน
5. สภาวะจิตใจและอารมณ์ ได้แก่ ความโกรธ ความกลัว ฯลฯ ตัวอย่างเช่น เรามักจะมองความผิดเล็กน้อยเป็นเรื่องใหญ่โต ในขณะที่เราอารมณ์ไม่ดีหรือหงุดหงิด แต่เรากลับมองปัญหาหรืออุปสรรคใหญ่หลวงเป็นเรื่องเล็กน้อยในขณะที่มีความรัก เป็นต้น

การเลือกรับรู้

ปัจจัยในการเลือกรับรู้นั้น มีทั้งปัจจัยจากตัวผู้รับและจากตัวกระตุ้น โดยแบ่งออกได้เป็น 3 ปัจจัย คือ (วรลักษณ์ ธีราโมกษ์ , 2533)

1. ความคลุมเครือของตัวกระตุ้น ยิ่งตัวกระตุ้นคลุมเครือมากเท่าใด การรับรู้จะขึ้นอยู่กับจิตวิสัยมากเท่านั้น ฉะนั้นเมื่อจะติดต่อสื่อสารกับผู้อื่น การนำเสนอข้อมูลอย่างชัดเจนจะช่วยให้เกิดการเรียนรู้ได้ดียิ่งขึ้น

2. ความต้องการของปัจเจกบุคคล

3. การตามอย่างผู้อื่น

Burgoon และคณะ (1994) กล่าวว่า ความแตกต่างในสภาพแวดล้อม อารมณ์ ความรู้สึกของผู้รับสาร ความต่างในค่านิยม เป้าหมาย และทัศนคติภายในตัวผู้รับรู้อาจส่งผลให้เกิดความแตกต่างในการรับรู้ความจริงของแต่ละบุคคล และกล่าวว่า ประสบการณ์และความหวังในอดีตของบุคคลจะส่งผลต่อการรับรู้ในสิ่งที่มากระตุ้นจากสภาพแวดล้อม

คุณลักษณะของผู้รับรู้

สุรางค์ จันทน์เอม (2529) ได้กล่าวถึงลักษณะของผู้รับรู้ ได้แก่

1. ประสบการณ์เดิม (Experience) ประสบการณ์เดิมของแต่ละบุคคลทำให้มีการรับรู้สิ่งเร้าหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ แตกต่างกันไป

2. ความต้องการ (Needs) หากบุคคลมีความต้องการสิ่งใดมากที่สุดในขณะที่นั้น เรามักจะมองเห็นหรือรับรู้สิ่งเร้านั้น เช่น สิ่งที่เขาต้องการได้ หรือผู้ที่มีความต้องการสูงในสิ่งใด ย่อมรับรู้ในสิ่งนั้นดีกว่า

3. อิทธิพลทางสังคม (Social Factor) สภาพวัฒนธรรมภายในสังคมเป็นเหตุให้บุคคลในสังคมต่าง ๆ รับรู้สิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไป

กล่าวโดยสรุปได้ว่า การรับรู้ของคนเรามีข้อจำกัดอยู่กับจุดมุ่งหมาย หรือประโยชน์ที่จะได้รับ กับประสบการณ์ ซึ่งจะจำแนกองค์ประกอบพื้นฐานได้ 5 ประการ ได้แก่ วัตถุหรือบุคคล การรับรู้วัตถุหรือบุคคลนั้น จะทำให้มีการแปลความหมายของสิ่งนั้นหรือบุคคลนั้น เพื่อตัดสินใจว่าจะตอบสนองหรือมีปฏิกิริยาอย่างไรต่อสิ่งที่ถูกรับรู้นั้น จึงจะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์สิ่งที่แสดงออกไปต่อผู้ที่ถูกรับรู้เท่ากับเป็นการตรวจสอบการรับรู้ของตนเอง ทำให้เกิดข้อมูลใหม่ย้อนกลับสู่ผู้รับรู้ เพื่อให้ปรับพฤติกรรมตอบสนองให้เหมาะสมยิ่งขึ้น (ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์ , 2538)

กระบวนการรับรู้

จำเนียร ช่วงโชติและคณะ (2516) กล่าวว่า กระบวนการของการรับรู้จะต้องประกอบขึ้นด้วย

* อาการสัมผัส หมายถึง อาการที่อวัยวะรับสัมผัส รับสิ่งเร้า หรือสิ่งที่ผ่านเข้ามากระทบอวัยวะรับสัมผัสต่าง ๆ

* การแปลความหมายจากอาการสัมผัส ซึ่งส่วนที่สำคัญที่จะช่วยให้การแปลความหมายนั้นถูกต้อง จะต้องอาศัยสติปัญญา ความเฉลียวฉลาด การสังเกต การตั้งใจ ความสนใจและคุณภาพจิตใจของบุคคลในขณะนั้น

การใช้ความรู้เดิมหรือประสบการณ์ที่ผ่านมาเพื่อช่วยแปลความหมาย ได้แก่ ความคิด ความรู้ และการกระทำที่ได้เคยปรากฏแก่ผู้นั้นมาแล้วในอดีต ความรู้เดิม และประสบการณ์เดิมมีความสำคัญมากในการแปลความหมาย และในการที่จะแปลความหมายได้ดีต้องมีคุณลักษณะดังนี้ คือ เป็นความรู้ที่แน่นอน ถูกต้อง ชัดเจน และต้องมีปริมาณมาก หมายถึง มีความรู้หลาย ๆ อย่างจึงจะช่วยแปลความหมายได้สะดวก

Bloom (1971) ได้กล่าวว่า การรับรู้เป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาพฤติกรรมทางด้านความรู้สึกรวมทั้ง ซึ่งพฤติกรรมทางด้านความรู้สึกรวม (Affection domain) มีรูปแบบการพัฒนาตามลำดับขั้น ดังนี้

1. การรับรู้สิ่งเร้า (Receiving Attending) คือ การทำให้คนได้รับประสบการณ์จากสภาพแวดล้อม ไม่ว่าจะเป็นสิ่งของ คน สัตว์ หรือข้อมูล ฯลฯ แล้วเกิดการรับรู้ว่าเป็นอะไร เข้าใจถึงลักษณะสำคัญของสิ่งนั้น การรับรู้สิ่งเร้าแบ่งเป็น 3 ขั้นตอน คือ

- การตระหนักเกี่ยวกับสิ่งเร้า (Awareness)
- การเต็มใจที่จะรับสิ่งเร้านั้น (Willingness to Receive)
- การควบคุมหรือคัดเลือกความสนใจที่มีต่อสิ่งเร้านั้น

(Controlled of selected attending)

2. การตอบสนอง (Responding)

ขั้นตอนนี้เป็นผลสืบเนื่องมาจากขั้นตอนที่แล้ว ถ้าในการรับรู้สิ่งเร้านั้น คนรู้สึกยอมรับ คนก็จะเต็มใจตอบสนอง แต่ถ้ารู้สึกไม่เต็มใจก็จะมีปฏิกิริยาต่อต้าน ซึ่งสิ่งนี้เป็นจุดสำคัญเวลาจะเริ่มต้นโครงการใหม่ ๆ ที่ต้องระมัดระวังอย่างรอบคอบ

3. การสร้างคุณค่า (Valuing)

หลังจากที่คนรับรู้สิ่งเร้า และมีปฏิกิริยาโต้ตอบแล้ว ต่อมาเป็นการสร้างคุณค่า หรือค่านิยมซึ่งสามารถสังเกตได้จาก

- การยอมรับคุณค่า (Acceptance of a Value) คือ พร้อมที่จะรับว่าสิ่งนั้นมีคุณค่า และมีประโยชน์อย่างไร
- การชมชอบคุณค่า (Preference a Value) คือ ความรู้สึกที่เป็นการตัดสินใจว่าจะตอบสนองต่อสิ่งเร้าในทางใด หรือเลือกที่จะเกิดความยึดถือต่อสิ่งนั้นในทางใด
- การผูกพันในคุณค่านั้น (Commitment) คือ ความรู้สึกหรือความคิดฝังแน่นในคุณค่านั้นอย่างแน่นแฟ้น พฤติกรรมหรือการเรียนรู้ในข้อนี้ เป็นลักษณะของทัศนคติและความซาบซึ้ง

4. การจัดระบบคุณค่า (Organizing)

หลังจากที่คนมีคุณค่าย่อย ๆ ที่กระจัดกระจายเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ แล้ว บุคคลจะต้องผ่านกระบวนการต่อไป คือ การคิด พิจารณา และรวบรวมค่านิยมเหล่านั้น เพื่อหาว่ามีค่านิยมเหล่านั้น เพื่อหาว่ามีค่านิยมอะไรบ้างที่เกี่ยวข้องหรือไม่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่กำลังพิจารณาอยู่ กระบวนการในขั้นนี้ประกอบด้วยการจัดคุณค่าเหล่านั้นเข้าไปเป็นหมวดหมู่ เป็นเรื่องหรือเป็นระบบ มองเห็นความสัมพันธ์ของคุณค่าเหล่านั้น และตัดสินใจว่าคุณค่าอะไรที่มีความสำคัญ มีบทบาทมากที่สุด กระบวนการนี้แยกเป็น 2 ระดับ คือ

- การสร้างมโนภาพเกี่ยวกับคุณค่า (Conceptualization of a Value) คือ การจัดคุณค่าต่าง ๆ เป็นพวกได้
- การจัดระบบคุณค่าเหล่านั้นให้เป็นระเบียบ (Organization of a Value System) คือ การจัดจงบเห็นภาพรวมของคุณค่าที่มารวมกันได้ทั้งหมด ลักษณะสุดท้ายของการจัดระบบคุณค่านี้ จะออกมาในรูปลักษณะของการพัฒนาปรัชญาแห่งชีวิต หรือเกิดอุดมการณ์ในความคิด

5. การสร้างลักษณะนิสัย (Characterization)

เป็นการพัฒนาความรู้สึกถึงขั้นสูงสุดที่ทำให้คนมีระบบค่านิยมเป็นสิ่งควบคุมพฤติกรรม ทำให้คน ๆ นั้นมีลักษณะในการแสดงออกอย่างใดอย่างหนึ่ง ที่เรียกว่าเป็นเอกลักษณ์ การเกิดเอกลักษณ์ที่เป็นลักษณะของคนประกอบด้วย

- การรวมสรุปค่านิยมที่ฝังแน่นในรูปใดรูปหนึ่ง (Generalized Set) คือ ระบบค่านิยมที่มีผลให้มีการแสดงออกเป็นลักษณะใดลักษณะหนึ่ง
- การเกิดเป็นคุณลักษณะขึ้น (Characterization) เป็นผลรวมของความรู้สึกและการแสดงออก ซึ่งชี้ให้เห็นถึงลักษณะของบุคคลนั้น ๆ โดยมีลักษณะที่มั่นคง สามารถทำนายได้ การเกิดคุณลักษณะเฉพาะบุคคลนั้น เป็นลักษณะหนึ่งของการปรับตัวในด้านส่วนตัว อารมณ์ และสังคม

ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้

จำเนียร ช่วงโชติ และคณะ (2516) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ของคนเรามีมากมายหลายประการ แต่พอสรุปได้ 2 ประการ ดังนี้

1. ลักษณะของสิ่งเร้า ลักษณะต่าง ๆ ของสิ่งเร้าก่อให้เกิดการรับรู้แก่บุคคลได้ต่างกัน เช่น สิ่งเร้าที่มีความเข้มกว่า มีการเปลี่ยนแปลง มีการเกิดซ้ำบ่อย ๆ จะกระตุ้นให้เกิดการรับรู้ได้ดีหรือรวดเร็ว

2. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้รับรู้ ปัจจัยของผู้รับรู้สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประการ คือ

* ด้านร่างกาย เป็นลักษณะของความผิดปกติ หรือความผิดปกติของตัวรับสัมผัสต่าง ๆ ของผู้รับรู้ ได้แก่ หู ตา จมูก ลิ้น และอวัยวะสัมผัสต่าง ๆ หากสิ่งเหล่านั้นผิดปกติไปย่อมทำให้การรับสัมผัสผิดไปด้วย

* ด้านจิตวิทยา การรับรู้เป็นสิ่งที่เลือกสรรแล้ว คือ เลือกที่จะสัมผัส เลือกเฉพาะสิ่งที่ต้องการ เจตคติ ภาวะทางอารมณ์ และลักษณะทางวัฒนธรรม การรับรู้ของบุคคลจึงแตกต่างกันตามคุณสมบัติส่วนบุคคล และปัจจัยทางสังคม

การวัดการรับรู้

เนื่องจากการรับรู้ คือ กระบวนการซึ่งสมองแปลความ หรือการตีความของการสัมผัสที่คนได้รับ ออกมาเป็นความรู้ ความเข้าใจ ซึ่งในการแปลความหรือตีความหมาย คนจะต้องใช้ความรู้เดิมหรือประสบการณ์เดิม หรือความชัดเจนที่เคยมีมาก่อนเป็นเครื่องช่วย ดังนั้นในการวัดการรับรู้ อาจทำได้โดยการวัดความรู้ ความเข้าใจ ที่เป็นผลมาจากการแปลความหมายหรือตีความหมาย เมื่อมีสิ่งเร้าไปกระตุ้นประสาทสัมผัสของบุคคล ซึ่งวิธีการที่ใช้กันอยู่ คือ การใช้แบบสอบถาม

กล่าวโดยสรุป การรับรู้ของบุคคลเป็นผลมาจากสภาพร่างกาย หรือความสามารถทางกายภาพของบุคคล การเรียนรู้ทางสังคมและวัฒนธรรม และลักษณะทางจิตวิทยาของบุคคล

แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

ทัศนคติ (Attitude) เป็นแนวความคิดที่มีความสำคัญมากแนวทางหนึ่ง จิตวิทยาสังคมและการสื่อสาร และมีการใช้คำนี้อย่างแพร่หลาย สำหรับการนิยามคำว่า ทัศนคติ นั้น ได้มีนักวิชาการหลายท่านให้ความหมายไว้ดังนี้

โรเจอร์ (Roger, 1978) ได้กล่าวถึง ทัศนคติว่า เป็นดัชนีชี้ว่า บุคคลนั้นคิดและรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง วัตถุหรือสิ่งแวดล้อมตลอดจนสถานการณ์ต่าง ๆ โดยทัศนคตินั้นมี

รากฐานมาจากความเชื่อที่อาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทักษะนี้จึงเป็นเพียงความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้าและเป็นมิติของการประเมิน เพื่อแสดงว่า ชอบหรือไม่ชอบต่อประเด็นหนึ่ง ๆ ซึ่งถือเป็นการสื่อสารภายในบุคคล (Interpersonal Communication) ที่เป็นผลกระทบมาจากการรับสารอื่นจะมีผลต่อพฤติกรรมต่อไป

นอร์แมน แอล มูน (Norman L, Munn 1971) กล่าวว่า ทักษะนี้ คือ ความรู้สึกและความคิดเห็นที่บุคคลมีต่อสิ่งของ บุคคล สถานการณ์ และข้อเสนอใด ๆ ในทางที่จะยอมรับหรือปฏิเสธ ซึ่งมีผลทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบสนองด้วยพฤติกรรมอย่างเดียวกันตลอด

ศักดิ์ สุนทรเสณี , (2531) กล่าวถึง ทักษะนี้ ที่เชื่อมโยงไปถึง พฤติกรรมของบุคคลว่า ทักษะนี้ หมายถึง

1. ความสลับซับซ้อนของความรู้สึก หรือการมีอคติของบุคคล ในการที่จะสร้างความพร้อมที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ตามประสบการณ์ของบุคคลนั้นที่รับมา
2. ความโน้มเอียงที่จะมีปฏิกิริยาต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางที่ดีหรือต่อต้าน สิ่งแวดล้อม ที่จะมาถึงทางหนึ่งทางใด
3. ในด้านพฤติกรรม หมายถึง การเตรียมตัวหรือความพร้อมที่จะตอบสนองจากคำจำกัดความต่าง ๆ เหล่านี้ จะเห็นได้ว่ามีประเด็นร่วมที่สำคัญดังนี้คือ
 - ความรู้สึกภายใน
 - ความพร้อม หรือ แนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมในทางใดทางหนึ่ง

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า ทักษะนี้เป็นความสัมพันธ์ที่คาบเกี่ยวกันระหว่างความรู้สึกและความเชื่อของบุคคล กับแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมโต้ตอบ ในทางใดทางหนึ่งต่อเป้าหมายของทักษะนั้น โดยสรุปทักษะนี้ในงานที่นี้เป็นเรื่องของจิตใจ ท่าที ความรู้สึกนึกคิด และความโน้มเอียงของบุคคลที่มีต่อข้อมูลข่าวสาร และการเปิดรับรายการกรองสถานการณ์ที่ได้รับมา ซึ่งเป็นไปได้ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ทักษะนี้มีผลให้มีการแสดงพฤติกรรมออกมา จะเห็นได้ว่าทักษะนี้ประกอบด้วยความคิดที่มีผลต่ออารมณ์และความรู้สึกนั้น ออกมาโดยทางพฤติกรรม

องค์ประกอบของทัศนคติ

จากความหมายของ ทัศนคติ ดังกล่าว ซิมบาโด และเอบบีแซน (Zimbardo and Ebbesen , 1970 อ้างถึงใน พรทิพย์ บุญนิพัทธ์ , 2531) สามารถแยกองค์ประกอบของทัศนคติได้ 3 ประการ คือ

1. องค์ประกอบด้านความรู้ (The Cognitive Component)

คือ ส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคลที่เกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ทั่วไปทั้งที่ชอบและไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้หรือคิดว่าสิ่งใดดี มักจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น แต่หากมีความรู้มาก่อนว่าสิ่งใดไม่ดี ก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น

2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (The Affective component)

คือ ส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่าง ๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพของคนนั้น เป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละบุคคล

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (The Behavioral Component)

คือ การแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งหรือบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึก

จะเห็นได้ว่า การที่บุคคลมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดต่างกัน ก็เนื่องมาจากบุคคลมีความเข้าใจ มีความรู้สึกหรือมีแนวความคิด แตกต่างกันนั่นเอง ดังนั้น ส่วนประกอบทางด้านความคิด หรือความรู้ความเข้าใจ จึงนับได้ว่าเป็นส่วนประกอบขั้นพื้นฐานของทัศนคติ และส่วนประกอบนี้จะเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับความรู้สึกของบุคคล อาจออกมาในรูปแบบแตกต่างกันทั้งในทางบวกและทางลบ ซึ่งขึ้นอยู่กับประสบการณ์และการเรียนรู้

การเกิดทัศนคติ (Attitude Formation)

การ์ดอน อัลพอร์ต (Gordon Allport , 1975) ได้ให้ความเห็นเรื่องทัศนคติว่าอาจเกิดขึ้นจากสิ่งต่าง ๆ ดังนี้

1. เกิดจากการเรียนรู้

เด็กเกิดใหม่จะได้รับการอบรมสั่งสอนเกี่ยวกับ วัฒนธรรม และประเพณีจากบิดามารดา ทั้งโดยทางตรง และทางอ้อม ตลอดจนได้เห็นแนวการปฏิบัติของพ่อแม่แล้ว รับมาปฏิบัติตามต่อไป

2. เกิดจากความสามารถในการแยกแยะความแตกต่าง คือ แยกสิ่งใดดี ไม่ดี เช่น ผู้ใหญ่กับเด็กจะมีการกระทำที่แตกต่างกัน
3. เกิดจากประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ซึ่งแตกต่างกันออกไป เช่น บางคนมีทัศนคติไม่ดีต่อครู เพราะเคยตำหนิตน แต่บางคนมีทัศนคติที่ดีต่อครูเดียวกันนั้น เพราะเคยชมคนเสมอ
4. เกิดจากการเลียนแบบ หรือ รับเอา ทัศนคติของผู้อื่นมาเป็นของตน เช่น เด็กอาจรับทัศนคติของบิดามารดา หรือ ครูที่ตนนิยมชมชอบ มาเป็นทัศนคติของตนได้

เครช และ ครัทซ์ฟิลด์ (Krech and Crutchfield , 1948) ได้ให้ความเห็นว่า ทัศนคติ อาจเกิดขึ้นจากการตอบสนองความต้องการของบุคคล นั่นคือ สิ่งใดตอบสนองความต้องการของตนได้ บุคคลนั้นก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น หากสิ่งใดตอบสนองความต้องการของตนไม่ได้ บุคคลนั้นก็จะมีทัศนคติไม่ดีต่อสิ่งนั้น การได้เรียนรู้ความจริงต่าง ๆ อาจโดยการอ่าน หรือจากคำบอกเล่าของผู้อื่นก็ได้ ฉะนั้นบางคนจึงอาจเกิดทัศนคติไม่ดีต่อผู้อื่นจากการฟังคำติฉินที่ใคร ๆ มาบอกไว้ก่อนก็ได้ การเข้าไปเป็นสมาชิกหรือสังกัดกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง คนส่วนมากมักยอมรับเอาทัศนคติของกลุ่มมาเป็นของตน หากทัศนคตินั้นไม่ขัดแย้งกับทัศนคติของตนเกินไป

ประภาเพ็ญ สุวรรณ , (2520) กล่าวถึงการเกิดทัศนคติว่า ทัศนคติ เป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learning) จากแหล่งทัศนคติ (Source of Attitude) ต่าง ๆ ที่อยู่มาจนมา และแหล่งที่ทำให้คนเกิดทัศนคติที่สำคัญ คือ

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Special Expreiece) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เขาเกิดทัศนคติ ต่อสิ่งนั้นไปในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปในทิศทางที่เขาเคยมีประสบการณ์มาก่อน
2. การติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่น (Communication from others) จะทำให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ จากผู้อื่นได้ เช่น เด็กที่ได้รับการสั่งสอนจากผู้ใหญ่จะเกิดทัศนคติต่อการกระทำต่าง ๆ ตามที่เคยรับรู้มา
3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้ เช่น เด็กที่เคารพเชื่อฟังพ่อแม่ จะเลียนแบบการแสดงท่าชอบ หรือไม่ชอบต่อสิ่งหนึ่งตามไปด้วย
4. ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) ทัศนคติ หลายอย่างของบุคคลเกิดขึ้น เนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น ครอบครัว โรงเรียน หรือหน่วยงาน เป็นต้น

การก่อตัวของทัศนคติ (The Formation of Attitude)

ธงชัย สันติวงษ์ , (2539) กล่าวว่า ทัศนคติก่อตัวเกิดขึ้นมาและเปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากปัจจัยหลายประการด้วยกัน คือ

1. การจูงใจทางร่างกาย (Biological Motivation)

ทัศนคติจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง กำลังดำเนินการตอบสนองตามความต้องการ หรือแรงผลักดันทางร่างกาย ตัวบุคคลจะสร้างทัศนคติที่ดีต่อบุคคลหรือสิ่งของ ที่สามารถช่วยให้เขามีโอกาสตอบสนองความต้องการของตนได้

2. ข่าวสารข้อมูล (Information)

ทัศนคติจะมีพื้นฐานมาจากชนิดและขนาดของข่าวสารที่ได้รับรวมทั้งลักษณะของแหล่งที่มาของข่าวสารด้วย กลไกของการเลือกเฟ้นในการมองเห็นและเข้าใจปัญหาต่าง ๆ (Selective Perception) ข่าวสารข้อมูลบางส่วนที่เข้ามาสู่บุคคลนั้น จะทำให้บุคคลนั้นเก็บไปคิดและสร้างเป็นทัศนคติขึ้นมาได้

3. การเข้าเกี่ยวข้องกับกลุ่ม (Group Affiliation)

ทัศนคติบางอย่างอาจมาจากกลุ่มต่าง ๆ ที่บุคคลเกี่ยวข้องกับอยู่ทั้งโดยตรงและทางอ้อม เช่น ครอบครัว วัด กลุ่มเพื่อนร่วมงาน กลุ่มกีฬา กลุ่มสังคมต่าง ๆ โดยกลุ่มเหล่านี้ไม่เพียงแต่เป็นแหล่งรวมของค่านิยมต่าง ๆ แต่ยังมี การถ่ายทอดข้อมูลให้แก่บุคคลในกลุ่ม ซึ่งทำให้สามารถสร้างทัศนคติขึ้นได้ โดยเฉพาะครอบครัวและกลุ่มเพื่อนร่วมงาน เป็นกลุ่มที่สำคัญที่สุด (Primary Group) ที่จะ เป็นแหล่งสร้างทัศนคติให้แก่บุคคลได้

4. ประสบการณ์ (Experience)

ประสบการณ์ของคนที่มีต่อวัตถุสิ่งของ ย่อมเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้บุคคลต่าง ๆ ตีค่าสิ่งที่เขาได้มีประสบการณ์มาจนกลายเป็นทัศนคติได้

5. ลักษณะท่าทาง (Personallity)

ลักษณะท่าทางหลายประการต่างก็มีส่วนทางอ้อมที่สำคัญในการสร้างทัศนคติให้กับตัวบุคคล

ปัจจัยต่าง ๆ ของการก่อตัวของทัศนคติ เท่าที่กล่าวมาข้างต้นนั้น ในความเป็นจริง จะมิได้มีการเรียงลำดับตามความสำคัญ แต่อย่างไรเลย ทั้งนี้เพราะปัจจัยแต่ละทางเหล่านี้ ตัวไหนจะมีความสำคัญต่อการก่อตัวของ ทัศนคติ มากหรือน้อย ย่อมสุดแล้วแต่ว่า การพิจารณาสร้างทัศนคติต่อสิ่งดังกล่าวจะเกี่ยวข้องกับปัจจัยใดมากที่สุด

ประเภทของทัศนคติ

บุคคลสามารถแสดงทัศนคติ ออกได้ 3 ประเภทด้วยกัน คือ

1. ทัศนคติทางเชิงบวก

เป็นทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงออก มีความรู้สึกหรืออารมณ์จากสภาพจิตใจ โต้ตอบในด้านดีต่อบุคคลอื่นหรือเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง รวมทั้งหน่วยงาน องค์กร สถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์กรอื่น ๆ เช่น กลุ่มชาวเกษตรกร ย่อมมีทัศนคติทางบวกหรือมีความรู้สึกที่ดีต่อสหกรณ์การเกษตร และให้ความสนับสนุนร่วมมือด้วย การเข้าเป็นสมาชิกและร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ อยู่เสมอ

2. ทัศนคติทางลบหรือไม่ดี

คือ ทัศนคติ ที่สร้างความรู้สึกเป็นไปในทางเสื่อมเสีย ไม่ได้ได้รับความเชื่อถือหรือไว้วางใจ อาจมีความเคลือบแคลงระแวงสงสัย รวมทั้งเกลียดชังต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เรื่องราว หรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือหน่วยงานองค์กร สถาบัน แบะการดำเนินกิจการขององค์กร และอื่น ๆ เช่น พนักงาน เจ้าหน้าที่บางคน อาจมีทัศนคติเชิงลบต่อบริษัท ก่อให้เกิดคดียื่นในจิตใจของเขา จนพยายามประทุษและปฏิบัติต่อต้านกฎระเบียบของบริษัทอยู่เสมอ

3. ทัศนคติเป็นกลาง

บุคคลไม่แสดงความคิดเห็นในเรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือต่อบุคคล หน่วยงาน สถาบัน องค์กร และอื่น ๆ โดยสิ้นเชิง เช่น นักศึกษาบางคนอาจมี ทัศนคตินิ่งเฉยอย่างไม่มีความคิดเห็นต่อ ปัญหาได้เถียงเรื่องกฎระเบียบว่าด้วยระเบียบของนักศึกษา

ทัศนคติ ทั้ง 3 ประเภทนี้ บุคคลอาจจะมีเพียงประการเดียว หรือหลายประการก็ได้ ขึ้นอยู่กับความมั่นคงในความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อ หรือค่านิยมอื่น ๆ ที่มีต่อบุคคล สิ่งของการกระทำหรือสถานการณ์

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Attitude Change)

เฮอริเบริท ซี. เคลแมน (Herbert C. Kelman , Compliance , 1967) ได้อธิบายถึง การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ โดยมีความเชื่อว่าทัศนคติอย่างเดียวกัน อาจเกิดในตัวบุคคลด้วยวิธี ที่ต่างกัน จากความคิดนี้เฮอริเบริทได้แบ่งกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติออกเป็น 3 ประการ คือ

1. การยินยอม (Compliance)

การยินยอม จะเกิดได้เมื่อบุคคลยอมรับสิ่งที่มีอิทธิพลต่อตัวเขา และมุ่งหวังจะได้รับ ความพอใจจากบุคคล หรือกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลนั้น การที่บุคคลยอมกระทำตามสิ่งที่ยาก

ให้เขากระทำนั้น ไม่ใช่เพราะบุคคลเห็นด้วยกับสิ่งนั้น แต่เป็นเพราะเขาคาดหวังว่าจะได้รับรางวัลหรือการยอมรับจากผู้อื่น ในการเห็นด้วยและกระทำตาม ดังนั้นความพอใจที่ได้รับจากการยอมรับกระทำตามนั้น เป็นผลมาจากอิทธิพลทางสังคม หรืออิทธิพลของสิ่งที่ก่อให้เกิด การยอมรับนั้นกล่าวได้ว่าการยอมรับกระทำตามนี้ เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติซึ่งจะมีผลผลักดันให้บุคคลยอมรับกระทำตามมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับจำนวน หรือความรุนแรงของรางวัล และการลงโทษ

2. การเลียนแบบ (Identification)

การเลียนแบบเกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้น ซึ่งการยอมรับนี้เป็นผลมาจากการที่บุคคล ต้องการจะสร้างความสัมพันธ์ที่ดี หรือที่พอใจระหว่างตนเองกับผู้อื่น หรือกลุ่มบุคคลอื่น จากการเลียนแบบนี้ ทัศนคติของบุคคลจะเปลี่ยนไปมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับสิ่งเร้าให้เกิดการเลียนแบบ กล่าวได้ว่าการเลียนแบบเป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติซึ่งมีพลังผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนี้จะมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับความโน้มน้าวใจของสิ่งเร้าที่มีต่อบุคคลนั้น การเลียนแบบจึงขึ้นอยู่กับพลัง (Power) ของผู้ส่งสาร บุคคลจะรับเอาบทบาททั้งหมดของคนอื่นมาเป็นของตนเอง หรือแลกเปลี่ยนบทบาทซึ่งกันและกัน บุคคลจะเชื่อในสิ่งที่ตนเองเลียนแบบ แต่ไม่รวมถึงเนื้อหาและรายละเอียดในการเลียนแบบ ทัศนคติของบุคคลจะเปลี่ยนไปมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับสิ่งเร้าที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

3. ความต้องการที่อยากจะเปลี่ยน (Internalization)

เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับสิ่งที่มีอิทธิพลเหนือกว่า ซึ่งตรงกับความต้องการภายในค่านิยมของเขา พฤติกรรมที่เปลี่ยนไปในลักษณะนี้จะสอดคล้องกับค่านิยมที่บุคคลมีอยู่เดิม ความพึงพอใจที่ได้จะขึ้นอยู่กับเนื้อหารายละเอียดของพฤติกรรมนั้น ๆ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ถ้าความคิด ความรู้สึกและพฤติกรรมถูกกระทบไม่ว่าจะในระดับใดก็ตาม จะมีผลต่อการเปลี่ยนทัศนคติทั้งสิ้น

การเปลี่ยนทัศนคติ มี 2 ชนิด คือ

1. การเปลี่ยนแปลงไปในทางเดียวกัน หมายถึง ทัศนคติของบุคคลที่เป็นไปในทางบวกก็จะเพิ่มมากขึ้นในทางบวกด้วย และทัศนคติที่เป็นไปในทางลบก็จะเพิ่มมากขึ้นในทางลบด้วย

2. การเปลี่ยนแปลงไปคนละทาง หมายถึง การเปลี่ยนทัศนคติเดิมของบุคคลที่เป็นไปในทางบวก ก็จะลดลงไปในทางลบ และถ้าเป็นไปในทางลบก็จะกลับเป็นไปในทางบวก

นอกจากนี้องค์ประกอบต่าง ๆ ในกระบวนการสื่อสาร เช่น คุณสมบัติของผู้ส่งสาร และผู้รับสาร ลักษณะของข่าวสาร ตลอดจนช่องทางในการสื่อสาร ล้วนแล้วแต่มีผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ทั้งสิ้น นอกจากนี้ทัศนคติของบุคคลเมื่อเกิดขึ้นแล้วแม้จะคงทน แต่ก็ยังสามารถเปลี่ยนได้โดยตัวบุคคล สถานการณ์ ข่าวสาร การชวนเชื่อ และสิ่งต่าง ๆ ที่ทำให้เกิดการยอมรับในสิ่งใหม่ แต่จะต้องมีความสัมพันธ์กับค่านิยมของบุคคลนั้น นอกจากนี้ อาจเกิดจากการยอมรับโดยการบังคับ เช่น กฎหมาย ข้อบังคับ

เมื่อพิจารณาแหล่งที่มาของทัศนคติแล้ว จะเห็นว่าองค์ประกอบสำคัญที่เชื่อมโยงให้บุคคลเกิดทัศนคติต่อสิ่งต่าง ๆ ก็คือ การสื่อสาร ทั้งนี้เพราะไม่ว่าทัศนคติจะเกิดจากประสบการณ์เฉพาะอย่าง การสื่อสารกับผู้อื่น สิ่งที่เป็นแบบอย่าง หรือความเกี่ยวข้องกับสถาบันก็มักจะมีการสื่อสารแทรกอยู่เสมอ กล่าวได้ว่า การสื่อสารเป็นกิจกรรมที่สำคัญอย่างมากที่มีผลทำให้บุคคลเกิดทัศนคติต่อสิ่งต่าง ๆ

ทัศนคติเกี่ยวข้องกับการสื่อสาร ทั้งนี้เพราะ โรเจอร์ส (Rogers , 1973) กล่าวว่า การสื่อสารก่อให้เกิดผล 3 ประการคือ

1. การสื่อสารก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ของผู้รับสาร
2. การสื่อสารก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้รับสาร
3. การสื่อสารก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับสาร

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ โดยใช้อิทธิพลทางสังคม (Attitude Change : Social influence)

อิทธิพลทางสังคม มีผลอย่างมากต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและการตัดสินใจ เพราะในขณะที่ตัดสินใจย่อมมีกลุ่มบุคคลที่มีความสำคัญเข้ามาเกี่ยวข้อง ได้แก่บุคคลในครอบครัว ญาติพี่น้อง และเพื่อนฝูง เป็นต้น

แมคไกวร์ และมิลแมน (McGuire and Milman , 1965) กล่าวว่า แนวความคิดเกี่ยวกับการเปลี่ยนทัศนคติโดยใช้อิทธิพลทางสังคม เกิดจากความเชื่อที่ว่าบุคคลจะพัฒนาทัศนคติของตนเองในลักษณะใดนั้น ขึ้นอยู่กับข้อมูลที่ได้รับจากผู้อื่นในสังคม สิ่งที่มีอิทธิพลทางสังคมแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทคือ

1. กลุ่มอ้างอิง (Reference Group)

หมายถึง กลุ่มบุคคลที่เราใช้เป็นมาตรฐานสำหรับประเมินทัศนคติความสามารถของเรา หรือสถานการณ์ที่เกิดขึ้น โดยทั่วไปบุคคลจะใช้กลุ่มอ้างอิงเพื่อประเมินทัศนคติของตนและตัดสินใจว่าทัศนคติของตนถูกต้อง เพราะคิดว่าคนส่วนใหญ่มีทัศนคติเช่นเดียวกับตน

วัตสัน และ จอห์นสัน (Watson and Johnson, 1972) ได้กล่าวถึงอิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง ที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติไว้ดังนี้

ทัศนคติของบุคคล จะมีผลอย่างมากจากกลุ่มที่เขามีส่วนร่วม และกลุ่มที่เขาต้องการจะร่วมด้วย ถ้าทัศนคติของบุคคลสอดคล้องกับมาตรฐานหรือบรรทัดฐานของกลุ่มจะเป็นการเสริมแรง (Reinforcement) ให้กับทัศนคตินั้นมากขึ้นในทางตรงข้ามจะเป็นการลงโทษ (Penalty) ถ้าบุคคลนั้นมีทัศนคติไม่ตรงกับมาตรฐานหรือบรรทัดฐานของกลุ่มบุคคลที่ขึ้นอยู่กับกลุ่มหรือติดอยู่กับกลุ่มมาก จะเป็นผู้ที่เปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ยากที่สุด ถ้าการเปลี่ยนแปลงนั้นเป็นความพยายามของบุคคลภายนอก การสนับสนุนหรือเห็นด้วยกับทัศนคติบางอย่างของสมาชิกในกลุ่มแม้เพียงหนึ่งคนเท่านั้น ที่ยึดมั่นในความคิดหรือทัศนคติบางอย่าง ก็จะมีอิทธิพลต่อสมาชิกในกลุ่มได้ การมีส่วนร่วมในการอภิปรายกลุ่ม และการตัดสินใจกลุ่มจะช่วยลดการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ถ้ากลุ่มตัดสินใจยอมรับทัศนคติใหม่ สมาชิกในกลุ่มก็จะยอมรับทัศนคติด้วย ถ้าบุคคลเปลี่ยนแปลงกลุ่มอ้างอิงของตน ทัศนคติของบุคคลก็มีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงด้วย

2. บุคคลอ้างอิง (Reference Individuals)

หมายถึง บุคคลที่เราใช้เป็นมาตรฐานเพื่อประเมิน ทัศนคติ ความสามารถของเรา หรือสถานการณ์ที่เกิดขึ้น อิทธิพลของผู้อื่นที่มีต่อทัศนคติของบุคคล ตรงกับกระบวนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เรียกว่า การเลียนแบบ (Identification) ซึ่งเป็นกระบวนการที่บุคคลรับเอาคุณสมบัติของผู้อื่น เช่น ความคิด ทัศนคติ พฤติกรรม เป็นต้น มาเป็นของตน

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม

ความหมาย

สุรพงษ์ โสชนะเสถียร , (2533) กล่าวว่า พฤติกรรม คือ การกระทำหรือพฤติกรรมใด ๆ ของเราส่วนใหญ่เป็นการแสดงออกทางบุคคล โดยมีพื้นฐานที่มาจากความรู้และทัศนคติของบุคคล การที่บุคคลมีพฤติกรรมแตกต่างกันเนื่องจากการมีความรู้และทัศนคติที่แตกต่างกัน เกิดขึ้นได้ก็เพราะความแตกต่างจากการเปิดรับข่าวสารและความแตกต่างในการแปลสารที่ตนเองได้รับ จึงก่อให้เกิดประสบการณ์สั่งสมที่แตกต่างกัน อันมีผลกระทบต่อพฤติกรรมของบุคคล

ปกิจ พรหมยาม , (2531) ได้กล่าวว่า พฤติกรรม หมายถึง การกระทำหรือการตอบสนองของมนุษย์ต่อสถานการณ์ใด หรือสิ่งกระตุ้นต่าง ๆ โดยการกระทำนั้นเป็นไปโดยมีจุดมุ่งหมายและเป็นไปอย่างใคร่ครวญมาแล้ว หรือเป็นไปอย่างไม่รู้สึกรู้ตัว และไม่ว่าสิ่งมีชีวิตและบุคคลอื่นสามารถสังเกตการณ์กระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม

องค์ประกอบของพฤติกรรม

ครอนบาช (อ้างถึงใน ปกิจ พรหมยาม , 2531) ได้อธิบายถึงพฤติกรรมของบุคคลเกิดขึ้นเพราะองค์ประกอบ 7 ประการต่อไปนี้

1. ความมุ่งหมาย (Goal) เป็นความต้องการหรือวัตถุประสงค์ที่ทำให้เกิดกิจกรรม คนเราต้องทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการที่เกิดขึ้น กิจกรรมบางอย่างก็ให้ความพอใจหรือสนองความต้องการได้ทันที แต่ความต้องการหรือวัตถุประสงค์บางอย่างก็ต้องใช้เวลาจึงจะสามารถบรรลุความต้องการที่รีบด่วนก่อนและสนองความต้องการที่ห่างออกไปในภายหลัง
2. ความพร้อม (Readiness) หมายถึง ระดับวุฒิภาวะหรือความสามารถที่จำเป็นในการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ คนเราไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้หมดทุกอย่าง ความต้องการบางอย่างอยู่นอกเหนือความสามารถของเรา
3. สถานการณ์ (Situation) เป็นเหตุการณ์ที่เปิดโอกาสให้เลือกทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ

4. การแปลความหมาย (Interpretation) ก่อนที่คนเราจะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งลงไป เขาจะต้องพิจารณาสถานการณ์เสียก่อน แล้วตัดสินใจเลือกวิธีการที่คาดว่าจะให้ความพอใจมากที่สุด
5. การตอบสนอง (Respond) เป็นการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ โดยวิธีการที่ได้เลือกแล้วในขั้นการแปลความหมาย
6. ผลที่ได้รับหรือผลที่ตามมา (Consuquence) เมื่อทำกิจกรรมแล้วย่อมได้รับผลจากการกระทำนั้น ผลที่ได้รับอาจตรงตามที่คาดคิดไว้ (Confirm) หรือ อาจตรงกันข้ามกับความคาดหมาย (Contradict)
7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง (Reaction to Frustration) หากคนเราไม่สามารถสนองความต้องการได้ ก็กล่าวได้ว่าเขาประสบกับความผิดหวัง ในกรณีเช่นนี้เขาอาจจะย้อนกลับไปแปลความหมายของสถานะเสียใหม่และเลือกวิธีการตอบสนองใหม่ก็ได้

วิธีการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวพฤติกรรม

โดยทั่วไปการใช้การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวพฤติกรรมมีวิธีการดังนี้ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร , 2533)

1. การปลุกเร้าอารมณ์ (Emotional) เพื่อให้เกิดความตื่นเต้นเร้าใจในการติดตาม ไม่ว่าจะด้วยภาพหรือเสียง
2. การเห็นอกเห็นใจ (Empathy) ด้วยการแสดงความอ่อนโยน เสียสละและความกรุณาปราณี ขอมแพ้เพื่อความเป็นพระ ก็อาจโน้มน้าวผู้คนให้ยอมรับได้
3. การสร้างแบบอย่างขึ้นในใจ (Inernalized Norms) เป็นการสร้างมาตรฐานอย่างหนึ่งขึ้น เพื่อให้มาตรฐานนั้นปลุกศรัทธาและเป็นตัวอย่างแก่ผู้รับสารที่จะต้องปฏิบัติตาม
4. การให้รางวัล (Reward) เช่น การลด แลก แจก แถม ในการโฆษณาเพื่อเป็นการจูงใจให้เลือกสินค้าอื่น ๆ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของมนุษย์

ประจวบ อินอ้อด ได้ให้ข้อสรุปเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ตามหลักมานุษยวิทยาไว้ดังนี้

1. มนุษย์แต่ละคนมีแรงขับและพลังที่จะประพฤติปฏิบัติเพื่อความอยู่รอดและมั่นคงแห่งชีวิตอันเป็นความจำเป็นพื้นฐานของสัตว์ทั้งหลาย
2. มนุษย์แต่ละคนเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมที่หล่อหลอมรอบตัว จึงมักจะต้องปฏิบัติไปตามครรลองของสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายส่วนตัว
3. พลังของสังคมที่มีอิทธิพลที่สุด ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนบ้าน
4. ความจำเป็นเบื้องต้นของชีวิตมนุษย์ และประสบการณ์ได้หล่อหลอมให้เกิดเป็นรูปแบบของมนุษย์แต่ละคนที่เรียกว่า บุคลิกภาพ
5. แม้ว่ามนุษย์แต่ละคนจะมีบุคลิกภาพของตนเองก็ตาม เมื่อนุษย์รวมกันอยู่ในกลุ่มเดียวกันมีผลประโยชน์ร่วมกัน ภายในสิ่งแวดล้อมเช่นเดียวกัน ก็ย่อมเกิดเป็นบุคลิกภาพของกลุ่มขึ้นได้ ซึ่งจะมีผลต่อการแสดงออกของกลุ่มด้วย
6. มนุษย์จะมีสัญลักษณ์ในการสื่อความหมายที่เขามิต่อโลกรอบตัวออกมาในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งสามารถสืบไปถึงพลังภายในที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนั้น ๆ ได้

ความสัมพันธ์ระหว่าง ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม

ทักษะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม ซึ่งจากการอธิบายถึงองค์ประกอบทั้ง 3 ของทักษะโดย Assael (1995) สรุปได้ว่า องค์ประกอบทั้งหมดมีความสัมพันธ์กัน คือ องค์ประกอบด้านความรู้หรือความคิด แสดงออกเป็นความเชื่อที่มีอิทธิพลต่อองค์ประกอบด้านความรู้สึก โดยการประเมินเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เมื่อมีความรู้หรือความเชื่อต่อเรื่องนั้น ๆ แล้วจึงส่งผลต่อองค์ประกอบด้านพฤติกรรม อันเป็นแนวโน้มที่จะแสดงออกเป็นพฤติกรรมในที่สุด

ในทางจิตวิทยาถือว่า ทักษะ เป็นตัวแปรตัวหนึ่งที่ไม่สามารถสังเกตเห็นได้ง่าย แต่นักวิชาการหลายท่านชี้ให้เห็นว่า ทักษะมีส่วนในการกำหนดทิศทางของพฤติกรรมและการแสดงออก แต่ไม่ได้กำหนดปริมาณการแสดงพฤติกรรม การสังเกตทักษะจากพฤติกรรมเพียงอย่างเดียวก็ไม่สามารถทำนายทักษะของบุคคลได้ เพราะในบางครั้ง

บรรยากาศแบบเผชิญหน้าภายใต้แรงกดดันของมารยาทและการอบรมทางสังคม ทำให้บุคคลนั้น ๆ แสดงพฤติกรรมไม่ตรงกับทัศนคติที่มีได้

ทัศนคติแสดงออกมาในรูปของพฤติกรรม 2 ลักษณะ คือ

1. ทัศนคติทางบวก (Positive) เป็นพฤติกรรมที่แสดงออกในลักษณะพึงพอใจและเห็นชอบด้วย ทำให้บุคคลต้องการเข้าไปใกล้สิ่งนั้น
2. ทัศนคติทางลบ (Negative) เป็นพฤติกรรมที่แสดงออกในลักษณะไม่พึงพอใจ ไม่เห็นด้วย ไม่ชอบ จะทำให้บุคคลพยายามหลีกเลี่ยงที่จะเข้าไปใกล้สิ่งนั้น

Rosenberg and Hovland (1960) กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรม (Behavior) เป็นการเปลี่ยนแปลงที่ค่อนข้างยาก แต่หากผู้ส่งสารสามารถทำให้ผู้รับสารเปลี่ยนแปลงความรู้หรือการรับรู้ จะเป็นพื้นฐานในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเมื่อได้รับสารที่โน้มน้าวใจครั้งต่อ ๆ ไป

แนนซี ชวาทซ์ (Nancy E.Schwartz อ้างใน วรรณานู ลือวรรณ. 2543) กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนว่า ความสัมพันธ์ระหว่าง ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม มีรูปแบบ 4 ประการ ดังนี้

1. ทัศนคติเป็นตัวกลางที่ทำให้เกิดการเรียนรู้และการปฏิบัติ ดังนั้น ความรู้มีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรม
2. ความรู้และทัศนคติมีความสัมพันธ์กันและทำให้เกิดพฤติกรรมตามมา
3. ความรู้และทัศนคติต่างทำให้เกิดพฤติกรรมได้ โดยที่ความรู้และทัศนคติไม่จำเป็นต้องสัมพันธ์กัน
4. ความรู้มีผลต่อพฤติกรรมทั้งทางตรงและทางอ้อม

จากแนวคิดข้างต้นเชื่อว่า เมื่อผู้รับสารได้รับข่าวสารก็จะเกิดความรู้เกี่ยวกับเรื่องนั้นและมีผลทำให้เกิดทัศนคติต่อเรื่องนั้นตามมา และในที่สุดก็จะเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในเรื่องนั้นต่อมา แต่ต่อมามีแนวคิดแตกต่างออกมาหลายแนวทาง สินีนาฏ กำเนิดเพชร (2539) ระบุว่า รูปแบบการสื่อสารของกระบวนการยอมรับ อาจมีหลักการแนวคิดทฤษฎี ดังต่อไปนี้

1. KAP (Knowledge – Attitude – Practice)

หมายถึง การมุ่งเปลี่ยนแปลงความรู้ เพื่อให้เกิดทัศนคติ นำไปสู่พฤติกรรม เช่น การบรรยาย การจัดอบรม การสอนงาน นำไปสู่การอภิปราย เพื่อทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เพื่อให้เกิดพฤติกรรมที่ต้องการ

2. PAK (Practice – Attitude – Knowledge)

การลงมือปฏิบัติ โดยการสาธิตทำให้ดู เพื่อให้เกิดทัศนคติซึ่งรับความรู้โดยการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ เพื่อให้เกิดการยอมรับ เช่น การประชุมเชิงปฏิบัติการ การดูงานสาธิต การทัศนศึกษา ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติโดยการยอมรับ และจากการอภิปรายกันจะทำให้ได้ความรู้จากการแลกเปลี่ยนประสบการณ์

3. AKUS (Attitude- Knowledge – Understand –Skill)

หมายถึง การเปลี่ยนแปลงทัศนคติโดยการให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้ทางเทคนิค เพื่อให้เกิดพฤติกรรมที่ต้องการและเกิดความเข้าใจ เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติ จนเกิดทักษะจากการปฏิบัติจริง เช่น การอภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ร่วมกันของกลุ่มในเรื่องนั้น ๆ โดยการให้ข่าวสารข้อมูลและความรู้เพื่อนำไปปฏิบัติ ทำให้เกิดความเข้าใจได้อย่างถูกต้องและนำไปปฏิบัติจนเกิดเป็นทักษะ

4. MAK (Mean – Attitude – Knowledge)

หมายถึง การจัดหาปัจจัยประกอบและวิธีการที่จะได้มาในสิ่งที่ต้องการ โดยให้ความรู้ทางทฤษฎี การบรรยาย การใช้กรณีศึกษา เพื่อให้เกิดการสนใจและนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ด้วยการอภิปรายแลกเปลี่ยนความรู้ สุดท้ายนำไปสู่การปฏิบัติต่อไป

แนวคิดพฤติกรรมวัยรุ่นตามหลักจิตวิทยาพัฒนาการ

วัยรุ่น คือ เด็กที่กำลังจะเป็นผู้ใหญ่ วัยรุ่นคือวัยรุ่นหนุ่มสาว วัยอลวน วัยพายุบุแคม วัยหุนหันพลันแล่น ซึ่งภาพเหล่านี้เป็นการมองวัยรุ่นในลักษณะใดลักษณะหนึ่งตามสภาพที่เหมาะสมในขณะนั้น แต่อย่างไรก็ตามก็สามารถที่จะแบ่งช่วงระยะเวลาของวัยรุ่นออกได้เป็น 3 ระยะคือ ช่วงวัยเริ่มเข้าสู่วัยรุ่น ช่วงวัยรุ่นตอนต้นและช่วงวัยรุ่นตอนปลาย

ช่วงวัยเริ่มเข้าสู่วัยรุ่น สำหรับเด็กหญิงจะมีอายุระหว่าง 11-13 ปี เด็กชายจะมีอายุระหว่าง 13-15 ปี ช่วงวัยนี้เป็นช่วงวัยที่ร่างกายของเด็กมีการพัฒนาอย่างมาก โดยร่างกายจะเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะพัฒนาการทางด้านเพศจะมีรวดเร็วมาก ในเพศหญิงจะเห็นได้ชัดจากการที่เด็กหญิงเริ่มมีประจำเดือนครั้งแรก สำหรับเด็กชายเห็นไม่ชัดเจนเท่ากับเด็กหญิง จะมีแต่สภาพร่างกายที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น มีเสียงห้าวขึ้น ถึงแม้ช่วงเวลานี้ร่างกายของวัยรุ่นกำลังมีการเปลี่ยนแปลงไปมาก แต่ทางก้านของความคิดอ่านและความรู้สึกกลัวแล้ว วัยรุ่นช่วงนี้ยังรู้สึกตนเองว่าเป็นเด็กอยู่ เป็นเพียงช่วงของการเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่วัยรุ่นอย่างเต็มตัวต่อไป

ช่วงวัยรุ่นตอนต้น สำหรับเด็กหญิงจะมีอายุระหว่าง 13 - 15 ปี เด็กชายจะมีอายุระหว่าง 15 -17 ปี การเจริญเติบโตทางร่างกายของวัยรุ่นในขณะนี้ก็ดำเนินต่อไปอย่างค่อยเป็นค่อยไป และจะสิ้นสุดลงเมื่อถึงวุฒิภาวะ และการพัฒนาทางสติปัญญา ก็จะพัฒนาตามการพัฒนาทางร่างกายไปเรื่อย ๆ ซึ่งการพัฒนาทางสติปัญญานี้จะแตกต่างกันไปตามตัวบุคคลและสภาพแวดล้อม

ช่วงวัยรุ่นตอนปลาย สำหรับเด็กหญิงจะมีอายุระหว่าง 17-20 ปี เด็กชายจะมีอายุระหว่าง 18-21 ปี สำหรับช่วงวัยนี้เป็นวัยที่ทั้งทางร่างกายและจิตใจของวัยรุ่นมีการพัฒนามาจนถึงขั้นสูงสุด การพัฒนาทางกายจะเริ่มคงที่ในขณะที่การพัฒนาทางสติปัญญาจะดำเนินต่อไป โดยเฉพาะทางด้านความคิดและปรัชญาชีวิต ในวัยนี้เด็กจะสร้างความเป็นตัวของตัวเองพยายามแก้ปัญหาชีวิตของตนเอง และไม่ค่อยชอบให้ผู้ใหญ่ไปยุ่งเกี่ยวกับมากนัก ดังนั้นในวัยนี้ผู้ใหญ่จึงควรทำหน้าที่เป็นเพียงที่ปรึกษามากกว่าการเป็นผู้คอยชี้แนะทางเดินให้เด็ก จะทำให้วัยรุ่นรู้สึกถึงความมั่นใจในการกระทำของตนมากขึ้น

ลักษณะพฤติกรรมทั่วไปของวัยรุ่น

สำหรับการศึกษาพฤติกรรมของวัยรุ่น ซึ่งถือได้ว่าเป็นช่วงวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงพัฒนาการในด้านต่าง ๆ ที่เป็นไปอย่างรวดเร็วมากนั้น นักจิตวิทยาส่วนใหญ่ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมในด้านต่าง ๆ ของวัยรุ่นกันอย่างกว้างขวาง ซึ่งโดยทั่วไปแล้วได้แบ่งการศึกษาพฤติกรรมของวัยรุ่นออกเป็น 4 ด้านด้วยกัน คือ พฤติกรรมวัยรุ่นทางด้านร่างกาย ด้านอารมณ์ และจิตใจ ด้านสติปัญญา และด้านสังคม

สุรางค์ ไคว์ตระกูล, (2544) สำหรับพฤติกรรมทางกายของวัยรุ่นนั้น เมื่อเด็กเริ่มก้าวเข้าสู่วัยรุ่น จะมีการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายอย่างเห็นได้ชัดเจนและรวดเร็วมาก ทั้งนี้เนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงทางกระดูกและการพัฒนาถึงขั้นวุฒิภาวะทางเพศ จึงทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญคือ สัดส่วนของร่างกายของเด็กหญิงนั้นจะสูงขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วงอายุระหว่าง 10 – 14 ปี และจะสูงขึ้นเรื่อย ๆ จนถึงอายุ 18 ปี นอกจากนี้เด็กจะมีน้ำหนักมากขึ้น เพราะกล้ามเนื้องอกงามขึ้นอย่างรวดเร็ว ในระยะ 11 – 14 ปี เด็กหญิงจะมีความสูงมากกว่าเด็กชาย แต่หลังจากอายุ 14 – 15 ปีไปแล้ว เด็กชายจะสูงกว่าเด็กหญิง และในช่วงวัยรุ่นนี้เด็กหญิงจะ เป็นสาว เร็วหรือมีการเปลี่ยนแปลงทางกายเป็นไปอย่างรวดเร็วกว่าเด็กชายในวัยเดียวกัน เช่น เด็กหญิงจะมีทรวงอกและสะโพกขยายออก มีประจำเดือน มีขนที่รักแร้ ส่วนเด็กชายจะมีหนวดเครา ขนที่หน้าอกและรักแร้ เสียงห้าว เป็นต้น เด็กวัยรุ่นจะเริ่มให้ความสนใจเกี่ยวกับรูปร่างหน้าตา ทรวดทรง และความสวยความงามของสตรีระร่างกายเป็นอย่างมากอีกด้วย

ส่วนในด้านพฤติกรรมทางอารมณ์ของวัยรุ่นนั้น จะมีลักษณะของอารมณ์ที่ไม่คงที่ ผันแปรง่าย เช่น ดีใจง่าย เสียใจง่าย แต่ขณะเดียวกันถ้าเป็นเรื่องเกี่ยวกับอุดมคติก็จะมีอารมณ์อื่นเจือปนด้วย เช่น ความรักพวกพ้อง ความยุติธรรม ความภูมิใจในสถาบันการศึกษาของตน ซึ่งความรู้สึกเหล่านี้จะค่อนข้างถาวรและกล้าแสดงออก มีอารมณ์ค่อนข้างรุนแรง คือเด็กวัยนี้ถึงแม้ว่าจะได้รับความกระทบกระเทือนใจเพียงเล็กน้อย เช่น ถูกบิดา มารดาหรือผู้ปกครองว่ากล่าวตักเตือนหรือคาดโทษก็อาจแสดงพฤติกรรมรุนแรง เช่น การหนีออกจากบ้านหรือการฆ่าตัวตาย เป็นต้น แล้วยังขาดการควบคุมอารมณ์ที่ดีอีกด้วย

ส่วนทางด้านพฤติกรรมทางสติปัญญาของวัยรุ่น เด็กวัยนี้มีความสามารถในการคิดหาเหตุผลในสิ่งที่เป็นนามธรรมได้ ดังนั้นจะเห็นได้ว่าเด็กวัยรุ่นจึงมีความอยากรู้อยากเห็นและสามารถเข้าใจสิ่งต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว มีความสามารถในการปรับตัวและมีความคิดเป็นของตนเองมากขึ้น มีความคิดริเริ่ม สามารถวางโครงการในการทำงานหรือการทำกิจกรรมต่าง ๆ และสนใจที่จะทำกิจกรรมกับกลุ่มเพื่อนมากกว่าจะทำตามลำพัง มีความกระตือรือร้น และมีความสามารถในการทำสิ่งต่าง ๆ เพิ่มขึ้น มีความสามารถในการนำตนเอง ต้องการความเป็นอิสระ ต้องการเป็นตัวของตัวเองและต้องการตัดสินใจด้วยตนเอง ไม่ชอบให้ผู้อื่นบังคับตน จากลักษณะพฤติกรรมดังกล่าวนี้ ถ้าได้รับการช่วยเหลือ แนะนำ ส่งเสริมดูแลเอาใจใส่จากบิดามารดาหรือผู้ปกครอง และครูอาจารย์ในสถานศึกษาก็จะช่วยให้วัยรุ่นได้เรียนรู้ และมีพฤติกรรมทางปัญญาที่พึงประสงค์ได้เป็นอย่างดีอีกด้วย

สำหรับพฤติกรรมทางสังคมนั้น ซึ่งโดยปกติแล้ววัยรุ่น มักจะชอบการอยู่ร่วมกันในกลุ่มเพื่อน ทั้งนี้อาจจะมึลักษณะสาเหตุมาจากการเปลี่ยนแปลงทั้งทางร่างกาย ความคิด และอารมณ์ จึงทำให้เด็กวัยรุ่นชอบอยู่ในกลุ่มเพื่อนร่วมวัยมากกว่าการอยู่กับสมาชิกในครอบครัว ทั้งนี้เพราะการอยู่ในกลุ่มเพื่อนจะสร้างความรู้สึกร่วมกันว่าเป็นพวกเดียวกัน เพราะมีความคิดคล้าย ๆ กัน มีปัญหาคล้าย ๆ กัน ดังนั้นสังคมของเด็กวัยรุ่นจึงเป็นสังคมในกลุ่มเพื่อนร่วมวัย และในการเข้ากลุ่มเพื่อนจะช่วยให้วัยรุ่นมีโอกาสมัจะทำกิจกรรมร่วมกัน ทั้งยังเป็นการเปิดโอกาสให้เด็กได้เรียนรู้ในเรื่องการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่น และช่วยให้ได้รับการตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานอันได้แก่การได้รับความรัก การยอมรับ การมีตำแหน่งทางสังคม การฝึกความเป็นผู้นำ - ผู้ตาม และช่วยให้สามารถปรับตัวให้เข้ากับผู้อื่นได้อีกด้วย

ซึ่งนับว่าเป็นพื้นฐานสำคัญของการสร้างความสามารถในการปรับตัวทางสังคมของเด็กด้วย ทั้งยังช่วยให้เด็กวัยรุ่นได้เรียนรู้บทบาททางเพศ การแสวงหาเอกลักษณ์ของตน และการพัฒนาคุณธรรมและจริยธรรมอีกด้วย

แนวคิดของนักวิชาการต่อสาเหตุพฤติกรรมของวัยรุ่น

ในการศึกษาในหัวข้อนี้ ผู้ศึกษาจะขอนำเอาแนวคิดของนักวิชาการ 5 แนวคิดที่ได้อธิบายสาเหตุของพฤติกรรมของมนุษย์รวมทั้งวัยรุ่นด้วย อันได้แก่

1. แนวคิดของนักจิตวิเคราะห์ (Psychodynamic Model)

สำหรับแนวคิดของนักจิตวิเคราะห์นั้น ผู้ศึกษาขอเสนอแนวคิดของ ซิกมันด์ ฟรอยด์ (Sigmund, 1964) ซึ่งเป็นนักจิตวิทยาชาวออสเตรีย และได้รับการยกย่องให้เป็นบิดาแห่งจิตวิเคราะห์ให้เป็นตัวแทนของกลุ่มแนวคิดจิตวิเคราะห์

ฟรอยด์ อธิบายสาเหตุพฤติกรรมของเด็กวัยรุ่นว่าเกิดจากสัญชาตญาณ คือ สัญชาตญาณชีวิตและสัญชาตญาณความตาย ซึ่งสัญชาตญาณทั้งสองเป็นแรงขับให้เด็กวัยรุ่นแสดงพฤติกรรม

สัญชาตญาณชีวิตจะผลักดันให้แสดงพฤติกรรมที่แสวงหาความสุข ความสบาย และหลบเลี่ยงความทุกข์ ความเจ็บปวดทรมาน ส่วนสัญชาตญาณความตายจะผลักดันให้แสดงพฤติกรรมก้าวร้าวทำลายสิ่งของ ทำลายบุคคลอื่นและรวมทั้งทำลายตนเองด้วย

2. แนวคิดของนักพฤติกรรมนิยม (The Behaviorists Model)

สำหรับแนวคิดของนักพฤติกรรมนิยมนั้น ผู้ศึกษาขอเสนอแนวคิดของ บี.เอฟ. สกินเนอร์ (Skinner, 1974) ซึ่งเป็นนักจิตวิทยาชาวอเมริกัน ผู้สร้างทฤษฎีการเรียนรู้การกระทำ ให้เป็นตัวแทนของกลุ่มแนวคิดพฤติกรรมนิยม ซึ่งสกินเนอร์ได้อธิบายว่า พฤติกรรมมีสาเหตุมาจากการเรียนรู้ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับเงื่อนไขผลกรรมอันได้แก่ เงื่อนไขเสริมแรงและเงื่อนไขลงโทษ เช่น พฤติกรรมเดินดิสโก้แล้วพบว่าเพื่อนเก่ง ขยันเรียนแล้วได้คะแนนสูง แสดงพฤติกรรมเป็นหัวโจกแล้วจะได้เป็นหัวหน้าแก๊ง สิ่งเหล่านี้เป็นแรงเสริมที่ทำให้เด็กเดินดิสโก้ขยันเรียน และเป็นหัวโจกเพิ่มขึ้น แต่ถ้าลอกข้อสอบแล้วครูปรับตกทุกวิชา ข้ามถนนนอกทางม้าลายแล้วถูกตำรวจจับ การถูกปรับตกและตำรวจจับเป็นการลงโทษ เด็กจะยุติการลอกข้อสอบ ยุติการข้ามถนนนอกทางม้าลายลง

ดังนั้น การเรียนรู้ความสัมพันธ์ว่าถ้าแสดงพฤติกรรมหนึ่งแล้วจะได้รับเงื่อนไขเสริมแรงมนุษย์จะแสดงพฤติกรรมนั้นซ้ำอีก แต่ถ้ารู้ว่าถ้าแสดงพฤติกรรมหนึ่งแล้วจะได้รับการลงโทษ จะยุติการแสดงพฤติกรรมนั้น

3. แนวคิดของนักปัญญานิยม (Cognitive Model)

สำหรับแนวคิดของนักปัญญานิยมนั้น ผู้ศึกษาขอแนะนำเสนอแนวคิดของ จอง ปีอาเจต์ (Piaget , 1969) ซึ่งเป็นนักจิตวิทยาชาวสวิส ซึ่งเป็นผู้สร้างทฤษฎีพัฒนาการเชาว์ปัญญา ให้เป็นตัวแทนของกลุ่มแนวคิดปัญญานิยม ซึ่งได้อธิบายว่า พฤติกรรมภายนอกมีสาเหตุมาจากพฤติกรรมทางปัญญาคือการรับรู้ ความรู้ ความเข้าใจ ความคิดที่มีเหตุผล ความเชื่อ ค่านิยม เช่น เมื่อเด็กวัยรุ่นรับรู้ว่าเป็นความจริงใจกับตนก็จะแสดงพฤติกรรมคล้อยตาม แต่ถ้ารับรู้ว่าเป็นไม่จริงใจกับตนก็จะต่อต้าน การแสดงพฤติกรรมคล้อยตามหรือต่อต้านเกิดจากการรับรู้ การตัดสินใจ ซึ่งเป็นพฤติกรรมทางปัญญาและในทัศนะของนักปัญญานิยมนั้นมีความคิดว่า คนเราจะรับรู้สิ่งแวดลอมแล้วใช้กระบวนการทางปัญญาคิดแล้วแสดงออกเป็นพฤติกรรมภายนอก ดังนั้น พฤติกรรมภายนอกจึงเป็นพฤติกรรมทางปัญญาและในทัศนะของนักปัญญานิยมนั้นมีความคิดว่า คนเราจะรับรู้สิ่งแวดลอมแล้วใช้กระบวนการทางปัญญาคิดแล้วแสดงออกเป็นพฤติกรรมภายนอก ดังนั้น พฤติกรรมภายนอกจึงเป็นผลมาจากกระบวนการทางปัญญา

4. แนวคิดของนักมานุษยนิยม (The Humanistic Model)

สำหรับแนวคิดนี้ ผู้ศึกษาขอแนะนำเสนอแนวคิดของ อับราฮัม มาสโลว์ (Maslow ,1963) ซึ่งเป็นผู้สร้างทฤษฎีลำดับขั้นของแรงจูงใจ ให้เป็นตัวแทนของกลุ่มแนวคิดมานุษยนิยม ซึ่งมาสโลว์ได้อธิบายว่า มนุษย์เกิดมาพร้อมกับแรงคลใจที่จะพัฒนาศักยภาพของตน ด้วยเหตุนี้มาสโลว์จึงมีแนวความคิดว่า แรงคลใจหรือความต้องการ 5 ประเภทเป็นสาเหตุของพฤติกรรม ได้แก่

1. ความต้องการทางสรีระอันได้แก่ ความต้องการที่ใช้สนองความต้องการขั้นแรกสุด คือ ความหิว ความกระหาย
2. ความต้องการสวัสดิภาพอันได้แก่ ความต้องการความปลอดภัย ซึ่งเป็นความต้องการหลังจากความต้องการทางสรีระได้รับการตอบสนองความต้องการขั้นที่ 2 นี้จะเกิดขึ้นได้เมื่อความต้องการขั้นที่ 1 ได้รับการตอบสนอง
3. ความต้องการความรัก เป็นความต้องการที่มีความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคคลระหว่างเพื่อน คนรัก สามี ภรรยา พ่อแม่ ลูก และความต้องการขั้นที่ 3 นี้จะเกิดขึ้นได้เมื่อความต้องการขั้นที่ 2 ได้รับการตอบสนอง
4. ความต้องการความนิยมนับถือในตนเอง เป็นความต้องการยอมรับ พอใจ และภูมิใจในตนเอง และความต้องการขั้นที่ 4 จะเกิดเมื่อความต้องการขั้นที่ 3 ได้รับการตอบสนอง
5. ความต้องการพัฒนาศักยภาพของตน มนุษย์จะศึกษาเพราะต้องการรู้ เพราะใจรัก เพราะอยากทำ เหตุผลเหล่านี้กล่าวได้ว่าเป็นความต้องการสูงสุด เมื่อมนุษย์ได้รับการตอบสนองความต้องการ 4 ขั้นแรก

ดังนั้น ในทฤษฎีของนักมานุษยวิทยา แรงคลาใจที่จะสนองความต้องการในแต่ละขั้นคือสาเหตุของพฤติกรรม

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมวัยรุ่นตามหลักจิตวิทยาพัฒนาการ

นับตั้งแต่อดีตมาจนถึงปัจจุบันนี้ การศึกษาเกี่ยวกับพัฒนาการมนุษย์มีวิวัฒนาการมาอย่างต่อเนื่อง ได้มีนักวิชาการและนักจิตวิทยาในสาขาต่าง ๆ เป็นจำนวนมากสนใจที่จะศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพัฒนาการในด้านต่าง ๆ ของมนุษย์ตั้งแต่เริ่มปฏิสนธิ จนถึงวัยชราโดยได้ศึกษาตามลักษณะของสรีระร่างกาย สติปัญญา อารมณ์ บุคลิกภาพ จริยธรรมและพฤติกรรมทางสังคม จึงทำให้มีทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพัฒนาการมนุษย์เกิดขึ้นมาในสังคมอย่างมากมาย สำหรับการศึกษาวัยของผู้ศึกษาในครั้งนี้ ได้มุ่งเน้นศึกษาเฉพาะทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมในด้านต่าง ๆ ของวัยรุ่น โดยจะขอเสนอใจความสำคัญที่เป็นสาระสำคัญของทฤษฎีต่าง ๆ พอเป็นสังเขปดังนี้

ทฤษฎีการเรียนรู้แบบการกระทำ

ตามแนวคิดของ บี. เอฟ. สกินเนอร์ (Skinner, 1953) ซึ่งเป็นที่ได้สร้างทฤษฎีนี้ขึ้นมา ซึ่งเป็นที่ยอมรับในวงการศึกษาทางด้านจิตวิทยาในกลุ่มพฤติกรรมนิยมในสังคมปัจจุบันนี้เป็นอย่างมาก ซึ่ง สกินเนอร์ มีฐานแนวคิดของเขาคือ บุคคลหรือสัตว์จะเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ หรือมีพฤติกรรมซ้ำ ๆ เมื่อได้รับการเสริมแรง (Reinforcement) ทั้งทางบวกและลบ การเรียนรู้หรือพฤติกรรมซ้ำเกิดขึ้น เมื่อมีการเสริมแรงทันที (Immediate Reinforcement) เช่น เมื่อเด็กพูดคำว่า “ แม่ ” ได้โดยไม่ได้ตั้งใจ (Accidental) แม่เสริมแรงโดยการอุ้ม ยิ้ม กอด พูดด้วยทันทีทำให้เด็กพูดคำว่า “ แม่ ” ซ้ำ ๆ อีก จนในที่สุดพูดคำว่าแม่ได้

การเสริมแรงที่ให้ ๆ หยุด ๆ (Intermittent Reinforcement) จะทำให้พฤติกรรมนั้นยึดเยื้อออกไปทั้งพฤติกรรมด้านบวกและด้านลบ การให้รางวัลพนักงานในการปฏิบัติงานดีในองค์กรเป็นครั้งคราวจะทำให้พฤติกรรมการปฏิบัติดีเกิดขึ้นเป็นเวลานาน พ่อแม่ที่ตอบสนองการเอาแต่ใจของเด็กเป็นครั้งคราว จะทำให้พฤติกรรมเอาแต่ใจยึดเยื้อออกไป แต่ถ้าพ่อแม่หยุดการตอบสนองทุกครั้งและทันที เด็กจะเกิดการเรียนรู้ว่าการเอาแต่ใจตัวเองจะทำให้ไม่มีใครสนใจตอบสนองจึงหยุดพฤติกรรมนั้น

การดัดพฤติกรรม (Shaping Behavior) นั่นคือ การให้แรงเสริมเพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมที่ไม่พึงปรารถนาให้กลายเป็นพึงปรารถนา การดัดพฤติกรรมได้นำมาใช้ในการหัดนิสัย แก่นิสัยที่ไม่พึงปรารถนาของเด็กและผู้ใหญ่ในบ้าน ในสถาบันการศึกษาในโรงพยาบาลและองค์กรต่าง ๆ ทางสังคม

ทฤษฎีปัญญาทางสังคม

แนวคิดของอัลเบิร์ต แบนดูรา (Bandura ,1976) ซึ่งเป็นผู้สร้างทฤษฎีนี้ขึ้นมา ซึ่งมีชื่อเสียงและยอมรับกันอย่างมากในสังคมนักจิตวิทยาในปัจจุบันนี้ ซึ่งแบนดูรามีแนวคิดหลัก คือ การเรียนรู้จากการสังเกตเพื่อเลียนแบบ (Observational Learning for Imitation)

การเรียนรู้จากการสังเกตเพื่อเลียนแบบ แนวคิดนี้มีประเด็นสำคัญ ๆ ดังนี้

1. การเรียนรู้เกิดจากการสังเกต หรือเลียนแบบบุคคลที่เป็นตัวแบบซึ่งอาจเป็นบุคคลในชีวิตจริง หรือบุคคลในวรรณกรรม วรรณคดี นิทาน รายการโทรทัศน์ การ์ตูน ฯลฯ
2. การเรียนรู้ที่เป็นพฤติกรรมถาวร เป็นผลมาจากการได้รับการเสริมแรง
3. การเรียนรู้จากการสังเกต เห็นชัดเจนมากในการเรียนรู้แบบลงมือกระทำของกลุ่มพฤติกรรม

แบนดูราได้อธิบายว่า การเลียนแบบเกิดจากการสังเกตตัวแบบ การสังเกตส่งผลให้เกิดการทำงานในระบบความรู้ ความคิด การจดจำ (Cognitive Process) และมีการเสริมแรง อีกทั้งมีปฏิริยาโต้ตอบระหว่างคน สิ่งแวดล้อม แรงจูงใจภายนอก - แรงจูงใจภายในบนฐานสมรรถภาพทางชีวภาพของบุคคล ดังนั้นกว่าจะเกิดการเรียนรู้และเลียนแบบ คนต้องผ่านกระบวนการรู้ - คิดอันซับซ้อน

ทฤษฎีพัฒนาการทางจริยธรรมในวัยเด็ก

1) **ทฤษฎีพัฒนาการทางจริยธรรมของโคลเบอร์ก (Kohlberg)** โคลเบอร์ก (Kohlberg) เชื่อว่า พัฒนาการทางจริยธรรมของแต่ละบุคคลจะผ่านไปตามขั้นพัฒนาการ (Sequential stage) โดยมีพื้นฐานมา จากการให้เหตุผลเชิงตรรกศาสตร์ และเชื่อว่าการรับรู้ทางสังคมและบทบาททางสังคมของแต่ละบุคคลจะมี ความสัมพันธ์ในลักษณะปฏิสัมพันธ์กับพัฒนาการทางจริยธรรมของบุคคลนั้น สำหรับการตัดสินใจคุณธรรม ตามขั้นต่างๆ โคลเบอร์กเห็นว่า เป็นผลมาจากประสบการณ์ในการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ซึ่งโคลเบอร์ก เชื่อว่าสิ่งเหล่านั้นจะนำไปสู่การเรียนรู้ส่วนบุคคลมากกว่าจะเป็นรูปแบบของวัฒนธรรมที่สังคมวางไว้ นอกจากนี้ โคลเบอร์กยังเห็นว่า บุคคลที่จะมีจริยธรรมขั้นสูงหรือสามารถใช้เหตุผลทางจริยธรรมขั้นสูงได้นั้น จะต้อง สามารถใช้เหตุผลเชิงตรรกและความสามารถในการรับรู้ทางสังคมในระดับสูงก่อน โดยลำดับขั้นของ พัฒนาการทางจริยธรรมตามทฤษฎีของโคลเบอร์ก (Kohlberg , 1976) ซึ่งได้แบ่งพัฒนาการทางจริยธรรมออกเป็น 3 ระดับ (Levels) แต่ละระดับแบ่งเป็น 2 ขั้น (Stage) ดังนั้น พัฒนาการทางจริยธรรมของโคลเบอร์กมีทั้งหมด 6 ขั้น ซึ่งคำอธิบายของระดับและขั้นต่างๆ ดังนี้

ระดับที่ 1 ระดับก่อนกฎเกณฑ์สังคม (Pre – conventional Level) ในระดับนี้เด็กยอมรับกฎเกณฑ์และข้อกำหนดของพฤติกรรมที่ “ ดี ” หรือ “ ไม่ดี ” ได้จากผู้มีอำนาจเหนือตน เช่น บิดา มารดา ครู และมักคำนึงถึงผลที่จะเกิดตามมา เช่น การได้รับของรางวัลหรือการ

ยอมรับจากสังคมหรือการถูกลงโทษ ซึ่งโคลเบิร์กได้แบ่งพัฒนาการทางจริยธรรมระดับนี้เป็น 2 ชั้น คือ

1. **ชั้นหลบหลีกการถูกลงโทษ (Obedience and Punishment Orientation)** ชั้นนี้เริ่มตั้งแต่เด็กแรกเกิดจนถึงอายุประมาณ 7 ปี ซึ่งชอบให้หลักการหลีกเลี่ยงให้ได้รับโทษ และมักเลือกกระทำในทางที่จะเกิดประโยชน์แก่ตัวเองมากกว่า เด็กระยะนี้เข้าใจความดีว่าหมายถึง สิ่งที่ทำแล้วไม่ถูกไม่ถูกลงโทษ หรือถูกตำหนิ เช่น เด็กยอมทำการบ้าน เพราะกลัวครูทำโทษ เป็นต้น

ส่วนการตัดสินใจอะไรถูก อะไรผิด เด็กจะมองผลของการกระทำว่า ถ้าเสียหายมากก็ตัดสินใจการกระทำนั้นผิดไม่ได้มองสาเหตุการกระทำ

2. **ชั้นการแสวงหารางวัล (Naively Egoistic Orientation)** อายุ 7-10 ปี ชั้นนี้เด็กจะค่อย ๆ เน้นความสำคัญของงานที่ได้รับรางวัลและคำชมเชย การสัญญาโดยให้รางวัลจึงเป็นแรงจูงใจให้เด็กกระทำความดีได้มากกว่าการดูว่าหรือขู่ว่าจะลงโทษ เช่น เด็กจะช่วยพ่อแม่ทำงานก็เพื่อได้รับคำชมเชยจริยธรรมของบุคคลในชั้นนี้ มุ่งเน้นในด้านการรับคำชมเชย และรางวัลมากกว่าในการถูกลงโทษ

ระดับที่ 2 ระดับจริยธรรมตามกฎเกณฑ์สังคม (Conventional Level) พัฒนาการจริยธรรมระดับนี้ ผู้ทำถือว่าการประพฤติตนตามความคาดหวังของผู้ปกครอง บิดามารดา กลุ่มที่ตนเป็นสมาชิกหรือของชาติ เป็นสิ่งที่ควรกระทำหรือทำความผิดเพราะกลัวว่าตนจะไม่เป็นที่ยอมรับของผู้อื่น ผู้แสดงพฤติกรรมมักไม่คำนึงถึงผลตามที่จะเกิดขึ้นแก่ตนเอง ถือว่าความซื่อสัตย์ ความจงรักภักดีเป็นสิ่งสำคัญ ทุกคนมีหน้าที่ช่วยกันรักษามาตรฐานทางจริยธรรมระดับนี้แบ่งเป็น 2 ชั้นคือ

3. **ชั้นการทำตามเพื่อน (Good Boy Orientation)** อายุ 10 – 13 ปี ชั้นนี้เด็กย่างเข้าสู่วัยรุ่น จะให้ความสำคัญแก่กลุ่มเพื่อนมาก ต้องการให้กลุ่มยอมรับจึงทำตามบุคคลที่ตนเห็นว่าดีงาม คือ เอาอย่าง Good boy nice Girl เด็กวัยนี้ส่วนมากจะทำตามในสิ่งที่ตนตัดสินใจคนอื่นจะเห็นด้วย เพื่อให้เป็นที่ชอบพอของเพื่อนฝูงและเป็นที่ยอมรับของกลุ่มเพื่อน จริยธรรมของบุคคลในชั้นนี้เน้นหนักด้านการทำตามคนอื่นมากกว่าคำนึงถึงเรื่องการถูกลงโทษ และรางวัล

4. **ชั้นการทำตามหน้าที่ (Authority and Social Order Maintaining Orientation)** อายุ 13- 16 ปี เด็กวัยนี้จะมีความรู้และประสบการณ์ว่า แต่ละกลุ่มจะมีกฎเกณฑ์ให้สมาชิกยึดถือ และเขาก็มีความเข้าใจในหน้าที่ของตนในกลุ่ม มีศรัทธาต่อกฎเกณฑ์ของกลุ่มมากพอสมควร เข้าใจบทบาทของผู้อื่น การกระทำที่ถูกต้องจะพิจารณาเพื่อกลุ่มและส่วนรวม จริยธรรมชั้นนี้เน้น

เรื่องการกระทำตามที่ในหมู่คณะ ทำตามขนบธรรมเนียมประเพณี และศีลธรรมมากกว่าเรื่อง การลงโทษ รางวัล และการทำตามเพื่อน

ระดับที่ 3 ระดับจริยธรรมตามหลักการด้วยวิจารณญาณ หรือระดับเหนือกฎเกณฑ์สังคม (Post – Conventional Level)

พัฒนาการจริยธรรมระดับนี้ เป็นหลักจริยธรรมของผู้มีอายุ 20 ปีขึ้นไป ผู้ทำหรือผู้แสดง พฤติกรรมได้พยายามที่จะตีความหมายของหลักการ และมาตรฐานทางจริยธรรมด้วยวิจารณญาณ ก่อนที่จะยึดถือเป็นหลักของความประพฤติที่จะปฏิบัติตาม การตัดสินใจ “ ถูก ” “ ผิด ” “ ควร ” “ ไม่ควร ” มาจากวิจารณญาณของตนเอง ปราศจากอิทธิพลของผู้มีอำนาจหรือกลุ่มที่ตน เป็นสมาชิก กฎเกณฑ์ – กฎหมาย ควรตั้งบนหลักความยุติธรรมและเป็นที่ยอมรับของสมาชิกของ สังคมที่ตนเป็นสมาชิก โคลเบอร์กแบ่งพัฒนาการทางจริยธรรมระดับนี้เป็น 2 ชั้น คือ

5. **ชั้นการทำตามสัญญา (Contractual Legalistic Orientation)** อายุ 16 ปีขึ้นไป ชั้นนี้บุคคลจะพยายามกระทำเพื่อหลบหลีกมิให้ถูกตราหน้าว่าเป็นคนขาดเหตุผล เป็นคนไม่ แน่นนอน คำว่าหน้าที่ของบุคคลในชั้นนี้ หมายถึง การทำตามหน้าที่ตกลงหรือให้สัญญาไว้กับ ผู้อื่น ไม่พยายามลิดรอนสิทธิของผู้อื่น เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าส่วนตัวมีความเคารพ ตนเอง และต้องการให้ผู้อื่นเคารพตนเองด้วย

6. **ชั้นหลักอุดมคติสากล (Conscience or Principal Orientation)** ชั้นนี้เกิด กับผู้ใหญ่ บุคคลในชั้นนี้จะมีอุดมคติหรือคุณธรรมประจำใจ เช่น ยึดหลักสิทธิโดยดัดปยะ ซึ่งมีความละเอียดใจตนเองในการที่จะกระทำชั่วและเกรงกลัวต่อบาป และเป็นบุคคลที่เสียสละเพื่อ สังคมอย่างแท้จริง

โคลเบอร์ก เชื่อว่าพัฒนาการของการใช้เหตุผลเชิงจริยธรรม จะดำเนินไปตามขั้นตอน จาก ชั้นที่หนึ่งเรื่อยไปจนถึงขั้นที่หก จะข้ามมิได้ และพัฒนาการอาจจะชะงักอยู่ในขั้นใดขั้นหนึ่งก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสามารถทางสติปัญญาและเหตุการณ์ทางสังคม

2.) ทฤษฎีพัฒนาการทางจริยธรรมของเพียเจต์ (Piaget)

เพียเจต์ (Piaget) เชื่อว่า พัฒนาการทางจริยธรรมของมนุษย์เป็นไปตามขั้นและขึ้นกับวัย ตลอดจนความฉลาดของบุคคลในการที่จะรับรู้กฎเกณฑ์และลักษณะต่างๆ ของสังคมตาม พัฒนาการทางสติปัญญาของบุคคลนั้น โดยขั้น พัฒนาการทางจริยธรรมของเพียเจต์ แบ่งเป็น 2 ชั้น ใหญ่ ๆ ดังนี้ (Piaget. 1967 อ้างในพรหมทิพย์ ศิริวรรณ บุศย์. 2530 ; สุรางค์ ไคว์ตระกูล, 2544)

2.1) **ชั้นยอมรับกฎเกณฑ์จากผู้ที่มิอำนาจเหนือตน (Heteronomous)** เริ่มตั้งแต่แรกเกิด จนถึง 8 ปี ในขั้นนี้บุคคลยอมรับกฎเกณฑ์จากผู้ที่มิอำนาจเหนือตน เช่น บิดา มารดา ครู และบุคคล

อื่นที่มี อำนาจมากกว่าและเชื่อว่ากฎระเบียบเป็นสิ่งที่แน่นอนตายตัวไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ ดังนั้น ระเบียบนี้ บิดา มารดาและผู้ใหญ่จึงมีอิทธิพลต่อเด็กอย่างชัดเจน เด็กจะนับถือความถูกต้อง-ผิด ความดี-ไม่ดี ในลักษณะ ตายตัว (Fixed rules) ดังนั้น การพิจารณาปัญหาทางจริยธรรมของบุคคลในวัยนี้ จึงยึดเอาผลที่เกิดขึ้น ตามมาเป็นหลักพื้นฐานในการพิจารณารับโทษโดยไม่คำนึงถึงแรงจูงใจ หรือสาเหตุในการกระทำ

2.2) ขั้นการยอมรับการเปลี่ยนแปลงของกฎเกณฑ์ (Autonomous) เริ่มตั้งแต่เด็กอายุ 9 ปีขึ้นไป ในขั้นนี้บุคคลจะมองสิ่งต่าง ๆ อย่างมีความสัมพันธ์กันมากขึ้นและเชื่อว่ากฎระเบียบต่างๆ ไม่ใช่ สิ่งที่ต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัดแต่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ถ้าทุกคนยอมรับการเปลี่ยนแปลงนั้น ในขั้นนี้ เป็นระยะที่บุคคลเริ่มพัฒนาจริยธรรมขึ้นสู่ความคิดที่เป็นของตนเอง ใช้เหตุผลโดยคำนึงถึงความยุติธรรม และพิจารณาจากผลที่เกิดขึ้นจากการกระทำด้วย ซึ่งพัฒนาการที่เกิดขึ้นนี้จะมีความสัมพันธ์ทางบวกกับ สติปัญญาและอายุของบุคคล ดังนั้น ในการพิจารณาปัญหาทางจริยธรรมของบุคคลในวัยนี้ จึงยึดเอาเจตนา หรือความมุ่งหมายของการกระทำมาเป็นหลักพื้นฐานในการพิจารณาร่วมด้วย

เพียเจท์ เชื่อว่า การที่บุคคลจะมีพัฒนาการจากขั้นยอมรับกฎเกณฑ์จากผู้ที่มีอำนาจเหนือตน ไปสู่ขั้นการยอมรับการเปลี่ยนแปลงของกฎเกณฑ์นั้น

3.) ทฤษฎีตามแนวคิดพฤติกรรมนิยม

นักจิตวิทยาในกลุ่มพฤติกรรมนิยมเชื่อว่า พฤติกรรม ของบุคคลเป็นผลที่เกิดขึ้น จากการได้ ปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมและจะแปรเปลี่ยนไปตามผลที่ได้รับจาก การกระทำที่เกิดขึ้นใน สภาพแวดล้อมนั้น ซึ่งผลจากการกระทำนั้นมีอยู่ 2 ประเภท ได้แก่ ผลประเภท เสริมแรง (Reinforcer) ซึ่งทำให้พฤติกรรมนั้นมีอัตราเพิ่มขึ้น และผลประเภทถูกลงโทษ (Punisher) ซึ่งทำให้พฤติกรรมนั้นมีอัตราลดลงหรือหมดไป

3.1 การพัฒนาคุณธรรมจริยธรรมตามแนวคิดพฤติกรรมนิยม นักจิตวิทยาในกลุ่มนี้เชื่อว่า เราสามารถพัฒนาคุณธรรมจริยธรรมของบุคคลได้ด้วยกระบวนการปรับพฤติกรรมโดยใช้ตัวเสริมแรง หรือ ตัวลงโทษเป็นเครื่องมือในการเพิ่มพฤติกรรมที่พึงปรารถนาและลดหรือขจัดพฤติกรรมที่ไม่พึงปรารถนา ตามขั้นตอนที่สำคัญดังนี้ (สุรางค์ โค้วตระกูล, 2544)

- 1) บังคับหรือกำหนดพฤติกรรมเป้าหมายให้ชัดเจนและมีลักษณะเป็นพฤติกรรมที่สังเกตได้
- 2) ใช้แรงเสริมที่เหมาะสมและถูกหลักการ โดยตัวเสริมแรงที่นำมาใช้อาจเป็นตัวเสริมแรงทางสังคม เช่น การให้คำชมเชย ยกย่อง ให้ความสนใจ ให้เกียรติ ฯลฯ หรืออาจเป็นตัวเสริมแรงที่เป็น รางวัล สิ่งของหรือเบี้ย (Token) ที่สามารถนำมาแลกกับสิ่งของที่ผู้ปรับพฤติกรรมต้องการ

หรืออาจจะให้แรง เสริมโดยการให้ทำกิจกรรมอื่นที่ชอบ ทั้งนี้ วิธีการเสริมแรงต้องเหมาะสมกับอายุของผู้รับการปรับพฤติกรรม

3) ติดตามสังเกตการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับการปรับพฤติกรรม เมื่อมีพฤติกรรมที่ต้องการเกิดขึ้น ควรให้แรงเสริมทันทีในช่วงแรก ๆ ของการปรับพฤติกรรม แต่เมื่อเวลาผ่านไประยะหนึ่ง การให้แรงเสริมควรจะเปลี่ยนเป็นแบบครั้งคราวเพื่อให้พฤติกรรมนั้นคงอยู่อย่างถาวร

จากแนวคิดพฤติกรรมนิยม จะเห็นได้ว่า การพัฒนาคุณธรรมจริยธรรมของบุคคลนั้นต้องกำหนดพฤติกรรมคุณธรรม จริยธรรมที่จะพัฒนาให้ชัดเจน สามารถวัดและสังเกตได้ โดยวิธีการสำคัญในการพัฒนาคุณธรรม จริยธรรมของบุคคลตามแนวคิดนี้คือ การปรับพฤติกรรมที่อาศัยตัวเสริมแรงหรือตัว ลงโทษเป็นเครื่องมือที่สำคัญ

4.) ทฤษฎีตามแนวคิดจิตพฤติกรรมศาสตร์

เป็นแนวคิดที่ใช้ในการอธิบายสาเหตุพฤติกรรม ของบุคคลโดยใช้รูปแบบปฏิสัมพันธ์นิยม (Interactionism Model) และทฤษฎีต้นไม้อัจฉริยะมาเป็น กรอบในการกำหนดสาเหตุต่างๆ ของพฤติกรรม (ดวงเดือน พันธุนาวิน, 2545) ซึ่งเชื่อว่าสาเหตุ ของพฤติกรรมของบุคคลมีอย่างน้อย 4 สาขหลัก ดังนี้ (ดวงเดือน พันธุนาวิน, 2546)

1) สถานการณ์ หมายถึงถึงสิ่งต่าง ๆ ที่รอบตัวบุคคล เช่น ปัทสนทางสังคม การสนับสนุนจากบุคคลรอบตัว เป็นต้น

2) จิตลักษณะเดิม เป็นจิตลักษณะหรือบุคลิกภาพที่ติดตัวมาหรืออาจเกิดจากการถ่ายทอดทางสังคม เช่น สุขภาพจิต ประสบการณ์ทางสังคม สติปัญญา ค่านิยม เป็นต้น

3) ปฏิสัมพันธ์ระหว่างสถานการณ์กับจิตลักษณะเดิม ซึ่งเรียกว่า ปฏิสัมพันธ์แบบกลไก (Mechanism Interaction)

4) จิตลักษณะตามสถานการณ์หรือที่เรียกว่าปฏิสัมพันธ์ภายในตน (Organismic Interaction) เช่น เจตคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือความเครียดเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เป็นต้น

ส่วนทฤษฎีต้นไม้อัจฉริยะนั้นมีความคิดว่าพฤติกรรมต่างๆ ของคนดีและคนเก่ง นั้นก็เหมือนกับผลไม้บนต้น ซึ่งการที่จะทำให้ผลไม้บนต้นมีผลใหญ่และหวานอร่อย ลำต้นและรากของต้นต้องสมบูรณ์ โดยลำต้นของต้นไม้อัจฉริยะเปรียบได้กับลักษณะทางจิตใจของบุคคล อันได้แก่

- ศักดิ์ศรี คุณธรรม ค่านิยมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมที่กำลังศึกษา
- เหตุผลเชิงจริยธรรมหรือการเห็นแก่ผู้อื่นมากกว่าการเห็นแก่ตนเอง
- ลักษณะมุ่งอนาคตสามารถคาดการณ์ไกลและควบคุมตนให้รอดได้อย่าง เหมาะสม
- ความเชื่ออำนาจในตนว่าทำดีได้ดี ทำชั่วต้องได้รับโทษ
- แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์หรือความมุ่งมั่นบากบั่นฝ่าฟันอุปสรรคจนประสบความสำเร็จ ตามเป้าหมาย

ส่วนรากของต้นไม้จริยธรรมก็เปรียบเสมือนลักษณะทางจิตที่เป็นพื้นฐานทางจิตใจ 3 ประการ

- สติปัญญา คือ ความเฉลียวฉลาดเหมาะสมกับอายุ
- ประสบการณ์ทางสังคมหมายถึง การเข้าใจมนุษย์และสังคม รู้จักเอาใจเขามาใส่ใจเรา
- สุขภาพจิตที่ดี คือ การมีความวิตกกังวลในปริมาณที่เหมาะสมกับเหตุการณ์

ซึ่งลักษณะของบุคคลทั้ง 8 ประการนั้น ถ้าพิจารณาตามรูปแบบปฏิสัมพันธ์นิยมก็คือ จิตลักษณะเดิมที่ติดตัวมากับมนุษย์และจิตลักษณะตามสถานการณ์ซึ่งเป็นผลของจิตลักษณะเดิมของบุคคลมี ปฏิสัมพันธ์กับลักษณะของสถานการณ์ปัจจุบันที่บุคคลประสบอยู่และเป็นสถานการณ์ที่เกิดพฤติกรรม เป้าหมายนั้นนั่นเอง (ดวงเดือน พันธุมนาวิน, 2537 , 2545)

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า แนวคิดกลุ่มจิตพฤติกรรมศาสตร์เชื่อว่า สาเหตุของพฤติกรรมมนุษย์ มาจากทั้งสาเหตุที่เป็นปัจจัยภายนอก อันได้แก่ สถานการณ์แวดล้อมต่าง ๆ และปัจจัยภายในจิตใจตัวบุคคล เอง ตลอดจนปฏิสัมพันธ์ระหว่างจิตลักษณะเดิมและสถานการณ์ปัจจุบันที่บุคคลประสบอยู่

5.) ทฤษฎีตามแนวคิดสังคมวิทยา

เป็นแนวคิดที่เน้นการศึกษากระบวนการปฏิสังสรรค์ และแบบแผนความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ในกลุ่มและสังคม ซึ่งเชื่อว่า การพัฒนาคุณธรรม จริยธรรม ของบุคคลเกิดขึ้นได้โดยผ่านกระบวนการขัดเกลาทางสังคม

การขัดเกลาทางสังคม (Socialization) เป็นกระบวนการที่ช่วยให้บุคคลได้เรียนรู้การอยู่ร่วมกับผู้อื่นเพื่อการปรับตัวให้เข้ากับมาตรฐาน จารีตประเพณี ขนบธรรมเนียม และการประพฤติปฏิบัติ ต่างๆจากการเรียนรู้จะทำให้บุคคลมีพฤติกรรม บุคลิกภาพ ค่านิยม เจตคติ แรงจูงใจที่สอดคล้องกับ วัฒนธรรมในสังคมของตน รวมทั้งได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ในการดำเนินชีวิตประจำวันและการประกอบอาชีพ ซึ่งกระบวนการขัดเกลาทางสังคมนี้จะเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอด ชีวิตของมนุษย์ตั้งแต่วัยเด็ก วัยรุ่น วัยผู้ใหญ่ และวัยชรา (Munn & Fernald ; & Fernald, 1969 ; Watson & Linggren.1979)

ตามแนวคิดทางสังคมวิทยาเห็นว่า การอบรมเลี้ยงดูหรือการอบรมขัดเกลาสมาชิกของสังคมโดยครอบครัว เป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพของคนมากที่สุด เพราะครอบครัวซึ่งมีพ่อแม่ เป็นหลักมีอิทธิพลต่อชีวิตและพัฒนาการทุกด้านของเด็กมาก พ่อแม่มีบทบาทในการถ่ายทอดความเชื่อ เจตคติ ค่านิยมและแบบแผนพฤติกรรมต่าง ๆ ให้แก่เด็กด้วยการเลี้ยงดู (งามตา วนิทานนท์, 2534) รวมทั้งการถ่ายทอดคุณธรรม จริยธรรมทางศาสนาเป็นเบื้องต้นด้วย (เพ็ญแข ประจันปัจฉิม, 2528) องค์ประกอบที่ทำให้ครอบครัวมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาคน

จึงรวมถึงการอบรมเลี้ยงดูด้วยวิธีการต่างๆ ที่เหมาะสมและรายละเอียดในการอบรม พร่ำสอน ถ่ายทอดคุณธรรม จริยธรรมให้แก่สมาชิกใคร่ ครวญของตนเพื่อให้สมาชิกมีพฤติกรรมที่ดีเป็นที่ต้องการของสังคม นอกจากนี้ การขัดเกลาทางสังคม ยังเป็นการฝึกบุคคลให้มีส่วนร่วมในสังคม โดยสังคมเป็นผู้กำหนดให้บุคคลต้องปฏิบัติตามปทัสถานและ ระเบียบของสังคม ลักษณะที่เห็นได้ชัดเจน คือ การกำหนดจุดมุ่งหมายของการฝึกอบรมไว้โดยมุ่งที่จะฝึก ให้บุคคลมีการประพฤติปฏิบัติตนตามแนวทางที่สังคมยอมรับ ซึ่งบุคคลที่มีบทบาทสำคัญในการขัดเกลา ทางสังคมให้กับบุคคลได้แก่

1) พ่อ-แม่ ครอบครัวเป็นสถาบันแรกที่ทำหน้าที่ในการขัดเกลาทางสังคม โดยพ่อ-แม่ เป็นผู้ทำหน้าที่ในการอบรมเลี้ยงดูบุตรของตนทั้งด้านร่างกายคือ สุขภาพอนามัยและการกินดีอยู่ดี และทางด้านจิตใจคือการปลูกฝังให้บุตรเป็นบุคคลที่มีคุณธรรม จริยธรรม มีทัศนคติและค่านิยมอันดีงาม อัน จะทำให้บุตรเป็นผู้ที่มีความสมบูรณ์ทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ ส่งผลให้สามารถดำเนินชีวิตในสังคมได้ อย่างมีความสุข อย่างไรก็ตาม ปัจจุบัน พ่อ-แม่ที่อาศัยอยู่ในเมืองจำนวนมากต้องออกไปประกอบอาชีพ นอกบ้านทั้งสองฝ่าย จึงจำเป็นต้องนำบุตรของตนไปไว้ในสถานที่รับเลี้ยงเด็กตั้งแต่ยังอยู่ในวัยทารก บทบาทของพ่อ-แม่ในการขัดเกลาทางสังคมและวัฒนธรรม จึงมีแนวโน้มที่จะถูกบดบังความสำคัญโดยมี ตัวแทนในการขัดเกลาทางสังคมอื่นๆ เข้ามามีบทบาททดแทน ได้แก่ ครู กลุ่มเพื่อน พระ และสื่อมวลชน ฯลฯ

2) ครู เมื่อเด็กเข้ารับการศึกษาในโรงเรียนก็จะได้รับการถ่ายทอดความรู้ทางวิชาการ ทักษะ และประสบการณ์ที่จำเป็นในการดำเนินชีวิตและการประกอบอาชีพในอนาคต นอกจากนี้ จะมีการอบรมสั่ง สอนในเรื่องคุณธรรม จริยธรรม ตลอดจนค่านิยมอันดีงามในสังคม เช่น ความเอื้อเฟื้อ ความกตัญญูกตเวที ความรับผิดชอบ ความมีน้ำใจ เป็นต้น ซึ่งกระบวนการขัดเกลาทางสังคมในโรงเรียนนี้ครูเป็นผู้มีบทบาทสำคัญ เป็นผู้มีอิทธิพลในการหล่อหลอมขัดเกลาลักษณะนิสัยของนักเรียน และมีบทบาทในการเป็นตัวแทนให้แก่ นักเรียนในการแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ

3) กลุ่มเพื่อน เมื่อบุคคลดำรงชีวิตอยู่ในสังคมก็จะมีกลุ่มเพื่อนที่อาจจะเพื่อนในวัยเดียวกัน หรือเพื่อนต่างวัย ซึ่งกลุ่มเพื่อนจะมีบทบาทในการขัดเกลาทางสังคมให้กับบุคคลเช่นกัน โดยที่ การขัดเกลาทางสังคมในกลุ่มเพื่อนมีอิทธิพลต่อบุคคล 3 ประการด้วยกัน (Gecas.1981) ได้แก่

3.1) การขัดเกลาทางสังคมก่อให้เกิดผลที่สำคัญต่อพัฒนาการและการสร้างอัตมโนภาพแห่งตนที่แตกต่างจากพ่อแม่ และครู

3.2) กลุ่มเพื่อนจะก่อให้เกิดโอกาสที่สำคัญในการฝึกหัดทักษะในการสวมบทบาท ของบุคคล

3.3) กลุ่มเพื่อนจะเป็นกลวิธานในการเรียนรู้บทบาท และค่านิยมทางสังคมที่ผู้ใหญ่ ไม่ต้องการสอน เช่น ความรู้เกี่ยวกับเพศ และการเบี่ยงเบนทางสังคม บุคคลจะเรียนรู้ได้จากกลุ่มเพื่อน สนธิ เป็นต้น

กล่าวได้ว่า การคบเพื่อนเป็นพฤติกรรมทางสังคมที่สำคัญอย่างยิ่งต่อจิตใจของบุคคล ในช่วงวัยรุ่นโดยเพื่อนจะทำให้บุคคลสามารถผ่อนคลายความเครียดในเรื่องต่างๆ ทั้งความเครียดในการเรียนและการทำงาน และบางครั้งทำให้เกิดพฤติกรรมการคล้อยตามกันซึ่งเป็นที่พึงในทางที่เป็นคุณและเป็นโทษ เช่น กลุ่มเพื่อนอาจเป็นผู้ประคับประคองจิตใจของวัยรุ่นในยามที่มีความทุกข์โดยการชี้แนะ แนวทางที่เป็นประโยชน์ แต่ในทางกลับกันกลุ่มเพื่อนอาจชักนำวัยรุ่นไปในทางเสื่อมถอย เช่น การชักจูง ในมีการกระทำความผิดเป็นเยาวชนอาชญากร ดิคาเสพติดหรือ ดิดการพนัน เป็นต้น ดังนั้น ควรมีการชี้แนะ แนวทางในการเลือกคบเพื่อนอย่างเหมาะสม เพื่อที่จะให้ชักนำกันไป ในแนวทางที่เป็นประโยชน์

4) พระสงฆ์ ที่ผ่านมา พระมีบทบาทในสังคมเป็นอย่างมากทั้งให้การศึกษาและการ อบรมพระธรรมวินัยเพื่อให้บุคคลในสังคมมีคุณธรรม จริยธรรม แต่หลังจากมีการเปลี่ยนแปลงด้าน เศรษฐกิจ และสังคมทำให้บทบาทหน้าที่ของพระสงฆ์มีการปรับเปลี่ยนไป ปัจจุบันบทบาทหน้าที่ต่างๆ ของพระสงฆ์ก็ยังคงมีอยู่โดยเฉพาะในชนบท เช่น การทำโครงการที่มุ่ง ให้ความช่วยเหลือเพื่อ บรรเทาความทุกข์ของประชาชนในท้องถิ่นทั้งทางด้านวัตถุและจิตใจ และเป็นการ ให้ความช่วยเหลือชาวบ้านทุกเพศทุกวัย นับตั้งแต่การจัดตั้งศูนย์พัฒนาเด็กซึ่งเป็นกำลังสำคัญของชุมชน และสังคมต่อไปในอนาคต ให้การฝึกอบรมอาชีพแก่สตรีและมีการเทศนาสั่งสอนอบรมจิตใจให้ เป็นคนดี

5) สื่อมวลชน สื่อมวลชนเป็นสถาบันที่มีบทบาทและมีอิทธิพลอย่างยิ่งในสังคมไทย เนื่องจากเป็น เครื่องมือสื่อสารที่ทันสมัยมากที่สุด ปัจจุบันสื่อประเภทต่างๆ สามารถเข้าถึงประชาชน ได้อย่าง กว้างขวางไม่ว่าจะเป็นวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ ภาพยนตร์ เป็นต้น อิทธิพลของ สื่อมวลชนต่อตัวบุคคลนั้น สามารถเป็นได้ทั้งทางบวกและทางลบโดยที่สื่อมวลชนมีผลต่อ กระบวนการ เรียนรู้ ความคิดเห็น ค่านิยม เจตคติและพฤติกรรมต่างๆ ของบุคคล ดังนั้น ควรมีการ ส่งเสริมให้บุคคล สามารถเป็นผู้บริโภคสื่อที่มีคุณภาพ คือ สามารถรู้เท่าทัน รู้จักเลือกรับและรู้จัก วิเคราะห์สื่ออย่างมีเหตุผล ซึ่งเป็นทักษะที่จะทำให้บุคคลสามารถใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนได้มาก ขึ้น อันจะเป็นผลกระทบต่อ สื่อมวลชนให้ต้องมีการพัฒนาตนเองให้นำเสนอในสิ่งที่ดีมีประโยชน์ ในที่สุด

แนวคิดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์

องค์กรทุกองค์กรต้องมีการกำหนดทิศทางของการดำเนินงาน โดยต้องกำหนดวิสัยทัศน์ และเป้าหมายรวมขององค์กร เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดให้ทุกฝ่ายขององค์กรปฏิบัติงาน ภายใต้ทิศทางที่องค์กรกำหนดไว้

ความหมายของคำว่า กลยุทธ์ (Strategies)

Wai , (1994) ได้ให้ความหมายของกลยุทธ์และกลวิธีไว้ดังนี้

กลยุทธ์ (Strategies) คือ การเลือกหนทางและวิธีการ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางแผนไว้ กลยุทธ์ ก็คือ ทิศทางที่นักวางแผนคิดขึ้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ซึ่งกลยุทธ์มักเป็นการวางแผนในระยะยาวอย่างกว้าง ๆ เพื่อนำไปประยุกต์ปฏิบัติ ทั้งนี้โดยการวางแผนกลยุทธ์จะต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานจุดอ่อน จุดแข็ง และคู่แข่งองค์กร

กลวิธี (Tactic) หรือบางครั้งเรียกว่า กุศโลบายหรือกลอุบาย เป็นหนทางที่มาสสนับสนุนกลยุทธ์เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของกลยุทธ์ กลวิธีจึงมักเป็นเรื่องของการกระทำในทันที เป็นรายละเอียดของแผนการกระทำที่แสดงให้เห็นว่า ใครต้องทำอะไร ที่ไหน เมื่อไหร่ เพื่อปฏิบัติการตามกลยุทธ์ที่ตั้งไว้ อันจะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ของแผน กลวิธีจะมีความยืดหยุ่นสามารถปรับเปลี่ยนได้ง่าย

J.L Thomson , (1995) ได้ให้ความหมายว่า ส่วนงานที่เกี่ยวข้องกับจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กร ซึ่งมีกลยุทธ์กว้าง ๆ ที่ครอบคลุมทั้งองค์กรและกลยุทธ์สำหรับการแข่งขัน

Bennett , (1996) ได้ให้ความหมายว่า ทิศทางที่องค์กรเลือกปฏิบัติเพื่อให้บรรลุพันธกิจขององค์กร

Mintzberg , (1996) ได้เสนอ 5 คำนี้แทนความหมายของคำว่า กลยุทธ์ ไว้ดังนี้

1. การวางแผน (a plan) - ที่มีการกำหนดแนวทางในการปฏิบัติรวมถึงวิธีการที่จะดำเนินไปตามจุดมุ่งหมาย
2. งาน หรือ วิธีการ (a ploy) - แผนงานที่มีลักษณะเฉพาะ โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะเอาชนะคู่แข่ง

3. แบบแผน (a pattern) - แนวทางการปฏิบัติงานขององค์กรต้องดำเนินอย่างมีแบบแผนและมีความต่อเนื่อง
4. การวางตำแหน่ง (a position) - สถานภาพหรือการวางตำแหน่งขององค์กรในสิ่งแวดล้อม
5. มุมมอง (a perspective) - แนวทางหรือวิธีการที่หลากหลายในการรับรู้เรื่องราวต่าง ๆ

Wargg , (1992) กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ควรจะมีการเตรียมการไว้ล่วงหน้า ซึ่งในการเตรียมแผนกลยุทธ์ จะต้องเริ่มต้นจากการพิจารณาถึง สถานภาพขององค์กร วัตถุประสงค์ ในระยะสั้น ระยะกลาง ระยะยาว ภาวะคุกคามและ โอกาสที่องค์กรกำลังเผชิญหน้าอยู่ รวมทั้งเอกลักษณ์ขององค์กร ภาพลักษณ์โดยรวมขององค์กร ซึ่งนับเป็นพื้นฐานที่สำคัญที่ใช้สำหรับการเตรียมการจัดทำกลยุทธ์ และภายในกลยุทธ์ควรมีแผนหรือกิจกรรมในช่วงเวลาที่เจาะจง หรือเป็นโครงการเฉพาะ (โดยส่วนมากไม่เกิน 1 ปี) เช่น โครงการเปิดตัวสินค้าตัวใหม่ เป็นต้น

ลักษณะของกลยุทธ์ที่ดี ควรจะมีการเตรียมแผนงานไว้ล่วงหน้า เพื่อป้องกันความเสียหาย หรือ เสียโอกาส และระมัดระวังผลเสียต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้น เพราะกลยุทธ์จะเอื้อประโยชน์ที่ดีให้กับองค์กร ดังนั้น องค์กรต่าง ๆ จึงมีความจำเป็นต้องมีกลยุทธ์ ซึ่งสามารถวางแผนได้ในระยะยาว หรือ มีระยะเวลาตามลักษณะกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ที่จัดขึ้น ในขณะที่วางแผนกลยุทธ์เป็นโอกาสที่จะได้พิจารณาว่า กิจกรรมประชาสัมพันธ์มีความสอดคล้องกับองค์กรหรือไม่ นอกจากนั้น ในการเตรียมกลยุทธ์ , แผนงาน และงบประมาณ จะต้องได้รับการสนับสนุนจากการบริหารจัดการอื่น ๆ หรือผู้บริหารที่สามารถคาดการณ์ว่ามีทรัพยากรที่เพียงพอและสามารถจัดหาได้

การพัฒนากลยุทธ์ (Developing a Strategy)

พื้นฐานของการทำกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่ดี จะต้องมีการทำวิจัยในด้านต่าง ๆ เพื่อรับทราบความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งนับเป็นพื้นฐานที่สำคัญสำหรับนักประชาสัมพันธ์ที่ต้องรู้ว่า องค์กรมีวัฒนธรรม , วัตถุประสงค์ , ภาวะคุกคาม, โอกาส ที่เผชิญหน้าทั้งในอดีตและปัจจุบัน

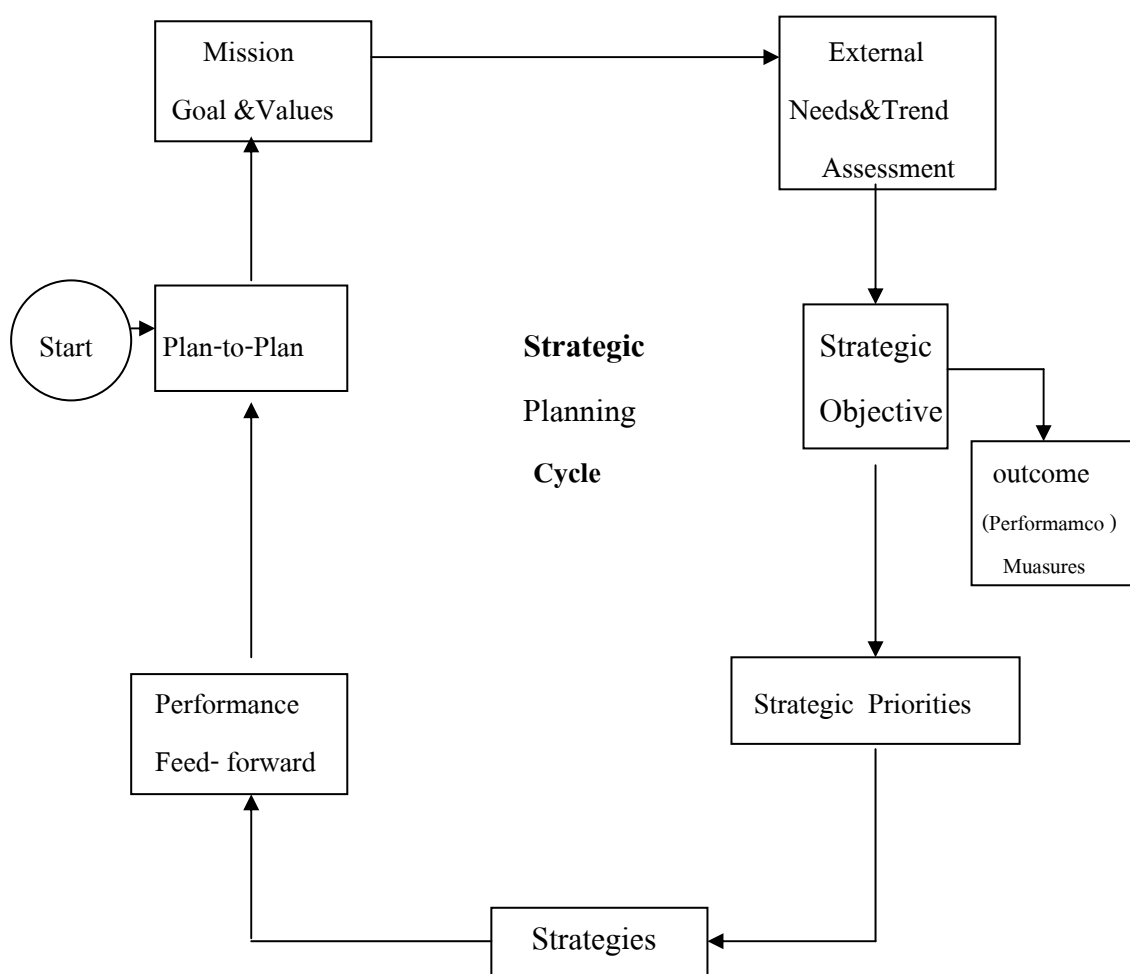
คำถามและข้อมูลต่าง ๆ ที่ใช้ในการเตรียมแผนกลยุทธ์ ประกอบด้วย

1. สถานภาพในปัจจุบันขององค์กรและประวัติองค์กร
2. สถานการณ์ขององค์กรหรือธุรกิจ ทั้งในด้านจุดอ่อน, จุดแข็ง , ภาวะคุกคาม , โอกาสในการแข่งขัน
3. วัตถุประสงค์ระยะยาว และ ระยะกลาง
4. โครงสร้างขององค์กร ทั้งบริษัทแม่หรือบริษัทในเครือ ตลอดจนความสัมพันธ์กับบริษัทอื่น ๆ

5. กลุ่มเป้าหมาย, ตลาดในการแข่งขัน
6. ประสบการณ์ด้านการทำประชาสัมพันธ์ในอดีต ประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว
7. ระบบการสื่อสารของพนักงาน
8. สื่อที่นำเสนอออกไปภายนอกองค์กร และการรับรู้เกี่ยวกับองค์กร
9. เอกลักษณ์ขององค์กรในปัจจุบัน
10. ประเด็นที่มีผลกระทบต่อองค์กร
11. วัฒนธรรมและลักษณะการบริหารงาน
12. การทำประชาสัมพันธ์ในอดีตเป็นแบบเชิงรุก หรือเชิงรับ

Mintzberg & Qinn , (1996) กลยุทธ์ หมายถึง การวางแผนที่เป็นการผสมผสานระหว่างเป้าหมายหลักขององค์กร นโยบาย และขั้นตอนของการปฏิบัติทั่วทั้งองค์กร กลยุทธ์ที่เหมาะสมจะช่วยให้องค์กรสามารถจัดสรรการใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสม จากการประเมินศักยภาพขององค์กร และช่วยให้องค์กรสามารถปรับตัวต่อสภาวะแวดล้อมภายนอกได้ ดังนั้น การวางแผนกลยุทธ์จึงเป็นการกระทำอย่างมีระบบ และกระทำอย่างต่อเนื่องกัน ภายหลังจากการตัดสินใจหรือกำหนดผลลัพธ์ที่ตั้งใจจะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งขั้นตอนของการวางแผนกลยุทธ์สามารถกระทำได้ตามแบบจำลอง ต่อไปนี้

ภาพที่ 1 แบบจำลองการวางแผนกลยุทธ์



Ronald D. Smith (2004) ได้จัดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงรุก โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงรุก (Proactive Public Relations Strategies) แบ่งได้ 2 ประเภท คือ
 - 1.1 กลยุทธ์เชิงปฏิบัติการ
 - 1.2 กลยุทธ์การสื่อสาร

กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงรุก (Proactive Public Relations Strategies)

1.1 **กลยุทธ์เชิงปฏิบัติการ (Action Strategies)** เป็นการกระทำที่สัมผัสได้ ซึ่งองค์กรได้ดำเนินการเพื่อให้ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ มีหลายวิธี ได้แก่

- การแสดงออกขององค์กร (Organizational Performance) กล่าวคือ องค์กรจะต้องรู้ว่ากลุ่มเป้าหมายต้องการอะไร ซึ่งนักประชาสัมพันธ์ต้องรู้จักการปรับตัว สร้างสรรค์ ความกลมกลืนกันระหว่างองค์กรและประชาชนเป้าหมาย และแสดงถึงความเป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

- การมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมาย (Audience participation) โดยใช้การสื่อสารสองทาง เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมขององค์กร

- การจัดกิจกรรมพิเศษ (Special events) เป็นอีกวิธีหนึ่งที่มีประโยชน์ซึ่งจะช่วยสร้างการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมาย เป็นการสร้างเหตุการณ์เทียม (Pseudo- event) เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความสนใจ ทั้งนี้การจัดเหตุการณ์พิเศษควรจะมีการออกแบบให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการมีส่วนร่วมกับองค์กร ด้วยการใช้สื่อที่น่าสนใจ และมีศักยภาพ

- การร่วมมือกับพันธมิตร (Alliance and coalitions)

- การเป็นผู้ให้การสนับสนุน (Sponsorship) เป็นกลยุทธ์หนึ่งที่สำคัญสำหรับแผนขององค์กรที่เอื้อประโยชน์ต่อชุมชนสัมพันธ์ การเป็นผู้ให้การสนับสนุนควรมีความเชื่อมโยงกันระหว่างกิจกรรมและจุดมุ่งหมาย หรือพันธกิจขององค์กร

- การมีหลักจริยธรรม (Strategies philanthropy) เป็นการแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร เช่น การให้ทุนการศึกษา สนับสนุนชุมชนสัมพันธ์ การแสดงออกที่ดีต่อพนักงานและลูกค้า เป็นต้น

- การกำหนดนโยบาย การใช้มาตรการต่าง ๆ (Activism) เป็นกลยุทธ์การเผชิญหน้าที่มุ่งเน้นการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ การเจรจาแก้ต่าง

1.2 **กลยุทธ์การสื่อสาร (Communication Strategies)** มี 3 วิธีการ ได้แก่

- การเผยแพร่ข่าวสาร (Publicity) เป็นการเผยแพร่ข่าวสารที่เกี่ยวกับองค์กร บุคคล เหตุการณ์พิเศษ สินค้าหรือบริการ โดยผ่านทางสื่อมวลชน แต่ทั้งนี้ คุณค่าของการเผยแพร่ข่าวสารควรอยู่บนพื้นฐานของการรับรองจากบุคคลที่ 3 (Third – party) ซึ่งเป็นผู้ที่น่าเชื่อถือ ไม่มีอคติ เพราะกลุ่มเป้าหมายหรือสาธารณชนจะสันนิษฐานว่าข่าวที่ได้รับมาจากสื่อโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์นั้นน่าเชื่อถือได้มากกว่าข้อมูลที่พวกเขาได้รับโดยตรงจากองค์กร โดย

ผ่านการโฆษณา เว็บไซต์ หรือ แผ่นพับ เพราะข้อมูลข่าวสารที่ได้รายงานในสื่อต่าง ๆ มักจะผ่านการกลั่นกรองจากสื่อมวลชนเหล่านั้นมาแล้ว

- คุณค่าของข้อมูลข่าวสาร (Newsworthy information) เนื้อหาข่าวสารต้องเป็นข้อมูลที่มีความสำคัญ ซึ่งคุณค่าของการเป็นข่าว ประกอบด้วย การเป็นเรื่องที่มีความสำคัญสำหรับคนส่วนใหญ่ ข่าวนั้นเป็นข้อมูลที่มีความสมดุล ปราศจากอคติหรือความคิดเห็นส่วนตัว มีความทันต่อเหตุการณ์ เป็นข่าวที่ไม่ธรรมดาอยู่ในความสนใจของมนุษย์ และข่าวนั้นมีชื่อเสียงหรือที่เรียกว่า “ข้อสร้างข่าว” เช่น บุคคลสำคัญสามารถเพิ่มความน่าสนใจให้แก่ข่าวนั้นได้

- การสื่อสารที่ชัดเจน เปิดเผย (Transparent Communication) จะทำให้สาธารณชนมีความเข้าใจในองค์การและสนับสนุนกิจกรรม การดำเนินงานขององค์การ การสื่อสารที่ชัดเจน เปิดเผย ตรงไปตรงมาจะช่วยเพิ่มความรู้ความเข้าใจให้แก่สาธารณชนได้มากขึ้น

นอกจากนี้ การกำหนดกลยุทธ์ทางการประชาสัมพันธ์ จะต้องมีความเชื่อมโยงกับพันธกิจขององค์การ และการที่องค์กรตัดสินใจว่าต้องการจะเป็นอะไรในอนาคต (เป้าหมาย) โดยทั่วไปพันธกิจขององค์การมักแบ่งเป็นพันธกิจใหญ่ ๆ 3 ด้าน คือ (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2550)

1. พันธกิจด้านธุรกิจ วิสาหกิจ หรือรัฐกิจ
2. พันธกิจด้านวิชาการ เทคโนโลยี
3. พันธกิจด้านสังคม

ด้วยเหตุนี้การประชาสัมพันธ์การวางแผนกลยุทธ์ขององค์การจึงมักผนวกแผนกลยุทธ์ทางการประชาสัมพันธ์ทางการประชาสัมพันธ์เข้าเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญประการหนึ่งด้วย กระบวนการวางแผนกลยุทธ์ทางการประชาสัมพันธ์จะมีความคล้ายคลึงใกล้เคียงกันกับการวางแผนกลยุทธ์อื่น ๆ ของกลยุทธ์ และส่วนใหญ่แล้วการวางแผนกลยุทธ์ทุกด้านควรดำเนินไปพร้อมกันทั้งหมด อย่างไรก็ดี สิ่งที่แตกต่างกันจากกลยุทธ์ด้านอื่น ๆ คือ ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการประชาสัมพันธ์นั้น วัตถุประสงค์ของแผน คือ วัตถุประสงค์ด้านการประชาสัมพันธ์ และกลยุทธ์ที่ใช้ก็จะเป็นกลยุทธ์ที่สร้างขึ้นเพื่อให้การประชาสัมพันธ์ขององค์กรบรรลุเป้าหมาย

กรอบของการวางแผนกลยุทธ์ทางการประชาสัมพันธ์ที่นิยมใช้ ประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ ตามลำดับ ได้แก่

1. สถานการณ์ (Situation)
2. วัตถุประสงค์ (Objection)
3. ข้อมูล (Facts)
4. เป้าหมาย (Goals)

5. ใจความสำคัญ (Key message)
6. กลยุทธ์ (Strategy)
7. กลวิธี (Tactics)
8. ตารางการปฏิบัติงาน (Calendar – time tables)
9. การประเมินผล (Evaluation)

ทั้งนี้กลยุทธ์ (Strategies) คือ การระบุข้อความที่อธิบายว่าวัตถุประสงค์ที่ต้องการจะสำเร็จได้อย่างไร แผนการประชาสัมพันธ์อาจประกอบไปด้วยกลยุทธ์หลายๆ กลยุทธ์ก็ได้ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ กลยุทธ์อาจมีได้หลากหลาย เช่น

1. กลยุทธ์ในการใช้สื่อ เช่น การเลือกสื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย หรือกลยุทธ์การใช้หลากหลาย เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ครอบคลุมมากขึ้น
2. กลยุทธ์การใช้เรื่องที่น่าสนใจ (Persuasiveness) โดยใช้กลอุบาย (Approach) ต่าง ๆ ได้แก่
 - การล่อใจด้วยรางวัลที่ผู้รับสารอาจคาดหวังว่าจะได้รับ (Reward approach) ต่าง ๆ เช่น ประหยัดเงิน ประหยัดแรงงาน สบายขึ้น ทำงานง่ายขึ้น
 - สุขภาพดีขึ้น สะอาดขึ้น เจ็บปวดน้อยลง
 - ได้เป็นเจ้าของ เป็นตัวของตัวเอง
 - สวยงาม มีสไตล์ สนุก อร่อย
 - ปลอดภัย มั่นใจ คุ้มครองครอบครัว ปกป้องชื่อเสียงของตนเอง
 - การให้โทษ (Punishment approach) ต่าง ๆ เช่น บูให้กลัว (Fear approach) หากไม่ทำตามที่ต้องการให้ทำ เช่น ทำให้สิ้นเปลืองเวลา เงินทอง ไม่ปลอดภัยแก่ชีวิต และทรัพย์สิน ถูกกล่าวหาว่าไม่เห็นแก่ส่วนรวม ฯลฯ
3. กลยุทธ์การใช้แหล่งอ้างอิงที่น่าเชื่อถือในการจูงใจ (Source Credibility) เช่น ผู้ทรงคุณวุฒิที่สังคมยอมรับมาช่วยให้ความเห็นที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของเรา

สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

หน้าที่การเผยแพร่ บอกกล่าวและชี้แจง การติดต่อสื่อสารประชาสัมพันธ์กับประชาชนกลุ่มต่าง ๆ สามารถกระทำได้หลายวิธี ซึ่งวิธีหนึ่งก็คือ การใช้เครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ มาช่วยเสริมให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และสามารถเข้าถึง

ประชาชนกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ได้อย่างกว้างขวาง โดยสามารถจำแนกสื่อที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์ ออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ ได้ดังนี้

1. สื่อมวลชน
2. สื่อบุคคล
3. สื่อเฉพาะกิจ

1. สื่อมวลชน (Mass Media)

สื่อมวลชน หมายถึง สื่อที่สามารถจะเข้าถึงกลุ่มผู้รับสารที่มีจำนวนมาก และอยู่กันอย่างกระจัดกระจายข่าวสาร (เสถียร เขยประทับ อ้างใน พริยาภรณ์ แววจินดา , 2547)

คุณลักษณะของสื่อมวลชน คือ

1. สามารถเข้าถึงผู้รับสารหรือกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากได้ในเวลาอันรวดเร็ว
2. สามารถให้ความรู้และข่าวสารได้ดี
3. สามารถนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ไม่พึงปรารถนาได้

กล่าวคือ อิทธิพลของสื่อมวลชนต่อบุคคลในสังคม เป็นเพียงแรงเสริมในกระบวนการโน้มน้าวจิตใจ ต่อความคิดเห็น หรือทัศนคติที่มีอยู่แล้ว สื่อมวลชนมิได้มีอิทธิพลโดยตรงต่อบุคคล แต่ต้องมีปัจจัยอื่น ๆ ที่นอกจากสื่อสารร่วมด้วย จึงมีอิทธิพลต่อบุคคลได้ ซึ่งได้แก่อุปนิสัย บรรทัดฐานของกลุ่ม กระบวนการเลือกรับสาร การเผยแพร่ข่าวสาร โดยบุคคลหรือผู้นำความคิดเห็น ระบบการปกครอง และ ระบบการสื่อสารมวลชน

อิทธิพลของสื่อสารมวลชน

โจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Joseph T. Klapper อ้างใน ประมะ สตะเวทิน , 2546) ได้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ที่มีต่อทัศนคติและพฤติกรรมด้านต่าง ๆ ของประชาชนไว้ดังนี้

(1.) อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชนนั้น ไม่ใช่อิทธิพลโดยตรง แต่เป็นอิทธิพลโดยอ้อม เพราะมีปัจจัยต่าง ๆ ที่กั้นอิทธิพลของสื่อมวลชน ปัจจัยดังกล่าว ได้แก่

1.1 ความมีใจโน้มเอียงของผู้รับสาร (Predispositons) ประชาชนจะมีความคิดเห็น ค่านิยม และมีความโน้มเอียงที่จะประพฤติ ปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งอยู่ก่อน ซึ่งได้รับอิทธิพลจากการคบหาสมาคมกับคนอื่น และสถาบันที่ตนเป็นสมาชิก เมื่อบุคคลผู้นั้นสัมผัสกับสื่อมวลชน ก็จะนำเอาทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมเหล่านั้นมาคิดด้วย

1.2 การเลือกของผู้รับสาร (Selective Process) ประชาชนจะเลือกรับสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็น และความสนใจของตน และจะหลีกเลี่ยงไม่ยอมรับสารที่ไม่สอดคล้องหรือที่ขัดแย้งกับความคิดเห็น และความสนใจของตน ประชาชนจะพยายามตีความสารตามความเชื่อ และค่านิยมมีตนมีอยู่เดิม และจะเลือกจดจำเฉพาะสิ่งที่สนับสนุนความคิดและความเชื่อของตน

1.3 อิทธิพลของบุคคล (Person Influence) ข่าวสารจากสื่อมวลชนอาจไม่ได้ไปถึงประชาชนทั่วไปในทันที แต่จะผ่านสื่อบุคคลหรือผู้นำความคิดเห็นก่อนจะไปถึงประชาชน ผู้นำความคิดเห็นมักสอดแทรกความรู้สึกรู้สึกนึกคิดของตนเข้าไปด้วย ผู้นำความคิดมักจะเป็นคนที่ได้รับความเชื่อถือ เลื่อมใส และไว้วางใจจากประชาชนทั่วไป จึงเป็นผู้มีอิทธิพลต่อความคิดเห็น และการตัดสินใจของประชาชน

1.4 ลักษณะของธุรกิจด้านสื่อมวลชน (Economic Aspects) การดำเนินธุรกิจด้านสื่อมวลชนในสังคมเสรีนิยม ซึ่งมีระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนั้น สื่อมวลชนสามารถแข่งขันกันได้โดยเสรี ต่างฝ่ายต่างเสนอความคิดเห็นและค่านิยมที่แตกต่างกันออกไป และประชาชนก็มีเสรีภาพในการที่จะเลือกเชื่อถือความคิดเห็นใด ความคิดเห็นหนึ่งได้ และตัดสินใจว่าควรเชื่อสื่อมวลชนไหนดี

(2) อิทธิพลที่สื่อมวลชนมีต่อประชาชน เป็นเพียงผู้สนับสนุนเท่านั้น คือ สื่อมวลชนจะสนับสนุนทัศนคติ ค่านิยม ความมีใจโน้มเอียง ตลอดจนแนวโน้มด้านพฤติกรรมของประชาชนให้มีความเข้มแข็งขึ้น และพร้อมที่จะแสดงให้ปรากฏออกมาเมื่อมีแรงจูงใจภายในเพียงพอ หรือเมื่อมีโอกาสเหมาะสม

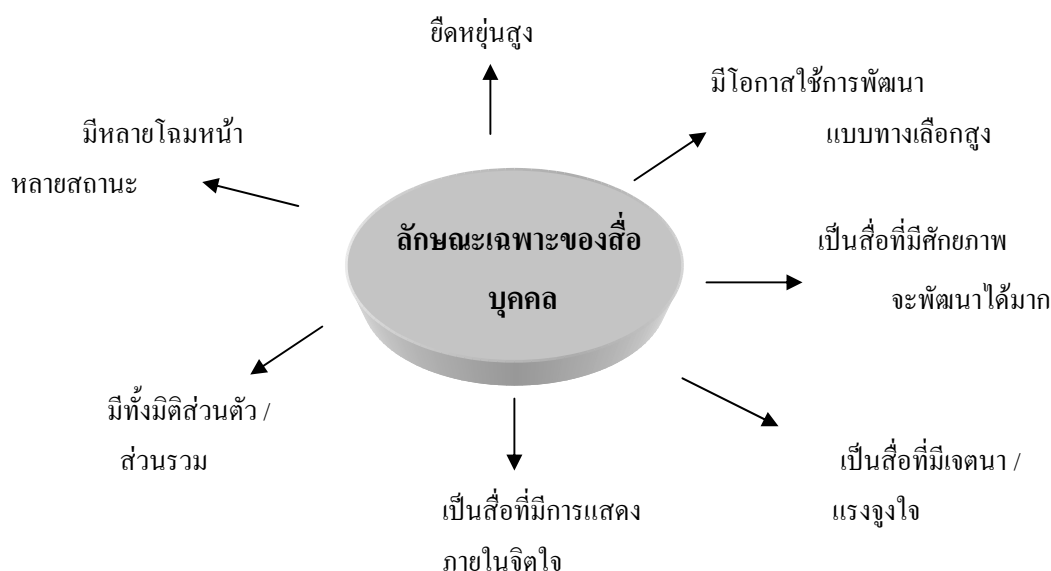
(3) สื่อมวลชนอาจทำหน้าที่เป็นผู้เปลี่ยนแปลงประชาชนเช่นกัน จะเกิดขึ้นต่อเมื่อบุคคลมีความโน้มเอียงที่จะเปลี่ยนทัศนคติ และพฤติกรรมได้ สื่อมวลชนจึงทำหน้าที่เป็นเพียง ผู้เสนอหนทางในการเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมเท่านั้น

(4) สื่อมวลชนสามารถสร้างทัศนคติ และค่านิยมใหม่ให้เกิดแก่ประชาชนได้ในกรณีที่บุคคลนั้น ๆ ไม่เคยมีความรู้หรือประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้นมาก่อน ทัศนคติและค่านิยมใหม่นี้จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อบุคคลผู้รับสารที่เสนอเรื่องราวในแนวเดียวกันบ่อย ๆ เป็นอิทธิพลในลักษณะสะสมมิใช่อิทธิพลที่ก่อให้เกิดผลในทันทีทันใด หรือในระยะเวลาอันสั้น

2. สื่อบุคคล (Personal Media)

สื่อบุคคล (Personal Media) หมายถึง ตัวบุคคลที่นำพาข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อสื่อสารแบบตัวต่อตัวระหว่างบุคคล 2 คน หรือมากกว่า 2 คนขึ้นไป (เสถียร เขยประทับ , 2528)

กาญจนา แก้วเทพและคณะ , (2549) “ สื่อบุคคล ” ในฐานะที่เป็นสื่อชนิดหนึ่ง ย่อมมีคุณลักษณะร่วมกับสื่อประเภทอื่น ๆ เช่น เป็นตัวกลางเชื่อมโยงระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร เป็นสิ่งที่แบกรับเนื้อหาและความหมาย ฯลฯ อย่างไรก็ตาม สื่อบุคคล เป็นสื่อที่เป็นมนุษย์ ดังนั้น สื่อบุคคลจึงมีลักษณะบางอย่างที่เฉพาะตัว ดังนี้



ภาพที่ 2 ลักษณะเฉพาะของสื่อบุคคล

1. สื่อบุคคลมีลักษณะที่ยืดหยุ่นมาก คือ สามารถยืดหยุ่นพลิกแพลงได้ไปตามช่วงเวลา เช่น สื่อสารเพื่อบริหารจัดการ จัดการขัดแย้ง สร้างความเป็นหนึ่งเดียวของชุมชน ไปจนกระทั่งสร้างความศรัทธา
2. สื่อบุคคลมีโอกาใช้การพัฒนาแบบกระบวนทัศน์การแก้ปัญหาแบบทางเลือก (Alternative Paradigm) เช่น ความต้องการให้ประชาชนมีการจัดตั้งกันเพื่อพัฒนาชุมชนของตนเอง จากแนวคิดการพัฒนาแบบทางเลือกดังกล่าว ทำให้การสื่อสารที่นำมาใช้มีลักษณะสอดคล้องตามไปด้วย เช่น ถึงแม้ว่าประชาชนชุมชนนั้น ยังคงใช้รูปแบบการสื่อสารแบบ

ตั้งการอยู่ข้างในการระดมพลังการพัฒนา แต่ก็มีจำนวนน้อย ส่วนใหญ่แล้วรูปแบบการสื่อสารที่ใช้จะเป็นลักษณะการขอความร่วมมือ การปรึกษาหารือ หรือที่เรียกว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ซึ่งมีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบสองทาง ลักษณะของข่าวสารมีแบบรอบทิศทาง ทั้งจากบนลงล่าง ล่างขึ้นบน และการสื่อสารแนวนอน ซึ่งทำให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถมีปฏิริยาตอบโต้กัน (Interactive) ทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการตลอดเวลา

ซึ่งคุณลักษณะดังกล่าวนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อมวลชน ซึ่งเป็นสื่อแบบทางเดียวแล้ว หรือแม้แต่สื่อเฉพาะกิจ เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ ฯลฯ ก็มีโอกาสน้อยกว่าสื่อบุคคล ที่จะได้ใช้แบบจำลองการสื่อสารแบบทางเลือกที่เป็นการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

3. เป็นสื่อที่พัฒนาได้อย่างมีศักยภาพ สื่อบุคคล เป็นสื่อขนาดเล็ก แต่มากไปด้วยพลังการพัฒนา อย่างไรก็ตามคำอธิบายก็อาจจะไม่ได้อยู่ที่ ตัวสื่อ เท่านั้น หากแต่อยู่ที่ วิธีการใช้สื่อ และ ศักยภาพของสื่อ

และแม้ สื่อบุคคล จะมีลักษณะร่วมกับสื่อประเภทอื่น ๆ คือ มีทั้งข้อเด่น และข้อจำกัด แต่สื่อบุคคลก็เป็นสื่อที่มีคุณลักษณะเฉพาะในความเป็น “มนุษย์” ที่ไม่เหมือนสื่อประเภทอื่น ๆ ที่เป็นวัตถุสิ่งของที่ เสียแล้วซ่อมได้ หรือ ใช้แล้วไม่พอใจโยนทิ้งได้ แต่ข้อเหมือนที่สื่อบุคคลมาร่วมกับสื่ออื่น ๆ ก็คือ สามารถพัฒนาได้ และศักยภาพในฐานะมนุษย์ก็สามารถทำให้พัฒนาได้อย่างแทบไม่รู้จบ

4. เป็นสื่อที่มีการสื่อสารภายในจิตใจ (Intrapersonal Communication) การสื่อสารระดับภายในจิตใจ ซึ่งทั้งผู้รับสารและผู้ส่งสารเป็นคนๆ เดียวกัน การขบคิด การทบทวนไตร่ตรอง การทำสมาธิ การเขียนไดอารี่ การพูดกับตัวเอง การลงมือทำศิลปะ การเล่นกีฬา ซึ่งรูปแบบการสื่อสารระดับนี้ มีแต่ สื่อบุคคล เท่านั้นที่สามารถจะทำได้

5. สื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีเจตนา / แรงจูงใจ ด้วยคุณสมบัติที่เป็น มนุษย์คนหนึ่ง ทำให้สื่อบุคคลแตกต่างไปจากกล้องถ่ายรูปตัวหนึ่ง กล่าวคือ ในการสื่อสารนั้น สื่อบุคคลจะทำหน้าที่เป็นเพียงสะพานที่ไร้เจตจำนง เท่านั้น หากทว่า ในสื่อบุคคลนั้น มีเจตนา/ แรงจูงใจ (Motive) อยู่เสมอ

6. สื่อบุคคลมีทั้งมิติที่เป็น เรื่องส่วนตัว และ เรื่องการทำงาน/ ส่วนรวม เนื่องจากลักษณะที่เป็นลักษณะที่เป็น มนุษย์ นี้เอง ทำให้สื่อบุคคลมีลักษณะพิเศษมากกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ คือ เป็นสื่อที่มีเรื่องส่วนตัว มีชีวิตครอบครัว และมีเรื่องชีวิตการทำงานควบคู่ไปพร้อม ๆ กัน โดยมีมิติเหล่านี้จะเข้ามาพัวพันเกี่ยวโยงอยู่กับเรื่องการสื่อสารอย่างแยกกันไม่ออกตลอดเวลา

7. สื่อบุคคลมีลักษณะหลายโฉมหน้า / หลายสถานะ (Multi-faceted Media) สื่อบุคคลไม่ว่าจะเป็น พระ หรือ อดีตกษัตริย์ บรรดาสื่อบุคคลเหล่านี้ต่างก็มีหลากหลายโฉมหน้าและหลายสถานะอย่างยิ่งเริ่มตั้งแต่ในแง่โฉมหน้าของการสื่อสาร สื่อบุคคลเหล่านี้มีฐานะเป็นได้ทั้ง ผู้ส่งสาร (Sender) , ช่องทาง / สื่อ (Channel) และเป็นได้ทั้ง ตัวเนื้อหาเอง (Message)

ในมิติทางสังคม สื่อบุคคลเหล่านี้ต่างก็มีคุณลักษณะทางสังคมด้วย เช่น เป็นพระ หรือ บุคคลธรรมดา เป็นผู้หญิงหรือผู้ชาย มีการศึกษาระดับใด มีตำแหน่งเป็นผู้บริหารหรือสมาชิกธรรมดา มีความอาวุโสมากน้อยแค่ไหน เป็นต้น

ในมิติทางประวัติศาสตร์ สื่อบุคคลนั้นทำงานอยู่คู่กับชุมชน / สาธารณะมานาน้อยเพียงใดแล้ว มิตินี้เป็นที่มาของแนวคิดเรื่องความน่าไว้วางใจ อันเป็นคุณลักษณะที่สำคัญของการสื่อบุคคล

การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication)

การสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นการสื่อสารโดยตรงระหว่างคนสองคน หรือมากกว่าสองคน ในระยะห่างทางกายภาพพอที่จะเลือกใช้ประสาทสัมผัสทั้งห้าและปฏิกิริยาตอบสนองแบบปัจจุบันทันที การสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นลักษณะที่เป็นประโยชน์มากในการใช้เครื่องมือเครื่องจักรของใจโน้มน้าวใจผู้รับสาร ทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคล ซึ่งได้กล่าวไว้ว่า

ในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใด ๆ เกิดการยอมรับในสารที่เสนอออกไป หรือจะทำการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพที่สุด เพื่อให้มีการยอมรับสารนั้น ควรที่จะใช้สื่อระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนี้จะมีประโยชน์มากในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับเกิดการเปลี่ยนแปลง ในระดับทัศนคติและพฤติกรรมในการรับสาร นอกจากนี้ยังเป็นวิธีช่วยให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัด และตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้นด้วย

ในการสื่อสารระหว่างบุคคลทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร สามารถที่จะซักถามทำความเข้าใจ และมีปฏิกิริยาโต้ตอบซึ่งกันและกันได้ทันทีเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two - Way Communication) ได้กล่าวถึงประสิทธิภาพของสื่อบุคคล ไว้ดังนี้ (เสถียร เขยประทับ , 2525)

1.สามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนข่าวสารแบบบุคคลวิถี

ถ้าผู้รับสารไม่เข้าใจในสารก็สามารถที่จะไต่สวน หรือขอข่าวสารเพิ่มเติมจากผู้ส่งสารได้ในเวลาอันรวดเร็ว ส่วนตัวผู้ส่งสารก็สามารถปรับปรุงแก้ไขสารที่ส่งออกไปให้เข้ากับความต้องการ และความเข้าใจของผู้รับสารได้ในเวลาอันรวดเร็วเช่นกัน การที่ช่องทางที่เป็นสื่อ

ระหว่างบุคคล มีปฏิกิริยาตอบสนอง หรือปฏิกิริยาสะท้อนกลับ สามารถทำให้ลดอุปสรรคของการสื่อสารที่เกิดจากการเลือกรับสาร การเลือกแปลหรือตีความสาร และการเลือกจำสารได้

2. สามารถที่จะจูงใจบุคคลให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังรากลึกได้

นักวิชาการด้านการสื่อสารหลายท่าน ได้ให้เหตุผลในควมมีประสิทธิภาพของสื่อบุคคลว่า การพูดคุยกันเองเป็นการส่วนตัว ทำให้ผู้พูดและผู้ฟังเกิดความเป็นกันเอง และทำให้ผู้ฟังยอมรับความคิดเห็นของผู้พูดได้ง่ายขึ้น การสื่อสารแบบเผชิญหน้ากัน ทำให้ผู้พูดสามารถตัดแปลงเรื่องราวต่าง ๆ ตรงกับความต้องการของผู้ฟังได้อย่างเหมาะสม การสื่อสารแบบนี้ ทำให้ผู้ฟังรู้สึกว่าคุณเองได้รับรางวัล หรือมีส่วนร่วมในเรื่องนั้นสามารถแสดงความคิดเห็นกับผู้พูดได้

การสื่อสารระหว่างบุคคลแบ่งออกเป็น 2 ประเภท

1. การติดต่อโดยตรง (Direct Contact)

การติดต่อโดยตรงนี้ใช้สื่อบุคคลในการเผยแพร่ข่าวสารโดยวิธีเยี่ยมบ้าน เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีกับประชาชน วิธีนี้หากประชาชนหรือผู้รับสารไม่เข้าใจ ก็สามารถซักถามทำความเข้าใจได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้ ผู้เผยแพร่ข่าวสารยังสามารถสำรวจข้อเท็จจริงเกี่ยวกับผู้รับสารได้ด้วย ฉะนั้น ในกิจการเผยแพร่ข่าวสาร เพื่อสร้างความเข้าใจหรือชักจูงโน้มน้าวใจ จึงนิยมในการติดต่อสื่อสารโดยตรงแต่มีข้อจำกัดคือ การสื่อสารประเภทนี้ต้องใช้สื่อบุคคลจำนวนมากสิ้นเปลืองเวลา ค่าใช้จ่าย และแรงงานในการเผยแพร่ข่าวสาร

2. การติดต่อโดยกลุ่ม (Group Contact Communication Public)

คือ การติดต่อโดยผ่านกลุ่ม กลุ่มจะมีอิทธิพลต่อบุคคลส่วนรวม กลุ่มต่าง ๆ ช่วยให้การสื่อสารของบุคคลบรรลุเป้าหมายได้

สังคมมนุษย์ประกอบด้วยกลุ่มคนที่แตกต่างกัน แต่ส่วนใหญ่ชีวิตที่ร่วมกันจะมีแบบแผนการปฏิบัติและพฤติกรรมร่วมกันของกลุ่ม เมื่อกลุ่มมีความสนใจมุ่งไปในทิศทางเดียว บุคคลส่วนใหญ่ในกลุ่มก็จะมี ความสนใจทางนั้นด้วย

ซึ่งการติดต่อโดยกลุ่มอาจทำได้โดยการสนทนาภายในกลุ่ม ประชุมสัมมนา คือ จัดกลุ่มที่มีความสนใจร่วมกัน ตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ให้สนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นมีปฏิกิริยาโต้ตอบกัน ซึ่งจะมีส่วนช่วยในการตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธข่าวสารได้ สื่อมวลชนเป็น

เพียงตัวเสริมความเชื่อและทัศนคติที่มีอยู่เดิม ให้ฝังแน่นมากกว่าจะเปลี่ยนแปลงทัศนคติอย่างสิ้นเชิง แต่อาจเปลี่ยนแปลงการรับรู้ได้บ้างในขอบเขตอันจำกัดของประสบการณ์ ฉะนั้น สื่อมวลชน จึงเป็นเพียงแหล่งความคิดและเป็นผู้วางแผนแนวทาง ในการเปลี่ยนแปลงทำนอง กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นของมนุษย์นั้นเป็นผลมาจากการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล แบบเห็นหน้ากันทั้งสิ้น

นอกจากนี้ ทฤษฎีการสื่อสารแบบหลายขั้นตอน (Multi - step flow of Communication) ยังกล่าวไว้ว่า ข่าวสารส่วนใหญ่ที่เผยแพร่จากสื่อมวลชนไปยังประชาชน เป้าหมายนั้น มักจะผ่านผู้นำความคิดเห็น (Opinion Leader) หรือเข้าถึงสื่อมากกว่าก่อน แล้วบุคคลเหล่านี้ จะนำเอาข่าวสารข้อมูลที่ได้รับไปเผยแพร่แก่ประชาชนเป้าหมายคนอื่นต่อไป ซึ่งในการถ่ายทอดข่าวสารแต่ละครั้งของผู้รับสารคนท้าย ๆ จะได้รับข่าวสารที่มีทัศนคติของกลุ่มชนที่ตรงกลางไปด้วย ซึ่งอาจมีผลไม่น้อยที่ทำให้ผู้รับสารคล้อยตาม

การนำเอาสื่อมวลชนมาใช้ควบคู่กับสื่อระหว่างบุคคลสามารถลดอุปสรรคของการสื่อสารที่เกิดจากการเลือกรับสาร (Select Exposure) สื่อระหว่างบุคคลจะทำหน้าที่สนับสนุนหรืออิทธิพลที่เกิดจากการสื่อสารของมวล และการสื่อสารระหว่างบุคคลกรร่วมกับสื่อมวลชน (Mass Forum) จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของสารที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมผู้รับสาร โดยช่วยลดอุปสรรคของการสื่อสารอันอาจเกิดจากการเลือกรับสารและการตีความสาร (Selective Perception) (เสถียร เขยประทับ , 2525)

ปัจจัยของสื่อบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการโน้มน้าวใจ

ปัจจัยที่ทำให้สื่อบุคคลในฐานะที่เป็นผู้ส่งสารเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับสารเป้าหมาย ได้แก่ ปัจจัยต่างๆ ดังนี้ (เกศินี จุฑาวิจิตร , 2540)

1. ความน่าเชื่อถือ (Credibility)

ความน่าเชื่อถือในที่นี้ คือ ระดับของความรู้สึกที่ผู้รับสารรู้สึกที่ผู้ส่งสารเป็นที่น่าไว้วางใจ (Trusworthy) และมีความสามารถ (Competent) ถ้าผู้รับสารเป้าหมายมีความรู้สึกที่ผู้นำทางความคิดมีความน่าเชื่อถือ ผู้รับสารก็มีแนวโน้มที่จะยอมรับสารจากพวกเขาเหล่านั้น (Middlebrook . 1974)

2. ความดึงดูดใจ (Attractiveness)

ผู้ส่งสารที่มีความดึงดูดใจย่อมกระตุ้นให้ผู้รับสารเกิดความสนใจหรือพึงพอใจในการได้พบเห็นบุคคล เช่น ดาราภาพยนตร์ ศิลปินเพลง หรือนักกีฬาที่มีชื่อเสียง ทั้ง ๆ ที่บุคคลผู้นั้นอาจจะไม่ใช่ที่มีความน่าเชื่อถือหรือผู้เชี่ยวชาญโดยเฉพาะ แต่เป็นเพียงผู้ที่มีบุคลิกภาพน่าดึงดูดใจ ซึ่งทำให้ผู้รับสารเกิดความสนใจและคล้อยตามข่าวสารได้

3. ความคล้ายคลึง (Similarity)

สื่อบุคคลหรือผู้ส่งสารที่มีความคล้ายคลึงกับผู้รับสารเป้าหมายในด้านต่าง ๆ เช่น อายุ เพศ เชื้อชาติ ภาษา การแต่งกาย สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม จะมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนทัศนคติและความคิดเห็นของผู้รับสาร เพราะความคล้ายคลึงนี้เองจะทำให้เกิดความรู้สึกเข้าใจกัน เห็นอกเห็นใจกัน ชอบพอและไว้วางใจ

สำหรับปัจจัยที่ทำให้การติดต่อสื่อสารโดยผ่านสื่อบุคคลมีประสิทธิภาพในการเปลี่ยนทัศนคติของบุคคลมากกว่าการติดต่อสื่อสารโดยผ่านสื่อมวลชน ตามความคิดของลาซาตเฟลและคณะ มี 4 ประการคือ (Lazatsfeld and Menzel, 1968)

1. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลสามารถจัดการเลือกรับสารของผู้ฟังได้ เนื่องจากการหลีกเลี่ยงการสนทนา หรือรับฟังเป็นไปได้อย่างกว่าการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้น ผู้รับสารอาจหลีกเลี่ยงไม่รับฟังเนื้อหาที่ขัดแย้งกับทัศนคติและความเชื่อของตน หรือเรื่องที่ไม่สนใจ
2. การติดต่อสื่อสารแบบเผชิญหน้า เปิดโอกาสให้ผู้ส่งสารสามารถปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาที่ใช้สนทนากันได้ในเวลาอันรวดเร็ว ถ้าหากเนื้อหาที่สนทนานั้นได้รับการต่อต้านจากคู่สนทนา
3. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นจะมีลักษณะง่าย ๆ เป็นกันเอง จึงง่ายต่อการชักจูงใจให้คล้อยตาม
4. ผู้รับสารส่วนใหญ่มักเชื่อถือในข้อตัดสินใจ และความคิดเห็นของผู้ที่เข้ารู้จักและนับถือมากกว่าบุคคลที่เขาไม่เคยรู้จักมาก่อน แล้วมาติดต่อสื่อสารด้วย

3. สื่อเฉพาะกิจ

สื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาสาระที่เฉพาะเจาะจง และเป้าประสงค์หลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม (ปรมะ สตะเวทิน, 2532)

สื่อเฉพาะกิจ เป็นการรวบรวมเอาสื่อหลาย ๆ ประเภทในรูปแบบต่าง ๆ มาใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารเพื่องานเฉพาะกิจของแต่ละโครงการ โดยอาจจะมีวัตถุประสงค์ของงาน

เฉพาะกิจต่างกัน เช่น ต้องการอยากจะทำให้ความรู้แก่ผู้รับสารในเป้าหมายเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือ การจูงใจให้ผู้รับสารยอมรับสิ่งใหม่ หรือต้องการเพียงแต่กระตุ้นให้เกิดความคิดเห็น หรืออาจจะต้องการไปถึงขั้นให้ผู้รับสารเป้าหมาย เปลี่ยนเจตคติ เปลี่ยนพฤติกรรม เป็นต้น การใช้สื่อต่างๆ ร่วมกันหรือใช้วิธีการสื่อสารหลายรูปแบบร่วมกันก็อาศัยหลักที่ว่า สื่อแต่ละชนิดย่อมมีข้อดีข้อจำกัดหรือคุณสมบัติต่างกัน และในทำนองเดียวกัน วิธีการสื่อสารแต่ละรูปแบบ ก็มีข้อได้เปรียบต่างกันด้วย แต่เมื่อนำเอาส่วนดีของสื่อแต่ละชนิด วิธีการสื่อสารแต่ละประเภทมา พิจารณาวางแผนใช้ร่วมกัน ก็อาจจะทำให้เกิดสัมฤทธิ์ผลในการสื่อสารอย่างสูงสุด (Schramm, 1977)

ประเภทสื่อเฉพาะกิจ

สื่อเฉพาะกิจ แบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทหลัก ดังนี้

1. **สื่อสิ่งพิมพ์ (Printed Media)** สื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจที่สามารถนำไปใช้เพื่อการพัฒนาได้เป็นอย่างดี ควรมีลักษณะที่สำคัญ กล่าวคือ จะต้องตอบสนองวัตถุประสงค์ของการพัฒนาอย่างชัดเจน เช่น ต้องการให้ความรู้เกี่ยวกับโทษภัยของการสูบบุหรี่ ต้องการโน้มน้าวจิตใจให้กลุ่มเป้าหมายจุกคิดในเรื่องของการประหยัดน้ำ เป็นต้น นอกจากนี้เนื้อหาหรือสาระที่จะมีความชัดเจนแล้ว รูปแบบก็จะต้องมีความน่าสนใจด้วย เช่น การใช้สี การจัดหน้า ขนาดตัวอักษร การใช้ภาพลักษณะที่สื่อความหมาย ฯลฯ และที่สำคัญที่สุด คือ การแจกจ่ายไปยังกลุ่มเป้าหมายต่างๆ จะต้องแจกจ่ายให้ทั่วถึง และตรงกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ

สื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจที่สำคัญ มีดังนี้

- ใบปลิวหรือแผ่นปลิว (Leaflets) เอกสารที่ใช้เป็นใบๆ
- แผ่นพับ (Folders) มีลักษณะคล้ายใบปลิว อาจพับสอง พับสามหรือพับสี่ ตามแต่จะออกแบบ ไม่เย็บกลางเล่ม
- หนังสือเผยแพร่เล่มเล็ก (Pamphlets) เป็นหนังสือเล่มเล็ก ๆ คล้ายแผ่นพับ มักพับกลางเล่มมีจำนวนหน้ามากกว่าแผ่นพับ แต่มักไม่เกิน 10 หน้า
- เอกสารแนะนำประกอบ (Brochures) เป็นหนังสือคู่มือปฏิบัติเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ เช่น วิธีการปฏิบัติตนในระหว่างการให้นมบุตร หรือเรื่องราวเกี่ยวกับนโยบาย และกิจกรรมของหน่วยงาน หรือโครงการรณรงค์ต่างๆ เป็นต้น

- **แผ่นโฆษณา (Poster)** เป็นแผ่นแข็งขาวย่อยต่าง ๆ ไม่มีรายละเอียดมากนัก เพื่อกระตุ้นให้คนสนใจ เตือนความจำให้เข้าประชุม หรือไปร่วมรายการกิจกรรมต่าง ๆ ควรมีลักษณะที่เมื่อคนผ่านไปผ่านมา ก็สามารถอ่านข้อความทั้งหมดเข้าใจได้ในทันที
- **คู่มือสื่อมวลชน (Press Kit)** เป็นแฟ้มขนาดกะทัดรัดเพื่อใส่ข่าว หรือข้อมูลพื้นฐานด้านความรู้ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการรณรงค์ให้สื่อมวลชนได้นำไปตีพิมพ์ หรือเผยแพร่ต่อไปยังกลุ่มเป้าหมายและประชาชนทั่วไป
- **หนังสือฉบับพิเศษ (Newspaper Supplement)** เป็นวิธีการที่หน่วยงานจัดทำขอหน้าพิเศษของหนังสือพิมพ์ อาจเป็น 1-2 หน้า หรือทั้งเล่มหรือเป็นใบแทรก หรือหนังสือพิมพ์แทรกเป็นฉบับพิเศษ เพื่อเผยแพร่กิจกรรมการรณรงค์ หรือการระดมขอความร่วมมือจากประชาชนทั่วไป
- **จดหมายข่าว (Newsletter)** เป็นเอกสารที่เสนอข่าวสั้น ๆ มีวาระการผลิตอย่างสม่ำเสมอ
- **จดหมาย (letter)** จดหมายถึงผู้รับจัดเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่จำหน่ายถึงบุคคลต่าง ๆ ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายโดยตรง แม้จะ สื่อ กับชาวบ้านได้ค่อนข้างยาก เพราะชาวบ้านไม่ค่อยชอบอ่านหนังสือสักเท่าใด ทั้ง ๆ ที่ส่วนใหญ่แล้วพอจะอ่านหนังสือออก แต่สื่อดังกล่าวนี้ก็มีจุดเด่นตรงที่เข้าถึงตัวผู้รับสารโดยตรง เมื่อผู้รับได้รับแล้วก็จะเกิดความรู้ที่คิด มีความรู้สึกเป็นส่วนตัวสามารถเปิดอ่านเมื่อไร ที่ไหนก็ได้ จดหมายนี้ควรมีเนื้อหาเพียงสั้น ๆ ที่สื่อความหมายได้อย่างชัดเจนและตรงประเด็น
- **ภาพพลิก** เป็นสื่อที่จำเป็นภาพขนาดใหญ่มีข้อความประกอบ ใช้บอกเล่าเรื่องราวหรือสารที่ต้องการนำเสนอ กลุ่มเป้าหมายสามารถพลิกอ่านเรื่องราวด้วยตนเองได้ หรือใช้เป็นสื่อประกอบการอบรม ภาพลักษณ์พลิกที่น่าสนใจอาจนำเสนอด้วยภาพวาดหรือการ์ตูน และมีกรดำเนินเรื่องแบบละคร

2. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Media) สื่ออิเล็กทรอนิกส์เฉพาะกิจ คือ สื่อเฉพาะกิจที่ผลิตออกมาในรูปแบบแสงและเสียง เช่น สปอตวิทยุ สปอตโทรทัศน์ วิดิทัศน์ ภาพยนตร์ สไลด์ เป็นต้น

ลักษณะสำคัญที่สามารถมาใช้เป็นสื่อเพื่อการพัฒนา ได้แก่ การนำเสนอเนื้อหาที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ โดยการใช้รูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจ เช่น การผลิตวิดิทัศน์เพื่อการรณรงค์ให้ความรู้ เรื่องการติดเชื้อโรคเอดส์แก่กลุ่มเป้าหมายที่เป็นชาวบ้าน ควรนำเสนอด้วยรูปแบบสาระกึ่งละคร ซึ่งจะน่าสนใจมากกว่าการนำเสนอด้วยรูปแบบของสารคดีทั่วไป

3. สื่อกิจกรรม ได้แก่ การจัดแสดงนิทรรศการ การจัดประกวด การจัดขบวนแห่ การจัดรถเคลื่อนที่ (Mobile Unit) การจัดสนทนากลุ่ม การจัดรายการพิเศษทางวิทยุหรือโทรทัศน์ เป็นต้น ลักษณะที่สำคัญของการใช้สื่อกิจกรรมเป็นสื่อเฉพาะกิจเพื่อการพัฒนา ได้แก่ การเลือกกิจกรรมที่กลุ่มเป้าหมายสนใจ โดยเน้นให้กลุ่มเป้าหมาย และผู้สนใจที่เข้าร่วมกิจกรรมได้รับทั้งสาระตามวัตถุประสงค์ และความบันเทิงไปพร้อมกัน

รูปแบบของกิจกรรมสำคัญ ได้แก่

การจัดวันและสัปดาห์พิเศษ (Special Day and Week) โดยการเลือกกำหนดเอาวันสำคัญ หรือสัปดาห์สำคัญโดยเฉพาะเจาะจงขึ้นมาเอง แล้วถือเอาวันหรือสัปดาห์ช่วงนั้น เป็นระยะเวลาจัดกิจกรรมของตนขึ้น หรือการกำหนดวันหรือสัปดาห์พิเศษขึ้นโดยใช้วันสำคัญประจำปี หรือวันสำคัญอื่น ๆ เช่น วันแม่ วันสงกรานต์ วันเด็ก วันสิ่งแวดล้อมโลก วันงดสูบบุหรี่โลก เป็นต้น

การจัดการแสดงและนิทรรศการ (Display and Exhibitions) เป็นการจัดแสดงผลงาน ความก้าวหน้าของโครงการ หรืออาจเป็นการจัดแสดงเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจแก่กลุ่มเป้าหมาย การจัดกิจกรรมการแสดงและนิทรรศการที่ดีจะต้องมีความน่าสนใจ และเร้าใจให้แก่ผู้ชมหรือกลุ่มเป้าหมายเกิดความต้องการที่จะได้เข้ามาสัมผัส ได้พบเห็นได้มีส่วนร่วมด้วยตนเอง

การพบปะและการประชุม (Meeting and Conference) เป็นการเปิดโอกาสให้บุคคลหลายฝ่ายได้มีโอกาสพบปะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน เช่น การจัดประชุมทางวิชาการ การสัมมนาระหว่างผู้บริหาร การประชุมเชิงปฏิบัติการระหว่างผู้เกี่ยวข้องในระดับปฏิบัติการ การจัดอบรมให้ความรู้เฉพาะกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น ซึ่งจะทำได้รับทราบปัญหาหรืออุปสรรคที่เกิดขึ้นในระหว่างการทำงาน ได้มีโอกาสสร้างความเข้าใจระหว่างทีมงาน

การจัดประกวด (Contest) เป็นการเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายกลุ่มต่าง ๆ ได้มีโอกาสส่งผลงานเข้าร่วม อันจะเป็นการกระตุ้นให้พวกเขาเกิดความตระหนักในปัญหาเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

การจัดขบวนแห่ (Parades and Pageants) การจัดกิจกรรมนี้ส่วนใหญ่แล้ว เป็นการจัดร่วมกับกิจกรรมประเภทการแสดงนิทรรศการ ซึ่งเป็นการเพิ่มสีสันและบรรยากาศที่เร้าใจให้เข้าร่วมงาน การจัดขบวนแห่ที่น่าสนใจเป็นการกระตุ้นเตือนให้กลุ่มเป้าหมายและชุมชนเกิดความตื่นตัว

การกำหนดสื่อสำหรับกลยุทธ์ทางการประชาสัมพันธ์

สื่อสิ่งพิมพ์ (**Print Media**) ได้แก่ (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ , 2550)

- หนังสือพิมพ์
- นิตยสาร
- หนังสือ
- วารสาร
- จดหมายข่าว
- ข่าวแจก (News release)
- โปสเตอร์
- ป้ายประกาศ (Billboard) หรือบอร์ดอิเล็กทรอนิกส์
- แผ่นพับ (Brochure) แผ่นปลิว (Leaflets) เอกสารชุด (Booklet) หรือ (Folders)

สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (**Electronic Media**)

- วิทยุ
- โทรทัศน์
- โทรศัพท์มือถือ
- โทรสาร
- ภาพยนตร์
- วีดิทัศน์
- อินเทอร์เน็ต

การเลือกใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

Simon , (1984) ได้นำแนวความคิดเรื่องการเลือกสื่อมวลชนของ David K. Berlo มาใช้ประยุกต์ใช้ในงานประชาสัมพันธ์โดยกล่าวถึงหลักการพิจารณาเลือกสื่อประชาสัมพันธ์ไว้ ดังนี้

1. มีสื่อไหนที่จะใช้ได้บ้าง
2. สื่อไหนที่จะรับได้โดยประชาชนกลุ่มใหญ่ที่สุด
3. สื่อไหนที่จะทำให้ได้รับผลกระทบมากที่สุด
4. สื่อไหนที่ใช้ได้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของผู้รับสารได้มากที่สุด
5. สื่อไหนที่สามารถใช้ได้เหมาะสมกับเนื้อหาของข่าวสารได้ดีที่สุด

นั่นคือ การเลือกสื่อประชาสัมพันธ์จะต้องเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารหรือ วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ และความเหมาะสมกับเนื้อหาของข่าวสาร

วาสนา จันทร์สว่าง , (2534) ได้อธิบายในการเลือกใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้

1. การย้ำหรือการซ้ำ (Repeating) การใช้สื่อซ้ำ หรือซ้ำบ่อย ๆ ติดต่อกันไป จะเตือนความจำ และความสนใจอยู่ตลอดเวลา แต่ต้องดูกาลเทศะและความเหมาะสมว่าช่วงเวลาใดควรย้ำหรือซ้ำ ควรมีช่องเว้นห่างอย่างไร ใช้ความถี่เท่าใด เพราะถ้าซ้ำมากเกินไปและช่วงเวลาต่อเนื่องมากเกินไป ผู้รับ จะเกิดความชาชินและเบื่อหน่าย ควรซ้ำเพื่อให้ผู้รับสารเกิดความสนใจจำได้แม่นยำ และเว้น ระยะห่างออกไป พอใกล้ที่จะลืมก็ควรซ้ำได้อีก ช่วงจำของบุคคลนั้นแตกต่างกันไปตามเพศ วัย แต่ โดยทั่วไปจะจำได้พอสมควรในช่วงระยะเวลาประมาณ 2-4 สัปดาห์
2. การมีส่วนร่วม (Participation) การมีส่วนร่วมจะกระตุ้นเตือนให้ผู้รับสนใจและติดตาม
3. การได้รับผลประโยชน์ ทั้งโดยตรงและโดยอ้อม การได้รับประโยชน์โดยตรง เช่น ได้รับ รางวัลจากการใช้สื่อนั้น การตอบปัญหาชิงรางวัล การชิงโชค เป็นต้น หรือการได้รับ ประโยชน์ทางอ้อม เช่น การได้รับความรู้ หรือความบันเทิงจากการเปิดรับสื่อนั้น ซึ่งจะทำให้ วิธีการให้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ได้ผลมากขึ้น
4. การเลือกใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพ จะต้องเหมาะสมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายนั้น ๆ โดยพิจารณา ถึงคุณสมบัติและลักษณะต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการใช้สื่อสารในสังคม และมีอิทธิพลต่อคุณภาพและสื่อที่ใช้ในการ ประชาสัมพันธ์

ส่วนที่ 2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในส่วนขอบเขตการวิจัยเรื่องกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และปัจจัยที่ทำให้เยาวชนตัดสินใจ เข้าร่วมกิจกรรมเชิงจริยธรรมขอสถาบันพัฒนาเยาวชนโลกนี้ มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาเรื่อง ดังกล่าวอยู่หลายเรื่องด้วยกันประกอบด้วยงานวิจัยทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ 9 เรื่อง ดังนี้

งานวิจัยต่างประเทศ

โรเจอร์ (Rogers , 1973) ได้ศึกษาและสรุปเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารในการณรงค์การวางแผนครอบครัว พบว่าทัศนคติและพฤติกรรมจะมีการเปลี่ยนแปลงก็ต่อเมื่อมีข้อมูลที่น่าเชื่อถือมากขึ้น และเนื้อหาสามารถสื่อถึงประโยชน์และโทษของพฤติกรรมได้ทั้งสองด้าน นอกจากนี้หากสารได้นำเสนอถึงความน่ากลัวที่จะเกิดขึ้น เมื่อไม่ได้ปฏิบัติตามคำแนะนำในการณรงค์ ทั้งที่จะเกิดขึ้นกับตัวของผู้รับสารเองและผู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้รับสาร จะทำให้มีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม

เฟลลิป คอร์เซนเนีย , วัตตา เดลโทโร และ เจมส์ การ์ดีโน (Korzenny , Deltoro and Gandino , 1987) ศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ที่มีต่อความรู้ ทัศนคติ และความคิดเห็นในด้านข่าวต่างประเทศของชาวอเมริกัน พบว่า การเปิดรับข่าวต่างประเทศทางโทรทัศน์มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความรู้ด้านข่าวต่างประเทศของประชาชน ส่วนเพศ อายุ และการศึกษา มีความสัมพันธ์กับความรู้ ทัศนคติ เกี่ยวกับข่าวต่างประเทศ

เบิร์ก (Berg, 2003) ในการฝึกอบรมเกี่ยวกับคุณธรรมจริยธรรมในต่างประเทศ เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา ได้มีการ จัดโปรแกรมทางการศึกษาที่เรียกว่าโปรแกรมการอบรมคุณธรรม (Character education) ซึ่งเป็น โปรแกรมทางการศึกษาที่มุ่งลดพฤติกรรมรุนแรงของเด็กตั้งแต่ ประถมศึกษาถึงมัธยมศึกษาตอนปลาย เป็นโปรแกรมที่ช่วยเสริมสร้างจริยธรรม ความรับผิดชอบ และการเอาใจใส่ของนักเรียน โดยการเป็น แบบอย่างและสอนคุณธรรมจริยธรรมที่ดิงามผ่าน ค่านิยมสากลที่คนทั้งหลายใช้ร่วมกัน โปรแกรมนี้ได้ ถูกกำหนดให้เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรใน โรงเรียนของรัฐตั้งแต่ปี 1990 ซึ่งจากการสังเคราะห์งานวิจัย (Meta - Analysis) ของเบิร์ก (Berg , 2003) ตั้งแต่ปี ค.ศ.1990 - 2002 พบว่าโปรแกรมการอบรม คุณธรรมส่งผลต่อพฤติกรรมและความรู้ ของนักเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าขนาดอิทธิพล (effect size) เท่ากับ 0.4 และ 0.2 ตามลำดับ

นอกจากนี้ทอมสัน (Thomson, 2004) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มี ความสัมพันธ์กับความสำเร็จของโปรแกรมการอบรมคุณธรรมในโรงเรียนขนาดเล็ก พบว่า วัฒนธรรม ของโรงเรียน ภาวะผู้นำของผู้บริหาร โรงเรียน และความรับผิดชอบของครู เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ โปรแกรมดังกล่าวประสบความสำเร็จ

สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพของแมคโดนัลด์ (McDonald. 2002) ที่ทำการศึกษากับครู 11 คน ที่มี ประสบการณ์จากการนำโปรแกรมการอบรมคุณธรรมมาใช้ในโรงเรียน ผลการวิจัยพบว่า ครูมีความเชื่อว่าโปรแกรมนี้เป็นสิ่งที่จะช่วยเสริมสร้างนักเรียนในทางที่ดีและการเป็นแบบอย่างที่ดีของครูเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้โปรแกรม ดังกล่าวประสบความสำเร็จ โดยโปรแกรมจะมี ประสิทธิภาพมากขึ้นเมื่อสอดคล้องกับความเชื่อทางศาสนา ของนักเรียน นอกจากนี้ยังพบว่า โปรแกรมการอบรมคุณธรรมยังช่วยลดการลาออกของนักเรียนได้ (Kokolis. 2004) และจากการ สืบสวนการรับรู้ของผู้บริหารต่อผลของโปรแกรมการอบรมคุณธรรมของนักเรียนใน รัฐอลาบามา ประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า โปรแกรมนี้ส่งผลดีต่อบรรยากาศภายในโรงเรียนและ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนร่วมด้วย (Baker. 2004)

พิมพ์ใจ ปัทมสันติวงษ์ (2542) ได้ศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารและประสิทธิผลของโครงการรณรงค์แยกประเภทขยะของสำนักรักษาความสะอาด กรุงเทพมหานคร พบว่า กลยุทธ์หลัก คือ การใช้สื่อมวลชนเป็นช่องทางในการเผยแพร่สโปดโครงการรณรงค์ ร่องลงมาคือ สื่อเฉพาะกิจ ประเภท ป้ายรณรงค์ต่าง ๆ สื่อหนังสือพิมพ์ และวารสารสำนักรักษาความสะอาด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความตระหนักต่อการแยกประเภทขยะ และมีพฤติกรรมแยกประเภทขยะสำหรับผลการศึกษาในส่วนประสิทธิผลโครงการรณรงค์ พบว่า มีการเปิดรับข่าวสารโครงการในระดับปานกลาง มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด ส่วนในด้านความตระหนักต่อการแยกขยะประเภทขยะจัดอยู่ในระดับสูง และในด้านพฤติกรรมแยกประเภทขยะมีความถี่ในการแยกขยะนาน ๆ ครั้ง จัดอยู่ในระดับต่ำ

ลัดดาพร หวังชิงชัย (2546) ได้ศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การใช้สื่อประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลโครงการเก็บค่าไฟฟ้าสระเป่า พบว่า มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนมากที่สุด และสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่เปิดรับข่าวสารมากที่สุด ส่วนด้านสื่อบุคคลมีการเปิดรับข่าวสารในระดับปานกลาง เพราะมาใช้สื่อจากโครงการโดยตรง และในด้านสื่อเฉพาะกิจมีการเปิดรับข่าวสารในระดับปานกลางทั้งที่มีความหลากหลายมาก นอกจากนี้ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับความรู้เกี่ยวกับการประหยัดพลังงานไฟฟ้าพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ในระดับสูง และในด้านพฤติกรรมมีส่วนร่วมในการประหยัดพลังงานไฟฟ้าจัดอยู่ในระดับมาก

ประกายกาวิล ศรีจินดา (2548) ศึกษา การสื่อสารณรงค์ของโครงการ “ สัจจะ อธิษฐาน ” ผลการวิจัยพบว่า ในการดำเนินกิจกรรมของโครงการ “ สัจจะอธิษฐาน ” ประกอบด้วยการผลิตและการเผยแพร่สื่อต่าง ๆ เพื่อให้ความรู้และประชาสัมพันธ์ณรงค์ให้ประชาชนรวมพลังตั้งสัจจะอธิษฐานเพื่อการปฏิบัติบูชา ในขั้นตอนของการวางแผนการประชาสัมพันธ์ พบว่ามี 4 ขั้นตอน 1. การกำหนดวัตถุประสงค์หรือเป้าหมาย 2. การกำหนดหรือวิธีการหรือรูปแบบ 3. การกำหนดรายละเอียดและขั้นตอนการดำเนินงาน 4. การนำไปปฏิบัติตามกระบวนการที่กำหนดไว้ ในกลยุทธ์ด้านเนื้อหาของสาร พบว่า มีการใช้กลยุทธ์สารที่หลากหลายหลายแนวทาง คือ 1. การเน้นความทันสมัย 2. การเน้นข้อความสะกดหู สะกดตา 3. การใช้สัญลักษณ์ร่วม 4. การนำเสนอภาพพฤติกรรมที่พึงประสงค์โดยคนมีชื่อเสียง ด้านกลยุทธ์การใช้สื่อมีการใช้สื่อต่าง ๆ ที่หลากหลายและผสมกันไปหลายแนวทางโดยมี โปสเตอร์ เป็นสื่อหลัก และสื่ออื่น ๆ ประกอบด้วย อาทิ โทรทัศน์ , วิทยุ, สื่อสิ่งพิมพ์ , บิลบอร์ด , แบนเนอร์ รวมไปถึงสื่อทันสมัยอื่น ๆ อาทิ เว็บไซต์ , เอ็ม – การ์ด และ อี การ์ด เป็นต้น

อนก รัตนจิตบรรจง (2548) ได้ศึกษาเรื่องบทบาทของหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่น ประเภทกีฬากับการเสริมสร้างคุณธรรมแก่เด็กและเยาวชน ผลการวิจัยพบว่า คุณธรรมที่ปรากฏผ่านทางเนื้อหาของหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นประเภทกีฬาแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม คือ 1. คุณธรรมที่ปรากฏมาก ประกอบด้วย ความอดสาหัส ความมีสติสัมปชัญญะ ความสามัคคี และความซื่อสัตย์สุจริต ตามลำดับ 2. คุณธรรมที่ปรากฏปานกลางประกอบด้วย ความเมตตากรุณา ความมีระเบียบวินัย ความรับผิดชอบและความเสียสละ 3. คุณธรรมที่ปรากฏน้อยคือ ความยุติธรรม ด้านวิธีการสื่อสารของหนังสือการ์ตูนพบว่า นำเรื่องราวในชีวิตประจำวันที่อาจประสบได้ทั่วไปมาใช้เป็นโครงเรื่องเพื่อให้ผู้อ่านซึ่งอยู่ในวัยนี้เกิดความรู้สึกร่วม โดยใช้วิธีการสื่อสาร 3 วิธี คือ 1.) แสดงให้เห็นผลดีที่เกิดขึ้นจากการประพฤติปฏิบัติในสิ่งที่พึงประสงค์ 2.) แสดงให้เห็นถึงผลเสียที่เกิดขึ้นจากการแสดงพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ 3.) เปรียบเทียบผลดีของการแสดงพฤติกรรมที่พึงประสงค์กับผลเสียของการแสดงพฤติกรรมไม่พึงประสงค์ ในสถานการณ์เดียวกันหรือคล้ายคลึงกัน

ในส่วนของแนวการใช้หนังสือการ์ตูนเป็นสื่อเพื่อให้เกิดการเสริมสร้างคุณธรรมแก่เด็กและเยาวชน สิ่งที่สำคัญเป็นอันดับแรกคือ การปรับเปลี่ยนทัศนคติที่มองการ์ตูนแต่เพียงแง่ลบของผู้ที่เกี่ยวข้องกับเด็กและเยาวชน นอกจากนี้หนังสือการ์ตูนถูกนำมาใช้ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพมี 2 ส่วนหลัก ๆ คือ

1.) เนื้อหาและวิธีการนำเสนอของหนังสือการ์ตูน 2.) สถาบันทางสังคมต่าง ๆ ซึ่งประกอบด้วยภาครัฐ ได้แก่ โรงเรียนและสถาบันการศึกษา สื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ และสถาบันครอบครัว

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่องครั้งนี้ ได้แบ่งการศึกษาเป็น 2 รูปแบบ คือ ส่วนที่ 1 วิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative) เพื่อศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของโครงการตอบปัญหาธรรมะ “ทางก้าวหน้า” และโครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก ส่วนที่ 2 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Survey Research) เพื่อสำรวจการเปิดรับข่าวสาร, ความรู้และทัศนคติ และพฤติกรรมของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยการเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ และใช้แบบสอบถามให้ผู้ตอบกรอกข้อมูลด้วยตนเอง (Self - Administered Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัย เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ดังนี้

1. ประชากรและผู้ให้ข้อมูลหลัก
2. การกำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย
5. การวิเคราะห์และการนำเสนอข้อมูลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การวิจัยเชิงคุณภาพ ศึกษาเรื่อง “ กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของโครงการตอบปัญหาธรรมะ “ ทางก้าวหน้า ” และ โครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก

1. แหล่งข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ

การศึกษาวิจัยในส่วนนี้มีการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล ดังนี้

1.1 แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล

- ข้อมูลปฐมภูมิจากบุคคล (Primary Data) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ เนื่องจากการสัมภาษณ์เชิงลึกมีลักษณะเฉพาะที่สำคัญในการเก็บข้อมูลที่ต้องการรายละเอียดมาก ลึกซึ้ง เป็นข้อมูลในเชิงทัศนคติ ความความคิดเห็น และเป็นข้อมูลที่มีความละเอียดซับซ้อนมากเกินกว่าจะศึกษาจากเอกสาร โดยคัดเลือกโดยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Information) จากทั้ง 2 โครงการ ดังต่อไปนี้

1. โครงการตอบปัญหาธรรมะ ทางก้าวหน้า

คุณ วิชิต แซ่ลือ หัวหน้าศูนย์ประสานงานโครงการตอบ
ปัญหาธรรมะ “ ทางก้าวหน้า ”

คุณ ดวงใจ คุณพันธ์ ผู้ช่วยศูนย์ประสานงานโครงการตอบ
ปัญหาธรรมะ “ ทางก้าวหน้า ”

2. โครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก

คุณ อรรถวุฒิ คงเทพ กรรมการโครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก

คุณ อัญชลิ ศรีสมชัย ฝ่ายสร้างสรรค์สื่อเยาวชนโครงการ
ฟื้นฟูศีลธรรมโลก

คุณ ไพลิน สมหารพันธ์ หัวหน้าแผนกประชาสัมพันธ์โครงการ
ฟื้นฟูศีลธรรมโลก

1.2 แหล่งข้อมูลประเภทเอกสารต่าง ๆ

■ ข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง (Secondary Data)

โดยการศึกษาจากเอกสารข้อมูลและสื่อต่างๆ ที่เกี่ยวกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ และข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อแนวทางการทำแบบสอบถามของทั้ง 2 โครงการ คือ

1.2.1 เอกสารที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ เอกสาร คู่มือ หนังสืออ่านประกอบ , รายงานผลการดำเนินการ , รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สิ่งพิมพ์ต่างๆ ที่ได้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการ เช่น ระเบียบการ , จดหมายข่าว , หนังสือเล่มเล็ก (Pocket book) , ข่าวจากหนังสือพิมพ์ รวมทั้งเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

1.2.2 สื่อต่าง ๆ เกี่ยวข้องกับโครงการ เช่น เว็บไซต์ , สื่อการเรียนรู้ , ละคร , เพลง เป็นต้น

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยในส่วนที่ 1 นี้ เป็นในลักษณะการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อความครบถ้วนในการดำเนินการวิจัย จึงมีความจำเป็นต้องมีเครื่องมือช่วยในการวิจัย ซึ่งประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์เจาะลึกที่ผู้วิจัยให้เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ โดยมีประเด็นคำถามที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยแบบสัมภาษณ์ดังกล่าวนี้สร้างจากกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งกำหนดประเด็นคำถามไว้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์ ได้แก่ ชื่อ-นามสกุล
การศึกษา หน้าที่ที่รับผิดชอบ

ส่วนที่ 2 กลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย

1. วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์โครงการ
2. แนวคิดหลักของการประชาสัมพันธ์โครงการ
3. กลุ่มเป้าหมายของโครงการ หลักเกณฑ์ในการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย
4. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์
5. ขั้นตอนการวางแผนการประชาสัมพันธ์ ลักษณะการแบ่งงานการขอความร่วมมือจากหน่วยงานอื่น ๆ
6. กลวิธี และกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์
7. กลยุทธ์การนำเสนอสาร
8. การประเมินผลและปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

3. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยนำแนวคำถามหรือแบบสัมภาษณ์ไปปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษา ผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์และการวิจัยเชิงคุณภาพ ก่อนนำไปใช้ในการสัมภาษณ์กับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาของแนวคำถาม ความครอบคลุมของประเด็นที่ต้องการศึกษา และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ แล้วจึงทำการปรับปรุงแก้ไขแบบสัมภาษณ์ใหม่เพื่อให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลในการวิจัยข้อมูลครั้งนี้ ใช้วิธีการดังนี้

1. การศึกษาจากเอกสาร ผู้วิจัยได้รวบรวมเอกสารที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของทั้ง 2 โครงการ เพื่อนำไปใช้ประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้มีความชัดเจนและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น รวมถึงได้ศึกษา ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มเป้าหมายโดยมีขั้นตอน ดังนี้
 - 2.1 ขั้นแนะนำตัว ผู้วิจัยได้แนะนำตัวอย่างเปิดเผย (Overt Role) และได้แจ้งให้กลุ่มเป้าหมายทราบถึงจุดประสงค์ของการสัมภาษณ์และวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ก่อนดำเนินการสัมภาษณ์
 - 2.2 ขั้นสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้แบบสัมภาษณ์ ซึ่งได้จัดเตรียมไว้ล่วงหน้าแล้ว ทั้งนี้ผู้วิจัยจะนำสมุดบันทึกและเครื่องอัดเทปบันทึกเสียงในระหว่างการสัมภาษณ์ทุกครั้ง เพื่อช่วยในการบันทึกประเด็นสำคัญของผู้ให้สัมภาษณ์
 - 2.3 ขั้นเสร็จสิ้นการสัมภาษณ์ หลังจากเสร็จสิ้นการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ถอดเทปบันทึกเสียงและได้บันทึกไว้เป็นลายลักษณ์อักษรที่ชัดเจน

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในส่วนของการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยจึงนำเสนอข้อมูลโดยใช้วิธีการพรรณนาเชิงวิเคราะห์เนื้อหา (Descriptive Analysis) เพื่อบรรยายถึงกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์เพื่อโน้มน้าวเยาวชนให้เข้าร่วมกิจกรรมเชิงจริยธรรม โดยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แหล่งข้อมูลบุคคลและข้อมูลประเภทเอกสาร รวมทั้งการศึกษาเปรียบเทียบกับทฤษฎีต่าง ๆ ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาวิเคราะห์และเรียบเรียงออกมา

ส่วนที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณ ศึกษา การเปิดรับ การรับรู้ ทักษะคติ และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าร่วมกิจกรรมเชิงจริยธรรม

ในส่วนที่ 2 เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยผู้วิจัยได้สำรวจเกี่ยวกับการเปิดรับ การรับรู้ ทักษะคติ และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าร่วมกิจกรรมเชิงจริยธรรม โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสำรวจ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูลและการประมวลผล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

โครงการตอบปัญหาธรรมะ ทางก้าวหน้า

ในส่วนของประชากรในโครงการตอบปัญหาธรรมะ ทางก้าวหน้า ได้แก่ นักศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่เข้าร่วมที่เข้าร่วมในโครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า ครั้งที่ 26 - 27 ประจำปี พ.ศ. 2550 -2551 ที่สมัครเข้าร่วมโครงการ ซึ่งมีจำนวน 664 คน จากสถาบันอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร (ที่มา : ฝ่ายสารสนเทศ โครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า)

โครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในโครงการนี้ ได้แก่ นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลายที่เข้าร่วมในโครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2551 ที่สมัครเข้าร่วมโครงการ ซึ่งมีจำนวน 4,594 คน จาก 47 โรงเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร (ที่มา : ฝ่ายสารสนเทศ โครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก)

1.1 ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

ในขั้นแรก ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการกำหนดโดยอาศัยการเปิดตารางสำเร็จของ Taro Yamane (Taro Yamane, 1967) ที่ความเชื่อมั่น 95% ความผิดพลาดไม่เกิน 5% หรือมี รัดับนัยสำคัญ .05 โดยใช้สูตรดังต่อไปนี้

$$n = \frac{n}{(1 + N e^2)}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ความน่าจะเป็นของความผิดพลาดที่ยอมรับให้เกิดได้ คือ 5

%

แทนค่า

$$n = \frac{5,258}{1 + 5,258 (0.05)^2}$$
$$= \frac{5,258}{71,122}$$
$$= 399.92$$

โดยแบ่งสัดส่วนการเก็บกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1.โครงการทางก้าวหน้า คิดเป็น 13% กลุ่มตัวอย่าง 52 ตัวอย่าง

2.โครงการฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมโลก คิดเป็น 87% กลุ่มตัวอย่าง 348 ตัวอย่าง

ดังนั้น จึงได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาทั้งหมดจำนวน 400 ตัวอย่าง

1.2 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้กลุ่มตัวอย่างไม่ต่ำกว่า 400 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi – Stage Sampling) ซึ่งแบ่งการสุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 ขั้นตอน คือ

โครงการตอบปัญหาธรรมะ “ ทางก้าวหน้า ”

1. การสุ่มแบบง่าย (Sampling Random Sampling)

ผู้ทำการวิจัยทำการสุ่มตัวอย่างที่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Probability Sampling) คือ ทุกหน่วยในกลุ่มตัวอย่างมีโอกาสถูกเลือกเท่า ๆ กัน โดยใช้การสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling : SRS) โดยจับฉลากเลือก 5 สถาบันในระดับอุดมศึกษา จากที่เข้าร่วมโครงการ ได้แก่

1. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
2. สถาบันเทคโนโลยีพระนครเหนือ
3. มหาวิทยาลัยสยาม
4. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
5. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

2. ใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งออกเป็นกลุ่มเท่า ๆ กัน (Quota Sampling) จากนักศึกษาจากสถาบันในระดับอุดมศึกษา 5 แห่ง ๆ ละ 11 คน

โครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก

1. การสุ่มแบบง่าย (Sampling Random Sampling)

การสุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ทำการวิจัยทำการสุ่มตัวอย่างที่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Probability Sampling) คือ ทุกหน่วยในกลุ่มตัวอย่างมีโอกาสถูกเลือกเท่า ๆ กัน โดยใช้การสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling: SRS) โดยจับฉลากเลือก 8 โรงเรียน จากที่เข้าร่วมโครงการ ได้แก่

1. โรงเรียนดอนเมือง
2. โรงเรียนพรตพิทยพยัต
3. โรงเรียนสตรีศรีบุญบุรพาเพ็ญ
4. โรงเรียนสีกัน (วัฒนานครที่อุบลรัตน์)
5. โรงเรียนสารสาสน์วิเทศร่มเกล้า
6. โรงเรียนวัดสังฆราชา
7. โรงเรียนศึกษานารี
8. โรงเรียนวิจิตรวิทยา

2. ใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งออกเป็นกลุ่มเท่า ๆ กัน (Quota Sampling) จากนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นและมัธยมศึกษาตอนปลาย จากโรงเรียน 8 แห่ง ๆ ละ 48 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม โดยผู้วิจัยทำแบบสอบถาม 2 ลักษณะคือ แบบสอบถามชนิดปลายเปิดและชนิดปลายปิด โดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามเอง ซึ่งข้อมูลแบบสอบถามแบ่งเป็น 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อและกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ของชมรมพุทธศาสตร์สากลฯ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมเชิงจริยธรรม

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติเกี่ยวกับกิจกรรมเชิงจริยธรรม

ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมเชิงจริยธรรม

หลักเกณฑ์การให้คะแนน

ในส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อและกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลโดยให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถาม โดยการเลือกตอบมากกว่า 1 ข้อ เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างเลือกที่ตรงกับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสื่อของตนมากที่สุด สำหรับการให้คะแนนในแต่ละตัวเลือก ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์การให้คะแนนไว้ ดังนี้

1	หมายความว่า	ได้มีการเปิดรับจากสื่อประเภทนั้น
0	หมายความว่า	ไม่ได้มีการเปิดรับจากสื่อประเภทนั้น

ส่วนที่ 3 การวัดความรู้ของผู้เข้าร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมเชิงจริยธรรมทั้ง 2 โครงการ คือ โครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า , โครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก จากนักเรียน นิสิตนักศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร

ถ้าตอบว่าทราบ	จะได้	1	คะแนน
ถ้าตอบว่าไม่ทราบ	จะได้	0	คะแนน

มีเกณฑ์ในการพิจารณาเพื่อแปลความหมายของระดับคะแนนความรู้โดยรวม ดังนี้

คะแนนมากกว่า 5-6 คะแนน	หมายถึง	ระดับความรู้สูง
คะแนนระหว่าง 3-4 คะแนน	หมายถึง	ระดับความรู้ปานกลาง
คะแนนระหว่าง 1-2 คะแนน	หมายถึง	ระดับความรู้ต่ำ

สำหรับส่วนที่ 4 เป็นการวัดทัศนคติต่อการเข้าร่วมกิจกรรมเชิงจริยธรรม เป็นข้อความที่วัดระดับความคิดเห็นต่อการเข้าร่วมกิจกรรมของทั้ง 2 โครงการ เพื่อให้เข้าถึงแนวคิดของกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด โดยเกณฑ์การให้คะแนนเป็นมาตรฐานประเมินค่า ตามแบบของ Likert Scale แบ่งเป็น 5 ระดับ ซึ่งตัวอย่างสามารถเลือกตัวเลือกที่ตรงกับความคิดเห็นของตนเพียงข้อเดียวในแต่ละข้อความ สำหรับการให้คะแนนในแต่ละตัวเลือก ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์การให้คะแนนไว้ดังนี้

ดีมาก	5	คะแนน
ดี	4	คะแนน
ปานกลาง	3	คะแนน
น้อย	2	คะแนน
น้อยมาก	1	คะแนน

จากนั้นนำผลรวมของคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยและเปรียบเทียบกับเกณฑ์เพื่อแปลความหมายข้อมูล ดังนี้

เกณฑ์แปลความหมาย

ระดับคะแนนตั้งแต่ 4.51 - 5.00	หมายถึง	มีทัศนคติดีมากต่อการสื่อประชาสัมพันธ์
ระดับคะแนนตั้งแต่ 3.51 - 4.50	หมายถึง	มีทัศนคติที่ดีต่อการสื่อประชาสัมพันธ์
ระดับคะแนนตั้งแต่ 2.51 - 3.50	หมายถึง	มีทัศนคติปานกลางต่อการสื่อประชาสัมพันธ์
ระดับคะแนนตั้งแต่ 1.51 - 2.50	หมายถึง	มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อการสื่อประชาสัมพันธ์
ระดับคะแนนตั้งแต่ 1.00 - 1.50	หมายถึง	มีทัศนคติไม่ดีมากต่อการสื่อประชาสัมพันธ์

ส่วนที่ 5 เป็นส่วนของคำถามด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้เกณฑ์การให้คะแนนเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 อันดับ ดังนี้

คะแนน 3	หมายความว่า	มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเป็นอันดับที่ 1
คะแนน 2	หมายความว่า	มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเป็นอันดับที่ 2
คะแนน 1	หมายความว่า	มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเป็นอันดับที่ 3

4. ความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบหาความน่าเชื่อถือของเครื่องมือโดยทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และหาค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) ดังนี้

1. หาความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามที่ได้เรียบเรียงไปปรึกษาหารือกับอาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อหาข้อบกพร่องของคำถาม ทดสอบความตรงตามเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษา (wording) และความชัดเจนของคำถาม เพื่อเหมาะกับการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจริง

2. หาความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วไปทดสอบกับนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการ ที่มีคุณสมบัติตรงตามกลุ่มเป้าหมายเท่ากับจำนวน 30 ชุด โดยคิดเป็น 10% ของกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษาที่มีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสม

การหาความเชื่อมั่นโดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) ตามวิธีของ Cronbach โดยทดสอบตามสูตร Coefficient Alfa ซึ่งมีสูตรการคำนวณ ดังนี้

$$\alpha = \frac{k}{(k-1)} \left\{ \frac{1 - \sum v_i}{V_t} \right\}$$

เมื่อ

α	คือ	ค่าความน่าเชื่อถือได้
K	คือ	จำนวนข้อ
V_i	คือ	ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
V_t	คือ	ความแปรปรวนของคะแนนรวมของทุกข้อ

ทัศนคติต่อสื่อและกิจกรรมโครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้ามีค่าความเชื่อมั่น = 0.744

ทัศนคติต่อสื่อและกิจกรรมโครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลกมีค่าความเชื่อมั่น = 0.820

5. การเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถาม ไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในกลุ่มพื้นที่ที่กำหนดไว้ และมีการเก็บข้อมูลในลักษณะ ดังนี้

1. การเก็บข้อมูลของการทดสอบเบื้องต้น (Pre – test) ได้ดำเนินการรวบรวม โดยขอความร่วมมือจากนิสิต นักศึกษาที่เข้าร่วมการอบรมผู้ประสานงานศูนย์สอบของโครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า และนักเรียนที่ ในการตอบแบบสอบถาม

2. การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยได้รับความร่วมมือจากนักเรียน จากโรงเรียนต่างๆ ที่เข้าร่วมในวันประเมินมาตรฐานศิลปกรรม และจากโรงเรียนต่างๆ ที่เข้าร่วมโครงการ

6. การวิเคราะห์ข้อมูลและการประมวลผล

หลังจากเก็บรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมด และตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของแบบสอบถามแล้ว จึงนำไปให้คะแนนและลงรหัส (Coding) เพื่อให้ข้อมูลอยู่ในรูปของตัวเลขที่คอมพิวเตอร์อ่านได้ จากนั้นนำไปประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS แล้วทำตารางวิเคราะห์ทางสถิติ เพื่อแปลความหมายของข้อมูลและทำรายงานผลการศึกษาต่อไป โดยการวิเคราะห์ข้อมูลนี้ จะใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เพื่ออธิบายข้อมูลพื้นฐาน ดังนี้คือ

การวิเคราะห์เบื้องต้น โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) การแจกแจงความถี่และร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เพื่ออธิบายลักษณะข้อมูลของประชากร ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รวมทั้งข้อมูลด้านการเปิดรับ การรับรู้ทัศนคติ ปัจจัยที่มีผลในการคัดสรรใจเข้าร่วมกิจกรรมเชิงจริยธรรม

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และปัจจัยที่ทำให้เยาวชนตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมเชิงจริยธรรมของชมรมพุทธศาสตร์สากลในครั้งนี้ ผู้วิจัยแบ่งการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่เป็นกลยุทธ์ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้เยาวชนเข้าร่วมกิจกรรมเชิงจริยธรรม และส่วนที่เป็นการศึกษาการเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ ทักษะคิด และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมเชิงจริยธรรม

ส่วนที่ 1 การศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของโครงการตอบปัญหาธรรมะ “ทางก้าวหน้า” และ โครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก

การศึกษาเชิงคุณภาพเกี่ยวกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ของโครงการตอบปัญหาธรรมะ “ทางก้าวหน้า” และ โครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก ผู้วิจัยได้ศึกษาจากเอกสารโครงการและจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินโครงการการประชาสัมพันธ์ จำนวน 5 ท่าน คือ

- | | |
|-------------------------|--|
| 1. คุณ วิจิต แซ่ลื้อ | หัวหน้าศูนย์ประสานงาน
โครงการตอบปัญหา ธรรมะ “ทางก้าวหน้า” |
| 2. คุณ ดวงใจ คุณพันธ์ | ผู้ช่วยศูนย์ประสานงาน
โครงการตอบปัญหาธรรมะ “ทางก้าวหน้า” |
| 3. คุณ อรรถวุฒิ คงเทพ | กรรมการชมรม V-Srar Club
โครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก |
| 4. คุณ อัญชลี ศรีสมชัย | ฝ่ายสร้างสรรค์สื่อเยาวชน
โครงการ ฟื้นฟูศีลธรรมโลก |
| 5. คุณ ไพลิน สมหารพันธ์ | หัวหน้าแผนกประชาสัมพันธ์
โครงการ ฟื้นฟูศีลธรรมโลก |

การศึกษาในเชิงคุณภาพนี้ เป็นการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับโครงการในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความเป็นมา แนวทางการดำเนินงาน รวมไปถึงปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินโครงการ โดยการศึกษาจากเอกสารและการสัมภาษณ์เจาะลึก ผลการศึกษามีดังนี้

โครงการตอบปัญหาธรรมะ ทางก้าวหน้า

ที่มาและแนวคิดการดำเนินงาน

ด้วยปัจจุบันนี้สภาพศีลธรรมในหมู่เยาวชนได้เสื่อมถอยลงไปอย่างมาก อันเป็นผลกระทบมาจากความเจริญเติบโตของเทคโนโลยีและการแผ่ขยายอารยธรรมตะวันตก ซึ่งทำให้เกิดปัญหาดังกล่าวอื่น ๆ ตามมา ไม่ว่าจะเป็นปัญหายาเสพติด ปัญหาครอบครัว ปัญหาอาชญากรรมและปัญหาอื่น ๆ อีกมากมาย การแก้ปัญหาต่างๆ เหล่านี้ไม่สามารถกระทำให้ประสบผลสำเร็จอย่างยั่งยืน โดยปราศจากการพัฒนาศีลธรรมของเยาวชนควบคู่กันไปด้วย

ดังนั้น ชมรมพุทธศาสตร์สากล ในอุปถัมภ์สมเด็จพระมหารัชมังคลาจารย์ จึงได้มีนโยบายจัดทำโครงการตอบปัญหาธรรมะ ทางก้าวหน้าขึ้น ซึ่งเป็นโครงการที่ส่งเสริมให้เยาวชนและประชาชนทั่วไป ได้ศึกษาหลักธรรมในพระพุทธศาสนา ทำให้มีหลักในการดำเนินชีวิตที่ถูกต้อง ซึ่งส่งผลให้ปัญหาดังกล่าวนั้นลดน้อยลงไป และช่วยกันแก้ปัญหาสังคมในปัจจุบัน ทำให้ประเทศมีความสงบสุข ร่วมเย็นด้วยธรรมอย่างแท้จริง

โครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า ได้มีการขยายตัว และเติบโตตามลำดับ โดยระยะเริ่มต้นของการดำเนินโครงการตั้งแต่ครั้งที่ 1-8 โครงการตอบปัญหาทางก้าวหน้าเป็นเพียงกิจกรรมเสริมพิเศษส่วนหนึ่งของการจัดนิทรรศการทางก้าวหน้าเท่านั้น สำหรับการจัดนิทรรศการ “ทางก้าวหน้า” ครั้งที่ 1 จัดขึ้นที่ศาลาพระเกี้ยว จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในวันพุธที่ 10 พฤศจิกายน พ.ศ. 2525 โดยมีชมรมพุทธศาสตร์ 6 สถาบัน อันได้แก่ ชมรมพุทธศาสตร์และประเพณี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ร่วมกับชมรมพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ และวิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษาวิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพฯ ซึ่งมีนักเรียนเข้าร่วมสมัครสอบกันถึง 200 ทีม (400 คน) ในปีต่อ ๆ ไปคณะกรรมการจัดงานได้ส่งจดหมายเชิญชวนให้โรงเรียนมัธยมศึกษาทั่วประเทศส่งนักเรียนเข้าร่วมสอบ ผลปรากฏว่า มีนักเรียนเข้าร่วมสอบเพิ่มขึ้น 4 เท่า ซึ่งมาจากทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย การจัดสอบจึงได้มีการขยายตัวไปสู่ภูมิภาคอย่างต่อเนื่องทุกปี ทำให้เกิดมี ผู้ประสานงานศูนย์สอบ (ซูเปอร์ไวเซอร์) ขึ้นในปี

พ.ศ. 2530 เป็นครั้งแรก ซึ่งผู้ประสานงานศูนย์สอบนั้น คือ ผู้ประสานงานศูนย์สอบที่ทำหน้าที่ประสานงาน ดำเนินงานจัดการให้การจัดสอบตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า ดำเนินการจัดสอบไปได้อย่างเรียบร้อยที่สุด

หลังจากนั้นเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการเพิ่มจำนวนมากขึ้นจากหนึ่งล้าน สองล้าน จนกระทั่งปัจจุบัน การสอบครั้งที่ 27 ที่ผ่านมามีนักเรียนที่เข้าร่วมสอบมากถึง 5 ล้านกว่าคนจากทั่วประเทศ ซึ่งจากยอดตัวเลขที่ของเยาวชนที่เพิ่มขึ้นถึงจำนวนหลักล้านและผลการดำเนินงานที่ปลูกฝังคุณธรรม ศีลธรรมอันดีงามลงไปในชีวิตจิตใจของเยาวชนได้เป็นอย่างดี ดังนั้น ทางชมรมพุทธศาสตร์สากลฯ จึงได้ร่วมเครือข่ายโลกในการสร้างวัฒนธรรมสันติภาพร่วมกับองค์การยูเนสโกแห่งสหประชาชาติ โดยได้นำโครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า เข้าร่วมเป็นโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมสันติภาพของยูเนสโก โดยทางองค์การยูเนสโกได้บรรจุตัวโครงการฯ ตอบปัญหาธรรมะ ทางก้าวหน้า ไว้ในหมวดส่งเสริม การศึกษาเพื่อวัฒนธรรมสันติภาพและความไม่รุนแรง

ดังนั้น ชมรมพุทธศาสตร์สากลในอุปถัมภ์สมเด็จพระมหารัชมังคลาจารย์ในฐานะเป็นศูนย์ภาคีสมาชิกขององค์การสหประชาชาติ จึงได้สมัครเข้าร่วมเครือข่ายโลกในการสร้างวัฒนธรรมสันติภาพร่วมกับยูเนสโก และองค์กรต่าง ๆ ทั่วโลกกว่า 1,800 องค์กร ตั้งแต่เดือนเมษายน พ.ศ. 2543 เป็นต้นมา

ลักษณะการดำเนินงาน

ในการดำเนินโครงการ เป็นการจัดสอบตอบปัญหาธรรมะสำหรับนักเรียน นิสิต นักศึกษา โดยมีหนังสือมงคลชีวิต 38 ประการเป็นหนังสืออ้างอิง การสอบมีตั้งแต่ระดับอนุบาลจนถึงระดับอุดมศึกษา และจัดให้มีการสอบตอบปัญหาธรรมะสองรอบคือ รอบคัดเลือก และรอบชิงชนะเลิศ เพื่อชิงโล่รางวัลจากองค์กรภายในและต่างประเทศ ทุนการศึกษา และประกาศนียบัตรจากทางโครงการ โดยจะมีพิธีมอบรางวัลในวันมาฆบูชาของทุกปี

กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์

1. กลยุทธ์การสื่อสาร

การใช้สื่อผสมผสาน

โดยทั่วไป เยาวชนในปัจจุบันมักสนใจในเรื่องเทคโนโลยี นวัตกรรมใหม่ๆ ดนตรี กีฬา และแฟชั่น กิจกรรมด้านบันเทิง ดังนั้น การจะโน้มน้าวให้เยาวชนสนใจกับกิจกรรมด้านศิลปกรรม และจริยธรรมได้นั้น จำเป็นต้องมีการใช้สื่อที่หลากหลาย เพื่อเชื่อมโยงเรื่องราวที่เป็นนามธรรมใน ศาสนาให้สามารถนำไปสู่สิ่งที่สามารถ ชิมชั๊บและเข้าใจได้ นำไปสู่การปฏิบัติ และเข้าถึงเยาวชน ได้ง่ายมากขึ้น เพราะจุดประสงค์ของการจัดโครงการตอบปัญหาธรรมะ ทางก้าวหน้า เพื่อส่งเสริม สนับสนุนให้นักเรียน นิสิต นักศึกษา อาจารย์ เกิดความสนใจใฝ่หาความรู้ในพระพุทธศาสนา สามารถนำพระธรรมคำสอนขององค์สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้ามาเป็นหลักในการดำเนินชีวิต ตลอดจนส่งเสริมให้สถาบันการศึกษาสนับสนุนให้เยาวชนเข้าร่วมกิจกรรมด้านศิลปกรรมให้มากขึ้น

ทั้งนี้ การที่จะสื่อสารประชาสัมพันธ์ ข้อมูล ข่าวสาร ของโครงการตอบปัญหาธรรมะ ทางก้าวหน้า ไปสู่ตัวเยาวชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะต้องอาศัยการสนับสนุน จากผู้บริหาร ผู้อำนวยการโรงเรียน และความร่วมมือจากครูอาจารย์ ซึ่งนับเป็นบุคคลสำคัญที่มีอิทธิพลต่อ ความคิดของเด็ก ดังนั้น ทางโครงการจึงได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์จากผู้บริหารระดับบน ไปสู่นักเรียน ซึ่งมีการใช้สื่อที่แตกต่างกันไปในแต่ละระดับ โดยใช้สื่อผสมผสานมาใช้เพื่อให้ ความรู้ และข้อมูลการดำเนินงานเกี่ยวกับ โครงการ เพื่อให้ทราบถึงจุดประสงค์ และเป้าหมาย และตระหนักถึงความสำคัญในการปลูกฝังศิลปกรรมให้เยาวชน โดยใช้สื่อต่าง ๆ ดังนี้

1.1.1 สื่อบุคคล

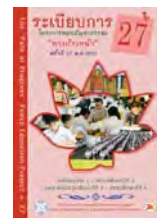
เนื่องจากนโยบายทางโครงการ ต้องการเชิญชวนให้โรงเรียนต่าง ๆ ทั่วประเทศได้เข้าร่วม ในกิจกรรม เพื่อให้เกิดกระแสความตื่นตัวในการทำกิจกรรมด้านศิลปกรรม ทางโครงการจึงมี การวางระบบการใช้สื่อบุคคลกลุ่มใหญ่ ซึ่งนับเป็นสื่อหลักที่สำคัญ ให้มีการหมุนเวียนเพื่อแจ้ง ข่าว ประชาสัมพันธ์ และเชิญชวนเข้าร่วมโครงการให้ครอบคลุมทุกพื้นที่การศึกษาทั่วประเทศ

ในการดำเนินโครงการฯ มีการใช้สื่อบุคคลจำนวนมากเพื่อเป็นสื่อกลางในการแจ้งข้อมูล ของโครงการไปสู่กลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนทำหน้าที่ประสานงาน ดำเนินการจัดสอบให้สำเร็จลุล่วง จากการศึกษาพบว่า นอกจากเจ้าหน้าที่ของโครงการฯ แล้ว ยังมีการสร้างเครือข่ายสื่อบุคคล โดยมี นิสิตและนักศึกษาจากสถาบันต่าง ๆ มาทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานงานศูนย์สอบ และกรรมการ คุมสอบ มาช่วยทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร เพื่อให้การดำเนินงานของโครงการเป็นระบบและบรรลุ เป้าหมายได้ตามต้องการ

1.1.2 สื่อสิ่งพิมพ์

นับได้ว่าสื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อที่สนับสนุน ที่มุ่งเน้นการแจ้งข่าวสาร รายละเอียด เกี่ยวกับโครงการ ตลอดจนให้ความรู้แก่ผู้บริหารการศึกษา คุณครู และผู้ที่เข้าร่วมโครงการ ซึ่งแบ่งเป็นประเภทต่าง ๆ ดังนี้

1.1.2.1 ระเบียบการ ระเบียบการ เป็นสิ่งพิมพ์ ขนาด A4 โดยมีรายละเอียด ที่ประกอบด้วย หลักการและเหตุผล วัตถุประสงค์ เป้าหมาย ลักษณะการดำเนินโครงการ กำหนดการ เกณฑ์ในการพิจารณาการได้รับรางวัล รางวัลต่าง ๆ



ภาพที่ 3 ระเบียบการสมัคร

1.1.2.2 หนังสืออ้างอิงในการสอบ ในการจัดสอบตอบปัญหา ธรรมะทางก้าว ได้แบ่งระดับการสอบสำหรับเยาวชนหลายระดับและมีใช้ หนังสืออ้างอิงที่ใช้ในการสอบแตกต่างกัน ดังนี้



ภาพที่ 4 หนังสือมงคลชีวิต

ระดับอนุบาล 1-3 ใช้หนังสือมงคลชีวิตบัณฑิตน้อยฉบับอนุบาล (Big Book)

ระดับประถม 1-2 ใช้หนังสือมงคลชีวิตบัณฑิตน้อยระดับประถมศึกษา 1-2

ระดับประถมตอนปลาย (ป. 5 – 6) หนังสือมงคลชีวิต ฉบับ มงคลที่ 1-21

ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ใช้หนังสือมงคลชีวิต ฉบับทางก้าวหน้า (มงคลที่ 1 – 38) และตอนปลาย

ระดับอุดมศึกษา ใช้หนังสือมงคลชีวิต ซึ่งมีเนื้อหาเป็นมงคลสูตร 38 ประการ ซึ่งเป็นหลักคำสอนของพระสัมมาสัมพุทธเจ้า ที่เยาวชนจะได้ศึกษาเป็นแนวทางปฏิบัติที่ถูกต้อง เพื่อ นำความเจริญรุ่งเรืองและความก้าวหน้ามาสู่ชีวิต

1.1.2.1 คู่มือการอบรม ผู้ประสานงานศูนย์สอบ

ในการอบรมการทำหน้าที่ ผู้ประสานงานศูนย์สอบ จะจัดให้มีการอบรม 2 รอบ เพื่อให้สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างสมบูรณ์ จึงได้มีการทำคู่มือเพื่อใช้ประกอบในการทำความเข้าใจในการปฏิบัติหน้าที่ ดังนี้

1. คู่มือ ผู้ประสานงานศูนย์สอบ ฉบับ Beginner Course มีเนื้อหาเกี่ยวกับขั้นตอน การปฏิบัติหน้าที่ ผู้ประสานงานศูนย์สอบ ในภาพกว้าง ๆ โดยมีรูปภาพประกอบ การเตรียมตัวมาอบรม Final Course , การสอบตอบปัญหาธรรมะทางก้วหน้ารอบ ผู้ประสานงานศูนย์สอบ , รางวัลการทำหน้าที่ ผู้ประสานงานศูนย์สอบ

2. คู่มือ ผู้ประสานงานศูนย์สอบ ฉบับ Final Course เป็นคู่มือการปฏิบัติหน้าที่ ผู้ประสานงานศูนย์สอบ อย่างละเอียด ทุกขั้นตอน



ภาพที่ 5 คู่มือ ผู้ประสานงานศูนย์สอบ

3. คู่มือ คณะกรรมการคุมสอบ เป็นคู่มือ ที่ให้ความรู้เรื่องขั้นตอนการปฏิบัติหน้าที่ ของคณะกรรมการคุมสอบตอบปัญหาธรรมะทางก้วหน้า



ภาพที่ 6 คู่มือ คณะกรรมการคุมสอบ

1.1.2.4 จดหมายข่าว ประกาศผลสอบตอบปัญหาธรรมะทางก้วหน้า เป็นจดหมายข่าวที่ส่งไปยังสถานศึกษาที่เข้าร่วมโครงการฯ เพื่อประกาศรายชื่อผู้เข้าสอบที่ได้รับรางวัลชนะเลิศประเภทต่าง ๆ ทั้งหมดทุกระดับการศึกษาทั่วประเทศ โดยเรียงลำดับชื่อโรงเรียนและสถาบันตามพยัญชนะ ก – อ

1.1.3 สื่อเฉพาะกิจ

โดยส่วนใหญ่จะมีการผลิตสื่อเฉพาะกิจเพื่อใช้ในการเชิญชวนนิสิต นักศึกษา ให้เข้าร่วมการทำหน้าที่ผู้ประสานงานศูนย์สอบ ประจำศูนย์สอบต่าง ๆ ในวันสอบรอบชิงชนะเลิศพร้อมกันทั่วประเทศ ประกอบด้วยสื่อต่าง ๆ คือ



ภาพที่ 7 โปสเตอร์โครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า

1.1.3.1 โปสเตอร์ เป็นสื่อที่สื่อสารแนวกว้าง เพื่อเชิญชวนให้สมัครเข้าร่วมการทำหน้าที่ ประสานงานศูนย์สอบผ่านทางชมรมพุทธฯ โดยจะติดตามบอร์ดต่าง ๆ เพื่อเชิญชวนภายใน มหาวิทยาลัย

1.1.3.2 แผ่นพับ เป็นแผ่นพับสี่สี 3 ส่วน ที่ผลิตขึ้นเพื่อสื่อสารแนวกว้างจำนวน 5 แส่น แผ่น เพื่อเชิญชวนนิสิต นักศึกษาในมหาวิทยาลัย ให้สมัครเข้าร่วมการทำหน้าที่ ประสานงานศูนย์ สอบ ซึ่งจะมีส่วนใบสมัครที่สามารถกรอกข้อมูลส่งให้กับเจ้าหน้าที่ชมรมพุทธได้อย่างสะดวกมากขึ้น



ภาพที่ 8 แผ่นพับประชาสัมพันธ์

1.1.3.3 MV ทางก้าวหน้า เป็นมิวสิกวิดีโอเพลงปลายทาง และ เพลงด้วยตัวเอง ที่นำเสนอการทำหน้าที่ผู้ประสานงานศูนย์สอบในปีก่อน ๆ ซึ่งจะทำให้เห็นบรรยากาศ และ ประสบการณ์การทำหน้าที่ในพื้นที่จริง เนื้อหาเพลงมีความหมายที่ดี โดย MV นี้จะใช้เปิด ประกอบการเชิญชวนของเจ้าหน้าที่ชมรมพุทธในห้องเรียนรวม หรือห้องเชียร์ในมหาวิทยาลัย ต่าง ๆ

1.1.3.4 ป้ายผ้า

ใช้ในการติดหน้าศูนย์สอบในแต่ละศูนย์สอบประจำอำเภอที่จัดสอบทางก้าวหน้าเพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางมาสอบ และกิจกรรมการอบอบ ผู้ประสานงานศูนย์สอบ



ภาพที่ 9 การใช้ป้ายผ้าในการอบรม ผู้ประสานงานศูนย์สอบ

1.1.3.5 บอร์ดประชาสัมพันธ์ ในวันสอบรอบชิงชนะเลิศ ทางผู้ประสานงานทุกศูนย์สอบทุกศูนย์จะมีการจัดบอร์ดเพื่อแจ้งรายชื่อผู้เข้าสอบ มีป้ายบอกทิศทาง และกำหนดการ และข้อควรปฏิบัติต่าง ๆ เพื่อแจ้งข้อมูลและอำนวยความสะดวกให้กับการเข้าสอบของนักเรียน



ภาพที่ 10 การจัดบอร์ดประชาสัมพันธ์ของโครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า

1.1.3.6 โปรแกรมคอมพิวเตอร์ **Power Point** ใช้ประกอบในการอบรม ผู้ประสานงานศูนย์สอบ เพื่อให้ความรู้อย่างเป็นขั้นตอนแก่นักศึกษาระดับอุดมศึกษาในการทำหน้าที่ผู้ประสานศูนย์สอบให้เข้าใจได้มากขึ้น

1.1.4 สื่อเว็บไซต์

ทางชมรมพุทธศาสตร์สากลฯ ได้จัดทำเว็บไซต์ 3www.ibscenter.net เพื่อแนะนำกิจกรรม ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับการดำเนินการของพุทธศาสตร์สากลฯ ตลอดจนเป็นสื่อกลางในการประสานงานระหว่างโครงการตอบปัญหาธรรมะ ทางก้าวหน้า กับอาจารย์ประสานงานโครงการฯ และชมรมพุทธศาสตร์ เพื่อให้ทราบข่าวความเคลื่อนไหว และติดตามกำหนดการต่าง ๆ ของโครงการฯ และใช้ในการประกาศผลสอบการตอบปัญหาธรรมะ ทางก้าวหน้า ส่วน www.ibstkn.com ใช้สำหรับแจ้งข่าวสารความเคลื่อนไหว และประสานงานการทำหน้าที่ของผู้ประสานงานศูนย์สอบ

เว็บไซต์ 4www.ibscenter.net



1.1.5 สื่อกิจกรรม

กิจกรรมการอบรม

การอบรมให้ความรู้กับนักศึกษาระดับอุดมศึกษาทั่วประเทศ เพื่อให้เข้าใจเป้าหมายและบทบาทการทำหน้าที่ผู้ประสานงานศูนย์สอบได้อย่างสมบูรณ์ โดยอบรม 2 หลักสูตร คือ

1. การอบรมรุ่น Beginner Course เพื่อให้รับทราบภาพงานโครงการตอบปัญหาธรรมะ ทางก้าวหน้า และอบรมบทบาท หน้าที่ และขั้นตอนการทำหน้าที่ ผู้ประสานงานศูนย์สอบ ในเบื้องต้น เพื่อให้ทราบถึงกระบวนการทำหน้าที่ยังโครงการประสานงานศูนย์สอบ โดยจะจัดขึ้นที่สถาบันการศึกษานั้น ๆ มีพี่ชมรมพุทธเป็นวิทยากรให้ความรู้และการอบรม สมาชิกชมรมพุทธที่จะเป็นวิทยากรต้องได้รับการอบรมและผ่านการทดสอบจากเจ้าหน้าที่โครงการตอบปัญหาธรรมะ ทางก้าวหน้า เพื่อให้การอบรมและการถ่ายทอดความรู้ให้กับ ผู้ประสานงานศูนย์สอบ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. การอบรมรุ่น Final Course เป็นหลักสูตรการอบรมที่ต่อเนื่องจากรุ่น Beginner Course เพื่อฝึกอบรมการทำหน้าที่ทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติในสถานการณ์จริง โดยมีการจำลองฐานต่าง ๆ เพื่อให้ได้ฝึกปฏิบัติให้เกิดความมั่นใจก่อนนำไปปฏิบัติจริง โดยแบ่งฐานต่าง ๆ ดังนี้ คือ

1. ฐานอุปกรณ์ในการจัดสอบ
2. ฐานการอบรมคณะกรรมการคุมสอบ
3. ฐานการจัดบอร์ด
4. ฐานการเบิกคืน ก่อ่งข้อสอบ
5. ฐานการเบิก จ่ายเงิน
6. ฐานการอบรมบุคลิกภาพและข้อควรปฏิบัติ

“...การจัดอบรม Beginner Course มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความรู้เบื้องต้นของกระบวนการเป็น ผู้ประสานงานศูนย์สอบ จัดขึ้นในช่วงเดือน กรกฎาคม จะจัดในสถาบันการศึกษาของเขาเอง โดยมีสมาชิกชมรมพุทธที่มาฝึกฝนการเป็นวิทยากร ทั้งฝ่ายสื่อโสต พิธีกรรม การเปิดตัว วิธีการพูด ซึ่งเราจะให้สคริป และคู่มือไปฝึกเพื่อให้ถ่ายทอดให้กับ ผู้ประสานงานศูนย์สอบ ได้อย่างครบถ้วน นอกจากนี้ ในการมาอบรม เรายังมีฐานข้อมูลที่จะให้ห้อง ๆ เลือกศูนย์สอบที่จะต้องการไปจัดสอบ ใช้เวลาในการอบรม 3 - 4 ชั่วโมง ส่วนการอบรม Final Course จะอบรมเข้มข้นมากขึ้น เป็นลักษณะทดสอบจริง โดยแบ่งฐานออกเป็น 6 ฐานเพื่อให้ห้อง ๆ ได้เห็นภาพการทำงานจริง ทั้งนี้ ในการอบรมเรามีการใช้สื่อวิดีโอ มิวสิควิดีโอ เพาเวอร์พอยท์ มาประกอบเพื่อให้เข้าใจได้มากขึ้น.....”

(ดวงใจ คุณพันธ์ , สัมภาษณ์วันที่ 28 มกราคม 2552)

กิจกรรมค่าย

1. ค่าย D - Mind Camp เป็นค่ายเพื่อหล่อหลอมผู้ที่สมัครเข้าร่วมการทำหน้าที่ ผู้ประสานงานศูนย์สอบ โดยจะเน้นการฝึกสมาธิ และปลูกฝังเรื่อง ทาน ศีล ภาวนา และวัฒนธรรมชาวพุทธ เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมทั้งทางด้านทักษะการทำงานและในด้านของจิตใจ ระยะเวลา 7 วัน โดยจะจัดก่อนการอบรม Final Course

2. ค่าย Smile Sbai Camp เป็นค่ายสมาธิระยะสั้น 3 วัน จัดในช่วงวันศุกร์ถึงอาทิตย์ สุดสัปดาห์ โดยมีการจัดค่ายตามภูมิภาคต่าง ๆ เช่น จ. เชียงใหม่ , เลย , นครราชสีมา เป็นต้น

“... กิจกรรมการจัดค่ายเกิดขึ้นเพื่อรักษาน้อง ผู้ประสานงานศูนย์สอบ เพราะกว่าที่จะจัดสอบทางก้าวหน้ามีระยะหลายเดือน อีกประการหนึ่งคือต้องการฝึกหุ่นพี่ชมรมพุทธมาทำหน้าที่พี่เลี้ยงในการอบรมค่าย จากค่ายที่ผ่านมา มีน้อง ๆ สนใจมาสมัครจำนวนมาก ค่าสมัครก็ถูก สิ่งนี้น้อง ๆ ได้รับความจากการอบรมในค่ายจึงคุ้มค่า สิ่งที่เราพยายามปลูกฝัง คือ พื้นฐานการฝึกสมาธิ การทำบุญ พระคุณพ่อแม่ และได้รับความสนุกสนานจากกีฬา และกิจกรรมนันทนาการ ... ”

(ดวงใจ คุณพันธ์, สัมภาษณ์วันที่ 28 มกราคม 2552)

1.1.6 สื่อของที่ระลึก

ทางโครงการฯ ได้มอบสื่อที่ระลึกเพื่อมอบให้กับนิสิต นักศึกษา ที่ทำหน้าที่ ผู้ประสานงานศูนย์สอบ และการเข้าค่ายคุณธรรม เช่น เสื้อยืด ผู้ประสานงานศูนย์สอบ, เสื้อยืด D-Mind, เข็มกลัด sticker, สมุด ผู้ประสานงานศูนย์สอบ, CD อุดม แต่พานิช ซึ่งนับเป็นสื่ออีกประเภทหนึ่งที่จะช่วยประชาสัมพันธ์กิจกรรมของโครงการฯ หนังสือ *pocket book* เป็นหนังสือที่ระลึกในการเข้าร่วมอบรม ผู้ประสานงานศูนย์สอบ



เสื้อยืด



สมุดภาพพระบาศี



กระเป๋าผ้า



หนังสือ pocket book

ภาพที่ 11 ตัวอย่างของที่ระลึก

ลักษณะการใช้สื่อ

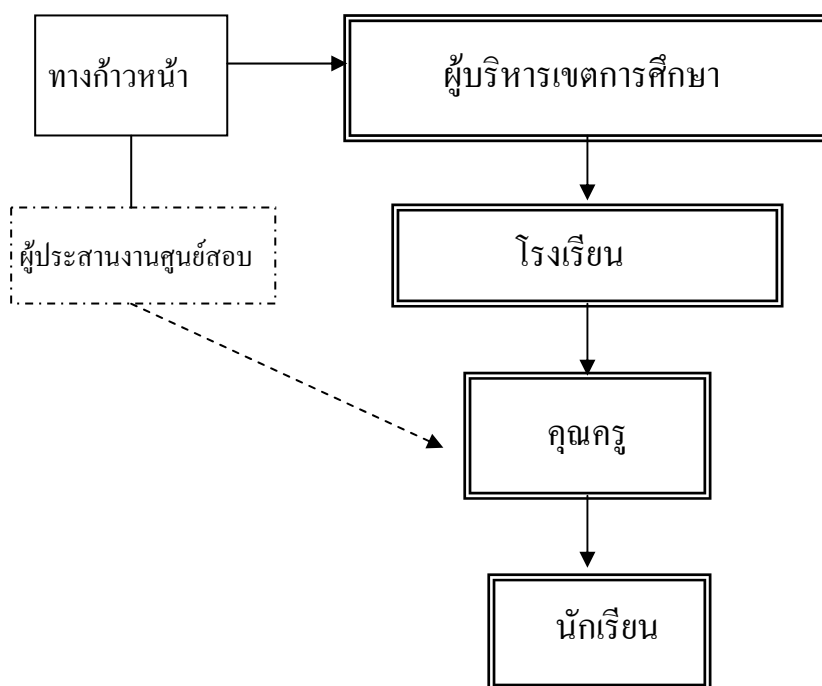
ระดับประถมและมัธยมศึกษา

การดำเนินการเชิญชวนให้โรงเรียนต่าง ๆ เข้าร่วมโครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า ทางโครงการจะมีการใช้สื่อต่าง ๆ เพื่อให้เหมาะสมกับบุคลากรแต่ละระดับ คือ

ระดับผู้บริหาร เจ้าหน้าที่โครงการฯ จะนำเสนอระเบียบการและเอกสารเกี่ยวกับโครงการไปนำเสนอผู้บริหารโรงเรียนในการประชุมประจำเดือนที่สำนักงานประถมศึกษาอำเภอ ซึ่งมีเวลาในการนำเสนอ 10 – 15 นาที

ระดับคุณครู มีการแจ้งข่าวสารทางโทรศัพท์ ติดต่อผ่านเว็บไซต์ และการเชิญชวนจากประสานงานศูนย์สอบ

ระดับนักเรียน นักเรียนจะได้รับหนังสือมงคลชีวิตเพื่อใช้ในการเตรียมตัวสอบ ในวันสอบจะมีป้ายผ้าหน้าศูนย์สอบ บอร์ดประชาสัมพันธ์ และเสียงตามสาย เพื่อแจ้งข้อมูลและประชาสัมพันธ์ในการอำนวยความสะดวกในการสอบรอบชิงชนะเลิศ ส่วนในการประกาศผลสอบจะประกาศผ่านทางเว็บไซต์ และส่งเป็นจดหมายข่าวไปยังโรงเรียนที่เข้าร่วมการสอบ



ภาพที่ 12 ลำดับการประชาสัมพันธ์ของโครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า

ระดับอุดมศึกษา

ในการทำหน้าที่เชิญชวน นิสิต นักศึกษา ในสถานศึกษาระดับอุดมศึกษาเพื่อทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานศูนย์สอบให้ได้ตามเป้าหมาย ทางชมรมพุทธฯในสถาบันการศึกษาต่าง ๆ จะใช้สื่อในการเชิญชวน ดังนี้

1. โปสเตอร์ ติดตามบอร์ดภายในมหาวิทยาลัย
2. แผ่นพับ 3 พับ เพื่อแจกให้กับ นิสิต นักศึกษาในสถานศึกษา
3. การตั้งโต๊ะรับสมัคร ภายในโรงอาหาร หรือ ภายในอาคารเรียน
4. การเชิญชวนตัวต่อตัว
5. การเชิญชวนในห้องเรียนรวม หรือ ห้องเชียร์ โดยใช้ MV เพลงปลายทาง และเพลงด้วยตัวเอง และแผ่นพับประกอบ

หลังจากที่ นักเรียน นักศึกษา สมัครเข้าร่วม ผู้ประสานงานศูนย์สอบ แล้วจะใช้สื่อกิจกรรมการอบรมค่าย D- Mind Camp, ค่าย Smile Sbai Camp และการอบรมผู้ประสานงานศูนย์สอบ เพื่อให้ความรู้และสร้างเสริมสร้างทักษะในการทำหน้าที่ ได้อย่างสมบูรณ์ และใช้สื่อของที่ระลึกมอบให้เป็นกำลังใจในการทำหน้าที่

“.....การประชาสัมพันธ์เชิญชวน Sup แบ่งเป็น 3 วิธี วิธีที่หนึ่ง คือ การติดโปสเตอร์ ซึ่งเป็นประชาสัมพันธ์แนวกว้าง ใครเห็นก็มาสมัคร วิธีที่สอง คือ การเชิญชวนตัวต่อตัว เจอเพื่อน น้องรหัส ก็ไปชวน หรือตั้งโต๊ะรับสมัครที่โรงอาหาร เปิดเสียงเชิญชวน อีกวิธีหนึ่ง วิธีที่ 3 ที่ได้ผล คือ การไปขอเวลาเรียน โดยเฉพาะวิชาเรียนรวม โดยไปขออาจารย์ที่สอน ซึ่งในห้องเรียนจะมีสื่อโสตเราก็จะเอาสื่อ MV ไปเปิด เช่น มิวสิควิดีโอปลายทาง , เพลงด้วยตัวเอง แนวเพลงโลโซ พร้อมทั้งแจกสลิปเชิญชวน แล้วก็พูดเชิญให้สมัคร พูดทีหนึ่งก็ได้ 100 - 200 คน หรือไปขอเวลาในห้องเชียร์ เราจะเน้นไปที่กลุ่มปีต้น ๆ คือ ปี 1 เพราะชวนง่าย เรามีการพัฒนาสื่อที่ง่ายต่อการใช้ คือ โปสเตอร์ , แผ่นพับเล็ก ในแผ่นพับเล็กจะมีใบสมัครให้กรอก มีรอยปรุฉีก เราผลิตแผ่นพับจำนวนมาก เป็นแสนใบ ทำให้เราได้ยอดสมัครมากขึ้นทุกปี”

(วิจิต แซ่สื่อ , สัมภาษณ์วันที่ 29 พฤศจิกายน 51)

2. กลยุทธ์การสร้างเครือข่าย

2.1 การสร้างเครือข่ายภายในประเทศ

ในการจัดสอบตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้าของทุกปี จะต้องมีผู้ประสานงานศูนย์สอบ และกรรมการคุมสอบจำนวนมาก จึงจำเป็นต้องสร้างเครือข่ายนักศึกษา เพื่อเป็นกำลังหลักในการจัดสอบ

ทางโครงการจึงมีนโยบายในการประชาสัมพันธ์เชิญชวนเพื่อทำหน้าที่ผู้ประสานงานศูนย์สอบ โดยประชาสัมพันธ์ไปยังชมรมพุทธในสถาบันอุดมศึกษา เพื่อแจ้งข่าวการประชาสัมพันธ์ไปสู่ นิสิต นักศึกษาในสถาบันต่อไป นอกจากนั้น ทางโครงการได้มีการประสานความร่วมมือกับ วิทยาลัยต่าง ๆ ในพื้นที่การจัดสอบ เพื่อเชิญชวนนักศึกษาเพื่อทำหน้าที่เป็นกรรมการคุมสอบ ทำให้เกิดเป็นเครือข่ายความร่วมมือในการดำเนินการจัดสอบ ดังนี้ คือ

การสร้างเครือข่ายการจัดสอบ

การสอบรอบชิงชนะเลิศนับว่าเป็นการสอบครั้งสำคัญ ที่ทางโครงการจะต้องใช้บุคลากรในการประสานงานและดำเนินการสอบโดยพร้อมเพรียงกันทั่วประเทศอย่างเป็นระบบ ทางโครงการจึงมีแนวคิดสร้างเครือข่ายของสื่อบุคคลเพื่อประสานงานในการจัดสอบให้สามารถดำเนินการอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพมากที่สุด ซึ่งมีการแบ่งหน้าที่ตามระดับการประสานงาน ดังนี้

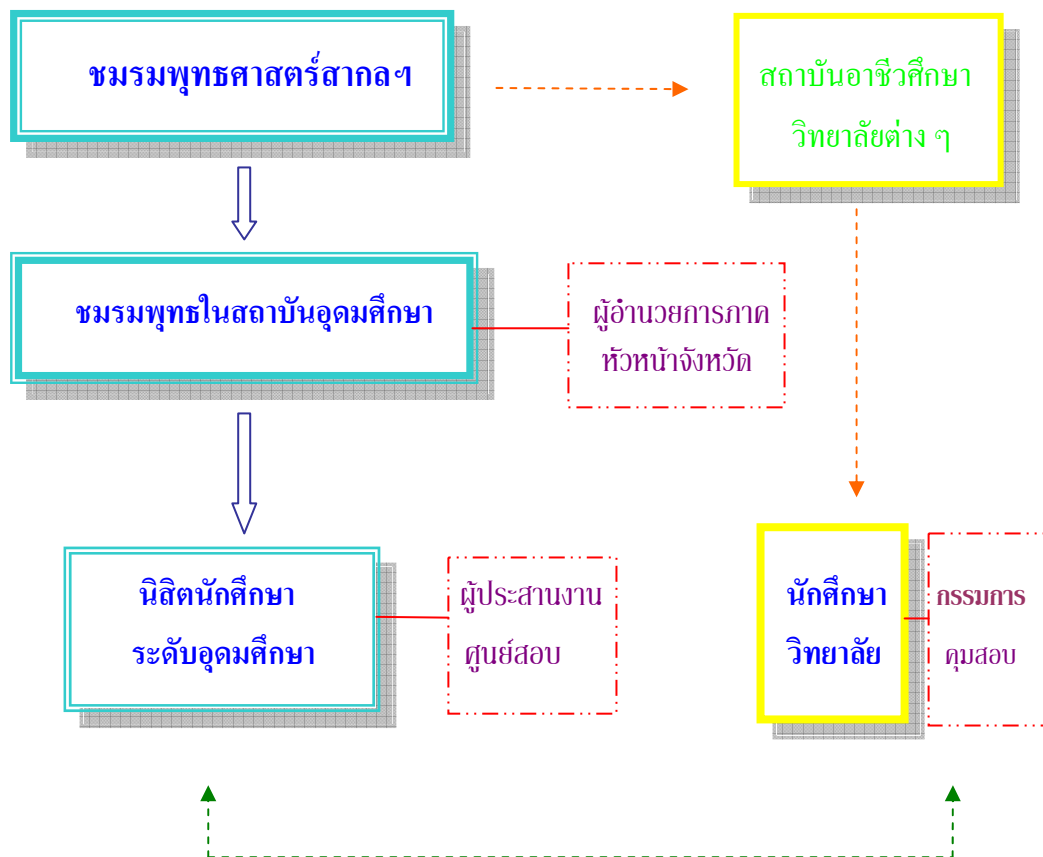
1. **ผู้อำนวยการภาค** เจ้าหน้าที่จากโครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า เป็นผู้ดูแลงานเกี่ยวกับการประสานงานการจัดสอบในภาคต่าง ๆ มีทั้งหมด 5 ภาค ได้แก่ ภาคกลาง , ภาคเหนือ , ภาคใต้ ภาคตะวันออก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยจะเป็นผู้ดูแลประสานงานกับหัวหน้าจังหวัดภาคของตน
2. **หัวหน้าจังหวัด** คือ สมาชิกจากชมรมพุทธจากสถาบันต่าง ๆ ที่มีประสบการณ์ในการทำหน้าที่ผู้ประสานงานศูนย์สอบ มาก่อน หรือเคยเป็นหัวหน้าจังหวัด หรือหัวหน้าผู้ช่วยจังหวัดมาก่อน โดยในแต่ละจังหวัดจะมีหัวหน้าจังหวัดและผู้ช่วย จังหวัดละ 3 คน หากจังหวัดใดที่มีศูนย์สอบหลายศูนย์ ก็จะมีผู้ช่วยประมาณ 7-8 คน
3. **ผู้ประสานงานศูนย์สอบ** นับตั้งแต่จำนวนนักเรียนที่เข้าร่วมการสอบที่เพิ่มขึ้นทุกปี จนกระทั่งสถานที่ของจุฬาฯ ไม่สามารถรองรับการเป็นสนามสอบรวมแห่งเดียวได้ จึงเกิดการขยายตัวเป็นสนามสอบตามโรงเรียนต่าง ๆ ในต่างจังหวัด คำว่า **ผู้ประสานงานศูนย์สอบ** หรือ **ซูเปอร์ไวเซอร์** จึงได้เกิดขึ้นมาตั้งแต่การสอบตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า ครั้งที่ 6 เป็นต้นมา

ดังนั้น ทางชมรมพุทธฯ ในมหาวิทยาลัยและสถาบันระดับอุดมศึกษาต่าง ๆ จึงได้ทำการประชาสัมพันธ์ เชิญชวน นิสิต นักศึกษาในมหาวิทยาลัยเข้าร่วมการทำหน้าที่เป็นตัวแทนของโครงการฯ เพื่อดำเนินการจัดสอบ โดยทำหน้าที่ประสานงานและจัดการให้การจัดสอบตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า ณ ศูนย์สอบประจำอำเภอที่รับผิดชอบ ซึ่งกระจายอยู่ทั่วประเทศ ให้สามารถดำเนินไปได้อย่างเรียบร้อยที่สุด .

4. **กรรมการคุมสอบ** คือ นักศึกษาในระดับ ปวส. หรือเทียบเท่า จากสถาบันในจังหวัดที่จัดสอบ ซึ่งทางโครงการฯ ได้ติดต่อประสานงานเพื่อให้ทำหน้าที่คุมสอบในแต่ละห้องสอบ ณ ศูนย์สอบประจำอำเภอ โดยจะมีกรรมการคุมสอบห้องละ 1 - 2 คน กรรมการคุมสอบจะได้รับข้อมูลการปฏิบัติหน้าที่จาก ผู้ประสานงานศูนย์สอบ และ คู่มือกรรมการคุมสอบ เพื่อทราบเป้าหมายและแนวทางในการปฏิบัติหน้าที่ ในการสอบแต่ละครั้งจะต้องมีกรรมการคุมสอบประมาณ 7,000 – 8,000 คน

ทางโครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า จึงได้สร้างเครือข่ายความร่วมมือในการทำหน้าที่ผู้ประสานงานศูนย์สอบอย่างต่อเนื่องทุกปี โดยมีชมรมพุทธฯ ในสถาบันการศึกษาเป็นกำลังหลัก และเป็นจุดประสานที่จะเชื่อมโยงการประชาสัมพันธ์ไปสู่ นิสิต นักศึกษา ในสถาบันอาชีวศึกษา และวิทยาลัยต่าง ๆ เกิดเป็นเครือข่ายความร่วมมือในการดำเนินงานร่วมกันอย่างเป็นระบบ ดังภาพต่อไปนี้

ภาพที่ 13 การสร้างเครือข่ายของนิสิต นักศึกษา ในการทำหน้าที่จัดสอบตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า



- ↓ ทิศทางการประชาสัมพันธ์
- .-> การขอความร่วมมือ
- .-> การทำงานร่วมกัน

2.2 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือจากองค์กรต่างประเทศ



จากการพัฒนาเยาวชนให้เป็นคนดีอย่างต่อเนื่องเป็นเวลากว่า 25 ปี ผลสัมฤทธิ์ในการปลูกฝังศีลธรรมผู้จิตใจเยาวชนขยายผลอย่างกว้างขวาง โครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า จึงได้เข้าร่วมเครือข่ายโลกในการสร้างวัฒนธรรมสันติภาพร่วมกับองค์การยูเนสโกแห่งสหประชาชาติ ในปี 2543 โดยได้นำโครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า เข้าร่วมเป็นโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมสันติภาพของยูเนสโก และได้บรรจุตัวโครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า ไว้ในหมวดส่งเสริม การศึกษาเพื่อวัฒนธรรมสันติภาพและความไม่รุนแรง ชมรมพุทธศาสตร์สากลฯ ในฐานะเป็นศูนย์กลางขององค์การยูเนสโก ได้เข้าร่วมประชุมกับศูนย์กลางที่ต่าง ๆ เมื่อได้มีการจัดประชุมนานาชาติทางด้านงานเยาวชนของศูนย์กลางในภูมิภาคต่าง ๆ

จึงนับเป็นการยกระดับการสานสัมพันธ์และประสานความร่วมมือกับเครือข่ายองค์กรในต่างประเทศและการเผยแพร่ผลงานของโครงการออกสู่นานาชาติ นับเป็นเกียรติประวัติอย่างสูงที่องค์กรทางด้านการศึกษาและทางด้านศาสนาต่างประเทศได้เล็งเห็นความสำคัญของการปลูกฝังศีลธรรม และการสร้างสันติภาพขึ้นภายในจิตใจของเยาวชนจึงได้มอบโล่เกียรตินิยมให้เยาวชนที่ได้รับรางวัลชนะเลิศการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้าทุกระดับตั้งแต่ครั้งที่ 18 เป็นต้นมา จนถึงปัจจุบัน เช่น โล่รางวัลจากอธิการบดีมหาวิทยาลัยเพื่อสันติภาพแห่งองค์การสหประชาชาติ ดร. โรเบิร์ต มูลเลอร์ , ประธานองค์กรยูวชนโลก ดร.นีน่า ลินน์ มีเยอร์ฮอฟ เป็นต้น

3. กลยุทธ์การโน้มน้าวใจ

การให้รางวัล

ทางโครงการตอบปัญหาธรรมะ ได้จัดให้มีพิธีมอบโล่รางวัลและทุนการศึกษาเป็นประจำในวันมาฆบูชาของทุกปี เพื่อยกย่องเกียรติประวัติ และเป็นรางวัลแห่งความภาคภูมิใจแก่โรงเรียน นักเรียนที่เข้าร่วมสอบที่ชนะเลิศในการสอบรอบชิงชนะเลิศ ตลอดจนผู้บริหารสถานศึกษา อาจารย์ประสานงานที่ได้ให้การสนับสนุนการสอบตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้าให้สำเร็จลุล่วงด้วยดี ตลอดจนการให้รางวัลการทำหน้าที่ของนิสิต นักศึกษา ที่ได้ทำหน้าที่ผู้ประสานงานศูนย์สอบยอดเยี่ยม เพื่อเป็นขวัญและกำลังใจในการทำกิจกรรมด้านศีลธรรมให้กับเยาวชน และเป็นแรงจูงใจให้เข้าร่วมกิจกรรมในปีต่อ ๆ ไป

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน

การขาดแคลนบุคลากรประจำในการทำงานเป็นปัญหาสำคัญ เนื่องจากเป้าหมายในการดำเนินโครงการครอบคลุมทุกพื้นที่การศึกษาหรือทั่วประเทศ และมีการจัดต่อเนื่องทุกปี มีความจำเป็นต้องมีบุคลากรในดำเนินงานจำนวนมาก ทั้งในส่วนของกลางพื้นที่เชิญชวน การติดตาม และการทำหน้าที่ในส่วนฝ่ายข้อมูลทะเบียน ตลอดจนการทำหน้าที่จัดสอบประจำศูนย์สอบต่าง ๆ ทั่วประเทศ ทำให้ในหน่วยงานประชาสัมพันธ์จึงขาดทีมงาน โดยทั่วไปงานประชาสัมพันธ์โครงการจะเน้นไปในการผลิตสื่อเป็นส่วนใหญ่ โดยมีนักศึกษาจากชมรมพุทธเข้าร่วมในการคิดรูปแบบ และช่วยในการผลิตสื่อ ซึ่งยังไม่ใช่บุคลากรประจำโครงการ กลุ่มคนที่ทำงานด้านการประชาสัมพันธ์จึงเป็นลักษณะหมุนเวียน ทำให้ขาดความต่อเนื่องในการพัฒนางาน รวมถึงขาดการเผยแพร่ผลงานออกสู่ภายนอก

โครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก

ที่มาและแนวคิดการดำเนินงาน

จากภาพรวมของปัญหาเยาวชนของโครงการเฝ้าระวังคิดตามเยาวชนได้ศึกษาวิจัย ติดตามผล ตลอดจนข่าวที่ปรากฏผ่านสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ ที่พบว่า พฤติกรรมของเยาวชนเปลี่ยนแปลงจากในอดีตอย่างรวดเร็ว มีความเสื่อมถอยทางด้านศีลธรรมมีแนวโน้มสูงมากขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งพฤติกรรมการใช้ความรุนแรง อาชญากรรม พฤติกรรมเสรีทางเพศ ยาเสพติด การติดเกม และการเสพยาเสพติดนำไปสู่พฤติกรรมที่เสื่อมถอย ทั้งนี้เนื่องจากการเปิดกว้างของการเข้าถึงสื่อ ไร้พรมแดน ผลกระทบและ ปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้นับวันจะเพิ่มจำนวนและทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น สร้างความทุกข์ใจให้กับผู้ปกครองและสร้างความกังวลใจให้กับสถานศึกษาในการเยียวยาปัญหา นอกจากนี้ยังเป็นสิ่งที่สิ่งทีสะท้อนถึงปัญหาในสังคมและประเทศชาติที่จะเกิดขึ้นในอนาคต หากเยาวชนของชาติมีความอ่อนแอและขาดคุณภาพชีวิตที่ดี

ในระบบการศึกษาที่มีความพยายามที่จะปลูกฝังศีลธรรมให้กับเยาวชน การเรียนการสอนพุทธศาสนายังคงเน้นในด้านทฤษฎีเพียงด้านเดียว เพื่อสอนให้เด็กเรียนรู้และท่องจำ แต่ยังขาดการนำไปสู่การปฏิบัติ ที่จะทำให้เยาวชนได้ซึมซับวิถีชีวิตชาวพุทธที่พึงปฏิบัติอย่างถูกต้องดีงาม เพราะในแต่ละปีมีนักเรียนที่เรียนธรรมศึกษา สอบตอบปัญหาธรรมเป็นจำนวนหลายล้านคน แต่เมื่อคู่สถานการณ์ของเยาวชนแล้ว กลับพบว่าปัญหาของเยาวชนไม่ได้ลดน้อยลงเลย

ชมรมพุทธศาสตร์สากล ในอุปถัมภ์สมเด็จพระมหารัชมังคลาจารย์ ในฐานะที่เป็นองค์กรที่จัดอบรมศีลธรรมให้กับเยาวชน ตระหนักดีว่าการปลูกฝัง ศีลธรรม และคุณธรรมให้แก่เยาวชนไม่ใช่เรื่องง่าย ต้องได้รับความร่วมมือประสานสัมพันธ์จากทุกภาคส่วนจึงจะประสบความสำเร็จ จึงได้จัดทำโครงการ “ ฟื้นฟูศีลธรรมโลก ” ขึ้น เพื่อสร้างผู้นำเยาวชนต้นแบบด้านศีลธรรมที่มีคุณธรรมพื้นฐานและเป็นพุทธศาสนิกชนที่แท้จริง

โครงการ “ ฟื้นฟูศีลธรรมโลก ” มุ่งหวังที่จะสร้างผู้นำเยาวชนต้นแบบด้านศีลธรรม หรือ ดาวแห่งความดี (The Virtuous Star หรือ V-Star) โดยมุ่งเน้นในภาคการปฏิบัติผ่านบทฝึกในกิจวัตรประจำวันอย่างต่อเนื่องจนเป็นนิสัย ควบคู่กับการทำกิจกรรมสร้างสรรค์สังคม และการเรียนรู้เรื่องพระรัตนตรัยโดยความร่วมมือของสถาบันหลักในสังคมไทย คือ บ้าน วัด และโรงเรียน ซึ่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรมไทย ที่จะช่วยปลูกฝังรากลึกทางศีลธรรม และคุณธรรมเข้าสู่จิตใจของผู้นำเยาวชนต้นแบบได้อย่างยั่งยืน และสามารถถ่ายทอดศีลธรรม คุณธรรม ความดี แนวทางการดำเนินชีวิตที่ถูกต้อง สู่เพื่อนเยาวชน คนรอบข้าง สังคมไทย และสังคมโลกต่อไป

ส่วนในระดับอุดมศึกษาได้จัดกิจกรรมการฟื้นฟูศิลปกรรมโลกภายใต้ชื่อ โครงการ “มหาวิทยาลัยผู้นำการเปลี่ยนแปลงด้านศิลปกรรม ” เพื่อให้บัณฑิต นักศึกษาในสถาบันการศึกษา ได้เข้ามาพัฒนาศักยภาพควบคู่กับศิลปกรรม คุณธรรม โดยผ่านกิจกรรมประจำวัน กิจกรรมสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาศักยภาพ และสัมมนาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เน้นรูปกิจกรรมที่เป็นกลุ่ม ส่งเสริมการทำงานเป็นทีม และเป็นการแก้ปัญหาเยาวชนโดยเยาวชน อันจะยังประโยชน์ให้กับสถาบันการศึกษาและประเทศชาติต่อไป

ลักษณะการดำเนินโครงการ

ทางโครงการจะแจ้งข่าวประชาสัมพันธ์ไปยังสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา หน่วยงานทางการศึกษา โรงเรียน และสถาบันการศึกษา ทุกสังกัด ทั่วประเทศ เพื่อเชิญชวนและรับสมัครนักเรียนที่สนใจเข้าร่วมโครงการ นักเรียนที่เข้าร่วมโครงการจะได้รับ **สมุดบันทึกความดี** และสื่อการเรียนรู้เพื่อฝึกกิจกรรมที่เป็นบทฝึกทั้งที่บ้าน วัด โรงเรียน ในการพัฒนาคุณธรรมพื้นฐาน คือ วินัย เคารพ อดทน และนิสัยที่ดีให้เกิดขึ้น เป็นระยะเวลาต่อเนื่อง 3 เดือน โดยคุณครูประจำโครงการจะตรวจสอบบันทึกของนักเรียนเป็นระยะ เพื่อติดตามและประเมินผลพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลง ตามเกณฑ์การประเมิน และตัวชี้วัดที่ทางโครงการกำหนด และพัฒนาต่อยอดให้เป็นโรงเรียนคุณธรรมที่มีคุณภาพต่อไป

“.... โครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลกเกิดขึ้นมาเป็นโครงการในภาคปฏิบัติ โครงการนี้ไม่ได้เน้นให้เด็กรู้มาก แต่เน้นให้เด็กทำให้มาก เพราะถ้าถามว่า เด็กรู้มัยว่ากินเหล้า หนีเรียน ไม่ดี เด็กรู้หมด เพราะฉะนั้นเราจึงเน้นให้เด็กได้ปฏิบัติเป็นประเด็นสำคัญ ซึ่งจริงๆ แล้วการปฏิบัติกับพุทธศาสนาเป็นของคู่กัน แต่เราไปสอนพุทธศาสนาเป็นเชิงทฤษฎี แต่พอเด็กเรียนรู้อะไรเยอะ ๆ มันน่าเบื่อ พอได้ทำเป็นกิจกรรม มันเหมือนวิชาทางวิทยาศาสตร์ ที่มันได้ทดลอง ได้ปฏิบัติ มันรู้สึกสนุก ดังนั้นโครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลกจึงเน้นในภาคปฏิบัติ ให้เด็กเรียนรู้ผ่านกิจกรรม และสื่อต่าง ๆ ดังนั้นโครงการของเรา เด็กจะเรียนรู้ผ่านหนึ่ง.... ตัวกิจกรรม ไม่ต้องไปหาอะไรอื่นไกล ในวิถีชีวิตคุณได้ฝึกปฏิบัติอยู่แล้ว สอง จากกิจกรรมทางด้านศิลปกรรมที่โรงเรียนมีอยู่แล้ว ซึ่งมีกันเยอะในทุก ๆ โรงเรียน สาม...จากการเรียนรู้ผ่านสื่อที่น่าสนใจ

โดยนโยบายในการดำเนินโครงการ คือ เอาวัฒนธรรมชาวพุทธให้เข้มแข็ง กลับคืนมา เน้นปริมาณที่มีคุณภาพ เพื่อสร้างให้เป็นเด็กเก่งและดี พัฒนาตนเอง เป็นผู้นำเยาวชนต้นแบบด้านศิลปกรรมและทำประโยชน์เพื่อสังคมไปด้วย...”

(อรรถวุฒิ กงเทพ , สัมภาษณ์วันที่ 19 ตุลาคม 2551)

กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์

กลยุทธ์การสื่อสาร

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์กับบุคลากร หน่วยงาน และองค์กรต่าง ๆ ทางโครงการได้ให้ความสำคัญในการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจและให้ข้อมูลที่ถูกต้อง พร้อมกับการสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีและยืนยาวในการร่วมมือ และส่งเสริมงานด้านการปลูกฝังศิลปกรรมให้กับเยาวชน โดยใช้แนวทางในการสื่อสาร 5 แนวทางหลัก ๆ ดังนี้ คือ

1. การสร้างความเข้าใจเชิงลึก

การทำกิจกรรมด้านศิลปกรรมในโรงเรียน จะไม่สามารถดำเนินการให้ประสบความสำเร็จได้ หากปราศจากความเข้าใจที่ถูกต้องและแรงสนับสนุนจากผู้บริหารสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา และบุคลากรในแวดวงการศึกษา เพราะบุคลากรเหล่านี้ต่างมีบทบาทสำคัญในการผลักดันให้โครงการสามารถดำเนินได้อย่างราบรื่นและบรรลุผลตามจุดมุ่งหมาย ดังนั้น จุดเริ่มต้นที่สำคัญในการก่อตั้งโครงการ คือ การทำความรู้จัก สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บริหารการศึกษาระดับสูง ครู อาจารย์ เพื่อให้รับทราบความคิดเห็น กระแสการตอบรับ เพื่อประสานและเชื่อมโยงความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินโครงการที่ถูกต้อง พร้อมทั้งสร้างทัศนคติที่ดีให้เกิดขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การประสานความร่วมมือในการทำกิจกรรม ทางโครงการจึงมีแนวทางในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี และสร้างความเข้าใจเชิงลึกให้กับผู้บริหารอย่างต่อเนื่องมามากกว่า 3 ปี ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ดังนี้

1.1 การลงพื้นที่

จากการที่ทางโครงการได้วางนโยบายการประชาสัมพันธ์เชิงรุก โดยการใช้สื่อบุคคล คือ เจ้าหน้าที่ของโครงการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ในลักษณะการสื่อสาร 2 ทาง (Two – Way Communication) ในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริหาร เพื่อแนะนำประชาสัมพันธ์โครงการ ซึ่งแจ้งรายละเอียด ตอบข้อซักถามต่าง ๆ และเชิญชวนเข้าร่วมกิจกรรมของทางโครงการ จึงได้มีการประชุมวางแผนงาน และจัดแบ่งการลงพื้นที่เป็น 19 เขต และแบ่งทีมงานเป็น 7 ภาค คือ กรุงเทพมหานคร , ภาคกลาง , ภาคตะวันออก , ภาคตะวันตก , ภาคเหนือ , ภาคใต้, ภาคอีสาน เพื่อให้สามารถทำงานได้อย่างคล่องตัว ดำเนินตามเป้าหมายและมีประสิทธิภาพ ครอบคลุมสำนักเขตพื้นที่การศึกษาทั้งหมด 178 เขตทั่วประเทศ ตลอดจนการเข้าไปโรงเรียน เพื่อเชิญชวน และทำกิจกรรม รวมทั้งมีการจัดสัมมนาในพื้นที่ เพื่อทำความรู้จัก และสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดี แลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ซึ่งกันและกันกับบุคลากรในแวดวงการศึกษา ซึ่งเป็นบุคคลกลุ่มสำคัญที่มีบทบาทในการวางนโยบายการศึกษา และการตัดสินใจเปิดรับโครงการเข้าไปดำเนินการในโรงเรียน

1.2 การจัดปฏิบัติธรรม

เนื่องจากการที่โครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลกจะสามารถเข้าไปดำเนินการในโรงเรียนได้ จะต้องได้รับการตอบรับจากผู้บริหาร ตลอดจนคุณครูในโรงเรียน การพัฒนาศีลธรรมให้กับเยาวชนต้องได้รับการประทับประคองและปลูกฝังจากครูที่เป็นปูชนียาจารย์ ดังนั้น ครูจึงเป็นต้นแบบที่สำคัญยิ่ง การจัดปฏิบัติธรรมผู้บริหาร และครูอาจารย์ เพื่อให้ครูได้เข้าใจ ซาบซึ้งและฝึกปฏิบัติในหลักคำสอน ที่นับเป็นพื้นฐานสำคัญที่จะถ่ายทอดสู่นักเรียน โดยมีพระวิทยากรได้แนะนำการฝึกสมาธิเบื้องต้นและเทศน์สอนเพื่อตอบย้าเป้าหมาย อุดมการณ์ จิตวิญญาณของความเป็นครู ซึ่งสิ่งนี้ล้วนมีความจำเป็นในการทำหน้าที่ และเป็นการส่งเสริมกำลังใจกิจกรรมการปลูกฝังศีลธรรมให้กับเยาวชนเป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อน มีความยากลำบาก และต้องใช้ความพยายามแตกต่างจากกิจกรรมอื่น ๆ

สถานที่ ในการจัดปฏิบัติธรรมจะจัดขึ้น ที่ จ.เชียงใหม่ หรือต่างจังหวัดที่มีบรรยากาศที่เอื้อต่อการปฏิบัติธรรม เช่น จ.เลย , เขาใหญ่ จ.นครราชสีมา เป็นต้น

ระยะเวลา มีการจัดหลักสูตรปฏิบัติธรรม 7 วัน หรือ ระยะเวลาสั้น 3 วัน



ภาพที่ 14 การเข้าร่วมการปฏิบัติธรรมของผู้บริหารการศึกษาและคุณครู

1.3 การสัมมนา อบรม

การจัดอบรม สัมมนาเป็นกิจกรรมการสื่อสารแบบกลุ่ม ที่จัดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นเวทีในการสื่อสารสองทาง เพื่อให้ข้อมูล จุดมุ่งหมาย หลักการ แนวคิดในการจัดทำโครงการ ความรู้ รายละเอียดขั้นตอนและรูปแบบการดำเนินโครงการตลอดจนภาพรวมการทำงานของชมรมพุทธศาสตร์สากลฯ ให้กับผู้บริหาร และคุณครู ทุกๆ เขตพื้นที่การศึกษา พร้อมทั้งประชุมกลุ่ม แลกเปลี่ยนและนำเสนอความคิดเห็น เพื่อสร้างความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง และมีส่วนร่วมในการจัดทำหลักสูตร พัฒนาการดำเนินงานให้ได้ตามเป้าหมาย

ในการจัดสัมมนาจะมีหลายลักษณะ เช่น สัมมนาผู้บริหารในพื้นที่ และการสัมมนา ส่วนกลาง (ชมรมพุทธศาสตร์สากลฯ) สัมมนาเชิงปฏิบัติการ , สัมมนาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ , สัมมนากำกับ ติดตามผล เป็นต้น



ภาพที่ 15 การสัมมนาผู้บริหารการศึกษาจากสำนักงานเขตพื้นที่ต่าง ๆ

2. การสื่อสารเชิงรุก

2.1 สื่อบุคคล

จุดเริ่มต้นที่นับเป็นรากฐานที่สำคัญของการดำเนินโครงการ คือ การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บริหารการศึกษาในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาต่าง ๆ เพื่อให้เข้าใจวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และลักษณะการดำเนินงานอย่างถูกต้องและครบถ้วน ซึ่งจะเป็กระบวนการต่อเนื่องที่ผู้บริหารการศึกษาจะรับนโยบายและถ่ายทอดไปสู่คุณครูและนักเรียนในโรงเรียน ดังนั้น ทางโครงการจึงได้วางแผนระบบงานและจัดทีมงานในการลงพื้นที่ เพื่อใช้สื่อบุคคลในการทำหน้าที่นำเสนอโครงการและเยี่ยมเยียนผู้บริหารการศึกษาทุกเขตพื้นที่ทั่วประเทศ ซึ่งนับเป็นการทำประชาสัมพันธ์เชิงรุกในการสร้างความสัมพันธ์เชิงลึกในการร่วมมือในระยะยาว

2.2 สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นสื่อที่ใช้ในการให้ข้อมูล ความรู้ ข่าวสาร คำชี้แนะต่าง ๆ ของโครงการเพื่อสื่อสารและสร้างความเข้าใจให้กับกลุ่มเป้าหมาย เช่น

2.2.1 คู่มือการประเมินมาตรฐานศีลธรรม เป็นคู่มือสำหรับ

คุณครูในการเตรียมตัวพานักเรียนเดินทางมาร่วมงานวันประเมินมาตรฐานศีลธรรม ซึ่งมีเนื้อหาประกอบด้วย กำหนดการวันงาน การเตรียมตัวสำหรับการเดินทาง การเตรียมเอกสาร การประสานงานงานติดต่อรถ แผนที่การเดินทางมาร่วมงาน และแผนผังพื้นที่งาน



2.2.2 วารสารอักษรสีขาว เป็นวารสารรายเดือนที่มอบให้กับโรงเรียน

ที่เข้าร่วมโครงการและสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา โดยเนื้อหาในวารสารจะเป็น ข่าวสาร ความเคลื่อนไหวในการจัดกิจกรรมด้านศีลธรรมของครูและนักเรียนในโครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก บทความและเรื่องราวในแวดวงการศึกษา



2.2.3. หนังสือ เธอคือดวงตะวันน้อย หนังสือที่รวบรวม การทำความดีและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่ดีขึ้นผ่านการบอกเล่าทางจดหมาย ของนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก ซึ่งนับเป็นตัวอย่างที่ดีที่แสดง ให้เห็นถึงประสิทธิผลของโครงการ และเป็นการช่วยเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ โครงการอีกสื่อหนึ่ง จัดทำขึ้นเพื่อมอบให้กับทุกโรงเรียนที่เดินทางเข้าร่วมการ ประเมินมาตรฐานศีลธรรม ครั้งที่ 2



2.3 สื่อเฉพาะกิจ

ในการดำเนินโครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลกให้ประสบผลสำเร็จ มีการผลิตสื่อเฉพาะกิจขึ้นหลาย รูปแบบ โดยนำเอาสื่อหลายๆ ประเภท มาเป็นเครื่องมือเพื่อใช้สื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายในเรื่องใด เรื่องหนึ่ง ซึ่งมีวัตถุประสงค์ที่มีความเฉพาะเจาะจง และงานเฉพาะกิจของโครงการที่แตกต่างกัน ออกไป เพื่อให้การสื่อสารมีสัมฤทธิ์ผลตามเป้าหมาย สื่อเฉพาะกิจของโครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก ได้จัดทำในหลายลักษณะ ดังนี้

2.3.1 จดหมาย

ทางโครงการได้มีการออกจดหมาย เพื่อแจ้งข่าวและประชาสัมพันธ์โครงการให้ผู้บริหาร การศึกษาได้เข้าใจแนวคิด วัตถุประสงค์ และเป้าหมาย ในการดำเนินโครงการอย่างถูกต้อง ซึ่งจะ นำมาซึ่งความร่วมมือและการให้การสนับสนุน และการออกจดหมายในการแจ้งข่าวและเชิญชวน โรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมประกวดโครงการ V-Star Club และกิจกรรม อบรมสัมมนาต่างๆ เป็นต้น

2.3.2 โปสเตอร์ สื่อที่ใช้เผยแพร่โครงการ แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์โครงการ

เป็นสื่อเฉพาะกิจที่มีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารแนวกว้างเพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ โครงการ ให้นักเรียนรู้จัก สนใจ และจดจำได้ เพื่อเชิญชวนสมัครเข้าร่วมโครงการ



ภาพที่ 16 โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์โครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก

โปสเตอร์เชิญชวนร่วมงานวันประเมินมาตรฐานศีลธรรม

ใช้ประชาสัมพันธ์เชิญชวนและกระตุ้นความสนใจให้คุณครู และนักเรียนเดินทางเข้าร่วมงานวันประเมินมาตรฐานศีลธรรมกับโรงเรียนต่าง ๆ ทั่วประเทศ ที่จังหวัดปทุมธานี ซึ่งจะจัดขึ้นทุกปี ในข้อความจะบอกภาพรวมของกิจกรรมต่าง ๆ ในวันงาน



ภาพที่ 17 โปสเตอร์เชิญชวนร่วมงานวันประเมินมาตรฐานศีลธรรม

ลักษณะของโปสเตอร์

การออกแบบ เน้นความทันสมัย โดยมีการใช้ภาพกราฟิก และภาพการ์ตูนสมัยใหม่ ที่มีสีสันและการออกแบบสะอาดตา มีการใช้คำและภาษาสมัยใหม่ ที่สามารถสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายที่อยู่ช่วงวัยรุ่น ซึ่งนับว่าเป็นการสร้างสรรค์สื่อธรรมะในรูปแบบที่ความทันสมัยมากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างค่านิยมใหม่และความรู้สึกที่ดีให้กับเด็กรุ่นใหม่ และถ่ายทอดเรื่องราวในด้านธรรมะให้ง่ายในการเข้าถึง เพื่อสะท้อนให้เห็นว่าธรรมะเหมาะกับคนทุกเพศทุกวัย และเป็นสิ่งที่คนรุ่นใหม่หรือวัยรุ่นสามารถเรียนรู้และปฏิบัติได้ผ่านกิจกรรมที่สนุกสนาน

2.2.3 ละครฟื้นฟูศีลธรรมโลก

ละครสั้นฟื้นฟูศีลธรรมโลก เป็นสื่อเฉพาะกิจอีกประเภทหนึ่งที่เกิดขึ้นจากแนวคิดที่จะสร้างต้นแบบการทำความคิด และถ่ายทอดพฤติกรรมพึงประสงค์ให้กับนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการให้เห็นอย่างเป็นรูปธรรม แนวทางการทำละครจะมีลักษณะเป็น Clean Media คือ เป็นสื่อที่สะอาด ซึ่งมีการถ่ายทอดสิ่งดีงาม สอดแทรกออกมาผ่านการแต่งกายที่สะอาด เรียบร้อย การปฏิบัติ

ต่อ พ่อ แม่ เพื่อน และคนรอบข้าง การใช้คำพูดที่ไม่หยาบคาย ไม่มีฉากที่เป็นพิษภัยหรือสะท้อนความก้าวร้าวรุนแรงและพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม นอกจากนั้น ละครเกือบทุกเรื่องได้สร้างขึ้นจากเค้าโครงเรื่องจริง (Base on true story) ของบุคคลที่เป็นตัวอย่างที่ดีในด้านต่าง ๆ และได้รับการสร้างสรรค์ขึ้นอย่างประณีตโดยฝีมือผู้กำกับและนักเขียนบทมืออาชีพ พร้อมทั้งนักแสดงนำยอดเยี่ยมระดับแนวหน้าที่มีผลงานทางโทรทัศน์ ที่ถ่ายทอดอารมณ์ได้อย่างสมบทบาท ที่ทำให้นเนื้อหาของละครมีความสมจริงและน่าติดตาม นอกจากนั้นยังช่วยดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้เป็นอย่างดี

“ ... สื่อละครต้องเป็นต้นแบบได้ เด็กเขาอยากเห็นภาพสำเร็จ เราจึงต้องสร้างโมเดลให้เขาเห็น ทุกวันนี้เด็กหาต้นแบบที่ดีได้ยาก พอโครงการนี้เขียนให้ทำ อย่างนั้น อย่างนี้ แต่เด็กไม่เห็นภาพว่าจะต้องปฏิบัติอย่างไร เราจึงสะท้อนออกมาให้ชัดเจนว่าเขาจะต้องทำอะไรบ้าง ถ่ายทอดออกมาในรูปแบบของละครแล้วสอนทั้ง พ่อ แม่ สอนทั้งครู นักเรียนไปพร้อมกัน”

(อรรถวุฒิ กงเทพ , สัมภาษณ์วันที่ 19 ตุลาคม 2551)

“ ทางโครงการมองว่า สื่อที่สร้างกระแสได้ดีคือละคร เพราะนำไปสู่ใจของคน และสื่อสารได้ง่าย เราจึงมองละครเป็นอุปกรณ์อย่างหนึ่งที่จะสื่อสารสาระ หรือเป็นตัวอย่างให้กับเด็กได้ ซึ่งตัวละครที่เราทำจะต้องควบคู่ไปกับสมุดบันทึกความดีที่เป็นชุดสื่อการเรียนรู้ วัตถุประสงค์ของการทำละครเพื่อสื่อสารความดี 10 ประการ รวมถึงกิจกรรม 3 หรือพฤติกรรมต้องประสงค์ที่เราอยากให้เป็นให้กับเด็กได้เข้าใจและเห็นได้ง่ายขึ้น ในรูปแบบที่เด็กสามารถนำไปใช้ได้ โดยจะนำเสนอภาพในด้านดี เช่น จะมีฉากพระปรากฏอยู่ในเรื่อง จะเห็นฉากพระเกือบทุกตอน และละครต้องเป็น Clean Media ก็คือเป็นสื่อที่ขาวสะอาด ไม่มีฉากความรุนแรง หรือฉากที่โน้มนำไปในสิ่งที่ไม่ดี เราจะตัดทิ้งหมด แต่จะนำเสนอภาพความดีผ่านการแต่งกายที่สวยงาม การใช้คำพูดที่ไม่หยาบคาย การปฏิบัติพ่อ แม่ หรือคนรอบข้าง ..”

(อัญชติ ศรีสมชัย , สัมภาษณ์วันที่ 30 ตุลาคม 2551)

การผลิตละครพื้นฟูศิลปกรรมโลกได้นำเสนอแง่มุมชีวิต ที่เป็นตัวอย่างที่ดีเผยแพร่ไปสู่โรงเรียนต่าง ๆ เพื่อให้ครู นักเรียน ผู้ปกครองได้ศึกษาและเรียนรู้ และเชื่อมโยงไปสู่การนำไปปฏิบัติในกิจกรรมและกิจกรรมของโครงการฯ นอกจากนี้มีการแถลงข่าวเปิดตัวละครทุก ๆ 2 เรื่องเพื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนทั่วไปได้ชม ดังมีเรื่องย่อตัวอย่างละครพื้นฟูศิลปกรรมโลก ดังนี้

ทองล้นหลัง

เรื่องย่อ

ก่อเกียรติ นักเรียนชั้นมัธยมปลาย พ่อของก่อเกียรติเป็นนักพัฒนากร ที่ทำประโยชน์เพื่อสังคมมากมาย จนไม่ค่อยมีเวลาอยู่กับลูก ก่อเกียรติอยากทำเหมือนพ่อ คือ ช่วยเหลือคนอื่น อยากพัฒนาสังคม แต่พอบอกว่า ให้ทำตัวเองให้ดีก่อน จึงค่อยทำเพื่อคนอื่น เพราะไม่มั่นใจว่าลูกทำได้

ก่อเกียรติน้อยใจพ่อมาก ทั้งๆ ที่พยายามทำความดี แต่ก็เหมือนพ่อไม่เห็น ไม่ไว้ใจ ก่อจึงสมัครเข้าร่วมโครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลก ด้วย เพราะต้องการฝึกพัฒนาตนเองให้ดี เมื่อทำไปบางครั้งก็ท้อใจ เพราะพ่อยังไม่ยอมรับและไม่เชื่อว่าก่อจะทำดีได้ตลอด จนก่ออยากจะทำสิ่งสมบุกสมบันที่ทำความดี แต่แล้วครูก็ได้เล่าให้ฟังถึง พระราชดำรัสของในหลวงที่มีต่อนายทหารท่านหนึ่งว่า “ให้ปิดทองที่หลังพระไปเรื่อยๆ แล้วทองที่ปิดหลังพระ จะล้นออกมาหน้าพระเอง”

เมื่อฟ้าเปลี่ยนสี

เรื่องย่อ

ครอบครัวของฝ้าย เทพ (พ่อ), ไหม (แม่) คูภยานอก ก็ไม่ต่างอะไรกับครอบครัวอื่น ๆ ที่มีความเป็นอยู่ปานกลาง ฝ้ายไม่รู้เลยว่าพ่อกับแม่มีปัญหาอันเนื่องมาจากความเจ้าชู้ของพ่อ ฝ้ายมีเพื่อนสนิทที่อยู่บ้านติดกัน ชื่อ แตน

แตนเป็นลูกสาวป้าวิไล มีอาชีพรับจ้างซักผ้า แตนเหงาเสมอ ๆ และมีพฤติกรรมก้าวร้าวบ่อย ๆ เพราะขาดความอบอุ่นที่พ่อทิ้งแตนและแม่ไป

วันหนึ่งฝ้ายสมัครเข้าร่วมโครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลก และได้ทำกิจกรรมประจำวันตามโครงการ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงตัวเองไปในทางที่ดี จนทำให้ครอบครัวแปลกใจ ในสมบุกสมบันที่ความดีของฝ้าย เขียนข้อดีของพ่อแม่ไว้ และกลายเป็นแรงบันดาลใจให้เทพหันกลับมาใส่ใจครอบครัว กลายเป็นครอบครัวที่มีความรัก ความเข้าใจกัน ส่วนแตน สุดท้ายก็สมัครเข้าร่วมโครงการ และกลายเป็นเด็กดีเป็นความชื่นใจของแม่

2.3.4 นิทรรศการ

มหกรรมนิทรรศการแห่งความดีที่ยาวที่สุดในโลก

พุทธประวัติ ทศชาติชาดก สวรรค์ ยมโลก

จากการที่ทางโครงการมีนโยบายในการฟื้นฟูศีลธรรมให้เกิดขึ้นกับเยาวชน นักเรียน นิสิต นักศึกษา ซึ่งนอกจากเด็ก ๆ เหล่านั้นจะได้ทำกิจกรรม กิจกรรมด้านศีลธรรมภายในโรงเรียนแล้ว ในวันวันประเมินมาตรฐานศีลธรรมก็ได้จัดกิจกรรม “มหกรรมนิทรรศการพุทธประวัติที่ยาวที่สุดในโลก” ณ จ.ปทุมธานี เพื่อเป็นห้องเรียนพุทธศาสนาขนาดใหญ่ให้นักเรียนได้ชมภาพพุทธประวัติ เกร็ดความรู้ที่น่าสนใจ เพื่อให้เข้าใจและซึมซับเรื่องกฎแห่งกรรม ผลจากการทำดี และวิบากกรรมจากการทำบาป ทุกข์โทษภัยในอบายภูมิ ทำให้เกิดความเกรงกลัวต่อบาป และเกิดแรงบันดาลใจในการทำความดีโดยนิทรรศการพุทธประวัติมีระยะทางยาวถึง 4 กิโลเมตร ประกอบด้วยเนื้อหาพุทธประวัติทั้งสิ้น 384 บอร์ด โดยหนึ่งบอร์ดมีความสูง 2.30 เมตร ความกว้าง 1.20 เมตร ตัวบอร์ดจะติดตั้งล้อมเสาทั้ง 4 ด้าน แบ่งออกเป็น 4 โซน ๆ ละ 4 ประเภท คือ

1. ประเภทล้อมเสาเดี่ยวจัดแสดงพุทธประวัติและทศชาติชาดก
2. ประเภทเสาล้อมคู่อบรมหารัตนวิหารคด จัดแสดงเรื่องราวของเปรตชนิดต่าง ๆ
3. ประเภทล้อมระหว่างเสายาว 20 เมตร จัดแสดงเรื่องราวนรก สวรรค์ จำนวน 8 ชุด
4. ประเภท display ทศชาติชาดก จัดแสดงบริเวณมุมทั้ง 4 ด้านของพื้นที่

ภาพนิทรรศการนอกจากจะให้ความรู้แล้ว ยังมีความสวยงาม สมจริงเหมือนมีชีวิต ผู้ที่เข้าชมจะตื่นตาตื่นใจกับภาพของพระสัมมาสัมพุทธเจ้าในทุกช่วงวัยและพุทธกิจที่สำคัญ ตั้งแต่ วันประสูติ ตรัสรู้ และปรินิพพาน นอกจากนี้ยังมีการจัดแสดงรูป (Display) ของเทพบุตร เทพธิดา พญานาค ยักษ์ คนธรรพ์ ครุฑ กินรี สัตว์นรก นายนิรบาล พญายม เปรต วิทยากร ฯลฯ เหมือนกับกำลังท่องอยู่ในภพสาม เพื่อให้เด็กได้เรียนรู้สังสารวัฏในการเวียนว่ายตายเกิดตามความเป็นจริงของชีวิต



เด็ก V-Star ตื่นตา ตื่นใจ ครุ่นคิด กับภาพพุทธมารดาทั้งงดงามพร้อมกับจดและจำเรื่องราวอย่างระมัดระวัง



เด็ก V-Star กำลังช่วยกันทำคอปเปอร์สนธิ์ 20 คำตามกันอย่างสนุกสนาน

ภาพที่ 18 การชมมหกรรมนิทรรศการพุทธประวัติของนักเรียน ในวันประเมินมาตรฐานศีลธรรม

2.3.5 การแถลงข่าว

ทางโครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลกได้จัดงานแถลงข่าว หรือการให้ข่าวสารอย่างเป็นทางการ เพื่อเป็นการเปิดตัวการดำเนินโครงการให้สังคมวงกว้างได้รับทราบ ซึ่งมีการจัดแถลงข่าวใน 2 ลักษณะ คือ

การจัดแถลงข่าวเปิดตัวโครงการ

1. งานแถลงข่าวเปิดตัวโครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลก ครั้งที่ 1

งานพิธีมอบทุนฟื้นฟูศิลปกรรมโลกได้จัดขึ้นเมื่อวันที่ 4 มกราคม 2551 ณ อาคารชมรมพุทธศาสตร์สากลฯ เริ่มเปิดงานโดย นายสันติ รุ่งสุขพลากร ประธานชมรมพุทธศาสตร์สากลฯ หลังจากนั้นฟังชี้แจงรายละเอียดการเปิดตัวโครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลก ครั้งที่ 1 ต่อด้วยพิธีมอบทุนฟื้นฟูศิลปกรรมโลกแก่ผู้บริหาร โรงเรียนครูอาจารย์สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาต่าง ๆ ปิดท้ายด้วยการประชุมกลุ่มย่อย เพื่อระดมความคิดและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

2. งานแถลงข่าวเปิดตัวโครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลก ครั้งที่ 2

การจัดงานแถลงข่าวการเปิดโครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลก ดาวแห่งความดี V-Star ครั้งที่ 2 ณ อาคาร Convention Center ศูนย์ประชุมอูทยานวิทยาศาสตร์แห่งประเทศไทย ในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เมื่อวันที่ 30 มิถุนายน พ.ศ. 2551 ซึ่งนอกจากจะเป็นการเปิดโครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลกครั้งที่ 2 อย่างเป็นทางการแล้ว งานดังกล่าวเริ่มด้วย นายสันติ รุ่งสุขพลากร ประธานชมรมพุทธศาสตร์สากลฯ กล่าวรายงาน และเปิดสื่อผลสัมฤทธิ์โครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลกครั้งที่ 1 ประธานในพิธี ซึ่งก็คือ ศจ.ดร.ทวีป ศิริรัศมี ประธานที่ปรึกษารัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงศึกษาธิการ ได้ให้เกียรติกล่าวปาฐกถาเรื่อง คุณธรรมนำความรู้ กับการฟื้นฟูศิลปกรรมโลก ซึ่งท่านได้ตอกย้ำว่า โครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลกนี้ เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับนโยบายของกระทรวงศึกษาธิการ และ พร้อมที่จะสนับสนุนส่งเสริมโครงการนี้เป็นอย่างดีต่อไป

หลังจากนั้นเป็นพิธีมอบประกาศนียบัตรเชิดชูเกียรติให้กับสำนักเขตการศึกษา ที่เข้าร่วมโครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลกครั้งที่ 1 จำนวน 14 เขตการศึกษา พร้อมกันนี้ เด็กดี V-Star หรือเยาวชนต้นแบบที่ได้เข้าร่วมโครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลกครั้งที่ 1 ยังได้มาร่วมงาน และรับรางวัลจากการเขียนเรียงความระดับประเทศ เรื่องราวความประทับใจที่ได้จากการเข้าร่วมโครงการฯ ในหัวข้อ “ V-Star มหัศจรรย์ฉันเปลี่ยนไป ” ช่วงบ่ายนี้ยังได้มีการจัดเวทีเสวนา “การต่อยอดนวัตกรรมฟื้นฟูศิลปกรรมโลก” โดยได้รับเกียรติ ประชุมกลุ่มย่อยระหว่างกับผู้ประสานภาค สุดท้ายเป็นการมอบทุนการศึกษาเพื่อการฟื้นฟูศิลปกรรมโลก

การจัดแสดงข่าวเปิดตัวละครพื้นฟูศีลธรรมโลก

1. งานแถลงข่าวเปิดตัวละครพื้นฟูศีลธรรมโลกครั้งที่ 1 (เรื่อง : ทองล้นหลัง และ อภินิหารดาวแห่งความดี)

ชมรมพุทธศาสตร์สากล ในอุปถัมภ์สมเด็จพระมหารัชมังคลาจารย์ เปิดตัว 2 ละครส่งเสริมศีลธรรม เรื่อง "ทองล้นหลัง" และ " อภินิหาร ดาวแห่งความดี" ในวันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2551 ณ โรงภาพยนตร์ห้างเซ็นจูรี อนุสาวรีย์ กรุงเทพฯ โดยดิงสื่อดี เบียดสื่อดำ สร้างเยาวชนต้นแบบพื้นฟูศีลธรรมโลก และเพื่อพัฒนาเยาวชนให้เป็นดาวแห่งความดี (The Virtuous Star หรือ V-STAR) โดยการสร้างผู้นำเยาวชนต้นแบบด้านศีลธรรม จากแนวคิดการฝึก " วินัย เคารพ อดทน " ผ่านกิจวัตรประจำวัน โดยมีบทฝึกที่เน้นการทำอย่างต่อเนื่องจนเป็นนิสัย ควบคู่กับการทำกิจกรรมเพื่อสร้างสรรค์สังคม ซึ่งทางทีมงานหวังว่าละครสีขาวสามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของเด็กให้ดีขึ้นได้ และยังช่วยส่งเสริมคุณธรรมในหมู่เยาวชน

2. งานแถลงข่าวเปิดตัวละครพื้นฟูศีลธรรมโลกครั้งที่ 2 (เรื่อง : เมื่อฟ้าเปลี่ยนสี และแสงแห่งศรัทธา)

หลังจากที่ละครทองล้นหลังและอภินิหารดาวแห่งความดีได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้ชมทางโครงการพื้นฟูศีลธรรมโลกจึงได้จัดงานเปิดตัวละครอย่างเป็นทางการ จึงได้มีการเปิดตัวละครลำดับที่ 3 และ 4 เพื่อเผยแพร่ให้กระแสของความดีของเหล่าเด็กดี V-Star ได้ขยายออกไปในวงกว้างและเป็นที่รู้จักในวงกว้าง ในวันที่ 7 พฤษภาคม 2551 โรงภาพยนตร์เซ็นจูรี อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ มีการจัดบอร์ดนิตรรศการ และได้รับเกียรติจากอดีตรัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ คือ คุณสมชาย วงศ์สวัสดิ์ กล่าวเปิดงานและมอบเกียรติบัตรให้กับนักแสดงและทีมงานผลิตละคร การสัมภาษณ์นักแสดงและผู้กำกับ ทีมงานละคร และเปิดให้ชมละครทั้ง 2 เรื่อง โดยได้รับความสนใจจากประชาชนทั่วไป นักเรียน นิสิต นักศึกษา และสื่อมวลชน

3. งานแถลงข่าวเปิดตัวละครพื้นฟูศีลธรรมโลก ครั้งที่ 3 (เรื่อง : กล้าดี และ คำน้อย)

เมื่อวันที่ 18 กันยายน พ.ศ. 2551 ชมรมพุทธศาสตร์สากลในอุปถัมภ์สมเด็จพระมหารัชมังคลาจารย์ เปิดตัวละครสร้างสรรค์สังคมเรื่อง คำน้อย และกล้าดี ที่บริเวณ วิไอพี เลานจ์ โรงภาพยนตร์เอสพลายาด รัชดา ซึ่งละครกล้าดี และ คำน้อย เป็นละครลำดับที่ 4 และ 5 ของโครงการละครพื้นฟูศีลธรรมโลก ให้การสนับสนุนในการผลิตสื่อสร้างสรรค์ดี ๆ ให้กับสังคม

โดยนำชีวิตจริงของคนที่ตั้งมั่นในความดีและความเพียรพยายาม และสามารถเป็นแบบอย่างให้กับสังคมมาผลิตในรูปแบบละครวีซีดีแจกฟรีให้กับสถานศึกษาทั่วประเทศ เพื่อใช้เป็นสื่อประกอบการเรียนการสอน มีการเสวนาของผู้กำกับและนักแสดง ภายในงานได้มี นักธุรกิจ และประชาชนทั่วไป จากหลากหลายวงการ ได้ให้เกียรติมาร่วมงานเป็นจำนวนมาก และเชื่อว่าผู้ที่ได้ชมละครเรื่องนี้ต้องรู้สึกมีกำลังใจ และไม่ย่อท้อที่จะทำความดี ตลอดจนผู้ปกครอง และครู สามารถนำละครทั้ง 2 เรื่องนี้ ไปเป็นสื่อประกอบการสอน การปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม ให้กับนักเรียนได้เป็นอย่างดี

“ ในการจัดแถลงข่าวเปิดตัวละคร มีจุดประสงค์เพื่อสร้างความเข้าใจในวงกว้างให้มากขึ้น ว่าทางโครงการของเราทำเพื่อฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมให้กับเด็กทุกท้องถิ่น หรือทุกที่ ทั้งบ้าน วัด โรงเรียน เจตนาเพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมเด็ก ที่บอกว่าไม่รู้จะสอนลูกอย่างไร ที่ครูบอกว่า ...ไม่รู้จะทำอย่างไรกับเธอแล้ว เพื่อให้เขามีวิธีการที่เพิ่มขึ้น และวัดผลได้จริง ๆ เจตนาเพื่อสร้างให้คนเข้าใจครบถ้วนในตัวโครงการ ...”

(ไพธิน สมหารพันธ์ ,

สัมภาษณ์วันที่ 2 มกราคม 2552)



ภาพที่ 19 บรรยายกาผลงานแถลงข่าวเปิดตัวละครฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมโลก โรงภาพยนตร์ Century อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ

2.3.6 บอร์ดประชาสัมพันธ์

การจัดบอร์ดประชาสัมพันธ์เป็นสื่ออีกประเภทหนึ่งที่น่าสนใจในกิจกรรมเฉพาะกิจ มีความสำคัญในเผยแพร่การประชาสัมพันธ์การดำเนินงานของโครงการ โดยมีการนำเสนอบอร์ดประชาสัมพันธ์ไว้ด้านหน้าในการจัดงานการแถลงข่าวเปิดตัวโครงการฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมโลก การเปิดตัวโครงการมหาวิทยาลัยผู้นำการเปลี่ยนแปลงด้านศิลปกรรม และการแถลงข่าวการเปิดตัว

ละครพื้นฟูศิลปกรรมโลก เพื่อแสดงข้อมูล นโยบาย รายละเอียดและกิจกรรมการดำเนินการของโครงการ บอร์ดประชาสัมพันธ์ตัวอย่างละคร ซึ่งในแต่ละบอร์ดจะจัดทำและตกแต่งด้วยความสวยงามและน่าสนใจให้กับผู้เข้าร่วมงานซึ่งส่วนใหญ่เป็นคนใหม่รวมทั้งสื่อมวลชนได้ชม จึงนับเป็นสื่อที่ทำให้ข่าวสารและสร้างความเข้าใจที่ดีให้กับคนทั่วไป และนำมาซึ่งความร่วมมือและการสนับสนุนงานจากหน่วยงานต่าง ๆ และประชาชนทั่วไป



ภาพที่ 20 บอร์ดประชาสัมพันธ์โครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลก

2.3.7 เสี่ยงตามสาย

ในหลักสูตรระดับมัธยมศึกษา มีการจัดตั้งชมรม V-Star Club ซึ่งในหลักสูตรนี้มีการให้นักเรียนได้จัดกิจกรรมเสี่ยงตามสายในโรงเรียน เพื่ออ่านบทธรรมะ ข้อข้องใจของชาวพุทธ พร้อมทั้งบอกเล่ากิจกรรมของโครงการต่าง ๆ ที่จัดขึ้นในโรงเรียน โดยมีเจ้าหน้าที่จากทางโครงการเป็นผู้ฝึกฝนการจัดรายการเสี่ยงตามสายให้กับโรงเรียนต่าง ๆ กิจกรรมเสี่ยงตามสายจึงช่วยสร้างความสนใจและเชิญชวนนักเรียนภายในโรงเรียนเข้าร่วมโครงการได้อีกทางหนึ่ง

2.3.8 สื่อเว็บไซต์

สื่อเว็บไซต์ของทางโครงการ ได้เปิดเว็บ www.kru.in.th หรือเรียกง่าย ๆ ว่า **เว็บครูอินไทย** คือ ชุมชนออนไลน์ของครูไทยหัวใจยิ่งใหญ่ที่มีจิตวิญญาณ อุทิศการณั้ครุอย่างแท้จริงที่ต้องการจะสร้างเยาวชนให้เป็นคนดี แลกเปลี่ยนเรียนรู้แนวทางการพัฒนาเยาวชนโดยการสอนศิลปกรรมในระบบการเรียนการสอนเพื่อก่อให้เกิดการเจริญทางความคิด และ แนวทางในการทำงานเพื่อพัฒนาเยาวชนไทยให้เป็นต้นแบบการพัฒนาศีลธรรมคุณธรรม และเพื่อเป็นผู้นำในการฟื้นฟูศิลปกรรมโลกต่อไปในอนาคต

ในการจัดทำเว็บไซต์นี้ มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเป็นช่องทางการประสานงานของคุณครูประสานงานโครงการกับเจ้าหน้าที่ เพื่อติดตามข่าวสารความเคลื่อนไหว และกิจกรรมต่าง ๆ ของ

โครงการเพื่ออำนวยความสะดวกในการทำงานและการติดตามงานให้กับคุณครู นอกจากนี้
ภายในเว็บมีเนื้อหาบทความสาระน่ารู้สำหรับคุณครู , มุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ , ภาพกิจกรรมความ
คืบหน้าของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ , ตัวอย่างสื่อการเรียนรู้ของโครงการประเภทต่าง ๆ , การ
ทำกิจกรรมของแต่ละภาค , บริการดาวน์โหลดเอกสารในโครงการ เป็นต้น

เว็บไซต์ www.Kru.in.th



2.3.9 สุนัขบัตร

ในงานวันประเมินมาตรฐานศิลปกรรม ซึ่งเป็นวันรวมนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการทั่วประเทศ ซึ่งครั้งล่าสุดมีคุณครูและนักเรียนมาร่วมงานมากกว่า 2 แสนกว่าคน จาก 5,000 โรงเรียน บนพื้นที่ 7 แสนตารางเมตร ซึ่งนับว่าเป็นการรวมตัวทำกิจกรรมด้านศิลปกรรมครั้งยิ่งใหญ่ทางโครงการจึงได้จัดทำ สุนัขบัตร “รวมพลังเด็กดี V-Star ผู้นำฟื้นฟูศิลปกรรมโลก” เป็นคู่มือในการแนะนำและอำนวยความสะดวกแก่ผู้มาร่วมงานจำนวนมาก ทั้ง ผู้บริหารทางการศึกษา คุณครู อาจารย์ นักเรียน ผู้ปกครอง อาสาสมัคร สุนัขบัตรมีขนาด A 3 สีสี จำนวน 7 แผ่น ภายในจะแจ้งกำหนดการ แผนผังพื้นที่การจัดงานทั้งหมด สถานที่จอดรถ ข้อควรปฏิบัติ กิจกรรมต่างๆ ภายในงาน ซึ่งสุนัขบัตรเป็นสิ่งพิมพ์ที่สำคัญและจำเป็นในการให้ข้อมูล คำแนะนำ ในการจัดกิจกรรมที่พื้นที่กว้างขวาง และมีผู้เข้าร่วมงานจำนวนมาก เพื่อให้ผู้เข้าร่วมงานได้รับความสะดวกและได้รับทราบภาพรวมการจัดงานทั้งหมด

2.3.10 ใบปลิว

ใบปลิว เป็นสิ่งพิมพ์ ขนาดครึ่งกระดาษ A 4 สีสี ที่ใช้เชิญชวนนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการเข้าร่วมการประกวดเขียนเรียงความ 2 หัวข้อ คือ มหัศจรรย์ ฉันทนาการ และ วิถีกรรม ดาวแห่งความดี นำแสงสว่างสู่ใจผู้สู้คน

3. โปรแกรมคอมพิวเตอร์ Power Point

เป็นสื่อที่ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปที่สำคัญสำหรับทีมงานสร้างความเข้าใจที่ใช้ในการเปิดตัวโครงการให้กับผู้บริหารสำนักเขตพื้นที่การศึกษา ตลอดจนในงานแถลงข่าว การจัดสัมมนาและการอบรม เพื่อให้ผู้ร่วมงาน รวมทั้งครูที่จะต้องทำหน้าที่ประสานงานโครงการ ทราบรายละเอียดและภาพรวมการดำเนินการโครงการ อย่างเป็นขั้นตอน และเป็นการให้ข้อมูล ความรู้ให้กับผู้เข้าร่วมงานได้เป็นอย่างดีเพื่อนำไปสู่ความเข้าใจระบบการทำงาน และการปฏิบัติเพื่อเข้าร่วมโครงการได้อย่างถูกต้อง

4. **สื่อของที่ระลึก** มีการผลิตของที่ระลึกหลากหลายรูปแบบในการเข้าร่วมกิจกรรม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการประชาสัมพันธ์โครงการอีกด้วย ได้แก่ ภาพพระสัมมาสัมพุทธเจ้า , สายรัดข้อมือ (Wrist band) , กระเป๋า V-Star , กระเป๋า Soul Mate เสื้อยืด V- Star , ทองล้นหลัง , เสื้อ Super Star (ระดับอุดมศึกษา) , กล้องดินสอ เป็นต้น

5. สื่อพิเศษ (เพลง)

สื่ออีกประเภทหนึ่งที่ได้จัดทำขึ้น เพื่อตอกย้ำให้นักเรียนที่เข้าร่วมโครงการได้ตระหนักถึงหน้าที่อันยิ่งใหญ่ของการฝึกฝนตนเองเพื่อเป็นผู้นำเยาวชนต้นแบบด้านศีลธรรม หรือเป็นดาวแห่งความดีที่ทรงคุณค่า ผ่านบทเพลงประจำโครงการคือ “ เพลงดาวแห่งความดี ” เพื่อให้นักเรียนทุกคนที่เข้าร่วมโครงการร้องในชั่วโมงเรียน โดยเนื้อหาได้บอกถึงหน้าที่ที่สำคัญและความภาคภูมิใจในการทำความดีโดยเริ่มจากการทำความดีของเด็กในวันนี้ ที่สามารถเปลี่ยนแปลงและรักษาโลกไว้ได้ ดังเช่นส่วนหนึ่งของบทเพลง คือ

“เราคือดาวแห่งความดีมีหน้าที่ที่ยิ่งใหญ่
มาสร้างโลกใบใหม่ ให้สดใสดังปรารถนา
เริ่มจากเรามีอย่างน้อยๆ โลกจะคอยอย่าได้รอช้า
รักษาคุ้มครองโลกของเรา “

6. สื่อกิจกรรม

จุดประสงค์สำคัญของการฟื้นฟูศิลปกรรมโลก คือ การเน้นในภาคปฏิบัติให้เยาวชนได้ฝึกฝนจนคุ้นเคยเป็นนิสัย ทางโครงการจึงได้จัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น กิจกรรมในหลักสูตร กิจกรรมการประกวด กิจกรรมค่ายเยาวชน เพื่อให้สอดคล้องกับเนื้อหาหลักสูตร และทำให้เด็กได้มีโอกาสปฏิบัติจริงด้วยตัวเอง รวมทั้งเป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงที่นำไปสู่การฝึกฝนคุณธรรมทั้งด้าน วินัย เคารพ อดทน ซึ่งเป็นคุณธรรมพื้นฐานที่จะนำไปสู่เป้าหมายในการสร้างผู้นำเยาวชนต้นแบบด้านศิลปกรรม

6.1 กิจกรรมการประกวด (Contest)

การจัดประกวดเขียนเรียงความใน 2 หัวข้อ คือ

เพื่อเป็นการยกย่อง เชิดชูเกียรติ นักเรียนที่มีผลการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมให้ปรากฏแก่สาธารณชน อีกทั้งเป็นการส่งเสริมการเขียนอย่างถูกต้อง คณะกรรมการฯ จัดให้มีการประกวดเรียงความขึ้น

1. “ มหัศจรรย์ ฉันทเปลี่ยนแปลงไป ” ที่เน้นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่ดีขึ้นของนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการ
2. “ วีรกรรมดาวแห่งความดี นำแสงสว่างสู่ใจคน ” เน้นเรื่องการทำกิจกรรมในโครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลกแล้วเกิดความประทับใจและสร้างประโยชน์ให้กับคนรอบข้าง มีกติกา คือ ให้เขียนเรียงความความยาว 1 หน้ากระดาษA4 หรือความยาวไม่ต่ำกว่า 500 คำ เพื่อชิงทุนการศึกษาทุนละ 1,000 ทั้งหมด 90,000 บาท

โครงการบอกละอาย ชิงทุนเกินล้าน

การประกวดเขียนโทษของเหล่า เบียร์ บุหรี่ สิ่งเสพติด โดยเชิญชวนโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลก ร่วมแข่งขัน เขียนโทษของเหล่า เบียร์ บุหรี่ สิ่งเสพติด เพื่อชิงทุนการศึกษา 705 ทุน รวม 4 ล้านบาท

โดยทางโครงการเล็งเห็นว่า ปัญหาการมอมเมาเยาวชนด้วยเหล่า เบียร์ บุหรี่ และยาเสพติด กำลังขยายวงกว้าง ดังนั้น เพื่อเป็นการสร้างภูมิคุ้มกันให้กับเด็กนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการ ผู้ปกครอง ชุมชน ได้ตระหนักและสร้างจิตสำนึกให้เห็นถึงโทษภัยเหล่า เบียร์ บุหรี่ และยาเสพติด เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างชุมชน และสังคมให้เข้มแข็ง และปลอดภัยจากสิ่งเสพติด

การประกวดชมรม V-Star Club

จากการที่ทางโครงการได้จัดให้มีกิจกรรม V- Star Club ในหลักสูตรระดับมัธยมศึกษา เพื่อเป็นการรวมตัวกันสร้างความดีของนักเรียนที่เคยเข้าร่วมโครงการ มาเป็นแกนหลักในการสร้างสรรค์กิจกรรมที่เป็นประโยชน์และพัฒนาศีลธรรมในโรงเรียน เพื่อเป็นการสนับสนุนและพัฒนาความสามารถในการสร้างสรรค์การทำกิจกรรม V- Star Club ให้มีศักยภาพ

6.2 กิจกรรมค่ายพัฒนาเยาวชน

เพื่อพัฒนาศักยภาพของตัวแทนเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการในแต่ละภาคได้ร่วมทำกิจกรรม และแสดงออกถึงความคิดที่สร้างสรรค์ ความสามารถ เพิ่มพูนทักษะการเป็นผู้นำให้เป็นผู้นำในการทำความดี

ค่าย V-Star Challenge เป็นการคัดเลือกนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ช่วงชั้นที่ 4 ขึ้นไป จนถึงระดับนักศึกษาที่เข้าร่วมกิจกรรมกับชมรมพุทธศาสตร์สากล และผู้ที่สนใจ เข้าร่วมโครงการ ภาคละ 5-10 คน โดยจะจัดกิจกรรมค่ายตามภูมิภาคต่าง ๆ เป็นระยะเวลา 3 วัน

ด้วยโครงการ “ฟื้นฟูศีลธรรมโลก” มุ่งหวังที่จะสร้างผู้นำเยาวชนต้นแบบด้านศีลธรรมและคุณธรรม หรือ ดาวแห่งความดี (The Virtuous Star – V Star) โดยผ่านบทฝึกในกิจวัตรประจำวันอย่างต่อเนื่องจนเป็นนิสัย ควบคู่กับการทำกิจกรรมสร้างสรรค์สังคม ดังนั้นเพื่อให้นักเรียนแกนนำที่เข้าร่วมโครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลกเป็น V-Star สามารถเป็นผู้นำในการส่งเสริมศีลธรรมในโรงเรียนและในชุมชนได้อย่างยั่งยืน โดยนักเรียนแกนนำ V-Star ได้รับการอบรมพัฒนาศักยภาพที่สร้างสรรค์ และหลากหลาย ได้แสดงออกซึ่งความรู้ความสามารถ ผ่านการประกวดในเวที “ V-Star Challenge” ซึ่งจะจัดขึ้นในแต่ละภูมิภาคและคัดเลือกตัวแทนจากภูมิภาคให้เข้าประกวดในระดับประเทศต่อไป

ค่าย V - Star Thailand เป็นค่ายเยาวชนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ค่ายละประมาณ 40 คน โดยมีกิจกรรมค่ายที่ฝึกทักษะเยาวชนที่หลากหลาย ในการพัฒนาศักยภาพและบุคลิกภาพ ในการเข้าสู่สังคมในวงกว้าง เช่น ทักษะการพูด , การเรียน , การพัฒนาบุคลิกภาพ เป็นต้น โดยมีระยะเวลาการจัดกิจกรรม 7 วัน

ค่ายพัฒนาศักยภาพผู้นำเยาวชนต้นแบบด้านศีลธรรม ภาคฤดูร้อน “ V-Star Intensive Summer Camp ”

โครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก มุ่งหวังที่จะสร้างผู้นำเยาวชนต้นแบบด้านศีลธรรมหรือดาวแห่งความดี (The Virtuous Star หรือ V - Star) ผ่านบทฝึกในกิจวัตรประจำวันอย่างต่อเนื่องจนเป็นนิสัย ควบคู่กับกิจกรรมสร้างสรรค์สังคม เพื่อปลูกฝังคุณความรู้ในการดำเนินชีวิตให้แก่เยาวชนตามพุทธวิธี ซึ่งได้พัฒนาเป็นหลักสูตรของการอบรมทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ จึงทำให้ผู้เข้ารับการอบรมได้พัฒนาทั้งความคิดและการกระทำ สามารถอดทนต่อการเผชิญโลกด้วยสติรอบคอบ และมีเหตุผล อีกทั้งจะเป็นเครื่องยกใจของผู้อบรมให้สูงส่ง

6.3 กิจกรรมพิเศษ (Special Events)

เพื่อให้เกิดกระแสความตื่นตัวในการฟื้นฟูศีลธรรมแก่เยาวชน ทางโครงการได้มีการจัดกิจกรรมพิเศษ คือ “ วันประเพณีมาตรฐานศีลธรรม ” ที่เป็นงานที่รวมคุณครูและนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลกจากทั่วประเทศอย่างพร้อมเพรียงกัน ได้มาร่วมประเพณีมาตรฐานศีลธรรม ทดสอบความรู้ด้านพุทธศาสนา และวัฒนธรรมชาวพุทธ ซึ่งครูและนักเรียนจะได้ชมมหรหรมนิทรรศการพุทธประวัติระดับโลก ร่วมกิจกรรมสันตนาการ การแสดงผลงานของโรงเรียน พิธีมอบโล่วัชรเกียรติคุณ ซึ่งกิจกรรมนี้ได้จัดขึ้นปีละ 2 ครั้ง คือช่วงเดือนพฤษภาคมและเดือนธันวาคม วันประเพณีมาตรฐานศีลธรรม เป็นกิจกรรมที่มุ่งหวังให้นักเรียนได้เรียนรู้และซึมซับพุทธประวัติและพุทธกิจของพระสัมมาสัมพุทธเจ้า เข้าใจถึงกฎแห่งกรรม นรก สวรรค์ ยมโลก เพื่อปลูกฝังจิตสำนึกการทำความดี เกรงกลัวต่อการทำความชั่ว และร่วมฟื้นฟูวัฒนธรรมชาวพุทธ เช่น การกราบ การไหว้ การแสดงตนเป็นพุทธมามกะ และนั่งสมาธิอย่างสงบเรียบร้อย

3. การออกแบบสารประชาสัมพันธ์ (Message Design)

การประชาสัมพันธ์ เป็นการสื่อสารลักษณะหนึ่ง ดังนั้น สารการประชาสัมพันธ์จึงเป็นองค์ประกอบสำคัญประการหนึ่ง โดยในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ จำเป็นที่ผู้เกี่ยวข้องจะต้องส่งข่าวสาร (message) ไปยังกลุ่มประชาชนเป้าหมาย ด้วยการถ่ายทอดกำลังความคิดเป็นตัวหนังสือ คำพูด เสียง เป็นต้น สารประชาสัมพันธ์จึงเป็นความสำคัญในการสร้างความเข้าใจซึ่งกันและกัน และส่งผลต่อการเกิดทัศนคติในด้านบวกที่จะทำให้เกิดเป็นแรงสนับสนุนและความร่วมมือในเวลาต่อมาอีกด้วย

ดังนั้น การใช้กลยุทธ์ด้านการใช้สาร คือ เป็นการกำหนดเทคนิควิธีและรายละเอียดในการนำเสนอเนื้อหาสาระ เรื่องราว หรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่สามารถสื่อความหมาย หรือนำไปตีความเพื่อให้ประชาชนได้ทราบ หรือเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการจากลักษณะการดำเนินการที่ต้องเกี่ยวข้องกับบุคคลหลายกลุ่มและหลายหน่วยงาน ทางโครงการได้แบ่งกลุ่มเป้าหมาย โดยแบ่งตามกลุ่มบุคคลที่ต้องเกี่ยวข้องในการทำงานเป็นเกณฑ์ ได้ดังนี้

- กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ
1. ผู้บริหาร , คุณครู
 2. ผู้ปกครอง
 3. นักเรียนที่เข้าร่วมโครงการ

กลุ่มเป้าหมายรอง : หน่วยงานองค์กรภาคี , สื่อมวลชน

นอกจากนั้น ยังมีการวางกรอบการนำเสนอสารเพื่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะของผู้รับสารที่แตกต่างกันอย่างเข้าถึงและมีประสิทธิภาพ โดยแบ่งกลุ่มการสื่อสารได้ดังต่อไปนี้ คือ

กลุ่มที่ 1 ผู้บริหาร , คุณครู

ลักษณะของผู้รับสาร (Audience)

บุคคลกลุ่มนี้จะเป็นนักบริหารการศึกษาระดับสูง นักวิชาการ ครู ที่มีประสบการณ์ เช่น ผู้อำนวยการเขตพื้นที่การศึกษา ,ศึกษานิเทศก์, ผู้อำนวยการโรงเรียน และผู้บริหารสถาบันการศึกษา ซึ่งมีบทบาทในการบริหารนโยบายการศึกษา ติดตามประเมินผล และดูแลรับผิดชอบในเรื่องการทํากิจกรรมของนักเรียน นักศึกษา

สาร (Message)

สารที่นำเสนอออกไปจะมีลักษณะเป็นทางการเพื่อบอกหลักการและเหตุผล วัตถุประสงค์ เป้าหมาย ในการดำเนินโครงการ วิดีโอ ปัญหาของเยาวชน เพื่อให้ตระหนักถึงภัยที่คุกคามเยาวชน การให้ข้อมูล ซึ่งแจ้งรายละเอียดของการดำเนินโครงการ สร้างความน่าเชื่อถือ โดยมีการนำเสนอผลการวิจัยที่มีการศึกษา และติดตามเกี่ยวกับผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติตามบทฝึกของโครงการ

ช่องทางการสื่อสาร (Channel)

ใช้สื่อบุคคล
 วิดีโอ
 Power Point
 Scoop ผลการวิจัย
 ระเบียบการ
 การสัมมนา
 การแถลงข่าวและปฐมนิเทศ

กลุ่มที่ 2 ผู้ปกครอง

ลักษณะของผู้รับสาร (Audience)

ประชาชนทั่วไปที่ประกอบหลากหลายอาชีพ มีลักษณะครอบครัวและการศึกษาที่แตกต่าง กันออกไป

สาร (Message)

เนื้อหาในการสื่อสารกับผู้ปกครอง เป็นการชี้แจงและสร้างความเข้าใจในการทำกิจกรรม ของเด็กที่เข้าร่วมโครงการ และบอกถึงบทบาทและข้อปฏิบัติในการสนับสนุน ให้กำลังใจในการ ฝึกกิจวัตร กิจกรรมของโครงการ

ช่องทาง (Channel)

หนังสือคู่มือผู้ปกครองชื่อ รักและเข้าใจ
 ประชุมผู้ปกครอง

กลุ่มที่ 3 นักเรียนที่เข้าร่วมโครงการ

ลักษณะของผู้รับสาร (Audience)

ทางโครงการมีความมุ่งหวังและเห็นความสำคัญที่จะฟื้นฟูศีลธรรมให้กับเยาวชนทุก ระดับชั้น จึงได้จัดทำหลักสูตรครอบคลุม ตั้งแต่ระดับประถมจนถึงระดับอุดมศึกษา แบ่งได้ดังนี้

1. ระดับประถมศึกษา
2. ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและอาชีวศึกษา
3. ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย
4. ระดับอุดมศึกษา

กลุ่มเป้าหมายกลุ่มนี้จะมีอายุโดยเฉลี่ยระหว่าง 10 - 20 ปี ซึ่งเริ่มตั้งแต่วัยเด็กจนกระทั่งถึงวัยรุ่น ที่อยู่ในวัยศึกษาเล่าเรียน ซึ่งนับเป็นวัยหัวเลี้ยวหัวต่อที่สำคัญ ที่มีการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านสรีระ ภาวะอารมณ์ มีความคิดที่อิสระ และเป็นตัวของตัวเอง

สาร (Message)

เนื้อหาของสารจะถ่ายทอดคุณธรรมพื้นฐานทั้งสามด้าน คือ วินัย เคารพ อดทน ออกมาให้เข้าใจและปฏิบัติได้ในชีวิตประจำวัน โดยผูกโยงให้ปฏิบัติเป็นกิจวัตร และกิจกรรม เพื่อให้ นักเรียนที่เข้าร่วมโครงการได้ฝึกฝนจนเกิดเป็นนิสัยที่ติดตัวในที่สุด โดยเนื้อหาจะเข้าใจง่าย สนุกสนาน ในรูปของการ์ตูน หรือมีภาพประกอบคำอธิบาย เพื่อกระตุ้นให้นำไปสู่การปฏิบัติตาม นอกจากนั้นยังถ่ายทอดผ่านละครสั้นเพื่อเป็นตัวอย่างที่ดี เป็นแนวทางให้เห็นตัวอย่างของการทำความดี เพื่อให้เด็กมีพฤติกรรมที่พึงประสงค์ตามความมุ่งหมายของโครงการ รวมทั้งนิทรรศการ เพื่อให้เรียนรู้พุทธศาสนาผ่านบอร์ดนิทรรศการ

ช่องทางการสื่อสาร (Channel)

สื่อการเรียนรู้พุทธศาสนา
ละครพื้นฟูศีลธรรมโลก
นิทรรศการ
โปสเตอร์
ใบปลิว
วีซีดี
กิจกรรม

กลุ่มที่ 4 หน่วยงานองค์กรภาคี**ลักษณะผู้รับสาร (Audience)**

จากนโยบายของประเทศที่เล็งเห็นความสำคัญของเยาวชนที่เป็น ทรัพยากรของประเทศ ทำให้มีหน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ ที่มีบทบาท หน้าที่ในการอบรม ดูแลเยาวชนในด้านต่าง ๆ โดยทางโครงการฟื้นฟูศีลธรรมได้ร่วมมือกับ 12 หน่วยงานองค์กรภาคี ซึ่งเป็นผู้บริหาร ผู้ทรงคุณวุฒิ และนักวิชาการ เพื่อประสานความร่วมมือ และสร้างเครือข่ายการสนับสนุน กิจกรรมด้านศีลธรรมที่เข้มแข็ง

สาร (Message) เป็นการชี้แจงวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และลักษณะการดำเนินการโครงการ มีการจัดสัมมนาเพื่อการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการประเมินโครงการ

ช่องทางการสื่อสาร (Channel)

จดหมายเชิญ
การสัมมนา
กิจกรรมพิเศษ วันประเมินมาตรฐานศีลธรรม

กลุ่มที่ 5 สื่อมวลชน

ผู้รับสาร (Audience) สถานีโทรทัศน์ 3, 5, 7, 9 ITV, NBT, หนังสือพิมพ์

สาร (Message) เนื้อหาการจัดกิจกรรมในโครงการ , การเขียนบทความ หรือ สกู๊ปพิเศษ

ช่องทางการสื่อสาร (Channel)

การแถลงข่าว

ส่งเนื้อหาข่าวการทำกิจกรรมต่าง ๆ

เขียนสกู๊ปพิเศษ

กลวิธีในการออกแบบสาร

ในการวางแผนเนื้อหาเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมาย ที่เป็นกลุ่มของเยาวชนที่อยู่ในช่วงวัยรุ่น ทางโครงการได้มีการออกแบบสารเพื่อใช้สื่อสารให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักเรียนในโครงการได้อย่างกลมกลืน และเหมาะสมกับช่วงวัย เพื่อสร้างเอกลักษณ์ของโครงการให้มีความโดดเด่น สะดุดตา และเป็นประโยชน์ในการจดจำได้ง่ายขึ้น และการเข้าใจในวัตถุประสงค์และเจตนารมณ์ในการดำเนินโครงการได้อย่างถูกต้อง

1. การออกแบบตราสัญลักษณ์ประจำโครงการ (Logo)



ภาพที่ 23 สัญลักษณ์ประจำโครงการพิษณุศิลปกรรมโลก

ตราสัญลักษณ์ประกอบด้วย

สัญลักษณ์	ตัวอักษรภาษาอังกฤษ คำว่า “ วี สตาร์ “ (V - Star)
คำขวัญประจำโครงการ	ดาวแห่งความดี พื้นฟูศีลธรรมโลก
สีที่ใช้	สีแดง , สีส้ม

1. รูปแบบสัญลักษณ์

จากแนวคิดในการออกแบบสัญลักษณ์ โดยได้ออกแบบตัวอักษรย่อที่เป็นภาษาอังกฤษของโครงการ คือ คำว่า V –Star เป็นสัญลักษณ์ เพื่อสะท้อนแนวคิดและเป้าหมายของโครงการคือการสร้างผู้นำเยาวชนต้นแบบด้านศีลธรรม หรือ เป็นผู้นำในการทำความดี เหมือนดังเช่น ดาวแห่งความดี การออกแบบได้ยึดแนวทาง

1. ความสวยงาม การออกแบบเน้นความสวยงาม สดใส เหมาะกับช่วงวัยของกลุ่มเป้าหมาย
2. ความหมาย ในที่นี้รวมถึงการสื่อสารการรับรู้ การเข้าใจ หรือเกี่ยวข้องถึงที่มาทั้งทางตรงและทางอ้อมเกี่ยวกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายของโครงการ
3. จุดเด่น ในที่นี้รวมถึงความแปลกใหม่ การใช้สี สัน สะดุดตา น่าสนใจ ง่ายต่อการจดจำ อันเป็นประโยชน์แก่การสร้างเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากโครงการอื่น ๆ
4. ความเหมาะสม สัญลักษณ์ที่ออกแบบนี้ ต้องเหมาะสมกับการใช้งาน สามารถปรากฏบนสื่อต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม

2. การสร้างคำขวัญ

คำขวัญในการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ข้อความสั้น ๆ ที่ระบุถึงตำแหน่งครองใจ (Positoning) ที่สินค้าหรือองค์การให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้ถึงประเด็นสำคัญของการประชาสัมพันธ์ ดังนั้นคำขวัญจึงมีหน้าที่สำคัญทางการสื่อสาร

ทางโครงการฯ จึงได้กำหนด คำขวัญประจำโครงการให้นักเรียนที่เข้าร่วมโครงการได้ท่องจำ เพื่อสะท้อนเจตนารมณ์ และเป้าหมายของโครงการ ให้จดจำง่าย และสื่อสารความหมายที่เป็นประเด็นสำคัญที่ต้องการประชาสัมพันธ์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

1. ดาวแห่งความดี พื้นฟูศีลธรรมโลก
2. เมื่อเราสว่าง โลกก็สว่างด้วย
3. ศีลธรรมโลก สร้างได้ด้วยมือเรา

หน้าที่ของคำขวัญในการประชาสัมพันธ์

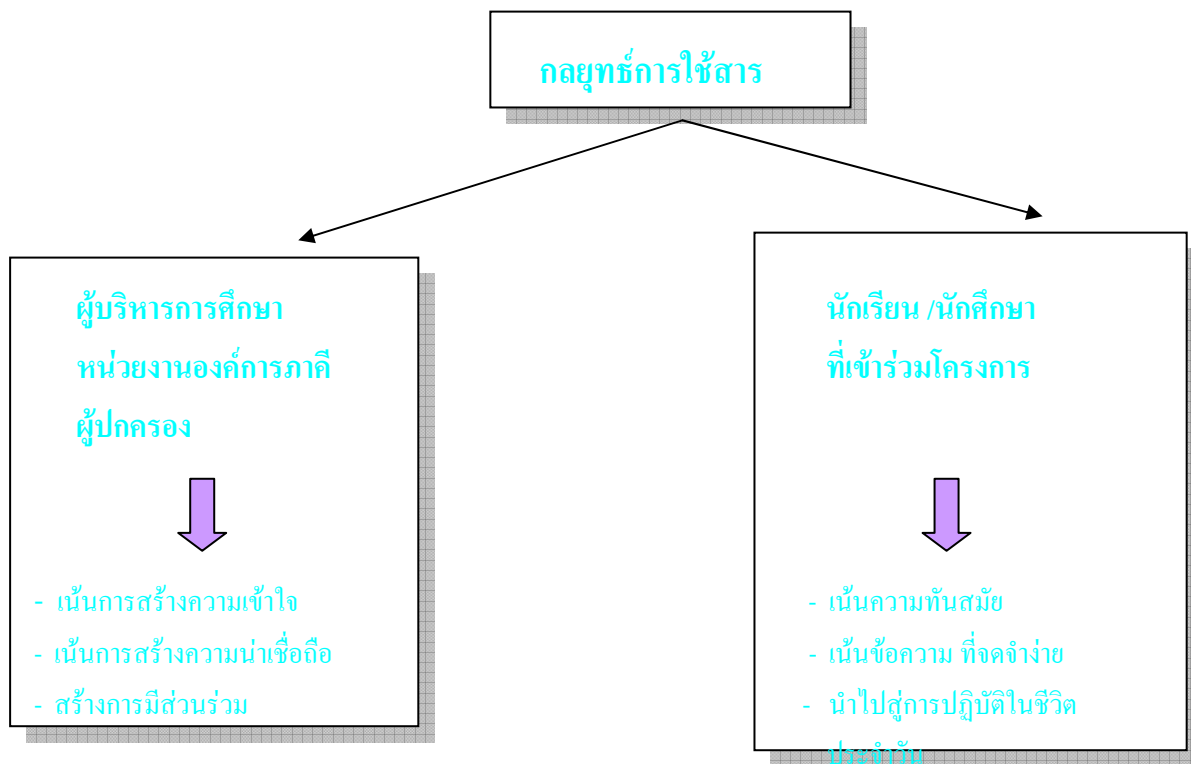
หน้าที่ของคำขวัญในการประชาสัมพันธ์มี 3 ประการได้แก่

1. สร้างการจดจำ คำขวัญจะช่วยให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความง่ายในการจดจำจุดเด่นหรือเอกลักษณ์หรือประเด็นสำคัญของการประชาสัมพันธ์ได้ เพื่อสร้างความหมายเชิงบวก อ้างอิงเชื่อมโยงกลับไปสู่โครงการได้
2. ย้ำเตือน หน้าที่สำคัญอีกประการหนึ่งของคำขวัญคือ การย้ำเตือนถึงประเด็นสำคัญของการประชาสัมพันธ์อีกครั้งหนึ่ง
3. สะดุดตาสะดุดใจ คำขวัญสามารถสร้างความสะดุดตาสะดุดใจ เมื่อกลุ่มเป้าหมายได้ดู ได้ อ่าน ได้ฟัง ทำให้เกิดความสนใจและชวนติดตามเพื่อค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม

สรุปภาพรวมแสดงการออกแบบสารลักษณะต่าง ๆ กับกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมาย	วัตถุประสงค์	สื่อ / ช่องทางการสื่อสาร	กลวิธี / กิจกรรม	รูปแบบการสื่อสาร
ผู้บริหารการศึกษา, ครู	<ul style="list-style-type: none"> - เพื่อให้ความรู้ (to educate) - เพื่อให้ข้อมูล ข่าวสาร (to inform) - เพื่อโน้มน้าว (to Persuade) 	<ul style="list-style-type: none"> - สื่อบุคคล - สกู๊ปผลการวิจัย - วิดีโอปัญหาเยาวชน - Power Point - เว็บไซต์ - ระเบียบการ 	<ul style="list-style-type: none"> - การลงพื้นที่ - การสัมมนาในพื้นที่ - การสัมมนาส่วนกลาง - การจัดปฏิบัติธรรม - สัมมนาแลกเปลี่ยนความคิด - การปฐมนิเทศ 	<ul style="list-style-type: none"> - การสื่อสารแบบกลุ่ม - การสื่อสาร 2 ทาง
นักเรียน / นักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการ	<ul style="list-style-type: none"> - เพื่อให้ความรู้ (to educate) - เพื่อให้ข้อมูล ข่าวสาร (to inform) - เพื่อโน้มน้าว (to Persuade) - เพื่อความบันเทิง (to entertain) 	<ul style="list-style-type: none"> - สื่อการเรียนรู้พุทธศาสนา (สื่อสิ่งพิมพ์ + วีซีดี) - ละครพื้นฟูศีลธรรมโลก - นิทรรศการ - โปสเตอร์ 	<ul style="list-style-type: none"> - กิจกรรม , กิจกรรมในหลักสูตร - กิจกรรมค่าย - V- Star Club - กลวิธีการออกแบบสาร (logo , คำขวัญ , Key Message) - การจัดงานวันประเมินมาตรฐานศีลธรรม 	
หน่วยงาน องค์กร ภาคิ	<ul style="list-style-type: none"> - เพื่อให้ข้อมูล ข่าวสาร (to inform) - เพื่อโน้มน้าว (to Persuade) 	<ul style="list-style-type: none"> - จดหมายเชิญ 	<ul style="list-style-type: none"> - จัดสัมมนา - เข้าร่วมประเมินมาตรฐานศีลธรรม 	<ul style="list-style-type: none"> - การสื่อสารแบบกลุ่ม - การสื่อสาร 2 ทาง
สื่อมวลชน	<ul style="list-style-type: none"> - เพื่อให้ข้อมูล ข่าวสาร (to inform) 	<ul style="list-style-type: none"> - การจัดแถลงข่าว - ส่งเนื้อหาข่าวการทำกิจกรรมให้สถานีโทรทัศน์ - การเขียนบทความลงหนังสือพิมพ์ 	<ul style="list-style-type: none"> - สร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน เช่น โทรทัศน์, หนังสือพิมพ์ 	

ดังนั้น หากวิเคราะห์กลยุทธ์ด้านการใช้สารของโครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลก ได้ยึดแนวทางต่าง ๆ คือ แบ่งได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ



4. การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ

4.1 ความร่วมมือเครือข่ายบวร (บ้าน วัด โรงเรียน)

การสร้างเครือข่าย บ้าน วัด โรงเรียน (บ-ว-ร) การปลูกฝังศิลปกรรมผ่านสถาบันหลัก คือ บ้าน วัด โรงเรียน เริ่มต้นขึ้นมาตั้งแต่สมัยพุทธกาล แต่ปัจจุบันบทบาทของสถาบันทั้งสามในการทำหน้าที่สร้างนิสัยและคุณธรรมความดีงามได้อ่อนแอลง ความเสื่อมถอยทางด้านศิลปกรรมของเยาวชนจึงปรากฏชัดเจนมากขึ้น ดังนั้น ทางโครงการจึงมีวัตถุประสงค์ที่จะฟื้นฟูศิลปกรรมผ่านเครือข่ายของสถาบันสำคัญของสังคมให้กลับมาเข้มแข็งเหมือนดังเดิม และเป็นแกนหลักสำคัญที่จะขยายผลสู่การพัฒนาชุมชน และประเทศชาติต่อไป

บ้าน ครอบครัวนับเป็นสถาบันทางสังคมที่สำคัญในการปลูกฝังนิสัยตั้งแต่แรกเกิด เป็นที่บ่มเพาะนิสัยในชีวิตประจำวัน ซึ่งนิสัยเกิดจากการกระทำซ้ำ ๆ ซ้ำ ๆ เป็นประจำ ดังนั้น ทางโครงการจึงได้สร้างบทฝึกเพื่อสร้างนิสัยที่ดี เพื่อเป็นแนวทางในการฝึกฝนจนเกิดเป็นคตินิยม ทางโครงการฯ ได้สร้างความเข้าใจผ่านการประชุมผู้ปกครอง โดยการดำเนินการของคุณครู มีการ

จัดทำคู่มือสำหรับผู้ปกครองเพื่อบันทึกการเปลี่ยนแปลง ช่วยส่งเสริมและให้กำลังใจให้กับลูก และสร้างความอบอุ่นในครอบครัว ระหว่างพ่อ แม่และลูก ให้เกิดขึ้น

วัด

บทบาทสำคัญของพระสงฆ์ คือ การสอนศีลธรรมให้กับประชาชน วัดจึงเป็นศูนย์กลางของสังคมในการทำหน้าที่เป็นสถานที่หล่อหลอมจิตใจในการทำกิจกรรมทางพุทธศาสนา และฝึกการทำหน้าที่พุทธศาสนิกชนที่ดี ทางโครงการฯ ได้สร้างกิจกรรมที่ผูกโยงกับวัด โดยให้เข้าวัดวันพระ และวันสำคัญทางพุทธศาสนา เช่น การสวดมนต์ , ฟังธรรม , นั่งสมาธิทำบุญ , ตักบาตร และมีการพัฒนาวัด เพื่อให้สะอาด ร่มรื่น เหมาะสมกับการประกอบกิจกรรมงานบุญกุศล และการปฏิบัติธรรม

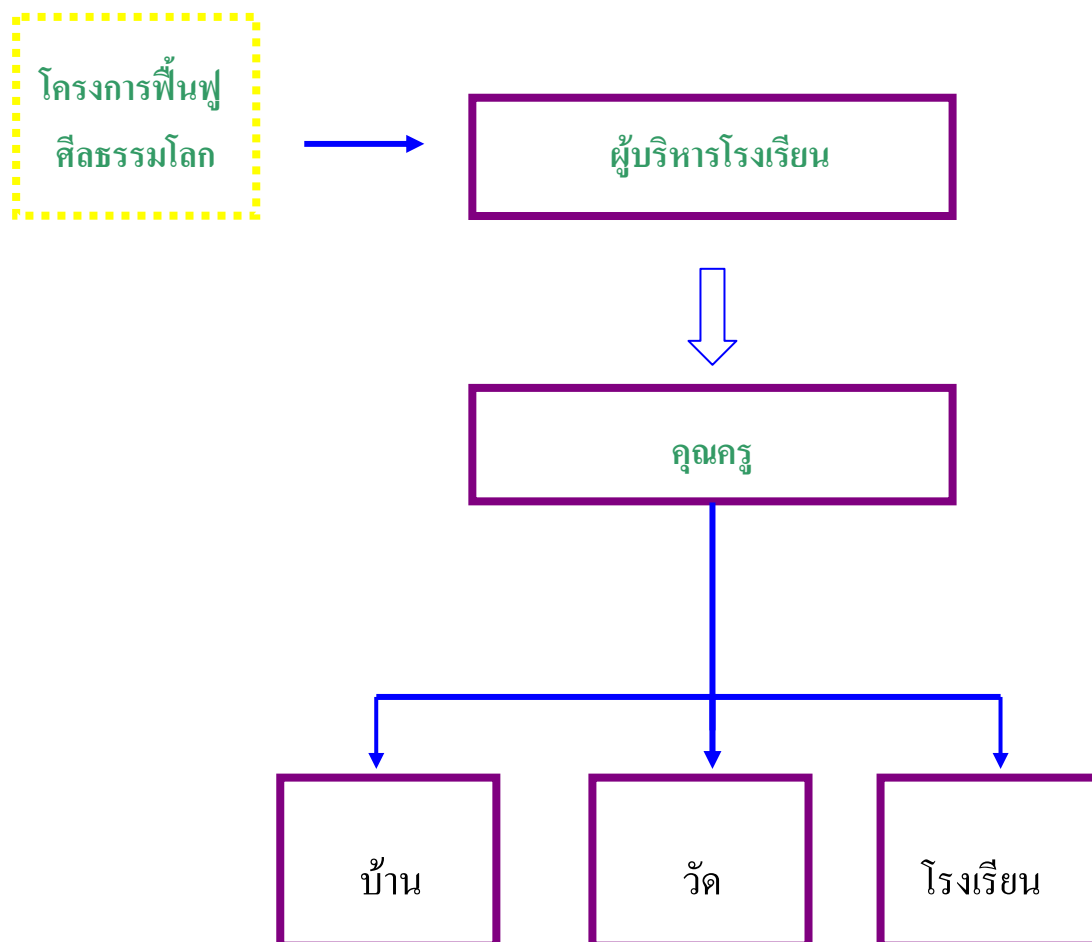
โรงเรียน

นอกจากที่โรงเรียนจะเป็นสถานศึกษาให้ความรู้ด้านวิชาการแล้ว ครูยังมีบทบาทในการสอนศิษย์ให้เป็นเยาวชนคนดี คือ มีความรู้คู่คุณธรรม เพราะโรงเรียนจะต้องจัดเกล้าให้นักเรียนมีวินัย ความเคารพ ความกตัญญู กิจกรรมของโครงการที่เป็นบทฝึกในโรงเรียน คือ ความเคารพ ความมีวินัย การแต่งกาย การพัฒนาความสะอาดในโรงเรียน การอ่านหนังสือที่มีประโยชน์ การตั้งชมรม V-Star Club เพื่อสร้างกลุ่มการทำความดี เช่น การสวดมนต์ , จัดตักบาตร , จัดรายการเสียงตามสาย

“โครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก ครั้งที่สอง มีการพัฒนาสมมุติภูมิของผู้ปกครองขึ้นมา ซึ่งผู้ปกครองจะต้องจดบันทึกรายสัปดาห์ของเด็กคนนั้น ๆ ว่ามีการเปลี่ยนแปลงตามที่โครงการกำหนดอย่างไร เช่น สวดมนต์ นั่งสมาธิก่อนนอน หรือ ช่วยงานบ้านจริงหรือไม่ และในเล่มนั้น ก็จะมีการสอนการให้กำลังใจลูกด้วย ว่าควรจะคุยกับเด็กอย่างไร แล้วก็มีการประชุมผู้ปกครองตอนเริ่มโครงการ โดยโรงเรียนเป็นคนจัดเอง ส่วนวัดเราจะผูกกิจกรรมให้ครูและนักเรียน โดยกำหนดให้ครูเลือกวัดที่คุ้นเคยและสะดวกที่จะไปทำกิจกรรมทุกวันพระ นั้นหมายความว่า อย่างน้อยต้องไปวัดสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ”

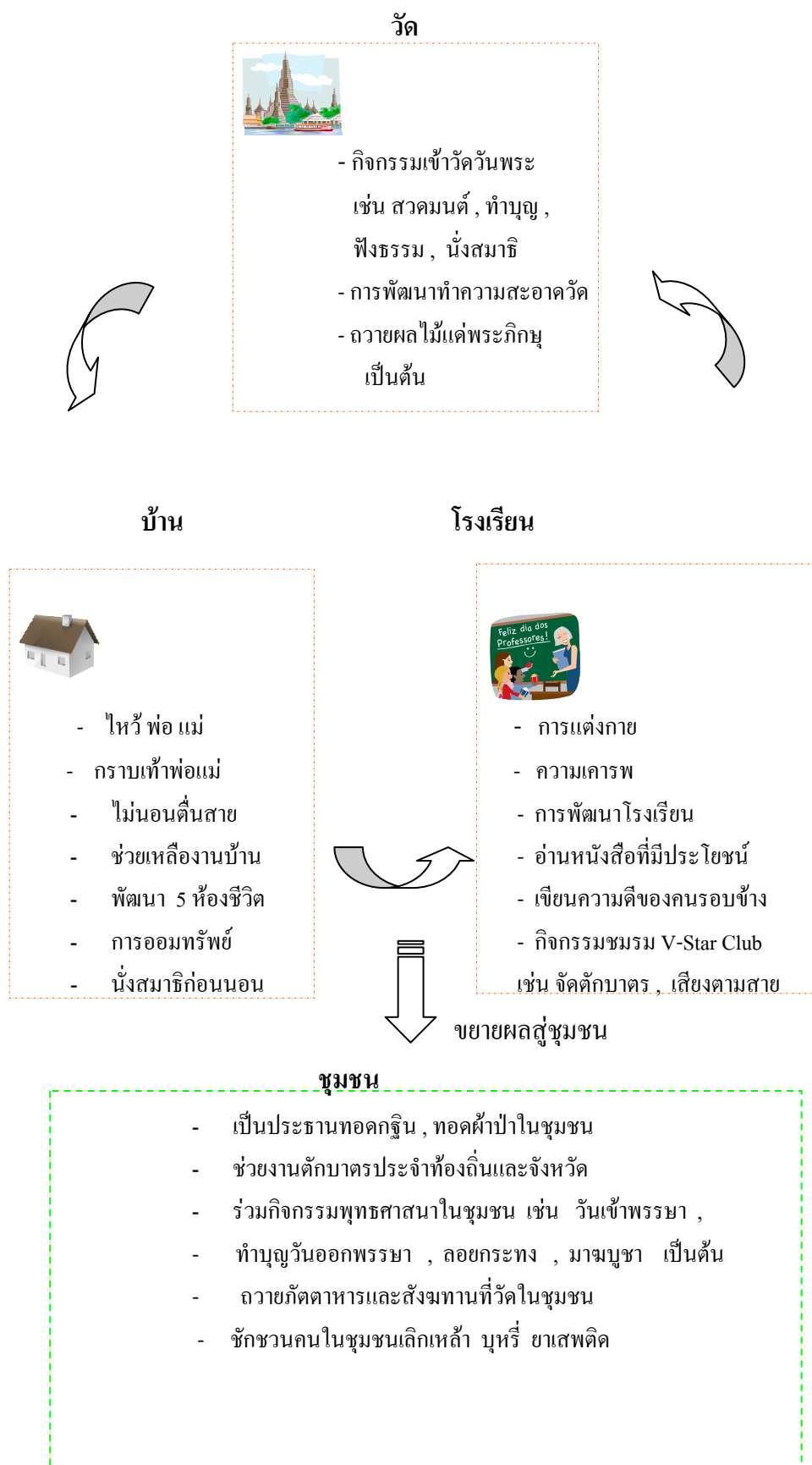
(ไพลีน สมหารพันธ์, สัมภาษณ์วันที่ 2 มกราคม 2552)

ภาพที่ 24 ลำดับการประชาสัมพันธ์ในเครือข่ายบ้าน วัด โรงเรียน



ภาพที่ 25

การปลูกฝังศีลธรรมผ่านเครือข่าย บ้าน วัด โรงเรียน ชุมชน



4.2 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับองค์กรภาคี

การปลูกฝังศีลธรรมเยาวชนให้เป็นคนดี ไม่ใช่หน้าที่ของกระทรวงศึกษาหรือหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งเพียงลำพัง แต่ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในการสนับสนุนในการสร้างสิ่งแวดล้อมที่พร้อมจะสร้างสิ่งแวดล้อมที่ดีและเอื้อต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของเยาวชน ทั้งวัตถุดิบแบบ บุคคลต้นแบบ และวัฒนธรรมต้นแบบที่มีอยู่ในสังคม ที่ต้องช่วยกันทำหน้าที่เป็นต้นแบบให้กับเยาวชน ชมรมพุทธศาสตร์สากลฯ จึงได้ประสานร่วมมือกับ 12 องค์กรภาคี ในการเข้ามามีส่วนร่วม และส่งเสริมกิจกรรมของโครงการ และบูรณาการทำงานร่วมกันในการดำเนินโครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก ร่วมกันสร้างความเข้มแข็งทางด้านศีลธรรมแก่เครือข่าย บ้าน วัด โรงเรียน ตลอดจนวัฒนธรรมชาวพุทธกลับคืนสู่สังคมไทยอย่างมั่นคง

หน่วยงานองค์กรภาคี 12 หน่วยงาน ได้แก่

1. สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ
2. สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน
3. สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา
4. สำนักงานเลขาธิการการศึกษา
5. สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา
6. สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ
7. กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์
8. กรมการศาสนา
9. สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ
10. กรมประชาสัมพันธ์
11. ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาพลังแผ่นดินเชิงคุณธรรม (ศูนย์ธรรม)
12. มูลนิธิธรรมกาย

นอกจากนั้นยังร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการดูแลเรื่องของเยาวชน ได้แก่ สภาวัฒนธรรมกรุงเทพมหานคร , สำนักงานพุทธศาสนาจังหวัด , สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด โดยองค์กรภาคีต่าง ๆ ได้มีบทบาทในการเข้าร่วมสัมมนาปรึกษาหารือ และให้ความร่วมมือในการเข้าร่วมทำหน้าที่เป็นคณะกรรมการประเมินมาตรฐานศีลธรรม (V-Star Quaily Award) ให้กับโรงเรียนต่าง ๆ ที่เข้าร่วมโครงการ

4.3 ความร่วมมือจากบริษัทเอกชน

นอกจากการร่วมมือกับหน่วยงานในภาครัฐแล้ว ทางโครงการยังได้รับความร่วมมือจากบริษัท เอกชนที่มุ่งหวังที่จะส่งเสริมและสนับสนุนแนวคิดในการพัฒนาศิลปกรรมให้เป็นเยาวชนต้นแบบอีกทางหนึ่ง คือ

บริษัท Cerebrum Design ก่อตั้งในปี 2547 เป็นบริษัทที่ให้บริการงานออกแบบทางธุรกิจอย่างครบวงจร เป็นกลุ่มนักออกแบบรุ่นใหม่ที่มาด้วยประสบการณ์ในการพัฒนาตราสินค้าให้คำแนะนำในการออกแบบผลิตภัณฑ์ และช่วยในการวางแผนการผลิต มาเป็นระยะเวลายาวนาน มีประสบการณ์ด้านดีไซน์งานต่าง ๆ เช่น โทรศัพท์มือถือคือ Brand Philips, Motorola, Nokia, I-Mobile รวมถึงเครื่องเล่น MP3 ของ Creative และได้รับรางวัลด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จเป็นที่ยอมรับจากกลุ่มลูกค้าทั่วโลก

ซึ่งบริษัท Cerebrum Design ได้ให้การสนับสนุนในการเป็นที่ปรึกษาในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ โปสเตอร์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์โครงการให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น มีแนวคิดการออกแบบที่สวยงามทันสมัย มีความคิดสร้างสรรค์

บริษัท กันตนา ดราม่า สตูดิโอ ได้นำทีมนักแสดงรุ่นเยาว์จากโรงเรียนสอนการแสดง กันตนา ดราม่า สตูดิโอ เข้าร่วมแสดงละครพื้นฟูศิลปกรรมโลก ในเรื่อง อภินิหารดาวแห่งความดี เพื่อถ่ายทอดแบบอย่างระหว่างความดีและความชั่วให้เยาวชนเข้าใจได้ง่ายขึ้นและเป็นรูปธรรมชัดเจน

บริษัท มาส เเคอเรด จำกัด บริษัทผลิตละครที่มีชื่อเสียง ได้ให้การสนับสนุนในการผลิตและกำกับละครพื้นฟูศิลปกรรมโลก ให้เป็นละครศิลปกรรม และสร้างสรรค์สื่อสีขาวที่มีคุณภาพที่จะนำเสนอและสร้างกระแสความดีงามสู่ใจเยาวชน และนำไปสู่การฟื้นฟูศิลปกรรมและความอบอุ่นในครอบครัว และสังคมให้กลับมาอบอุ่นและสมบูรณ์ดังเดิม

4.4 การสร้างความร่วมมือจากอาสาสมัคร (ประชาชน)

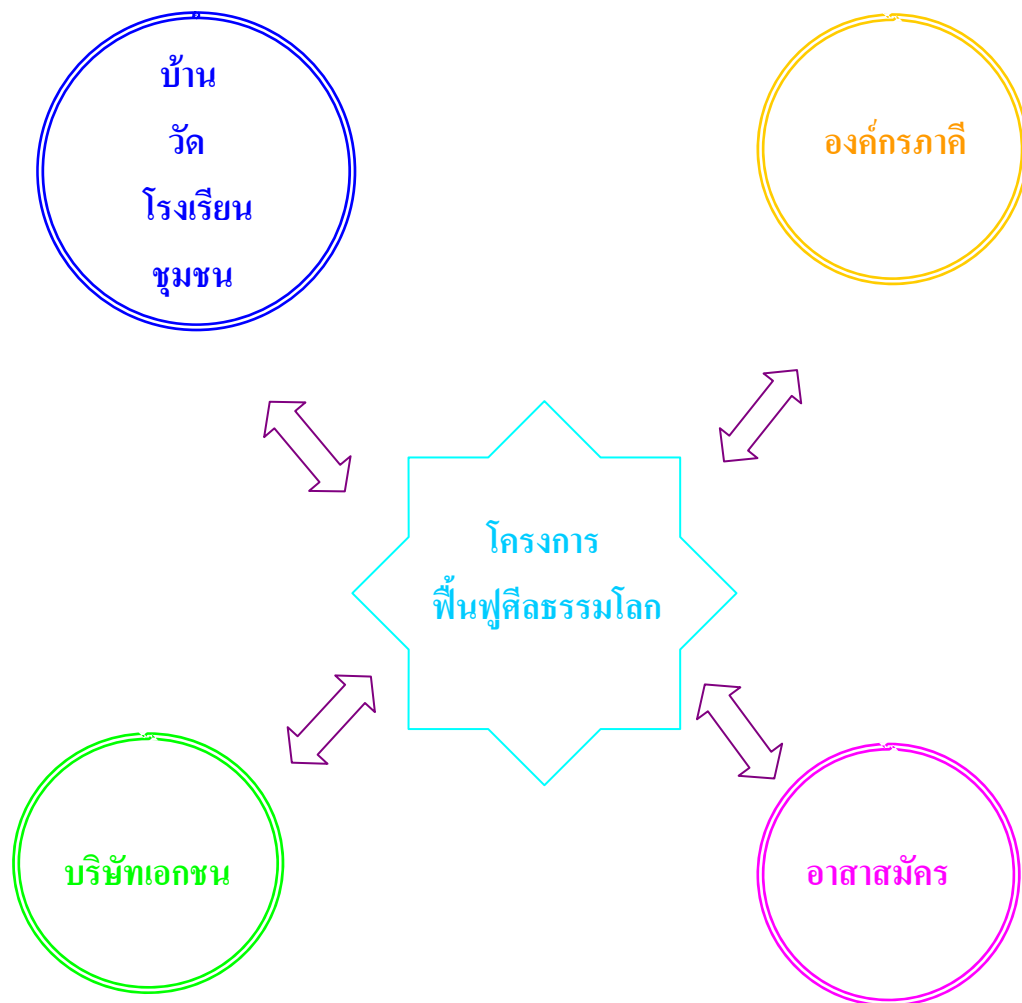
ในการจัดกิจกรรมพิเศษ คือ วันประเมินมาตรฐานศิลปกรรม เป็นกิจกรรมการรวมตัวของผู้บริหาร คุณครู นักเรียนที่เข้าร่วมโครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลกจากทั่วประเทศจำนวนมากกว่า 5 แสนคน เพื่อให้การดำเนินกิจกรรมเป็นไปอย่างเรียบร้อย และบรรลุผลตามเป้าหมาย จึงได้ประชาสัมพันธ์เพื่อร่วมมือกับประชาชนทั่วไป ในการทำหน้าที่อาสาสมัครในวันงาน ในการ

อำนวยความสะดวกทั้งเรื่องการต้อนรับ ความเป็นอยู่ และสร้างความสงบเรียบร้อย สร้างความประทับใจตลอดจนเป็นต้นแบบที่งดงามให้กับเยาวชนที่มาร่วมงาน

ดังนั้นอาสาสมัครในงานวันประเมินมาตรฐานศีลธรรม จึงเป็นการร่วมมือจากภาคประชาชนทุกสาขาอาชีพ ที่เสียสละและร่วมแรงร่วมใจทำประโยชน์ให้กับเยาวชน โดยรับผิดชอบในแต่ละส่วนงานต่าง ๆ ให้ดำเนินไปด้วยดี เช่น

- แผนกโภชนาการ
- แผนกผู้นำรถ
- แผนกต้อนรับ
- แผนกจรรยาจร
- แผนกสื่อธรรมะ
- แผนกพยาบาล
- แผนกส่งกลับ
- แผนกบริการน้ำดื่ม
- ฯลฯ

ภาพที่ 26 ภาพรวมเครือข่ายความร่วมมือของโครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก



กลยุทธ์การโน้มน้าวใจ

1 การใช้บุคคลที่น่าเชื่อถือและมีชื่อเสียง (Source Credibility)

การนำบุคคลที่น่าเชื่อถือในสังคมและบุคคลที่มีชื่อเสียง เป็นอีกแนวทางหนึ่ง ที่ช่วยส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ให้มีความน่าเชื่อถือ และได้รับความสนใจ และสร้างกระแส การยอมรับ และการเชิญชวนเข้าร่วมโครงการออกสู่วงกว้าง เนื่องจากการตอบรับการเข้าร่วมโครงการ คือ ผู้บริหารของโรงเรียน ดังนั้น บุคคลที่มีชื่อเสียงในสังคมจึงมีอิทธิพลต่อกลุ่มเป้าหมายให้เกิดทัศนคติในด้านบวก และเปิดรับโครงการได้ง่ายขึ้น

เนื่องจากลักษณะการดำเนินโครงการที่มีความสอดคล้องและไปในทิศทางเดียวกับนโยบายการศึกษาของประเทศ ตลอดจนการสร้างความเข้าใจที่ดีกับบุคลากรในแวดวงการศึกษาและหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการดูแลเรื่องของเยาวชน ซึ่งสามารถสร้างความน่าเชื่อถือ ทำให้ได้รับการยอมรับจากผู้บริหารในกระทรวง ผู้บริหารการศึกษาจากสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ที่เป็นนักวิชาการ ผู้นำความคิดต่าง ๆ และเป็นจุดเชื่อมต่อไปในการขยายผลในวงกว้าง เช่น

นายสมชาย วงศ์สวัสดิ์ นายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ ที่ได้ให้ความสำคัญในการบูรณาการพุทธศาสนาเข้าไปสู่สถานศึกษาเพื่อส่งเสริมคุณธรรมในจิตใจของเยาวชน และเป็นแนวทางสำคัญในการดำเนินชีวิตที่ถูกต้อง ได้ให้เกียรติมาเป็นประธานในพิธี มอบโล่เกียรติยศและมอบประกาศเกียรติคุณในงานเปิดตัวละครพื้นฟูศีลธรรมโลก

นายพันเทพ ศรีวนิช รองผู้ว่าราชการ จ. ปทุมธานี ได้ให้เกียรติเป็นประธานกล่าวเปิดงานในวันประเมินมาตรฐานศีลธรรม ครั้งที่ 2

นอกจากนั้น ยังได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหารต่าง ๆ ในสถานศึกษา เช่น ดร.ชัชวาท ภูมิตน ปลัดกระทรวงศึกษาธิการ ประธานเปิดงานสัมมนาคณะกรรมการคัดเลือกรางวัลคุณภาพพื้นฟูศีลธรรมโลก ดร. อภินิษฐ์ คลังแสง รองเลขาธิการคณะกรรมการอาชีวศึกษา , นายนิพนธ์ ลิ้มแหลมทอง รองอธิการบดี ฝ่ายกิจกรรมนิสิตและพัฒนากายภาพ , ดร. ปิยวัฒน์ ดิลกสัมพันธ์ รองคณบดีกิจการนิสิต คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เป็นต้น ตลอดจนผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา, สภาวัฒนธรรมกรุงเทพมหานคร , สำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัด , สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ , สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด , สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด , สภาหอการค้าจังหวัด เป็นต้น

ศิลปิน นักแสดง

จากแนวคิดและจุดมุ่งหมายในการสร้างสรรค์ละครพื้นฟูศิลปกรรมโลก ที่มีเจตนารมณ์อันสูงส่งในการสร้างต้นแบบความดีให้เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน และจริยธรรมอันดีงามให้กลับคืนสู่จิตใจของเยาวชนของชาติ จึงทำให้นักแสดงที่มีชื่อเสียง เห็นคุณค่าและเห็นความสำคัญของการสร้างสื่อสีขาว ซึ่งเป็นสื่อที่ปลอดภัยและกระตุ้นจิตสำนึกในการทำความดีและปลูกฝังสิ่งดีงามให้เกิดขึ้นในจิตใจของเยาวชนที่จะเติบโตเป็นทรัพยากรที่สำคัญของประเทศ ได้ให้การสนับสนุนในการร่วมแสดงละครพื้นฟูศิลปกรรมโลก เพื่อเป็นส่วนหนึ่งที่จะส่งเสริมให้เยาวชนเป็นคนดี ดังนั้นทางโครงการจึงได้รับเกียรติจากนักแสดงมืออาชีพร่วมแสดงบทบาทของละครที่สะท้อนของชีวิตจริงของบุคคลที่น่าศึกษา เพื่อให้ละครมีความสมจริง และสร้างความประทับใจให้กับผู้ชมได้เป็นอย่างดี เช่น ละครเรื่อง ทองล้นหลัง นำแสดงโดย อเล็กซ์ เรนเดลล์, เกรียงไกร อุณหะนันท์, เตือนเต็ม สาทิตุล ละครเรื่อง เมื่อฟ้าเปลี่ยนสี นำแสดงโดย ขวัญฤดีกลมกล่อม , ทรงสิทธิ์ รุ่งนพคุณศรี , ชูดาภา จันทเขตต์ เป็นต้น

2. การให้รางวัล (Reward Approach)

วัตถุประสงค์สำคัญในการฟื้นฟูศิลปกรรมและวัฒนธรรมชาวพุทธให้กลับคืนสู่เยาวชน โดยไม่ได้เน้นแต่เพียงปริมาณผู้เข้าร่วมโครงการ แต่เน้นด้านคุณภาพที่ได้มาตรฐาน ดังนั้น ทางโครงการจึงมีการติดตามและประเมินผล โดยการคัดเลือกจากคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิจากหน่วยงานต่าง ๆ คือ รางวัล V - Star Quality Award เพื่อมอบรางวัล และทุนการศึกษา ในการยกย่อง ให้กำลังใจแก่หน่วยงานทางการศึกษาที่ส่งเสริมการฟื้นฟูศิลปกรรมดีเด่น และโรงเรียนแกนนำฟื้นฟูศิลปกรรมดีเด่น ตลอดจนนิสิต นักศึกษา และนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการ ประกอบด้วยรางวัลระดับบุคคลและโรงเรียน รางวัลระดับจังหวัด ภาค และประเทศ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาให้เป็นโรงเรียนคุณภาพด้านศิลปกรรมในระดับต่อไป

นอกจากนั้น ยังมีกรมมอบรางวัลสำหรับการจัดกิจกรรมการประกวดต่าง ๆ เพื่อเป็นแรงจูงใจและส่งเสริมการทำกิจกรรมของเยาวชนให้เผยแพร่อย่างกว้างขวาง

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน

จากการศึกษาทำให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคสำคัญในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลกมี 3 ด้านหลัก ๆ คือ

ด้านบุคลากร

ปัญหาสำคัญ คือ บุคลากรที่ทำงานอยู่ในปัจจุบันมีไม่เพียงพอ ยังขาดแคลนคนทำงานที่มีความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญ ส่วนงานประชาสัมพันธ์ที่ดำเนินงานอยู่จะเน้นไปในการผลิตสื่อ (Production) เป็นหลัก ทางโครงการยังขาดแคลนบุคลากรที่ทำงานทางด้านการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ออกสู่สาธารณชนภายนอกองค์กร

ด้านงบประมาณ

ถ้าพิจารณาถึงการประชาสัมพันธ์ออกสู่วงกว้างผ่านสื่อสารมวลชน เป็นสิ่งที่ทางโครงการคาดหวังที่จะทำในอนาคต แต่การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนต้องใช้งบประมาณอีกจำนวนมาก ซึ่งทางโครงการยังขาดงบประมาณในส่วนนี้ในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ออกสู่สังคม

ด้านอุปกรณ์

ในการทำงานที่ผ่านมามีการขยายผลไปสู่โรงเรียนต่าง ๆ จำนวนมาก อุปกรณ์ในการผลิตสื่อที่ใช้มีไม่เพียงพอ และยังมีคุณภาพยังไม่พร้อมรองรับกับการทำงาน และมีผลต่อคุณภาพการผลิต ดังนั้น ทางโครงการฯ จึงขาดแคลนอุปกรณ์ที่ทันสมัยและมีคุณภาพอีกจำนวนมาก เพื่อใช้ในการดำเนินงาน

ส่วนที่ 2 การศึกษาการเปิดรับ การรับรู้ ทักษะคิด และปัจจัยที่ทำให้เยาวชน ตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมเชิงจริยธรรมของชมรมพุทธศาสตร์สากลฯ

ผู้วิจัยได้ศึกษาการเปิดรับ การรับรู้ ทักษะคิดและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมเชิงจริยธรรมของชมรมพุทธศาสตร์สากลฯ โดยเก็บข้อมูลในการวิจัยเชิงสำรวจ เก็บข้อมูลจากแบบสอบถามในประเด็นต่าง ๆ เกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ การรับรู้ ทักษะคิดต่อการประชาสัมพันธ์ และปัจจัยที่ทำให้เยาวชนตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมเชิงจริยธรรมของชมรมพุทธศาสตร์สากลฯ ได้แก่ โครงการตอบปัญหาธรรมะ ทางก้าวหน้า และ โครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลกของกลุ่มตัวอย่างที่เป็น นักเรียน นิสิต นักศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน

ผลการวิจัยที่นำมาอธิบายในเชิงพรรณนา ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง คือ ลักษณะทางประชากร ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา การนับถือศาสนา จำนวนครั้งที่เข้าร่วมโครงการ นอกจากนี้ ยังมีการเปิดรับ การรับรู้ ทักษะคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของโครงการ และปัจจัยที่ทำให้เยาวชนตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมเชิงจริยธรรมของโครงการฯ ซึ่งได้แสดงผลโดย การแจกแจง ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

ตารางที่ 3
แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<u>โครงการตอบปัญหาธรรมะ ทางก้าวหน้า</u>		
ชาย	15	28.8
หญิง	37	71.2
รวม	52	100.0
<u>โครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก</u>		
ชาย	62	17.8
หญิง	286	82.2
รวม	348	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้มีทั้งหมด 400 คน โดยโครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้าเป็นเพศชาย 15 คนคิดเป็นร้อยละ 28.8 เป็นเพศหญิง 37 คน คิดเป็นร้อยละ 71.2

ในส่วนของโครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก ผู้เข้าร่วมโครงการฯ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 286 คน คิดเป็นร้อยละ 82.2 และเป็นเพศชาย 62 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8

ตารางที่ 4
แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<u>โครงการตอบปัญหาธรรมะ ทางก้าวหน้า</u>		
18 -19 ปี	31	59.6
20 -21 ปี	14	26.9
22 -23 ปี	7	13.5
รวม	52	100.0
<u>โครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก</u>		
12 – 13 ปี	163	46.3
14- 15 ปี	111	31.9
16 -17 ปี	70	20.1
18 -19 ปี	4	1.1
รวม	348	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า (1) โครงการตอบปัญหาธรรมะ ทางก้าวหน้า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18 -19 ปี โดยมีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 59.6 รองลงมา มีอายุระหว่าง 20 -21 ปี โดยมีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 26.9 และกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุดมีอายุ 22 -23 ปี โดยมีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5

(2) โครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 12 -13 ปี โดยมีจำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3 รองลงมา มีอายุระหว่าง 14 -15 ปี โดยมีจำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 31.9 และกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุดมีอายุ 18 -19 ปี โดยมีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1

ตารางที่ 5

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<u>โครงการตอบปัญหาธรรมะ ทางก้าวหน้า</u>		
ระดับอุดมศึกษาปีที่ 1	29	55.8
ระดับอุดมศึกษาปีที่ 2	12	23.1
ระดับอุดมศึกษาปีที่ 3	6	11.5
ระดับอุดมศึกษาปีที่ 4	5	9.6
รวม	52	100.0
<u>โครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก</u>		
ม.1-ม.2	216	62.1
ม.3-ม.4	99	28.4
ม.5-ม.6	33	9.5
รวม	348	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่า

- (1) โครงการตอบปัญหาธรรมะ ทางก้าวหน้า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับอุดมศึกษาปีที่ 1 จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 55.8 รองลงมาเป็นการศึกษาระดับอุดมศึกษาปีที่ 2 โดยมีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 23.1 และกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุดมีการศึกษาระดับอุดมศึกษาปีที่ 4 โดยมีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 9.6
- (2) โครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1-2 จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 62.1 รองลงมาคือ กำลังศึกษามัธยมศึกษาปีที่ 3-4 จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 28.4 กลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุดมีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 5-6 โดยมีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5

ตารางที่ 6

แสดงจำนวน และร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการนับถือศาสนา

การนับถือศาสนา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<u>โครงการตอบปัญหาธรรมะทาง ก้าวหน้า</u>		
พุทธ	50	96.2
คริสต์	2	3.8
รวม	52	100.0
<u>โครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก</u>		
พุทธ	347	99.7
คริสต์	1	0.3
รวม	348	100.0

จากตารางที่ 4 (1) โครงการตอบปัญหาธรรมะ ทางก้าวหน้า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีนับถือศาสนาพุทธ จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 96.2 และกลุ่มตัวอย่างที่นับถือศาสนา คริสต์มีจำนวนน้อยที่สุดมี โดยมีจำนวน /2 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8

(2) โครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีนับถือศาสนาพุทธ จำนวน 347 คน คิดเป็นร้อยละ 99.7 และกลุ่มตัวอย่างที่นับถือศาสนาคริสต์มีจำนวนน้อยที่สุดมี มี เพียงจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3

ตารางที่ 7

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนครั้งที่เข้าร่วมโครงการ

จำนวนครั้งที่เข้าร่วมโครงการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<u>โครงการตอบปัญหาธรรมะ ทางก้าวหน้า</u>		
จำนวน 1 ครั้ง	29	55.8
จำนวน 2 ครั้ง	13	25.0
จำนวน 3 ครั้ง	6	11.5
จำนวนมากกว่า 3 ครั้ง	4	7.7
รวม	52	100.0
<u>โครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก</u>		
จำนวน 1 ครั้ง	334	96.0
จำนวน 2 ครั้ง	14	4.0
รวม	348	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่า (1) โครงการตอบปัญหาธรรมะ ทางก้าวหน้า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เข้าร่วมโครงการตอบปัญหาธรรมะ ทางก้าวหน้าจำนวน 1 ครั้ง จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 55.8 รองลงมาได้เข้าร่วมโครงการฯ จำนวน 2 ครั้ง โดยมีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 และกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุดได้เข้าร่วมโครงการจำนวนมากกว่า 3 ครั้ง โดยมีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 7.7

(2) โครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เข้าร่วมโครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลกครั้งแรก จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 71.0 รองลงมาได้เข้าร่วมโครงการฯ ครั้งที่ 2 โดยมีจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 และกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมโครงการทั้ง 2 ครั้ง มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 เท่านั้น

ตารางที่ 8
แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์
โครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า

ข้อ	สื่อ	การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์	
		จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	อาจารย์	25	48.1
2	เจ้าหน้าที่ชมรมพุทธ	48	92.3
3	เพื่อน	45	86.5
4	รุ่นพี่หรือรุ่นน้องในสถาบัน	46	88.5
5	หนังสือมงคลชีวิต	51	98.1
6	เว็บไซต์ www.ibstkn.com	48	92.3
7	เสียงตามสาย	36	69.2
8	โปสเตอร์	51	98.1
9	แผ่นพับ	51	98.1
10	MV ทางก้าวหน้า	44	84.6
11	ค่าย D-mind Camp	25	48.1
12	ค่าย Smile Sbai Camp	33	63.5

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 6 กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ของโครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า จากหนังสือมงคลชีวิต โปสเตอร์ และแผ่นพับ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 98.1 รองลงมา กลุ่มตัวอย่างได้เปิดรับข่าวสารจากเจ้าหน้าที่ชมรมพุทธ คิดเป็นร้อยละ 92.3 และกลุ่มเปิดรับจากอาจารย์น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.1

ตารางที่ 9
แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับ
สื่อประชาสัมพันธ์โครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลก

ข้อ	สื่อ	การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์	
		จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	ผู้อำนวยการ โรงเรียน	319	73.7
2	คุณครู	348	100.0
3	เพื่อน	331	95.1
4	รุ่นพี่หรือรุ่นน้องในโรงเรียน	321	92.2
5	หนังสือลอง.....ดู	306	87.9
6	หนังสือลอง.....ดี	301	86.5
7	หนังสือเดอะรูม (The Room)	320	92.0
8	เว็บไซต์ www.kru.in.th	252	72.4
9	โปสเตอร์	324	93.1
10	เสียงตามสาย	305	82.6
11	ละครฟื้นฟูศิลปกรรมโลก	298	85.6
12	ใบปลิว	314	90.2
13	วีซีดีพุทธศาสนา	326	93.7

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 7 กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ของโครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลก จากคุณครูมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100.0 รองลงมา กลุ่มตัวอย่างได้เปิดรับข่าวสารจาก เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 95.1 และกลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารจากเว็บไซต์ www.kru.in.th น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.4

ตารางที่ 10 แสดงการร้อยละ ค่าเฉลี่ย และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความรู้ของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับโครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า

ข้อความ	จำนวนที่ตอบถูก	จำนวนที่ตอบผิด	X	S.D	ระดับความรู้
(1) โครงการตอบปัญหาธรรม “ทางก้าวหน้า” ดำเนินการโดย ชมรมพุทธศาสตร์สากลฯ ที่มีการจัดสอบอย่างต่อเนื่องมามากกว่า 25 ปี	47 (90.4)	5 (9.6)	0.90	0.29	สูง
(2) โครงการตอบปัญหาธรรม “ทางก้าวหน้า” มีการจัดสอบตั้งแต่ระดับอนุบาล จนถึงระดับ ครู อาจารย์	47 (90.4)	5 (9.6)	0.90	0.29	สูง
(3) หนังสือมงคลชีวิต เป็นมงคลสูตร 38 ประการ อันเป็นคำสอนของพระสัมมาสัมพุทธเจ้า ที่จะนำมาซึ่งความเจริญ ความเป็นสิริมงคล และความสุขในการดำเนินชีวิต	52 (100.0)	0 (0.00)	1.00	1.00	สูง
(4) เป็นโครงการ ที่สร้างเครือข่ายนิสิต นักศึกษาจากทั่วทุกสถาบันการศึกษา เป็นผู้รับผิดชอบในการจัดสอบประสานงาน บริหารจัดการให้ดำเนินไปอย่างดีที่สุด	50 (96.2)	2 (3.8)	0.96	0.19	สูง
(5) โครงการตอบปัญหาธรรมะ “ทางก้าวหน้า” ได้เข้าร่วมในโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมสันติภาพขององค์การยูเนสโกแห่งสหประชาชาติ	40 (76.9)	12 (23.1)	0.76	0.42	ปานกลาง
(6) โถรางวัลสำหรับผู้ชนะเลิศการสอบประเภทต่าง ๆ ได้รับการสนับสนุนจากองค์กรต่าง ๆ ทั้งภายในและต่างประเทศ	42 (80.8)	10 (19.2)	0.80	0.39	สูง
ค่าเฉลี่ยรวม			0.89		สูง

จากตารางที่ 8 เมื่อพิจารณาจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของความรู้เกี่ยวกับโครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า พบว่า จากคำถามที่ใช้วัดความรู้เกี่ยวกับโครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้าจำนวน 6 ข้อ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการรับรู้ภาพรวมในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ย 0.89

เมื่อพิจารณาความรู้เกี่ยวกับโครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้าในแต่ละด้าน พบว่า คำถามที่กลุ่มตัวอย่างมีความรู้มากที่สุด คือข้อที่ 3 หนังสือมงคลชีวิต เป็นมงคลสูตร 38 ประการ อันเป็นคำสอนของพระสัมมาสัมพุทธเจ้า ที่จะนำมาซึ่งความเจริญ ความเป็นสิริมงคล และความสุขในการดำเนินชีวิต คิดเป็นร้อยละ 100.0 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.00

รองลงมาคือคำถามข้อที่ 4 ทราบว่าโครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า ได้สร้างเครือข่ายนิสิต นักศึกษาจากทั่วทุกสถาบันการศึกษา เป็นผู้รับผิดชอบในการจัดสอบ ประสานงานบริหารจัดการให้ดำเนินไปอย่างดีที่สุด คิดเป็นร้อยละ 96.2 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.76

ส่วนคำถามที่กลุ่มตัวอย่างมีความรู้น้อยที่สุด คือ คำถามข้อที่ 5 โครงการตอบปัญหาธรรมะ “ทางก้าวหน้า” ได้เข้าร่วมในโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมสันติภาพขององค์การยูเนสโก แห่งสหประชาชาติ คิดเป็นร้อยละ 76.9 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.76

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับความรู้เกี่ยวกับโครงการ
 ตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า

ระดับความรู้เกี่ยวกับโครงการ ตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มีความรู้ระดับสูง	44	84.6
มีความรู้ปานกลาง	4	7.7
มีความรู้ระดับต่ำ	4	7.7
รวม	52	100.0

จากตารางที่ 9 โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับโครงการตอบปัญหา
 ธรรมะทางก้าวหน้าอยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 84.6 ส่วนกลุ่มตัวอย่างส่วนน้อย มีความรู้
 ระดับปานกลางและระดับต่ำ คิดเป็นร้อยละ 7.7

ตารางที่ 12 แสดงการร้อยละ ค่าเฉลี่ย และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความรู้ของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับโครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลก

ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ ฟื้นฟูศิลปกรรมโลก “ V – Star ”	จำนวนที่ ตอบถูก	จำนวน ที่ตอบ ผิด	X	S.D	ระดับ ความรู้
(1) V – Star มาจากคำว่า Virtuous Star แปลว่า “ดาวแห่งความดี ”	321 (92.2)	27 (7.8)	0.92	0.26	สูง
(2) เป็นโครงการที่สอดคล้องกับคุณธรรมพื้นฐาน 8 ประการ ที่กระทรวงศึกษาธิการ กำหนดให้ปลูกฝังกับเยาวชน	265 (76.1)	83 (23.9)	0.76	0.42	ปาน กลาง
(3) โครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลก มีความมุ่งหวังที่จะสร้าง <i>ผู้นำเยาวชนต้นแบบด้าน ศีลธรรม</i>	327 (94.0)	21 (6.0)	0.94	0.23	สูง
(4) คุณธรรมพื้นฐานที่ต้องการปลูกฝังให้กับผู้เข้าร่วมโครงการคือ วินัย เคารพ อดทน	315 (90.5)	33 (9.5)	0.91	0.29	สูง
(5) โครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลก เน้นการปลูกฝังศีลธรรมและคุณธรรมโดยการปฏิบัติจริง จนเป็นนิสัยผ่านกิจวัตร และกิจกรรม	316 (90.8)	32 (9.2)	0.91	0.28	สูง
(6) มีการติดตามและประเมินผลโครงการอย่างเป็นระบบ	252 (72.4)	95 (27.3)	0.74	0.47	ปาน กลาง
ค่าเฉลี่ยรวม			0.86		สูง

จากตารางที่ 10 เมื่อพิจารณาจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของความรู้เกี่ยวกับโครงการตอบฟื้นฟูศิลปกรรมโลก พบว่า จากคำถามที่ใช้วัดความรู้เกี่ยวกับโครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลก จำนวน 6 ข้อ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการรับรู้ภาพรวมในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ย 0.86

เมื่อพิจารณาความรู้เกี่ยวกับโครงการตอบปัญหาธรรมชาติทางก้าวหน้าในแต่ละด้าน พบว่า คำถามที่กลุ่มตัวอย่างมีความรู้มากที่สุด คือข้อที่ 3 โครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลก มีความมุ่งหวังที่จะสร้าง ผู้นำเยาวชนต้นแบบด้านศิลปกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.94

รองลงมาคือคำถามข้อที่ 1 คือกลุ่มตัวอย่างมีความรู้ว่า V – Star มาจากคำว่า Virtuous Star แปลว่า “ ดาวแห่งความดี ” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.92

ส่วนคำถามที่กลุ่มตัวอย่างมีความรู้น้อยที่สุด คือ คำถามข้อที่ 6 คือ ทราบว่าโครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลกมีการติดตามและประเมินผลโครงการอย่างเป็นระบบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.74

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับความรู้เกี่ยวกับโครงการ
ฟื้นฟูศิลปกรรมโลก

ระดับความรู้เกี่ยวกับโครงการ ฟื้นฟูศิลปกรรมโลก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มีความรู้ระดับสูง	331	95.1
มีความรู้ปานกลาง	16	4.6
มีความรู้ระดับต่ำ	1	0.3
รวม	348	100.0

จากตารางที่ 11 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับโครงการตอบฟื้นฟูศิลปกรรมโลก
อยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 95.1 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่าง มีความรู้ระดับปานกลาง คิดเป็น
ร้อยละ 4.6 และมีความรู้ระดับต่ำมีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.3

ตารางที่ 14 แสดงการร้อยละ ค่าเฉลี่ย และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทักษะของกุ่มตัวอย่าง
เกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์โครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า

ข้อความ	ดีมาก	ดี	ปานกลาง	น้อย	น้อยมาก	ไม่ได้ เข้า ร่วม/ ไม่ ตอบ	X	S.D	ระดับ ทัศนคติ
1. โปสเตอร์									
1.1 การออกแบบทันสมัย สวยงาม	16 (30.2)	32 (60.4)	4 (7.5)	-	-	-	4.23	0.58	ดี
1.2 ภาพโปสเตอร์กระตุ้นความ สนใจ และดึงดูดใจ	13 (24.5)	30 (56.6)	8 (15.1)	1 (1.9)	-	-	4.05	0.69	ดี
2. แผ่นพับ									
2.1 การออกแบบสวยงาม , น่าสนใจ	20 (37.7)	25 (47.2)	7 (13.5)	-	-	-	4.25	0.68	ดี
2.2 ภาพประกอบสื่อความหมาย	24 (45.3)	26 (49.1)	2 (3.8)	-	-	-	4.42	0.57	ดี
2.3 รายละเอียดในแผ่นพับ เข้าใจได้ง่าย	19 (35.8)	29 (54.7)	4 (7.5)	-	-	-	4.28	0.60	ดี
4. คู่มือ Supervisor									
4.1 การเรียบเรียงเนื้อหา อ่านเข้าใจง่าย	21 (39.6)	26 (49.1)	5 (9.4)	-	-	-	4.30	0.64	ดี
4.2 ปริมาณเนื้อหา พอเหมาะ	23 (43.4)	21 (39.6)	8 (15.1)	-	-	-	4.2	0.72	ดี

ข้อความ	ดีมาก	ดี	ปานกลาง	น้อย	น้อยมาก	ไม่ได้เข้ารวม/ไม่ตอบ	X	S.D	ระดับทัศนคติ
5. Pocket book เล่มเล็ก (เรื่องในรั้ว , เก็บใบไม้ , vision)									
5.1 เนื้อหามีสาระ ให้ข้อคิด, ให้กำลังใจ	27 (50.9)	23 (43.4)	2 (3.8)	-	-	-	4.48	0.57	ดี
5.2 การออกแบบรูปเล่ม	8 (15.1)	37 (69.8)	6 (11.3)	-	-	1 (1.9)	4.13	0.86	ดี
6. การอบรม Supervisor									
6.1 การถ่ายทอดความรู้ของพี่เลี้ยง	11 (20.8)	34 (64.2)	7 (13.2)	-	-	-	4.07	0.58	ดี
6.2 รูปแบบกิจกรรมน่าสนใจ	15 (28.3)	26 (49.1)	11 (20.8)	-	-	-	4.07	0.70	ดี
6.3 สื่อประกอบการอบรม	21 (39.6)	25 (47.2)	5 (9.4)	-	-	1 (1.9)	4.40	0.91	ดี
7. เว็บไซต์ ww.Ibstkn.com									
7.1 ความสะดวกในการค้นหาข้อมูล	21 (39.6)	26 (49.1)	5 (9.4)	-	-	-	4.30	0.64	ดี
7.2 ความทันสมัยของข้อมูลข่าวสาร	23 (43.4)	21 (39.6)	8 (15.1)	-	-	-	4.28	0.72	ดี

ข้อความ	ดีมาก	ดี	ปานกลาง	น้อย	น้อยมาก	ไม่ได้เข้ารวม/ไม่ตอบ	X	S.D	ระดับทัศนคติ
7.3 การออกแบบเว็บไซต์ เช่น ลักษณะการจัดหน้าเว็บไซต์, สี, ตัวอักษร	21 (39.6)	27 (50.9)	4 (7.5)	-	-	-	4.32	0.61	ดี
8. กิจกรรมค่าย D – mind Camp	15 (28.8)	9 (17.3)	1 (1.9)	-	-	27 (5.9)	4.56	0.80	ดีมาก
9. กิจกรรมค่าย Smile Sbai Camp	24 (45.3)	8 (15.1)	1 (1.9)	-	-	19 (35.8)	4.69	0.75	ดีมาก
	ค่าเฉลี่ยรวม						4.06		ดี

จากตารางที่ 14 เมื่อพิจารณาจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของทัศนคติเกี่ยวกับสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์โครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า พบว่า จากคำถามที่ใช้วัดทัศนคติเกี่ยวกับสื่อและกิจกรรมโครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้าจำนวน 19 ข้อ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีทัศนคติในภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 4.06

เมื่อพิจารณาทัศนคติเกี่ยวกับสื่อและกิจกรรมของโครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้าในแต่ละด้าน พบว่า คำถามที่กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่ดีมากที่สุด คือข้อที่ 8 การจัดกิจกรรมค่าย Smile Sbai Camp มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69 รองลงมาคือคำถามข้อที่ 9 กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่ดีต่อ การจัดกิจกรรมค่าย D – mind Camp มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56

ส่วนคำถามที่กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติน้อยที่สุด คือ คำถามข้อที่ 2 ภาพโปสเตอร์กระตุ้นความสนใจ และดึงดูดใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามระดับทัศนคติที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์โครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า

ระดับทัศนคติที่มีต่อสื่อ ประชาสัมพันธ์โครงการตอบปัญหา ธรรมะทางก้าวหน้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มีทัศนคติระดับดีมาก	19	36.5
มีทัศนคติระดับดี	33	63.5
มีทัศนคติระดับปานกลาง	-	-
มีทัศนคติระดับน้อย	-	-
มีทัศนคติระดับน้อยมาก	-	-
รวม	52	100.0

จากตารางที่ 15 เมื่อพิจารณาจำนวนและร้อยละของระดับทัศนคติที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์โครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า โดยแบ่งได้ 5 ระดับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติระดับดีต่อสื่อประชาสัมพันธ์โครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.5 รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีทัศนคติระดับดีมาก คิดเป็นร้อยละ 36.5 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีทัศนคติระดับปานกลาง น้อย และน้อยมาก ไม่ปรากฏค่าเฉลี่ยตามข้างต้น

ตารางที่ 16 แสดงการร้อยละ ค่าเฉลี่ย และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทักษะคติของกลุ่มตัวอย่าง
เกี่ยวกับสื่อโครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลก

ข้อความ	ดีมาก	ดี	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่เคยเห็น / ไม่เคยเข้าร่วม	X	S.D	ระดับทัศนคติ
1. โปสเตอร์									
1.1 การออกแบบทันสมัยสวยงาม	100 (28.7)	138 (39.5)	74 (21.2)	11 (3.2)	-	25 (7.1)	4.01	1.32	ดี
1.2 ภาพโปสเตอร์กระตุ้นความสนใจ และดึงดูดใจ	72 (20.6)	150 (43.0)	88 (25.2)	13 (3.7)	-	25 (7.1)	3.86	1.28	ดี
2. ละครฟื้นฟูศิลปกรรมโลก									
2.1 เนื้อเรื่องน่าสนใจและน่าศึกษา	201 (57.6)	70 (24.1)	31 (8.9)	2 (0.6)	-	44 (12.6)	4.54	1.64	ดีมาก
2.2 นำเสนอตัวอย่างการทำ ความดีได้อย่างชัดเจน	181 (51.9)	98 (28.1)	23 (6.6)	2 (0.6)	-	44 (12.6)	4.50	1.59	ดีมาก
2.3 เป็นแบบอย่างในการฝึก ปฏิบัติกิจกรรมใน โครงการฯ	158 (45.4)	115 (33.0)	29 (8.3)	1 (0.3)	-	44 (12.6)	4.40	1.62	ดี
3. เว็บไซต์ www. Kru.in.th									
3.1 ความสะดวกในการ ค้นหาข้อมูล	30 (8.6)	97 (27.8)	113 (32.4)	12 (3.4)	-	96 (27.5)	3.57	1.72	ดี

ข้อความ	ดีมาก	ดี	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่เคยเห็น/ไม่เคยเข้าร่วม	X	S.D	ระดับทัศนคติ
3.2 ความทันสมัยของข้อมูล ข่าวสาร (Update)	47 (13.5)	93 (26.6)	97 (27.8)	16 (4.6)	-	96 (27.5)	3.69	1.79	ดี
3.3 การออกแบบเว็บไซต์ เช่น ลักษณะการจัดหน้าเว็บไซต์, สี, ตัวอักษร	42 (12.0)	85 (24.4)	108 (30.9)	18 (5.2)	-	96 (27.5)	3.61	1.75	ดี
4. ใบปลิว (ประกวาดเขียนโทษสุรา, เรียงความมหัศจรรย์ ถัดไป)									
4.1 การออกแบบน่าสนใจ, น่าอ่าน	92 (26.4)	121 (34.2)	86 (24.6)	11 (3.2)	4 (1.1)	34 (9.7)	3.91	1.44	ดี
4.2 ข้อมูล ครบถ้วน เข้าใจง่าย	93 (26.6)	134 (39.3)	74 (21.2)	10 (2.9)	1 (0.3)	34 (9.7)	3.96	1.41	ดี
5. การจัดรายการเสียงตามสาย (v-star)ในโรงเรียน									
5.1 รูปแบบการดำเนินรายการน่าสนใจ และน่าติดตาม	109 (31.2)	150 (43.0)	76 (21.8)	8 (2.3)	1 (0.3)	4 (1.2)	4.04	0.94	ดี
5.2 ข้อมูลหรือเนื้อหาที่พูดในการจัดรายการเสียงตามสายมีสาระ ประโยชน์	128 (36.7)	141 (40.4)	71 (20.3)	2 (0.6)	1 (0.3)	5 (1.5)	4.16	0.95	ดี

ข้อความ	ดีมาก	ดี	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่เคยเห็น/ไม่เคยเข้าร่วม	X	S.D	ระดับทัศนคติ
6. กิจกรรมการพัฒนาโรงเรียน เช่น พัฒนาห้องน้ำ, ความสะอาดโรงเรียน ฯลฯ	103 (29.5)	162 (46.4)	66 (18.9)	7 (2.0)	4 (1.1)	3 (0.9)	4.04	1.01	ดี
7. ชมรม V-star Club									
7.1 การสวดมนต์ ทำวัตร	125 (35.8)	128 (36.7)	82 (23.5)	9 (2.6)	1 (0.3)	3 (0.9)	4.05	0.94	ดี
7.2 การจัดตั้งกบฏ	193 (55.3)	104 (29.7)	48 (13.8)	-	-	4 (1.2)	4.57	0.86	ดีมาก
7.3 การจัดรายการเสียงตามสาย	106 (30.4)	159 (45.6)	72 (20.6)	7 (2.0)	-	2 (0.6)	4.06	0.90	ดี
7.4 การเข้าร่วมกิจกรรมพุทธศาสนาในชุมชน เช่น ทอดกฐิน , ตักบาตร เป็นต้น	124 (35.5)	147 (42.1)	64 (18.3)	5 (1.4)	2 (0.6)	6 (1.7)	4.10	0.98	ดี
8. กิจกรรมวันประเมินมาตรฐานศีลธรรม									
8.1 การทดสอบวัฒนธรรมชาวพุทธ	120 (30.4)	164 (47.0)	46 (13.2)	3 (0.9)	-	14 (4.0)	4.19	1.08	ดี
8.2 การชมนิทรรศการพุทธประวัติ	154 (44.3)	157 (45.1)	21 (6.0)	1 (0.3)	1 (0.3)	14 (4.0)	4.38	1.05	ดี

ข้อความ	ดีมาก	ดี	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่เคยเห็น/ไม่เคยเข้าร่วม	X	S.D	ระดับทัศนคติ
9. นิทรรศการพุทธประวัติและทศชาติชาดก									ดี
9.1 ให้ความรู้ด้านพุทธประวัติและกฎแห่งกรรม	126 (36.1)	171 (49.0)	30 (8.6)	7 (2.3)	-	14 (4.0)	4.24	1.09	ดี
9.2 การจัดบอร์ดสวยงามดึงดูดใจ	143 (41.0)	148 (42.4)	34 (9.7)	5 (1.4)	-	14 (4.0)	4.25	1.22	ดี
10 . สื่อการเรียนรู้ (หนังสือ ลองดี , ลองดู , The Room)						ไม่ตอบ			ดี
10.1 เนื้อหาให้สาระ ความรู้	104 (29.8)	189 (54.2)	46 (13.2)	5 (1.4)	1 (0.3)	3 (0.9)	4.17	0.83	ดี
10.2 ภาพ และการ์ตูนสวยงาม น่าอ่าน	116 (33.2)	177 (50.7)	51 (14.6)	2 (0.6)	-	ไม่ตอบ 2 (0.6)	4.20	0.77	ดี
ค่าเฉลี่ยรวม							3.92		ดี

จากตารางที่ 16 เมื่อพิจารณาจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของเกี่ยวกับสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์โครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลก พบว่า จากคำถามที่ใช้วัดทัศนคติเกี่ยวกับสื่อและกิจกรรมโครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลก จำนวน 23 ข้อ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีทัศนคติในภาพรวมอยู่ในระดับดี อยู่ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน โดยมีค่าเฉลี่ย 3.92

เมื่อพิจารณาทัศนคติเกี่ยวกับสื่อและกิจกรรมของโครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลกในแต่ละด้านพบว่า คำถามที่กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่ดีมากที่สุด คือข้อที่ 7.2 การจัดกิจกรรมการตักบาตรของชมรม V-Star Club โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57

รองลงมาคือคำถามข้อที่ 2.1 กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่ดีต่อ เนื้อหาของละครฟื้นฟูศิลปกรรมโลกมี ความน่าสนใจ และน่าศึกษา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54

ส่วนคำถามที่กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติน้อยที่สุด คือ คำถามข้อที่ 3.1 ความสะดวกในการค้นหาข้อมูลในเว็บไซต์ www.Kru.in.th ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามระดับทัศนคติที่มีต่อสื่อการประชาสัมพันธ์โครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลก

ระดับทัศนคติที่มีต่อสื่อการประชาสัมพันธ์โครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มีทัศนคติระดับดีมาก	25	7.1
มีทัศนคติระดับดี	247	70.8
มีทัศนคติระดับปานกลาง	69	19.8
มีทัศนคติระดับน้อย	4	2.3
มีทัศนคติระดับน้อยมาก	3	0.9
รวม	348	100.0

จากตารางที่ 17 เมื่อพิจารณาจำนวนและร้อยละของระดับทัศนคติที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์โครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลก โดยแบ่งได้ 5 ระดับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติระดับดีต่อสื่อประชาสัมพันธ์โครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลก คิดเป็นร้อยละ 70.8 รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีทัศนคติระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 19.8 และกลุ่มตัวอย่างที่มีทัศนคติระดับดีมาก คิดเป็นร้อยละ 7.1

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีทัศนคติระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.3 และกลุ่มตัวอย่างที่มีทัศนคติระดับน้อยมาก มีจำนวนน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 0.9 เท่านั้น

ปัจจัยที่ทำให้เยาวชนตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมเชิงจริยธรรมของชมรมพุทธศาสตร์สากลฯ

เป็นการศึกษาปัจจัยทางสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มตัวอย่าง ทั้งสื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อเฉพาะกิจ และสื่อกิจกรรม รางวัลและทุนการศึกษา โดยการเรียงลำดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรม 3 อันดับ โดยสามารถแจกแจงผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของเยาวชนเข้าร่วมโครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้าเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย

สื่อ	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า		
	อันดับที่ 1	อันดับที่ 2	อันดับที่ 3
1. รุ่นพี่ / รุ่นน้องในสถาบัน	15 (28.8)	7 (13.5)	7 (13.5)
2. เพื่อน	8 (15.4)	11 (21.2)	6 (11.5)
3.เจ้าหน้าที่ชมรมพุทธ	6 (11.5)	9 (17.3)	7 (13.5)
4.หนังสือมงคลชีวิต	3 (5.8)	10 (19.2)	3 (5.8)
5. การอบรม Supervisor	2 (3.8)	5 (9.6)	9 (17.3)
6. อาจารย์	5 (9.6)	1 (1.9)	3 (5.8)
7.MV ทางก้าวหน้า	4 (7.7)	2 (3.8)	3 (5.8)
8. สมัครใจเอง	4 (7.7)	1 (1.9)	2 (3.8)

สื่อ	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการตอบ ปัญหาธรรมชาติทางก้าวหน้า		
	อันดับที่ 1	อันดับที่ 2	อันดับที่ 3
9. ค่าย D-mind Camp	1 (1.9)	2 (3.8)	3 (5.8)
10. ผู้ปกครอง	1 (1.9)	1 (1.9)	1 (1.9)
11. โปสเตอร์	1 (1.9)	1 (1.9)	2 (3.8)
12. ทุนการศึกษาและ รางวัล	2 (3.8)	-	1 (1.9)
13. ค่าย Smile Sbai Camp	-	1 (1.9)	1 (1.9)
14. เจ้าหน้าที่โครงการ	-	1 (1.9)	1 (1.9)
15. แผ่นพับ	-	-	2 (3.8)
16. เว็บไซต์	-	-	-

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 18 เมื่อพิจารณา จำนวนร้อยละของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของเยาวชนเข้าร่วมโครงการตอบปัญหาธรรมชาติทางก้าวหน้า โดยจำแนกจากอันดับที่ 1 ถึงอันดับที่ 3 พบว่า ปัจจัยที่มีผลอันดับที่ 1 มากที่สุดคือ รุ่นพี่รุ่นน้องในสถาบัน คิดเป็นร้อยละ 28.8 รองลงมาคือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 15.4 และเจ้าหน้าที่ชมรมฯ คิดเป็นร้อยละ 11.5 ส่วนปัจจัยที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการตอบปัญหาธรรมชาติทางก้าวหน้า คือ เว็บไซต์

ข้อเสนอแนะ สำหรับโครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า

- อยากให้มีการออกแบบสื่อที่ดูทันสมัยมากกว่านี้
- สำหรับแผ่นพับของโครงการอยากให้มีเนื้อหามากกว่านี้ และอยากให้มีการเข้าค่ายมากกว่า 3 วัน และควรมีกิจกรรมที่สามารถให้น้อง ๆ ได้ผ่อนคลายมากกว่านี้ มีช่วงเวลาดำเนินการมากกว่านี้
- ควรมีการจัดกิจกรรมค่ายให้มากขึ้นและสม่ำเสมอ โดยหาสถานที่พักที่สะอาด เหมาะสม สามารถรับจำนวนได้มากขึ้น
- ควรมีการประชาสัมพันธ์โครงการผ่านสื่อต่าง ๆ ให้ทั่วถึงและเข้าใจมากขึ้น

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของเยาวชนเข้าร่วมโครงการ
ฟื้นฟูศีลธรรมโลกเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

ชื่อ	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก		
	อันดับที่ 1	อันดับที่ 2	อันดับที่ 3
1. คุณครู	201 (57.8)	66 (19.0)	28 (8.0)
2. สมัครใจเอง	62 (17.8)	59 (17.0)	65 (18.7)
3. เพื่อน	40 (11.5)	63 (18.1)	72 (2..7)
4. ชมรม V-Star Club	14 (4.0)	34 (9.8)	38 (10.9)
5. ละครฟื้นฟูศีลธรรมโลก	12 (3.4)	30 (8.6)	30 (8.6)
6. รุ่นพี่ / รุ่นน้องในโรงเรียน	6 (1.7)	23 (6.6)	28 (8.0)
7. สื่อหลักสูตร Best Note	8 (2.3)	37 (10.6)	2 (0.6)
8. โพสต์เตอร์	1 (0.3)	19 (5.5)	24 (6.9)
9. เสียงตามสาย	1 (0.3)	2 (0.6)	21 (6.0)
10. เข็มรางวัลและประกาศนียบัตร	-	4 (1.1)	17 (4.9)
11. ถ่ายเขวชนนานาชาติ	-	11 (3.2)	5 (1.4)
12. อื่น ๆ คือ ผู้ปกครอง	3 (0.9)	-	1 (0.3)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 19 เมื่อพิจารณา จำนวนร้อยละของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของเยาวชน เข้าร่วมโครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า โดยจำแนกจากอันดับที่ 1 ถึงอันดับที่ 3 พบว่า ปัจจัยที่มีผลอันดับที่ 1 มากที่สุด มีสัดส่วนมากกว่าครึ่งหนึ่ง คือ คุณครูในโรงเรียน คิดเป็นร้อยละ 57.8 รองลงมาคือ การสมัครใจเข้าร่วมโครงการฯ เอง คิดเป็นร้อยละ 17.8 และเพื่อนมีผลต่อการตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 11.5 และชมรม V-Star Club คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลน้อยที่สุดต่อการตัดสินใจ โครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลก คือ ผู้ปกครอง คิดเป็นร้อยละ 0.9

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ ความพึงพอใจของเยาวชนต่อละครฟื้นฟูศิลปกรรมโลก
โครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลก

ลำดับ	เรื่อง	ความพึงพอใจต่อละครฟื้นฟูศิลปกรรมโลก	
		จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	ทองลั่นหลัง	106	30.4
2	แสงแห่งศรัทธา	59	16.9
3	อภินิหารดาวแห่งความดี	50	15.0
4	กล้าดี	40	11.4
5	เมื่อฟ้าเปลี่ยนสี	31	8.9
6	ค่าน้อย	14	4.0
7	ไม่เคยชม	44	12.6
8	ไม่ตอบ	4	1.1
รวม		348	100.0

จากตารางที่ 20 นักเรียนในโครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลก มีความพึงพอใจต่อละครฟื้นฟูศิลปกรรมโลกมากที่สุด คือ ละครเรื่องทองล้นหลัง คิดเป็นร้อยละ 35.3 รองลงมาคือ ละครเรื่องแสงแห่งศรัทธา คิดเป็นร้อยละ 17.5 เรื่องอภินิหารดาวแห่งความดี ร้อยละ 15.0 ละครเรื่องกล้าดี คิดเป็นร้อยละ 11.4 และละครเมื่อฟ้าเปลี่ยนสี ร้อยละ 8.9 ส่วนละครที่นักเรียนพึงพอใจน้อยที่สุดคือ ละครเรื่องค่าน้อย มีจำนวนร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ ความต้องการมาร่วมงานวันประเมินมาตรฐานศิลปกรรมในครั้งต่อไปของนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลก

ความต้องการเข้าร่วมงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อยากมา	324	93.1
ไม่อยากมา	24	6.8
รวม	348	100.0

จากตารางที่ 21 นักเรียนที่เข้าร่วมโครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลกโดยส่วนใหญ่มีความต้องการเข้าร่วมวันประเมินมาตรฐานศิลปกรรมในครั้งต่อไป คิดเป็นร้อยละ 93.1 และนักเรียนส่วนน้อยที่ไม่ต้องการเข้าร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 6.8

ข้อเสนอแนะ เหตุผลที่ไม่อยากมาร่วมงานวันประเมินมาตรฐานศีลธรรม คือ

- นั่งสมาธินาน
- เหนื่อย เพราะกิจกรรมเข้าจนถึงค่ำ
- ไม่ค่อยสนุก
- กิจกรรมใช้เวลานานเกินไป ต้องกลับถึงบ้านค่ำ โดยเฉพาะบ้านอยู่ไกล
- ต้องรีบมาร่วมงาน ทำให้ไม่ได้ทานข้าวตอนเช้า
- ใช้เวลาทั้งวัน ตอนเย็นรู้สึกเหนื่อยล้า

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์การวิจัย 3 ประการ คือ

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อโน้มน้าวเยาวชนเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมเชิงจริยธรรมของชมรมพุทธศาสตร์สากลฯ
2. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ ทักษะคิดของเยาวชนต่อการประชาสัมพันธ์ของกิจกรรมเชิงจริยธรรมของชมรมพุทธศาสตร์สากลฯ
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ทำให้เยาวชนตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมเชิงจริยธรรมของชมรมพุทธศาสตร์สากลฯ

โดยการวิจัยได้แบ่งการศึกษาวิจัยเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษากลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ของโครงการที่อบรมศีลธรรมให้กับเยาวชนของชมรมพุทธศาสตร์สากลฯ ประกอบด้วย 2 โครงการ คือ โครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า และ โครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก โดยการศึกษาวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้อง (Document analysis) และสื่อต่างๆ ของโครงการ ประกอบกับการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ทั้งในกลุ่มบุคลากรระดับบริหารและกลุ่มการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์จำนวน 5 คน

ส่วนที่ 2 เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อสำรวจการเปิดรับข่าวสารความรู้ ทักษะคิด และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าร่วมเชิงจริยธรรมของชมรมพุทธศาสตร์สากลฯ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากตัวแทนประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร คือ

- 1.โครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า กลุ่มตัวอย่างคือ นิสิต นักศึกษา ในระดับอุดมศึกษา อายุระหว่าง 19 - 22 ปี
- 2.โครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลาย มีอายุระหว่าง 13 - 18 ปี โดยเก็บตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi - Stage Sampling)

สรุปผลการวิจัย

เพื่อให้สอดคล้องกับวิธีการวิจัย ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอสรุปผลการวิจัยเป็น 2 ส่วนของทั้ง 2 โครงการ คือ

ส่วนที่ 1 การศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของโครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า และ โครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก

จากการสัมภาษณ์ บุคลากรที่มีหน้าที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการศึกษาจากเอกสารและสื่อต่าง ๆ ของโครงการ ผลการศึกษามีรายละเอียดดังนี้

โครงการตอบปัญหาธรรมะ ทางก้าวหน้า

ความเป็นมาและแนวคิดการดำเนินงาน

ปัจจุบันนี้สภาพศีลธรรมในหมู่เยาวชนได้เสื่อมถอยลงไปอย่างมาก อันเป็นผลกระตบมาจากความเจริญเติบโตของเทคโนโลยีและการแผ่ขยายอารยธรรมตะวันตก ซึ่งทำให้เกิดปัญหาสังคมอื่น ๆ ตามมา ดังนั้น ชมรมพุทธศาสตร์สากล ในอุปถัมภ์สมเด็จพระมหารัชมังคลาจารย์ จึงได้มีนโยบายจัดทำโครงการตอบปัญหาธรรมะ ทางก้าวหน้า ขึ้น ซึ่งเป็นโครงการที่ส่งเสริมให้เยาวชนและประชาชนทั่วไป ได้ศึกษาหลักธรรมในพระพุทธศาสนา ทำให้มีหลักในการดำเนินชีวิตที่ถูกต้อง ซึ่งส่งผลให้ปัญหาดังกล่าวนั้นลดน้อยลงไป

กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์

จากการศึกษาพบว่า การทำประชาสัมพันธ์ของโครงการตอบปัญหาธรรมะ ทางก้าวหน้า ประกอบด้วยกลยุทธ์ ต่อไปนี้

1. กลยุทธ์การสื่อสาร

โดยนำเอาสื่อหลากหลายประเภทมาใช้เพื่อให้ข้อมูล รายละเอียด สร้างความเข้าใจให้ผู้บริหาร และบุคลากรการศึกษาและใช้ในการเชิญชวนนักเรียน นิสิต นักศึกษา คือ

- สื่อบุคคล
- สื่อสิ่งพิมพ์
- สื่อเฉพาะกิจ
- สื่อเว็บไซต์
- สื่อมิวสิควิดีโอ (MV)
- สื่อของที่ระลึก
- สื่อกิจกรรม

2. กลยุทธ์การสร้างเครือข่าย

2.1 การสร้างเครือข่ายภายในประเทศ

การสร้างเครือข่ายบุคคลที่ทำหน้าที่จัดสอบ

ได้แบ่งระดับการประสานงานได้ คือ

1. **ผู้อำนวยการภาค** เจ้าหน้าที่จากโครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า เป็นผู้ดูแลงานเกี่ยวกับการประสานงานการจัดสอบในภาคต่าง ๆ มีทั้งหมด 5 ภาค
2. **หัวหน้าจังหวัด** คือ สมาชิกจากชมรมพุทธจากสถาบันต่าง ๆ ที่มีประสบการณ์ในการทำหน้าที่ผู้ประสานงานศูนย์สอบ มาก่อน หรือเคยเป็นหัวหน้าจังหวัด หรือหัวหน้าผู้ช่วยจังหวัดมาก่อน
3. **ผู้ประสานงานศูนย์สอบ (ผู้ประสานงานศูนย์สอบ)** นิสิต นักศึกษาในมหาวิทยาลัยเข้าร่วมการทำหน้าที่เป็นตัวแทนของโครงการฯ เพื่อดำเนินการจัดสอบ โดยทำหน้าที่ประสานงานและจัดการให้การจัดสอบตอบปัญหาธรรมะ ทางก้าวหน้า ณ ศูนย์สอบประจำอำเภอที่รับผิดชอบ ซึ่งกระจายอยู่ทั่วประเทศ
4. **กรรมการคุมสอบ** คือ นักศึกษาในระดับ ปวส. หรือเทียบเท่า จากสถาบันอาชีวศึกษาและวิทยาลัยในจังหวัดที่จัดสอบ ซึ่งทางโครงการฯ ได้ติดต่อประสานงานเพื่อให้ทำหน้าที่คุมสอบในแต่ละห้องสอบ

2.2. การสร้างความร่วมมือจากองค์กรต่างประเทศ

โครงการตอบปัญหาธรรมะ ทางก้าวหน้า ได้เข้าร่วมเป็นโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมสันติภาพของยูเนสโก โดยทางองค์การยูเนสโกได้บรรจุตัวโครงการตอบปัญหาธรรมะ ทางก้าวหน้า ไว้ในหมวดส่งเสริม การศึกษาเพื่อวัฒนธรรมสันติภาพและความไม่รุนแรง ทางชมรมพุทธศาสตร์สากลฯ อยู่ในฐานะเป็นศูนย์ภาคีขององค์การยูเนสโก จึงได้เข้าร่วมประชุมกับศูนย์ภาคีต่าง ๆ เมื่อได้มีการจัดประชุมนานาชาติทางด้านงานเยาวชนของศูนย์ภาคีในภูมิภาคต่าง ๆ จึงนับเป็นการยกระดับการสานสัมพันธ์และประสานความร่วมมือกับเครือข่ายองค์กรในต่างประเทศ และการเผยแพร่ผลงานของโครงการออกสู่นานาชาติ

3.กลยุทธ์การโน้มน้าวใจ

การให้รางวัล

เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจเยาวชนให้เข้าร่วมโครงการและให้กำลังใจกับสถาบันการศึกษา ที่ให้การสนับสนุนการดำเนินโครงการให้ประสบความสำเร็จ จึงจัดให้มีพิธีมอบโล่รางวัลและทุนการศึกษาเป็นประจำทุกปี รางวัลต่าง ๆ ประกอบด้วย

- โล่รางวัลเกียรติยศ
- ประกาศนียบัตร
- ทูตการศึกษา

โดยมอบรางวัลให้ทั้งระดับบุคคล คือ นักเรียนที่ชนะเลิศการสอบ และ คุณครูประสานงานโครงการ ตลอดจนสถานศึกษาที่ให้การสนับสนุนโครงการ นอกจากนี้ยังมีการมอบให้กับนิสิตนักศึกษาที่ทำหน้าที่ ผู้ประสานงานศูนย์สอบ ดีเด่น ในเดือนธันวาคมของ ณ ชมรมพุทธศาสตร์สากลทุกปี

ปัญหาและอุปสรรค

การขาดแคลนบุคลากรในการทำงานเป็นปัญหาสำคัญ เนื่องจากเป้าหมายในการดำเนินโครงการครอบคลุมทุกพื้นที่การศึกษาหรือทั่วประเทศ และมีการจัดต่อเนื่องทุกปี มีความจำเป็นต้องมีบุคลากรในดำเนินงานจำนวนมาก ทำให้ในส่วนของงานประชาสัมพันธ์จึงขาดทีมงาน โดยทั่วไปงานประชาสัมพันธ์โครงการจะเน้นไปในการผลิตสื่อเป็นส่วนใหญ่ กลุ่มคนที่เข้ามาช่วยงานด้านการประชาสัมพันธ์จะเป็นลักษณะหมุนเวียน ทำให้ขาดความต่อเนื่องในการพัฒนา รวมถึงขาดการเผยแพร่ผลงานออกสู่ภายนอก

โครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก

ความเป็นมาและแนวคิดการดำเนินงาน

จากภาพรวมของปัญหาเยาวชนที่หลายหน่วยงานได้ศึกษาวิจัย ติดตามผล ตลอดจนข่าวที่ปรากฏผ่านสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ ที่พบว่า พฤติกรรมของเยาวชนเปลี่ยนแปลงจากในอดีตอย่างรวดเร็ว มีความเสื่อมถอยทางด้านศีลธรรมมีแนวโน้มสูงมากขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งพฤติกรรมการใช้ความรุนแรง อาชญากรรม พฤติกรรมเสรีทางเพศ ยาเสพติด การติดเกม และการแสวงหาสิ่งนำไปสู่พฤติกรรมที่เสื่อมถอย ทั้งนี้เนื่องจากการเปิดกว้างของการเข้าถึงสื่อไร้พรมแดน ผลกระทบและปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้วันจะเพิ่มจำนวนและทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น

ดังนั้น ชมรมพุทธศาสตร์สากลฯ จึงขอเป็นพลังส่วนหนึ่งในการผลักดันขับเคลื่อนศีลธรรมและคุณธรรมให้แก่เยาวชนในสังคมไทย ขยายสู่สังคมโลก จึงได้จัดทำโครงการ “ฟื้นฟูศีลธรรมโลก” ขึ้นเพื่อสร้างผู้นำเยาวชนต้นแบบด้านศีลธรรมที่มีคุณธรรมพื้นฐานและเป็นพุทธศาสนิกชนที่แท้จริง

โครงการ “ฟื้นฟูศีลธรรมโลก” มุ่งหวังที่จะสร้างผู้นำเยาวชนต้นแบบด้านศีลธรรม หรือ ดาวแห่งความดี (The Virtuous Star หรือ V-Star) โดยมุ่งเน้นในภาคการปฏิบัติผ่านบทฝึกในกิจวัตรประจำวันอย่างต่อเนื่องจนเป็นนิสัย ควบคู่กับการทำกิจกรรมสร้างสรรค์สังคม และการเรียนรู้เรื่อง

พระรัตนตรัยโดยความร่วมมือของสถาบันหลักในสังคมไทย คือ บ้าน วัด และโรงเรียน ซึ่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรมไทย ที่จะช่วยปลูกฝังรากลึกทางศีลธรรม และคุณธรรมเข้าสู่จิตใจของผู้เยาวชนต้นแบบได้อย่างยั่งยืน และสามารถถ่ายทอดศีลธรรม คุณธรรม ความดี แนวทางการดำเนินชีวิตที่ถูกต้อง สู่เพื่อนเยาวชน คนรอบข้าง สังคมไทย และสังคมโลกต่อไป

กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์

กลยุทธ์การสื่อสาร

1. การสร้างความเข้าใจเชิงลึก

จุดเริ่มต้นที่สำคัญในการก่อตั้งโครงการ คือ การทำความรู้จัก สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บริหารการศึกษาระดับสูง ครู อาจารย์ เพื่อให้รับทราบความคิดเห็น กระแสการตอบรับ เพื่อประสานและเชื่อมโยงความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินโครงการที่ถูกต้อง พร้อมทั้งสร้างทัศนคติที่ดีให้เกิดขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การประสานร่วมมือในการทำกิจกรรม ทางโครงการจึงมีแนวทางในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและสร้างความเข้าใจเชิงลึกให้กับผู้บริหารอย่างต่อเนื่องมากกว่า 3 ปี ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ

1.1 การลงพื้นที่

การลงพื้นที่แบ่งเป็น 19 เขต และแบ่งทีมงานเป็น 7 ภาค เพื่อให้สามารถทำงานได้อย่างคล่องตัว ดำเนินตามเป้าหมายและมีประสิทธิภาพครอบคลุม สำนักเขตพื้นที่การศึกษาทั้งหมด 178 เขตทั่วประเทศ ตลอดจนการเข้าไปโรงเรียนเพื่อเชิญชวน และทำกิจกรรม รวมทั้งมีการจัดสัมมนาในพื้นที่ เพื่อทำความรู้จัก และสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดี แลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ซึ่งกันและกันกับบุคลากรในแวดวงการศึกษา

1.2 การจัดปฏิบัติธรรม

การพัฒนาศีลธรรมให้กับเยาวชนต้องได้รับการประทับประคองและปลูกฝังจากครูที่เป็นปูชนียจารย์ ดังนั้น ครูจึงเป็นต้นแบบที่สำคัญยิ่ง การจัดปฏิบัติธรรมผู้บริหาร และครูอาจารย์ เพื่อให้ครูได้เข้าใจ ซาบซึ้งและฝึกปฏิบัติในหลักคำสอน ที่นับเป็นพื้นฐานสำคัญที่จะถ่ายทอดสู่นักเรียน โดยมีพระวิทยากรได้แนะนำการฝึกสมาธิเบื้องต้นและเทศน์สอนเพื่อตอกย้ำเป้าหมายอุดมการณ์ จิตวิญญาณของความเป็นครู ซึ่งสิ่งนี้ล้วนมีความจำเป็นในการทำหน้าที่ และเป็นการส่งเสริมกำลังใจกิจกรรมการปลูกฝังศีลธรรมให้กับเยาวชนเป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อน มีความยากลำบาก และต้องใช้ความพยายามแตกต่างจากกิจกรรมอื่น ๆ

1.3 การสัมมนา อบรม

การจัดสัมมนา เป็นกิจกรรมการสื่อสารแบบกลุ่ม ที่จัดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นเวทีในการสื่อสารสองทาง เพื่อให้ข้อมูล จุดมุ่งหมาย หลักการ แนวคิดในการจัดทำโครงการ ความรู้ รายละเอียดขั้นตอนและรูปแบบการดำเนินโครงการตลอดจนภาพรวมการทำงานของชมรมพุทธศาสตร์สากลฯ ให้กับผู้บริหาร และคุณครู ทุก ๆ เขตพื้นที่การศึกษา พร้อมทั้ง ประชุมกลุ่ม แลกเปลี่ยนและนำเสนอความคิดเห็น เพื่อสร้างความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง และมีส่วนร่วมในการจัดทำหลักสูตร

โครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก ได้มีแนวคิดในการนำสื่อหลากหลายประเภท และหลายช่องทางมาใช้ในการสื่อสารสู่กลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดประสิทธิผลมากที่สุด เช่น สื่อบุคคล , สื่อสิ่งพิมพ์ , สื่อเฉพาะกิจ , สื่อเว็บไซต์ , การแถลงข่าว , การจัดกิจกรรมพิเศษ , สื่อกิจกรรม เช่น ค่ายเยาวชน , กิจกรรมการประกวด เป็นต้น

2. การสื่อสารเชิงรุก

จุดเริ่มต้นที่นับเป็นรากฐานที่สำคัญของการดำเนินโครงการ คือ การสร้างความเข้าใจ และความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บริหารการศึกษาในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาต่าง ๆ เพื่อให้เข้าใจวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และลักษณะการดำเนินงานอย่างถูกต้องและครบถ้วน โดยมีการใช้สื่อประเภทต่าง ๆ ในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้ คือ

- สื่อบุคคล
- สื่อสิ่งพิมพ์
- สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ นิทรรศการ, การจัดแถลงข่าว , โปสเตอร์ , ละครสั้น , บอร์ดประชาสัมพันธ์ , เสียงตามสาย , สูจิบัตร, โบปลิว
- สื่อเว็บไซต์
- สื่อของที่ระลึก
- สื่อกิจกรรม
- โปรแกรมคอมพิวเตอร์ Power Point

3. การออกแบบสารประชาสัมพันธ์

ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ จำเป็นที่ผู้เกี่ยวข้องจะต้องส่งข่าวสาร (message) ไปยังกลุ่มประชาชนเป้าหมาย ด้วยการถ่ายทอดกำลังความคิดเป็นตัวหนังสือ คำพูด เสียง เป็นต้น สารประชาสัมพันธ์จึงเป็นความสำคัญในการสร้างความเข้าใจซึ่งกันและกัน และส่งผลต่อการเกิดทัศนคติในด้านบวกที่จะทำให้เกิดเป็นแรงสนับสนุนและความร่วมมือในเวลาต่อมา

ทางโครงการได้แบ่งกลุ่มเป้าหมาย โดยแบ่งตามกลุ่มบุคคลที่ต้องเกี่ยวข้องในการทำงานเป็นเกณฑ์ ได้ดังนี้

กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ

1. ผู้บริหาร , คุณครู
2. ผู้ปกครอง
3. นักเรียนที่เข้าร่วมโครงการ

กลุ่มเป้าหมายรอง : หน่วยงานองค์กรภาคี , สื่อมวลชน

สรุปภาพรวมแสดงการใช้สารลักษณะต่าง ๆ กับกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมาย	วัตถุประสงค์	สื่อ / ช่องทางการสื่อสาร	กลวิธี / กิจกรรม	รูปแบบการสื่อสาร
ผู้บริหารการศึกษา , ครู	<ul style="list-style-type: none"> - เพื่อให้ความรู้ (to educate) - เพื่อให้ข้อมูล ข่าวสาร (to inform) - เพื่อโน้มน้าว (to Persuade) 	<ul style="list-style-type: none"> - สื่อบุคคล - สหุผลการวิจัย - วิดีโอปัญหาเยาวชน - Power Point - เว็บไซต์ - ระเบียบการ 	<ul style="list-style-type: none"> - การลงพื้นที่ - การสัมมนาในพื้นที่ - การสัมมนาส่วนกลาง - การจัดปฏิบัติธรรม - สัมมนาแลกเปลี่ยนความคิด 	<ul style="list-style-type: none"> - การสื่อสารแบบกลุ่ม - การสื่อสาร 2 ทาง
นักเรียน / นักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการ	<ul style="list-style-type: none"> - เพื่อให้ความรู้ (to educate) - เพื่อให้ข้อมูล ข่าวสาร (to inform) - เพื่อโน้มน้าว (to Persuade) - เพื่อความบันเทิง (to Entertain) 	<ul style="list-style-type: none"> - สื่อการเรียนรู้พุทธศาสนา (สื่อสิ่งพิมพ์ + วีซีดี) - ละครพื้นฟูศีลธรรมโลก - นิทรรศการ - โปสเตอร์ 	<ul style="list-style-type: none"> - กิจกรรม , กิจกรรมในหลักสูตร - กิจกรรมค่าย - V- Star Club - กลวิธีการออกแบบสาร (logo , คำขวัญ , Key Message) - การจัดงานวันประเมินมาตรฐานศีลธรรม 	
หน่วยงาน องค์กรภาคี	<ul style="list-style-type: none"> - เพื่อให้ข้อมูล ข่าวสาร (to inform) - เพื่อโน้มน้าว (to Persuade) 	<ul style="list-style-type: none"> - จดหมายเชิญ 	<ul style="list-style-type: none"> - จัดสัมมนา - เข้าร่วมประเมินมาตรฐานศีลธรรม 	<ul style="list-style-type: none"> - การสื่อสารแบบกลุ่ม - การสื่อสาร 2 ทาง
สื่อมวลชน	<ul style="list-style-type: none"> - เพื่อให้ข้อมูล ข่าวสาร (to inform) 	<ul style="list-style-type: none"> - ส่งเนื้อหาข่าวการทำกิจกรรมให้สถานี โทรทัศน์ 	<ul style="list-style-type: none"> - สร้างความสัมพันธ์ กับสื่อมวลชน เช่น โทรทัศน์ , หนังสือพิมพ์ 	

กลวิธีในการออกแบบสาร

ทางโครงการฯ ได้มีการออกแบบสารเพื่อใช้สื่อสารให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักเรียนในโครงการได้อย่างเพื่อให้เหมาะสมกับช่วงวัย และสร้างเอกลักษณ์ของโครงการให้มีความโดดเด่น สะดุดตา และเป็นประโยชน์ในการจดจำได้ง่ายขึ้น และการเข้าใจในวัตถุประสงค์และเจตนารมณ์ในการดำเนินโครงการได้อย่างถูกต้อง

1. การออกแบบตราสัญลักษณ์ประจำโครงการ (Logo) ประกอบด้วย

สัญลักษณ์ ตัวอักษรภาษาอังกฤษ คำว่า “ วี สตาร์ “ (V - Star)
คำขวัญประจำโครงการ ดาวแห่งความดี ฟันฟูสิลธรรมโลก
สีที่ใช้ สีแดง , สีส้ม

โดยการออกแบบได้ยึดแนวทาง คือ

1. ความสวยงาม
2. ความหมาย
3. จุดเด่น
4. ความเหมาะสม

2. การสร้างคำขวัญ

คำขวัญประจำโครงการให้นักเรียนที่เข้าร่วมโครงการได้ท่องจำ เพื่อสะท้อนเจตนารมณ์และเป้าหมายของโครงการ ให้จดจำง่าย และสื่อสารความหมายที่เป็นประเด็นสำคัญที่ต้องการประชาสัมพันธ์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

1. ดาวแห่งความดี ฟันฟูสิลธรรมโลก
2. เมื่อเราสว่าง โลกก็สว่างด้วย
3. สิทธิธรรมโลก สร้างได้ด้วยมือเรา

4. การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ

วัตถุประสงค์สำคัญในการดำเนินโครงการฯ ที่จะฟันฟูสิลธรรมผ่านเครือข่ายของสถาบันสำคัญของสังคมให้กลับมาเข้มแข็งเหมือนดังเดิม และเป็นแกนหลักสำคัญที่จะขยายผลสู่การพัฒนาชุมชนและประเทศชาติต่อไป

4.1 เครือข่ายความร่วมมือบ้าน วัด โรงเรียน (บ-ว-ร)

สถาบันหลักของสังคมในการอบรมศีลธรรมให้กับเยาวชน คือ บ้าน วัด โรงเรียน ทางโครงการ จึงให้ความสำคัญในการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของ 3 สถาบันให้เข้มแข็ง เพื่อส่งเสริมการทำ กิจกรรม กิจกรรมให้เยาวชนได้ฝึกฝนจนเกิดเป็นคุณธรรมประจำตัว

4.2 การสร้างความร่วมมือกับองค์กรภาคี

การปลูกฝังศีลธรรมเยาวชนให้เป็นคนดี ไม่ใช่หน้าที่ของกระทรวงศึกษาหรือหน่วยงานใด หน่วยงานหนึ่งเพียงลำพัง แต่ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในการสนับสนุน ชมรมพุทธ ศาสตร์สากลฯ จึงได้ร่วมมือกับ 12 องค์กรภาคี ตลอดจนสภาวัฒนธรรมกรุงเทพมหานคร , สำนักงานพุทธศาสนาจังหวัด , สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด ในการเข้ามามีส่วนร่วม และส่งเสริม กิจกรรมของโครงการ และบูรณาการทำงานร่วมกันในการดำเนินโครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก ร่วมกันสร้างความเข้มแข็งทางด้านศีลธรรมแก่เครือข่าย บ้าน วัด โรงเรียน ตลอดจนวัฒนธรรม ชาวพุทธกลับคืนสู่สังคมไทยอย่างมั่นคง

4.3 ความร่วมมือจากบริษัทเอกชน

บริษัท Cerebrum Design ได้มาช่วยในการเป็นที่ปรึกษาในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ โปสเตอร์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์โครงการให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น มีแนวคิดการ ออกแบบที่สวยงามทันสมัย มีความคิดสร้างสรรค์

บริษัท กันตนา ดราม่า สตูดิโอ ได้นำทีมนักแสดงรุ่นเยาว์จากโรงเรียนสอนการแสดง กันตนา ดราม่า สตูดิโอ เข้าร่วมแสดงละครฟื้นฟูศีลธรรมโลก ในเรื่อง อภินิหารดาวแห่งความดี

บริษัท มาส เคอเรด จำกัด บริษัทผลิตละครที่มีชื่อเสียง ได้ให้การสนับสนุนในการ ผลิตและกำกับละครฟื้นฟูศีลธรรมโลก ให้เป็นละครคุณภาพ

4.4 การสร้างความร่วมมือจากอาสาสมัคร

ในงานวันประเมินมาตรฐานศีลธรรม ได้มีการประชาสัมพันธ์เพื่อร่วมมือกับประชาชน ทั่วไป ทุกสาขาอาชีพ ในการทำหน้าที่อาสาสมัครในวันงาน ในการอำนวยความสะดวก และ สร้างความสงบเรียบร้อย สร้างความประทับใจตลอดจนเป็นต้นแบบที่ดีงามให้กับเยาวชนที่มา ร่วมงาน

กลยุทธ์การโน้มน้าวใจ

1. บุคคลที่น่าเชื่อถือและมีชื่อเสียง (Source Credibility)

เนื่องจากลักษณะการดำเนินโครงการที่มีความสอดคล้องและไปในทิศทางเดียวกับนโยบายการศึกษาของประเทศ ตลอดจนการสร้างความเข้าใจที่ดีกับบุคลากรในแวดวงการศึกษาและหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการดูแลเรื่องของเยาวชน จึงทำให้ได้รับการยอมรับจาก และผู้บริหารในกระทรวง สถาบันการศึกษาต่าง ๆ ที่เป็นบุคลากรที่เป็นนักวิชาการ เป็นผู้นำความคิด ได้รับการยอมรับและมีชื่อเสียงในสังคม และเป็นจุดเชื่อมต่อในการขยายผลในวงกว้าง เช่น

ศิลปิน นักแสดง

ได้ให้การสนับสนุนในการร่วมแสดงละครพื้นฟูศิลปกรรมโลก เพื่อเป็นส่วนหนึ่งที่จะส่งเสริมให้เยาวชนเป็นคนดี ดังนั้น ทางโครงการจึงได้รับเกียรติจากนักแสดงมืออาชีพร่วมแสดงบทบาทของละครที่สะท้อนของชีวิตจริงของบุคคลที่น่าศึกษา เพื่อให้ละครมีความสมจริง และสร้างความประทับใจให้กับผู้ชมได้เป็นอย่างดี เช่น อเล็กซ์ เรนเดลล์ , เกรียงไกร อุณหะนันท์ , ขวัญฤดี กลมกล่อม , ทรงสิทธิ์ รุ่งนพคุณศรี เป็นต้น

2. การให้รางวัล (Reward Approach)

เพื่อเป็นการยกย่องให้กำลังใจกับสถานศึกษา ตลอดจนนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการ ได้มีการมอบโล่รางวัลและทุนการศึกษา ประกาศนียบัตร เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ปัญหาและอุปสรรค

ปัญหาและอุปสรรคสำคัญในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลกมี 3 ด้านหลัก ๆ คือ

1.ด้านบุคลากร บุคลากรที่ทำงานอยู่ในปัจจุบันมีไม่เพียงพอ ยังขาดแคลนคนทำงานที่มีความรู้ความสามารถ และความเชี่ยวชาญด้านงานประชาสัมพันธ์เผยแพร่สู่ภายนอก

2.ด้านงบประมาณ การประชาสัมพันธ์ออกสู่วงกว้างผ่านสื่อสารมวลชน เป็นสิ่งคาดหวังที่จะทำในอนาคต แต่ต้องใช้งบประมาณอีกจำนวนมาก

3.ด้านอุปกรณ์ อุปกรณ์ในการผลิตสื่อที่ใช้มีไม่เพียงพอ และยังมีคุณภาพยังไม่พร้อมรองรับกับการดำเนินงาน

เปรียบเทียบการใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของโครงการตอบปัญหาธรรมะทาง
ก้าวหน้าและโครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก

โครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า	โครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก
1. กลยุทธ์การสื่อสาร	1. กลยุทธ์การสื่อสาร
2. กลยุทธ์การสร้างเครือข่าย	1.1 การสร้างความเข้าใจเชิงลึก
3. กลยุทธ์การโน้มน้าวใจ	1.2 การใช้รูปแบบสารประชาสัมพันธ์
	1.3 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ
	1.4 การสื่อสารเชิงรุก
	2. กลยุทธ์การโน้มน้าวใจ

ส่วนที่ 2 การศึกษาการเปิดรับ การรับรู้ ทักษะ และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมของชมรมพุทธศาสตร์สากลฯ

1. ข้อมูลด้านคุณลักษณะประชากร

จากกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย กลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมโครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18 -19 ปี การศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษาปีที่ 1 ในส่วนของโครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 12 – 13 ปี กำลังศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1-2 ทั้งสองโครงการกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เข้าร่วมโครงการโครงการฯ เป็นครั้งแรก และ นับถือศาสนาพุทธเกือบทั้งหมด

2. การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์

2.1 โครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า จากหนังสือมงคลชีวิต โปสเตอร์ และแผ่นพับ มากที่สุด รองลงมา กลุ่มตัวอย่างได้เปิดรับข่าวสารจาก รุ่นพี่รุ่นน้องในสถาบัน เจ้าหน้าที่ชมรมพุทธ เพื่อน เว็บไซต์ MV ทางก้าวหน้า เสียงตามสาย ค่าย Smile Sbai Camp และค่าย D-mind Camp ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารจากอาจารย์น้อยที่สุด

2.2 โครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลก

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการตอบปัญหา
ธรรมะทางก้าวหน้า จากคุณครู รองลงมา กลุ่มตัวอย่างได้เปิดรับข่าวสารจาก เพื่อน วิชิตีพุทธ
ศาสนา,โปสเตอร์ รุ่นพี่รุ่นน้องในโรงเรียน , หนังสือ The room , ผู้อำนวยการโรงเรียน ,
ไบปลิว , เสียงตามสาย หนังสือลอง ดู , หนังสือดี และ ละครฟื้นฟูศิลปกรรมโลก
ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารจากเว็บไซต์จำนวนน้อยที่สุด

3. การรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์

3.1 โครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า

โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับโครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้าอยู่ใน
ระดับสูง เมื่อจำแนกตามรายชื่อแล้วพบว่า ข้อที่กลุ่มตัวอย่างมีความรู้สูงสุด ได้แก่ หนังสือมงคล
ชีวิต เป็นมงคลสูตร 38 ประการ อันเป็นคำสอนของพระสัมมาสัมพุทธเจ้า ที่จะนำมาซึ่งความ
เจริญ ความเป็นสิริมงคลและความสุขในการดำเนินชีวิต ส่วนคำถามที่มีจำนวนคำตอบน้อยที่สุด
คือ โครงการตอบปัญหาธรรมะ ทางก้าวหน้า ได้เข้าร่วมในโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมสันติภาพ
ขององค์การยูเนสโกแห่งสหประชาชาติ

3.2 โครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลก

โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับโครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลกอยู่ในระดับสูง เมื่อ
จำแนกตามรายชื่อแล้วพบว่า ข้อที่กลุ่มตัวอย่างมีความรู้สูงสุด ได้แก่ การทราบว่า โครงการฟื้นฟู
ศิลปกรรมโลก มีความมุ่งหวังที่จะสร้างผู้นำเยาวชนต้นแบบด้านศิลปกรรม ส่วนข้อคำถามที่กลุ่ม
ตัวอย่างรับรู้ น้อยที่สุด คือ โครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลก มีการติดตามและประเมินผลโครงการอย่าง
เป็นระบบ

4. ทักษะคดีเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์

4.1 โครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีทัศนคติต่อโครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า ในภาพรวม
อยู่ในระดับสูง เมื่อจำแนกรายชื่อแล้ว พบว่า ข้อที่กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติสูงที่สุด คือ การจัด
กิจกรรมค่าย Smile Sbai Camp ส่วนข้อที่กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติน้อยที่สุด คือ ภาพโปสเตอร์
กระตุ้นความสนใจและดึงดูดใจ

4.2 โครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลก

โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเกี่ยวกับโครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลกอยู่ในระดับสูง เมื่อจำแนกตามรายชื่อแล้วพบว่า ชื่อที่กลุ่มตัวอย่างมีความรู้สูงสุด ได้แก่ การจัดกิจกรรมการศึกษาดูชมรม V-Star Club ส่วนชื่อคำถามที่กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติน้อยที่สุด คือ ทัศนคติต่อความสะดวกในการค้นหาข้อมูลในเว็บไซต์ Kru.in.th

5. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมของชมรมพุทธศาสตร์สากลฯ

5.1 โครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า

ปัจจัยด้านสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการมากที่สุด คือ รุ่นพี่รุ่นน้องในสถาบันการศึกษา เพื่อน และ เจ้าหน้าที่ชมรมพุทธ ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจ คือ เว็บไซต์

5.2 โครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลก

สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการมากที่สุด คือ คุณครู เพื่อน และชมรม V-Star Club ตามลำดับ ส่วนสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลน้อยที่สุด คือ ผู้ปกครอง

อภิปรายผลวิจัย

ที่มาและแนวคิดในการดำเนินโครงการ

ชมรมพุทธศาสตร์สากลฯ มีจุดกำเนิดเริ่มต้นโดยการรวมตัวกันของศิษย์เก่าชมรมพุทธจำนวนหนึ่งได้รวมตัวกันทำงาน เพื่ออุทิศตนเพื่อรองรับภาระกิจกรรมในการประสานงานต่อจากชมรมพุทธศาสตร์และประเพณี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปลูกฝังคุณธรรมตามหลักคำสอน ในพุทธศาสนา ให้ยังลึกลงในใจของนักเรียน นิสิต นักศึกษา ทุกระดับชั้น เพื่อให้เยาวชนมีความรู้คู่คุณธรรมอย่างแท้จริง โดยได้กำหนดกรอบวิสัยทัศน์ในการทำงานคือ สร้างเยาวชนให้เป็นคนดี จึงได้ริเริ่มโครงการเพื่ออบรมและปลูกฝังด้านศิลปกรรมในห้วงกามในจิตใจเยาวชนให้เติบโตด้วยคุณภาพชีวิตที่ดี คือ โครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า และโครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลก

โดยมีแนวคิดมาจากการตระหนักถึงสภาพศีลธรรมในหมู่เยาวชนที่เสื่อมถอยลงไปอย่างมาก อันเป็นผลกระทบมาจากความเจริญเติบโตของเทคโนโลยีและการแผ่ขยายอารยธรรมตะวันตก ซึ่งทำให้เกิดปัญหาสังคมอื่น ๆ ตามมา ไม่ว่าจะเป็นปัญหายาเสพติด ปัญหาครอบครัว ปัญหาอาชญากรรมและปัญหาอื่น ๆ อีกมากมาย การแก้ปัญหาดังกล่าวเหล่านี้ไม่สามารถกระทำให้ประสบผลสำเร็จอย่างยั่งยืนโดยปราศจากการพัฒนาศีลธรรมของเยาวชนควบคู่กันไปด้วย ซึ่งส่งผลให้ปัญหาดังกล่าวเหล่านั้นลดน้อยลงไป และช่วยกันแก้ปัญหาสังคมในปัจจุบัน ทำให้ประเทศมีความสงบสุข ร่วมเย็นด้วยร่มธรรมอย่างแท้จริง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของประกายกาวิล ศรีจินดา (2548) เรื่องการสื่อสารณรงค์ของโครงการ “ สัจจะอธิษฐาน ” ที่มีแนวคิดในการจัดทำโครงการ เริ่มต้นจากความคิดที่มองเห็นปัญหาของประเทศชาติที่มีมากขึ้น และพิจารณาเห็นว่า จะต้องพัฒนาประชาชนในประเทศในด้านคุณธรรมจริยธรรม ซึ่งจะช่วยให้ปัญหาของประเทศลดลง จากแนวคิดนี้จึงได้พัฒนาสานต่อเป็นโครงการสัจจะอธิษฐาน โดยมีกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ เยาวชนที่นับเป็นทรัพยากรสำคัญของประเทศ

กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์

ในการกำหนดกลยุทธ์ของโครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า และโครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก ได้จากการประชุม ระดมความคิด และวางแผนอย่างเป็นระบบ เพื่อหาแนวทางหรือวิธีการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ในการดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับแนวคิดของ

Wai (1994) ที่กล่าวว่า กลยุทธ์ คือ การเลือกหนทางและวิธีการ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางแผนไว้ กลยุทธ์ ก็คือ ทิศทางที่นักวางแผนคิดขึ้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ซึ่งกลยุทธ์มักเป็นการวางแผนระยะยาวอย่างกว้าง ๆ เพื่อนำไปประยุกต์ปฏิบัติ

Bennett (1996) ที่ได้ให้ความหมายว่า กลยุทธ์ คือ ทิศทางที่องค์กรเลือกปฏิบัติเพื่อให้บรรลุพันธกิจขององค์กร

Mintzberg (1996) ได้เสนอคำว่ากลยุทธ์ คือ แบบแผน (Pattern) แนวทางการปฏิบัติงานขององค์กรต้องดำเนินอย่างมีแบบแผนและมีความต่อเนื่อง

โครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า

(1) กลยุทธ์การสื่อสาร

ทางโครงการฯ มีแนวคิดในการที่จะใช้สื่อประเภทต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่และสื่อสารให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในวงกว้างได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งสื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อเฉพาะกิจ สื่อกิจกรรม ฯลฯ ซึ่งสอดคล้องกับ อดาวัลย์ ยมจินดา (2527) ที่กล่าวว่า การเลือกใช้สื่อแต่ละประเภทในการประชาสัมพันธ์ ควรพิจารณาถึงวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการเข้าถึงในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ โดยมีวัตถุประสงค์ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการสื่อสารที่ Wilbur Schramm (1974, อ้างถึงใน เกศินี จุฑาวิจิตร) ที่ได้กล่าวไว้ 4 ประการ คือ

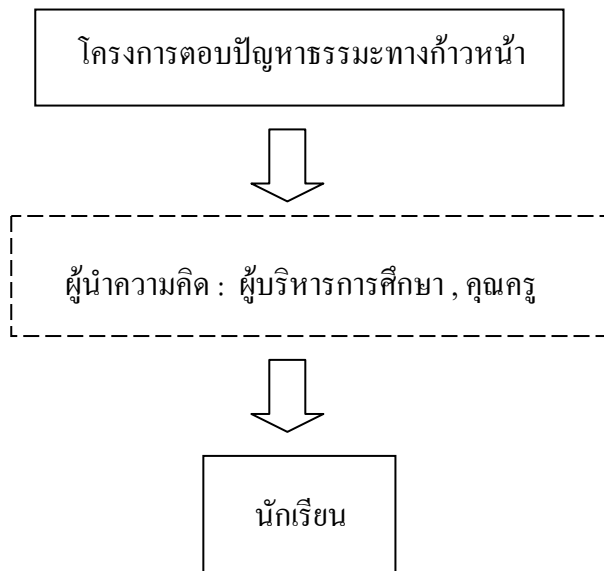
1. เพื่อแจ้งให้ทราบ (To Inform) คือ การแจ้งข่าวสาร นโยบาย วัตถุประสงค์ กำหนดการ ความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ของทางโครงการ
2. เพื่อให้การศึกษา (To Educate) คือ การให้ผู้เข้าร่วมโครงการฯ ได้ศึกษาหลักธรรมะในเรื่องมงคลชีวิตผ่านทางหนังสือมงคลชีวิต เพื่อให้เกิดการเรียนรู้และความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง
3. เพื่อโน้มน้าวใจ (To Persuade) การโน้มน้าวให้เกิดความสนใจเข้าร่วมโครงการ หรือมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของทางโครงการฯ
4. เพื่อความบันเทิง (To Entertain) การสร้างสรรค์เกมความสนุกสนานในการจัดกิจกรรมค่าย หรือ กิจกรรมสันทนาการ เพื่อให้เกิดความเพลิดเพลินและการละลายพฤติกรรมในการร่วมกิจกรรมกับต่างสถาบันการศึกษา

ทั้งนี้ โครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า มุ่งเน้นกลยุทธ์การใช้สื่อผสมผสานเป็นหลักในการประชาสัมพันธ์ มีความสอดคล้องกับ พิมพ์ใจ ปัทมสันติวงษ์ (2542) ที่ศึกษาเรื่องกลยุทธ์การสื่อสารและประสิทธิผลของโครงการณรงค์แยกประเภทขยะของสำนักการศึกษาความสะอาด กรุงเทพมหานคร ที่ใช้กลยุทธ์การใช้สื่อผสมผสาน และกลยุทธ์การใช้สื่อ คือ สื่อมวลชน เป็นสื่อหลัก รองลงมาเป็นสื่อเฉพาะกิจ และสื่อสิ่งพิมพ์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประกายกาวิล ศรีจินดา (2548) ศึกษาเรื่องการสื่อสารณรงค์ของโครงการ “สัจจะอธิษฐาน ” ที่มีการใช้กลยุทธ์สื่อผสมเป็นสื่อหลักของโครงการ

(2) กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายสื่อบุคคล

2.1 การสร้างเครือข่ายภายในประเทศ

เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ นิสิต นักศึกษา ในระดับอุดมศึกษา เพื่อเข้าร่วมในโครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า นั้น มี 2 วัตถุประสงค์ คือ เพื่อเชิญชวนเข้าร่วมการสอบตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า และการทำหน้าที่ผู้ประสานงานศูนย์สอบ (ผู้ประสานงานศูนย์สอบ) ประจำศูนย์สอบของนักเรียนระดับ ประถมและมัธยมศึกษา ซึ่งมีศูนย์สอบจำนวนมากกระจายอยู่ทั่วประเทศ ดังนั้น ทางโครงการจึงมีแนวคิดในการสร้างเครือข่ายสื่อบุคคลที่จะทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร ที่เป็นเสมือนตัวแทนของเจ้าหน้าที่โครงการเพื่อทำหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสารได้ และทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์เชิญชวนครูและนักเรียนในระดับประถมและมัธยมศึกษาให้เข้าร่วมโครงการในครั้งต่อไป โดยมีลำดับ คือ



โดยทางโครงการฯ มีการให้อบรม ให้ข่าวสารความรู้เกี่ยวกับการดำเนินโครงการกับสื่อบุคคล เพื่อสื่อสารไปสู่กลุ่มเป้าหมายอย่างทั่วถึง ซึ่งสอดคล้องกับ กาญจนา แก้วเทพ (2549) ที่กล่าวว่า สื่อบุคคลเป็นตัวกลางเชื่อมโยงระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร สื่อบุคคลเป็นสื่อมนุษย์ ที่มีลักษณะบางอย่างเฉพาะตัว คือ

1. สื่อบุคคลมีลักษณะที่ยืดหยุ่นมาก คือ สามารถยืดหยุ่นพลิกแพลงได้ตามช่วงเวลา เช่น สร้างความเป็นหนึ่งเดียวของชุมชน ไปจนกระทั่งสร้างความศรัทธา

2. สื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีเจตนาหรือแรงจูงใจอยู่เสมอ ด้วยคุณสมบัติที่เป็นมนุษย์คนหนึ่ง ทำให้สื่อบุคคลแตกต่างจากสื่อประเภทอื่น ที่ทำหน้าที่เพียงสะพานที่ไว้เจตจำนงเท่านั้น แต่ทว่า ในสื่อบุคคล มีเจตนาหรือแรงจูงใจ (Motive) อยู่เสมอ

ลักษณะในการสื่อสารเป็นการสื่อสารแบบการสื่อสารผ่านคนกลาง คือผ่านผู้นำความคิด โดยเริ่มจากสื่อบุคคลของโครงการ ผ่านไปสู่ผู้นำความคิด คือ ผู้บริหารการศึกษา คุณครู แล้วจึงประชาสัมพันธ์ไปถึงนักเรียน สอดคล้องกับแนวคิดของ Middlebrook (1974) ที่กล่าวถึงความน่าเชื่อถือของสื่อบุคคล คือ ระดับของความรู้สึกที่ผู้รับสารรู้สึก ว่า ผู้ส่งสารเป็นที่น่าไว้วางใจ (Trusworthy) ความสามารถ (Competent) ถ้าผู้รับสารเป้าหมายมีความรู้สึก ว่าผู้ส่งสารมีความน่าเชื่อถือ ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะยอมรับสารจากพวกเขาเหล่านั้น

และสอดคล้องกับเกคินี จุฑาวิจิตร (2540) ที่ว่า สื่อบุคคลหรือผู้ส่งสารมีความคล้ายคลึงกับ ผู้รับสารเป้าหมายในด้านต่าง ๆ เช่น อายุ เพศ เชื้อชาติ ภาษา การแต่งกาย จะมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและความคิดเห็นของผู้รับสาร เพราะความคล้ายคลึงนี้เองจะทำให้เกิดความรู้สึก เข้าใจกัน เห็นอกเห็นใจกัน ชอบพอและไว้วางใจ

2.2 การสร้างเครือข่ายร่วมมือกับองค์กรต่างประเทศ

โครงการตอบปัญหาธรรมะ ทางก้าวหน้า ได้มีการประสานความร่วมมือในการเข้าร่วมเครือข่ายโลกในการสร้างวัฒนธรรมสันติภาพร่วมกับองค์การยูเนสโกแห่งสหประชาชาติ ในปี 2543 โดยได้นำโครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า เข้าร่วมเป็นโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมสันติภาพของยูเนสโก โดยทางองค์การยูเนสโกได้บรรจุตัวโครงการตอบปัญหาธรรมะ ทางก้าวหน้า ไว้ในหมวดส่งเสริม การศึกษาเพื่อวัฒนธรรมสันติภาพและความไม่รุนแรง จึงนับเป็นการยกระดับการสานสัมพันธ์และประสานความร่วมมือกับเครือข่ายองค์กรในต่างประเทศ และการเผยแพร่ผลงานของโครงการออกสู่นานาชาติ และทำให้ผู้รับสารเกิดทัศนคติที่ดีต่อโครงการ ในด้านความน่าเชื่อถือ และการยอมรับสอดคล้องกับแนวคิดของ McGuire and Milman (1965) ที่กล่าวถึง แนวคิดเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติโดยใช้อิทธิพลทางสังคม เกิดจากความเชื่อที่ว่า บุคคลจะพัฒนาทัศนคติของตนเองในลักษณะใดนั้น ขึ้นอยู่กับข้อมูลที่ได้รับจากบุคคลอื่นในสังคม

(3) กลยุทธ์การโน้มน้าวใจ

การให้รางวัล

การมอบรางวัลในการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า มีวัตถุประสงค์เพื่อยกย่อง เชิดชู เกียรติคุณในระดับบุคคล และ สถาบันการศึกษา และเป็นการสนับสนุนส่งเสริมกำลังใจให้กับ คุณครูผู้ประสานงานและผู้บริหารการศึกษา และการมอบรางวัลการทำหน้าที่ผู้ประสานศูนย์สอบ (ผู้ประสานงานศูนย์สอบ) โดยการมอบโล่รางวัล ประกาศนียบัตร และทุนการศึกษา ให้เป็น รางวัลแห่งความภาคภูมิใจ

นอกจากนั้นการจัดพิธีมอบโล่รางวัลในวันมาฆบูชาจะจัดอย่างยิ่งใหญ่สมเกียรติ ท่ามกลาง การแสดงความยินดีของผู้ร่วมงานจำนวนมาก ที่สำคัญได้รับการร่วมมือในการมอบโล่รางวัลจาก ผู้นำองค์กรการศึกษาและองค์การศาสนาจากและหน่วยงานต่าง ๆ จากต่างประเทศ ซึ่งเดินทางมา มอบด้วยตัวเอง หรือส่งตัวแทนมอบให้แทน

ดังนั้นการมอบรางวัลจึงเป็นเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่จะสร้างแรงจูงใจและโน้มน้าวใจให้อยาก เข้าร่วมโครงการ และเป็นประสบการณ์ที่เป็นเกียรติประวัติที่น่าจดจำ สอดคล้องกับแนวคิดของ ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2550) ที่กล่าวถึงแผนประชาสัมพันธ์อาจประกอบด้วยกลยุทธ์ ๆ กลยุทธ์ก็ได้ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ เช่น กลยุทธ์การใช้สื่อ , กลยุทธ์การใช้เรื่อง จูงใจ โดยใช้กลจุใจ (Approach) ต่าง ๆ ได้แก่ การล่อใจด้วยรางวัลที่ผู้รับสารคาดหวังว่าจะได้รับ (Reward approach) และสอดคล้องกับแนวคิดของ อรวรรณ ปิรันธน์โอวาท (2549) ที่กล่าวถึงจุด จูงใจในการเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ที่ใช้ในการโน้มน้าวใจ อาจจะเป็นจุดจูงใจทางด้านชีววิทยา (ความต้องการทางด้านสรีระ) หรือเป็นจุดจูงใจที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learned Motive) จุดจูงใจที่ ใช้กันทั่วไป ได้แก่

1. จุดจูงใจโดยใช้ความกลัว
2. จุดจูงใจโดยใช้อารมณ์
3. จุดจูงใจโดยใช้ความโกรธ
4. จุดจูงใจโดยใช้อารมณ์ขัน
5. จุดจูงใจโดยใช้รางวัล
6. จุดจูงใจโดยใช้แรงจูงใจ

ทั้งนี้ ทางโครงการเห็นว่า การให้รางวัล เป็นจุดจูงใจในการสร้างแรงกระตุ้นและ ความสนใจให้กับเยาวชนได้ เนื่องจากเห็นว่าตรงกับความต้องการกับพฤติกรรมวัยเด็ก ซึ่งมีความ สอดคล้องกับทฤษฎีพัฒนาการทางจริยธรรมของ Kohlberg (1976) ที่ได้อธิบายถึงพัฒนาการ ทางจริยธรรม ในระดับที่ 1 คือ ระดับก่อนกฎเกณฑ์สังคม (Pre-conventional Level) ว่า

เป็นช่วงวัยในขั้นแสวงหารางวัล (Naively Egoistic Orientation) อายุ 7-10 ปี เด็กในขั้นนี้ จะค่อย ๆ เน้นความสำคัญของการได้รับรางวัลและคำชมเชย การสัญญาโดยรางวัล จึงเป็นแรงจูงใจให้เด็กกระทำความดีได้มากกว่าการขู่ว่าจะลงโทษ นั่นคือ เด็กในวัยนี้จะมุ่งเน้นในการการรับคำชมเชย และรางวัลมากกว่าการถูกลงโทษ

โครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก

1. กลยุทธ์การสื่อสาร

1.1 การสร้างความเข้าใจเชิงลึก

ในการดำเนินงาน ทางโครงการได้ให้ความสำคัญพร้อมและให้ความสำคัญกับการสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจที่ถูกต้องให้กับผู้บริหารการศึกษาในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษารวมทั้งคุณครู ผู้ปกครอง โดยใช้สื่อบุคคลเป็นสื่อหลักในการสื่อสาร ให้ความรู้ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจ วัตถุประสงค์ และเป้าหมายในการดำเนินงาน ซึ่งจะนำไปสู่การเกิดทัศนคติที่ดีต่อโครงการ มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2520) ที่ได้กล่าวว่า ทัศนคติ เกิดจากการเรียนรู้จากแหล่งทัศนคติที่มีอยู่มากมาย การติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่น นับเป็นแหล่งที่ทำให้คนเกิดทัศนคติที่สำคัญ ที่จะทำให้รับรู้ข่าวสาร ความนึกคิดต่าง ๆ จากผู้อื่น

1.2 การออกแบบสารประชาสัมพันธ์ (Message Design)

ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์โครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก ได้ให้ความสำคัญในการออกแบบสารเพื่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มแตกต่างกันออกไป หากวิเคราะห์การออกแบบสาร พบว่า มีการใช้กลวิธีในการออกแบบสาร เพื่อ สื่อความหมาย เกี่ยวกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายของโครงการ โดยมี การสร้างตราสัญลักษณ์ประจำโครงการ การสร้างคำขวัญ ใจความสำคัญ ซึ่งช่วยเอื้อประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์ไปสู่ผู้รับสาร ดังนี้

1. สร้างจุดเด่น และเอกลักษณ์
2. สะดุดตาสะดุดใจ
3. สร้างการจดจำ
4. ย้ำเตือน

ส่วนสารที่ใช้ในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องมี 5 กลุ่มใหญ่ ๆ ซึ่งทางโครงการได้ทำการวิเคราะห์สารเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ วรรณิการ์ อิศวทรเดชา (2550) ที่กล่าวถึงข้อพิจารณาในการโน้มน้าวใจว่า ผู้รับสารมีความสำคัญมากสำหรับการโน้มน้าวใจ ต้องมีการวิเคราะห์อย่างแน่ชัดว่า ผู้รับสารคือใคร เป็นอย่างไร มี

ประสบการณ์ การรับรู้ ค่านิยม ทักษะคติ และระบบสังคม วัฒนธรรมอย่างไร เราไม่สามารถ
โน้มน้าวใจได้เลย ถ้าหากไม่รู้จักวิเคราะห์ผู้รับสารอย่างชัดเจนแจ่มแจ้ง และถือว่าผู้รับสารเป็น
ศูนย์กลางในการเตรียมสารที่ถูกต้องเหมาะสม สามารถวิเคราะห์สรุปการออกแบบสารเป็น 2
กลุ่มได้ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้บริหารการศึกษา องค์กรภาคี ผู้ปกครอง

เนื่องจากเป็นกลุ่มบุคคลที่เป็นนักวิชาการ ผู้ทรงคุณวุฒิ และบุคคลที่น่าเชื่อถือ ดังนั้น
การออกแบบ สารจึงเน้นการสร้าง ความเข้าใจ การสร้างความน่าเชื่อถือ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมใน
การสนับสนุนโครงการฯ เนื่องจากเป็นกลุ่มบุคคลที่มีบทบาทในวงการศึกษา

กลุ่มที่ 2 นิสิต นักศึกษา นักเรียน

เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายในการเข้าร่วมโครงการที่อยู่ในช่วงวัยรุ่นตอนต้นและตอนปลาย
การออกแบบสารจึงใช้สารที่เน้นความทันสมัย เข้าใจง่าย ข้อความที่จดจำง่าย โดยถ่ายทอด
เรื่องราวของพุทธศาสนาให้เป็นสิ่งที่เข้าใจง่าย และนำไปสู่การปฏิบัติในชีวิตประจำวัน ไม่มีการ
ใช้ภาษาธรรมะ หรือ ศัพท์ทางศาสนาที่ยากต่อการเข้าใจ ซึ่งสื่อสารในลักษณะของการ์ตูนที่ผูก
เป็นเรื่องราวที่น่าสนใจและน่าติดตาม สอดคล้องกับพฤติกรรมของเด็ก ทำให้เยาวชนสามารถ
เข้าถึงและเข้าใจสารนั้นได้ง่าย มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ Samuel L. Baker (1971) ที่ได้
อธิบายถึงพฤติกรรมในการเปิดรับข้อมูลว่า บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเอง
สนใจอยากรู้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อเนก รัตนจิตบรรจง (2548) ที่ได้ศึกษาบทบาท
ของหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นประเภทกีฬาเกี่ยวกับการเสริมสร้างคุณธรรมแก่เด็กและเยาวชน ผลการวิจัย
พบว่า ได้มีการใช้สื่อหนังสือการ์ตูน เป็นสื่อเพื่อให้เกิดการเสริมสร้างคุณธรรมแก่เด็กและเยาวชน
การเขียนโครงเรื่องเพื่อให้ผู้อ่านซึ่งเป็นเยาวชนเกิดความรู้อิสระ โดยใช้วิธีการสื่อสาร คือ
1. แสดงให้เห็นผลดีที่เกิดขึ้นจากการประพฤติปฏิบัติในสิ่งที่พึงประสงค์ 2. แสดงให้เห็นถึงผลเสีย
ที่เกิดขึ้นจากการแสดงพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์

1.3 การสื่อสารเชิงรุก

ลักษณะการใช้สื่อ ยังคงมุ่งเน้นการใช้สื่อบุคคลในการลงพื้นที่เพื่อเยี่ยมชม ทำความรู้จัก
และสร้างความเข้าใจที่ดีและถูกต้องกับผู้บริหารสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา คุณครู แต่มีใช้
เพียงมิติการให้ข้อมูล ประชาสัมพันธ์เชิญชวนเท่านั้น แต่ทางโครงการฯ ให้ความสำคัญการสร้าง
ความเข้าใจเชิงลึกและการสานสัมพันธ์อันยาวนาน จึงมีการจัดปฏิบัติธรรม และการสัมมนาใน
พื้นที่ การสัมมนาในสวนกลางอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นเวทีในการสื่อสารสองทาง ที่ทำให้รับทราบ
ทัศนคติและปฏิกิริยาตอบกลับ ตลอดจนการยอมรับของผู้รับสารมากขึ้น

อีกส่วนหนึ่งที่สร้างความน่าสนใจให้กับโครงการฯ คือ การผลิตสื่อเฉพาะกิจ สื่อกิจกรรมที่น่าสนใจและหลากหลายมากขึ้น เช่น มหกรรมนิทรรศการ (Display and Exhibitions) การจัดกิจกรรมพิเศษ (Special event) การจัดแถลงข่าว และการจัดกิจกรรมการประกวดแข่งขัน (Contest) เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วม โดยเฉพาะการสร้างสรรคสื่อแนวใหม่ คือ การผลิตละครพื้นฟูศีลธรรมโลก ที่ทางโครงการมีแนวคิดที่จะผลิตละครเพื่อสร้างตัวแบบ หรือเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับเยาวชนนำไปปฏิบัติ ได้สอดคล้องกับแนวคิดของ Bandura (1976) ซึ่งเป็นผู้สร้างทฤษฎีการเรียนรู้สังคม ที่มีแนวคิดว่าการเรียนรู้เกิดจากการสังเกต หรือ เลียนแบบบุคคลที่เป็นตัวแบบ ซึ่งอาจเป็นบุคคลในชีวิตจริง หรือบุคคลในวรรณกรรม วรรณคดี นิทาน รายการโทรทัศน์ การ์ตูน ฯลฯ เพราะ การเลียนแบบเกิดจากการสังเกตตัวแบบ การสังเกตส่งผลให้เกิดการทำงานในระบบความรู้ ความคิด การจดจำ (Cognitive Process) และมีการเสริมแรง อีกทั้งมีปฏิริยาโต้ตอบระหว่างบุคคล สิ่งแวดล้อม แรงจูงใจภายนอก แรงจูงใจภายในบนฐานสมรรถภาพทางชีวภาพของบุคคล ดังนั้น กว่าจะเกิดการเรียนรู้และเลียนแบบ จะต้องผ่านกระบวนการรู้ การคิดอันซับซ้อน

1.4 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ

เนื่องจากการกิจการสร้างเยาวชนให้เป็นคนดี มิได้เป็นหน้าที่รับผิดชอบของหน่วยงานหรือ องค์กรใด องค์กรหนึ่งเพียงลำพัง หากแต่เป็นความรับผิดชอบและความร่วมมือของทุกภาคส่วนในสังคม ในการร่วมกันสร้างสิ่งแวดล้อมที่ดี ที่เอื้อประโยชน์ต่อการเติบโตด้วยคุณภาพชีวิตที่ดีของเยาวชน นอกจากนี้ เครือข่ายที่เป็นสถาบันหลัก ที่เป็นทุนเดิมในสังคม คือ บ้าน วัด โรงเรียน ที่มีบทบาทสำคัญในการปลูกฝังศีลธรรม ทางโครงการได้ประสานความร่วมมือกับหลายภาคส่วนทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือ ในการร่วมกันสนับสนุนการดำเนินโครงการให้มีความเข้มแข็ง สอดคล้องกับการดำเนินกลยุทธ์เชิงวิธีการของยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2548) คือ กลยุทธ์การร่วมมือพัฒนา (Joint development) คือ การหาความร่วมมือ จากองค์กรภายนอกที่จะนำไปสู่การพัฒนาและได้ประโยชน์ร่วมกัน

กลยุทธ์การโน้มน้าวใจ

1.การใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงและน่าเชื่อถือ

การประชาสัมพันธ์โครงการเพื่อเข้าไปดำเนินงานในสถานศึกษา จะต้องสร้างการยอมรับจากบุคลากรในแวดวงการศึกษา ตลอดจนได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานที่ดูแลด้านเยาวชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านสังคม วัฒนธรรม ดังนั้น บุคคลที่มีชื่อเสียงในสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสายงานการศึกษา เช่น รัฐมนตรีกระทรวงศึกษาธิการ ปลัดกระทรวง

ศึกษาธิการ คณะคิดคณะต่าง ๆ ผู้อำนวยการสภาวัฒนธรรม เป็นต้น ที่ให้การสนับสนุนโครงการฯ จึงเป็นอีกหนึ่งแรงเสริมที่ช่วยสร้างความน่าเชื่อถือ สร้างแรงกระตุ้น และการยอมรับให้กับผู้บริหารการศึกษาได้มากขึ้น

2. การให้รางวัล

จากการศึกษา จะพบว่า การให้รางวัลของโครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก จะมีหลากหลายลักษณะมากกว่าโครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า โดยโครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก จะเน้นการให้รางวัล เพื่อกระตุ้นให้เด็กเปลี่ยนพฤติกรรมไปในทางที่ดีขึ้น หรือเกิดพฤติกรรมที่พึงประสงค์ ได้สอดคล้องกับแนวคิดของสุรางค์ โคว์ตระกูล (2544) ได้กล่าวถึง การพัฒนาคุณธรรมจริยธรรมตามแนวคิดพฤติกรรมนิยมว่า เราสามารถพัฒนาคุณธรรมจริยธรรมของบุคคลได้ด้วยกระบวนการปรับพฤติกรรม โดยการใช้ตัวเสริมแรงทางสังคม เช่น การให้คำชมเชย ยกย่อง ให้เกียรติ ฯลฯ หรืออาจเป็นตัวเสริมแรงที่เป็นรางวัล สิ่งของ ที่ผู้ปรับพฤติกรรมต้องการ และสอดคล้องกับทฤษฎีการเรียนรู้ที่เกี่ยวข้องกับการโน้มน้าวใจ ที่พบว่า การสื่อสารจะได้ผลต่อเมื่อมีการให้กำลังใจทางบวก โดยวิธีให้รางวัล

นอกจากนั้น การให้รางวัล ทุนการศึกษา ระดับสถานศึกษา และกิจกรรมการประกวด ไม่เพียงจะสร้างแรงจูงใจในการเข้าร่วมโครงการแล้ว ยังเป็นการช่วยสนับสนุนและพัฒนาความก้าวหน้าการทำกิจกรรมโครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลกในโรงเรียนต่อไปอีกด้วย

ส่วนที่ 2 การศึกษาการเปิดรับ การรับรู้ ทศนคติ และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมของชมรมพุทธศาสตร์สากลฯ

โครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า

1. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า จากหนังสือมงคลชีวิต โปสเตอร์ และแผ่นพับมากที่สุด รองลงมา กลุ่มตัวอย่างได้เปิดรับข่าวสารจาก รุ่นพี่รุ่นน้องในสถาบัน เจ้าหน้าที่ชมรมพุทธ เพื่อน เว็บไซต์ MV ทางก้าวหน้า เสียงตามสาย ค่าย Smile Sbai Camp และค่าย D - mind Camp ตามลำดับ

จากผลการศึกษา สามารถอธิบายได้ว่า เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับหนังสือมงคลชีวิตมากที่สุด เพราะเป็นหนังสืออ้างอิงที่ใช้ในการอ่านเตรียมตัวสอบตอบปัญหาธรรมะในระดับอุดมศึกษา มีการสอดคล้องกับ Pamlgreen , Wenner and Roger (1985) ได้กล่าวถึงลักษณะของทฤษฎีการใช้ประโยชน์ความพึงพอใจไว้ว่า ผู้รับสารเป็นผู้แสวงหาข่าวสาร มีความกระตือรือร้น มีการใช้สื่ออย่างมีเป้าหมาย สภาพแวดล้อมของผู้รับสารจะเป็นตัวกำหนดความต้องการและโอกาสในการเปิดรับสื่อ

ในขณะที่เดียวกันที่ โปสเตอร์ และแผ่นพับ ก็มีการเปิดรับมากที่สุดเช่นกัน ซึ่งมีความสอดคล้องกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของโครงการที่มีการวางนโยบายที่จะให้สื่อทั้ง 2 ประเภทนี้เป็นสื่อแนวกว้างที่จะทำให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักและสนใจโครงการ ดังนั้น จึงมีการดำเนินการติดโปสเตอร์ในทุกสถาบันการศึกษาอย่างทั่วถึงและมีการผลิตแผ่นพับจำนวนมากว่า 1 แสนแผ่นเพื่อแจกกลุ่มเป้าหมายให้ครอบคลุมมากที่สุด

ส่วนสื่อบุคคล ได้แก่ รุ่นพี่รุ่นน้องในสถาบัน เจ้าหน้าที่ชมรมพุทธ และ เพื่อน เป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับในลำดับรองลงมา เนื่องจาก ทางโครงการฯ ได้มอบหมายภาระหน้าที่ให้ชมรมพุทธในสถาบันอุดมศึกษาทำหน้าที่เชิญชวนนิสิต นักศึกษาในสถาบัน นอกจากนั้นผู้ที่เคยเข้าร่วมโครงการมาก่อนก็จะช่วยทำหน้าที่เชิญชวนคนใหม่ให้เข้าร่วมเช่นกัน ซึ่งตามธรรมชาติของสังคมระดับอุดมศึกษาจะมีความคุ้นเคยระหว่างเพื่อน และรุ่นพี่รุ่นน้อง จึงทำให้มีการสื่อสารระหว่างกันได้ง่าย สอดคล้องกับแนวคิดของ Shramm (1954) ที่ได้ให้เหตุผลในการเปิดรับสารว่า คนย่อมจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด และได้ประโยชน์ตอบแทนสูงสุด หมายความว่า ผู้อ่านที่ดี ผู้คู่งดี ผู้ฟังที่ดี จะเลือกรับสื่อที่ตนเองมีความสะดวกที่สุด

(2) การรับรู้ข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับโครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า อยู่ในระดับสูง สามารถอธิบาย ได้ว่า กลุ่มตัวอย่างได้เปิดรับสื่อแนวกว้าง จากโปสเตอร์ และแผ่นพับที่ให้รายละเอียดในระดับหนึ่ง รองลงมาคือสื่อบุคคล ได้แก่ รุ่นพี่รุ่นน้องในสถาบัน เจ้าหน้าที่ชมรมพุทธ และเพื่อน ซึ่งเคยผ่านการอบรมและเข้าร่วมโครงการมาแล้ว จึงทำให้สามารถให้ข้อมูลในเชิงลึกได้ และมีความสอดคล้องกับการจัดกิจกรรมการอบรมให้ความรู้จากเจ้าหน้าที่โครงการ 2 หลักสูตรแก่กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งข้อที่กลุ่มตัวอย่างมีความรู้สูงสุด ได้แก่ หนังสือมงคลชีวิต เป็นมงคลสูตร 38 ประการ อันเป็นคำสอนของพระสัมมาสัมพุทธเจ้า ที่จะนำมาซึ่งความเจริญ ความเป็นสิริมงคลและความสุขในการดำเนินชีวิต สอดคล้องกับการที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารจากหนังสือมงคลชีวิตมากที่สุด

ทัศนคติเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยมีทัศนคติที่ดีกับการจัดกิจกรรมค่าย Smile Sbai Camp และ กิจกรรมค่าย D-mind Camp ซึ่งทำให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนิสิต นักศึกษา มีทัศนคติที่ดีมากต่อการเข้าร่วมกิจกรรมค่ายเยาวชน เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่ได้พบปะเพื่อนต่างสถาบัน ได้ทำกิจกรรมสันทนาการ รู้สึกผ่อนคลาย มีความสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องพฤติกรรมของวัยรุ่นของสุรางค์ โค้วตระกูล (2544) ได้อธิบายถึงพฤติกรรมทางสังคมของวัยรุ่น ว่า โดยปกติวัยรุ่นมักจะชอบการอยู่ร่วมกันในกลุ่มเพื่อน ทั้งนี้อาจจะมีลักษณะสาเหตุมาจากการเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย ความคิด และอารมณ์ จึงทำให้วัยรุ่นชอบอยู่กับกลุ่มเพื่อนวัยเดียวกันมากกว่าอยู่กับสมาชิกในครอบครัว ทั้งนี้เพราะการอยู่ในกลุ่มเพื่อนจะสร้างความรู้สึกร่วมกันเป็นพวกเดียวกัน เพราะมีความคิดคล้าย ๆ กัน มีปัญหาคล้าย ๆ กัน ดังนั้นสังคมของวัยรุ่น จึงเป็นสังคมในกลุ่มเพื่อนร่วมวัย และในการเข้ากลุ่มเพื่อนจะช่วยให้อายุรุ่นได้โอกาสที่จะทำกิจกรรมร่วมกัน ทั้งยังเปิดโอกาสให้เด็กได้เรียนรู้ในเรื่องการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่น และช่วยให้อายุรุ่นได้เรียนรู้บทบาทการพัฒนาคุณธรรมและจริยธรรมอีกด้วย

โครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก

1. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์

การที่กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลกจากคุณครู ได้เป็นไปตามแนวคิดในการดำเนินงานของโครงการ ในการจัดสัมมนาเปิดตัวโครงการประชาสัมพันธ์ให้กับผู้บริหาร และคุณครูจากสำนักงานเขตพื้นที่ต่างๆ ทั่วประเทศ เพื่อทำหน้าที่แจ้งข่าวประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มตัวอย่างทราบข่าว ทั้งนี้ในการดำเนินโครงการ มีการมอบหมายคุณครูประสานงานโครงการฯ คุณครูจึงมีบทบาทสำคัญ นอกจากนี้ คุณครูยังอยู่ในฐานะของผู้นำความคิด ที่กลุ่มเป้าหมายยอมรับในการรับฟังได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ Thomson (2004) ที่ศึกษาถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของโปรแกรมการอบรมคุณธรรมในโรงเรียนขนาดเล็ก พบว่า ภาวะผู้นำของผู้บริหารโรงเรียนและความรับผิดชอบของครูเป็นปัจจัยที่สำคัญให้โปรแกรมการอบรมคุณธรรมประสบความสำเร็จ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทพร เจริญวิชชากร (2548) ศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพของการสื่อสารในหลักสูตร “ทักษะชีวิตสำหรับเยาวชน” ที่ใช้สื่อบุคคล ได้แก่ครู ผู้บริหารโรงเรียนในการเผยแพร่ความรู้ให้กับนักเรียนและสอดคล้องกับแนวคิดของ สุพัตรา สุภาพ (2537) ที่ได้กล่าวถึง การพัฒนาคุณธรรมและจริยธรรมตามแนวคิดสังคัมภีระ ว่า ครู เป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญซึ่งรับช่วงต่อจาก พ่อ

แม่ เป็นผู้ที่มีอิทธิพลในการหล่อหลอม ชัดเจน ลักษณะนิสัยของนักเรียน และมีบทบาทในการเป็น
ตัวแบบให้แก่ นักเรียนในการแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ

2. การรับรู้ข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์

โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับโครงการฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมโลกอยู่ในระดับสูง จาก
การศึกษา จะเห็นได้ว่า ทางโครงการฯ มีการผลิตสื่อหลากหลายรูปแบบ หลายช่องทางและมี
จำนวนสื่อมากกว่าโครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า ซึ่งเป็นวิธีที่ช่วยทำให้กลุ่มเป้าหมาย
ได้รับรู้ข่าวสารและมีความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการได้มากขึ้น

3. ทศนคติเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์

ในส่วนของโครงการฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมโลก กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่ดีต่อการจัดตั้งบาทของ
ชมรม V-Star Club มากที่สุด ซึ่งน่าจะมีสาเหตุมาจากการตั้งบาทเป็นวัฒนธรรมประเพณีชาว
พุทธที่สืบทอดมาอย่างยาวนานจนถึงปัจจุบัน ที่กลุ่มตัวอย่างมีความคุ้นเคย หรือมีประสบการณ์ใน
การตั้งบาทพระมาก่อน บางครอบครัวมีการปลูกฝังให้ลูกตั้งบาทพระหน้าบ้าน หรือตั้งบาท
ทำบุญตามประเพณี และการทำบุญตั้งบาทเป็นการทำความดีที่สามารถทำได้ง่าย และทำได้บ่อย
ๆ ที่ทำให้ผู้ปฏิบัติมีความสุข ความสบายใจที่ได้ทำบุญ จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่ดีมากกับ
กิจกรรมนี้ มีความสอดคล้องกับ Roger (1978) ที่อธิบายถึงการก่อตัวของทัศนคติว่า เป็น
ความรู้สึกรับต่อคนรอบข้าง วัตถุหรือสิ่งแวดล้อมตลอดจนสถานการณ์ โดยทัศนคตินั้นมีรากฐานมา
จากความเชื่อที่อาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมของชมรมพุทธศาสตร์สากลฯ

ในด้านปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าร่วมโครงการ จากการศึกษา ปัจจัยอันดับหนึ่งที่มีผลต่อ
การตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมของทั้งสองโครงการ คือ สื่อบุคคล โดยโครงการตอบปัญหาธรรมะ
ทางก้าวหน้า ปัจจัยของสื่อบุคคลที่มีผลต่อการเข้าร่วมโครงการ ร้อยละ 67.3 ส่วนโครงการฟื้นฟู
ศิลปวัฒนธรรมโลก คิดเป็นร้อยละ 72.0 ที่มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ กาญจนา แก้วเทพ (2549)
ที่อธิบายว่า สื่อบุคคล เป็นสื่อที่พัฒนาได้อย่างมีศักยภาพ คือ สื่อบุคคล เป็นสื่อขนาดเล็ก แต่
มากไปด้วยพลังการพัฒนา ที่มีคุณลักษณะเฉพาะในความเป็นมนุษย์ ไม่เหมือนสื่อประเภทอื่น ๆ
ทำหน้าที่สื่อสารแบบมีส่วนร่วม ซึ่งมีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบสองทาง ซึ่งทำให้ผู้ส่งสารและ
ผู้รับสารสามารถมีปฏิริยาตอบโต้กัน (Interactive) ทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ
ตลอดเวลา และสอดคล้องกับแนวคิดของ เสถียร เชยประทับ (2525) ที่ได้กล่าวถึงประสิทธิภาพ
ของสื่อบุคคล ไว้ว่า

1. สามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนข่าวสารแบบยุควิถี คือ ถ้าผู้รับสารไม่เข้าใจในสารก็สามารถที่จะไต่สวน หรือขอข่าวสารเพิ่มเติมจากผู้ส่งสารได้เวลาอันรวดเร็ว ช่องทางที่เป็นสื่อระหว่างบุคคล มีปฏิริยาตอบสนอง หรือปฏิริยาสะท้อนกลับ สามารถทำให้ลดอุปสรรคของการสื่อสารที่เกิดจากการเลือกรับสาร การเลือกแปลหรือตีความสาร และการเลือกจำสารได้
2. สามารถจูงใจบุคคลให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังรากลึกได้ โดยการสื่อสารผ่านสื่อบุคคล ทำให้ผู้พูดและผู้ฟังเกิดความเป็นกันเอง และทำให้ผู้ฟังยอมรับความคิดเห็นของผู้พูดได้ง่ายขึ้น การสื่อสารแบบเผชิญหน้ากัน ทำให้ผู้พูดสามารถดัดแปลงเรื่องราวต่าง ๆ ตรงกับความต้องการของผู้ฟังได้อย่างเหมาะสม

รวมทั้งสอดคล้องกับแนวคิดของ Lazarsfeld and Menzies (1968) ที่ได้กล่าวถึงประสิทธิผลของสื่อบุคคลในการเปลี่ยนทัศนคติของสื่อบุคคล คือ

1. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลสามารถจัดการเลือกรับสารของผู้ฟังได้ เนื่องจากการหลีกเลี่ยงการสนทนา หรือ รับฟังเป็นไปได้อย่างกว่าการรับข่าวสารจากสื่อมวลชน
2. การติดต่อสื่อสารแบบเผชิญหน้า เปิดโอกาสให้ผู้ส่งสารสามารถปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาที่ใช้ในการสนทนาได้ในเวลาอันรวดเร็ว
3. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล จะมีลักษณะง่าย ๆ เป็นกันเอง จึงง่ายต่อการชักจูงใจให้คล้อยตาม
4. ผู้รับสารส่วนใหญ่มักเชื่อถือในข้อตัดสินใจ และความคิดเห็นของผู้ที่เขารู้จักและนับถือมากกว่าบุคคลที่เขาไม่เคยรู้จักมาก่อน

และสอดคล้องกับงานวิจัยของ แพรวพรรณ อัครประสา (2549) ศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพของการสื่อสารเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อนิสิตนักศึกษาหญิงในกรุงเทพมหานคร ที่พบว่าเพื่อน เป็นสื่อบุคคลที่มีอิทธิพลมากต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนิสิต นักศึกษาหญิงในกรุงเทพมหานคร

จากผลการศึกษาในครั้งนี้ จึงเป็นส่วนสนับสนุนแนวคิดเรื่องสื่อบุคคลว่า เป็นสื่อที่มีศักยภาพในการโน้มน้าวใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะบุคคลที่อยู่รอบตัวกลุ่มเป้าหมายจะมีอิทธิพลในการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมได้มาก

ข้อเสนอแนะ

ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า และโครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก แม้จะมีกระบวนการดำเนินงานที่สอดคล้องกับกระบวนการประชาสัมพันธ์ตามปกติ แต่ยังมีส่วนเฉพาะที่ต้องเพิ่มเติมในขั้นตอนการดำเนินงาน จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เกี่ยวข้องการทำงานด้านประชาสัมพันธ์ เมื่อพิจารณาในแง่กระบวนการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ พบว่า ทั้งสองโครงการฯ ให้ความสำคัญและเน้นหนักที่ขั้นตอนการสื่อสาร โดยเฉพาะการผลิตสื่อ การใช้สื่อและกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาแนวทางการประชาสัมพันธ์ ดังนี้ คือ

การใช้สื่อประชาสัมพันธ์

(1) โครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า

กิจกรรมค่ายพัฒนาเยาวชน

โครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้าได้ ริเริ่มการจัดกิจกรรมค่ายพัฒนาศกยภาพเป็นเวลาไม่ถึงปี จากการประเมินทัศนคติเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์โครงการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติอยู่ในระดับที่ดีมากกับทั้งสองค่าย คือ ค่าย D-mind Camp และ ค่าย Smile Sbai Camp นอกจากนั้น ยังให้ข้อเสนอแนะให้มีการจัดค่ายมีจำนวนวันที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความพึงพอใจที่มีต่อกิจกรรมดังกล่าว

ทั้งนี้กิจกรรมค่ายเป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมและพัฒนาให้ผู้เข้าร่วมโครงการได้เข้าร่วมกิจกรรมเชิงจริยธรรม เพื่อรักษาให้กลุ่มนักศึกษาเหล่านั้นได้รับการปลูกฝัง ทำกิจกรรมด้านศีลธรรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นกำลังสำคัญในการทำหน้าที่ชมรมพุทธในสถานบันต่อไป

เพราะฉะนั้น การพัฒนากิจกรรมค่าย จึงเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่จะช่วยในการพัฒนาและสร้างเครือข่ายนิสิต นักศึกษาให้เพิ่มมากขึ้น ทางโครงการจึงควรมีการคิดรูปแบบกิจกรรมค่ายเยาวชนที่เป็นประโยชน์และน่าสนใจ การพัฒนาศกยภาพทั้งด้านร่างกายและจิตใจ การเตรียมทีมงานพี่เลี้ยง ระยะเวลาในการจัดค่าย การหาสถานที่ที่เหมาะสม ควรมีการจัดค่ายอย่างสม่ำเสมอ กิจกรรมนี้จะช่วยดึงดูดให้นิสิต นักศึกษาอยากเข้าร่วมโครงการในครั้งต่อไป และสร้างคนรุ่นใหม่ในการสานต่อกิจกรรมด้านศีลธรรมให้เพิ่มมากขึ้น

เสียงตามสาย จากการศึกษารับสื่อประชาสัมพันธ์ของทางโครงการ จะพบว่า มีสื่อบางประเภทที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับน้อย คือ เสียงตามสาย อาจมีสาเหตุเนื่องจากเป็นเสียงที่เปิดช่วงสั้น ๆ ถ้าหากกลุ่มตัวอย่างไม่ได้ตั้งใจฟัง ก็ไม่สามารถเข้าใจสารนั้นได้ หรืออาจเป็นเพียงการฟังผ่าน ๆ ที่ไม่สามารถจับใจความได้ จึงเห็นได้ว่าสื่อแต่ละประเภทจะมีจุดเด่นและข้อจำกัด

ที่แตกต่างกันออกไป หากจะทำให้สื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพ อาจจะต้องเปิดให้ถี่มากขึ้น และเลือกสถานที่ เช่น บริเวณหอพัก โรงอาหาร และเลือกช่วงเวลาที่เหมาะสมที่นักศึกษาส่วนใหญ่อยู่ คือ หลังเลิกเรียนตอนเย็น เป็นต้น

กลยุทธ์การใช้สื่อจึงมิใช่แค่เพียงการผลิตรูปแบบสื่อที่หลากหลายเท่านั้น แต่ต้องมีการเลือกใช้สื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรม การเปิดรับของผู้รับสาร และเลือกช่วงเวลาที่เหมาะสมอีกด้วย

(2) โครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลก

ละครฟื้นฟูศิลปกรรมโลก

จากการศึกษาและประเมินทัศนคติของผู้เข้าร่วมโครงการ ซึ่งพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อละครฟื้นฟูศิลปกรรมในระดับที่ดีมาก และมีประสิทธิภาพที่เป็นปัจจัยในการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ สื่อละครสั้นจึงเป็นสื่อแนวใหม่ที่สร้างความตื่นตัวและได้รับความสนใจเป็นอย่างดี ทางโครงการจึงควรให้การสนับสนุนการผลิตสื่อละครให้เกิดการพัฒนาขึ้นไป

ในขณะเดียวกัน เมื่อดูการเปิดรับสื่อละคร มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 85.6 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ยังมีกลุ่มตัวอย่างบางส่วนไม่ได้รับชมละคร ที่นับเป็นสื่อที่มีความโดดเด่นและโครงการให้ความสำคัญ เมื่อพิจารณา น่าจะมีสาเหตุมาจาก สื่อละครผลิตในรูปแบบของวีซีดีที่มอบให้กับคุณครูประสานงาน เพื่อเปิดให้กับนักเรียนในโครงการ ดังนั้น การเปิดรับสื่อประเภทนี้จึงขึ้นอยู่กับคุณครูและอุปกรณ์ในการเปิดดูสื่อ ทำให้เห็นว่า สื่อละครถึงแม้จะเป็นสื่อที่มีคุณภาพ แต่มีความยากในการเข้าถึง

ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะแนวทางในการเข้าถึงสื่อละครที่เปิดกว้างมากขึ้น เพื่อให้ให้นักเรียนที่เข้าร่วมโครงการได้รับประโยชน์ได้อย่างเต็มที่ คือ การเปิดโอกาสให้ชมละครฟื้นฟูศิลปกรรมโลก ทุกเรื่องผ่านทางเว็บไซต์ของโครงการ โดยมีการแจ้งข่าว หรือประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ของโครงการให้ผู้เข้าร่วมโครงการ ตลอดจนผู้ปกครองได้รับทราบ และสามารถเข้าไปชมละครได้สะดวกมากขึ้น

ชมรม V-Star Club

ในการทำกิจกรรมในโรงเรียน ชมรม V-Star Club เป็นชมรมที่ทำกิจกรรมเพื่อส่งเสริมด้านศิลปกรรมในโรงเรียน ที่จากผลการศึกษาพบว่า ชมรม V-Star Club เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าร่วมโครงการ นอกจากนั้น ชมรม V-Star Club ยังมีบทบาทในการรักษาให้นักเรียนได้ทำกิจกรรมด้านศิลปกรรมในโรงเรียนอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น ทางโครงการควร

ส่งเสริมการขยายตัวของการตั้ง ชมรม **V-Star Club** ในโรงเรียนต่าง ๆ และพัฒนาให้มีความต่อเนื่องและเข้มแข็ง ตลอดจนการสร้างเครือข่ายของชมรม V-Star Club ระหว่างโรงเรียน หรือเขตพื้นที่การศึกษา โดยส่งเสริมความร่วมมือ ความช่วยเหลือ ตลอดจนแลกเปลี่ยนการทำกิจกรรมซึ่งกันและกัน เกิดเป็นเครือข่ายชมรม V-Star Club ที่จะขับเคลื่อนการทำกิจกรรมด้านศิลปกรรมออกสู่ชุมชนและสังคมต่อไป

เว็บไซต์

จากผลรวมในการประเมินทัศนคติเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่า อยู่ในระดับดี หากพิจารณารายข้อ จะเห็นได้ว่าทัศนคติต่อสื่อเว็บไซต์ Kru.in.th มีค่าเฉลี่ยที่น้อยกว่าสื่อประเภทอื่นคือ ความสะดวกในการค้นหาข้อมูล มีค่าเฉลี่ย 3.57 ความทันสมัย (update) ของข้อมูลข่าวสาร ค่าเฉลี่ย 3.69 การออกแบบเว็บไซต์ ค่าเฉลี่ย 3.61 ดังนั้น ทางโครงการควรมีแนวทางในการพัฒนาเว็บไซต์ให้น่าสนใจและสามารถเข้าถึงได้ง่าย นอกจากนี้ เว็บไซต์ของโครงการในปัจจุบันได้เน้นหนักในการสื่อสารและติดต่อประสานงานกับคุณครูผู้ประสานงาน โครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลกเท่านั้น ยังขาดเว็บไซต์ที่จะนำเสนอในลักษณะการประชาสัมพันธ์ให้กับนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการและบุคคลทั่วไปได้รู้จักโครงการในวงกว้าง

การจัดกิจกรรมพิเศษ

จากข้อเสนอแนะการเข้าร่วมกิจกรรมพิเศษของทางโครงการ คือ วันประเมินมาตรฐานศิลปกรรม พบว่า สาเหตุส่วนใหญ่ที่กลุ่มตัวอย่างไม่ยอมเข้าร่วมกิจกรรม คือ กิจกรรมพิเศษที่จัดขึ้นใช้ระยะเวลาานาน ทำให้ต้องกลับถึงบ้านค่ำ ทางโครงการควรมีการกำหนดวัน เวลา รูปแบบกิจกรรมที่กระชับและเหมาะสม เพื่อให้ผู้เข้าร่วมงานประทับใจและไม่ลำบากในการเดินทางกลับบ้าน หรือไม่เหนื่อยล้าจนเกินไป ซึ่งจะเป็นแนวทางให้กลุ่มเป้าหมายอยากเข้าร่วมกิจกรรมพิเศษในครั้งต่อ ๆ ไป

สถาบันครอบครัว

สถาบันครอบครัวหรือบ้านที่เป็นส่วนหนึ่งในเครือข่ายบ้าน วัด โรงเรียน นับว่าเป็นหน่วยสังคมที่มีบทบาทสำคัญในการอบรมสั่งสอน และปลูกฝังคุณธรรมแก่เยาวชน จากการดำเนินการที่ให้บทบาทผู้ปกครองในการสังเกต และให้กำลังใจ เขียนสมุดบันทึกความดี หากต้องการให้การดำเนินโครงการในการกระตุ้นการปลูกฝังคุณธรรมแก่เยาวชนมีความลึกซึ้ง ทางโครงการควรทำในเชิงลึกมากขึ้น เพราะว่า พ่อ แม่เป็นต้นแบบหรือเป็นครูคนแรกที่สำคัญ ดังนั้นจึงควรส่งเสริมและสร้างสถาบันครอบครัวให้มีความเข้มแข็ง พ่อ แม่ควรเป็นสัมมาทิฐิบุคคล จึง

ควรมีการอบรมด้านศีลธรรม หรือการจัดปฏิบัติธรรมให้กับผู้ปกครอง เพื่อให้พ่อแม่ได้หล่อหลอม คุณธรรมไปสู่ลูก นอกจากนั้น ควรมีการสนับสนุน หรือ จัดกิจกรรมที่ส่งเสริมการทำกิจกรรม ด้านศีลธรรมทั้งครอบครัว พ่อ แม่ ลูกให้มากขึ้น เช่น การไปทำบุญในวันสำคัญทางศาสนา ร่วมกันทั้งครอบครัว ในลักษณะที่เรียกว่า **ครอบครัวสัมพันธ์** เพราะครอบครัวคือจุดบ่มเพาะ ศีลธรรมที่สำคัญ

การประเมินผล

เนื่องจากทั้งสองโครงการได้ใช้กลยุทธ์การใช้สื่อผสมผสานจึงทำให้มีการผลิตสื่อ หลากหลายรูปแบบ ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ทั้งสองโครงการยังไม่มีมีการประเมินผลเกี่ยวกับสื่อ ประชาสัมพันธ์ จึงทำให้ไม่มีการวัดหรือประเมินว่าสื่อใดมีประสิทธิภาพต่อผู้รับสารมากที่สุด เพียงใด เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายเพียงใด

เมื่อโครงการมีแนวคิดในการให้เยาวชนเรียนรู้และปลูกฝังศีลธรรมผ่านสื่อ หรือ ใช้สื่อ เป็นตัวกระตุ้นให้เยาวชนอยากทำความดี ทางโครงการจึงควรมีการประเมินผลในการทำสื่อ ประเภทต่าง ๆ ที่ใช้ในโครงการ ซึ่งในการประเมินผลนั้น มิใช่แค่การวัดปริมาณในการใช้สื่อ เท่านั้น แต่ควรวัดผลถึงความรู้ ความเข้าใจ ทักษะ ทักษะ ความพึงพอใจเกี่ยวกับข่าวสาร และ กิจกรรมของโครงการ เช่น การวัดความเข้าใจเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือที่ใช้ในการอ่าน ประกอบ ความรู้ที่ได้จากบอร์ดนิทรรศการพุทธประวัติ เป็นต้น นอกจากนั้น ควรมีการประเมิน ในด้านวิธีการเผยแพร่สื่อ ว่ามีวิธีการเผยแพร่ได้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเพียงใด ทั้งนี้เพื่อให้ทราบถึง ผลสัมฤทธิ์ในการผลิตสื่อว่ามีอิทธิพล หรือมีผลในการจูงใจผู้รับสารให้ตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ หรือไม่ สื่อใดมีอิทธิพลมากที่สุดแตกต่างกันอย่างไร เพราะในการผลิตสื่อแต่ละประเภทมีความ เกี่ยวข้องกับงบประมาณและค่าใช้จ่ายของโครงการ ซึ่งจะเป็นแนวทางการวางกลยุทธ์การใช้สื่อ ว่าสื่อใดเป็นสื่อหลัก และสื่อใดควรเป็นสื่อรอง โครงการควรให้ความสำคัญหรือให้น้ำหนักกับสื่อ ใดบ้าง ผลการประเมินย่อมจะเป็นประโยชน์ในการแนวทางการผลิตสื่อ และวางกลยุทธ์การใช้สื่อ การกำหนดช่องทางการสื่อสาร และการบริหารงบประมาณได้อย่างเป็นระบบ

สถาบันการศึกษา

โดยระบบทางสังคมได้ให้บทบาทสถาบันการศึกษาเป็นแหล่งรวมความรู้วิชาการ และเป็นแหล่งหล่อหลอมและปลูกฝังคุณธรรมจริยธรรมให้กับเยาวชน ดังนั้นโรงเรียนและสถานศึกษา จึงควรมีการจัดการเรียนการสอนและการจัดหลักสูตรที่เอื้อต่อการทำกิจกรรม ไม่เพียงสอนพุทธ ศาสนาในภาคทฤษฎีเท่านั้น ควรสนับสนุน ให้นักเรียนได้ทำกิจกรรมด้านศีลธรรมอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ การดำเนินกิจกรรมดังกล่าวจะประสบความสำเร็จหรือดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพได้นั้น ต้องได้รับการสนับสนุนและความร่วมมือจากผู้บริหารโรงเรียนและคุณครูเป็นสำคัญ ดังจะเห็นได้จากปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลกอันดับแรก คือ คุณครู ดังนั้น หากผู้บริหารและคุณครูให้ความสำคัญ และส่งเสริมการทำกิจกรรมด้านศีลธรรม ซึ่งอาจริเริ่มทำโครงการภายในโรงเรียน หรือ เข้าร่วมกับโครงการที่หน่วยงานต่าง ๆ จัดขึ้น เพื่อเป็นการปลูกจิตสำนึก และการกระตุ้น และวางแนวทางให้เกิดกิจกรรมในภาคปฏิบัติ สิ่งสำคัญคือควรมีกิจกรรมที่สม่ำเสมอ จนทำให้เกิดเป็นความคุ้นเคยและเกิดเป็นนิสัยที่ดีติดตัว

นโยบายของรัฐบาล

การพัฒนาเยาวชนของประเทศ ได้ถูกกำหนดแนวทางไว้ในแผนการพัฒนาเยาวชนแห่งชาติ แต่เป็นลักษณะภาพในอุดมคติ ที่ยังห่างไกลจากสภาพความเป็นจริงในปัจจุบัน ซึ่งปัญหาของเยาวชนนับวันจะทวีความรุนแรง ปรากฏข่าวทางสื่อมวลชนบ่อยครั้งมากขึ้น และพบพฤติกรรมที่สะท้อนถึงความตกต่ำทางด้านศีลธรรมของเยาวชนที่มีแนวโน้มสูงขึ้น เมื่อพิจารณาจากสถิติของการก่อคดีของสถานพินิจ คุ้มครองเด็กและเยาวชน จะพบว่า ยอดจำนวนของเยาวชนที่ก่อคดีมีจำนวนสูงขึ้นทุกปี

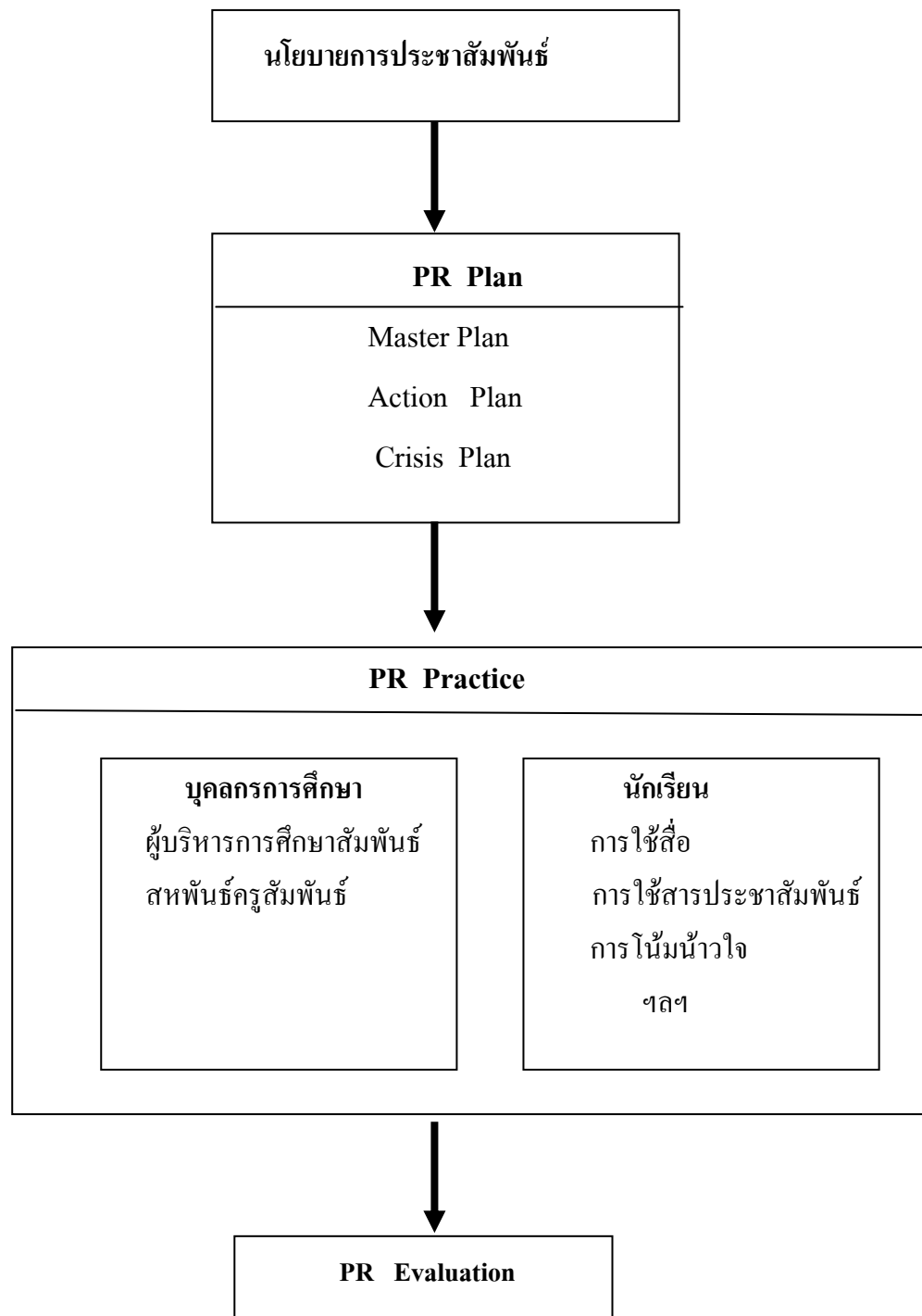
การแก้ปัญหาของเยาวชนและการพัฒนาฟื้นฟูศีลธรรมให้กลับคืนจิตใจของเยาวชน เป็นภารกิจระดับประเทศ ที่รัฐบาลควรให้ความสำคัญและกำหนดนโยบายการ ตลอดจนมีการจัดสรรงบประมาณในการพัฒนาคุณธรรมแก่เยาวชนที่ลงสู่ภาคปฏิบัติอย่างชัดเจน และส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดความร่วมมือหน่วยงานหลายภาคส่วนอย่างต่อเนื่องและจริงจัง โดยเฉพาะนโยบายจากกระทรวงศึกษาธิการ ที่มีบทบาทสำคัญในการกำหนดนโยบายลงสู่สถานศึกษา ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารการศึกษาตอบรับไปในทิศทางที่สอดคล้องกับนโยบายของกระทรวง การจัดการกิจกรรมด้านศีลธรรมของเยาวชนจะสามารถดำเนินได้อย่างราบรื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากผู้บริหารได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรม จะทำให้เกิดกระแสการตื่นตัวออกสู่สังคมวงกว้าง และนำไปสู่การประสานความร่วมมือจากภาครัฐและเอกชนได้ง่ายขึ้น เพราะหากอาศัยเพียงบางหน่วยงานในการอบรมด้านศีลธรรมให้กับเยาวชนก็คงไม่เพียงพอ

จากการอภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะของการวิจัยเรื่อง สามารถสังเคราะห์ เป็นแบบจำลอง เพื่อเป็นเสนอแนะรูปแบบให้กับ องค์กร หน่วยงาน หรือสถาบันการศึกษาที่ เกี่ยวข้องในการอบรมและปลูกฝังศีลธรรมให้กับเยาวชน ได้นำไปปฏิบัติหรือประยุกต์ใช้ โดย นำเสนอรูปแบบการทำการประชาสัมพันธ์ไว้ 2 รูปแบบ คือ

รูปแบบที่ 1 แนวทางการประชาสัมพันธ์กิจกรรมเชิงจริยธรรม สำหรับเยาวชนระดับประถม ถึงระดับมัธยมศึกษา

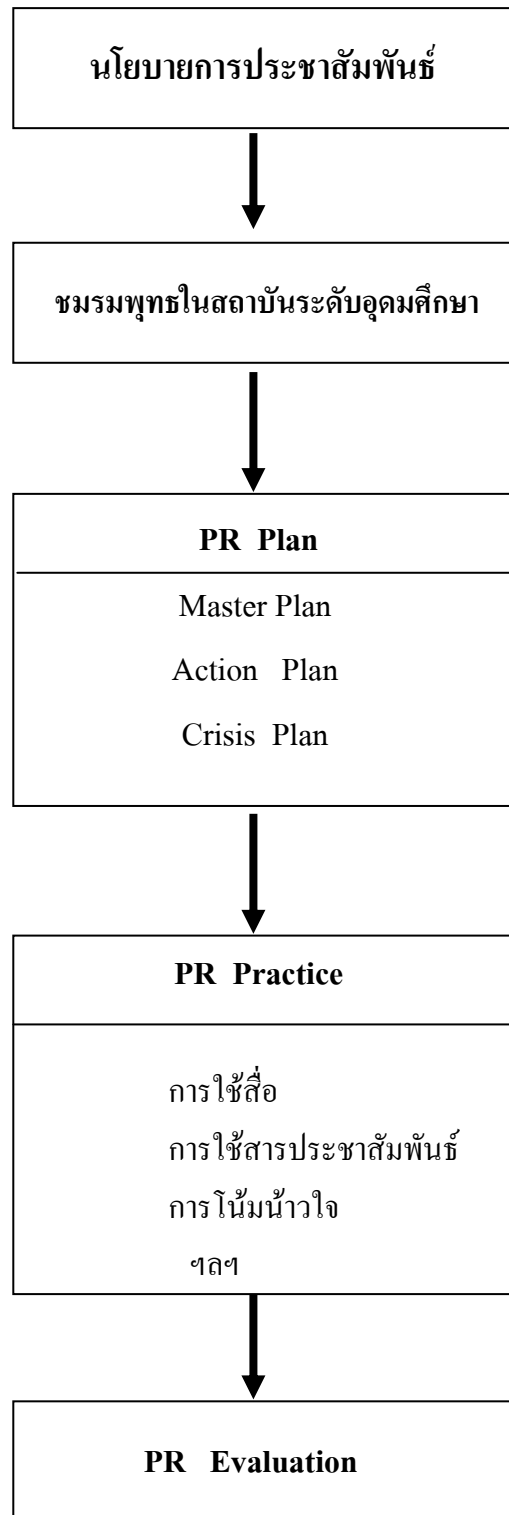
รูปแบบที่ 2 แนวทางการประชาสัมพันธ์กิจกรรมเชิงจริยธรรม สำหรับเยาวชนระดับอุดมศึกษา

รูปแบบที่ 1 แนวทางการประชาสัมพันธ์กิจกรรมเชิงจริยธรรม สำหรับเยาวชนระดับประถม ถึง ระดับมัธยมศึกษา



ภาพที่ 30 แนวทางการประชาสัมพันธ์กิจกรรมเชิงจริยธรรม สำหรับเยาวชนระดับประถม ถึง ระดับมัธยมศึกษา

รูปแบบที่ 2 แนวทางการประชาสัมพันธ์กิจกรรมเชิงจริยธรรม สำหรับเยาวชนระดับอุดมศึกษา



ภาพที่ 31 แนวทางการประชาสัมพันธ์กิจกรรมเชิงจริยธรรม สำหรับเยาวชนระดับอุดมศึกษา

จากแบบจำลองแนวทางการประชาสัมพันธ์ สามารถอธิบายสรุปความจากทั้ง 2 รูปแบบได้ คือ

1. นโยบายการประชาสัมพันธ์

จากแผนผังทั้ง 2 รูปแบบในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ฝ่ายประชาสัมพันธ์หรือส่วนงานที่ทำงานเกี่ยวข้อง ควรเริ่มต้นกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์ เพื่อกำหนดวัตถุประสงค์แนวทางการดำเนินงาน เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ ที่จะนำไปสู่การปฏิบัติการในลำดับต่อไป

เนื่องจากนโยบายการประชาสัมพันธ์ คือ การวางแผนแผน กรอบการทำงานอย่างมีทิศทางที่สอดคล้องกัน เพื่อให้บรรลุผลตามเป้าหมาย ทั้งนี้ นโยบายการประชาสัมพันธ์จะต้องได้อยู่บนพื้นฐานของ วิสัยทัศน์ และพันธกิจขององค์กร และสนับสนุนให้พันธกิจและเป้าหมายขององค์กรประสบความสำเร็จ ดังนั้น ในการทำการประชาสัมพันธ์ จะต้องมีการกำหนดนโยบายที่ชัดเจน เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานได้อย่างตรงเป้าหมาย ซึ่งมีผลต่อการจัดสรรงบประมาณในการบริหารงานประชาสัมพันธ์ได้เหมาะสม

2. กระบวนการประชาสัมพันธ์

ในลำดับต่อมา ในขั้นตอนกระบวนการประชาสัมพันธ์ โดยมีการวางแผนการประชาสัมพันธ์ที่ครอบคลุม ทั้งแผนแม่บท แผนในระดับปฏิบัติการ และแผนป้องกันวิกฤต เพื่อป้องกันเหตุการณ์ฉุกเฉิน ซึ่งแผนประเภทต่าง ๆ จะช่วยให้ผู้ดำเนินงานมีการทำงานอย่างมีระบบตรงตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตั้งแต่การศึกษาข้อมูล การกำหนดกลยุทธ์ การกำหนดสื่อ การออกแบบสารที่สื่อสารกับผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ แผนการประชาสัมพันธ์จึงเป็นเหมือนหางเสือที่กำหนดทิศทางดำเนินงานให้เป็นที่ไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

3. การดำเนินงาน

ระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา

จากการศึกษาในการจัดกิจกรรมเชิงจริยธรรมกับเยาวชน พบว่า มีลักษณะบูรณาการการปลูกฝังด้านศีลธรรมเข้าไปสู่สถานศึกษา เนื่องจากสถานศึกษานอกจากจะเป็นแหล่งในการศึกษาเล่าเรียนแล้ว ยังเป็นสถานที่ในการอบรม ชักเกลานิสัย กิริยามารยาท และบ่มเพาะคุณธรรมความดีงาม ในการจัดกิจกรรมต่างๆ จึงต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้บริหารการศึกษาในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ผู้อำนวยการและคุณครูในโรงเรียน นอกจากนั้นยังต้องอาศัยความร่วมมือจากผู้อำนวยการและคุณครูในโรงเรียน ในการเข้ามามีส่วนร่วมและประเมินผลกิจกรรม

ดังนั้น ในการดำเนินกิจกรรม จึงจำเป็นต้องสร้างความเข้าใจ และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บริหารการศึกษาในสำนักเขตการศึกษาต่างๆ ซึ่งมีหน้าที่ดูแลและรับผิดชอบเกี่ยวกับการศึกษา และกิจกรรมต่าง ๆ ในโรงเรียน ถ้าหากผู้ดำเนินโครงการสามารถสร้างความเข้าใจกับกลุ่มผู้บริหารการศึกษาได้ ย่อมได้รับความร่วมมือที่ดี การทำประชาสัมพันธก็จะทำได้สะดวกและได้รับความร่วมมือได้ง่ายมากขึ้น โดยการดำเนินงานประชาสัมพันธเชิงรุก ดังนี้ คือ

ผู้บริหารการศึกษาสัมพันธ์ โดยการลงพื้นที่เยี่ยมเยียนผู้บริหาร และบุคลากรแวดวงการศึกษา การจัดอบรมสัมมนาเพื่อให้ความรู้ ซึ่งแจ้งรายละเอียดการดำเนินงานของกิจกรรมที่ถูกต้อง รวมทั้งเปิดเวทีในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อรับฟังความคิดเห็น และข้อเสนอแนะต่าง ๆ ซึ่งกันและกัน

สหพันธครูสัมพันธ์ เนื่องจากคุณครูมีความใกล้ชิดและเป็นผู้นำความคิดต่อเด็ก คุณครูจึงเข้ามามีบทบาทในการส่งเสริม สนับสนุน และเป็นกระบอกเสียงหรือทำหน้าที่เป็นสื่อบุคคลในการประชาสัมพันธสู่เยาวชน ดังนั้น จึงควรมีการทำความเข้าใจกับครู และจัดตั้งเป็นกลุ่มหรือชมรม เพื่อให้คุณครูจากโรงเรียนต่าง ๆ ได้ประสานงาน ช่วยเหลือ และร่วมมือกันในการทำงาน เพื่อให้คุณครูเข้าใจเป้าหมาย อุดมการณ์ ในการสร้างเยาวชนให้เป็นคนดี

ระดับอุดมศึกษา

จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างในระดับอุดมศึกษาส่วนใหญ่ ตัดสินใจเข้าร่วมโครงการจากสื่อบุคคล และการทำหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ชมรมพุทธในสถาบัน ดังนั้น ในการทำประชาสัมพันธกิจกรรมด้านจริยธรรมกับเยาวชนในระดับอุดมศึกษา ควรมีการจัดตั้งกลุ่มคนหรือชมรมพุทธในสถาบันอุดมศึกษา หรือทำการประชาสัมพันธผ่านชมรมพุทธในสถาบันอุดมศึกษา เพราะเป็นกลุ่มคนที่อยู่ในวัยเดียวกัน สามารถเข้าถึงและสื่อสารกับเพื่อน รุ่นพี่รุ่นน้องในสถาบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนั้นยังสามารถสร้างความไว้วางใจ สร้างจุดโน้มน้าวใจให้กับผู้รับสารได้เป็นอย่างดี

การประเมินผล ในแผนงานการประชาสัมพันธควรระบุแนวทางการประเมินผล การประชาสัมพันธ หรือกำหนดตัวชี้วัดที่ชัดเจน เพื่อติดตามและรับทราบถึงผลสัมฤทธิ์ในการดำเนินงาน เป็นแนวทางในการปรับปรุง พัฒนา และสร้างสรรค์กลยุทธ์การประชาสัมพันธที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อจำกัดในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการประชาสัมพันธ์นักเรียน นักศึกษาซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมกิจกรรมแล้ว ไม่สามารถวัดผลกับกลุ่มตัวอย่างก่อนการเข้าร่วมโครงการได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. เนื่องจากงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยที่ได้ อาจจะเป็นเพียงตัวแทนของเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น เพราะในการดำเนินโครงการมีนักเรียน นิสิต นักศึกษา ที่เข้าร่วมโครงการอยู่ทั่วประเทศ ดังนั้นหากมีการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษา การเปิดรับ การรับรู้ข่าวสาร ทักษะคิด และ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการของประชากรที่เป็นตัวแทนจากทุกภูมิภาค เพื่อให้สามารถประเมินภาพรวมในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโครงการได้ชัดเจนมากขึ้น

2. การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาในแง่มุมมองความคิดเห็นของนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการเท่านั้น แต่ยังมีกลุ่มบุคคลที่มีบทบาทสำคัญในการมีส่วนร่วมและเป็นผู้ตัดสินใจเปิดรับโครงการ ดังนั้น จึงควรมีการศึกษาความคิดเห็น ทักษะคิด และความพึงพอใจของผู้บริหารการศึกษา ผู้อำนวยการโรงเรียน คุณครู ที่มีต่อกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของโครงการ

3. เนื่องจากการศึกษาเรื่องนี้ เป็นการศึกษาการทำประชาสัมพันธ์ขององค์กรไม่แสวงหากำไร ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาการทำประชาสัมพันธ์ในการโน้มน้าวเยาวชนของหน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อศึกษาถึงกลไกในการทำประชาสัมพันธ์ ว่ามีรูปแบบกลยุทธ์การดำเนินงาน มีการใช้สื่อ และการสร้างสรรค์สื่อใหม่ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นที่แตกต่างกันอย่างไร เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่การทำประชาสัมพันธ์กับเยาวชน

4. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิผลการทำประชาสัมพันธ์ของชมรมพุทธศาสตร์สากลฯ กับหน่วยงานอื่น ๆ ที่จัดกิจกรรมด้านศีลธรรมให้กับเยาวชน เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง และ ประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์ เพื่อศึกษาแนวทางการทำกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กรรมจักร์ อัสวครเดชา. การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2550.

กาญจนา แก้วเทพและคณะ. ได้ฟากฟ้าแห่งการศึกษา : สื่อบุคคลและเครือข่ายการสื่อสาร. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย , 2549.

เกศินี จุฑาวิจิตร. การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น. นครปฐม : ภาควิชาการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ สถาบันราชภัฏนครปฐม , 2540.

จำเนียร ช่างโชติ. จิตวิทยาการเรียนรู้. [ม.ป.ท] : มหาวิทยาลัยรามคำแหง , 2518.

เด็ก เยาวชน ครอบครัว : อนาคตของชุมชน (เอกสารประกอบการประชุมประจำปี ว่าด้วยเรื่องชุมชน ครั้งที่ 1 วันที่ 30-31 พฤษภาคม 2543)

ทวีศักดิ์ พุฒสุขจี. วิกฤติในกลุ่มคนวัยหนุ่มสาว คือ วิกฤติของสังคมและการศึกษาไทย. สยามรัฐ สัปดาห์วิจารณ์. ปีที่56 (12-18 ก.ย 42) : 25.

ธงชัย สันติวงษ์. พฤติกรรมผู้บริโภค. พระนคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2539.

นันทพร เจริญวนิชชากร. ประสิทธิผลของการสื่อสารในหลักสูตร “ ทักษะชีวิต สำหรับเยาวชน ” ของโครงการไลออนส์ เควสท์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.

ประมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์, 2532.

ประกายกาวิล ศรีจินดา. การสื่อสารรณรงค์ของโครงการ “ สัจจะอธิษฐาน ”. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.

ประจวบ อินอ้อด. เขาประชาสัมพันธ์กันอย่างไร. กรุงเทพฯ : มณฑนาสถาปัตย์, 2532.

ประไพพรรณ ภูมิวุฒิสาร. จิตวิทยาวัยรุ่น. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530.

พัชนี เชยจรรยา, เมตตา วิวัฒนานุกูล และฉรินันท์ อนุวัชรวิวงศ์. แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : ข้าวฟ่าง , 2538.

พิมพ์ใจ ปัทมสันติวงษ์. กลยุทธ์การสื่อสารและประสิทธิผลของโครงการรณรงค์แยกประเภทขยะของสำนักรักษาความสะอาด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2542.

- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพฯ: ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. เอกสารประกอบการบรรยายวิชาการวางแผนและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550. (อัดสำเนา)
- ยุพา สุภากุล. การสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์, 2540.
- วาสนา จันทร์สว่าง. การสื่อสารเพื่อชีวิต. กรุงเทพฯ: เจ้าพระยาการพิมพ์, 2532.
- ลัดดาพร หวังชิงชัย. กลยุทธ์การใช้สื่อประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลโครงการเก็บค่าไฟใส่กระเป๋. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ นิเทศศาสตร์ มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.
- ศักดิ์ สุนทรเสณี. เจตคติ. กรุงเทพฯ: ดี.ดี. บুকส์โตร์, 2531.
- ศศิพันธ์ ไตรทาน. กระบวนการการสื่อสารกับการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการลด ละ เลิกยาเสพติด ของนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- เสถียร เขยประทับ. การสื่อสารและการพัฒนา. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- เสวี วงษ์มณฑา. การประชาสัมพันธ์เชิงปฏิบัติการ : Practical Public Relations. กรุงเทพฯ: บริษัท A.N. การพิมพ์, 2540.
- อเนก รัตนจิตบรรจง. บทบาทของหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นประเภทกีฬากับการเสริมสร้างคุณธรรมแก่เด็กและเยาวชน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.
- ธันวกรณ์ ปฏิสังข์. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลของโครงการ 60 ปี 60 ล้านความดี น้อมเกล้าฯ ถวายในหลวง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.
- สุรางค์ ไคว้ตระกูล. จิตวิทยาการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- อรวรรณ ปิลันธน์โอวาท. การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.

ภาษาอังกฤษ

- Assael, Henry. Consumer behavior and marketing action. Cincinnati, Ohio : South - Western, 1995.
- Bandura, A. Social Learning Theory . Englewood Cliffs . New Jersey : Prentice - Hall
Bisdin, Donald S. and Kenneth Hoskinson , 1976.
- Bettinghaus., Erwin Paul. Persuasive communication. New York : Holt Rinehart and
Winston, 1980.
- Brooks , D. William . Speech communication. Dubuque . Iowa : Wm.C. Brown, 1971.
- De Fleur, Lawrence , Melvin. Theories of mass communication. New York : Mckay,
1970.
- Katz, Daniel. The social psychology of organizations. New York : Wiley, 1978.
- Krech, David. Element of psychology : a brief course. New York : Alfred A. Knopf, 1970.
- Klapper, Joseph T. The effects of mass communication. New York : The Free Press,
1960.
- Kohlberg , L. Moral Stages and Moralization : Cognitive – Developmental Approach , Int.
Lickona(Ed) Moral Development and Behavior : Theory Research and Social
Issues. New York : Holt. Rinehart & Winton., 1976.
- Kotler, P. and Anderson. A Strategic Marketing for non-profit organization . 4 th ed.
New Jersey : The Prentic-Hall, 1991.
- Maslow, A.H. A Theory of Human Motivation. Psychological Review. Vol, 50, 1963.
- Micheal Norman . A Comparison Study of Moral Development in Jewish
Religious School Seeing. Dissertation Abstracts International, 1963.
- McCombs And Backer. L.E. Using Mass communication Theory. New Jersey : Printic
Hall, 1979.
- Piaget, J. The Inerlectual Developtment of the Adolescent. In G. Caplan & S.L
ebovici (Ed) . New York : Bastie Books , 1969.
- Rogers, Everett M. Communication of innovatons : a cross-cultural approach .
New York : The Free Press, 1973.

- Skinner, B.F. Science and Human Behavior. New York : Macmillan , 1953.
- Skinner, B.F. About behaviorism. New York : Knopf, 1974.
- Schramm, Wilbur. The process and effects of mass communication. Urbana : University of Illinois Press, 1965.
- Sigmund , Freud . An Outline of Psychoanalysis. In Standard Edition. Vol. 23 , 1964.
- Oliver, Sandra. Public Relations Strategy. Kogan Page : London , 2001.
- Wragg, David. The Public relations handbook. Blackwell : United Kingdom ,1992.
- Zimbardo, Philip G. The psychology of attitude change and social influence. New York : McGraw – Hill, 1991.

แบบสัมภาษณ์

เรื่อง กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และปัจจัยที่ทำให้เยาวชนตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรม
ของชมรมพุทธศาสตร์

ตอน 1 ข้อมูลของบุคคลผู้ให้สัมภาษณ์

1. ชื่อ – นามสกุล
2. ระดับการศึกษา.....
3. ตำแหน่ง.....
4. หน้าที่ที่รับผิดชอบ.....

ตอน 2 คำถามเกี่ยวกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โครงการ

1. วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์โครงการ
2. แนวคิดหลักของการประชาสัมพันธ์โครงการ
3. กลุ่มเป้าหมายของโครงการ มีลักษณะใดในการกำหนดอย่างไร
4. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์ของท่าน
5. มีการวางแผนการประชาสัมพันธ์หรือไม่ และเป็นลักษณะใด
6. ขั้นตอนการวางแผนการประชาสัมพันธ์ มีการแบ่งงานอย่างไร และมีการขอความร่วมมือจากหน่วยงานอื่นๆ หรือไม่
7. มีการกำหนดเนื้อหาในการประชาสัมพันธ์อย่างไร
8. กลยุทธ์การใช้สื่อและกิจกรรม
 - สื่อประชาสัมพันธ์และกิจกรรมใดที่หน่วยงานของท่านใช้ในการประชาสัมพันธ์
 - มีลักษณะใดในการเลือกใช้สื่อและกิจกรรมอย่างไร
 - กิจกรรมเด่น ๆ ที่ทำในโครงการได้แก่กิจกรรมใด
 - สื่อประชาสัมพันธ์และกิจกรรมใดที่ท่านให้ความสำคัญมากที่สุด และมีประสิทธิผลมากที่สุด - น้อยที่สุด เพราะเหตุใด

แบบสอบถาม

*(อุดมศึกษา)

ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการตอบปัญหาธรรมะ “ทางก้าวหน้า”

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์ของนิสิตปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เพื่อศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และปัจจัยที่ทำให้เยาวชนตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมเชิงจริยธรรมของชมรมพุทธศาสตร์สากลฯ ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ตามความเป็นจริง เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ทางการศึกษาต่อไป โดยจะนำเสนอข้อมูลในภาพรวมเท่านั้น ผู้วิจัยจึงต้องขอขอบพระคุณในความร่วมมืออย่างดียิ่งมา ณ โอกาสนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริง และเติมข้อความลงในช่องว่างให้ครบทุกข้อ

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

12 -13 ปี

16 - 17 ปี

14- 15 ปี

18- 19 ปี

3. กำลังศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา

ม.1 – ม. 2

ม. 5 – ม. 6

ม.3 – ม. 4

อาชีวศึกษา

4. การนับถือศาสนา

พุทธ

อิสลาม

คริสต์

อื่นๆ.....

5. จำนวนครั้งที่ท่านเข้าร่วมโครงการตอบปัญหาธรรมะ “ทางก้าวหน้า”

1 ครั้ง

3 ครั้ง

2 ครั้ง

4 ครั้งขึ้นไป

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการตอบปัญหาธรรม “ ทางก้าวหน้า ”

2.2 ท่านเปิดรับสื่อและกิจกรรมการประชาสัมพันธ์โครงการตอบปัญหาธรรมะ “ ทางก้าวหน้า ” จากสื่อใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | | |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> แผ่นพับ | <input type="checkbox"/> คู่มือการอบรม Supervisor | <input type="checkbox"/> MV ทางก้าวหน้า |
| <input type="checkbox"/> โปสเตอร์ | <input type="checkbox"/> หนังสือ ทางก้าวหน้า | <input type="checkbox"/> ค่าย D-mind |
| <input type="checkbox"/> เว็บไซต์
www.Ibstkn.com | <input type="checkbox"/> Pocket book เล่มเล็ก
(เรื่องในรั้ว , เก็บใบไม้ , Vision) | <input type="checkbox"/> ค่าย Smile Sbai Camp |
| <input type="checkbox"/> เว็บไซต์ www.
Ibscenter.net | <input type="checkbox"/> สปอตเสียง | |

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้โครงการตอบปัญหาธรรม “ ทางก้าวหน้า ”

ท่านมีความรู้เกี่ยวกับประเด็นข้อมูลต่างๆ ของโครงการตอบปัญหาธรรม “ ทางก้าวหน้า ” หรือไม่

ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการตอบปัญหาธรรม “ ทางก้าวหน้า ”	ทราบ	ไม่ทราบ
(1) โครงการตอบปัญหาธรรม “ ทางก้าวหน้า ” ดำเนินการโดยชมรมพุทธศาสตร์สากลฯ ที่มีการจัดสอบอย่างต่อเนื่องมากกว่า 25 ปี		
(2) โครงการตอบปัญหาธรรม “ ทางก้าวหน้า ” มีการจัดสอบตั้งแต่ระดับอนุบาล จนถึงระดับ ครู อาจารย์		
(3) หนังสือมงคลชีวิต เป็นมงคลสูตร 38 ประการ อันเป็นคำสอนของพระสัมมาสัมพุทธเจ้า ที่จะนำมาซึ่งความเจริญ ความเป็นสิริมงคล และความสุขในการดำเนินชีวิต		
(4) เป็นโครงการ ที่สร้างเครือข่ายนิสิต นักศึกษาจากทั่วทุกสถาบันการศึกษา เป็นผู้รับผิดชอบในการจัดสอบ ประสานงานบริหารจัดการให้ดำเนินไปอย่างดีที่สุด		
(5) โครงการตอบปัญหาธรรมะ “ ทางก้าวหน้า ” ได้เข้าร่วมในโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมสันติภาพขององค์การยูเนสโกแห่งสหประชาชาติ		
(6) โถรางวัลสำหรับผู้ชนะเลิศการสอบประเภทต่าง ๆ ได้รับการสนับสนุนจากองค์กรต่าง ๆ ทั้งภายในและต่างประเทศ		

ตอนที่ 4 ทักษะคิดเกี่ยวกับโครงการตอบปัญหาธรรม “ทางก้าวหน้า”

ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อโครงการตอบปัญหาธรรม “ทางก้าวหน้า”

ข้อความ	ดีมาก 5	ดี 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1	ไม่เคยเห็น / ไม่เคยเข้าร่วม
1. โปสเตอร์						
1.1 การออกแบบทันสมัย สวยงาม						
1.2 ภาพโปสเตอร์กระตุ้นความ สนใจ และดึงดูดใจ						
2. แผ่นพับ						
2.1 การออกแบบสวยงาม ,น่าสนใจ						
2.2 ภาพประกอบสื่อความหมาย						
2.3 รายละเอียดในแผ่นพับเข้าใจได้ ง่าย						
3.หนังสือ ทางก้าวหน้า						
3.1 การให้ความรู้เรื่องมงคลต่าง ๆ						
3.2 ภาษาอ่านเข้าใจง่าย						
4. คู่มือ Supervisor						
4.1 การเรียบเรียงเนื้อหา อ่านเข้าใจ ง่าย						
4.2 ปริมาณเนื้อหาพอเหมาะ						

ข้อความ	ดีมาก 5	ดี 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1	ไม่เคยเห็น / ไม่เคยเข้า ร่วม
5. Pocket book เล่มเล็ก (เรื่องในรั้ว , เก็บใบไม้ , vision)						
5.1 เนื้อหาสาระ ให้ข้อคิด, ให้กำลังใจ						
5.2 การออกแบบรูปเล่ม						
6. การอบรม Supervisor						
6.1 การถ่ายทอดความรู้ของพี่เลี้ยง						
6.2 รูปแบบกิจกรรมน่าสนใจ						
6.3 สื่อประกอบการอบรม						
7. เว็บไซต์ www.Ibstkn.com						
7.1 ความสะดวกในการค้นหา ข้อมูล						
7.2 ความทันสมัยข้อมูล ข่าวสาร (Update)						
7.3 การออกแบบเว็บไซต์ เช่น ลักษณะการจัดหน้าเว็บไซต์ , สี , ตัวอักษร						
8. กิจกรรมค่าย D – mind Camp						
9. กิจกรรมค่าย Smile Sbai Camp						

ส่วนที่ 5 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการตอบปัญหาธรรมะ “ ทางก้าวหน้า ”

5.1 ปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการตอบปัญหาธรรมะ “ ทางก้าวหน้า ” จากมากไปหาน้อย 3 อันดับ (มากที่สุดให้ใส่หมายเลข 1 รองลงมาให้ใส่หมายเลข 2 และ 3 ตามลำดับ ตอบเพียง 3 อันดับเท่านั้น)

- | | |
|---|-----------------------------|
| ผู้อำนวยการ โรงเรียน | หนังสือ มงคลชีวิต |
| คุณครู | เว็บไซต์ |
| ผู้ปกครอง | รางวัล และทุนการศึกษา |
| เพื่อน | งานพิธีมอบโล่รางวัล |
| รุ่นพี่ / รุ่นน้องในโรงเรียน | เจ้าหน้าที่โครงการฯ |
| ผู้ประสานงานการสอบ (ซูเปอร์ไวเซอร์) | ค่าย D-mind |
| สมัครใจเอง | ค่าย Smile Sbai Camp |
| อื่นๆ ระบุ..... | การอบรม Supervisor |

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

แบบสอบถาม

*(มัธยมศึกษา)

ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลก “V – Star ”

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์ของนิสิตปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เพื่อศึกษาประสิทธิผลและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อนำเยาวชนเข้าร่วมกิจกรรมเชิงจริยธรรม ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่าน ในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ตามความเป็นจริง เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ทางการศึกษาต่อไป โดยจะนำเสนอข้อมูลในภาพรวมเท่านั้น ผู้วิจัยจึงต้องขอขอบพระคุณในความร่วมมืออย่างดียิ่งมา ณ โอกาสนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริง และเติมข้อความลงในช่องว่างให้ครบทุกข้อ

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

12 -13 ปี

16 – 17 ปี

14- 15 ปี

18 -19 ปี

3. กำลังศึกษาอยู่ระดับชั้นมัธยมศึกษา

ม. 1 –ม. 2

ม. 5 –ม. 6

ม. 3 – ม. 4

อาชีวศึกษา

4. การนับถือศาสนา

พุทธ

อิสลาม

คริสต์

อื่นๆ.....

5. จำนวนครั้งที่ท่านเข้าร่วมโครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลก V-Star

จำนวน 1 ครั้ง

จำนวน 2 ครั้ง

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ ฟีนฟูสิลธรรมโลก “ V – Star ”

2.1 ท่านได้เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ ฟีนฟูสิลธรรมโลก “ V – Star ” จากสื่อใดบ้าง (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด **ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ**)

สื่อบุคคล.

- ผู้อำนวยการโรงเรียน
- คุณครู
- เพื่อน
- รุ่นพี่ / รุ่นน้องในโรงเรียน

สื่อสิ่งพิมพ์

- หนังสือลอง...ดู
- หนังสือลอง...ดี
- หนังสือ The rooms

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- เว็บไซต์ www.Kru .in.th

สื่อเฉพาะกิจ

- ไปสเตอร์
- เสียงตามสาย
- ละครฟีนฟูสิล ธรรมโลก
- วิชิตีพุทธศาสนา
- อื่น ๆ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้โครงการ ของโครงการฟีนฟูสิลธรรมโลก “ V – Star ”

ท่านมีความรู้เกี่ยวกับประเด็นข้อมูลต่าง ๆ ของโครงการฟีนฟูสิลธรรมโลก “ V – Star ” หรือไม่

ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ ฟีนฟูสิลธรรมโลก “ V – Star ”	ทราบ	ไม่ทราบ
(1) v-star มาจากคำว่า Virtuous Star แปลว่า “ดาวแห่งความดี ”		
(2) เป็นโครงการที่สอดคล้องกับคุณธรรมพื้นฐาน 8 ประการที่กระทรวงศึกษาธิการกำหนดให้ปลูกฝังกับเยาวชน		
(3) โครงการฟีนฟูสิลธรรมโลก มีความมุ่งหวังที่จะสร้าง ผู้นำเยาวชนต้นแบบด้านศีลธรรม		
(4) คุณธรรมพื้นฐานที่ต้องการปลูกฝังให้กับผู้เข้าร่วมโครงการคือ วินัย เคารพ อดทน		

ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ ฟื้นฟูศิลปกรรมโลก “ V – Star ”	ทราบ	ไม่ทราบ
(5) โครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลก เน้นการปลูกฝังศิลปกรรม และคุณธรรมโดยการปฏิบัติจริง จนเป็นนิสัยผ่านกิจวัตร และ กิจกรรม		
(6) มีการติดตามและประเมินผลโครงการอย่างเป็นระบบ		

ส่วนที่ 4 ทักษะเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของโครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลก
ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อสื่อและกิจกรรมการประชาสัมพันธ์โครงการฟื้นฟูศิลปกรรมโลก

ข้อความ	ดีมาก 5	ดี 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1	ไม่เคยเห็น / ไม่ เคยเข้าร่วม
1. โปสเตอร์						
1.1 การออกแบบทันสมัย สวยงาม						
1.2 ภาพโปสเตอร์กระตุ้นความ สนใจ และดึงดูดใจ						
2. ละครฟื้นฟูศิลปกรรมโลก						
2.1 เนื้อเรื่องน่าสนใจและน่าศึกษา						
2.2 นำเสนอตัวอย่างการทำความคิด ได้อย่างชัดเจน						
2.3 เป็นแบบอย่างในการฝึกปฏิบัติ กิจวัตรและกิจกรรมในโครงการฯ						

ข้อความ	ดีมาก 5	ดี 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1	ไม่เคยเห็น / ไม่เคยเข้าร่วม
3. เว็บไซต์ www. Kru.in.th						
3.1 ความสะดวกในการค้นหา ข้อมูล						
3.2 ความทันสมัยของ ข้อมูล ข่าวสาร (Update)						
3.3 การออกแบบเว็บไซต์ เช่น ลักษณะการจัดหน้าเว็บไซต์, สี , ตัวอักษร						
4. ใบปลิว (ประกวตเขียนโทษสุรา, เรียงความมหัศจรรย์ จันเปลี่ยนไป)						
4.1 การออกแบบน่าสนใจ , น่าอ่าน						
4.2 ข้อมูล ครบถ้วน เข้าใจง่าย						
5. การจัดรายการเสียงตามสาย (V-star)ในโรงเรียน						
5.1 รูปแบบการดำเนินรายการ น่าสนใจ และน่าติดตาม						
5.2 ข้อมูลหรือเนื้อหาที่พูดในการ จัดรายการเสียงตามสายมีสาระ ประโยชน์						

ข้อความ	ดีมาก 5	ดี 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1	ไม่เคยเห็น / ไม่เคยเข้าร่วม
6. กิจกรรมการพัฒนาโรงเรียน เช่น พัฒนาห้องน้ำ , ความสะอาด โรงเรียน ฯลฯ						
7. ชมรม V-star Club						
7.1 การสวดมนต์ ทำวัตร						
7.2 การจัดตักบาตร						
7.3 การจัดรายการเสียงตามสาย						
7.4 การเข้าร่วมกิจกรรมพุทธ ศาสนาในชุมชน เช่น ทอดกฐิน , ตักบาตร เป็นต้น						
8. กิจกรรมวันประเมิน มาตรฐาน ศีลธรรม						
8.1 การทดสอบวัฒนธรรมชาว พุทธ						
8.2 การชมนิทรรศการพุทธ ประวัติ						
9. นิทรรศการพุทธประวัติและทศ ชาติชาดก						
9.1 ให้ความรู้ด้านพุทธประวัติและ กฎแห่งกรรม						
9.2 การจัดบอร์ดสวยงาม ดึงดูดใจ						

ข้อความ	ดีมาก 5	ดี 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1	ไม่เคยเห็น / ไม่เคยเข้าร่วม
10 . สื่อการเรียนรู้ (หนังสือ ลองดี , ลองดู , The Room)						
10.1 เนื้อหาให้สาระ ความรู้						
10.2 ภาพประกอบ และการ์ตูน สวยงามน่าอ่าน						

ส่วนที่ 5 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก

5.1 ปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก จากมากไปหาน้อย 3 อันดับ (มากที่สุดให้ใส่หมายเลข 1 รองลงมาให้ใส่หมายเลข 2 และ 3 ตามลำดับ ตอบ 3 อันดับเท่านั้น)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> คุณครู | <input type="checkbox"/> ละครฟื้นฟูศีลธรรมโลก |
| <input type="checkbox"/> เพื่อน | <input type="checkbox"/> โปสเตอร์ |
| <input type="checkbox"/> รุ่นพี่ / รุ่นน้องในโรงเรียน | <input type="checkbox"/> เสียงตามสาย |
| <input type="checkbox"/> ผู้ปกครอง | <input type="checkbox"/> ชมรม V –Star Club |
| <input type="checkbox"/> สมัครใจเอง | <input type="checkbox"/> เข็มรางวัลและประกาศนียบัตรเชิดชูเกียรติ |
| <input type="checkbox"/> สื่อหลักสูตร Best Note | <input type="checkbox"/> ทุนศึกษาต่อ และถ่ายเขาวชนนานาชาติ |
| | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ ระบุ..... |

5.2 ท่านชอบละครพื้นฟูศีลธรรมโลกเรื่องใดมากที่สุด (ตอบเพียง 1 ข้อ)

- ทองล้นหลัง กล้าดี กำเนิด
 อภินิหารดาวแห่งความดี แสงแห่งศรัทธา ไม่ได้ชม

5.3 ท่านอยากมาร่วมงานวันประเมินมาตรฐานศีลธรรมในครั้งต่อไปหรือไม่

- อยาก ไม่อยาก เพราะ

ข้อเสนอแนะ

ขอขอบคุณเด็กดี V- Star ที่น่ารักทุกคนที่ช่วยตอบแบบสอบถามค่ะ

9. กลยุทธ์ในการนำเสนอสาร

- กลวิธีในการออกแบบสารเป็นอย่างไร
- ใจความสำคัญ ที่สื่อสารออกไปยังกลุ่มเป้าหมาย
- ใช้กลยุทธ์ใด ในการจูงใจ หรือนำเสนอสาร (แหล่งอ้างอิง , รางวัล)

10. ท่านคิดว่า การทำประชาสัมพันธ์มีความสำคัญกับโครงการของท่านหรือไม่
อย่างไร

11. หน่วยงานของท่านมีการประเมินผลการประชาสัมพันธ์หรือไม่

12. ท่านคิดว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการดำเนินโครงการประชาสัมพันธ์คืออะไร

13. ปัญหาและอุปสรรคของการทำประชาสัมพันธ์ มีด้านใดบ้าง

ชมรมพุทธศาสตร์สากล ในราชูปถัมภ์สมเด็จพระมหารัชมังคลาจารย์

International Buddhist Society (IBS)

วิสัยทัศน์และมโนปณิธาน

“ สร้างเยาวชนให้เป็นคนดี ”

“ To cultivate ethical development and elevate spiritual values in youth ”

ประวัติความเป็นมา

จากการจัดนิทรรศการ "ทางก้าวหน้า" ของชมรมพุทธฯ 6 สถาบัน ณ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อ พ.ศ. 2525 จากนั้นการตอบปัญหาธรรมะ "ทางก้าวหน้า" ได้ขยายตัวขึ้นอย่างรวดเร็ว รวมทั้งการรวมกลุ่มทำกิจกรรมของชมรมพุทธฯ ในระดับอุดมศึกษาได้เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก จนถึงปี พ.ศ. 2534 ศิษย์เก่าชมรมพุทธศาสตร์จำนวนหนึ่ง จากหลายสถาบัน ได้รวมกันเป็นกลุ่มทำงาน อุทิศตนเพื่อรองรับภารกิจในการประสานงาน ต่อจากชมรมพุทธศาสตร์ฯ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในการนี้ได้รับความเมตตาจากเจ้าประคุณสมเด็จพระพุทธชินวงศ์ (สุวรรณ สุวณฺณโชโต ป.ธ.7) เจ้าอาวาสวัดเบญจมบพิตรรับเป็นองค์อุปถัมภ์ จนถึงวันที่ 17 พ.ย. 2540

ต่อมาได้กราบอาราธนาสมเด็จพระมหารัชมังคลาจารย์ (ช่วง วรปุญฺโญ ป.ธ.9) เจ้าอาวาสวัดปากน้ำภาษีเจริญ เจ้าคณะใหญ่หนเหนือ กรรมการมหาเถรสมาคม เป็นองค์อุปถัมภ์ และได้ใช้ชื่อ "ชมรมพุทธศาสตร์สากล ในอุปถัมภ์สมเด็จพระมหารัชมังคลาจารย์" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปลูกฝังคุณธรรมตามหลักคำสอนในพระพุทธศาสนา ให้ยังงอกงามในใจของเยาวชนทุกระดับชั้น เพื่อให้เยาวชนมีความรู้คู่คุณธรรมอย่างแท้จริง

ชมรมพุทธศาสตร์สากลฯ ได้ดำเนินการโครงการด้านการปลูกฝังศีลธรรมให้กับคุณครู อาจารย์และเยาวชนมาอย่างต่อเนื่อง นับเป็นการเพาะต้นกล้าแห่งความดีจำนวนมากให้เติบโตและสร้างสันติสุขให้เกิดขึ้นในสังคม จากโครงการต่าง ๆ ดังนี้

โครงการส่งเสริมศีลธรรมระดับครูอาจารย์

ครู คือ ต้นแบบแห่งความรู้คู่คุณธรรมของศิษย์ หากครูมีความรู้ ความสามารถ คุณธรรม
อุดมการณ์ และกำลังใจในการสอนศีลธรรมมากเพียงใด นั้นหมายถึงความสำเร็จของการสร้างคนให้
เป็นคนดีมากเพียงนั้น ด้วยเหตุนี้ชมรมพุทธศาสตร์สากลฯ จึงได้ดำเนินการจัดให้มีการจัดโครงการ
ส่งเสริมศีลธรรมระดับครูอาจารย์ อาทิ การสอบ "ทางก้าวหน้า" รอบครูอาจารย์, การสัมมนาครูอาจารย์,
การปฏิบัติธรรมครู เป็นต้น

โครงการส่งเสริมศีลธรรมระดับเยาวชน

ชมรมพุทธศาสตร์ ในสถาบันการศึกษา ศูนย์รวมเยาวชน ผู้เป็นแสงสว่างในการทำความคิด
เพื่อให้เยาวชนเหล่านั้นมีแนวทางและกำลังใจในการสร้างความคิด เรียนรู้ธรรมะของพระสัมมาสัมพุทธ
เจ้าและฝึกฝนอบรมตนเอง ผ่านกิจกรรมทางพระพุทธศาสนาต่าง ๆ อาทิ พิธีไหว้ครู, ค่ายคุณธรรม, จัด
ตักบาตร, สวดมนต์, นั่งสมาธิ, อบรมธรรมทายาทภาคฤดูร้อน , โครงการอบรมธรรมทายาทหญิง
ระดับมัธยมศึกษาและอุดมศึกษา , โครงการรณรงค์งดเหล้า บุหรี่ ในสถานศึกษา ฯลฯ โดยชมรม
พุทธศาสตร์สากลฯ และศิษย์เก่าชมรมพุทธฯ จึงได้ส่งเสริมสนับสนุนการทำงานกิจกรรมต่างๆ ใน
สถาบันอุดมศึกษาทั้งภาครัฐบาลและเอกชน

- ❖ **โครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า** เริ่มจัดขึ้นครั้งแรกในปี 2525 ซึ่งเป็นโครงการที่
มีนักเรียน นิสิต นักศึกษาจากทั่วประเทศจำนวนมากกว่า 5 ล้านคน เข้าร่วมกิจกรรม
การตอบปัญหาธรรมะจากหนังสือมงคลชีวิต 38 ประการอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการปลูกฝัง
คุณธรรมพื้นฐานในการดำเนินชีวิตได้อย่างถูกต้อง ซึ่งเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการจะได้เรียนรู้
และซึมซับเอาหลักธรรมคำสอนทางพุทธศาสนา และนำไปสู่แนวทางการปฏิบัติที่ดีงามต่อไป
- ❖ **โครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก** ได้เริ่มขึ้นในปี 2551 เพื่อส่งเสริมให้เยาวชนนำความรู้จาก
ภาคทฤษฎีมาปฏิบัติให้เป็นรูปธรรมอย่างชัดเจนยิ่งขึ้น มุ่งเน้นให้เยาวชนของชาติได้เรียนรู้
ต้นแบบที่ดีจากคุณพ่อคุณแม่ และคนรอบข้างด้วยตนเอง แล้วย่นำมาบันทึกในสมุดบันทึกความ
ดี ซึ่งเป็นสื่อกลางที่จะเชื่อมโยงสายสัมพันธ์ของคนในครอบครัว ในโรงเรียนให้มีความรัก
ความเข้าใจ และความอบอุ่นมากยิ่งขึ้น ซึ่งหมายถึงภูมิคุ้มกันที่ดีที่สุด ที่จะช่วยประคับประคอง
เยาวชนของชาติให้เติบโตอย่างปลอดภัย และเป็นแบบอย่างที่ดีงามให้แก่อนุชนรุ่นหลังสืบ
ต่อไป

โครงการอบรมศีลธรรมนักเรียน นิสิต นักศึกษา เพื่อความเหมาะสมกับวัย และความต้องการของเยาวชน จึงได้จัดโครงการในรูปแบบต่าง ๆ เน้นธรรมะขั้นพื้นฐานกับการนั่งสมาธิพัฒนาจิตใจ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน อาทิ โครงการพัฒนาศักยภาพผู้นำเยาวชนต้นแบบ Moral Youth Training Program สำหรับนักเรียนระดับมัธยมศึกษาได้รู้จักการทำงานเป็นทีม มีความคิดสร้างสรรค์และสามารถสร้างกลุ่มเยาวชนต้นแบบในสถานศึกษาของตนได้ หลังการอบรมจะมีการติดตามและให้คำแนะนำอย่างต่อเนื่อง

โครงการพัฒนาศักยภาพเพื่อความเป็นผู้นำ Leadership Training Program สำหรับนิสิตนักศึกษาในระดับอุดมศึกษา จะได้เรียนรู้ศิลปะของการเป็นผู้นำ เช่น เทคนิคการจูงใจคน, การพัฒนาบุคลิกภาพ, การสร้างมนุษยสัมพันธ์ ฯลฯ และสามารถพัฒนาศักยภาพที่มีอยู่ในตนเอง ออกมาใช้ในทางสร้างสรรค์อย่างเต็มที่ โครงการเรียนรู้สมาธิกับธรรมชาติ Natural Meditation Camp สำหรับนิสิตนักศึกษา จัดขึ้นตามช่วงเวลาที่เหมาะสมตลอดทั้งปี มีการฝึกปฏิบัติสมาธิอย่างง่าย ๆ พร้อมกับกิจกรรมสันตนาการท่ามกลางบรรยากาศแห่งธรรมชาติสำหรับการพักผ่อนใจอย่างแท้จริง

สถิติผู้เข้าสอบตอบปัญหาธรรมะ ทางก้าวหน้า ตั้งแต่ปี พ.ศ 2540 – ปัจจุบัน

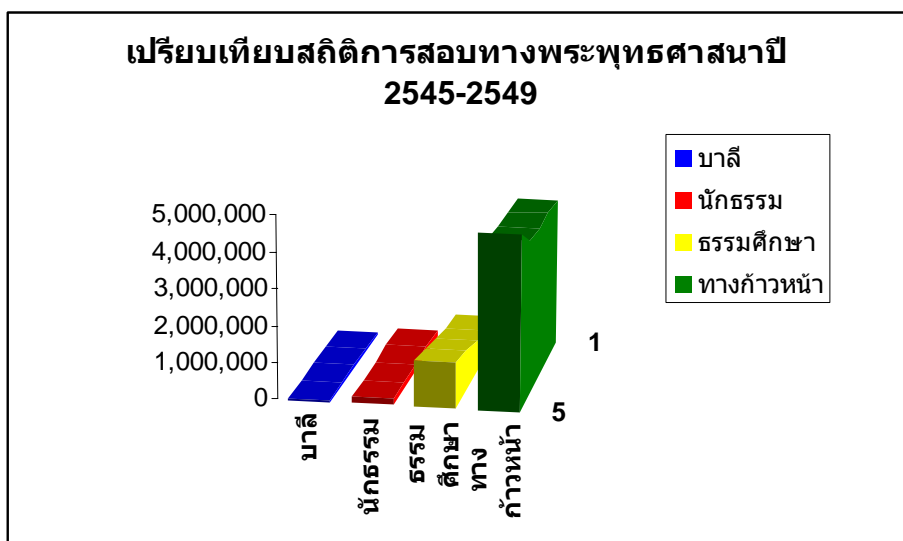
ปี พ.ศ	สอบครั้งที่	จำนวนผู้เข้าสอบ (คน)	จำนวน โรงเรียน(แห่ง)
2540	16	92,554	658
2541	17	1,355,154	4,106
2542	18	2,318,392	11,242
2543	19	3,262,884	13,172
2544	20	3,916,300	13,547
2545	21	4,039,673	13,208
2546	22	4,067,372	13,458
2547	23	4,091,119	15,160
2548	24	4,138,501	14,480
2549	25	4,732,291	14,839
2550	26	5,074,901	16,977
2551	27	5,104,980	18,124

แหล่งที่มา : ศูนย์สารสนเทศ โครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า ชมรมพุทธศาสตร์สากลฯ

เปรียบเทียบกับข้อมูลสถิติการสอบทางพระพุทธศาสนา 5 ปีย้อนหลัง (2545 – 2549)

กิจกรรม	2545	2546	2547	2548	2549
1) บาลี	43,408	41,278	38,805	35,996	32,627
2) หนักธรรม	180,924	167,751	153,749	146,537	161,420
3) ธรรมศึกษา	646,824	736,800	889,192	1,112,234	1,253,033
4) ทางก้าวหน้า	4,039,673	4,067,372	4,092,064	4,138,501	4,732,291

- 1 อ้างอิงจากข้อมูลสำนักงานแม่กองบาลีสนามหลวง
- 2,3 อ้างอิงจากข้อมูลสำนักงานแม่กองธรรมสนามหลวง



สถิตินักเรียนที่เข้าร่วมโครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก ครั้งที่ 1 – 2 พ.ศ 2551

ภาค	ครั้งที่ 1		ครั้งที่ 2	
	จำนวนนักเรียน (คน)	จำนวนโรงเรียน (แห่ง)	จำนวนนักเรียน (คน)	จำนวนโรงเรียน (แห่ง)
กรุงเทพฯ	6,916	189	10,723	120
กลาง	29,154	680	48,452	555
ตะวันตก	12,240	305	17,482	227
ตะวันออก	12,046	310	21,667	270
อีสาน	43,499	1,035	75,915	1,031
ใต้	4,893	469	10,179	150
เหนือ	18,759	122	38,335	557
รวม	127,507	3,110	223,053	2,910

ที่มา : ฝ่ายสารสนเทศโครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก

รางวัลประเภทต่าง ๆ ในโครงการตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า

1. รางวัลโล่เกียรติยศ

โล่เกียรติยศ ประเภทบุคคล สำหรับโรงเรียนที่นักเรียนสอบได้คะแนนสอบสูงสุดประเภทบุคคล ระดับประเทศ จำนวน 4 โล่

โล่เกียรติยศ ประเภททีม สำหรับโรงเรียนที่นักเรียนสอบได้คะแนนสอบสูงสุดประเภททีม ระดับประเทศ จำนวน 4 โล่

2. รางวัลทุนการศึกษา ประเภทบุคคลระดับประเทศ (ในแต่ละระดับการสอบ)

รางวัลชนะเลิศ	ทุนการศึกษา	100,000 บาท
รางวัลที่ 2	ทุนการศึกษา	30,000 บาท
รางวัลที่ 3	ทุนการศึกษา	10,000 บาท
รางวัลที่ 4	ทุนการศึกษา	5,000 บาท
รางวัลที่ 5	ทุนการศึกษา	4,000 บาท
รางวัลที่ 6	ทุนการศึกษา	3,000 บาท
รางวัลที่ 7	ทุนการศึกษา	2,000 บาท
รางวัลที่ 8	ทุนการศึกษา	2,000 บาท
รางวัลที่ 9	ทุนการศึกษา	2,000 บาท
รางวัลที่ 10	ทุนการศึกษา	2,000 บาท

หมายเหตุ รางวัลชนะเลิศจะมอบทุนการศึกษาแก่นักเรียนผู้ได้รับรางวัลจำนวน 50,000 บาท ส่วนทุนการศึกษาอีก 50,000 บาทจะมอบให้แก่โรงเรียนที่ส่งนักเรียนเข้าสอบ

รางวัลทุนการศึกษา ประเภทบุคคล ระดับจังหวัด (ในแต่ละระดับการสอบ)

รางวัลชนะเลิศ	ทุนการศึกษา	1,000 บาท
รางวัลที่ 2	ทุนการศึกษา	800 บาท
รางวัลที่ 3	ทุนการศึกษา	500 บาท
รางวัลที่ 4-10	ทุนการศึกษา	400 บาท
รางวัลที่ 11-20	ทุนการศึกษา	300 บาท

หมายเหตุ นักเรียนที่ได้รับรางวัลทุนการศึกษาประเภทบุคคล ทั้งระดับประเทศและระดับจังหวัดชมรมพุทธศาสตร์สากลฯ จะพิจารณาให้ทุนการศึกษาเฉพาะระดับประเทศเท่านั้น

4. รางวัลประกาศนียบัตร

ประกาศนียบัตรสำหรับนักเรียน

ผู้ที่ได้รับรางวัลชนะเลิศ ถึง รางวัลที่ 10 ประเภทบุคคล ระดับประเทศ

ผู้ที่ได้รับรางวัลชมเชยอันดับที่ 1 ประเภทบุคคล ระดับประเทศ (ได้ 70 คะแนนขึ้นไป)

ผู้ที่ได้รับรางวัลชมเชยอันดับที่ 2 ประเภทบุคคล ระดับประเทศ (ได้ 60 คะแนนขึ้นไป)

ผู้ที่ได้รับรางวัลชมเชยอันดับที่ 3 ประเภทบุคคล ระดับประเทศ (ได้ 50 คะแนนขึ้นไป)

ผู้ที่ได้รับรางวัลที่ 1-20 ประเภทบุคคล ระดับจังหวัด

ประกาศนียบัตรสำหรับโรงเรียน

โรงเรียนที่ได้รับรางวัลชนะเลิศ ถึงรางวัลที่ 5 ประเภททีม

ประกาศนียบัตรสำหรับผู้บริหารและคุณครู

- ประกาศนียบัตรสำหรับผู้บริหารสถานศึกษา อาจารย์ประสานงานหลักและผู้ช่วยอาจารย์ประสานงานหลัก
- ประกาศนียบัตรเชิดชูเกียรติ ผู้บริหารสถานศึกษา อาจารย์ประสานงานหลักและผู้ช่วยอาจารย์ประสานงานหลักของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ
- ประกาศนียบัตรสำหรับอาจารย์ประสานงานร่วมทีมและผู้สนับสนุนโครงการ อาจารย์ประสานงานและผู้ให้การสนับสนุน ในการจัดกิจกรรมวันสอบทุกท่าน

รางวัลการทำหน้าที่ ผู้ประสานงานศูนย์สอบ

มีการจัดพิธีมอบรางวัลให้กับ ให้กับนิสิต นักศึกษาจากสถาบันต่าง ๆ ที่ทำหน้าที่ผู้ประสานงานศูนย์สอบ ดีเด่น ในเดือนธันวาคมของทุกปี ณ ชมรมพุทธศาสตร์สากล โดยแบ่งประเภทรางวัลต่าง ๆ ได้ ดังนี้

1. รางวัลผู้ประสานงานศูนย์สอบดีเด่นระดับสถาบัน
2. เหรียญผู้ประสานงานศูนย์สอบดีเด่น
3. ประกาศนียบัตรผู้ประสานงานศูนย์สอบดีเด่น
4. รางวัลผู้ประสานงานศูนย์สอบยอดเยี่ยมระดับประเทศด้วยเกียรติยศ
5. ประกาศนียบัตรผู้ประสานงานศูนย์สอบยอดเยี่ยมระดับประเทศ

รางวัลของโครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก

รางวัลระดับบุคคลและโรงเรียน

เกณฑ์การให้คะแนนและระดับการให้รางวัล

ร้อยละ 80 ขึ้นไป	Diamond V-Star
ร้อยละ 60 ขึ้นไป	Gold V-Star
ร้อยละ 50 ขึ้นไป	V-Star



Diamond V- Star



Gold V- Star



V- Star

สำหรับโรงเรียน โดยประเมินจาก

1. คะแนนรวมของนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการของแต่ละโรงเรียน
2. การประสานความร่วมมือเครือข่าย บ้าน วัด โรงเรียน ในการเดินทางมาร่วมงาน

ร้อยละ 80 ขึ้นไป	Diamond V-School
ร้อยละ 60 ขึ้นไป	Gold V- School
ร้อยละ 50 ขึ้นไป	V-School

รางวัลระดับจังหวัด ภาค และประเทศ

1. โล้วชิรเกียรติคุณ

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ระดับประเทศ	จำนวน	1	โล้ว
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ระดับภาค	จำนวน	7	โล้ว
โรงเรียนระดับภาค	จำนวน	7	โล้ว

2. ทูนการศึกษา

ระดับจังหวัด	จำนวน	520 รางวัล	รางวัลละ	10.000 บาท
ระดับภาค	จำนวน	150 รางวัล	รางวัลละ	20.000 บาท
ระดับประเทศ	จำนวน	18 รางวัล	รางวัลละ	100,000 บาท

โครงการมหาวิทยาลัยผู้นำการเปลี่ยนแปลงด้านศีลธรรม

1. รางวัลระดับประเทศ

1.1 สถาบันอุดมศึกษาด้านศีลธรรมดีเด่น (Grand Diamond)

สำหรับสถาบันที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด 3 สถาบัน โดยมีรางวัล คือ

- โล่วัชรเกียรติคุณ
- สิทธิพิเศษการปฏิบัติธรรม (สำหรับอาจารย์สถาบันละ 5 ที่นั่ง)

1.2 กลุ่มดีเด่น (The Best Embassy V-Star)

สำหรับกลุ่มที่ได้คะแนนเฉลี่ยสูงสุด 3 กลุ่ม มีรางวัล คือ

- ทูตสันติภาพระหว่างประเทศ ศึกษาคุณงามในต่างประเทศ
- โล่เชิดชูเกียรติบุคคล

1.3 หัวหน้ากลุ่มดีเด่น (The Best Leader prize)

สำหรับหัวหน้ากลุ่มที่ได้คะแนนเฉลี่ยสูงสุด 10 คน มีรางวัล คือ

- ใบประกาศนียบัตรพิเศษ
- ทูตสันติภาพระหว่างประเทศ ศึกษาคุณงามในต่างประเทศ

2. ระดับสถาบัน (Grand Gold) 3 รางวัล คือ

คะแนนสูงสุดอันดับ 1

- ใบประกาศนียบัตรพิเศษ
- พร้อมทุนการศึกษา 10,000 บาท

คะแนนสูงสุดอันดับ 2

- ใบประกาศนียบัตรพิเศษ
- พร้อมทุนการศึกษา 5,000 บาท

คะแนนสูงสุดอันดับ 3

- ใบประกาศนียบัตรพิเศษ
- พร้อมทุนการศึกษา 3,000 บาท

3. ระดับสมาชิก (Grand Member)

สำหรับสมาชิกกลุ่มที่ผ่านเกณฑ์การประเมินตั้งแต่ ร้อยละ 60 ขึ้นไป

- ใบประกาศนียบัตรพิเศษ

กิจกรรมการประกวด

1. โครงการ บอกเกินร้อย ชิงทุนเกินล้าน

การจัดประกวดแข่งขัน เขียน โทษของเหล่า เบียร์ บุหรี่ สิ่งเสพติด ชิงทุนการศึกษา จำนวน 705 ทุน เพื่อการฟื้นฟูศิลปกรรมโลก มีการให้รางวัลเพื่อสร้างแรงจูงใจ คือ

รางวัลที่ 1	ทุนการศึกษา	1	ล้านบาท
รางวัลที่ 2	ทุนการศึกษา	1	แสนบาท
รางวัลที่ 3	ทุนการศึกษา	5	หมื่นบาท
รางวัลที่ 4	ทุนการศึกษา	3	หมื่นบาท
รางวัลที่ 5	ทุนการศึกษา	2	หมื่นบาท

ชมเชยอันดับ 1 ทุนการศึกษาทุนละ 1 หมื่นบาท จำนวน 100 ทุน รวม 1 ล้านบาท

ชมเชยอันดับ 2 ทุนการศึกษาทุนละ 3 พันบาท จำนวน 100 ทุน รวม 1.8 ล้านบาท

2. การประกวดเรียงความ 2 หัวข้อ เรื่อง มหัตจรรย์ ฉับเปลี่ยนไป และ วิศวกรรมดาวแห่งความดี นำแสงสว่างสู่ใจผู้คน

ชิงทุนการศึกษา ทุนละ 1,000 บาท รวม 90,000 บาท ได้แบ่งการมอบทุนตามระดับการศึกษา ดังนี้

ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ม. 4 - ม.6 จำนวน 30 ทุน

ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ม. 1 - ม.3 จำนวน 30 ทุน

ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ป. 4 - ป.6 จำนวน 30 ทุน

3. โครงการประกวด ชมรม V - Star Club

รางวัลและสิ่งที่ได้รับ

1. รางวัลระดับประเทศ 3 รางวัล จะได้รับ

- โล่ V-Star Quality Award
- ประกาศนียบัตรเชิดชูเกียรติพิเศษสุด
- ทุนการศึกษา 100,000 บาท เพื่อการพัฒนาทางด้านศิลปกรรมของชมรม V-Star Club

2. รางวัลระดับภาค 19 รางวัล จะได้รับ

- โล่ V-Star Quality Award
- ประกาศนียบัตรเชิดชูเกียรติพิเศษสุด
- ทุนการศึกษารางวัลละ 20,000 บาท เพื่อการพัฒนางานด้านศีลธรรมของชมรม V-Star Club

3. รางวัลระดับจังหวัด 76 รางวัล จะได้รับ

- ประกาศนียบัตรเชิดชูเกียรติพิเศษสุด
- ทุนการศึกษาทุนละ 10,000 บาท เพื่อการพัฒนางานด้านศีลธรรมของชมรม V-Star Club

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาว อารีรัตน์ มาหีนกอง สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลาย จากโรงเรียนอนุคุณนารี อ.เมือง จ.กาฬสินธุ์ หลังจากนั้นสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ในปี พ.ศ. 2540 และเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ สาขาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2550