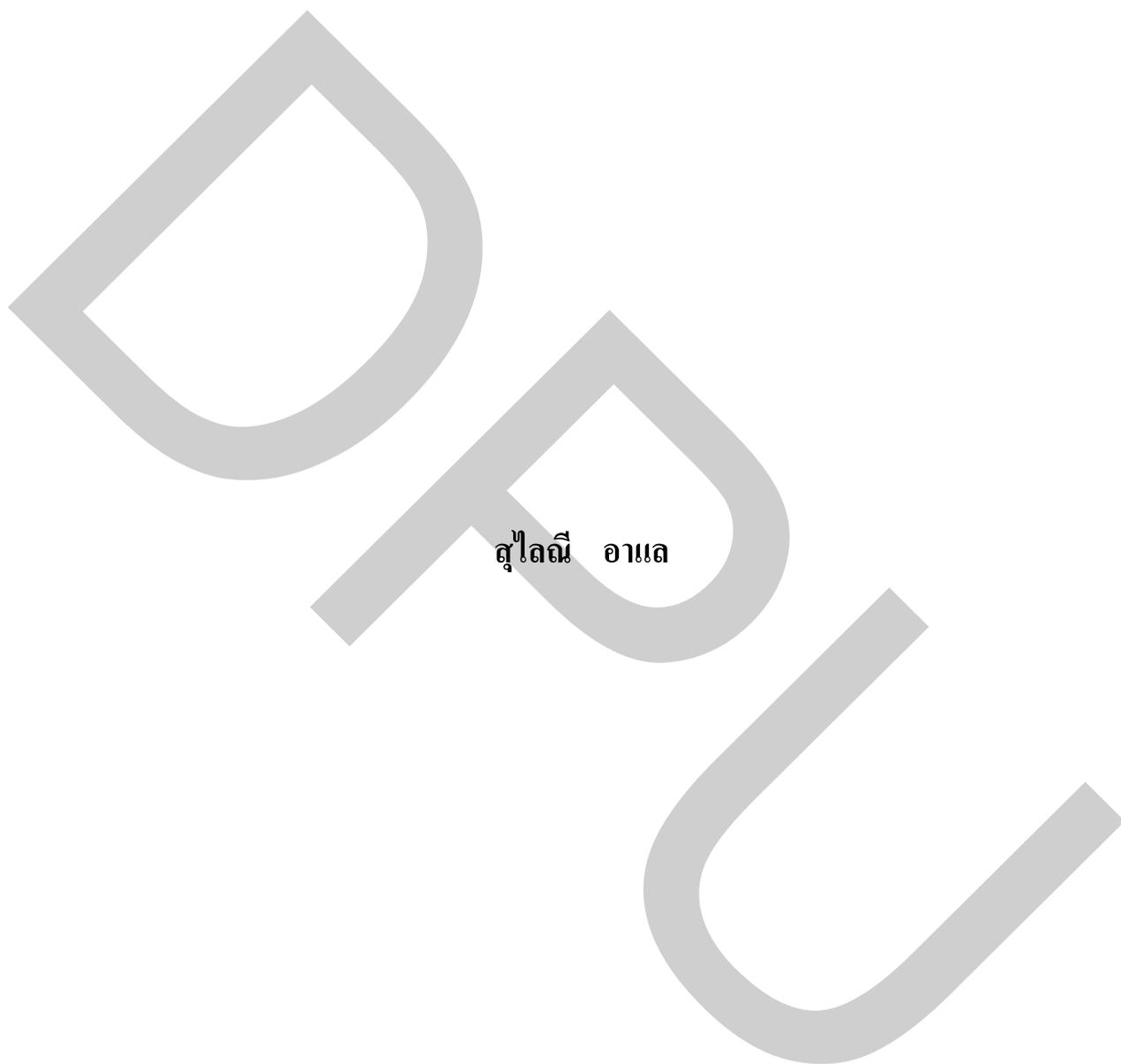


การรับรู้นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้



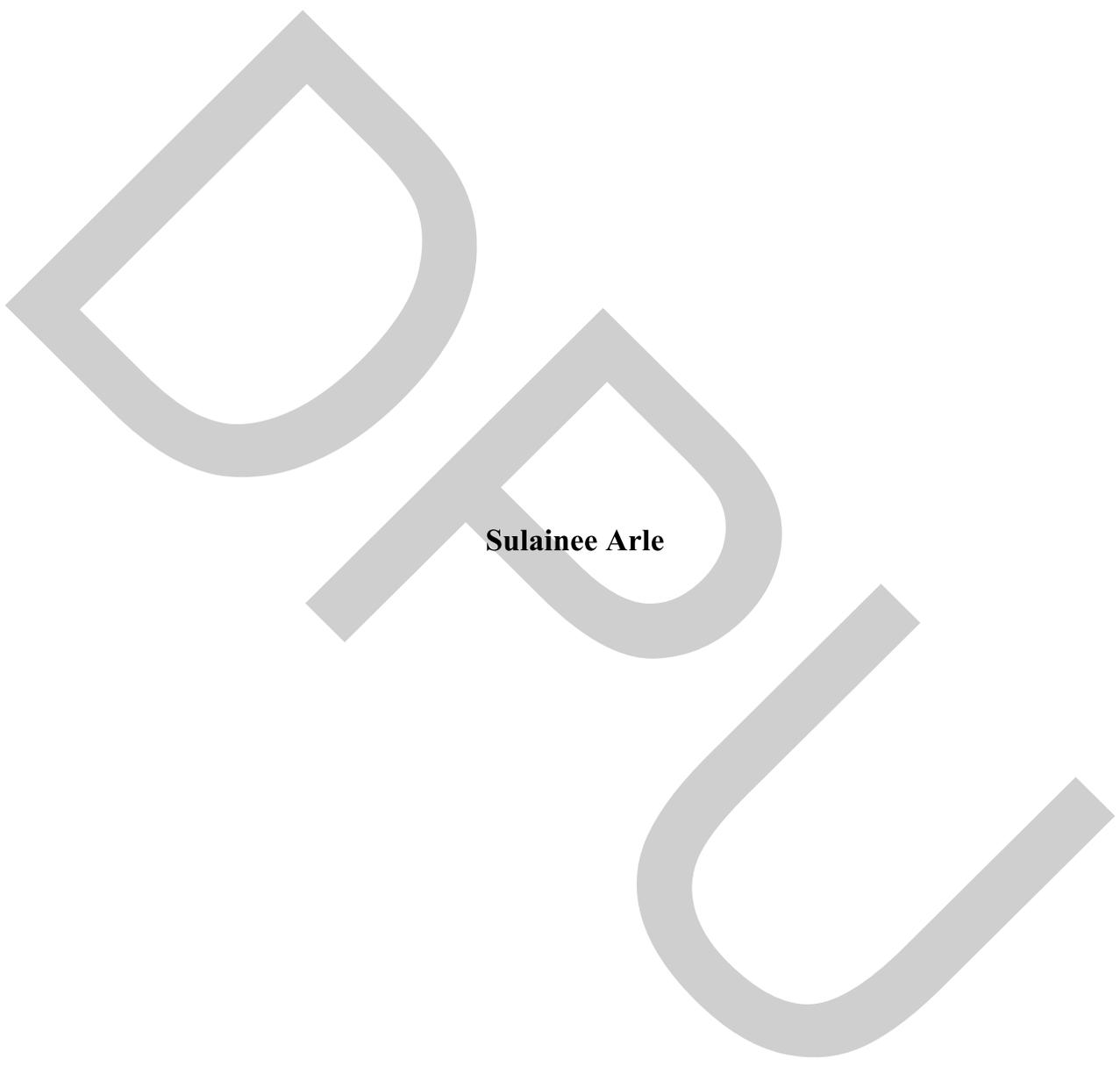
สุไลณี อาแล

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

สาขานิเทศศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ.2552

**The Perception of Government Policy of the People
in the Areas of 3 Southern Border Provinces**



Sulainee Arle

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts (Communication)
Department of Business Communication
Graduate School, Dhurakijpundit University**

2009

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤติพิชญ์ ศาสตราวุฒิจิ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่าง ๆ รวมทั้งคอยตรวจแก้ไขในขณะที่ทำวิจัยมาด้วยดีตลอด ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ไว้อย่างสูง ณ ที่นี้ด้วย

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว ประธานกรรมการ รองศาสตราจารย์ ดร.อุษา บิ๊กกินส์ และรองศาสตราจารย์ ศิริชัย พงษ์วิชัย กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ซึ่งได้ให้คำปรึกษาด้วยดีเสมอมา

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอาจารย์ยงยุทธ จำกง อาจารย์ภูตรา อาแล ป้าจำ น้องอ้อ และเพื่อนๆ ที่คอยช่วยเหลือและเป็นกำลังใจมาโดยตลอด นอกจากนี้ผู้วิจัยใคร่ขอขอบคุณประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ทุกท่านที่ได้สละเวลาอันมีค่ายิ่งในการตอบแบบสอบถามรวมทั้งการต้อนรับอย่างอบอุ่นและเป็นกันเอง

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้หากมีข้อบกพร่องประการใด ผู้วิจัยขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

สุไลณี อาแล

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ฉ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา.....	1
1.2 ปัญหาคำวิจัย.....	5
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	5
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
1.5 สมมติฐานการวิจัย.....	6
1.6 ขอบเขตการวิจัย.....	6
1.7 นิยามศัพท์.....	7
2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์.....	10
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการทางการรับรู้ (Perceptual Process).....	45
2.3 แนวความคิดเกี่ยวกับการรับรู้ นโยบายภาครัฐในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้.....	46
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างจิตวิทยามวลชน.....	53
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	61
3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	66
3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	66
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	67
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	69
3.4 เครื่องมือในการวิจัย.....	69
3.5 การทดสอบเครื่องมือการวิจัย.....	71

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.6 การทดสอบสมมติฐาน.....	71
3.7 สถิติที่ใช้ในการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	72
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	73
4.1 ปัจจัยทางลักษณะประชากรศาสตร์.....	73
4.2 ปัจจัยทางการเปิดรับสื่อในการรับรู้ นโยบายภาครัฐของประชาชน ในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้.....	78
4.3 การรับรู้ นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขต 3 จังหวัด ชายแดนภาคใต้.....	87
4.4 การทดสอบสมมติฐานการศึกษา.....	95
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	110
5.1 สรุปผลการศึกษา.....	110
5.2 อภิปรายผล.....	117
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	120
บรรณานุกรม.....	121
ภาคผนวก.....	127
ประวัติผู้วิจัย.....	134

สารบัญตาราง

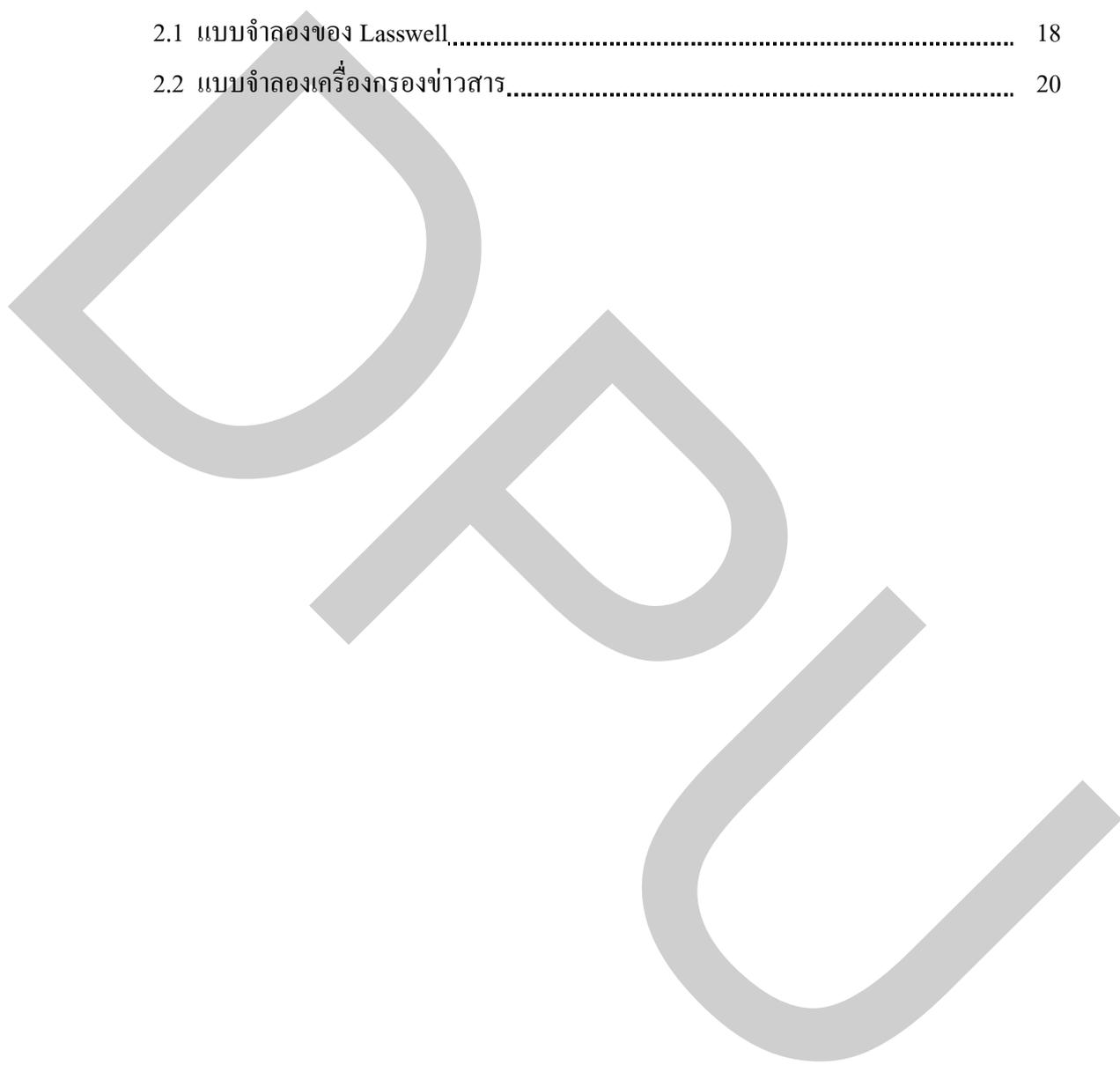
ตารางที่	หน้า	
1.1	สรุปลักษณะของกองบัญชาการตำรวจภูธรภาค 9 ในรอบปี 2547.....	2
3.1	ตารางกำหนดขนาดตัวอย่างของ Taro Yamane.....	68
3.2	ส่วนเกณฑ์การจัดช่วงคะแนนเฉลี่ยและแปลความหมายคะแนนเฉลี่ยของการรับรู้	70
4.1	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	74
4.2	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....	74
4.3	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา.....	75
4.4	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ.....	76
4.5	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	77
4.6	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการนับถือศาสนาอิสลาม.....	78
4.7	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์.....	79
4.8	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับสื่อวิทยุ.....	80
4.9	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับสื่อโทรทัศน์.....	82
4.10	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับสื่อนิตยสาร.....	83
4.11	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต.....	85
4.12	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับสื่อบุคคล.....	86
4.13	การรับรู้นโยบายของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน.....	87
4.14	แสดงร้อยละของระดับการรับรู้ ค่าเฉลี่ย และระดับการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง ทั้งหมด 200 คน.....	90
4.15	แสดงร้อยละของระดับการรับรู้ ค่าเฉลี่ย และระดับการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง ในชนบท 100 คน.....	91
4.16	แสดงร้อยละของระดับการรับรู้ ค่าเฉลี่ย และระดับการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง ในเมือง 100 คน.....	92
4.17	แสดงการเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ย และระดับการรับรู้ในเขตชนบท เขตเมือง และในภาพรวม.....	92
4.18	ผลการทดสอบระดับการรับรู้ นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขต 3 จังหวัด ชายแดนภาคใต้.....	96

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.19	แสดงการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ในเขตชนบท เขตเมือง และในภาพรวม.....	98
4.20	แสดงการทดสอบสมมติฐานที่ 2 (สื่อ) ในเขตชนบท เขตเมืองและในภาพรวม.....	104
4.21	แสดงการทดสอบสมมติฐานที่ 2 (บุคคล) ในเขตชนบท เขตเมืองและในภาพรวม.....	106
4.22	แสดงการทดสอบสมมติฐานที่ 2 (บุคคล) ในเขตชนบท เขตเมืองและในภาพรวม.....	108

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 แบบจำลองของ Lasswell.....	18
2.2 แบบจำลองเครื่องกรองข้าวสาร.....	20



หัวข้อวิทยานิพนธ์	การรับรู้นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้
ชื่อนักศึกษา	สุไลณี อาแล
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผศ.ดร.กุลทิพย์ ศาสตรระรุจิ
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์ธุรกิจ
ปีการศึกษา	2552

บทคัดย่อ

ปัญหาความไม่สงบเรียบร้อยใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ส่วนใหญ่เป็นผลมาจากปัญหาทางสังคมจิตวิทยา ที่เกิดจากความแตกต่างในลักษณะพื้นฐานของโครงสร้างทางสังคม ศาสนา ภาษา และวัฒนธรรมของกลุ่มคนที่เชื่อมโยงกับความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ของพื้นที่ รวมทั้งเป็นผลมาจากปัญหาพื้นฐานในเชิงโครงสร้าง เช่น ความยากจน การด้อยการศึกษา ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงการรับรู้ของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ที่มีต่อนโยบายภาครัฐ เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาความมั่นคง 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทยต่อไป

การรับรู้นโยบายภาครัฐในภาพรวม ในด้านการประชาสัมพันธ์ และในด้านจิตวิทยามวลชน อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งในภาพรวม ในเขตชนบทและในเขตเมือง ทั้งนี้เพราะ ประการที่หนึ่ง ประชาชนส่วนใหญ่ทั้งในเขตชนบทและในเขตเมือง สามารถรับรู้ นโยบายภาครัฐจากสื่อสารมวลชนได้ โดยทั้งทางโทรทัศน์ และ วิทยุ ประชาชนเปิดรับข่าวสาร ถึงสัปดาห์ละ 7 วัน นอกจากนี้ หนังสือพิมพ์เป็นอีกสื่อหนึ่งที่ประชาชนส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารสัปดาห์ละ 2 วัน และประการที่สอง ในด้านปัจจัยทางการเปิดรับสื่อบุคคล ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พูดคุยกับสื่อบุคคล เกณฑ์มากที่สุด คือ ใน 1 สัปดาห์ มีการพูดคุยกับเพื่อน ร้อยละ 90.00 กับ บิดา/มารดา ร้อยละ 81.00 กับญาติพี่น้อง ร้อยละ 75.50 และ กับครู ร้อยละ 67.00 โดยส่วนใหญ่ พูดคุยเรื่องทั่วไปและข่าวคราว ดังนั้น ด้วยเหตุผลทั้งสองประการนี้ จึงทำให้การรับรู้ นโยบายภาครัฐในภาพรวม ในด้านการประชาสัมพันธ์ และในด้านจิตวิทยามวลชน อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งในภาพรวม ในเขตชนบท และในเขตเมือง

Thesis Title : The Perception of Government Policy of the People in the Areas of 3 Southern Border Provinces.

The Author : Sulainee Arle

Thesis Advisor : Assnt.Prof.Dr. Kulthip Sarstraruji

Department : Business Communication Arts

Academic Year : 2009

ABSTRACT

Disturbing problems in the Areas of 3 Southern Border Provinces. Most of those resulted from Social Psychology. Caused by the differences in the basic characteristics of social structures, religion, language and community's culture linked with the history of the area including the result of fundamental problems in structure; for example; Poverty, The inferior education. Researcher is interested in studying the acknowledging of people in the Areas of 3 Southern Border Provinces about policy government for the solving way of the security 3 Southern Border Provinces of Thailand in later.

Perception of Policy Government in the overall images in Public Relation and in Social Psychology at the medium level for overall image, in the country and the city as the reasons: the first, most of people in suburn and downtown can perception the government policy from the mass media: television and radio. People open for receiving the news 7 days a week. Besides, the newspaper is also the media that most people get news 2 days a week, and the second, the factor of opening reception of the personal media; most of the sample group talk to the human media the most; in 1 week, talk with friend 90.00%, with father/mother 81.00%, with the relatives 75.50%, with the teacher 67.00%. Most of the topic is general talk and news. Thus, both of these reason; perception of policy government in the overall image in publicize and in mass psychology; In medium level both overall image in the countryside and the city.

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ในอดีตปัญหาความไม่สงบเรียบร้อยที่มีผลต่อความมั่นคงในจังหวัดชายแดนภาคใต้ส่วนใหญ่เป็นผลมาจากปัญหาทางสังคมจิตวิทยา ที่เกิดจากความแตกต่างในลักษณะพื้นฐานของโครงสร้างทางสังคม ศาสนา ภาษา และวัฒนธรรมของกลุ่มชนที่เชื่อมโยงกับความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ของพื้นที่รวมทั้งเป็นผลมาจากปัญหาพื้นฐานในเชิงโครงสร้าง เช่น ความยากจน การด้อยการศึกษา ปัญหาเหล่านี้ได้ถูกบุคคลบางกลุ่มที่หวังจะได้อำนาจทางการเมืองการปกครองนำมาใช้เป็นประเด็นในการสร้างความแตกแยกและแสวงหาแนวร่วม รวมตัวกันจัดตั้งเป็นขบวนการโจรก่อการร้ายในลักษณะของกองกำลังติดอาวุธ ก่อความไม่สงบเพื่อหวังผลในเชิงของการแบ่งแยกดินแดนเพื่อจัดตั้งเป็นรัฐอิสระ

แนวความคิดการแบ่งแยกดินแดน เพื่อแยกชาวไทยมุสลิมให้พ้นจากการปกครองของประเทศไทยมานาน ตั้งแต่ต้นสมัยรัตนโกสินทร์และปรากฏเด่นชัดขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 5 โดยเกิดการจลาจลหลายครั้งที่ชัดเจน ได้แก่ การก่อการจลาจล นำโดย พระยาวิชิตภักดี (ตนกูอับลูกาเดร์) เมื่อปี พ.ศ. 2445 เพื่อต่อต้านการปกครองแบบรวมอำนาจของกษัตริย์ ภายหลังจากที่ตนกูอับลูกาเดร์ เสียชีวิตที่รัฐกลันตัน ประเทศมาเลเซีย เมื่อ พ.ศ. 2476 ได้เกิดขบวนการต่อสู้เพื่อแบ่งแยกดินแดนหลายขบวนการขึ้น ซึ่งในปัจจุบันเรียกว่า กลุ่มโจรก่อการร้าย (จกร.) อาทิ เช่น กลุ่มโจรแนวร่วมแห่งชาติปลดปล่อยปัตตานี (Barisan Nasional Pembedan Patani – B.N.P.P) กลุ่มโจรแนวร่วมปฏิบัติแห่งชาติมลายูปัตตานี (Barisan Revonol Nasional Malaya Patan - B.R.N.) กลุ่มโจรองค์การปลดปล่อยปัตตานี / องค์การสหปัตตานีเสรี (Patani United Liberation Organization – P.u.L.O.) กลุ่มโจรแนวร่วมมุจาฮิดีนปัตตานี (Barisan Bersatu Mjahidin Patani – B.B.M.P. หรือ Garakan Mujahidin Patani – GMP.) กลุ่มโจรแนวร่วมเพื่อเอกราชปัตตานี / เปรอร์ชาดู (Barisan Bersatu Kemerdekaan Patani – Bersatu) นอกจากนี้ในอดีตที่ผ่านมา จังหวัดชายแดนภาคใต้ ยังมีปัญหาความไม่สงบที่เกิดจากการกระทำของกลุ่มโจรจีนคอมมิวนิสต์ (จคม.) และกลุ่มผู้ก่อการร้ายคอมมิวนิสต์ (ผกค.)

ในปัจจุบันมีปัญหาใหม่ ๆ เกิดขึ้นในเรื่องของการแสวงหาผลประโยชน์ในด้านต่างๆ อาทิเช่น การค้ายาเสพติด การค้าสินค้าเถื่อนผิดกฎหมาย แหล่งอบายมุข บ่อนการพนัน ฯลฯ ซึ่งมี

ผลต่อการสร้างความไม่สงบในพื้นที่และปัญหาเหล่านี้ได้มีการพัฒนาเป็นรูปของขบวนการกลุ่ม ผลประโยชน์และสร้างปัญหาความไม่สงบเรียบร้อยในจังหวัดชายแดนภาคใต้ด้วยรูปแบบต่างๆ รวมทั้งมีความพยายามที่จะสร้างสถานการณ์เพื่อเบี่ยงเบนประเด็นให้เห็นว่าความไม่สงบต่างๆที่เกิดขึ้นเป็นผลจากการกระทำของกลุ่มโจรก่อการร้าย

นับตั้งแต่วันที่ 4 มกราคม 2547 จนถึงปัจจุบัน ก็ยังไม่สามารถที่จะคลี่คลายลงได้ จากการสรุปสถานการณ์ของกองบัญชาการตำรวจภูธรภาค 9 ในรอบปี 47 ที่ผ่านมา มีเหตุร้ายเกิดขึ้นแสดงให้เห็นได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1.1 สรุปสถานการณ์ของกองบัญชาการตำรวจภูธรภาค 9 ในรอบปี 2547

	จำนวน (ครั้ง)	คิดเป็น ร้อยละ	จังหวัด	คิดเป็น ร้อยละ	จำนวน (ครั้ง)
เหตุเกี่ยวข้องกับความไม่สงบ	496	53	นราธิวาส	50	455
เหตุการณ์อื่นๆ	423	47	ปัตตานี	30	276
			ยะลา	20	188
รวม	919	100	รวม	100	919

ตารางที่ 1.1 แสดงเหตุร้ายที่เกิดขึ้น 919 ครั้ง แยกเป็นเหตุเกี่ยวข้องกับความไม่สงบจำนวน 496 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 53 ของเหตุร้ายที่เกิดขึ้น สำหรับพื้นที่เกิดเหตุมากที่สุด คือ จังหวัดนราธิวาสจำนวน 455 ครั้ง รองลงมาคือ จังหวัดปัตตานี จำนวน 276 ครั้ง และจังหวัดยะลาจำนวน 188 ครั้ง ขณะที่ผลการวิจัยของมหาวิทยาลัย สงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี ระบุว่าเหตุการณ์รุนแรงในจังหวัดชายแดนภาคใต้ คือ ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นตั้งแต่ปี 2540 โดยเฉลี่ยปีละ 65.6 ครั้ง จนอาจกล่าวได้ว่าปัญหาความไม่สงบในภาคใต้ของไทยยังไม่ทราบว่าจะจบลงเมื่อใด และจะจบลงอย่างไร สำหรับการกระทำที่เกิดขึ้นมีหลายวิธีการ เช่น การวางเพลิง การปล้นปืน การวางระเบิดการลอบยิง เป็นต้น (ศูนย์อินโดจีนศึกษา, 2548: 134)

ที่ผ่านมารัฐบาลได้กำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ เพื่อแก้ปัญหา 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ เช่น นโยบายเสริมสร้างสันติสุขในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ การจัดตั้งกองอำนวยการเสริมสร้างสันติสุข จังหวัดชายแดนภาคใต้ (กอ.สสส.จชต.) นโยบายและแนวทางการบริหารจัดการเพื่อเสริมสร้างสันติสุขในจังหวัดชายแดนภาคใต้ การแต่งตั้งคณะกรรมการอิสระเพื่อความสมานฉันท์แห่งชาติ (กอส.) และการออกพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์

ถูกเงิน พ.ศ. 2548 จะเห็นได้ว่ารัฐบาลพยายามที่จะกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์ เพื่อแก้ปัญหา 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ อยู่ตลอดเวลาเพื่อสร้างความสงบสุข ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ให้กับพี่น้องประชาชนในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ แต่นโยบายดังกล่าวที่นำไปปฏิบัติยังไม่ประสบความสำเร็จ ซึ่งจะเห็นได้จากการก่อความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ยังมีอย่างต่อเนื่องดังที่ปรากฏให้เห็นเป็นข่าวตามสื่อต่าง ๆ

สมัชชา นิลปัทม์ (2549) ศูนย์ข่าวอิศรา สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย ได้แสดงความคิดเห็นเรื่อง “แบบแผนการสื่อสารและเครือข่ายการสื่อสารของประชาชนในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้” ภายใต้โครงการเทคโนโลยีสารสนเทศและนิเทศศาสตร์เพื่อสันติของชาติ โดยได้รับงบประมาณสนับสนุนจากสำนักงานวิจัยแห่งชาติ มีการแสดงความคิดเห็นประกอบด้วย 4 ประเด็นหลักคือ การรับรู้ข่าวสารของผู้นำศาสนาและประชาชนใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ สื่อมวลชนในสายตาของผู้นำศาสนาและประชาชนใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ การสื่อสารของรัฐบาลและหน่วยงานของราชการในสายตาของผู้นำศาสนาและประชาชนใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้และข้อเสนอแนะของผู้นำศาสนาต่อการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมเพื่อสันติภาพใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ผลการวิจัยพบว่า ผู้นำศาสนา ไม่เพียงพอใจต่อเนื้อหาสาระที่ปรากฏอยู่ในสื่อมวลชนหลายคนวิพากษ์ถึงการนำเสนอข่าวชายแดนภาคใต้ว่า ต้องการเห็นการนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ – วิทยุ ที่รอบด้าน เป็นภาวะที่ต้องประสบกับความสับสนของข้อมูลในสื่อกับสถานการณ์ที่ปรากฏอยู่จริง หลายคนเปรียบเทียบให้ฟังว่า ข่าวบางประเภทเช่น ข่าวกีฬาเหตุใดจึงมีข้อมูลที่ลึกซึ้ง รู้แม้กระทั่งว่าใครเจ็บที่คน เจ็บที่ไหน เมื่อไหร่จะหาย ซึ่งข่าวสถานการณ์ชายแดนภาคใต้ควรได้รับการเอาใจใส่ในรายละเอียดอย่างครบถ้วนเช่นกัน “สื่อมวลชน” ในสายตาของผู้นำศาสนาหลายท่าน ยังมองว่า ศาสนาไม่ได้ประโยชน์อะไรจากสื่อ อีกทั้งยังนำพาสิ่งที่ไม่พึงปรารถนามาสู่ชุมชนอีกด้วย ขณะที่หลายท่านบอกว่า สื่อก็มีข้อดีอยู่บ้างแต่ต้องรู้จักเลือกที่จะนำมาใช้

ในประเด็น “การสื่อสารของรัฐบาลและหน่วยงานของราชการในสายตาของผู้นำศาสนา” หน่วยงานผู้ร่วมสนทนากล่าวถึงมากที่สุด คือ ทหารและตำรวจ โดยให้ความเห็นว่า ยังไม่ค่อยไว้วางใจทหารเพราะทหารที่มาใหม่ยังไม่เข้าใจวัฒนธรรมของท้องถิ่น เช่น การใส่รองเท้าเข้าบ้าน นำสุนัขเข้าตรวจค้น ประเด็นปัญหาข้อสาวของเจ้าหน้าที่ๆ ปฏิบัติงานในพื้นที่ ส่วนตำรวจนั้น ผู้นำเห็นว่าไม่ควรใส่เครื่องแบบเพราะส่วนใหญ่ยังหวาดกลัว และยังพบว่ามักพุดจากับชาวบ้านโดยไม่ให้เกียรติ เจ้าหน้าที่ปกครอง ยังขาดสำนักการบริการ และต้องรอเป็นเวลานานเมื่อจะใช้บริการ, เจ้าหน้าที่องค์กรท้องถิ่น มักเป็นผู้มีอิทธิพลแต่ไม่ค่อยมีความรู้ความสามารถ, ครู เรียนจบไม่ตรงกับสาขาที่เรียนมาและมักใช้ระบบเครือญาติในการคัดเลือกเข้าทำงานและ สาธารณสุข ยังให้บริการไม่ดีและเวชภัณฑ์ไม่พอ (สมัชชา นิลปัทม์, 2549)

อย่างไรก็ตาม กลุ่มผู้นำศาสนาหลายท่านให้ความเห็นว่า ทุกหน่วยงานย่อมมีทั้งคนดีและไม่ดี ซึ่งได้เสนอแนะว่าผู้นำศาสนากับผู้นำชุมชน ควรเข้ามาพูดคุยกับชาวบ้านเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่าง เจ้าหน้าที่รัฐกับประชาชน ข้อเสนอแนะของผู้นำศาสนาต่อการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมเพื่อสันติภาพใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้เห็นว่า ควรมีการเรียนรู้วัฒนธรรมซึ่งกันและกันอย่างลึกซึ้ง ให้ความสำคัญของศาสนาอิสลามในพื้นที่เป็นพิเศษ ให้เกียรติต่อกันระหว่างศาสนิกและ หลายท่านยกพระราชดำรัส “เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา” ว่าเป็นสิ่งที่ต้องทำความเข้าใจให้แจ่มแจ้งลึกซึ้งเพื่อทำความเข้าใจวัฒนธรรมการสื่อสารในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ที่เคยถูกละเลย จึงเป็นการเรียนรู้เพื่อ “เอาใจเขามาใส่ใจเรา” ต่อพี่น้อง 3 จังหวัด เพื่อก้าวไปด้วยกันอย่างสันติ

อาจารย์จรรุณี สุวรรณศรีมี (2551) นักวิชาการประจำคณะวิทยาการสื่อสาร ผู้วิจัยเรื่องข่าวสารและการรับรู้ของประชาชนในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ : การเสริมสร้างประสิทธิภาพการสื่อสารของสื่อบุคคลในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้เพื่อความสมานฉันท์ในชุมชน เสนอผลการวิจัยว่า สื่อบุคคลเป็นสื่อดั้งเดิม ที่อยู่คู่ชุมชนมาช้านาน และได้รับการยอมรับจากชุมชนมากขึ้นในสถานการณ์ความไม่สงบที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน เพราะชุมชนต้องการที่พึ่งพิงทางจิตใจ และเกิดวิกฤตศรัทธาต่อสื่อมวลชน สืบสานกับกระแสข่าวที่ไร้ทิศทาง เต็มไปด้วยข่าวลือและข่าวลวง รวมทั้งเกิดการคลางแคลงใจกับเจตนาของกลุ่มต่างๆ ที่เข้ามาในพื้นที่จำนวนมาก

สื่อบุคคลที่มีความสำคัญมาก คือ กลุ่มผู้นำศาสนา และกลุ่มปกครอง เป็นกลุ่มที่คนในชุมชนให้ความเคารพนับถือในระดับสูง ในขณะที่กลุ่มเยาวชนและกลุ่มสตรีเริ่มมีบทบาทมากขึ้นในชุมชน ส่วนกลุ่มสื่อมวลชน กลุ่มทหาร และกลุ่มตำรวจ เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพสูงในการช่วยเหลือประชาชน แต่ควรปรับวิธีการทำงานอย่างเร่งด่วน เพื่อไม่ให้ประชาชนเกิดความเสื่อมศรัทธามากยิ่งขึ้น

ส่วนปัญหาสำคัญของสื่อบุคคลในพื้นที่ คือ ขาดทักษะด้านภาษา มีทั้งที่ไม่เข้าใจภาษาไทยกลาง และที่ไม่เข้าใจภาษามลายูถิ่น ขาดทักษะด้านการเลือกรับและคัดกรองข่าวสาร การรู้เท่าทันสื่อ และการทักษะด้านการคัดเลือกรับข่าวสารที่มีประโยชน์ที่จะส่งต่อไปยังผู้รับสารอื่นๆ สื่อบุคคลในชุมชนและภาคประชาชนยังไม่มีช่องทางที่จะเข้าถึงสื่อในระดับต่างๆ เช่น เสียงตามสาย หอกระจายข่าว วิทยุชุมชน เวทีประชาคม

เนื่องจากวิถีชีวิตของผู้นำศาสนาจะต้องสัมพันธ์กับผู้คนแทบทั้งวัน บุคคลต่างๆ จึงเป็นสื่อที่สำคัญในการนำพาข้อมูลข่าวสารต่างๆ มาหาผู้นำศาสนาเองในหลายช่วงเวลา “ร้านน้ำชา” ยังคงเป็นเวทีแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารภายในชุมชนที่สำคัญ อีกทั้งยังมีความถี่ในการพบปะมากถึง 3 - 4 ครั้งในแต่ละวัน โดยหัวข้อสนทนามีหลากหลายเรื่อง แต่ผู้นำศาสนาให้ความเห็นเกี่ยวกับ

ข่าวสารที่มาจากบุคคลว่าต้องใช้วิจารณญาณในการรับฟังเพราะข่าวสารที่ได้รับตนเองไม่ได้ไปประสบด้วยตนเอง

งานวิจัยยังทำบทบาทในส่วนนี้ได้ค่อนข้างน้อย เท่าที่ทำได้คือ การทำให้เครือข่ายเก่าและใหม่ได้รู้จัก และเริ่มประสานความร่วมมือกันมากขึ้น และช่วยเสริมสร้างศักยภาพการสื่อสารของบางกลุ่มเข้มแข็งและขยายตัวขึ้น เช่น การเสริมสร้างความรู้ด้านสื่อ และเปิดพื้นที่สื่อ (วิทยุฝึกปฏิบัติการ) ให้

จากที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงการรับรู้ของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ที่มีต่อนโยบายภาครัฐ โดยเฉพาะในด้านการประชาสัมพันธ์และงานจิตวิทยามวลชน เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาความมั่นคง 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทยต่อไป

1.2 ปัญหาการวิจัย

1. ประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้มีการรับรู้ต่อนโยบายภาครัฐ โดยเฉพาะในด้านการประชาสัมพันธ์และงานจิตวิทยามวลชน อย่างไร
2. ปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการรับรู้ นโยบายภาครัฐ ของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการรับรู้ นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยเฉพาะในด้านการประชาสัมพันธ์และงานจิตวิทยามวลชน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยทางลักษณะประชากรศาสตร์ และ ปัจจัยทางสื่อที่มีผลต่อการรับรู้ นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการวิจัยครั้งนี้จะทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ที่มีต่อนโยบายภาครัฐ
2. นำผลการวิจัยไปใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงการแก้ปัญหา 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ เพื่อสร้างความสงบสุข ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ให้กับประชาชนในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

3. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการลดความขัดแย้งที่เกิดขึ้นในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนใต้ โดยรัฐบาลนำไปประกอบการตัดสินใจในเชิงนโยบายเกี่ยวกับความสงบสุขในภาคใต้ต่อไป

4. ประโยชน์ต่อองค์ความรู้สำหรับการสร้างนโยบายแก้ปัญหาคความขัดแย้งในพื้นที่อย่างยั่งยืน และเป็นแนวทางในการประกอบการพิจารณากรอบนโยบายของรัฐ เพื่อประยุกต์ใช้กับการแก้ปัญหาคความขัดแย้งในกรณีอื่น

1.5 สมมติฐานการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง การรับรู้ของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ที่มีต่อนโยบายภาครัฐ มีสมมติฐาน ดังนี้

1. ประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้รับรู้ต่อนโยบายภาครัฐด้านประชาสัมพันธ์ และงานจิตวิทยามวลชนในระดับปานกลาง เนื่องจากประชาชนส่วนใหญ่ทั้งในเขตชนบทและในเขตเมือง สามารถรับรู้ นโยบายภาครัฐจากสื่อสารมวลชนได้ โดยทั้งทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และจากสื่อบุคคล

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้มีดังต่อไปนี้

2.1 ประชาชนที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และ การนับถือศาสนาที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ นโยบายภาครัฐในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ที่แตกต่างกัน

2.2 ปัจจัยทางด้านสื่อที่ส่งผลกระทบต่อ นโยบายภาครัฐ ได้แก่ รูปแบบของสื่อ เนื้อหาของสื่อ และการนำเสนอสื่อที่แตกต่างกันทำให้การรับรู้ นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้แตกต่างกัน

1.6 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง การรับรู้ของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ที่มีต่อนโยบายภาครัฐ ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการศึกษาไว้ดังนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ จำนวน 1,820,014 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2549) โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสอบถามและมีขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน ในเขตเมือง 100 คน ได้แก่ในเขตอำเภอเมือง จ.ยะลา จ.ปัตตานี จ.นราธิวาส และ เขตชนบท 100 คน ได้แก่ อ.ยะหา จ.ยะลา อ.ยะรัง จ.ปัตตานี อ.ระแงง จ.นราธิวาส

2. สื่อที่ประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้มีการรับรู้ต่อนโยบายภาครัฐ ประกอบด้วย

1) สื่อมวลชนที่สำคัญ ได้แก่

- หนังสือพิมพ์
- วิทยุ
- โทรทัศน์

2) สื่อเฉพาะกลุ่ม

- อินเทอร์เน็ต
- สื่อบุคคล เช่น ผู้นำศาสนา คนในครอบครัว เพื่อนบ้าน

3.นโยบายภาครัฐ ได้แก่

(1) นโยบายด้านความมั่นคง อาทิ เช่น

- 1.1) นโยบายเสริมสร้างสันติสุขในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้
- 1.2) การจัดตั้งกองอำนวยการเสริมสร้างสันติสุข จังหวัดชายแดนภาคใต้ (กอ.สสส.จชต.)
- 1.3) นโยบายและแนวทางการบริหารจัดการเพื่อเสริมสร้างสันติสุขในจังหวัดชายแดนภาคใต้

(2) นโยบายด้านการศึกษา เช่น โครงการกู้ยืมเงินเพื่อการศึกษา

(3) นโยบายด้านเศรษฐกิจ เช่น โครงการตามพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง

(4) นโยบายด้านสังคม เช่น โครงการ 30 บาท รักษาทุกโรค เป็นต้น

4.ระยะเวลาในการวิจัยตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2550 ถึง เดือนพฤษภาคม 2551

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง การรับรู้ของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ที่มีต่อนโยบายภาครัฐ ผู้วิจัยได้ให้คำจำกัดความของศัพท์ที่ใช้เฉพาะในการวิจัยครั้งนี้และ ตัวแปร ต่าง ๆ ดังนี้

1.การรับรู้ หมายถึง การได้รับข่าวสารโดยผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งสื่อมวลชน ที่สำคัญ คือ หนังสือพิมพ์, โทรทัศน์, วิทยุ และ สื่อที่รับรู้เฉพาะกลุ่มต่างๆ เช่น ผู้นำศาสนา กลุ่มทหาร กลุ่มตำรวจ ทั้งในด้านการประชาสัมพันธ์และงานจิตวิทยามวลชน ในที่นี้ คือ

1) นโยบายความมั่นคง เช่น นโยบายเสริมสร้างสันติสุขในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ และ การจัดตั้งกองอำนวยการเสริมสร้างสันติสุข จังหวัดชายแดน ภาคใต้

2) นโยบายทางการศึกษา คือ กองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา การส่งเสริมและสนับสนุนแนวทางการศึกษาของอิสลามให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน พัฒนาบุคลากรผู้สอนให้มี

ความสามารถในการสอนถูกต้องตามหลักศาสนา การวางระบบเทียบคุณวุฒิทางการศึกษาสำหรับผู้
ที่จบการศึกษาจากประเทศตะวันออกกลาง

3) นโยบายทางเศรษฐกิจ คือ นโยบายทางเศรษฐกิจ สร้างสนามบินเบตง เพื่อให้ผู้
เดินทางไปร่วมพิธีฮัจญ์ได้ใช้สนามบินเบตง เสนอให้กำหนด 3 จ.ชายแดนเป็นเขตพัฒนาพิเศษ
เฉพาะกิจ

4) นโยบายทางสังคม คือ แนวทางการบริหารจัดการเพื่อเสริมสร้างสันติสุขใน
จังหวัดชายแดนภาคใต้ การแต่งตั้งคณะกรรมการอิสระเพื่อความสมานฉันท์แห่งชาติ โครงการ 30
บาทรักษาทุกโรค

5) นโยบายด้านอื่นๆ คือ การปกครองโดยให้ประชาชนในพื้นที่มีบทบาทและมี
ส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย นโยบายการบริหารงานยุติธรรมต้องลดเงื่อนไขที่สร้างความไม่
ยุติธรรม นโยบาย “เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา”

ด้านงานจิตวิทยามวลชน

1) ปลุกจิตสำนึกถึงการอยู่ร่วมกันอย่างสันติ สร้างความเข้าใจ ลดความ
หวาดระแวงระหว่างผู้ที่นับถือศาสนาต่างกัน

2) การสร้างความเข้าใจกับมวลชนสร้างเครือข่ายในการปฏิบัติงานให้ความสำคัญ
ต่อการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ข้อมูลที่ต้องการครบถ้วนและให้ความจริงปรากฏต่อสาธารณชน
โดยเร็ว

3) การจัดระบบคุ้มครองประชาชน กำหนดหมู่บ้านยุทธศาสตร์เพื่อป้องกันตนเอง
และยุติปัญหาการก่อเหตุร้ายรายวัน โดยเร็วที่สุด

4) ดำเนินนโยบายเป็นมิตรกับประเทศมุสลิมลดความหวาดระแวงต่อประเทศ
มาเลเซีย ระวังการกล่าวพาดพิงถึงประเทศมาเลเซียและหาโอกาสทำความเข้าใจกับประเทศมุสลิม

5) สร้างแนวทางสันติวิธี ส่งเสริมการประกอบกิจกรรมตามศาสนาอิสลามและให้
ความยุติธรรมกับประชาชนทุกเชื้อชาติ

2.จิตวิทยามวลชน หมายถึง การสร้างความเข้าใจกับมวลชน โดยสร้างเครือข่ายในการ
ปฏิบัติงานให้ความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ข้อมูลที่ต้องการครบถ้วนและให้ความจริง
ปรากฏต่อสาธารณชนโดยเร็ว เพื่อให้มีความสำคัญกับการกำจัดอิทธิพลและปรับเปลี่ยนแนวคิดของ
กลุ่มบุคคล

3.นโยบายภาครัฐ หมายถึง นโยบายและ ยุทธศาสตร์ เพื่อแก้ปัญหา 3 จังหวัดชายแดน
ภาคใต้ ได้แก่

1) นโยบายด้านความมั่นคง เช่น นโยบายเสริมสร้างสันติสุขในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ การจัดตั้งกองอำนวยการเสริมสร้างสันติสุข จังหวัดชายแดนภาคใต้ (กอ.สสส.จชต.) นโยบายและแนวทางการบริหารจัดการเพื่อเสริมสร้างสันติสุขในจังหวัดชายแดนภาคใต้ การแต่งตั้งคณะกรรมการอิสระเพื่อความสมานฉันท์แห่งชาติ (กอส.) และการออกพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548

2) นโยบายเพื่อแก้ปัญหา 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ เพื่อสร้างความสงบสุข ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ให้กับพี่น้องประชาชนในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ นโยบายด้านการศึกษา นโยบายด้านเศรษฐกิจ และนโยบายด้านสังคม

4.เขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ หมายถึง 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ คือ จังหวัดปัตตานี จังหวัดยะลา และจังหวัดนราธิวาส

5.ลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และการนับถือศาสนาของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

6.การนับถือศาสนา หมายถึง การนับถือ ศาสนาอื่นๆ เช่น พุทธ คริสต์ หรือ การนับถือศาสนาอิสลามในระดับ เครื่องศาสนา ระดับเครื่องศานาปานกลาง และไม่เครื่องศานา

7.เขตชนบท หมายถึง พื้นที่ในเขตสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ คือ ปัตตานี ยะลา นราธิวาส ที่เป็นพื้นที่เกษตรกรรม อยู่ห่างไกลจากตัวเมือง หรือ ชุมชนขนาดใหญ่

8.เขตเมือง หมายถึง พื้นที่เขตอำเภอเมืองของสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ คือ อ.เมือง จ.ปัตตานี อ.เมือง จ.นราธิวาส อ.เมือง จ.ยะลา

9.การเมือง (Politics) หมายถึง เรื่องเกี่ยวกับการแข่งขันเพื่อแสวงหาอำนาจ หรือเรื่องเกี่ยวกับการแสวงหาอำนาจ ซึ่งส่งผลกระทบต่อสังคมทั้งสังคมหรือส่วนใหญ่ของสังคม เช่น การใช้สิทธิเลือกตั้ง และรับร่างรัฐธรรมนูญ

10.การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การเผยแพร่ข่าวสาร ข้อมูล และความรู้แก่ประชาชน เพื่อให้ประชาชน ได้รับทราบข่าวสาร ความรู้ โดยผ่านสื่อต่าง ๆ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ และ สื่อที่รับรู้เฉพาะกลุ่มต่างๆ เช่น ผู้นำศาสนา กลุ่มทหาร กลุ่มตำรวจ

11.สื่อ หมายถึง ช่องทางข่าวสาร (Channel) หรือเครื่องมือที่ใช้ในการเผยแพร่ข่าวสาร ข้อมูล ความรู้ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อมวลชน หนังสือพิมพ์ วิทยุ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต

บทที่ 2

แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง “การรับรู้นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้” ครั้งนี้ ทำการศึกษาโดยนำแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวทางในการศึกษาดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการทางการรับรู้
- 2.3 แนวความคิดเกี่ยวกับนโยบายภาครัฐในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างจิตวิทยามวลชน
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์

ทฤษฎีสื่อประชาสัมพันธ์

ทฤษฎีสื่อประชาสัมพันธ์

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (ราชบัณฑิตยสถาน, 2542: 1200) ให้ความหมายไว้ว่า “สื่อ” (กริยา) ติดต่อกันถึงกัน เช่น สื่อความหมาย ชักนำให้รู้จักกัน (นาม) ผู้หรือสิ่งที่ติดต่อให้ถึงกัน

ด้วยความหมายของสื่อและความหมายของการประชาสัมพันธ์ที่กล่าวมาแล้ว จึงสรุปได้ว่า “สื่อประชาสัมพันธ์” หมายถึง สิ่งที่ได้สร้างขึ้นมา หรือเลือกมาใช้ในงานประชาสัมพันธ์ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะนำข่าวสารจากสถาบันสู่ประชาชนเป้าหมาย

ความสำคัญของสื่อประชาสัมพันธ์

สื่อประชาสัมพันธ์นับได้ว่าเป็นตัวกลาง หรือพาหนะในการนำข่าวสารจากหน่วยงานไปสู่กลุ่มเป้าหมาย หากไม่มีสื่อประชาสัมพันธ์ การส่งข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์จะไม่มีประสิทธิภาพหรือไม่ประสบความสำเร็จ จึงอาจสรุปความสำคัญของสื่อประชาสัมพันธ์ได้ดังนี้ (พรทิพย์ วรกิจโกคาทร, 2537: 564 – 567)

- 1) ช่วยในการถ่ายทอดข่าวสาร

สื่อประชาสัมพันธ์ช่วยในการนำข่าวสารเกี่ยวกับหน่วยงานไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวางและมีประสิทธิภาพ ทำให้ประชาชนได้รู้จักและรับรู้ความก้าวหน้าของหน่วยงานในด้านต่างๆ ซึ่งสื่อประชาสัมพันธ์ที่ทำหน้าที่เหล่านี้ ได้แก่ สื่อมวลชน วารสารภายนอก โปสเตอร์ คู่มือ แผ่นพับ ฯลฯ เป็นต้น

2) ทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง

การแก้ไขความเข้าใจที่ผิด หรือการป้องกันความเข้าใจที่ผิด เป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับหน่วยงาน เพราะหากปล่อยให้เกิดขึ้นจะไม่เป็นผลดีต่อหน่วยงาน สื่อประชาสัมพันธ์ในระดับนี้จึงใช้สื่อคำพูด สื่อมวลชน ซึ่งอาจจะอยู่ในรูปของบทความ บทวิเคราะห์ การเปิดให้เยี่ยมชมหน่วยงาน การจัดแสดงนิทรรศการ การสาธิต การอบรมหรือการสัมมนา เป็นต้น

3) เสริมสร้างความนิยมและภาพลักษณ์ที่ดีแก่หน่วยงาน

การทำให้อุปกรณ์เป้าหมายมองเห็นว่าหน่วยงานนั้นเป็นส่วนหนึ่งของสังคม มีส่วนช่วยเหลือสังคมให้ก้าวหน้า และช่วยเหลือสมาชิกของสังคมเมื่อประสบภัยอันตรายต่างๆ โดยใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้กันอยู่ทั่วไป เช่น สื่อมวลชน สื่อคำพูด และสื่อสิ่งพิมพ์ นั้นไม่เป็นการเพียงพอ แต่ควรใช้สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทกิจกรรมพิเศษเสริมด้วย เช่น การจัดคอนเสิร์ตการกุศล การจัดแข่งขันมินิฮาล์ฟมาราธอน การจัดประกวดศิลปินพื้นบ้าน การนำสิ่งของไปบริจาคแก่ผู้ประสบสาธารณภัย เป็นต้น

4) ให้ความบันเทิงแก่กลุ่มเป้าหมายและประชาชน

ทั้งนี้เพราะ การประชาสัมพันธ์เพียงเพื่อแจ้งให้ทราบ ให้ความรู้ความเข้าใจ หรือแสดงเจตนาที่ดีแก่สมาชิกในสังคมดังที่กล่าวมาแล้ว บางครั้งยังไม่เป็นการเพียงพอ ประชาชนและกลุ่มเป้าหมายยังต้องการความบันเทิงด้วย ซึ่งหากหน่วยงานตอบสนองความต้องการนี้ด้วย การจัดการแข่งขันกีฬา การประกวดร้องเพลง การเป็นผู้อุปถัมภ์รายการบันเทิงต่างๆ ก็จะทำให้หน่วยงานได้รับความนิยมได้เช่นกัน

ลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า หน่วยงาน องค์กร สถาบันต่างๆ จะทำให้การประชาสัมพันธ์โดยอาศัยสื่อที่ตนสามารถผลิตได้เอง รวมทั้งสื่อมวลชน ดังนั้น จึงอาจแบ่งลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์ออกเป็น

1) สื่อที่สามารถควบคุมได้

สื่อที่สามารถควบคุมได้ (controlled media) หมายถึง สื่อที่หน่วยงาน องค์กรหรือสถาบันสามารถควบคุมการผลิตและเผยแพร่ได้ เช่น แผ่นพับ วารสาร ใบปลิว จดหมาย ข่าว โปสเตอร์ เป็นต้น

2) สื่อที่ไม่สามารถควบคุมได้

สื่อที่ไม่สามารถควบคุมได้ (uncontrolled media) หมายถึง สื่อมวลชนซึ่งเป็นผู้ที่ตามปกติแล้ว หน่วยงาน องค์กร หรือสถาบัน ไม่สามารถจะควบคุมการเผยแพร่ได้โดยตรง หากแต่ต้องอาศัยความอนุเคราะห์จากสื่อมวลชนช่วยในการเผยแพร่ให้ เช่น หนังสือพิมพ์วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ นิตยสาร เป็นต้น

ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์

โดยทั่วไปมีการแบ่งประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์กันไว้หลายประเภท และหลายหลักเกณฑ์ ดังเช่น

สมภาร กวียะ (2537: 912) ได้แบ่งสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ออกเป็น 7 ประเภท คือ

1. สื่อบุคคล
2. สื่อประเพณี
3. สื่อมวลชน
4. สื่อโทรคมนาคม
5. สื่อข้อมูล
6. สื่อบูรณาการ
7. สื่อเฉพาะกิจ

วิรัช ลภีรัตนกุล (2540: 368) ได้กล่าวถึงประเภทของสื่อที่ใช้ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ว่ามีอยู่มากมายหลายประเภท เช่น สื่อบุคคล (Personal Media) สื่อคำพูด (Spoken Words) ส่วนสื่อมวลชน (Mass Media) คือ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ นอกจากนี้ยังมีสื่ออื่นๆ อีก อันได้แก่ สิ่งพิมพ์และเอกสาร (Printed Media) วารสาร นิตยสาร ภาพนิ่ง ฟิล์มสตริป จดหมายข่าว ไปสเตอร์และป้ายประกาศ การโฆษณาสถาบัน หรือการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการจัดเหตุการณ์พิเศษต่างๆ

พรทิพย์ วรกิจ โภคาทร (2537: 563) ได้สรุปไว้ว่า สื่อประชาสัมพันธ์สามารถจำแนกเป็น 6 ประเภท ได้แก่

1. สื่อบุคคล
2. สื่อมวลชน
3. กิจกรรม ได้แก่ การจัดการแข่งขันกีฬาภายใน การประกวดบทความ การจัดเหตุการณ์พิเศษต่างๆ (Special events)
4. เอกสารและสิ่งพิมพ์
5. สื่อโสตทัศน์

6. การโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์

แต่ในที่นี้จะแบ่งสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ออกเป็น 8 ประเภท โดยพิจารณาจากสื่อที่นักประชาสัมพันธ์นิยมใช้ ทั้งสื่อเก่า สื่อใหม่ และสื่อที่กำลังมีการพัฒนาโดยลำดับซึ่งมีดังต่อไปนี้

1. สื่อบุคคล

สื่อบุคคลเป็นการทำการประชาสัมพันธ์ โดยใช้บุคคลเป็นสื่อ ซึ่งทำได้หลายลักษณะ เช่น สนทนา การอภิปราย การบรรยาย การประชุม การสัมมนา การพูดในที่ชุมชน ฯลฯ นับว่าเป็นสื่อบุคคลที่เป็นสื่อที่สิ้นเปลืองน้อยที่สุดและประหยัดเวลามากที่สุด รวมทั้งสามารถสร้างความประทับใจได้ง่าย เพียงแต่จะต้องมีการคัดเลือกผู้ที่จะนำเสนอหรือเป็นสื่อบุคคลอย่างดี โดยเลือกจากผู้ที่มีความสามารถในการพูดที่ดี มีบุคลิกลักษณะที่ดี มีความน่าเชื่อถือ และเหมาะสมกับเรื่องราวและสถานการณ์ในการพูด

2. สื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ

สื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจเป็นสิ่งพิมพ์ที่องค์กรจัดทำขึ้นมาเอง ในรูปแบบที่แตกต่างกันมีความสั้นยาว มีเนื้อหาแตกต่างกันไปแล้วแต่ประเภท เช่น แผ่นพับ ใบปลิว โปสเตอร์ จุลสาร อนุสาร วารสาร ฯลฯ ซึ่งสิ่งพิมพ์เหล่านี้ไม่ต้องผ่านเซ็นเซอร์จากหน่วยงานของรัฐ สามารถแจกตรงไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถให้รายละเอียดเกี่ยวกับองค์การสินค้าและบริการได้อย่างละเอียดตามต้องการ

3. สื่อมวลชน

สื่อมวลชนถือว่าเป็นสื่อหลักที่นิยมใช้ในการประชาสัมพันธ์อย่างมาก ได้แก่ วิทยุการกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์และนิตยสาร สื่อประเภทนี้สามารถนำข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวางและได้รับความเชื่อถือสูง หน่วยงาน/องค์กร สามารถใช้สื่อในการจ่ายเงินได้ 2 ลักษณะด้วยกัน คือ การขอความอนุเคราะห์เผยแพร่โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย และการจ่ายเงินเพื่อซื้อเวลาและเนื้อที่ของสื่อ

4. สื่อโสตทัศน

สื่อโสตทัศนเป็นสื่อที่ให้ภาพหรือเสียง และหรือให้ทั้งภาพและเสียง ประกอบด้วยอุปกรณ์และเครื่องมือ เช่น เครื่องฉายภาพยนตร์ เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ ฯลฯ ซึ่งมีวัสดุเป็นสื่อ เช่น ภาพถ่าย แผนภูมิ ม้วนภาพยนตร์ แผ่นโปร่งใส ฯลฯ และมีวิธีการนำเสนอสื่อโสตทัศนที่นิยมใช้ในการประชาสัมพันธ์ได้แก่ ภาพถ่าย สไลด์ แผ่นโปร่งใส เทปคาสเซ็ท สารคดีวีดิทัศน์ และการจัดนิทรรศการ

5. สื่อพื้นบ้าน

สื่อพื้นบ้าน คือ การแสดงทุกรูปแบบรวมไปถึงวิถีชีวิต พิธีกรรมประเพณีต่างๆ ที่ถ่ายทอดจากคนรุ่นเก่าสู่คนรุ่นใหม่ ในลักษณะของการถ่ายทอดแบบปากต่อปาก หรือการสื่อสารระหว่างบุคคล ซึ่งแต่ละภูมิภาคของประเทศไทยก็จะมีสื่อพื้นบ้านที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น เช่น ภาคเหนือ ได้แก่ ซอและจ้อย ภาคกลาง ได้แก่ เพลงพื้นบ้าน ลิเก และแห่ ภาคอีสาน ได้แก่ หมอลำ เพลงโคราช และหนังประโมทัย และภาคใต้ ได้แก่ หนังตะลุง โนรา และเพลงบอก เนื่องจากสื่อเหล่านี้มีความใกล้ชิดกับประชาชนและให้ข่าวสารผ่านความบันเทิง จึงเป็นสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจอีกชนิดหนึ่ง

6. สื่ออิเล็กทรอนิกส์

สื่ออิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง สื่อที่ไม่ใช้สื่อมวลชน แต่เป็นสื่อสมัยใหม่ที่นิยมนำมาใช้งานประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ซีดีรอม จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ คีออส และอินเทอร์เน็ต สื่อเหล่านี้สามารถเรียกร้องความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายได้สูง เพราะเป็นการผสมผสานสื่อคอมพิวเตอร์ เข้ากับเทคโนโลยีโทรคมนาคม ทำให้กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงข่าวสารได้โดยง่าย

7. กิจกรรมพิเศษ

กิจกรรมพิเศษ หมายถึง งานหรือเหตุการณ์ที่จัดขึ้น โดยบุคคลหรือกลุ่มบุคคลเพื่อให้อื่นๆ หรือกลุ่มอื่นๆ ที่มีความสนใจเหมือนกันเข้าร่วมกันในเวลาและสถานที่ที่กำหนดกิจกรรมพิเศษเป็นปฏิบัติการสร้างข่าว ซึ่งบางองค์การอาจจะมีความมุ่งหวังโดยตรง แต่บางองค์การก็ไม่เน้นในเรื่องความเป็นข่าว แต่มีวัตถุประสงค์อื่นๆ เช่น การสร้างภาพลักษณ์กิจกรรมพิเศษที่องค์การต่างๆ นิยมจัด เช่น การจัดสัมมนา การเปิดให้เยี่ยมชม องค์การ การเดินสายเพื่อแสดงผลงาน การจัดงานประกวด การจัดรายการบันเทิง เป็นต้น

8. โฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์

การโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นการโฆษณาหน่วยงานหรือสถาบัน ซึ่งอาจเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า “การโฆษณาสถาบัน” โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ประชาชนได้รู้จักและเกิดความเลื่อมใส หรือมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อหน่วยงาน ซึ่งแสดงออกได้หลายประเภท เช่น สื่อสารถึงการเป็นองค์การที่ดี มีความเชี่ยวชาญ มีความรับผิดชอบต่อสังคม การให้บริการสาธารณะ และการเชิญชวนให้ร่วมกิจกรรมพิเศษที่องค์การจัดขึ้น เป็นต้น

สรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์เป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินงานด้านบริหารของทุกองค์การ เพราะหน่วยงานจะดำเนินการได้อย่างราบรื่นเพียงใดนั้น ย่อมต้องอาศัยความร่วมมือสนับสนุนทั้งจากบุคคลภายในและภายนอกองค์การ

การประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารชนิดหนึ่ง ซึ่งมีคุณลักษณะเฉพาะคือ เป็นการสื่อสารสองทาง อาศัยการสื่อสารทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยมีจุดมุ่งหมายเฉพาะคือการ

สร้างและรักษาภาพพจน์ที่ดีแก่สถาบัน และการแก้ไขภาพพจน์เชิงลบ นอกจากนี้เป็นการสื่อสารที่อาศัยสื่อที่ควบคุมได้และสื่อมวลชน โดยมีการจัดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนเป็นกลุ่มเป้าหมายภายในและภายนอกซึ่งในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น ย่อมต้องอาศัยสื่อประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือในการนำข่าวสารจากองค์กรไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง สื่อประชาสัมพันธ์มีให้เลือกใช้หลายประเภททั้งสื่อเก่าและสื่อใหม่ ซึ่งพัฒนามาเรื่อยๆ ตามเทคโนโลยีด้านการสื่อสาร

ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการเลือกเปิดรับสื่อ

ข่าวสารที่เป็นสิ่งที่มีความจำเป็นอย่างมากในชีวิตประจำวันของมนุษย์ ซึ่งเหตุผลก็คือมนุษย์เป็นสัตว์สังคมจึงต้องมีการแลกเปลี่ยนข่าวสารซึ่งกันและกันและข่าวสารนี้จะเป็นปัจจัยหนึ่งที่กำหนดการตัดสินใจของมนุษย์ โดยเฉพาะเมื่อยามมนุษย์เกิดปัญหาและความไม่แน่ใจในสิ่งใดข่าวสารจะมีความสำคัญยิ่งต่อมนุษย์เพิ่มมากขึ้น โรเจอร์และสเวนนิ่ง (Roger and Svenning, 1968) ได้ศึกษาและขยายแนวความคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อมวลชนให้กว้างขวางออกไปอีก โดยให้นิยามว่า “สื่อมวลชนนั้น คลุมถึงสื่อ 5 ประเภท คือ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร และโทรทัศน์” เหตุนี้ดัชนีในการวัดการเปิดรับสื่อมวลชนในความหมายของเขาทั้งสอง จึงต้องประกอบด้วยจำนวนรายการวิทยุที่รับฟังต่อสัปดาห์ การอ่านหนังสือพิมพ์ต่อสัปดาห์ ภาพยนตร์ที่ดูต่อปี และอื่น ๆ

เลอว์เนอร์ (Lerner, 1958) ได้ศึกษาอิทธิพลที่เกิดจากการเปิดรับสื่อมวลชนในประเทศตะวันออกกลางในปี ค.ศ. 1958 พบว่า เมื่อมีการขยายตัวของชุมชน จนกลายเป็นเมืองที่จะช่วยให้การพัฒนาด้านความรู้ หนังสือและระดับการเรียนรู้ที่สูงขึ้น จะทำให้การเปิดรับสื่อมวลชนแพร่หลายมากขึ้น ในทำนองเดียวกัน เมื่อชุมชนมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีจากการพัฒนาอุตสาหกรรมมากขึ้น สังคมจะขยายขอบข่ายของสื่อมวลชน และการขยายตัวของสื่อมวลชนนี้เองจะช่วยยกระดับการเรียนรู้หนังสือมากขึ้นอีกด้วย

เชอร์รี่ (Cherry, 1978) ชี้ให้เห็นว่าการสื่อสารของมนุษย์กระทำเพื่อแบ่งเป็นข่าวสารกันนั่นเอง และการแบ่งปันข่าวสารระหว่างกันนี้จะก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน ซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจและกระทำกิจกรรมประสานสอดคล้องกัน

แอตकिन (Atkin, 1973) อ้างถึงในปีทมาวดี หล่อวิจิตร กล่าวว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากยังมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อม และเป็นคนที่ทันสมัยทันต่อเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย สรุปได้ว่า การเปิดรับสื่อ คือความบ่อยครั้งในการเปิดรับระยะเวลา รวมถึงจำนวนสื่อในการเปิดรับอีกด้วย

เบคเกอร์ (Becker) ได้ให้ความหมายของการเปิดรับสื่อ โดยจำแนกได้ดังนี้คือ

1. การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) กล่าวคือ บุคคลจะแสวงหาข้อมูลเพื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่น ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือเรื่องทั่ว ๆ ไป

2. การเปิดรับข้อมูล (Information receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับสื่อเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจอยากรู้ เช่น เปิดดูโทรทัศน์เฉพาะเรื่องหรือรายการที่สนใจ หรือมีผู้แนะนำมาหรือขณะอ่านหนังสือหรือดูโทรทัศน์ หากมีข้อมูลข่าวสารเกี่ยวข้องกับเรื่องที่ตนเองจะให้ความเอาใจใส่อ่านหรือดูเป็นพิเศษ

3. การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพราะต้องการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

การสื่อสาร มีความหมายเช่นเดียวกับคำว่า การสื่อความหมาย ในภาษาอังกฤษใช้คำว่า Communication ซึ่งรากศัพท์มาจากภาษาละตินว่า Communis หมายถึง การร่วม (Common) เมื่อมีการสื่อสารหรือการสื่อความหมาย ก็หมายถึงว่า มีการกระทำร่วมกันในบางสิ่งบางอย่าง นั่นคือการถ่ายทอดหรือการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้ ความคิด ของคนเรานั้นเอง (Webster Dictionary 1978 : 98)

การให้ความหมายของการสื่อสารตามรูปคำข้างต้น ยังไม่ใช้ความหมายที่สมบูรณ์นัก เพราะการสื่อสารที่แท้จริงนั้น มีความหมายกว้าง ครอบคลุมเกี่ยวข้องกับชีวิตและสังคมมนุษย์ในทุกๆ เรื่อง นักวิชาการด้านการสื่อสารได้ให้ความหมายไว้ต่างๆ กัน ตามแง่มุมที่แต่ละคนพิจารณาให้ความสำคัญ ดังตัวอย่างต่อไปนี้ (ปรมะ สตะเวทิน 2529 : 5-7)

วิลเบอร์ ชแรมม์ (Wilber Schramm) ให้ความหมายว่า การสื่อสาร คือการมีความเข้าใจร่วมกัน ต่อเครื่องหมายที่แสดงข่าวสาร

ชาร์ล อี ออสกูด (Charl E.Osgood) ให้ความหมายโดยทั่วไปว่า การสื่อสาร เกิดขึ้นเมื่อฝ่ายหนึ่ง คือผู้ส่งสาร มีอิทธิพลต่ออีกฝ่ายหนึ่งคือผู้รับสาร โดยใช้สัญลักษณ์ต่างๆ ซึ่งถูกส่งผ่านสื่อที่เชื่อมต่อสองฝ่าย

วอร์เรน ดับเบิลยู วีเวอร์ (Worren W. Weaver) กล่าวว่า การสื่อสารมีความหมายกว้าง ครอบคลุมถึงกระบวนการทุกอย่าง ที่จิตใจของคนๆ หนึ่ง อาจมีผลต่อจิตใจของคนๆ หนึ่งไม่ใช่เพียงการพูดและการเขียนเท่านั้น แต่รวมถึง ดนตรี ภาพ การแสดง และพฤติกรรมอื่นๆ ของมนุษย์

ยอร์จ เอ มิลเลอร์ (George A.Miller) ให้ความหมายว่า การสื่อสารเป็นการถ่ายทอดข่าวสารจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง

เจอร์เกน รอย และเกรกอรี เบทสัน (Jurgen Ruesch and Gregory Bateson) ให้ความหมายโดยสรุปว่า การสื่อสารไม่ใช่การถ่ายทอดข่าวสารด้วยภาษาพูดและเขียนโดยมีเจตนาชัดเจนเท่านั้น แต่หมายถึงพฤติกรรมทุกอย่างที่บุคคลหนึ่งกระทำ แล้วส่งผลให้บุคคลอื่น

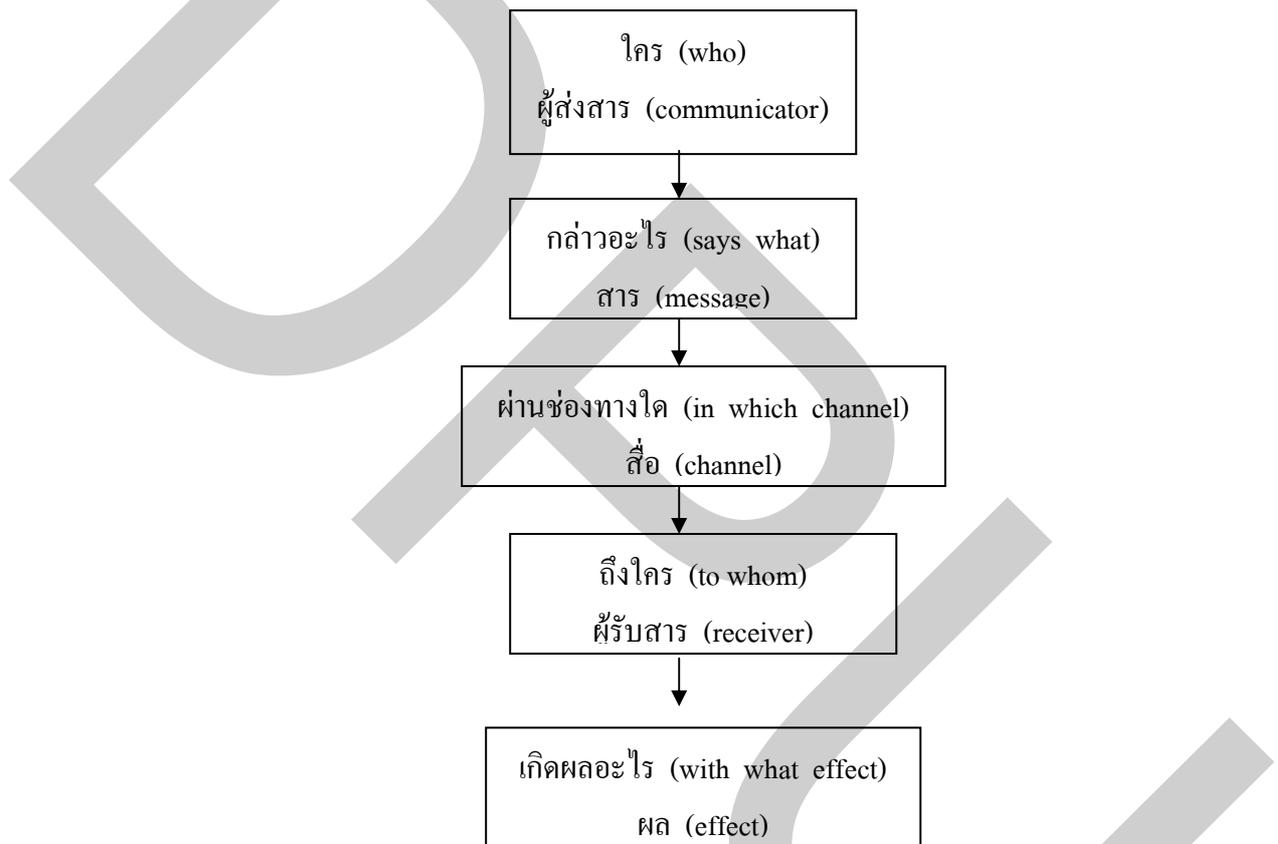
เกิดความเข้าใจพจนานุกรมภาษาอังกฤษ (Oxford English Dictionary) ให้ความหมายว่า การให้การนำการแลกเปลี่ยนความคิด ความรู้อื่นๆ

จากความหมายที่มีผู้ให้ไว้แตกต่างกัน ซึ่งให้ความหมายครอบคลุมไปถึงพฤติกรรมที่ไม่ใช้ภาษาพูดและภาษาเขียนด้วย บางคนถือว่าการสื่อสารคือการแสดงออกทุกอย่าง ที่ผู้อื่นเข้าใจได้ ไม่ว่าจะการแสดงนั้นจะมีเจตนาให้ผู้อื่นเข้าใจหรือไม่ก็ตาม จึงอาจสรุปได้ว่า การสื่อสารคือการที่มนุษย์ถ่ายทอดความรู้ ความคิด หรือประสบการณ์ของตนไปยังบุคคลอื่น และการรับความรู้ความคิดจากบุคคลอื่นมาปรับพฤติกรรมของตนเอง โดยกระบวนการของการสื่อสาร ซึ่งการถ่ายทอด และการรับความรู้ ความคิดมีอยู่ 3 ลักษณะคือ

1. การใช้รหัสสัญญาณโดยตรง เช่น การใช้สัญญาณเสียง ภาษาพูด สัญญลักษณ์ ภาษาเขียน ภาษาท่าทาง ตลอดจนรหัสนสัญญาณอื่นๆ ที่กระทำโดยตรง ระหว่างผู้ถ่ายทอดกับผู้รับ
2. การใช้เครื่องมือในการถ่ายทอด เป็นการสื่อสารโดยผ่านทางเครื่องมือ เช่น การใช้ วัสดุทัศนูปกรณ์ วิทยุกระจายเสียง คอมพิวเตอร์ หรือเครื่องมือสื่อสารอื่นๆ
3. การถ่ายทอดโดยกระบวนการทางสังคม เช่น การปฏิบัติสืบทอดทางประเพณี ศาสนา วัฒนธรรม และระบบอื่นๆ ของสังคม

แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสาร

กระบวนการสื่อสาร หมายถึง ระบบซึ่งแหล่งข่าวสาร (ผู้ส่งสาร) ส่งข่าวสารไปยังผู้รับ ซึ่งในการติดต่อสื่อสารนั้นจะต้องตอบคำถามได้ว่า ใคร พูดอะไร ใช้ช่องทางไหนสื่อไปยังใคร และมีผลกระทบอย่างไรบ้าง โดยจะอาศัยแบบจำลองของ Lasswell ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2.1 แบบจำลองของ Lasswell

ผู้ส่งข่าวสาร

ผู้ส่งข่าวสาร คือ ผู้ริเริ่มข่าวสารว่าจะนำเสนอในรูปแบบใด จะสื่อความแบบใดและส่งถึงใคร โดยทั่วไปจะส่งข่าวสารที่เหมาะสมผ่านสื่อไปยังผู้รับเฉพาะบุคคลหรือจำนวนมาก ซึ่งองค์กรจะพยายามแจ้งข่าวสาร สร้างอิทธิพล รวมทั้งจูงใจให้ผู้ชมสนใจข่าวสารที่นำเสนอออกไป ผู้ส่งสารจะส่งข้อมูลมากมายไม่ว่าจะเป็นคำพูด ข้อความ ภาพ สัญลักษณ์ ไปในพื้นที่ที่สามารถส่งได้อย่างระมัดระวัง และคัดสรรอย่างดีที่สุดและเหมาะสมที่สุดกับกลุ่มเป้าหมายในช่วงเวลาที่เหมาะสม (Schramm, 1973: 114)

ผู้รับสาร

ผู้รับสาร คือ ผู้ถอดรหัสข่าวสารที่ผู้ส่งสารส่งมาถึง โดยอาศัยประสบการณ์ส่วนตัวที่มีทั้งหมดโดยจะต้องอาศัยความเข้าใจจากเนื้อหาที่ได้รับและการตีความ รวมทั้งอาศัยอารมณ์ และความรู้สึกร่วมด้วย (Schramm, 1973: 114)

การตอบกลับของผู้รับสาร

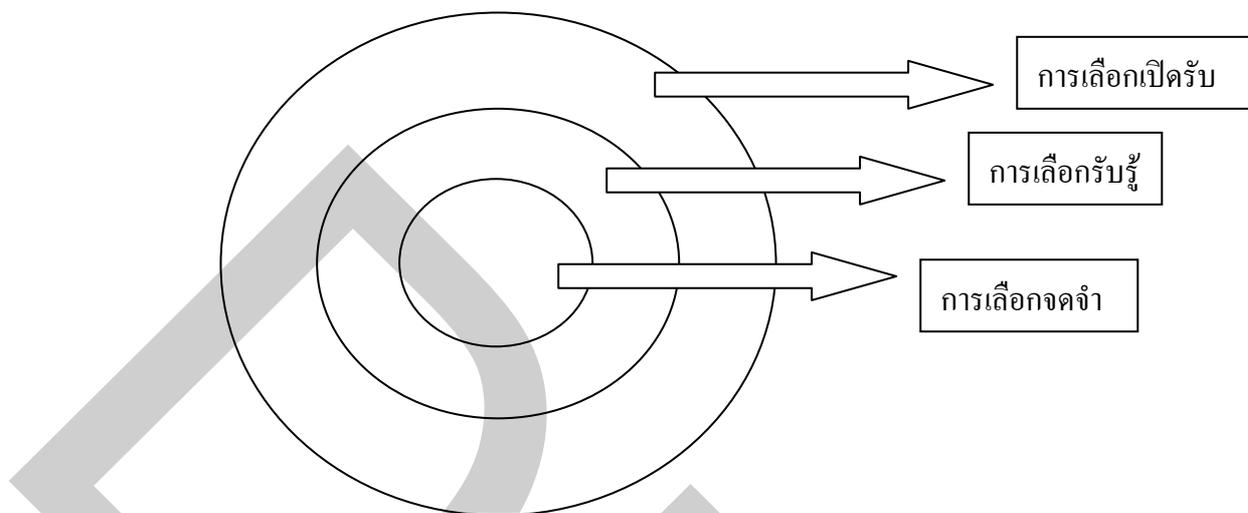
การตอบกลับของผู้รับสาร คือ ประสิทธิผลจากการรับทราบข่าวสาร ถ้าเป็นการเผยแพร่ข้อมูลสถานการณ์การเมือง การตอบกลับในทางบวกของผู้รับสาร นั่นก็คือ การให้ความสนใจข่าวสารสถานการณ์นั้น จดจำ รับทราบและส่งผลให้เกิดการตอบสนองในรูปแบบต่างๆ

การเปิดรับสารที่สำคัญก็คือ กระบวนการในการเลือกรับข่าวสาร ซึ่งประกอบด้วย 3 ขั้นตอนก็คือ (Schramm, 1973: 115)

1.การเลือกเปิดรับ (selective exposure) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็น ความสนใจที่มีอยู่เดิมและพยายามหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับทัศนคติและความคิดเห็นเดิมของตน ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจหรือทัศนคติที่มีอยู่เดิมจะก่อให้เกิดภาวะความไม่สมดุล ซึ่งเราอาจลดภาวะความไม่สมดุลได้ โดยการเปลี่ยนทัศนคติ ความรู้หรือพฤติกรรมการแสดงออกหรือเลือกสรรเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดเดิมของตน

2.การเลือกรับรู้ (selective perception) เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว ผู้รับสารจะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความหมายของสารนั้นตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะร่างกายหรืออารมณ์ขณะนั้น ดังนั้นผู้รับสารจะตีความผิดพลาดหรือบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางที่ตนเองพอใจ ให้สอดคล้องกับความคิดเห็น ความสนใจหรือทัศนคติที่มีอยู่เดิม

3.การเลือกจดจำ (selective retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ เป็นต้น ของตนเองและมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ เรื่องที่ขัดแย้งหรือเรื่องที่ค้านกับความคิดเห็นของตนเองดังนั้นการเลือกจดจำเนื้อหาของสารที่ได้รับจึงเป็นการช่วยเสริมทัศนคติหรือความเชื่อเดิมของผู้รับสารให้มีความมั่นคงยิ่งขึ้น และเปลี่ยนแปลงยากขึ้น ดังนั้น กระบวนการเลือกสรรของมนุษย์จึงเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์เราดังแผนภาพนี้



ภาพที่ 2.2 แบบจำลองเครื่องกรองข่าวสาร

นอกจากนี้แล้ว จากแบบจำลอง ได้กล่าวถึงองค์ประกอบที่มีบทบาทสำคัญต่อการเลือกสรรของมนุษย์ อันได้แก่ ประสบการณ์ การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสารภูมิหลังที่มีความแตกต่างกัน การศึกษาและสถานภาพทางสังคม ความสามารถในการรับรู้ข่าวสารนั้นๆ บุคลิกภาพ (ในขณะนั้น ๆ) อารมณ์ (ปกติ มีสมาธิหรือกำลังกังวลใจ) และทัศนคติ (ในด้านบวกหรือลบต่อเนื้อหาที่น่าเสนอนั้น ๆ) (Schramm, 1973: 115)

การสร้างความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารให้เกิดขึ้น นอกจากจะต้องคำนึงถึงความพึงพอใจ ในเรื่องของข่าวสารที่ได้รับ ความเพียงพอของข่าวสารและช่องทางของการติดต่อสื่อสารแล้ว ยังต้องคำนึงถึงปัจจัยผู้รับสาร ซึ่งเป็นปัจจัยที่เกี่ยวกับความแตกต่าง ของบุคคลด้วย ทั้งนี้เนื่องจากความแตกต่างของบุคคลเป็นธรรมชาติของมนุษย์อย่างหนึ่ง

จากแนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสารในการศึกษารั้งนี้ หมายถึง การที่บุคคลได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ จากสื่อดังต่อไปนี้คือ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจในรูปแบบที่หลากหลาย ขึ้นอยู่กับทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ และแรงจูงใจของบุคคล จึงทำให้บุคคลจำเป็นต้องรับรู้ข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ เพื่อจะได้พิจารณาแยกแยะถึงคุณประโยชน์ของข่าวสารที่ได้รับ

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร

การสื่อสารมีลักษณะเป็นกระบวนการ เป็นกิจกรรมที่เปลี่ยนแปลงต่อเนื่องจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง และดำเนินต่อไปเรื่อย ๆ ตลอดเวลา ไม่มีการหยุดนิ่ง ไม่มีจุดเริ่มต้นและจุดสุดท้ายอย่างแท้จริง และไม่สามารถจะกระทำซ้ำเดิมได้ หรืออาจกล่าวได้ว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการที่เคลื่อนไปข้างหน้าเท่านั้น ย้อนกลับมาเหมือนเดิมอีกไม่ได้ หรือจะแก้ไขให้ผิดไปจากเดิมก็ไม่ได้

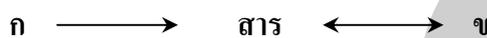
ซึ่งในกระบวนการการสื่อสารนั้นมีกระบวนการย่อยหลายกระบวนการคือ

กระบวนการคิดและการใช้ภาษา เป็นกระบวนการการใช้สมองของมนุษย์ในการสร้างมโนภาพใหม่ ๆ ทำให้เกิดระบบการรับรู้ และมีการเลือกใช้ถ้อยคำ ภาษาให้เหมาะสมกับมโนภาพนั้น

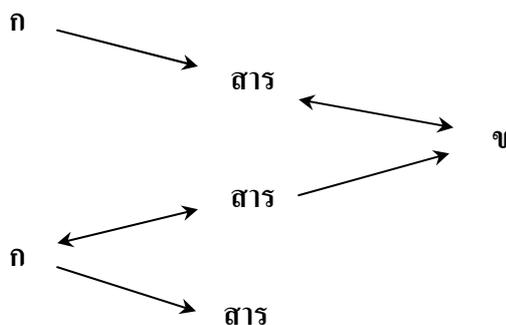
กระบวนการส่ง รับ แลกเปลี่ยนสารเพื่อความเข้าใจร่วมกัน โดยจุดเริ่มต้นระดับเล็กที่สุด คือ การสื่อสารระหว่างบุคคล 2 คน เป็นการส่งสารจากบุคคลคนหนึ่งไปยังบุคคลอีกคนหนึ่ง ดังรูป



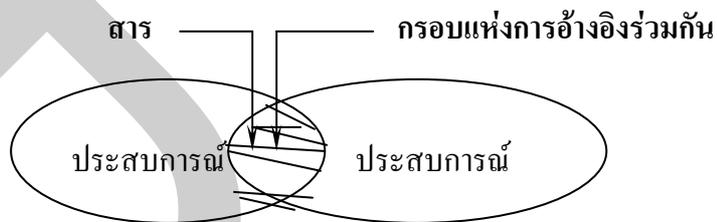
เมื่อ ก ส่งสารก็มีการใส่รหัสในรูปของสัญลักษณ์ต่าง ๆ เมื่อ ข รับสารก็มีการถอดรหัสและตีความ เพื่อรับรู้ความหมายของ ก ดังรูป



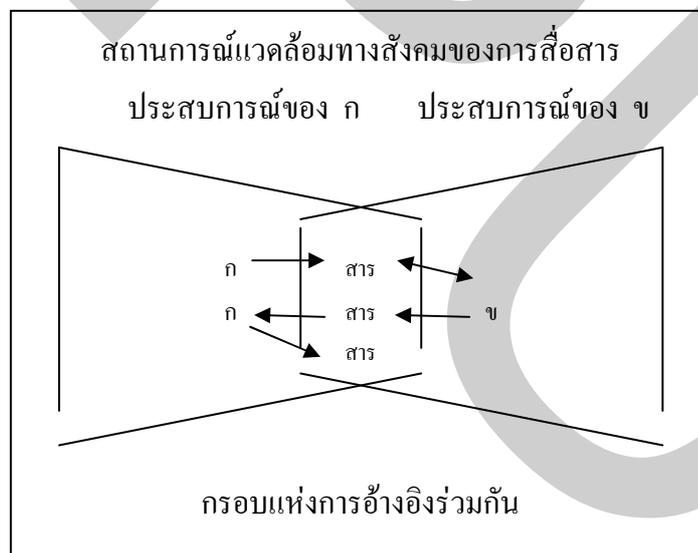
และระหว่าง ก กับ ข ก็มีการโต้ตอบระหว่างกัน เป็นปฏิกริยาป้อนกลับซึ่งกันและกัน ดังรูป



ซึ่งการตีความและให้ความหมายแก่สารจะตรงกันมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับกรอบอ้างอิง (Frame of Reference) อันหมายถึง ประสบการณ์ที่บุคคลเคยมีในอดีต ถ้าบุคคลมีกรอบอ้างอิงคล้ายกันการตีความและให้ความหมายก็จะเหมือนกันและคล้ายกัน เกิดความเข้าใจกัน ดังรูป



นอกจากกรอบอ้างอิงแล้ว สถานการณ์แวดล้อมทางสังคมของการสื่อสารก็ยังมี ความสำคัญต่อการสื่อสารอย่างมากในการเป็นตัวกำหนดเงื่อนไข และสภาพของการสื่อสารในแต่ละครั้งดังรูป (ระวีวรรณ ประกอบผล, 2541)



แบบจำลองการสื่อสาร

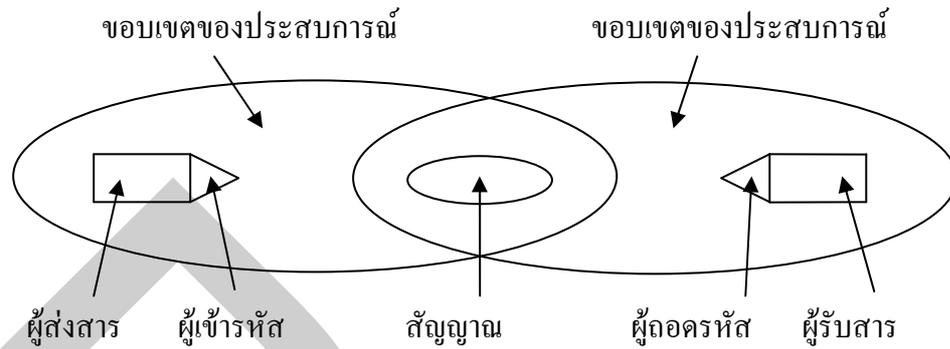
วิธีการศึกษาเพื่อทำความเข้าใจกระบวนการสื่อสารที่นิยมใช้คือ การศึกษาแบบจำลองของการสื่อสาร แบบจำลองการสื่อสารเป็นตัวแทนที่แสดงถึงปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจริงขององค์ประกอบต่างๆ ในการสื่อสารของมนุษย์ แสดงให้เห็นถึงหน้าที่และความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่างๆ ที่มีต่อกัน แบบจำลองนี้อาจถือได้ว่าเป็นการแสดงออกถึงความพยายามที่จะค้นหาเพื่อพัฒนาและจัดระเบียบการศึกษาว่าด้วยการสื่อสารที่จะต้องมิลักษณะเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (เดนิส แมคเคลด และสเวน วินดาห์ล, 2528) ในที่นี้จะขอยกแบบจำลองเพียง 2 แบบ ซึ่งเป็นแบบจำลองพื้นฐานที่จะนำไปวิเคราะห์การศึกษาในครั้งนี้ต่อไป

แบบจำลองของชแรมม์ (The Schramm Model)

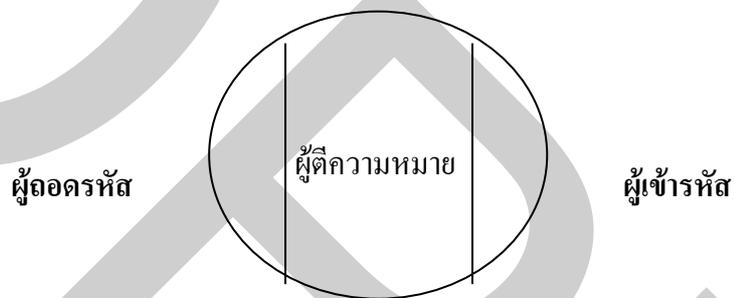
1. เป็นแบบจำลองที่อธิบายการสื่อสารระหว่างบุคคล ผู้ส่งสารและผู้เข้ารับรหัสสามารถเป็นคนคนเดียวกันได้ ในขณะที่ผู้ถอดรหัสและผู้รับสารก็สามารถเป็นคนคนเดียวกันได้เช่นกัน และสัญญาณคือภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร



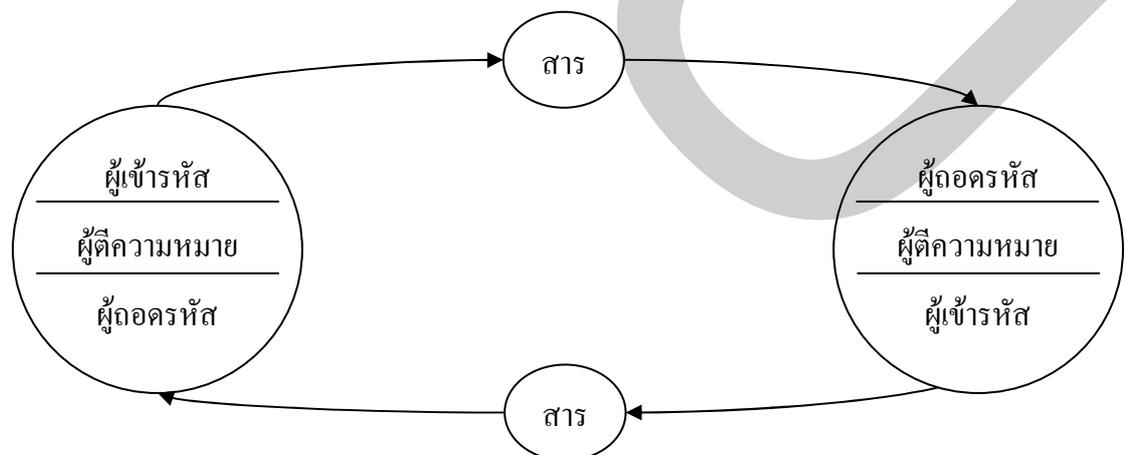
2. เป็นแบบจำลองที่อธิบายการสื่อสารระหว่างบุคคล ที่ผู้ส่งสารจะสามารถเข้ารหัสเพื่อส่งสารได้เท่าที่ประสบการณ์ที่ตนพึงมีเท่านั้น ในทำนองเดียวกันผู้รับสารก็สามารถถอดรหัสเพื่อทำความเข้าใจกับสารได้เท่าที่ประสบการณ์ที่ตนเองมีเท่านั้น ในทำนองเดียวกันผู้รับสารก็สามารถถอดรหัสเพื่อทำความเข้าใจกับสารได้เท่าที่ประสบการณ์ที่ตนเองมีเท่านั้น ความเข้าใจกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารขึ้นอยู่กับขอบเขตของประสบการณ์ร่วมกัน ถ้ายังมีมากก็สามารถเข้าใจกันได้มาก



3. เป็นแบบจำลองที่อธิบายการสื่อสารภายในบุคคล ซึ่งคนคนหนึ่งเป็นทั้งผู้เข้ารหัส ผู้ตีความหมาย และผู้ถอดรหัสในขณะเดียวกัน



4. เป็นแบบจำลองที่อธิบายการสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีการโต้ตอบกลับ และมีสื่อในการส่งสาร เป็นแบบจำลองแบบสองทาง (Two-way communication) โดยมีการสื่อสารกลับเป็นตัวแทนที่แสดงลักษณะของการสื่อสารทางที่สอง (ปรมะ สดเวทิน, 2540)



แบบจำลองของเบอร์โล (The Berlo Model)

เดวิด เค. เบอร์โล (David K. Berlo) ได้เขียนหนังสือชื่อ The Process of Communication เมื่อปี 1960 อธิบายถึงแบบจำลองกระบวนการการสื่อสาร โดยกล่าวไว้ว่า ในกระบวนการการสื่อสารนั้นมีองค์ประกอบอยู่ 6 ประการ คือ

1. ผู้ส่งสาร (Communication source)
2. ผู้เข้ารหัส (Encoder)
3. สาร (Message)
4. สื่อ (Channel)
5. ผู้ถอดรหัส (Decoder)
6. ผู้รับสาร (Communication receiver)

แต่อย่างไรก็ตามเบอร์โลเห็นว่าการสื่อสารระหว่างบุคคล 2 คนนั้น ผู้ส่งสารและผู้เข้ารหัสสามารถเป็นบุคคลคนเดียวกันได้รวมเรียกว่า ผู้ส่งสาร ในทำนองเดียวกัน ผู้รับสารและผู้ถอดรหัสก็สามารถเป็นบุคคลคนเดียวกันได้เช่นกันรวมเรียกว่า ผู้รับสาร ทำให้องค์ประกอบที่สำคัญในกระบวนการสื่อสารตามแนวคิดของเบอร์โลสรุปได้เป็น 4 องค์ประกอบ คือ ผู้ส่งสาร (Source) สาร (Message) สื่อ (Channel) และผู้รับสาร (Receiver) แบบจำลองกระบวนการการสื่อสารของเบอร์โลเป็นที่รู้จักกันดีในนามของ SMCR Model ซึ่งย่อมาจาก Source Message Channel และ Receiver ซึ่งอาจเขียนเป็นแบบจำลองได้ดังนี้

S	M	C	R
ผู้ส่งสาร	สาร	สื่อ	ผู้รับสาร
ทักษะในการสื่อสาร	ส่วนประกอบ โครงสร้าง	การเห็น	ทักษะในการสื่อสาร
ทัศนคติ	เนื้อหา	การได้ยิน	ทัศนคติ
ความรู้	การจัดสรร	การสัมผัส	ความรู้
ระบบสังคม	รหัส	การได้กลิ่น	ระบบสังคม
วัฒนธรรม		การลิ้มรส	วัฒนธรรม

เบอร์โล กล่าวว่า การที่การสื่อสารจะมีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ 4 ประการนี้ ว่ามีประสิทธิภาพเพียงใด ประสิทธิภาพขององค์ประกอบแต่ละองค์ประกอบขึ้นอยู่กับปัจจัยต่อไปนี้ (ปรมะ สดเวทิน, 2540)

1. ผู้ส่งสาร ปัจจัยของผู้ส่งสารประกอบด้วย ทักษะในการสื่อสาร (Communication skill) ทศนคติ (attitude) ความรู้ (knowledge) ระบบสังคม (social system) วัฒนธรรม (culture)

2. สาร ปัจจัยของสารประกอบด้วย รหัส (code) เนื้อหา (content) การจัดเสนอ (treatment) ซึ่งทั้ง รหัส เนื้อหา และการจัดเสนอ ประกอบด้วย ส่วนประกอบ (element) และ โครงสร้าง (structure)

3. สื่อ เบอร์โล กล่าวไว้ว่า สื่อมีความหมาย 3 ประการ คือ หมายถึง การเข้ารหัสและการถอดรหัส (mode of encoding and decoding) หรือหมายถึง สิ่งที่น่าสาร (message vehicle) เช่น คลื่นแสง คลื่นเสียง วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น หรือหมายถึง พาหนะของสิ่งที่น่าสาร (vehicle - carrier) เช่น อากาศ ซึ่งในกระบวนการการสื่อสารของมนุษย์ สื่อตามความหมายของเบอร์โล คือ ช่องทางที่จะนำสารไปสู่ประสาทในการรู้สึก (sense mechanisms) หรือการถอดรหัสของผู้รับสาร อันได้แก่การเห็น (seeing) การได้ยิน (hearing) การสัมผัส (touching) การได้กลิ่น (smelling) และการลิ้มรส (tasting)

4. ผู้รับสาร ปัจจัยของผู้รับสารประกอบด้วย ทักษะในการสื่อสาร (Communication skill) ทศนคติ (attitude) ความรู้ (knowledge) ระบบสังคม (social system) วัฒนธรรม (culture)

องค์ประกอบของกระบวนการการสื่อสาร

จากที่ได้กล่าวถึงแบบจำลองต่าง ๆ แล้วนั้น สิ่งที่เป็นจุดมุ่งหมายหลักของการสื่อสารคือความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกันระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพของการสื่อสารนั่นเอง โดยขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ขององค์ประกอบแต่ละองค์ประกอบของการสื่อสารคือ ผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสาร ดังนี้

1. ผู้ส่งสาร

ผู้ส่งสารคือบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่เป็นผู้ริเริ่มหรือเริ่มต้นส่งสารไปให้อีกบุคคลหนึ่งจะโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตาม หรือเป็นผู้ที่ทำหน้าที่ส่งสารผ่านช่องทางหนึ่งไปยังผู้รับสาร ฉะนั้นผู้ส่งสารจึงมีบทบาทในการชี้แนะว่าพฤติกรรมการสื่อสารภายในสถานการณ์หนึ่งๆ นั้นจะเป็นไปในรูปใดและมีผลอย่างไร หรืออีกนัยหนึ่งก็คือ ผู้ส่งสารคือผู้กระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) จากผู้รับสาร (พัชนี เศษจรรยา และคณะ, 2538)

ปัจจัยของผู้ส่งสารประกอบด้วย

1.1 **ทักษะในการสื่อสาร** ซึ่งหมายถึงความถึง ความสามารถ ความชำนาญในการสื่อสาร มีทักษะที่เกี่ยวข้องคือ การพูด การเขียน ซึ่งเป็นทักษะในการเข้ารหัสการฟัง การอ่าน ซึ่งเป็น

ทักษะในการถอดรหัส การใช้เหตุผลหรือความคิด ซึ่งเป็นทักษะในการทั้งเข้าและถอดรหัส รวมทั้งทักษะทางอวัจนภาษาต่างๆ เช่น ภาษาท่าทาง เป็นต้น

ทักษะต่างๆ นี้มีผลต่อผู้ส่งสาร คือ มีผลต่อความคิดที่จะสื่อสารให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และความตั้งใจของผู้ส่งสาร และมีผลต่อความสามารถในการเข้ารหัส กล่าวคือ โดยทั่วไปสิ่งที่สำคัญต่อทักษะในการสื่อสารของผู้ส่งสารคือ ภาษา ซึ่งมีอิทธิพลต่อการรับรู้ การคิดของมนุษย์ภาษามีส่วนกำหนดความคิดของมนุษย์ ว่ามนุษย์นั้นจะคิดเรื่องอะไร คิดอย่างไร และคิดหรือไม่ ก็ขึ้นอยู่กับความสามารถทางด้านภาษา เมื่อผู้ส่งสารมีทักษะในการสื่อสารที่ดีก็สามารถใช้ภาษาในการเข้ารหัสได้ดี รู้จักเลือกใช้ภาษาได้ตรงตามสิ่งที่ตั้งใจ ถูกต้องชัดเจน ถอดรหัสได้ง่าย การสื่อสารก็มีประสิทธิภาพ

1.2 ทักษะ ซึ่งหมายถึง วิธีการที่บุคคลประเมินสิ่งต่างๆ โดยความโน้มเอียงของตนเองเพื่อให้เข้าถึงหรือหลีกเลี่ยงสิ่งนั้นๆ ทักษะของผู้ส่งสารมีหลายประการ ได้แก่ ทักษะติดต่อตนเอง ทักษะติดต่อหัวข้อการสื่อสาร ทักษะติดต่อผู้รับสาร

ทักษะติดต่อตนเอง คือการประเมินความเชื่อมั่นของตนเองว่ามีความสามารถในการสื่อสารมาก - น้อยเพียงใด ถ้าผู้ส่งสารยังมีความเชื่อมั่นมาก การสื่อสารนั้นก็ยังมีประสิทธิภาพ

ทักษะติดต่อหัวข้อการสื่อสาร คือการประเมินความมีคุณค่าของหัวข้อการสื่อสารนั้น ถ้าผู้ส่งสารยังเชื่อมั่นว่าหัวข้อในการสื่อสารนั้นมีคุณค่ามาก การสื่อสารนั้นก็ยังมีประสิทธิภาพ

ทักษะติดต่อผู้รับสาร คือการประเมินผู้รับสาร ซึ่งจะมีผลต่อพฤติกรรมในการสื่อสาร² ของ ผู้ส่งสาร ต่อสาร และต่อปฏิกิริยาของผู้รับสาร โดยเฉพาะการชักจูงใจ

1.3 ความรู้ ผู้ที่ไม่มีความรู้ย่อมไม่สามารถที่จะทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจถูกต้องตรงกันได้และหากมีความรู้เกินไป ก็อาจเกิดข้อผิดพลาดได้เช่นกัน ความรู้ที่สำคัญของผู้ส่งสาร คือความรู้ในเรื่องที่จะสื่อสาร ซึ่งก็เป็นสิ่งเสริมความมั่นใจในการสื่อสาร และความรู้เรื่องของกระบวนการสื่อสารคือรู้ถึงความสัมพันธ์และความสำคัญขององค์ประกอบต่างๆ ของการสื่อสาร

1.4 ระบบสังคม สังคมจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการสื่อสาร เพราะบุคคลขึ้นอยู่กับกลุ่มทางสังคม มีตำแหน่ง บทบาท หน้าที่ ตามกลุ่มที่สังกัดอยู่ และเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง

1.5 วัฒนธรรม หมายถึง ขนบธรรมเนียม ค่านิยม ความเชื่อทางวัฒนธรรมในแต่ละสังคมซึ่งส่งผลต่อความคิด และพฤติกรรมการสื่อสาร วัฒนธรรมที่ต่างกันก็มีการสื่อสารต่างกัน ด้วย

2.สาร

สาร คือ ผลผลิตทางกายภาพที่เป็นจริงอันเกิดจากผลการเข้ารหัสของผู้ส่งสาร สารหมายรวมถึงถ้อยคำ เสียง การแสดงออกด้วยสีหน้า อากัปกริยา ปัจจัยของสารประกอบด้วย รหัสสาร เนื้อหาสาร การจัดเสนอสาร ซึ่งต้องมีทั้งส่วนประกอบ และโครงสร้าง

2.1 รหัสสาร คือกลุ่มของสัญลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นอย่างมีความหมายแต่บุคคลภาษาถือได้ว่าเป็นรหัสสาร โดยจะต้องมีส่วนประกอบคือคำศัพท์ และกระบวนการหรือโครงสร้างที่ทำให้เกิดความหมายจากคำศัพท์นั้นคือการสร้างความสัมพันธ์ เมื่อจะเข้ารหัสนั้น ผู้เข้ารหัสจะต้องตัดสินใจว่าจะใช้รหัสใด จะเลือกส่วนประกอบใด และจะเลือกสร้างความสัมพันธ์ด้วยวิธีการอย่างไรในการเข้ารหัส

2.2 เนื้อหาสาร เป็นสิ่งที่ผู้ส่งสารเลือกเพื่อแสดงถึงความคิด วัตถุประสงค์ และความตั้งใจ ในการสื่อสาร โดยมีเนื้อหาสาระเป็นส่วนประกอบ และจะต้องมีการจัดโครงสร้างของเนื้อหาสารนั้นเป็นประเด็นและเป็นลำดับเมื่อจะสื่อสาร

2.3 การจัดเสนอสาร ได้แก่ วิธีการที่ผู้ส่งสารเลือกและจัดเตรียมรหัสสารและเนื้อหา ส่วนประกอบของการจัดเสนอสารก็คือ รหัสและเนื้อหาสาร โครงสร้างคือการเรียบเรียงรหัสและเนื้อหาสารให้เป็นไปตามที่ผู้ส่งสารต้องการ ซึ่งก็แล้วแต่ลีลาของแต่ละบุคคล รวมทั้งต้องคำนึงถึงผู้รับสารด้วย (Berlo, 1960)

สาร ก็คือภาษา คือระบบของสัญลักษณ์ ซึ่งสมาชิกของสังคมใช้ทางที่ค่อนข้างมาตรฐานเพื่อให้เกิดความหมายร่วมกัน ภาษาเกิดจากการติดต่อกับคนอื่น ๆ และเกิดจากการเรียนรู้ทางสังคม ภาษาประกอบด้วยความหมาย ซึ่งถูกแฝงอยู่ในรูปของสัญลักษณ์ที่ทำหน้าที่กระตุ้นและตัวกลางทำให้เกิดการตอบสนอง

เดริชและคณะ (Drech et al.) กล่าวว่าภาษามีหน้าที่สำคัญ 3 ประการ คือ

- 1.ภาษา คือ สื่อ หรือ พาหะเบื้องต้นสำหรับการสื่อสาร
 - 2.ภาษาสะท้อนให้เห็นทั้งบุคลิกลักษณะส่วนบุคคลนั้นๆ ในทางกลับกัน ภาษาที่ช่วยกำหนดบุคลิกลักษณะส่วนบุคคลและวัฒนธรรมเช่นกัน
 - 3.ภาษาทำให้ความเจริญก้าวหน้าของวัฒนธรรมและการถ่ายทอดวัฒนธรรมเกิดขึ้นได้ ทำให้สังคมคงอยู่ต่อไป ช่วยในการกำหนดหน้าที่ และควบคุมกลุ่มต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- สารหรือภาษาแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ
- 1.วจนสารหรือวจนภาษา คือ สารหรือภาษาที่แสดงออกในรูปของถ้อยคำ คำพูดหรือตัวอักษร ซึ่งได้แก่ ภาษาพูด ภาษาเขียน เป็นต้น

2. อวัจนสารหรืออวัจนภาษา คือ สารหรือภาษาที่ไม่ได้แสดงออกโดยใช้ถ้อยคำ คำพูด หรือตัวอักษรโดยตรง แต่แสดงออกทางอื่น ซึ่งสามารถสื่อความหมายบางอย่างได้เช่นกัน ได้แก่ ระยะเวลาท่าระหว่างบุคคล สายตา น้ำเสียง การแสดงออกทางสีหน้า กิริยาท่าทาง การสัมผัส และ รูปลักษณ์ต่างๆ

อย่างไรก็ตาม ความหมายของสารเกิดจากการตีความหมายของผู้รับสาร ความหมายของสารจึงอยู่ที่การตีความของผู้รับสาร มิใช่อยู่ที่ตัวสารเอง ฉะนั้น ผู้ส่งสารอาจต้องการส่งสารที่มีความหมายหนึ่งไปให้กับผู้รับสาร แต่ผู้รับสารกลับตีความของสารนั้นไปอีกทางหนึ่งก็ได้ (พัชนี เขจรธยา และคณะ, 2538)

3. สื่อ

สื่อเป็นพาหนะนำสารไปสู่ผู้รับสาร เป็นตัวเชื่อมระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร ผู้ส่งสารต้องเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับความสามารถหรือทักษะของตนเองในการใช้สื่อ ความสามารถหรือทักษะของผู้รับสาร สาร และความสามารถของตัวสื่อ วิธีการรับสื่อของผู้รับสาร รวมทั้งข้อจำกัดของสื่อที่จะเลือกใช้ นอกจากนี้ ยังต้องคำนึงถึงว่ามีสื่ออะไรให้เลือกใช้บ้าง งบประมาณที่มี สื่อใด ที่ผู้รับสารชอบ ความคุ้นเคยในการใช้สื่อ นั้น อิทธิพลของสื่อ นั้น ความเหมาะสมของสื่อต่อวัตถุประสงค์ ต่อเนื้อหาสารด้วย (Berlo, 1960)

ราว (Rao) เน้นว่าช่องทางการสื่อสารมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. ช่องทางเป็นหน่วยพลังงานมวลสารประเภทหนึ่งที่เราเรียกว่า สื่อ
2. ช่องทางเป็นตัวนำส่งหน่วยพลังงานมวลสาร ซึ่งมีการจัดเป็นระเบียบแบบแผนที่เราเรียกว่า สารสนเทศ
3. ช่องทางเป็นตัวเชื่อมระหว่างบุคคลที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง และยังมีมิติต่างๆ ที่จะช่วยในการประเมินประสิทธิภาพของช่องทางต่างๆ กัน ได้แก่
 1. ความน่าเชื่อถือของช่องทาง (channel credibility) คือ ความเชี่ยวชาญและความน่าไว้วางใจของช่องทางในสายตาหรือความรู้สึกของผู้รับสาร
 2. ปฏิกริยาตอบสนองจากช่องทาง (channel feedback) คือ โอกาสที่ช่องทางเปิดให้ผู้รับสารตอบสนองได้ทันทีและเต็มที่
 3. การมีส่วนร่วมในช่องทาง (channel involvement) คือ ความพยายามที่จะต้องใช้ประสาทรับรู้ต่างๆ ทั้งหมดในการเข้าใจสารหรือข้อมูลที่ได้จากช่องทางการสื่อสารนั้นๆ
 4. โอกาสในการใช้ช่องทาง (channel availability) คือ โอกาสที่จะใช้ช่องทางเพื่อเข้าถึงผู้รับสารกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง

5.ความสามารถในการเก็บรักษาสารของช่องทาง (channel permanency) คือ ความคงทนของช่องทางสื่อสารในการถ่ายทอดและคงรักษาสารเป็นเวลานาน

6.กำลังการแพร่กระจายของช่องทาง (channel multiplicative power) คือ ศักยภาพของช่องทางในการครอบคลุมพื้นที่ที่ต้องการสื่อสารให้แพร่กระจายขยายออกไปด้วยความเร็วและเวลา

7.การเสริมการทำงานของช่องทางอื่น (channel complementarily) คือ ศักยภาพของช่องทางในการเสริมงานด้านการสื่อสารของช่องทางอื่นๆ (พัชนี เจริญรยา และคณะ, 2538)

4.ผู้รับสาร

หากเรากล่าวถึงการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพแล้ว ผู้รับสารถือได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุด เพราะเป็นผู้ที่อยู่ปลายสุดของกระบวนการการสื่อสาร ปัจจัยของผู้รับสารเหมือนกับปัจจัยของผู้ส่งสาร เพราะบุคคลสามารถเป็นได้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร คือ

4.1 *ทักษะในการสื่อสาร* โดยเฉพาะทักษะการถอดรหัสและความสามารถทางภาษาจะส่งผลต่อความคิดและการตีความเพื่อให้เข้าใจสารที่ถูกส่งมาจากผู้ส่งสาร

4.2 *ทัศนคติ* มีหลายประการ ได้แก่ ทัศนคติต่อตนเอง ทัศนคติต่อหัวข้อการสื่อสาร ทัศนคติต่อผู้ส่งสาร

ทัศนคติต่อตนเอง ถ้าผู้รับสารยังมีความเชื่อมั่นต่อตนเองมากกว่าสามารถเข้าใจสารของผู้ส่งสารได้มาก ก็จะส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพของการส่งสาร

ทัศนคติต่อหัวข้อสื่อ ถ้าผู้รับสารเชื่อว่าหัวข้อในการสื่อสารนั้นมีคุณค่ามาก การสื่อสารนั้นก็ยังมีประสิทธิภาพ

4.3 *ความรู้* คือความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาของสารที่ตนรับ และความรู้เรื่องของกระบวนการสื่อสารเช่นเดียวกับความรู้ผู้ส่งสาร

4.4 *ระบบสังคม* เช่นเดียวกับของผู้ส่งสาร

4.5 *วัฒนธรรม* เช่นเดียวกับของผู้ส่งสาร (Berlo, 1960)

นอกจากองค์ประกอบดังกล่าวแล้ว ยังมีสิ่งที่ต้องคำนึงถึงอีก ได้แก่

ปฏิกิริยาตอบสนอง หรือ Feedback ก็คือสาร แต่เป็นสารที่ผู้รับสารส่งไปให้กับผู้ส่งสารเมื่อได้ตีความหมายของสารที่ตนได้รับ ในเมื่อความหมายของสารมิได้อยู่ที่ตัวสาร แต่อยู่ที่การตีความของผู้รับสาร ผู้ส่งสารจึงจำเป็นที่จะต้องสนใจและให้ความสำคัญกับปฏิกิริยาตอบสนอง เนื่องจากบางครั้งผู้ส่งสารอาจต้องการส่งสารที่ความหมาย X ไปให้ผู้รับสาร แต่ผู้รับสารอาจตีความหมายของสารนั้นเป็น Y ซึ่งไม่ตรงกับที่ผู้ส่งสารต้องการ ถ้าผู้ส่งสารสังเกตปฏิกิริยาตอบสนองว่าไม่เป็นไปในทางที่ตนต้องการ ผู้ส่งสารก็สามารถปรับสารของตนให้ผู้รับสารเข้าใจตรงตามที่ต้องการได้ในที่สุด

ปฏิกิริยาตอบสนองมีทั้งที่เป็นคำพูดและไม่ใช้คำพูด อาจเกิดจากความตั้งใจของผู้สื่อสารหรืออาจเกิดอย่างไม่ได้ตั้งใจ อาจเป็นไปในทางบวกหรืออาจเป็นไปในทางลบ อาจเป็นการแสดงออกโดยตรงหรือโดยอ้อม อาจแสดงออกทันทีหรือแสดงออกในเวลาต่อมา หรืออาจแสดงออกให้เห็นหรือเป็นการเก็บการตอบสนองไว้ในใจ

สภาพแวดล้อมของการสื่อสาร หรือ Communication Environment ซึ่งหมายถึง สิ่งต่างๆ รอบตัวผู้สื่อสาร สถานที่ซึ่งได้แก่ การจัดสถานที่ บรรยากาศ โอกาส เวลา รวมถึง เหตุการณ์ต่างๆ ซึ่งสามารถวิเคราะห์ได้ตั้งแต่ช่วงแคบไปจนถึงวงกว้าง ผู้ส่งสารจะต้องวิเคราะห์ และเลือกสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมเพื่อให้แน่ใจว่า การสื่อสารของตนมีโอกาสจะประสบความสำเร็จมากขึ้น ทั้งยังสามารถเลือกและปรับปรุงให้เหมาะสมได้ เพราะฉะนั้น

สภาพแวดล้อมการสื่อสารที่เหมาะสมจึงขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการด้วยกัน คือ จุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ของการสื่อสารความต้องการและความคาดหวังของผู้รับสาร โอกาส และเหตุการณ์ที่เอื้ออำนวย ต่อการสื่อสารตลอดจนการคาดการณ์ต่อผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นและการควบคุมอย่างถูกต้องทิศทาง

สิ่งรบกวนการสื่อสาร หรือ Noise คือสิ่งจำกัดประสิทธิภาพการถ่ายทอดสารหรือสิ่งที่เป็นอุปสรรคต่อการสื่อสาร ทำให้การสื่อสารไม่บรรลุผลเท่าที่ควร หรือบางครั้งอาจทำให้การสื่อสารไม่สามารถดำเนินการต่อไปได้ อาจเป็นสิ่งรบกวนทางกายภาพซึ่งเกิดภายนอกตัวบุคคล หรือสิ่งรบกวนทางจิตใจซึ่งเกิดขึ้นภายในตัวบุคคล อาจจะเกิดภายในช่องทางการสื่อสารหรือเกิดจากภาษา

สิ่งรบกวนสามารถเกิดได้ในทุกองค์ประกอบของการสื่อสาร ซึ่งรวมถึง สิ่งที่รบกวนที่เกิดในตัวผู้สื่อสารเอง ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร ได้แก่ สิ่งรบกวนที่เกิดจากลักษณะทางสรีระ ลักษณะทางจิตวิทยา หรือเกิดทางสภาพแวดล้อมทางสังคม

ผลของการสื่อสาร หรือ Communication Effect หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นระหว่างและหลังการสื่อสาร ซึ่งมาจากการตีความสารที่ได้รับของผู้รับสาร หรือสิ่งที่แสดงว่าผู้ส่งสารและผู้รับสารมีการรับรู้ความหมายของสารในกระบวนการสื่อสารร่วมกันหรือไม่และมากน้อยเพียงใด

ผลของการสื่อสารมีความหมายอย่างน้อย 3 อย่างด้วยกัน คือ

1. หลังการสื่อสาร เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างหนึ่งอย่างใดในกระบวนการสื่อสารหรือไม่อย่างไร

2. อันเนื่องมาจากการสื่อสารนั้น ผู้ส่งสารสามารถสร้างอิทธิพลบางอย่างเหนือตัวผู้รับสารได้หรือไม่อย่างไร

3. การสื่อสารประสบความสำเร็จตามที่ผู้ส่งสารมุ่งหวังไว้หรือไม่ อย่างไร

การสื่อสารหนึ่งๆ ประสบความสำเร็จได้ต่อเมื่อ การตีความหมายสารที่ได้รับของผู้รับสารสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของผู้ส่งสารหรืออีกนัยหนึ่ง คือ จุดมุ่งหมายของผู้ส่งสารสามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้รับสาร (ความหมายที่ผู้ส่งสารตั้งใจส่งไป)

ผลการสื่อสารจึงอาจเป็นทั้งความนึกคิดหรือปัญญา ด้านอารมณ์และความรู้สึก และด้านพฤติกรรมหรือการกระทำ อาจเกิดขึ้นโดยเจตนาและไม่ได้เจตนา อาจปรากฏให้เห็นชัดหรือแฝงซ่อนเร้นไว้

นอกจากนั้น องค์ประกอบของการสื่อสารในกระบวนการสื่อสารมีส่วนเกี่ยวข้องกับผลการสื่อสารด้วยทั้งสิ้น (พัชณี เขจรรรยา และคณะ, 2538)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ

ปรมะ สตะเวทิน (2530 : 65) ให้ความหมายว่า “ การสื่อสารคือ กระบวนการของการถ่ายทอดสารจากบุคคลฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเรียกว่าผู้ส่งสารไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่าผู้รับสาร โดยผ่านสื่อ”

การสื่อสารประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 4 องค์ประกอบ คือ ผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสาร (ปรมะ สตะเวทิน, 2530 : 66)

ผู้ส่งสาร คือ บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ต้องการจะทำการสื่อสาร ความคิด ความรู้สึก ความต้องการข่าวสาร และวัตถุประสงค์ของตน ดังนั้น ผู้ส่งสารจึงอาจเป็นคนเดียว คนหลายคน เช่น กลุ่มนักเรียน กลุ่มผู้ถูกเวนคืนที่ดิน หรืออาจเป็นสถาบัน เช่น พรรคการเมือง บริษัท รัฐบาล หน่วยงานราชการก็ได้

สาร คือ ผลผลิตของผู้ส่งสารที่ถ่ายทอดความคิด ความรู้สึก ความต้องการข่าวสาร และวัตถุประสงค์ของตนที่ปรากฏออกมาในรูปของรหัส เช่น เมื่อเราพูด สารก็คือถ้อยคำที่เราพูด เมื่อเราเขียน สารก็คือตัวหนังสือที่เราเขียนเป็นคำเป็นประโยค เมื่อเราแสดงกิริยาท่าทาง สารก็ปรากฏอยู่ในกิริยาท่าทางที่เราแสดงออกมา เมื่อเราอ่านหนังสือพิมพ์ สารก็คือ ข่าว ข้อความ และภาพที่ปรากฏในหน้าหนังสือพิมพ์

สื่อ คือ สิ่งที่น่าหรือถ่ายทอดสารของผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสาร เช่น เมื่อเราพูด สื่อก็คือคลื่นเสียงในอากาศ เมื่อเราอ่านหนังสือพิมพ์ คลื่นแสงในอากาศและกระดาษหนังสือพิมพ์เป็นสื่อ เมื่อเราดูวิทยุโทรทัศน์ สื่อก็คือ คลื่นแสง คลื่นเสียง และจอวิทยุโทรทัศน์

ผู้รับสาร บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่รับสารของผู้ส่งสาร ดังนั้น ผู้รับสารจึงอาจเป็นคนเดียว คนหลายคน เช่น กลุ่มผู้ฟังการอภิปราย มวลชน หรืออาจเป็นสถาบัน เช่น บริษัท องค์กร พรรคการเมือง เป็นต้น

สื่อมวลชน (Mass Media)

ปรมะ สตะเวทิน (2539 : 7) ได้สรุปความหมายของการสื่อสารมวลชน (Mass Communication) จากความเห็นของนักวิชาการหลายคนไว้ว่า “การสื่อสารมวลชนเป็นกระบวนการของการสื่อสารไปยังคนจำนวนมากในเวลาเดียวกันหรือในเวลาใกล้เคียงกัน โดยอาศัยสื่อมวลชนเป็นสื่อ”

สื่อมวลชน (Mass Media) หมายถึง สื่อที่สามารถนำสารจากผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสารที่ประกอบด้วยคนจำนวนมาก ได้อย่างรวดเร็วภายในเวลาที่ใกล้เคียงกันหรือในเวลาเดียวกัน โดยทั่วไปแล้วสื่อที่เรียกว่า สื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ นิตยสาร และภาพยนตร์ (ปรมะ สตะเวทิน, 2540 : 134-135)

โรเจอร์ และชูเมคเกอร์ (Rogers and Shoemaker, 1971 : 145) ได้กล่าวถึง สื่อมวลชนว่า หมายถึง สื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้รับที่มีจำนวนมาก ได้อย่างรวดเร็ว เป็นการเพิ่มพูนความรู้แพร่กระจายข่าวสาร รวมทั้งเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ไม่ฝังรากลึกได้

คุณลักษณะของสื่อมวลชน

เสถียร เขยประทับ (ม.ป.ป.:18) ได้กล่าวว่า ช่องสารที่เป็นสื่อมวลชนสามารถปฏิบัติภารกิจต่างๆ ต่อไปนี้ได้ดี คือ

- 1.สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากๆได้ในเวลาอันรวดเร็ว
- 2.สามารถให้ความรู้และข่าวสารได้ดี
- 3.สามารถนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ไม่ฝังรากลึก (Weakly Held Attitudes)

หน้าที่ของสื่อมวลชน

แฮโรลด์ ดี ลาสเวลล์ (Harold D. Laswell , 1948: 37-51) ได้กล่าวถึงหน้าที่สำคัญ 3 ประการของสื่อมวลชน คือ

1.สอดส่องระวังระไวเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม (Surveillance of the Environment) หมายถึง การแสวงหาและเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสิ่งแวดล้อม ทั้งเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นภายในและภายนอกสังคมหนึ่งๆ หน้าที่ในด้านนี้ก็คือ การรายงานข่าว หรือการแจ้งข่าวสาร

2.ประสานส่วนต่างๆ ในสังคมเพื่อแสดงปฏิกิริยาตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อม (Correlation of the Parts of Society in Responding to the Environment) หมายถึง การที่สื่อมวลชนแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งที่เกิดเป็นข่าว ทำการวิเคราะห์และเสนอแนะว่าควรทำอย่างไรกับสิ่งนั้นๆ หน้าที่ด้านนี้ก็คือ การแสดงความคิดเห็นหรือการชักจูงใจ

3. ถ่ายทอดมรดกทางสังคมจากคนรุ่นหนึ่งไปยังคนรุ่นหลังๆ (Transmission of the Social Heritage from One Generation to the Next) หมายถึง การเผยแพร่ความรู้ ค่านิยม และบรรทัดฐานของสังคมแก่สมาชิกรุ่นใหม่ของสังคม เพื่อให้วิทยาการและวัฒนธรรมของสังคมคงอยู่ต่อไป หน้าที่ด้านนี้ คือ การให้การศึกษา

ต่อมา ชาร์ล อาร์ ไรท์ (Charles R. Wright, 1959 : 16) ได้เพิ่มเติมหน้าที่ ประการที่ 4 ของสื่อมวลชน คือ

4. หน้าที่ในการให้ความบันเทิง (Entertainment) หมายถึง การเผยแพร่การแสดงดนตรีและศิลปะเพื่อสร้างความจรรโลงใจแก่ประชาชน

อิทธิพลของสื่อมวลชน

ประมะ สตะเวทิน (2539: 180-183) ได้สรุปแนวความคิดและผลการวิจัยของนักวิชาการหลายคน อาทิ โจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Joseph, T.Klapper) แองกัส แคมพ์เบลล์, ฟิลิป อี คอนเวอร์ส, วอเรน อี มิลเลอร์ และ โดแนลด์ อี สโตรคส์ (Angus Cambell, Philip E. Converse, Warren E. Miller and Donald E. Strokes) วิลเบอร์ ชรามม์ แจ็ค ลายล์ และ เอ็ดวิน บี พาร์เกอร์ (Wilbur Schramm, Jack Lyle and Edwin B. Parker) เกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชน ไว้ดังนี้

1. อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชนนั้น ไม่ใช่อิทธิพลโดยตรงแต่เป็นอิทธิพลโดยอ้อม เพราะมีปัจจัยต่างๆ ที่กั้นอิทธิพลของสื่อมวลชน ปัจจัยดังกล่าว ได้แก่

1.1 ความมีใจโน้มเอียงของผู้รับสาร (Predispositions) ประชาชนจะมีความคิดเห็น ค่านิยม และมีความโน้มเอียง ที่จะประพฤติปฏิบัติ อย่างใดอย่างหนึ่งอยู่ก่อน ซึ่งได้รับอิทธิพลจากการคบหาสมาคมกับคนอื่น และสถาบันสังคมที่ตนเป็นสมาชิก เมื่อบุคคลนั้นสัมผัสกับสื่อมวลชน ก็จะนำเอาทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมเหล่านี้ติดตามตัวมาด้วย

1.2 การเลือกผู้รับสาร (Selective Processes) ประชาชนจะเลือกรับสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความสนใจของตน และจะหลีกเลี่ยงไม่ยอมรับสารที่ไม่สอดคล้องหรือที่ขัดแย้งกับความคิดเห็น และความสนใจของตน ประชาชนจะพยายามตีความสารตามความเชื่อและค่านิยมที่ตนมีอยู่เดิม และจะเลือกจดจำเฉพาะสิ่งที่สนับสนุนความคิดและความเชื่อของตน

1.3 อิทธิพลของบุคคล (Personal Influence) ข่าวสารจากสื่อมวลชน อาจไม่ได้ไปถึงประชาชนทั่วไปในทันทีแต่จะผ่านสื่อบุคคล หรือผู้นำความคิดเห็น ก่อนจะไปถึงประชาชน ผู้นำความคิดเห็น มักสอดแทรกความรู้สึกนึกคิดของตนเข้าไปด้วย ผู้นำความคิดเห็นมักจะเป็นบุคคลที่ได้รับความเชื่อถือ เลื่อมใส และไว้วางใจจากประชาชนทั่วไป จึงเป็นผู้มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นและการตัดสินใจของประชาชน

1.4 ลักษณะของธุรกิจด้านสื่อมวลชน (Economic Aspects) การดำเนินธุรกิจด้านสื่อมวลชนในสังคมเสรีนิยม ซึ่งมีระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนั้น สื่อมวลชนสามารถแข่งขันกันได้อย่างเสรี ต่างฝ่ายต่างเสนอความคิดเห็นและค่านิยมที่แตกต่างกันออกไป และประชาชนก็มีเสรีภาพในการที่จะเลือกเชื่อถือความคิดเห็นในความคิดเห็นหนึ่ง และตัดสินใจว่าจะเชื่อสื่อมวลชนไหนดี

2. อิทธิพลที่สื่อมวลชนมีต่อประชาชน เป็นเพียงผู้สนับสนุน (An Agent of Reinforcement) เท่านั้น คือ สื่อมวลชนจะสนับสนุนทัศนคติ ทัศนคติ ความมีใจโน้มเอียง ตลอดจนแนวโน้มด้านพฤติกรรมของประชาชนให้มีความเข้มแข็ง และพร้อมที่จะแสดงให้ปรากฏออกมาเมื่อมีแรงจูงใจเพียงพอ หรือเมื่อมีโอกาสเหมาะสม

3. สื่อมวลชนอาจทำหน้าที่เป็นผู้เปลี่ยนแปลงประชาชนได้เช่นกัน (An Agent of Change) แต่จะเกิดขึ้นต่อเมื่อบุคคลมีความโน้มเอียงที่จะเปลี่ยนแปลงอยู่ก่อนแล้ว จากสื่อมวลชนสามารถเสนอสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการของเขา เขาก็จะเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมได้ สื่อมวลชนจึงทำหน้าที่เป็นเพียงผู้เสนอหนทางในการเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมเท่านั้น

4. สื่อมวลชนสามารถสร้างทัศนคติและค่านิยมใหม่ให้เกิดแก่ประชาชนได้ ในกรณีนี้บุคคลนั้นๆ ไม่เคยมีความรู้หรือประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้นมาก่อน ทัศนคติและค่านิยมใหม่นี้จะเกิดขึ้นได้ ก็ต่อเมื่อบุคคลผู้นั้นรับสารที่เสนอเรื่องราวในแนวเดียวกันบ่อยๆ เป็นอิทธิพลในลักษณะสะสม (Cumulative Impact) มิใช่อิทธิพลที่ก่อให้เกิดผลได้ทันทีทันใด หรือในระยะเวลานานสั้น

การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication)

การสื่อสารระหว่างบุคคล คือ การสื่อสารที่ประกอบด้วยบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปมาทำการสื่อสารกันในลักษณะตัวต่อตัว (person-to-person) กล่าวคือทั้งฝ่ายผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถติดต่อแลกเปลี่ยนสารกันได้โดยตรง (direct) ในขณะที่คนหนึ่งจะทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร คนอื่นๆ จะทำหน้าที่เป็นผู้รับสาร การสื่อสารระหว่างบุคคลจึงเกิดขึ้นได้ทั้งในกรณีของคนสองคนและในกรณีของกลุ่มย่อย (Small Group) ซึ่งมีคนมากกว่าสองคนขึ้นไปมารวมตัวกันในลักษณะที่สามารถแลกเปลี่ยนสารกันได้โดยตรง (ปรมา สตะเวทิน, 2539: 35)

อรวรรณ ปิลันธน์โอวาท (2537: 187) ได้กล่าวถึงการสื่อสารระหว่างบุคคลว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลบ่งเป็นนัยว่า ผู้ที่ทำการสื่อสารเป็นบุคคล (human) และมีปฏิริยาโต้ตอบกันอย่างฉับพลันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร

เสถียร เชยประทับ (2525: 1) ได้กล่าวถึงช่องสารที่เป็นสื่อระหว่างบุคคลไว้ว่า คือ ช่องสารที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบตัวต่อตัว ระหว่างบุคคลสองคนหรือมากกว่าสองคน

ขึ้นไป ช่องสารแบบนี้มีประสิทธิภาพมากกว่าช่องสารที่เป็นสื่อมวลชนในการจูงใจผู้รับสารที่มีความเฉยเมย หรือมีปฏิกิริยาต่อต้านสารของผู้ส่งสาร

ประสิทธิภาพของสื่อบุคคล

โรเจอร์ และชูเมคเกอร์ (Rogers with Shoemaker, 1971 : 252-253) ได้กล่าวถึงประสิทธิภาพของสื่อบุคคลไว้ดังนี้

1.สามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบบุคคลวิถึ ถ้าผู้รับสารไม่เข้าใจสารสามารถไต่ถามหรือขอข่าวสารเพิ่มเติมจากแหล่งสารได้ในเวลาอันรวดเร็ว ส่วนผู้ส่งสารก็สามารถปรับปรุงแก้ไขสารที่ส่งออกไปให้เข้ากับความต้องการและความเข้าใจของผู้รับสารได้ในเวลาอันรวดเร็วเช่นเดียวกัน การที่ช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคลมีระดับของปฏิกิริยาตอบสนอง (feedback) สูงทำให้สามารถลดอุปสรรคของการสื่อสารที่เกิดจากการเลือกรับสาร เลือกแปลหรือเลือกจำสารได้ เนื่องจากสภาพการณ์ที่เห็นหน้ากันบีบบังคับให้ต้องรับสารนั้นไม่ว่าผู้รับสารจะมีความรู้สึก หรือทัศนคติต่อผู้ส่งสารหรือสารอย่างใดก็ตาม

2.สามารถจูงใจบุคคลให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังรากลึกได้

โรเจอร์ (Rogers, 1978: 291) ได้กล่าวเปรียบเทียบประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลไว้ว่า จากผลการวิจัยต่างๆ พบว่าสื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนแปลงการรับรู้ซึ่งหมายถึง การเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่การสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นมีประสิทธิภาพมากกว่า เมื่อวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารอยู่ที่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เพราะข่าวสารที่ถ่ายทอดออกจากสื่อมวลชนอย่างเดียวไม่สามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังแน่นหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ เบตทิงฮอส (Bettinghaus, 1968:180) ที่ว่า สื่อมวลชนเป็นเพียงตัวเสริมความเชื่อ และทัศนคติที่มีอยู่เดิมให้ฝังแน่นมากกว่าจะเปลี่ยนแปลงทัศนคติอย่างสิ้นเชิง แต่อาจเปลี่ยนแปลงการรับรู้ได้บ้างในขอบเขตจำกัดของประสบการณ์ ฉะนั้น สื่อมวลชนจึงเป็นเพียงแหล่งความคิด และเป็นผู้วางแนวทางในการเปลี่ยนแปลงเท่านั้น กิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้นระหว่างมนุษย์นั้นเป็นผลจากการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเห็นหน้าเห็นตากันทั้งสิ้น

สื่อแต่ละประเภทมีคุณสมบัติความสามารถแตกต่างกัน โรเจอร์ส และ สเวนนิ่ง (Rogers with Svenning, อ้างถึงใน ประมะ สตะเวทิน, 2539: 162) ได้เปรียบเทียบคุณสมบัติในการสื่อสารระหว่างบุคคลกับสื่อมวลชนเอาไว้ ดังต่อไปนี้

คุณสมบัติในการสื่อสาร	สื่อบุคคล	สื่อมวลชน
ลักษณะของการสื่อสาร	เป็นการสื่อสารแบบสองทาง	เป็นการสื่อสารแบบทางเดียว
ความเร็วในการส่งสารไปยังคนจำนวนมาก	ทำได้ช้า	เป็นไปได้รวดเร็ว
ความถูกต้องของสารเมื่อส่งไปยังคนจำนวนมาก	มีความถูกต้องน้อย	มีความถูกต้องมาก
ความสามารถในการเลือกผู้รับสารเป้าหมาย	ทำได้ง่าย	ทำได้ยาก
ความสามารถที่จะจัดการเลือกรับข่าวสารของประชาชน	ทำได้ง่าย	ทำได้ยาก
อิทธิพลต่อผู้รับสาร	เปลี่ยนทัศนคติของผู้รับสาร	ให้ความรู้แก่ผู้รับสาร

สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media)

นอกจากสื่อทั้งสองประเภทที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว ยังมีสื่ออีกชนิดหนึ่งที่ผู้ส่งสารใช้ในการถ่ายทอดข่าวสารข้อมูลไปยังมวลชน บุคคล หรือกลุ่มบุคคล สื่อดังกล่าวนี้ถูกสร้างขึ้นเพื่อให้เกิดต่อกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ เรียกว่า สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media)

สมควร กวียะ (2530 อ้างถึงใน อรรถรรณ ปิณฑน์โอวาท, 2537: 196) ได้ให้คำจำกัดความของสื่อเฉพาะกิจไว้ว่า คือ สื่อที่สร้างขึ้น หรือซื้อ หรือเช่าโดยองค์กรใดองค์กรหนึ่งเพื่อใช้ในการสื่อสารหรือประชาสัมพันธ์ขององค์กรนั้นโดยเฉพาะ สื่อเฉพาะกิจจัดว่าเป็นแขนงหนึ่งของสื่อมวลชน แต่ได้พัฒนาเนื้อหาขึ้นมาเพื่อให้ประโยชน์เป็นเรื่องราวไป ฉะนั้นสื่อเฉพาะกิจโดยทั่วไปมีกลุ่มประชาชนที่เป็นเป้าหมายที่แน่นอน มีการส่งเนื้อหาต่างๆ อันจะเป็นประโยชน์เฉพาะแก่กลุ่มประชาชนกลุ่มนั้นๆ การผลิตไม่ยุ่งยากการนำเสนอเนื้อหาเป็นไปได้ไปอย่างง่าย

ประสิทธิภาพของสื่อเฉพาะกิจ

อาดัมส์ (Adams, 1971 อ้างถึงใน นิรันดร์ ทองหอม, 2540: 35) ได้กล่าวถึงความสำคัญของสื่อเฉพาะกิจไว้ดังนี้ คือ สื่อเฉพาะกิจจัดว่ามีความสำคัญต่อการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูล เพราะสื่อเฉพาะกิจเป็นสื่อที่จัดทำขึ้น เพื่อสนับสนุนกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ การใช้สื่อเฉพาะกิจเป็นการให้ความรู้และข่าวสารที่เป็นเรื่องราวเฉพาะอย่าง โดยมีกลุ่มเป้าหมาย (target audience) ที่กำหนดไว้แน่นอน ตัวอย่างสื่อเฉพาะกิจได้แก่ การจัดพิมพ์เอกสาร จุลสาร แผ่นพับ หรือแผ่นปลิวออกเผยแพร่ ซึ่งอาจจะจัดส่งไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยทางไปรษณีย์ (direct mail)

นอกจากนี้การปิดโปสเตอร์ตามชุมชนต่างๆ การจัดนิทรรศการ การสาธิต (demonstration) ก็เป็น การใช้สื่อเฉพาะกิจที่มีประสิทธิภาพในการรณรงค์เผยแพร่ประดิษฐ์กรรมแปลกๆ และทันสมัยใน สังคมนั้นๆ

จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าสื่อแต่ละประเภทมี จุดเด่นและจุดด้อยต่างกัน ดังนั้นการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้าน มและ การดูแลรักษาผ่านสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้รับสาร เป้าหมาย คือผู้ป่วยมะเร็งเต้านมได้นั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องศึกษาพฤติกรรม การเปิดรับข่าวสาร ของผู้รับสาร ว่ามีความสัมพันธ์กับความเครียดหรือไม่

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม การเปิดรับสารของผู้รับสาร

ข่าวสารเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับกิจกรรมต่างๆ ในชีวิตของมนุษย์ มนุษย์เป็นสัตว์ สังคมที่ต้องการอาศัยการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ข่าวสารจะเป็นปัจจัย สำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อมนุษย์เกิดความไม่แน่ใจในเรื่อง ใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใด ความต้องการข่าวสารก็จะยิ่งเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น

โดยทั่วไปผู้รับสารไม่สามารถรับข่าวสารที่ผู้ส่งสารถ่ายทอดมาไว้ได้ทั้งหมด ซึ่งเป็นผล สืบเนื่องมาจากปัจจัยต่างๆ เช่น กระบวนการเลือกสรรของมนุษย์ (selective process) ปัจจัยทาง จิตวิทยาและสังคม เป็นต้น

1. กระบวนการเลือกสรรของมนุษย์

ผู้รับสารเปิดรับข่าวสารโดยผ่านกระบวนการในการเลือกรับสาร (selective process) ตามขั้นตอนดังนี้

1.1 การเลือกรับหรือการเลือกใช้ (selective exposure) หมายถึง บุคคลมีแนวโน้มที่จะ เลือกเปิดรับสารหรือเลือกใช้สารจากแหล่งที่เสนอความคิดที่สอดคล้องกับความคิดและทัศนคติ ของตน ทั้งนี้เพราะคนเรามีความต้องการที่จะปกป้อง รักษา และส่งเสริมความเป็นตัวเองของตน (Michael Burgoon อ้างถึงใน ประมะ สตะเวทิน, 2539;122)

1.2 การเลือกให้ความสนใจ (selective attention) หมายถึง การที่บุคคลเลือกสาร โดยอาศัยความสนใจที่เรามีต่อสาร และสารนั้นก็สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิมของเรา

1.3 การเลือกรับรู้และการเลือกตีความหมาย (Selective perception and interpretation) หมายถึง บุคคลมีแนวโน้มที่จะเลือกรับรู้ และเลือกตีความหมายของสารที่เราได้รับ ตาม ประสบการณ์ของเรา ก่อให้เกิดการรับรู้ และตีความแตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะคนเรามี ประสบการณ์ต่างกัน

1.4 การเลือกจดจำ (Selective Retention) หมายถึง การที่บุคคลเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารที่สอดคล้องกับหรือสนับสนุนความคิดของเราไว้เป็นประสบการณ์ เพื่อนำไปใช้ในโอกาสต่อไป

2. ปัจจัยทางจิตวิทยาและสังคม

ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (individual differences theory) ทฤษฎีกลุ่มสังคม (social categories theory) และทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม (the social relation theory) เป็นทฤษฎีของเดอ เฟลอร์ (De Fluor, 1966) ที่ว่าด้วยปัจจัยทางจิตวิทยาและสังคมที่มีอิทธิพลต่อการรับข่าวสาร ทำให้เกิดผลไม่เป็นไปตามเจตคติของผู้ส่งสาร

2.1 ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างระหว่างบุคคล (individual differences theory) เป็นทฤษฎีที่ชี้ให้เห็นว่าผู้รับสารแต่ละคนนั้นมีความแตกต่างกันในทางจิตวิทยา เช่น ทศนคติ ค่านิยม และความเชื่อ ทำให้สนใจเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน โดยมีหลักการดังนี้

2.1.1 มนุษย์มีความแตกต่างกันมากในองค์ประกอบทางจิตวิทยาส่วนบุคคล

2.1.2 ความแตกต่างนี้มีบางส่วนมาจากลักษณะแตกต่างทางร่างกาย แต่ส่วนใหญ่แล้วเกิดจากการเรียนรู้

2.1.3 มนุษย์ถูกขูขบเลี้ยงภายใต้สภาพแวดล้อมต่างกันจะเปิดรับความคิดเห็นต่างกัน

2.1.4 การเรียนรู้สิ่งแวดล้อมทำให้ทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อที่รวมเป็นลักษณะทางจิตวิทยาส่วนบุคคล

2.2 ทฤษฎีกลุ่มสังคม (social categories theory) กล่าวว่าบุคคลที่มีลักษณะทางสังคมคล้ายกัน เช่น รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ ชาติพันธุ์ ศาสนา อายุ เพศ ภูมิภานา ฯลฯ จะแสดงพฤติกรรมการสื่อสารคล้ายกัน พฤติกรรมการสื่อสารนี้ได้แก่ การเปิดรับสาร ความพอใจในสื่อ และอุปนิสัยการใช้สื่อร่วมกัน

2.3 ทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม (the social relation theory) เป็นทฤษฎีที่กล่าวถึงความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างผู้รับสารกับบุคคลอื่นในสังคม ในลักษณะของกลุ่มปฐมภูมิ หรือกลุ่มทุติยภูมิ ความสัมพันธ์ในกลุ่มปฐมภูมิเป็นความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดในหมู่ญาติ พี่น้อง และเพื่อน จะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารมากกว่าความสัมพันธ์ในกลุ่มทุติยภูมิที่มีความใกล้ชิดน้อยกว่า ข่าวสารต่างๆที่ได้รับจากสื่อมวลชนมักจะถูกรับรู้หรือตีความ โดยมีอิทธิพลของกลุ่มหรือบุคคลในกลุ่ม เช่น การที่ปัจเจกบุคคลจะเชื่อข่าวสารจากโฆษณาหรือไม่ นั่นมักจะได้รับอิทธิพลจากการปรึกษาหารือ หรือไต่ถามเพื่อนฝูง หรือผู้ใกล้ชิด

ประมะ สตะเวทิน (2539 : 90-91) ได้กล่าวถึงอิทธิพลของสังคมในระดับกลุ่มปฐมภูมิที่มีต่อทัศนคติ ค่านิยม ตลอดจนพฤติกรรมของบุคคลไว้ว่า

กลุ่มปฐมภูมิ (Primary Groups) เป็นกลุ่มซึ่งเกิดจากการรวมตัวของคนที่มีความใกล้ชิดและคุ้นเคยกัน มีขนาดของสมาชิกไม่มากนัก โดยปกติไม่เกิน 12 คน ตัวอย่างของกลุ่มปฐมภูมิได้แก่ ครอบครัว เพื่อนบ้าน เพื่อนสนิทในที่ทำงานหรือโรงเรียน เป็นต้น ความสัมพันธ์ของบุคคลกับกลุ่มปฐมภูมิต่างๆ รวมทั้งพฤติกรรมในการสื่อสารของบุคคล ด้วยสาเหตุที่เป็นเช่นนี้ก็เพราะการมีความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องระหว่างสมาชิกของกลุ่ม ทำให้สมาชิกของกลุ่มมีประสบการณ์ร่วมกันจากการติดต่อสัมพันธ์กันเป็นประจำ จากการติดต่อสัมพันธ์กันเป็นประจำทำให้คนเรียนรู้ความคิดพื้นฐาน (Basic Ideas) และความเชื่อ (Beliefs) ประสบการณ์และค่านิยม (Values) เหล่านี้ กำหนดการรับรู้ของคน (what he perceives and how he perceives it)

นอกจากพฤติกรรมและการเลือกเปิดรับข่าวสารดังกล่าวแล้ว ยังมีองค์ประกอบอื่นๆ ดังที่วิลเบอร์ แรมม์ (Wilbur Schramm, 1973) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบที่มีบทบาทสำคัญต่อการเลือกสรรขอมมนุษย์ ได้แก่

1. ประสบการณ์ เนื่องจากผู้รับสารย่อมมีประสบการณ์เกี่ยวกับข่าวสาร วัตถุ สิ่งของแตกต่างกันไป ประสบการณ์จึงเป็นตัวแปรที่ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารที่เคยเห็นแตกต่างกัน

2. การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสาร เนื่องจากผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารที่ต้องการเพื่อสนองจุดประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสารจึงช่วยให้ผู้รับสารได้เรียนรู้ว่า ข่าวสารอย่างหนึ่งมีประโยชน์แตกต่างจากข่าวอีกอย่างหนึ่งด้วย จึงก่อให้เกิดพัฒนาการและปรับปรุงอุปนิสัยและรูปแบบการแสวงหาข่าวสาร

3. ภูมิหลังที่แตกต่างกัน เนื่องจากธรรมชาติของมนุษย์ที่มักจะสนใจสิ่งที่ตนไม่เคยพบเห็นมาก่อน รวมทั้งสนใจในความแตกต่างหรือการเปลี่ยนแปลงจากสภาพที่เป็นอยู่ขณะนั้น ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงทางวัตถุ สิ่งของหรือเรื่องราวต่างๆ

4. การศึกษาและสถานภาพทางสังคม นับเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่ก่อให้เกิดประสบการณ์ขึ้นในตัวบุคคลและเป็นตัวชี้พฤติกรรมการสื่อสารของผู้คน ทั้งพฤติกรรมในการเลือกรับสื่อและเลือกเนื้อหาของข่าวสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การศึกษามีส่วนช่วยให้บุคคลมีความสามารถในการอ่านและกระหายที่จะเพิ่มพูนด้วยการแสวงหาความรู้ให้กว้างขวางขึ้น

5. ความสามารถในการรับสาร ซึ่งเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจ ที่ทำให้พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของบุคคลแตกต่างกัน โดยสภาพร่างกายในที่นี้หมายถึง สภาพร่างกายที่สมบูรณ์ ผู้รับสารที่มีอวัยวะของร่างกายครบถ้วน ประสาทสัมผัสทุกอย่างทำงานได้ปกติ ย่อมอยู่ในสภาพที่จะรับข่าวสารได้ดีกว่าผู้ที่บกพร่องทางร่างกายและประสาทสัมผัส นอกจากนั้น สภาพร่างกายยังมี

ส่วนสัมพันธ์กับสติปัญญาของคนอีกด้วย การเปลี่ยนแปลงอายุที่สูงขึ้น ระยะเวลาที่ได้รับการศึกษารวมทั้งการเจริญเติบโตทางความคิดย่อมมีความสัมพันธ์ทั้งทางบวกและลบต่อการโน้มน้าวใจ

6.บุคลิกภาพ ของผู้รับสารแต่ละคนเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสาร ซึ่งมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจและพฤติกรรมของผู้รับสารอีกต่อหนึ่ง ทำนองเดียวกับองค์ประกอบในเรื่องความสามารถของบุคคล มีหลักฐานทางการวิจัยที่แสดงว่าความนับถือตนเอง (Self Esteem) และความวิตกกังวล (Anxiety) ของบุคคลล้วนเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับอิทธิพลทางสังคม กล่าวคือ ผู้ที่มีความวิตกกังวลหรือตื่นเต้นมักได้รับอิทธิพลทางสังคมง่าย และมีความโน้มเอียงที่จะไม่เข้าไปเกี่ยวข้องกับค้นหาเพื่อที่ว่าจะได้หลีกเลี่ยงอิทธิพลทางสังคมนั่นเอง

7.อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสารแต่ละคนเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายของสารหรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายในข่าวสารของผู้รับ ถ้าผู้รับสารมีอารมณ์ปกติ มีความพร้อม มุ่งมั่นและมีสมาธิต่อข่าวนั้น สัมฤทธิ์ผลของการสื่อสารจะมีมากกว่าผู้รับที่ไม่มีอารมณ์กับข่าวสารนั้น

8.ทัศนคติ เป็นตัวแปรที่มีอยู่ระหว่างการรับและการตอบสนองต่อข่าวสารหรือสิ่งเร้าต่างๆ ด้วยการแสดงออกทางพฤติกรรมของผู้รับที่มีต่อข่าวสารแต่ละประเภทที่พบ กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ เป็นคุณสมบัติหรือท่าทีที่ผู้รับสารแต่ละคนมีอยู่ก่อนที่จะรับข่าวสารอย่างใดอย่างหนึ่งโดยปกติทัศนคติของผู้รับสารเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ เมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงไป การส่งข่าวสารหรือการโน้มน้าวใจของผู้ส่งสารจะแตกต่างกันไป ในทำนองเดียวกันกับการตอบสนองของผู้รับจะเปลี่ยนแปลงตามสิ่งเร้าหรือข่าวสารที่เปลี่ยนแปลงไปด้วย

พฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารของผู้รับสารแต่ละคน เป็นแรงผลักดันให้บุคคลหนึ่งบุคคลใดเลือกรับสื่อซึ่งเมอร์ริลล์ และโรเวนสไตน์ (John C. Merrill and Ralph L. Lowenstein, 1971 : 134-135) ได้สรุปไว้ว่า มีปัจจัยหลายประการที่เป็นแรงผลักดันให้บุคคลหนึ่งบุคคลใดได้มี การใช้สื่อดังนี้

1.ความเหงา ด้วยเหตุผลที่ว่าโดยปกติบุคคลไม่ชอบที่จะอยู่ตามลำพัง เพราะจะเกิดความรู้สึกสับสน วิตกกังวล หวาดกลัว และการเมินเฉยจากสังคม บุคคลจะมีการรวมกลุ่มกันอยู่เพื่อสังสรรค์กับผู้อื่นเท่าที่โอกาสจะเอื้ออำนวยให้ แต่ถ้าไม่สามารถจะติดต่อสังสรรค์กับบุคคลได้โดยตรง บุคคลก็จะอยู่กับสื่อต่างๆ ที่ใช้ในการสื่อสารและแท้จริงแล้วคนบางคนพอใจที่จะอยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าสื่อบุคคลด้วย เพราะสื่อมวลชนเป็นเพื่อนแก้เหงาได้ดี ไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนา หรือทางสังคมแก่ผู้รับสาร

2.ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่างๆ เป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์และเมื่อเป็นเช่นนั้น สื่อมวลชนจึงถือเอาความอยากรู้อยากเห็นเป็นหลักสำคัญอย่างหนึ่งในการเสนอข่าวสาร ซึ่งปกติมนุษย์

อยากรู้ อยากเห็น โดยเริ่มจากสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวเองที่สุด ไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวเองมากที่สุดตามลำดับ ทั้งนี้มีใช้เป็นเพราะว่าสิ่งเหล่านั้นจะมีผลกระทบต่อตนเองทั้งทางตรงและอ้อมเท่านั้น แต่เป็นความอยากรู้ อยากเห็นในสิ่งที่เกิดขึ้นในแง่ต่างๆ เช่น สาเหตุของเหตุการณ์ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์นั้น รวมทั้งผลกระทบซึ่งอาจจะเกิดขึ้นกับตนเองหรือผู้อื่นด้วย

3.ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง (Self – aggrandizement) เพราะมนุษย์ต้องการแสวงหา และใช้ข่าวสารเพื่อเป็นประโยชน์แก่ตนเอง ทั้งเพื่อนเสริมสร้างบารมีของตนเอง เพื่อให้ได้รับความสะดวกสบาย หรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิง ซึ่งข่าวสารเหล่านี้ไม่ว่าจะเป็นประโยชน์ทางด้านไหน ก็ล้วนแล้วแต่จะสามารถหาได้จากสื่อมวลชน วิลเบอร์ แชรรมม์ (Wilbur Schramm , 1954 : 3-26) ได้ให้หลักทั่วไปอันเป็นเหตุผลการเลือกว่าคนย่อมจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least Effort) และได้รับประโยชน์ตอบแทนดีที่สุด (Promise of Reward) โดยผู้รับสารมักจะแสวงหาข่าวสารที่มาสสนับสนุนความคิดเห็นที่มีอยู่ก่อน (Preconceptions) แล้ว รวมทั้งอคติของตนเองอย่างไม่รู้ตัวเสมอ ดังนั้น ผู้รับข่าวสารจึงแสวงหาข่าวสารที่สอดคล้องกับท่าทีทางจิตใจที่มีอยู่ก่อนหน้านั้นแล้ว (Predispositions) ข่าวสารที่แสวงหาจึงจะไม่เป็นข่าวสารที่ขัดแย้งกับความเชื่อของตนเอง

4.ลักษณะเฉพาะของสื่อมวลชนโดยทั่วไป กล่าวคือ นอกจากองค์ประกอบเกี่ยวกับ อายุ เพศ การศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม หรือองค์ประกอบอื่นที่ไม่สามารถเห็นเด่นชัด เช่น ทักษะคติ ความคาดหวัง ความกลัว เป็นต้น ของผู้รับสาร จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้สื่อแล้ว สื่อมวลชนแต่ละอย่างก็มีลักษณะเฉพาะที่ผู้รับข่าวสารแต่ละคนแสวงหาและได้ประโยชน์ไม่เหมือนกัน ทั้งนี้เพราะว่าผู้รับข่าวสารแต่ละคนย่อมจะหันเข้าหาลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการและทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ

แม็คคอมบ์ส และเบ็คเกอร์ (McCombs and Becker, 1979) ได้ให้ความเห็นว่าบุคคลเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน เพื่อตอบสนองความต้องการ 6 ประการ คือ

1.เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตการณ์สิ่งต่างๆ รอบตัวจากสื่อมวลชน เพื่อจะได้รู้ทันเหตุการณ์ ทันสมัย และรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งที่สำคัญที่ควรรู้

2.เพื่อต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวกับชีวิตประจำวัน การเปิดรับข่าวสารทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะ หรือเหตุการณ์ต่างๆ รอบตัวได้

3.เพื่อการพูดคุยสนทนา (Discussion) การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ทำให้บุคคลมีข้อมูลที่จะนำไปใช้ในการพูดคุยกับผู้อื่นได้

4. เพื่อความต้องการมีส่วนร่วม (Participation) เพื่อรับรู้ และมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ ความเป็นไปต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมและรอบๆ ตัว

5. ต้องการเสริมความคิดเห็นหรือสนับสนุนการตัดสินใจที่ตนเองได้กระทำไปแล้ว (Reinforcement)

6. ต้องการความบันเทิง (Relaxing and Entertaining) เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายอารมณ์ของผู้รับสาร

แนวความคิดเปิดรับข่าวสารชี้ให้เห็นว่ามนุษย์มีความจำเป็นที่จะต้องติดต่อสื่อสารซึ่งกัน และกัน และจะเปิดรับสารก็ต่อเมื่อต้องการข่าวสาร ข้อมูลต่างๆ ที่ตนเองสนใจและเพื่อตอบสนอง ความต้องการของตนเอง จากแนวคิดนี้จะช่วยให้เราสามารถอธิบายพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ของผู้ปวยมะเร็งเต้านมว่า ผู้รับสารแต่ละคนมีจุดมุ่งหมาย และการเลือกเปิดรับสารแตกต่างกัน ไป ตามที่ตนเองต้องการ

ลักษณะทางประชากรของผู้รับสารกับการเปิดรับสื่อ

ปรมา สตะเวทิน (2539 : 112-118) กล่าวว่า โดยทั่วไปผู้รับสารแต่ละคนจะมีลักษณะที่ แตกต่างกันไป โดยเฉพาะลักษณะทางประชากร (Demographic Characteristics) อันได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา สถานะทางสังคม และเศรษฐกิจ ศาสนา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. อายุ (Age)

อายุของผู้รับสารเป็นลักษณะประการหนึ่ง ที่เราสามารถใช้ในการวิเคราะห์ผู้รับสาร อายุ เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม โดยทั่วไปแล้ว คนที่มีอายุน้อยกว่ามักจะมีความคิดเสรีนิยม (Liberal) ยึดถืออุดมการณ์ (Idealistic) ใจร้อน (Impatient) มากกว่า คนที่มีอายุมาก ในขณะที่คนที่มีอายุมากมักจะมีความคิดอนุรักษนิยม (Conservative) ยึดการปฏิบัติ (Practical) มีความระมัดระวัง (Cautious) และมองโลกในแง่ร้าย (Pessimistic) มากกว่าคนที่มีอายุน้อย สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องจาก คนที่มีอายุมากมีประสบการณ์ ในชีวิต ซึ่งเคยผ่านยุคเชษฐต่าง ๆ ตลอดจนมีความผูกพันที่ยาวนานและมีผลประโยชน์ในสังคม มากกว่าคนที่มีอายุน้อย

ซึ่งลักษณะของการใช้สื่อมวลชนก็แตกต่างกัน คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อมวลชนเพื่อ แสวงหาข่าวสารหนัก ๆ มากกว่าเพื่อความบันเทิง คนที่มีอายุมากมักจะอ่านจดหมายถึง บรรณาธิการ ข่าวการบ้านการเมือง หรือบทบรรณาธิการมากกว่าอ่านเรื่องตลกหรือข่าวกีฬา ในขณะที่คนที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ไม่ค่อยจะอ่านบทบรรณาธิการ แต่จะใช้สื่อมวลชนเพื่อความ บันเทิง ในการฟังวิทยุก็เช่นกัน คนที่มีอายุมากมักจะฟังรายการหนัก ๆ เช่น ข่าว การอภิปรายปัญหา

สังคม คนตรีคลาสสิก รายการศาสนาไม่ค่อยฟังดนตรีสมัยใหม่ คนที่มีอายุมากจะดูรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการศึกษา ข่าวและข่าวสารด้วย (ปรมะ สตะเวทิน, 2540)

นอกจากนี้แล้วอายุยังเป็นตัวกำหนดความแตกต่างในเรื่องความยากง่ายในการชักจูงใจด้วย กล่าวคือ คนที่มีอายุมากขึ้น โอกาสที่คนจะเปลี่ยนใจหรือถูกชักจูงจะน้อยลง

2. เพศ (Sex)

การวิจัยทางจิตวิทยาหลายชิ้นได้แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมาก ทั้งในเรื่องความคิด, ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้ เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน ผู้หญิงจะมีแนวโน้มจะเป็นคนที่มีจิตใจอ่อนไหวหรือเจ้าอารมณ์ (Emotion) โอนอ่อนผ่อนตาม (Submissive) และเป็นแม่บ้านแม่เรือน (Home-Oriented) นอกจากนี้ การวิจัยหลายชิ้นยังพบว่าผู้หญิงถูกชักจูงใจได้ง่ายกว่าผู้ชาย (ปรมะ สตะเวทิน, 2540)

พฤติกรรมในการเปิดรับสื่อมวลชน เพศหญิงมักจะใช้เวลาในการดูโทรทัศน์ และฟังวิทยุมากกว่าเพศชาย โดยนิยมดูรายการละครในขณะที่เพศชายนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่า

3. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Socio-Economic Status)

ซึ่งหมายรวมถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ และชาติพันธุ์ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว การวิจัยทางนิเทศศาสตร์ได้ชี้ให้เห็นว่า สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้รับสารมีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารและสาร สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจทำให้คนมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน มีประสบการณ์ต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยมและเป้าหมายที่ต่างกัน ทฤษฎีทางสังคมวิทยาทั้งหลายได้ยอมรับอิทธิพลของครอบครัวที่มีต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลกันโดยทั่วไป และถือครอบครัวเป็นสังคมแรกของบุคคล ในทำนองเดียวกันคนที่มีอาชีพต่างกันย่อมมองโลก มีแนวคิด มีอุดมการณ์ มีค่านิยมต่อสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไป งานวิจัยของ ชรามม์ และไวท์ (Schramm and White, 1949) ซึ่งศึกษาการเปิดรับสารของผู้รับสารและสังคมอเมริกันพบว่าผู้ที่มีรายได้สูงมักจะเป็นผู้นิยมเปิดรับสิ่งพิมพ์ และนิยมเนื้อหาที่ค่อนข้างหนัก ไม่ค่อยสนใจเนื้อหาด้านความบันเทิง แมคเนลลี่และคณะ (McNelly and Others, 1968) พบว่าคนมีฐานะดีและการศึกษาสูง เป็นกลุ่มที่ได้รับข่าวสารที่มีเนื้อหาสาระจากสื่อมวลชนมากที่สุด ผลที่ได้จากการวิจัยในลักษณะนี้ สามารถอธิบายได้เช่นเดียวกับกรณีของการศึกษาว่า ผู้ที่มีรายได้สูงมักจะเป็นคนมีการศึกษาสูงและมีตำแหน่งหน้าที่การงานที่ดี จึงมักถูกผลักดันให้จำเป็นต้องเรียนรู้ หาข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ให้ทันเหตุการณ์อยู่เสมอ (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534)

4. การศึกษา (Education)

การศึกษาหรือความรู้ (Knowledge) เป็นลักษณะอีกประการหนึ่ง ที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาต่างกัน ใน

สาขาวิชาที่ต่างกัน จึงย่อมมีความรู้สึกรู้จักคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไป นอกจากนั้นตัวครูผู้สอน ก็มีอิทธิพลต่อความคิดของผู้เรียนด้วย เพราะผู้สอนได้สอดแทรกความรู้สึกรู้จักคิดของตัวเองให้กับผู้เรียน ในทำนองเดียวกันที่พ่อแม่ได้สอดแทรก ความคิดของตน ให้แก่บุตรในการอบรมเลี้ยงดู คนที่มีการศึกษาสูง หรือมีความรู้ดีจะได้เปรียบอย่างมากในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดี ทั้งนี้เพราะคนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวางในหลายเรื่อง มีความเข้าใจศัพท์มาก และมีความเข้าใจสารได้ดี แต่คนเหล่านี้มักจะเป็นคนที่ไม่ค่อยเชื่ออะไรง่าย ๆ สารที่ไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลสนับสนุนเพียงพอ มักจะถูกโต้แย้งจากคนเหล่านี้

โดยทั่วไปแล้วคนที่มีการศึกษาสูง มักจะใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาค่ำ และคนที่มีการศึกษาสูง มักจะใช้สื่อมวลชนประเภทสิ่งพิมพ์ ในขณะที่คนที่มีการศึกษาค่ำ มักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ หากผู้มีการศึกษาสูงมีเวลาว่างพอ คนเหล่านี้จะใช้ทั้ง สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ แต่หากมีเวลาจำกัดผู้มีการศึกษาสูง มักจะแสวงหาข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ มากกว่าสื่อประเภทอื่น

5. ศาสนา (Religion)

การนับถือศาสนา เป็นลักษณะอีกประการหนึ่งของผู้รับสารที่มีอิทธิพลต่อตัวผู้รับสาร ทั้งในด้านทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมของตน คนที่นับถือศาสนาต่างกันจะมีความคิด ความเชื่อ ค่านิยม และพฤติกรรมที่แตกต่างกันไป

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการทางการรับรู้ (Perceptual Process)

Schiffman และ Kanuk (2000) กล่าวว่า ถึงแม้มนุษย์จะถูกกระตุ้นด้วยสิ่งต่าง ๆ อยู่ตลอดเวลา มีสิ่งที่ป้อนเข้าสู่การรับรู้ของมนุษย์อยู่ตลอดเวลา ซึ่งสิ่งกระตุ้นจำนวนมากนั้นอาจจะก่อให้เกิดความสับสนหรือความเข้าใจผิดก็ได้ แต่เนื่องจากการรับรู้ไม่ได้มีหน้าที่เปิดรับข้อมูลทางความรู้สึกทุกอย่างที่ผ่านเข้ามาทั้งหมดแต่เพียงอย่างเดียวเท่านั้น มากไปกว่านั้นการรับรู้ยังเป็นกระบวนการที่มีการคัดเลือก กลั่นกรองเปิดรับเฉพาะสิ่งที่ต้องการเท่านั้น

กระบวนการทางการรับรู้ Soloman (1999) อธิบายว่า การรับรู้จะเกิดขึ้นโดยมีสิ่งกระตุ้นทางความรู้สึกต่าง ๆ อันได้แก่ ภาพ เสียง กลิ่น สัมผัส ซึ่งจัดว่าเป็นสิ่งกระตุ้นภายนอก (External Stimulus) ในกรณีที่เป็นสิ่งกระตุ้นทางการปฏิบัติ จะหมายถึงนโยบาย ข้อบังคับ การสื่อสารทางการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับนโยบาย เป็นต้น ทั้งนี้ระดับการรับรู้จะสูงหรือต่ำขึ้นอยู่กับรูปแบบของสิ่งกระตุ้น และความเข้มของสิ่งกระตุ้นนั้น ๆ โดยสิ่งกระตุ้นดังกล่าวจะผ่านทางตัวรับความรู้สึกต่าง ๆ ทาง ตา หู จมูก ลิ้น ผิวหนัง เรียกว่า ประสาททางการรับรู้ (Sensory System) ซึ่งกระบวนการทางการรับรู้สามารถแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ขั้นแรกคือ เปิดรับสิ่งกระตุ้น (Exposure)

ขั้นที่สองคือ การให้ความสนใจสิ่งกระตุ้นความรู้สึ ต่อจากนั้นเป็นขั้นสุดท้ายของกระบวนการรับรู้ คือ ขั้นตีความสิ่งกระตุ้นที่ผ่านเข้ามาทางประสาทรับความรู้สึกนั้น ๆ

ในขณะที่ Assael (1998) Schiffman และ Kanuk (2000) ได้แบ่งกระบวนการทางการรับรู้ออกเป็น 3 ขั้นตอนใหญ่ ๆ คือ 1) การเลือกหรือคัดสรรทางการรับรู้ (Perceptual Selection) 2) การจัดระเบียบทางการรับรู้ (Perceptual Organization) และ 3) การตีความทางการรับรู้ (Perceptual Interpretation) การเลือกทางการรับรู้จะเริ่มจากการเปิดรับข่าวสารที่ได้เลือกสรร (Selective Exposure) จากนั้นบุคคลจะให้ความสนใจหรือเกิดความตั้งใจรับข่าวสาร (Selective Attention) ซึ่งกระบวนการเลือกสรร (Selective Processes) ของผู้รับสาร เป็นปัจจัยหนึ่งในการกำหนดความสำเร็จหรือล้มเหลวของการส่งสารไปยังผู้รับสาร ข่างสารต่าง ๆ แม้ว่าจะได้รับการเตรียมมาอย่างดี โดยผู้ถ่ายทอดที่มีความสามารถสูง หรือใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพมากเพียงใดก็ตาม ก็ไม่สามารถจะรับประกันความสำเร็จของการสื่อสารไปยังผู้รับสารตามที่ผู้ส่งสารต้องการได้ทั้งหมด ทั้งนี้ เพราะว่าผู้รับสารจะมีกระบวนการเลือกรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทักษะคิด ความรู้สึกนึกคิด ฯลฯ ที่ไม่เหมือนกัน

2.3 แนวความคิดการรับรู้นโยบายภาครัฐในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

การยอมรับความต่างทางวัฒนธรรม และปรับปรุงประสิทธิภาพข้าราชการ

เมื่อปี 2490 การยอมรับความต่างทางวัฒนธรรม และปรับปรุงประสิทธิภาพข้าราชการ จากรายงานการปฏิบัติของคณะกรรมการสอดส่องสภากาการณ์ 4 จังหวัดภาคใต้ ซึ่งแต่งตั้งโดยมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2490 เพื่อสืบสวน เสนอแนะปรับปรุงสถานการณ์ 4 จังหวัดภาคใต้ มีข้อสรุปว่า ราษฎรต่างๆ ไปประกอบอาชีพโดยสงบ ความเคลื่อนไหวเนื่องจากบุคคลชั้นหัวหน้าชาวไทยอิสลามเป็นผู้ปลูกปั่นหนักไปในทางชาตินิยมมูลเหตุการณ์เคลื่อนไหว คงได้รับความกระทบกระเทือนจิตใจครั้งแรก เมื่อทางราชการกดขันเรื่องวัฒนธรรมสมัยหลังสงคราม ราษฎรประสบความยากแค้นประกอบกับความเสื่อมทรามของเจ้าหน้าที่ และได้เห็นทางมลายูอิสลามด้วยกันกลับมีความสุข

คณะกรรมการสอดส่องสภากาการณ์ 4 จังหวัดภาคใต้ได้ติดต่อกับหัวหน้าชาวไทยอิสลาม เพื่อชี้แจงซักซ้อมความเข้าใจ และได้เสนอแนวทางการปรับปรุงต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อแจ้งไปยังกระทรวงที่เกี่ยวข้องพิจารณาดำเนินการต่อไป เช่น นโยบายกรมการปกครองให้กระทรวงมหาดไทย แจ้ง 4 จังหวัดภาคใต้ผ่อนคลาญเรื่องการแต่งกายของราษฎร โดยแนะนำให้แต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อยตามประเพณีนิยม

การสร้างสุเหร่าหลวง

การผ่อนคลายในเรื่องประกอบพิธีทางศาสนา และร่วมมือในพิธีสำคัญตามควรเท่าที่ไม่ขัดต่อความสงบเรียบร้อยของประชาชนและศีลธรรมอันดีของท้องถิ่น โดยการแต่งตั้งโยกย้ายเจ้าหน้าที่ เฉพาะอย่างยิ่งที่มีหน้าที่ติดต่อกับราษฎร ควรเลือกเฟ้นเป็นพิเศษ ให้มีคุณสมบัติ มีพื้นความรู้ภาษาพื้นเมือง ตลอดจนรู้ขนบธรรมเนียมประเพณี เป็นผู้รู้จักเคารพนับถือของมาก่อนหรือคนที่มีคุณสมบัติ สำหรับเจ้าหน้าที่ตำรวจ ต้องถือว่ามีความสำคัญเกี่ยวกับความไว้วางใจของราษฎร และการรักษาความสวัสดิภาพของประชาชน

การตั้งกรรมการสอบสวนคำร้องทุกข์ของชาวไทยอิสลามใน 4 จังหวัดภาคใต้

จากงานศึกษาวิจัยเรื่องการปกครองท้องที่ต่างวัฒนธรรม: สถานการณ์ 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ของ จักรกฤษณ์ นรนิติผดุงการ และคณะพบว่าสถานการณ์ 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ที่รุนแรงตั้งแต่ปี พ.ศ.2518 ได้คลี่คลายไปในทิศทางที่ดีขึ้นในปี 2525-2526 เนื่องจากในปี 2525-2526 มีนโยบายชัดเจน ข้าราชการมีความเสียสละ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ร่วมกันกำหนดนโยบายที่ชัดเจน และสอดคล้องกัน ทั้งด้านการปราบปรามและการพัฒนา รวมทั้งการสร้าง ความเข้าใจที่ถูกต้องกับต่างประเทศ การปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ และการเข้าถึงประชาชน การสร้างความเข้าใจอันดีกับผู้นำศาสนา การปราบปรามกลุ่มโจรหลัก คือ ขจก. จคม. และ ผกค. อย่างจริงจัง และต่อเนื่อง

เงื่อนไขสำคัญในการแก้ไขปัญหา คือ ข้าราชการได้เปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรม หันมาทำงานร่วมกับประชาชนและมีความเสียสละในการทำงานมากขึ้น ในการศึกษาครั้งนั้นได้คาดหวังว่าการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการทำงานของข้าราชการในพื้นที่ จะได้รับการผลักดันให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ที่น่าสนใจ คือ การศึกษาครั้งนั้นได้พยากรณ์ไว้ว่า ปัญหาสำคัญของการแก้ไขปัญหาจังหวัดชายแดนภาคใต้ คือ ความไม่แน่นอนของนโยบายในการแก้ไขปัญหา รวมทั้งความขัดแย้งของผู้นำหน่วยงานของทางราชการด้วยเหตุผลทางการเมือง

ความขัดแย้งในตัวเองของนโยบายภาครัฐอย่างยาวนาน ทำให้ปัญหายังดำรงอยู่จนถึงปัจจุบัน

บทเรียนในอดีตที่น่าสนใจ คือ การศึกษานโยบายรัฐเพื่อสร้างบูรณาการทางการเมืองต่อชาวมุสลิม ในจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ระหว่าง พ.ศ.2343-2524) โดยพนมพร อนุรักษาน ในวิทยานิพนธ์ปริญญาเอก มหาวิทยาลัยออกซฟอร์ดแห่งเท็กซัส เมื่อปี 2527 ที่ระบุว่า แม้ว่ารัฐบาลตั้งใจที่จะทำให้เกิดความสงบสุข แต่ในข้อเท็จจริงนโยบายของรัฐบาลมีลักษณะที่ขัดแย้งในตัวเองมาอย่างยาวนาน ด้านหนึ่งพยายามส่งเสริมสวัสดิการชาวไทยมุสลิมด้านศาสนา แต่อีกด้านหนึ่งพยายามไม่สนับสนุนสิ่งที่เป็นความต้องการที่แท้จริงของชาวไทยมุสลิม เช่น การรักษาชาติพันธุ์

และความเป็นมุสลิม ส่วนนโยบายด้านเศรษฐกิจก็ได้พยายามดึงคนมุสลิมเข้าสู่เศรษฐกิจไทย โดยเน้นพื้นที่ที่มีศักยภาพ ละเอียดพื้นที่ยากจน เน้นการสร้าง ความมั่นคงมากกว่าการแก้ไขความยากจนของคนชนบท

พลวัตปัญหาที่เปลี่ยนแปลงไป (พ.ศ.2533-2547)

ส่วนแรกคือ : อัตลักษณ์ของพื้นที่ที่ถูกคุกคาม ปัญหาเดิมที่ดำรงอยู่

ข้อสรุปที่น่าสนใจคือ ผลการรับฟังความคิดเห็นจากประชาชนเรื่อง ความร่วมมือเพื่อแก้ไขปัญหาคาใจได้อย่างยั่งยืนและเป็นธรรม เมื่อวันที่ 13 พฤษภาคม 2547 หลังเหตุการณ์ กรือเซะ 28 เมษายน 2547 เพียง 15 วัน ที่สำนักงานคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ ระบุว่าเหตุการณ์ความรุนแรงในพื้นที่ภาคใต้ โดยแก่นสารเป็นปัญหาที่เกิดจากความรู้สึกที่ว่า วิถีชีวิต วัฒนธรรม อัตลักษณ์ของคนในพื้นที่ที่ถูกคุกคาม การตกอยู่ในกับดักทางประวัติศาสตร์ ปัญหาลัทธิพัฒนา ลัทธิพาณิชย์นิยมที่กระทบต่อศาสนา วัฒนธรรม วิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่น และปัญหาวัฒนธรรมการเรียนรู้ของคนส่วนใหญ่ในสังคมไทย

ส่วนที่สอง การต่อสู้และการเคลื่อนไหวของคนกลุ่มใหม่ : ปัญหาที่เปลี่ยนแปลงไป หลักฐานที่พอจะยืนยันอธิบายได้ในช่วงเวลา 15 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2533-2547)

ชัยวัฒน์ สถาอานันท์ ได้เขียนไว้ในบทความ กรือเซะ เวทีแห่งการปะทะต่อรองทางเอกลักษณ์ครั้งใหญ่ของชาวมุสลิม ในสารคดี 10 (2) ปี 2537 สรุปว่า การชุมนุมประท้วงที่ กรือเซะ เมื่อเดือนมิถุนายน 2533 เป็นผลจากความพยายามต่อรองทางเอกลักษณ์มุสลิมกับสังคมไทยโดยรวม และมีบทเรียนสำคัญที่พึงระมัดระวังคือ การทำความเข้าใจว่าเหตุใดชาวมุสลิมจำนวนมากจึงถูกชักนำเข้าร่วมการประท้วงที่กรือเซะ ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยมุมมองใหม่เกี่ยวกับการปะทะต่อรองทางเอกลักษณ์ ซึ่งเกี่ยวข้องกับตำนาน คำสอนและความเชื่อทางศาสนา ที่เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงที่มีความเคลื่อนไหว มีการปะทะต่อรองครั้งแล้ว ครั้งเล่าของกลุ่มเชื้อชาติต่างๆ เพื่อกำหนดหรือขยายอาณาเขตทางวัฒนธรรม และในบางครั้งหมายถึงการลดทอนอาณาเขตของวัฒนธรรมอื่น

คนรุ่นใหม่ ที่มีจิตใจโน้มเอียง ชื่นชมการต่อสู้ของอิหร่านที่เคร่งครัดต่อวิถีของชาวมุสลิม กลุ่มคนหนุ่มเหล่านี้ไม่มีแกนนำที่เด่นชัด การรวมตัวยังอยู่ในรูปหลวมๆ ที่แบบหลวมๆ มีอุดมการณ์ว่า มุสลิมแท้ต้องไม่ประนีประนอมกับอำนาจรัฐ แต่ปรากฏการณ์ที่กรณีการเผาโรงเรียนไม่ใช้การกระทำของ ขก.แน่ เพราะคนป่า จะไม่ทำงานเป็นระบบเช่นนี้ อีกทั้งมีความละเมียดละไมที่จะไม่ทำร้ายชีวิตประชาชนแสดงความต้องการปัจจัยมวลชน แนววิเคราะห์พุ่งเป้าไปในจุดสุดท้ายว่า อาจมีความเป็นไปได้สูงที่กลุ่มคนหนุ่มเคร่งอุดมการณ์การต่อสู้เพื่ออิสลามเหล่านี้ จะ

กระทำการวินาศกรรมขึ้นเพียงเพื่อประท้วงผู้นำการต่อสู้รุ่นเก่าที่หันไปเดินแนวทาง “ในระบบ” คือ การต่อสู้ทางรัฐสภา

เบนเนดิกต์ แอนเดอร์สัน ได้กล่าวไว้ในบทสนทนาเกี่ยวกับสถานการณ์สากล ความเป็นไปในอุษาคเนย์สิ่งที่เกิดขึ้นในสังคมไทย ในวารสารฟ้าเดียวกัน 2 (3) ปี 2547 ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับปัญหาขาดการยอมรับด้านชาติพันธุ์มลายูของประชาชนในจังหวัดชายแดนภาคใต้ ว่า “กรณีจังหวัดชายแดนภาคใต้ ปัญหาส่วนหนึ่งคือรัฐไทยและผู้นำไทยมองดูพวกที่ยะลาและที่อื่นๆ ว่า นี่เป็นคนไทยชนิดหนึ่ง ซึ่งนับถือศาสนาอิสลาม เขาไม่ได้บอกว่าเป็นราษฎรไทยที่เป็นมลายู ที่นี้เลยทำให้คนที่มองดูจากภายนอกงมงายมากเลยว่า มีอิสลามที่กรุงเทพฯ มีอิสลามที่เชียงใหม่ มีอิสลามที่ขอนแก่น มีอิสลามทั่วประเทศ ถ้าอันนี้เป็นปัญหาของอิสลาม ทำไมถึงเกิดเรื่องขึ้นที่สามจังหวัดเท่านั้น อธิบายไม่ได้ เมื่อรัฐบาลไม่ยอมรับความเป็นมลายู ไม่ยอมรับภาษามลายู คนที่นั่นจึงต้องใช้อาวุธอิสลาม...”

ทางออกของปัญหานโยบายภาครัฐ

เสนห์ จามริก เสนอว่า ท่ามกลางความหวาดระแวงและปัญหาในปัจจุบันของสถานการณ์ในพื้นที่ ซึ่งเต็มไปด้วยความไม่เชื่อถือ ความหวาดระแวงต่อกันเป็นเชื้อ เป็นเมล็ดพันธุ์ของการกระตุ้นให้เกิดการใช้ความรุนแรงต่อกัน อย่างขาดสติมากขึ้น ทางออกสำคัญที่ขอเชิญชวนทุกฝ่าย คือ การมาช่วยกันแก้ปัญหาค้นหาพื้นฐานของชาวบ้านในพื้นที่ ซึ่งจากการศึกษาของปริญญา อุดมทรัพย์และคณะ เมื่อปี 2545 ในพื้นที่ อ.สายบุรี อ.เมืองปัตตานี อ.ยะรัง จ.ปัตตานี อ.เบตง อ.บันนังสตา อ.รามัน จ.ยะลา อ.ตากใบ อ.บาเจาะ อ.ระแงะ จ.นราธิวาส 9 อำเภอ ผ่านเวทีชาวบ้านรวม 13 ครั้ง ผู้เข้าร่วมประกอบด้วย ชาวบ้านทั้งพุทธ มุสลิม ผู้นำท้องถิ่น ผู้นำศาสนาและผู้ทรงคุณวุฒิประมาณ 60 คนต่ออำเภอ รวม 589 คน พบว่า ปัญหาสำคัญของชาวบ้านทุกศาสนิกคือ ปัญหาความยากจนของแรงงานรับจ้างก่อสร้าง กริดยง ปัญหาเยาวชนว่างงาน เพราะไม่มีความรู้ในการประกอบอาชีพ ปัญหาเงาะ ทุเรียน ลองกอง ราคาตกต่ำ ล้นตลาด ชาวบ้านไม่มีสิทธิในที่ดินทำกินของตนเองเพราะที่ดินทำกินซ้อนทับกับเขตป่าสงวน เขตอุทยานแห่งชาติ ปัญหาหลักสูตรการศึกษาไม่สอดคล้องกับท้องถิ่นด้านการเกษตร ไม่มีความรู้เรื่องอาชีพท้องถิ่น การศึกษาภาคปริญาอื่น (ภาคบังคับของศาสนาอิสลาม) ขาดการสนับสนุนจากประชาชนและรัฐบาล ปัญหายาบ้า ภัยยา ยาแก้ไอ เหล้าแห่ง ยากันยุง กาว กระเทียม เฮอร์โธิน แพร่ระบาดในกลุ่มเยาวชนทั้งในและนอกระบบโรงเรียน ปัญหาการทุจริต คอร์รัปชัน ของเจ้าหน้าที่ระดับภูมิภาค ท้องถิ่น เจ้าหน้าที่ไม่เข้าใจสภาพสังคมและชุมชนที่รับผิดชอบ ไม่เข้าใจวัฒนธรรมท้องถิ่น การกำหนดนโยบายไม่ได้มาจากปัญหาของราษฎรอย่างแท้จริง เพราะแท้ที่จริงแล้ว “การแก้ไขปัญหาค้นหาพื้นฐานของชาวบ้านคือการสร้างสันติภาพและเอกภาพของชาติที่ยั่งยืน”เป็นการสร้างทางเลือกให้กับประชาชนคนสามัญ โดยการทำความเข้าใจ

เกี่ยวกับความรู้สึกรู้สึกผิด ความต้องการอุดมการณ์ของประชาชนส่วนใหญ่ ซึ่งต้องการที่จะดำรงชีวิตร่วมกันโดยปกติสุข มีการเคารพในสิทธิ เสรีภาพซึ่งกันและกันยอมรับในเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ซึ่งกันและกัน

แนวทางนี้ ถึงแม้ว่าจะไม่แก้ปัญหาลเฉพาะหน้าโดยตรง แต่จะช่วยคลี่คลายปัญหา ช่วยคลี่คลายความหวาดระแวง และประการสำคัญ ช่วยคลี่คลายความมุงมาดปรารถนาของการใช้กำลัง เพราะว่าการใช้กำลังไม่ว่าจากฝ่ายไหนก็ตาม ถ้าขาดเสียซึ่งฐานความเห็นชอบของประชาชนส่วนใหญ่แล้ว ไม่คิดว่าจะมีความยั่งยืน (ในปาฐกถานำเรื่อง แนวทางสู่สันติประชาธรรม: มุมมองของชาวบ้านต่อสถานการณ์ปัญหาจังหวัดชายแดนภาคใต้ เมื่อ 2 กรกฎาคม 2547 ณ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี)

นโยบายที่เกี่ยวกับ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

จากอดีตที่ผ่านมา ในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 ได้ทรงมีพระบรมราโชบายที่จะใช้วิธีประนีประนอมในการบริหารปกครอง ในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ด้วยทรงตระหนักถึงความแตกต่างทางความคิด ความเชื่อ วิถีชีวิต ประเพณี และวัฒนธรรม รวมทั้งยังทรงยอมรับในที่มาของประวัติศาสตร์ที่ต่างกัน การกำหนดนโยบายในยุคนั้นจึงเป็นไปได้ด้วยความรอบคอบและสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้เป็นนโยบายที่มีความละเอียดอ่อนเฉพาะเจาะจงในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้เท่านั้น

ต่อมาในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว มีการเปลี่ยนแปลงแบบแผนนโยบายการปกครอง โดยเน้นการรวมศูนย์อำนาจเข้ามาที่ส่วนกลางมากยิ่งขึ้น ทำให้เกิดปัญหาต่างๆ ตามมา เพราะการเปลี่ยนแปลงส่วนใหญ่กระทบกระเทือนต่อเชื้อชาติ ศาสนา ภาษา และขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมของท้องถิ่นซึ่งเป็นเรื่องจิตใจในที่สุดจึงเกิดปฏิกิริยาต่อต้านจนทำให้หลังปี พ.ศ. 2466 มีการกลับไปใช้นโยบายดังเช่น สมัยรัชกาลที่ 5 เพียงแต่ในช่วงนี้มีการกำหนดเป็นกฎสำหรับปฏิบัติสำหรับการปกครองดินแดนส่วนนี้ขึ้นเป็นหลักรัฐประศาสนโยบายอย่างชัดเจน และผ่อนปรนกว่าตอนแรกเป็นผลให้สามารถปกครองมณฑลปัตตานีได้ด้วยความเรียบร้อย

หลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง นโยบายในช่วงนี้เริ่มเข้าสู่การบริหารนโยบายที่มองข้ามความแตกต่างทางสังคม ประเพณีและวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่ โดยจะกำหนดนโยบายแบบเหมารวม กล่าวคือนโยบายฉบับเดียวบังคับใช้เหมือนกันทั้งประเทศเป็นการรวมศูนย์อำนาจการปกครองที่ชัดเจนโดยเฉพาะนโยบายรัฐนิยมในสมัยจอมพล ป. พิบูลสงคราม เป็นนโยบายที่กระทบกระเทือนต่อเชื้อชาติ ศาสนา ภาษา และขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมของ

ท้องถิ่นใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้เป็นอย่างมาก ทำให้เกิดการต่อต้านรัฐบาล แต่รัฐบาลในสมัยนั้นกลับมองปัญหาเป็นเรื่องของการเมืองการปกครอง จึงใช้วิธีการรุนแรงในการปราบปรามเพื่อยุติปัญหา ซึ่งแท้จริงแล้วปัญหาเป็นเรื่องของการยอมรับในเชื้อชาติ ศาสนา ภาษา ขนบธรรมเนียม ประเพณีและวัฒนธรรมของท้องถิ่นใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

รัฐบาลสมัย พล.อ.เปรม ติณสูลานนท์ ได้มีแนวทางให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจ ซึ่งนโยบายในยุคนี้ได้รับการดำเนินการให้เหมาะสมกับเงื่อนไขต่าง ๆ ของพื้นที่ มีการจัดตั้ง ศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ศอ.บต.) เพื่อทำหน้าที่เร่งรัด กำกับดูแล ประสานงาน ฝึกกำลัง และติดตามประเมินผล การปฏิบัติ ของหน่วยงานฝ่ายพลเรือนและตำรวจ ในพื้นที่ให้บรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายของนโยบายความมั่นคงแห่งชาติเกี่ยวกับจังหวัดชายแดนภาคใต้ ภาคใต้การอำนวยการของคณะกรรมการอำนวยการแก้ไขปัญหาความมั่นคงจังหวัดชายแดนภาคใต้ ทั้งนี้จะเน้นหนักในงานด้านสังคมวิทยา การเมืองการปกครอง การพัฒนาประสิทธิภาพข้าราชการ การพัฒนาเศรษฐกิจสังคม การส่งเสริมความเข้าใจอันดีและความร่วมมือในระดับท้องถิ่น กับประเทศเพื่อนบ้าน ทำหน้าที่เป็นองค์กรประสานงาน ฝึกกำลัง หน่วยงานต่าง ๆ ในพื้นที่ให้มีการปฏิบัติงานร่วมกันอย่างเป็นเอกภาพ

ต่อมา รัฐบาล พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร ได้ยุบเลิก ศอ.บต. เนื่องจาก 1)เป็นหน่วยงานที่ใช้งบประมาณสูง 2)รัฐบาลประเมินว่าสถานการณ์การก่อการร้ายในภาคใต้ไม่รุนแรง ดำรงในพื้นที่สามารถควบคุมได้ และ 3)รัฐบาลมองว่า ศอ.บต. เป็นเครื่องมือ และฐานเสียงของพรรคการเมืองฝ่ายตรงข้าม ซึ่งขัดแย้งกับนักวิชาการในพื้นที่เนื่องจากเห็นว่า 1)หน่วยงานดังกล่าว เป็นเครือข่ายสืบราชการลับที่สำคัญที่สุด 2)เจ้าหน้าที่ของ ศอ.บต. มีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้นำชุมชน ทำให้มีช่องทางในการสื่อสารของประชาชนที่จะแสดงความไม่พอใจออกมา และ 3)ศอ.บต. และ พตท.43 ได้ช่วยคงความสมดุลระหว่างหน่วยความมั่นคงและสืบราชการลับที่ดำเนินงานอยู่ในภาคใต้

สำหรับหน่วยงาน พตท.43 จะไม่สามารถทำงานได้อย่างสมบูรณ์แต่ก็ไม่ได้สร้างความตึงเครียดให้ทุกฝ่าย เนื่องจากมีการแบ่งสายงานอย่างชัดเจน และสร้างความร่วมมือกันในระดับสูง อย่างไรก็ตามความขัดแย้งและความรุนแรงที่ปะทุขึ้น แสดงให้เห็นว่าที่ผ่านมา พตท.43 ยังไม่สามารถทำงานได้อย่างเต็มที่ และได้มีการจัดโครงสร้างการบังคับบัญชาใหม่ และโยกย้ายเจ้าหน้าที่อีกหลายครั้ง

เดือน พฤษภาคม 2545 พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร ได้มีคำสั่งให้ยุบเลิก พตท.43 โดยมอบหมายงานด้านความมั่นคงและสืบราชการลับทั้งหมดให้กับตำรวจในแต่ละจังหวัดภาคใต้ ทำให้เกิดการแตกแยกในความสมดุลที่อ่อนไหวระหว่างหน่วยความมั่นคงต่าง ๆ ในจังหวัดชายแดน

ภาคใต้ในที่สุดความตึงเครียดที่รอวันปะทุมานานได้ระเบิดขึ้น สำนักข่าวกรองแห่งชาติเปิดเผยรายงานเมื่อปี 2546 กล่าวหาว่าตำรวจมีส่วนเกี่ยวข้องกับการอุ้มฆ่า สร้างความไม่พอใจให้แก่ตำรวจเป็นอย่างมาก อย่างไรก็ตามกลุ่มที่ขัดแย้งกันรุนแรงที่สุดคือทหารและตำรวจ เนื่องจากทหารไม่พอใจวิธีการที่ตำรวจปฏิบัติต่ออดีตแหล่งข่าวของกองทัพ หลังเหตุเผาโรงเรียนและปล้นปืนเมื่อเดือนมกราคมนิรโทษกรรมและทำหน้าที่เป็นสายให้กองทัพ การกระตุ่นทำดังกล่าวสร้างความไม่พอใจให้ชุมชน ทั้งยังเป็นการตัดเส้นทางข่าวของตนเอง ขณะที่สายก็กลายเป็นเป้าของการถูกตามล่า

ในที่สุด พ.ต.ท.ทักษิณ ได้ตั้งกองอำนวยการเสริมสร้างสันติสุขจังหวัดชายแดนภาคใต้ (กอ.สสส.จชต.) โดยเจตนารมณ์ในการจัดตั้ง กอ.สสส.จชต. เพื่อสร้างความเป็นเอกภาพทั้งในด้านการข่าว และการปฏิบัติการของทุกกระทรวง ทบวง กรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อปิดช่องว่างหรือความคิดพลาดของรัฐบาลที่ได้ยุบ สอ.บต. และ พตท.43 ไปโดยได้ลอกต้นแบบมาจาก กอ.รมน. นั่นเอง และปรับปรุงการจัดการใหม่ให้เหมาะสมมากยิ่งขึ้นตามแนวความคิดของรัฐบาล เพื่อให้สามารถตอบสนองเหตุการณ์ได้รวดเร็วยิ่งขึ้น ตามแนวความคิดของรัฐบาลเพื่อให้สามารถตอบสนองเหตุการณ์ได้รวดเร็วและลดขั้นตอนในการบริหารลง

ถึงแม้ พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร จะมีการจัดตั้งกองอำนวยการเสริมสร้างสันติสุขจังหวัดชายแดนภาคใต้หลังจากที่มีการยุบ สอ.บต. แล้วก็ตามแต่สถานการณ์ใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ก็ยังไม่คลี่คลายส่งผลให้รัฐบาล พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร ต้องทำการตัดสินใจตั้งคณะกรรมการอิสระเพื่อความสมานฉันท์แห่งชาติ (กอส.) โดยคณะกรรมการอิสระเพื่อความสมานฉันท์แห่งชาติ ซึ่งมีหน้าที่ในการเสนอแนะนโยบาย มาตรการ กลไก และวิธีการสร้างสมานฉันท์และสันติสุขในสังคมไทย ศึกษา วิจัย และตรวจสอบสาเหตุ และขอบเขตของความรุนแรงในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ พัฒนาระบบการฟื้นฟูสมานฉันท์ในสังคม กระบวนการป้องกันและแก้ไขปัญหาความขัดแย้งและความรุนแรง รวมทั้งเผยแพร่กระบวนการดังกล่าวให้แพร่หลายในหมู่สาธารณชน ให้การศึกษาแก่สาธารณชน โดยให้ตระหนักถึงผลของความรุนแรง ความเกลียดชัง ตลอดจนความจำเป็นและประโยชน์ของการใช้สันติวิธีแก้ปัญหาความรุนแรง พร้อมกับส่งเสริมความยุติธรรมในสังคมและเสนอรายงานของคณะกรรมการต่อนายกรัฐมนตรี

หลังจากที่ กอส. ดำเนินงานมาได้สักระยะหนึ่งแล้วนั้น รัฐบาล พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร ได้ประกาศยกเลิกกฎอัยการศึกและประกาศใช้พระราชกำหนดบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ.2548 เนื่องจากเป็นทางเลือกเดียวที่เหลืออยู่ซึ่งต้องเอามาใช้ให้เกิดประโยชน์ กฎหมายฉบับนี้เป็นการจำกัดสิทธิเสรีภาพ เพราะเป็นกฎหมายที่ออกมารับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉินที่กระทบกระเทือนต่อความปลอดภัยของประชาชน

พรก. ดังกล่าวได้กำหนดหลักเกณฑ์ไว้ว่า เมื่อเกิดสถานการณ์ฉุกเฉิน จะมีคณะกรรมการชุดหนึ่งเกิดขึ้นพร้อมกันด้วย ทั้งนี้คณะกรรมการชุดนี้จะเป็นผู้คอยตรวจสอบเหตุการณ์ว่ามีสถานการณ์ฉุกเฉินหรือไม่ และแนะนำนายกฯว่าสมควรประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินในพื้นที่ใด นายกฯจะนำเข้าหารือกับ ครม. เมื่อ ครม. เห็นชอบ นายกฯจะประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินทันทีโดยมาตรการระบุพื้นที่ ตำบล อำเภอ จังหวัด ถ้าสถานการณ์รุนแรงถึงขั้นสงครามก็ประกาศถึงขั้นทั่วประเทศก็เป็นไปได้ เมื่อประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินในพื้นที่ใดแล้วให้ผลไป 3 เดือนจึงจะหมดอายุแต่ถ้า ครม. เห็นว่าสถานการณ์ยังคงมีความรุนแรงก็สามารถต่ออายุไปคราวละ 3 เดือน

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าตั้งแต่อดีตเรื่อยมา นโยบายหรือยุทธศาสตร์ของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาแล้วแต่ยุคสมัยปรับเปลี่ยนไปตามนโยบายของรัฐบาลหรือผู้นำประเทศ แสดงให้เห็นถึงการขาดเสถียรภาพในการกำหนดและการนำนโยบายไปปฏิบัติ การปฏิบัติงานของข้าราชการขาดความต่อเนื่อง เนื่องจากมีการปรับเปลี่ยนนโยบายบ่อยครั้ง ประกอบการขาดความเข้าใจในวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ข้าราชการส่วนใหญ่ไม่เข้าใจในความเชื่อและความศรัทธาในหลักศาสนาอิสลาม ทำให้การกำหนดนโยบายไม่สามารถรองรับความต้องการหรือแก้ไขปัญหาของพี่น้องประชาชนใน 3 จังหวัดภาคใต้ได้

นโยบาย หรือยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ในอดีต จะเป็นนโยบายที่ออกมาจากส่วนกลางแล้วบังคับใช้ทั่วประเทศในขณะที่ภาคใต้เป็นพื้นที่ที่มีความแตกต่างทางสังคมประเพณีและวัฒนธรรมต่างจากภาคอื่น ๆ ทำให้นโยบายที่กำหนดมานั้น มักเกิดปัญหาเมื่อมาบังคับใช้ในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ผลที่เกิดขึ้นก็คือ ข้าราชการ เจ้าหน้าที่ หรือบุคคลภายนอก มองว่าคนในพื้นที่ไม่ให้ความร่วมมือหรือไม่ยอมรับนโยบายแต่แท้จริงแล้วนโยบายต่างหากที่ไม่ยอมรับอัตลักษณ์ของคนในพื้นที่ประกอบกับนโยบายในยุคหลังมองที่การแก้ปัญหาความรุนแรงเป็นหลัก คือความไม่เข้าใจในสังคม ประเพณี และวัฒนธรรม เท่าที่ควรทำให้รากเหง้าของปัญหายังไม่ได้รับการแก้ไข

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างจิตวิทยามวลชน

จิตวิทยามวลชน หมายถึง การสร้างความเข้าใจกับมวลชน โดยสร้างเครือข่ายในการปฏิบัติงานให้ความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วนและให้ความจริงปรากฏต่อสาธารณชนโดยเร็ว เพื่อให้มีความสำคัญกับการกำจัดอิทธิพลและปรับเปลี่ยนแนวคิดของกลุ่มบุคคล

คณะกรรมการศึกษาปัญหา 3 จ.ชายแดนภาคใต้ของสภาที่ปรึกษาฯ ได้สรุปและเสนอแนวทางแก้ไขปัญหา โดยแบ่งเป็น 9 ด้าน ดังนี้ (นิกร จ่านอง, 2549)

1.ด้านการเมืองการปกครองต้องให้ประชาชนในพื้นที่ที่มีบทบาทและมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายและกระบวนการแก้ไขปัญหาสนับสนุนให้จังหวัดชายแดนภาคใต้บริหารงานโดยมีสภาที่ปรึกษาเสริมสร้างสันติสุขจังหวัด เจ้าหน้าที่ที่จะเข้าไปปฏิบัติงานต้องผ่านการอบรมและเพิ่มมาตรการลงโทษแก่ข้าราชการที่ประพฤติตนไม่เหมาะสมรวมถึงเสนอให้มีรมต.ประจำสำนักนายกฯ กำกับดูแลงานแก้ปัญหาภาคใต้อย่างชัดเจน

2.ด้านเศรษฐกิจ ต้องแก้ไขปัญหาค่าว่างงาน ยกกระตือรือร้นการผลิตเร่งรัดพัฒนาเครือข่ายการคมนาคมโดยปรับปรุงขยายถนนสาย 410 จากปัตตานี - เบตง ให้เป็นเส้นทางขนส่งระหว่างไทย-มาเลเซีย-สิงคโปร์-อินโดนีเซีย และสร้างสนามบินเบตง เพื่อให้ผู้เดินทางไปร่วมพิธีฮัจญ์ได้ใช้สนามบินเบตง นอกจากนี้ยังเสนอให้กำหนด 3 จ.ชายแดนเป็นเขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ เพื่อจูงใจให้เกิดการลงทุนในพื้นที่

3.ด้านการศึกษา ส่งเสริมและสนับสนุนแนวทางการศึกษาของอิสลามให้เป็นมาตรฐานเดียวกันและพัฒนาบุคลากรผู้สอนให้มีความสามารถในการสอนถูกต้องตามหลักศาสนา รวมทั้งส่งเสริมให้ครูในตาดีกา และปอเนาะได้รับการศึกษาเพิ่มเติม เพื่อให้มี วิทยฐานะและสร้างขวัญกำลังใจ นอกจากนี้จะต้องวางระบบเทียบคุณวุฒิทางการศึกษาสำหรับผู้จบการศึกษาจากประเทศตะวันออกกลางให้สามารถใช้เป็นพื้นฐานการศึกษาต่อได้ในประเทศและใช้เป็นคุณวุฒิเข้าทำงานได้ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน

4.ด้านยุติธรรม นโยบายการบริหารงานยุติธรรมต้องลดเงื่อนไขที่สร้างความไม่ยุติธรรม โดยจะต้องสร้างความกระฉ่างในการดำเนินการ กรณีที่เจ้าหน้าที่บกพร่องจะต้องลงโทษอย่างเป็นรูปธรรมและควรมีการขอโทษต่อความผิดพลาดที่เกิดขึ้น

5.ด้านสังคม ต้องปลูกจิตสำนึกถึงการอยู่ร่วมกันอย่างสันติ สร้างความเข้าใจ ลดความหวาดระแวงระหว่างผู้ที่นับถือศาสนาต่างกัน เพราะสังคมไทยมุสลิมในพื้นที่เป็นสังคมปิดทำให้การรับรู้ข่าวสารจำกัด กลุ่มผู้ก่อความไม่สงบสามารถสร้างข่าวลือได้ง่ายจำเป็นต้องเร่งเข้าไปสร้างความรู้ความเข้าใจถึงพฤติกรรมที่สร้างความแตกแยกและพฤติกรรมที่สร้างความสมานฉันท์ โดยเสนอให้จัดคณะทำงานพิเศษภาคประชาชน (มุสลิม) ให้มีบทบาทในการแก้ปัญหาและแย่งชิงมวลชนกลับคืนมา ขณะเดียวกันเจ้าหน้าที่ต้องออกพบปะเยี่ยมเยียนประชาชนในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง

6.ด้านจิตวิทยา เน้นการสร้าง ความเข้าใจกับมวลชนสร้างเครือข่ายในการปฏิบัติงานให้ ความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วนและให้ความจริงปรากฏต่อสาธารณชนโดยเร็ว ทั้งนี้ควรมีสถานีวิทยุโทรทัศน์เฉพาะกิจโดยสถานีโทรทัศน์ไอห้อยู่ภายใต้การ

กำกับดูแลของกรมประชาสัมพันธ์ ส่วนสถานีวิทย์ให้อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของ ศอ.บต. นอกจากนี้จะต้องให้ความสำคัญกับการกำจัดอิทธิพลของผู้ก่อความไม่สงบโดยเร็ว เร่งหาตัวและปรับเปลี่ยนแนวคิดของกลุ่มบุคคลระดับผู้นำ

7.ด้านความมั่นคงจะต้องเตรียมการแก้ไขปัญหาการชุมนุมเรียกร้องของประชาชนไว้ล่วงหน้า และจัดให้มีแผนเผชิญเหตุแบบสันติวิธีเพื่อป้องกันการผิดพลาดโดยไม่คาดคิด จัดระบบคุ้มครองประชาชน กำหนดหมู่บ้านยุทธศาสตร์เพื่อป้องกันตนเองและยุติปัญหาการก่อเหตุร้ายรายวัน โดยเร็วที่สุด

8.ด้านการข่าว ให้ความสำคัญกับการประเมินข่าวกรองอย่างถูกต้องแม่นยำ จัดให้มีการเฝ้าตรวจสอบและวิเคราะห์พฤติกรรมความเกี่ยวข้องของกลุ่มเคลื่อนไหวบางกลุ่มกับกลุ่มก่อความไม่สงบโดยเฉพาะผู้มีอิทธิพลและผู้อยู่เบื้องหลังของกลุ่มเคลื่อนไหวที่น่าจะเป็นภัยต่อความมั่นคง

9.ด้านการต่างประเทศ ดำเนินนโยบายเป็นมิตรกับประเทศมุสลิมลดความหวาดระแวงต่อประเทศมาเลเซีย ระวังการกล่าวหาพาดพิงถึงประเทศมาเลเซียและหาโอกาสทำความเข้าใจกับประเทศมุสลิม ว่าไทยแก้ไขปัญหาจังหวัดชายแดนตามแนวทางสันติวิธี ส่งเสริมการประกอบกิจกรรมตามศาสนาอิสลามและให้ความยุติธรรมกับประชาชนทุกเชื้อชาติ ทั้งนี้จะต้องชี้แจงเป็นระยะๆ โดยให้สถานทูตประจำประเทศต่างๆ เป็นกลไกสร้างความเข้าใจถึงนโยบายของรัฐบาลไทย เพื่อลดความช่วยเหลือกลุ่มขบวนการที่มีกลยุทธ์เรียกร้องความสนใจจากประเทศต่างๆ

ข้อเสนอของสภาที่ปรึกษาฯ ทั้ง 9 ข้อ ถือว่าตรงกับนโยบายรัฐบาลหลายจุด ประเด็นสำคัญในการแก้ปัญหาหนีคือการป้องกันไม่ให้เกิดเหตุ ซึ่งรัฐบาลได้ยึดแนวทางสมานฉันท์มีแนวทางสำคัญคือเอาชนะใจประชาชนด้วยการดึงมาเป็นแนวร่วมของรัฐบาลให้ได้ เพราะถ้าประชาชนนิ่งเฉยการแก้ปัญหาจะไม่สิ้นสุด ขณะเดียวกันเจ้าหน้าที่ของรัฐจะต้องลงไปได้ทุกพื้นที่ โดยเฉพาะการสร้างจิตวิทยามวลชนและนำปรัชญาของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว “เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา” เพราะถ้าประชาชนมีความเชื่อที่ถูกต้อง ยอมรับ และมีความเชื่อต่อฝ่ายราชการ ก็จะทำให้ปัญหาคลี่คลายไปในที่สุด อย่างไรก็ตามขณะนี้เจ้าหน้าที่รัฐได้ลงไปพูดคุยกับผู้นำชุมชน ผู้นำศาสนา ปราชญ์ชาวบ้านครบทั้ง 88 ตำบล และอยู่ระหว่างการประมวลผล โดยกระทรวงมหาดไทยได้เร่งจัดทำโครงการพัฒนาคุณภาพชีวิต โครงการอยู่ดีมีสุข ให้ประชาชนสามารถเบิกจ่ายงบประมาณได้ด้วยตนเอง

รัฐบาลมีนโยบายที่จะฟื้นฟู ศอ.บต. เพื่อแก้ปัญหาความไม่สงบโดยเปิดให้ประชาชนมีส่วนร่วมมากขึ้นแต่จนถึงขณะนี้ก็ยังไม่มีความหมายรองรับ ศอ.บต. ทำให้เกิดคำถามถึงความจริงจังจากการที่ได้สัมผัสประชาชนและเจ้าหน้าที่ในพื้นที่พบว่าพวกเขารู้สึกสิ้นหวังและคิดไปว่านโยบายของรัฐบาลคือการไม่บังคับใช้กฎหมายคนส่วนใหญ่มองไม่เห็นความเปลี่ยนแปลง อีกทั้งนโยบาย

ไม่เป็นรูปธรรมตนจึงเห็นว่าควรปรับโครงสร้างและรูปแบบให้สามารถจับต้องได้ ขณะเดียวกัน ต้องเร่งส่งเสริมผู้นำท้องถิ่นให้มีส่วนร่วมแก้ไขปัญหาทางการเมืองอย่างจริงจัง โดยเชื่อว่าจะช่วย แก้ปัญหาได้ระดับหนึ่ง

ศอ.บต.ถูกตั้งความหวังว่าจะช่วยแก้ปัญหาความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดน แต่จนถึงวันนี้ทั้งเรื่องบุคลากร งบประมาณและกฎหมายของ ศอ.บต.ยังไม่มีเลย ขณะที่เหตุการณ์รุนแรงขึ้น ตนมองไม่เห็นทางออก ตนเห็นว่าข้อเสนอของสภาที่ปรึกษาฯยังมีความทับซ้อนกันควรจะ เรียงลำดับความสำคัญก่อนหลังของปัญหาโดยให้ปัญหาความมั่นคงเป็นอันดับแรก ตามด้วยความ ยุติธรรม เศรษฐกิจ สังคม และการศึกษา ส่วนประเด็นที่เสนอให้มีรัฐมนตรีประจำสำนักนายกฯลง ไปทำงานประจำใน 3 จังหวัดชายแดนนั้น ตนมองว่าไม่เพียงพอ เพราะรัฐมนตรีประจำสำนักนายกฯ เป็นเพียงผู้ช่วยนายกฯไม่มีอำนาจสั่งการกระทรวงอื่นๆได้ ดังนั้นควรให้ ศอ.บต.เป็นอำนาจของ นายกฯเพื่อให้นายกฯมอบอำนาจไปยังรองนายกฯ แล้วส่งรองนายกฯไปทำงานประจำในส่วนหน้า

วินัย สมะอุณ (2549) กล่าวว่า การแก้ปัญหา 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ไม่สามารถทำได้ด้วยเอกสารหรือนโยบายอ้อมค้อมแต่จะต้องพูดกันตรงๆว่า สิ่งที่พวกเขาเรียกร้องมานาน รัฐบาล เคยทำอะไรให้บ้าง เขตปกครองพิเศษมีที่อื่นได้แต่มีใน 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ไม่ได้ พวกเขา ต้องการแค่ความเป็นตัวของตัวเอง ต้องการเป็นมุสลิมไม่ได้ต้องการเป็นมาเลเซียหรือแบ่งแยก ดินแดน แต่เจ้าหน้าที่กลับตีความไม่ตรงกับข้อเท็จจริง สำหรับ ศอ.บต. ตนขอเสนอให้มีสภาฯ ศอ.บต. เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายการดึงประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมระดมความคิดเห็นในด้านการเมืองการปกครอง จึงไม่ต้องการให้ ศอ.บต. เป็นแค่สำนักงานปลัดในจังหวัดชายแดนภาคใต้ เท่านั้น

ราชันย์ วีระพันธุ์ ประธานคณะทำงานศึกษาปัญหา 3 จ.ชายแดนภาคใต้ กล่าวว่า 5 เดือนของการประชุมแปรญัตติ ร่าง พ.ร.บ. ศอ.บต. มีการล้มตายของประชาชนหลายร้อยศพ ตนจึงรู้สึก ถึงความเศร้าใจต่อการจริงจังและจริงใจในการฟื้นฟู ศอ.บต. เพราะถ้ามองว่ากฎหมาย ศอ.บต. จะช่วย ประหยัดชีวิตคน แต่เหตุใดจึงมีการประชุมกันสัปดาห์ละ 1 ชั่วโมง ทั้งยังแปรญัตติให้ กอ.รมน. เข้า มาควบคุม ศอ.บต. การแก้ปัญหา 3 จ.ชายแดนทุกวันนี่จึงทำในแบบขาดเอกภาพ เข้าภาพมากเกินไป นโยบายไม่ชัดเจน ปฏิบัติงานไม่ต่อเนื่องและประชาชนไม่มีส่วนร่วม

นายเจอะอามิง โตะปาหยง กล่าวว่า ในสถานการณ์ที่ประชาชนไม่ไว้วางใจ รัฐบาลเองก็ หวาดระแวงประชาชนจึงจำเป็นต้องมีการพูดคุยทำความเข้าใจ แต่รัฐบาลกลับส่งกองกำลัง นอกพื้นที่ซึ่งเป็นคนที่ประชาชนไม่ไว้วางใจเข้าไปทำงานมวลชนจึงเป็นความพ่ายแพ้ ที่ผ่านมารัฐบาล กำหนดนโยบายจากบนสู่ล่างไม่ฟังการสัมมนาหรือฟังการประชาพิจารณ์ ระแวงการเรียนภาษายาวี

มลายูทั้งที่สิ่งที่ต้องระวังมากที่สุดคือสงครามมวลชน กองกำลังจำกัดได้แค่เพียงการก่อการร้ายแต่ ยุติปัญหาไม่ได้ เพราะปัญหาจะยุติลงได้ด้วยการเมืองและการพูดคุย

คนในพื้นที่รู้ว่าโจรมีทั้งในและนอกเครื่องแบบ แต่พวกเขาเลือกที่จะไม่พูดคุยกับปาก เอาไว้กินข้าว ในอดีตปัญหาจาก 3 จ.ชายแดนเป็นปัญหาระหว่างชนมลายูกับเจ้าหน้าที่รัฐโดยเฉพาะ ตำรวจ แต่ปัจจุบันกลายเป็นความแตกต่างทางศาสนา เหตุที่เป็นเช่นนี้เกิดจากความไม่รู้และความ ไม่เข้าใจ ดังนั้นหากคนยังมีทัศนคติว่าคนไทยส่วนใหญ่เป็นชาวพุทธถึง 95% ส่วนอิสลามเป็นพวก แบ่งแยกดินแดนก็จะแก้ปัญหานี้ไม่ได้พวกเราจะต้องสร้างจิตสำนึกความเป็นพลเมืองไทย อย่าเอา วัฒนธรรมหรือประเพณีมาแบ่งแยกบุคคล

ปัญหาจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่ผ่านมามีแต่การพูด พูดกันหลายเวทีแต่ไม่ทำจริงจนถึง วันนี้ก็ยังนั่งพูดกันซ้ำๆ ถึงข้อเรียกร้องจากคนในพื้นที่จนตนอดคิดไม่ได้ว่าผู้ใหญ่ในบ้านเมืองคงแค่ จัดเวทีให้พวกเราระบายความรู้สึกจะได้หายเครียด

กลุ่มลูกเหลียงซึ่งเป็นกลุ่มเอ็นจีโอที่ทำงานคุ้มครองเด็กในจังหวัดชายแดนภาคใต้ กล่าวว่า นื่องๆ ในพื้นที่หลายคนถูกบังคับให้เป็นสายโจรและสายของเจ้าหน้าที่รัฐ จากนั้นก็บังคับให้ เลือกลงข้าง ถ้าไม่ยอมก็จะถูกฆ่า ถูกจับหรือถูกปรับปรับว่าเป็นพวกติดยา รัฐบาลก็ไม่เคยเยียวยาหลัง เกิดเหตุร้าย สำหรับครอบครัวตนปีที่แล้วตนต้องเสียพี่ชายไปถึง 3 คน ในการสัมมนามีเอกสารและ ข้อเสนอมากมายแต่พวกเราไม่เคยได้รับการชี้แจงอะไรเลยจึงไม่เข้าใจว่ามาพูดคุยกันทำไมเรื่อง ความมั่นคง เพราะคนข้างล่างไม่เคยได้รับอะไรพวกเขาสู้เพราะมีความแค้นสะสมในใจ หลังจากนั้น จึงอยากให้ช่วยกันเยียวยาจิตใจปรับแนวความคิดใหม่ เพื่อไม่ให้เด็กๆ อยู่กับอดีตที่รุนแรง ที่ผ่านมา กลุ่มลูกเหลียงได้ดูแลเด็กที่สูญเสียพ่อแม่ ในพื้นที่ทั้งเด็กมุสลิม ลูกชาวบ้านและลูกข้าราชการเพื่อให้ ทุกคนได้เรียนรู้ที่จะอยู่ร่วมกัน

ด้านตัวแทนกลุ่มครูในจังหวัดชายแดนภาคใต้ สมาพันธ์ครูนราธิวาส ได้เสนอความเห็น ว่าจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นสร้างความหวาดกลัวให้กับครูทำให้การศึกษาในจังหวัดชายแดนภาคใต้ ตกต่ำมาก ครูไม่มีพื้นที่ปลอดภัย อยู่ในบ้านก็ถูกฆ่าระหว่างเดินทางไปสอนก็ถูกลอบยิง แม้แต่สอน อยู่ในห้องเรียนโจรก็เข้ามาฆ่าต่อหน้าเด็ก จึงอยากเสนอให้สร้างความเข้มแข็งให้อำนาจรัฐ ที่ผ่านมา มุสลิมเรียกร้องสิทธิเสรีภาพและความชอบธรรม ขณะที่ครูเรียกร้องความปลอดภัยอยู่รอดปลอดภัย ทั้งนี้ สาเหตุของปัญหาเชื่อว่าเกิดจากแนวคิดแบ่งแยกดินแดนแต่รัฐก็เบื่อกันที่จะพูด เพราะรัฐไม่เคย แก้ปัญหาตามที่ถูกร้องขอจนปัจจุบัน กลุ่มผู้นำศาสนาก็ไม่สามารถพูดคุยกับผู้ก่อความไม่สงบฟังได้ จึง อยากแนะนำให้รัฐบาลออกไปชี้แจงตามมัสยิดต่างๆ เพื่อประชาสัมพันธ์ให้รัฐถึงแนวทางการ แก้ปัญหา เปิดเผยความจริงว่าใครเป็นผู้ก่อความรุนแรง รวมทั้งชี้แจงให้รู้ว่ารัฐบาลจัดสรร งบประมาณลงมาช่วยเหลืออย่างไร

แนวคิดการประชาสัมพันธ์ภาครัฐ

การประชาสัมพันธ์ภาครัฐ เป็นหลักในด้านการประชาสัมพันธ์และเป็นศูนย์กลางข้อมูลข่าวสารของรัฐในพื้นที่ 3 จังหวัดภาคใต้ เพื่อให้ประชาชนได้มีโอกาสรับรู้ เกิดความรู้ ความเข้าใจ สามารถใช้ข้อมูลข่าวสารของรัฐเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและมีส่วนร่วมในการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อสร้างความเข้มแข็งของสังคมไทย โดยรวม

การประชาสัมพันธ์ภาครัฐมีค่านิยมร่วม คือ

1. มุ่งให้บริการ ประสานสัมพันธ์ สร้างสรรค์สังคม
2. เสนอข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็ว เที่ยงตรงและเชื่อถือได้
3. ทำงานอย่างมืออาชีพ (ผลิตงานที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ)
4. มีจิตสำนึกการให้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการและประโยชน์ของประชาชน

พันธกิจ หรือ ภารกิจหลักของงานประชาสัมพันธ์ (Mission)

1. เป็นศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์ภาครัฐ เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างมีระบบ โดยการเสนอแนะนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ให้กับรัฐบาลและส่วนราชการ
2. ดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ประชาชนมีโอกาสรับรู้ เกิดความรู้ เกิดความเข้าใจ สามารถใช้ข้อมูลข่าวสารของรัฐในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศ รวมทั้งในการพัฒนาประเทศ รวมทั้งเกิดภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย

เป้าประสงค์ของงานประชาสัมพันธ์ (Organizational Goals)

1. การประชาสัมพันธ์ภาครัฐเป็นไปอย่างมีระบบ
2. ประชาชนมีโอกาสรับรู้ เกิดความรู้ เกิดความเข้าใจ สามารถใช้ข้อมูลข่าวสารของรัฐในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศ รวมทั้งในการพัฒนาประเทศ รวมทั้งเกิดภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย

ยุทธศาสตร์/กลยุทธ์ในภาพรวมของงานประชาสัมพันธ์

มิติที่ 1 ประสิทธิภาพตามพันธกิจ

- (1) ยุทธศาสตร์ในการเป็นศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์ภาครัฐ (ผลผลิตที่ 1 การเสนอแนะนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์)

- กิจกรรมหลัก ให้คำปรึกษาแนะนำด้านการประชาสัมพันธ์

กลยุทธ์ 1.1 การเสนอแนะนโยบายการประชาสัมพันธ์และจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ของรัฐ

กลยุทธ์ 1.2 การให้คำปรึกษาและประสานความร่วมมือด้านการประชาสัมพันธ์ระหว่างภาครัฐภาคเอกชน ภาคประชาชน และสื่อมวลชน

- กิจกรรมหลัก การพัฒนาระบบข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์

กลยุทธ์ 1.3 การพัฒนาระบบข้อมูลข่าวสารของรัฐ

- กิจกรรมหลัก การให้ความสำคัญและเผยแพร่ความรู้ทางวิชาการ

กลยุทธ์ 1.4 ส่งเสริมงานด้านวิชาการ

กลยุทธ์ 1.5 การแก้ไขหรือยกเลิกกฎระเบียบ

(2) ยุทธศาสตร์ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของรัฐ (ผลผลิตที่การประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของรัฐ)

กิจกรรมหลัก ผลิตและจัดหารายการเพื่อเผยแพร่ทางวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์เพื่อสนับสนุนนโยบายของรัฐรวมถึงการให้บริการเพื่อการศึกษา

กลยุทธ์ 2.1 ดำเนินการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของรัฐรวมถึงการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์และบริการเพื่อการศึกษา (ต่างประเทศ เขต และจังหวัดทั่วประเทศ)

กิจกรรมหลัก การปรับปรุงประสิทธิภาพการส่งวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์

กลยุทธ์ 2.2 ส่งเสริมและพัฒนางานเทคนิค

มติที่ 2 ด้านประสิทธิภาพของการปฏิบัติราชการ

(3) ยุทธศาสตร์ในการเพิ่มประสิทธิภาพของการปฏิบัติราชการ

กลยุทธ์ 3.1 การลดค่าใช้จ่าย

กลยุทธ์ 3.2 การลดระยะเวลาการให้บริการ

กลยุทธ์ 3.3 การนำระบบอิเล็กทรอนิกส์มาใช้กับงานบางส่วน

กลยุทธ์ 3.4 การเพิ่มผลิตภาพ

กลยุทธ์ 3.5 การวัดผลิตภาพ

กลยุทธ์ 3.6 การวัดต้นทุนต่อหน่วย

กลยุทธ์ 3.7 การเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนหรือองค์กรพัฒนาที่ไม่แสวงหากำไรสามารถคัดค้านและเข้ามาดำเนินการแข่งขันได้

กลยุทธ์ 3.8 การบริหารสินทรัพย์ให้เกิดประสิทธิภาพ

กลยุทธ์ 3.9 การตรวจสอบความคุ้มค่าของเงิน

มิติที่ 3 ด้านคุณภาพการให้บริการ

(4) ยุทธศาสตร์ด้านการให้บริการเพื่อเพิ่มคุณภาพการให้บริการ

กลยุทธ์ 4.1 คุณภาพการให้บริการ

กลยุทธ์ 4.2 การให้บริการผ่านทางระบบอิเล็กทรอนิกส์

กลยุทธ์ 4.3 การนำระบบประกันคุณภาพมาใช้

กลยุทธ์ 4.4 การสำรวจและรับฟังความคิดเห็นของประชาชน และจัดให้มีคณะที่

ปรึกษาภาคประชาชน

มิติที่ 4 ด้านการพัฒนองค์กร

(5) ยุทธศาสตร์ในการพัฒนองค์กร

กลยุทธ์ 5.1 การลดอัตรากำลังหรือการจัดสรรอัตรากำลังให้ทำงานคุ้มค่า

กลยุทธ์ 5.2 การพัฒนาระบบบริหารความรู้ในองค์กร

กลยุทธ์ 5.3 การมอบอำนาจการตัดสินใจ การอนุมัติ อนุญาต ไปยังระดับ

ปฏิบัติการ

กลยุทธ์ 5.4 การกำหนดเป้าหมายและตัวชี้วัดระดับบุคคลให้สอดคล้องกับระดับ

องค์กร

กลยุทธ์ 5.5 การพัฒนาระบบควบคุมภายใน

กลยุทธ์ 5.6 นวัตกรรม

การประยุกต์ใช้แนวคิดจิตวิทยามวลชน

1.การสร้างความสัมพันธ์และปรับความคิดความเชื่อ โดยเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับ ผู้นำชุมชน ผู้นำศาสนา และผู้อาวุโสในท้องถิ่น

2.ส่งเสริมการศึกษา เน้นการส่งเสริม พัฒนาการศึกษา ในพื้นที่ทุกระดับอย่างยั่งยืน ให้เอื้อต่อการเสริมสร้างสันติสุข และความมั่นคง โดยการแนะแนวการศึกษาให้มีมาตรฐานสูงขึ้นในทุกระดับ ส่งเสริมการเรียนรู้แบบบูรณาการทั้งวิชาสามัญ วิชาชีพ และศาสนาในสถานศึกษาทุกระดับในพื้นที่เป้าหมาย

3.การปฏิบัติการจิตวิทยาและประชาสัมพันธ์ เน้นการรณรงค์ ให้ประชาชนมีความเชื่อมั่นในแนวทางนโยบาย และความมุ่งมั่นของรัฐบาลในการเสริมสร้างสันติสุข ควบคู่ไปกับการเผยแพร่ข่าวสาร ข้อมูลที่ถูกต้อง

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อรวลี สีแพรไพด (2549) ทำการวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารด้านการเมืองของข้าราชการฝ่ายรัฐสภาและเพื่อศึกษาระดับความรู้ข่าวสารด้านการเมืองของข้าราชการฝ่ายรัฐสภา กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ได้แก่ ข้าราชการฝ่ายรัฐสภา จากสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ที่มีตำแหน่งตั้งแต่ระดับผู้อำนวยการกลุ่มงานขึ้นไป จำนวน 150 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามและแบบทดสอบสำหรับกลุ่มตัวอย่างสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ สมมติฐาน ได้แก่ สถิติ t-test F-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว (One-way ANOVA) วิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (Scheffe) ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากการวิจัยพบว่า ข้าราชการฝ่ายรัฐสภาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น ผู้ที่มีความรู้และความเข้าใจทางการเมืองในระดับสูง และเห็นว่าการรับรู้ข่าวสารการเมืองทางสื่อมวลชนมีประโยชน์โดยรวมอยู่ในระดับสูง โดยสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีประโยชน์และน่าเชื่อถือมากที่สุด รองลงคือ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต วิทยุ และนิตยสาร ตามลำดับ และพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ข่าวสารทางสื่อบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางและเห็นว่าเพื่อนร่วมงานเป็นสื่อบุคคลที่กลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวสารมากที่สุด และมีประโยชน์สูงสุด แต่เห็นว่าการรับรู้ข่าวสารจากผู้บังคับบัญชาเป็นข่าวสารที่มีความน่าเชื่อถือมากกว่าจากสื่อบุคคลอื่นๆ นอกจากนี้ยังพบว่า ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างในเรื่อง เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส และอัตราเงินเดือนที่แตกต่างกันและกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับข่าวสารด้านการเมืองจากสื่อมวลชน และทางสื่อบุคคลที่แตกต่างกันจะมีระดับการรับรู้ข่าวสารและความเข้าใจการเมืองโดยรวมในระดับที่ต่างกัน

นิวัตร สารพัตร (2544) ในรายงานวิจัยที่ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ ได้มอบหมายให้กองวิจัยและพัฒนา สำนักงานแผนงานและงบประมาณ ดำเนินการทำการวิจัยให้ทราบถึงสาเหตุและแนวทางในการป้องกันแก้ไขปัญหา ในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจตามมาตรการในการป้องกันแก้ไขปัญหาการเกิดความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ จังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงสาเหตุการเกิดความไม่สงบในเขตชายแดนภาคใต้ และหาแนวทางป้องกันแก้ไข ทำวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยอาศัยข้อมูลทุกขุมของหน่วยงานสำนักงานตำรวจแห่งชาติ ศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ศอ.บต.) และข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจากประชาชน ผู้นำศาสนาครู ข้าราชการและที่สำคัญยิ่งคือ เจ้าหน้าที่ตำรวจที่

ปฏิบัติหน้าที่ใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ทั้งสิ้น 2,127 ตัวอย่าง นำมาประมวลสรุปสาเหตุของปัญหาที่รวบรวมได้ จัดทำเป็นแบบสอบถามแล้วได้ขอให้ คณะกรรมการที่ปรึกษาศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ศอ.บต.) ซึ่งเป็น ผู้ทรงคุณวุฒิได้พิจารณาประเด็นปัญหาเพื่อจัดระดับความสำคัญของปัญหาที่ได้มาจากการเก็บ ข้อมูลครั้งแรก

จากการศึกษาพบว่า ปัญหาจังหวัดชายแดนภาคใต้ ไม่สามารถแก้ปัญหาเชิงเดียว จาก หน่วยใดหน่วยหนึ่งได้เพียงหน่วยเดียว เพราะสภาพปัญหาในจังหวัดเหล่านั้นมีรูปแบบปัญหา เชิงซ้อนแตกต่างกันไปจากภาคอื่น ทั้งสภาพพื้นที่ สังคม วัฒนธรรม และศาสนา เป็นต้น ดังนั้น การศึกษาถึงการปฏิบัติตามแนวทาง มาตรการ หรือโครงการต่างๆ ที่กำหนดให้เจ้าหน้าที่ตำรวจ รับผิดชอบพื้นที่สถานีตำรวจที่เกิดเหตุการณ์ไม่สงบในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ให้ปฏิบัติ ตาม จะเป็นเพียงส่วนหนึ่งของการป้องกันและแก้ไขปัญหาในภาพรวม (MACRO) ของปัญหาใน ระดับชาติ เท่านั้น คณะผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่า การศึกษาครั้งนี้ควรศึกษาปัญหาต่าง ๆ ในจังหวัด ชายแดนภาคใต้ในภาพรวมว่าการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ในการป้องกันแก้ไขปัญหาความไม่สงบใน พื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ มีจุดอ่อนจุดแข็งอย่างไร แล้วจึงมาวิเคราะห์ในภาพย่อย (MICRO) ในส่วนของสำนักงานตำรวจแห่งชาติต่อไป วัตถุประสงค์การวิจัยและชื่อเรื่องจึงมีขอบเขต กว้างขวางขึ้นจากเดิม

วิจัย ชูเชิด (2548) ทำการศึกษาการกำหนดยุทธศาสตร์การแก้ปัญหา 3 จังหวัด ชายแดนภาคใต้ พบว่า มีความจำเป็นที่จะต้องทบทวนสถานการณ์ที่เกิดขึ้นอันนำมาสู่ความสำนึก ของสังคมไทยต่อปัญหา 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ก่อนที่จะได้พยายามแสวงหาทฤษฎี หรือ แนวความคิดที่เหมาะสมมาใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์รากเหง้าของปัญหา อันส่งผลให้เกิด การรุนแรงขึ้นในพื้นที่จากการกำหนดที่มาของปัญหาอย่างมีเหตุผลดังกล่าว น่าจะทำให้การกำหนด ยุทธศาสตร์มีความถูกต้องเหมาะสมยิ่งขึ้น ผลการศึกษายุทธศาสตร์การแก้ปัญหา 3 จังหวัด ชายแดนภาคใต้ของรัฐบาลในปัจจุบัน พบว่า

- การนำนโยบายของรัฐไปปฏิบัติใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้นั้นในตอนนี้อยู่ในขั้นวิวัฒนาการ ไม่ได้ว่าประสบความสำเร็จหรือว่าล้มเหลวจะต้องอาศัยเวลาการที่รัฐบาลมีการเปลี่ยน รัฐมนตรีว่าการกระทรวงกลาโหม รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย และ ผอ.กอ.สสส.จชต. บ่อย ๆ ทำให้ประชาชนขาดความเชื่อมั่นและมองว่ารัฐบาลไม่ค่อยให้ความสำคัญเท่าที่ควร ซึ่งทาง รัฐบาลน่าจะให้คนเก่าได้ทำงานไปหนึ่งปีหรือสองปี เพื่อให้มีผลงาน

- การส่งกำลังเจ้าหน้าที่ลงไปอยู่เต็มพื้นที่ที่มากถึง 70,000 กว่าคนในพื้นที่ซึ่งมี ประมาณ 20,000 ตารางกิโลเมตร การใช้กำลังทหาร และตำรวจไม่ใช่ว่าแก้ปัญหา 3 จังหวัด

ชายแดนภาคใต้ นโยบายที่นำไปสู่ความสมานฉันท์และสันติสุขควรเป็นนโยบายที่มีความ
ประนีประนอมมากกว่านโยบายที่ใช้กำลังและอาวุธ เพราะการใช้กำลังหรืออาวุธเป็นการใช้ความ
รุนแรงในการแก้ปัญหาซึ่งจะเป็นการสร้างปัญหาอื่น ๆ ตามมาทีหลัง

- รัฐบาลกับคณะกรรมการอิสระเพื่อความสมานฉันท์แห่งชาติต้องทำงานร่วมกันแบบ
บูรณาการมิใช่ทำงานแบบคู่ขนาน ปัญหากรณีกรือเซะตากใบหรือปัญหาอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นใน 3
จังหวัดชายแดนภาคใต้ต้องได้รับการเยียวยาอย่างถูกต้องและรวดเร็วหากรัฐบาลต้องการความ
ร่วมมือจากประชาชนในการแก้ไขปัญหา 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้รัฐบาลต้องเร่งสร้างความมั่นใจ
ให้กับประชาชนว่าจะมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินเมื่อให้ความร่วมมือกับภาครัฐ

ความเชื่อมั่นศรัทธาของประชาชนที่มีต่อภาครัฐเป็นตัวชี้วัดให้เห็นได้ว่าการนำนโยบาย
ยุทธศาสตร์ในการแก้ไขปัญหา 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว
ความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติสามารถวัดได้จากระดับของความร่วมมือผู้ที่รับนโยบาย
ไปปฏิบัติมีต่อผู้ออกคำสั่งหรือผู้กำหนดนโยบาย ถ้าระดับของความร่วมมือมีสูงระดับของ
ความสำเร็จภายใต้การนำนโยบายไปปฏิบัติก็จะสูงตามไปด้วยและในทางกลับกันถ้าระดับของ
ความร่วมมือมีต่ำ ก็หมายความว่าระดับของความล้มเหลวในการนำนโยบายไปปฏิบัติจะมีอยู่สูง

สรุปได้ว่าความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติสามารถวัดได้จากระดับของ
ความร่วมมือที่ผู้รับนโยบายไปปฏิบัติต่อผู้ออกคำสั่งหรือผู้กำหนดนโยบายจากผลการศึกษาจากเอกสาร
ทฤษฎี วารสาร บทความ การเข้าร่วมสัมมนาทางวิชาการ และการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่
ปฏิบัติหน้าที่เกี่ยวข้องในการแก้ไขปัญหา 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ มีประเด็น ดังนี้

1. มีการเปลี่ยนแปลงนโยบายบ่อยครั้ง นโยบายที่รัฐบาลกำหนดขึ้นบางนโยบายยังไม่
ถึงผู้ปฏิบัติงานจริง ๆ กลับถูกยกเลิก
2. การนำนโยบายของรัฐไปปฏิบัติใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้นั้นในตอนนี้อย่างไร
ไม่ได้ว่าประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว จะต้องอาศัยระยะเวลา
3. นโยบายที่นำไปสู่ความสมานฉันท์และสันติสุขต้องเป็นนโยบายที่มีความ
ประนีประนอมมากกว่านโยบายที่ใช้กำลังและอาวุธ
4. รัฐบาลกับคณะกรรมการอิสระเพื่อความสมานฉันท์แห่งชาติต้องทำงานร่วมกันแบบ
บูรณาการมิใช่ทำงานแบบคู่ขนาน ปัญหากรณีกรือเซะตากใบ หรือปัญหาอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นใน 3
จังหวัดชายแดนภาคใต้ต้องได้รับการเยียวยาอย่างถูกต้องและรวดเร็ว
5. ประชาชนในพื้นที่ยังมีความหวาดระแวงในตัวเจ้าหน้าที่รัฐ รัฐบาลต้องเร่งสร้าง
ความมั่นใจให้กับประชาชน เมื่อประชาชนให้ความร่วมมือกับภาครัฐประชาชนจะมีความมั่นคง
ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

นอกจากนี้ ความล้มเหลวของนโยบายยุทธศาสตร์การแก้ปัญหา 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ มีสาเหตุมาจาก

- ระบบราชการ

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา “ระบบราชการ” เป็นสาเหตุหนึ่งทำให้การแก้ปัญหาภาคใต้ ล้มเหลว ตัวข้าราชการบางรายอาจมีส่วนเกี่ยวข้องกับการก่อเหตุในแต่ละครั้ง แต่ภาครัฐไม่สามารถพิสูจน์ทราบให้แน่ชัดว่ามีใครเกี่ยวข้อง เนื่องจากกลุ่มผู้ก่อเหตุมีหลายกลุ่ม ปัญหาที่ล้มเหลวราชการมีส่วนเกี่ยวข้องด้วยทั้งสิ้น ดำรวจคือเจ้าปัญหาในพื้นที่ซึ่งเริ่มตั้งแต่มีการสถาปนาอำนาจให้ตำรวจเป็นใหญ่ในช่วงประกาศนโยบายปราบปรามยาเสพติดปราบผู้มีอิทธิพลและธุรกิจนอกระบบ เจ้าหน้าที่บางคนมีผู้มีอิทธิพลหนุนหลังเพื่อแสวงหาผลประโยชน์เป็นหลัก รัฐบาลจะต้องแก้ไขปัญหาลดและต้องทำให้ประชาชนเห็นว่าผู้ใดที่กระทำการไม่ถูกต้องควรจะได้รับโทษเช่นใครที่ไปอุ้มฆ่าเขา รัฐบาลจำเป็นต้องลงไปแก้ไขกลุ่มผู้มีอิทธิพล พวกยาเสพติด รัฐบาลจะต้องลงไปกำจัดโดยการใช่วิธีการตามกฎหมาย

อย่างไรก็ตาม พบว่า รัฐบาลก็ยังไม่มีความจริงจังในการแก้ไขปัญหา โดยจะสังเกตได้จากที่ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงกลาโหม รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทยและ ผอ.กอ.สสส.จชต. มีการเปลี่ยนแปลงความสำคัญเท่าที่ควร ซึ่งรัฐบาลควรให้ผู้ที่ได้รับมอบหมายเดิมได้ทำงานไปสักระยะเวลาหนึ่ง (1-2 ปี) เพื่อให้เห็นผลงานเป็นรูปธรรม

ระบบราชการเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้นโยบายยุทธศาสตร์การแก้ปัญหา 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้เกิดความล้มเหลวเนื่องจาก

1. นายกรัฐมนตรีสั่งข้าราชการในพื้นที่ไม่ได้
2. ข้าราชการบางรายอาจมีส่วนเกี่ยวข้องกับการก่อเหตุในแต่ละครั้ง
3. ข้าราชการบางคนไปอยู่ภายใต้อาณัติของผู้มีอิทธิพล
4. ข้าราชการที่ตั้งใจปฏิบัติงานเพื่อแก้ไขปัญหา 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ถูกข่มขู่จากผู้ก่อความไม่สงบ
5. ข้าราชการที่ไม่ดีที่อยู่ในพื้นที่ซึ่งเราจะต้องแก้ไขปัญหาลดและต้องทำให้ประชาชนเห็นว่าใครที่ทำไม่ถูกต้องต้องถูกลงโทษ
6. ข้าราชการไม่เข้าใจนโยบายยุทธศาสตร์ในการแก้ไขปัญหา 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ อย่างแท้จริง ทำให้เกิดความสับสนในการนำนโยบายไปปฏิบัติ
7. รัฐบาลยังไม่มีความจริงจัง มีการเปลี่ยนรัฐมนตรีว่าการกระทรวงกลาโหม รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย และ ผอ.กอ.สสส.จชต. หลายครั้ง ทำให้ขาดความต่อเนื่องของนโยบาย

- ความหลากหลายทางวัฒนธรรม

ความไม่เข้าใจในความหลากหลายทางวัฒนธรรมเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เห็นนโยบายยุทธศาสตร์การแก้ปัญหา 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้เกิดความล้มเหลวซึ่งผลการศึกษามีดังนี้

- 1) ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมาในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้เกิดจากความไม่เข้าใจในสังคมประเพณี และวัฒนธรรมของพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้
- 2) ผู้บริหารประเทศ ผู้กำหนดนโยบายตลอดจนข้าราชการในพื้นที่ไม่มีความเข้าใจในสังคมประเพณี และวัฒนธรรมของพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ จึงทำให้การกำหนดและการนำนโยบายไปปฏิบัติ ขัดกับวิถีชีวิตและความเชื่อทางศาสนาของคนในพื้นที่
- 3) การสร้างวัฒนธรรมของชาติ โดยละเลยความต่างในท้องถิ่น เป็นต้นตอของความรุนแรงในปัจจุบัน
- 4) สังคมไทยเป็นสังคมพหุวัฒนธรรม ซึ่งประกอบด้วยวัฒนธรรมของหลายเชื้อชาติ ศาสนาอยู่ร่วมกัน คนไทยส่วนใหญ่มักเข้าใจว่าไทยเป็นเมืองพุทธแต่แท้จริงแล้วสังคมไทยประกอบด้วยความเชื่อทางศาสนาที่หลากหลาย อันนำมาซึ่งวัฒนธรรมที่แตกต่าง รัฐบาล สื่อมวลชน ต้องเร่งสร้างความเข้าใจในเรื่องนี้ให้กับประชาชนในสังคมไทยเพื่อให้สังคมยอมรับความหลากหลายทางวัฒนธรรม ความเชื่อ และศาสนา

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง “การรับรู้นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษา แล้วทำการวิเคราะห์โดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎี วิธีการทางสถิติรวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ศึกษาจากเอกสาร ทฤษฎี รายงานการวิจัย วารสาร และบทความ
2. ศึกษาจากผลการวิเคราะห์แบบสอบถามประชาชนผู้ที่เกี่ยวข้องในการรับรู้ นโยบายภาครัฐ

3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรอิสระและตัวแปรตามดังนี้

3.1.1 ตัวแปรอิสระ ที่เป็นปัจจัยทางลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่

- เพศ
- อายุ
- ระดับการศึกษา
- อาชีพ
- รายได้
- การนับถือศาสนาอิสลาม

- ตัวแปรอิสระ ที่เป็นปัจจัยทางสื่อ ได้แก่

- รูปแบบของสื่อ
- เนื้อหาของสื่อ
- การนำเสนอสื่อ

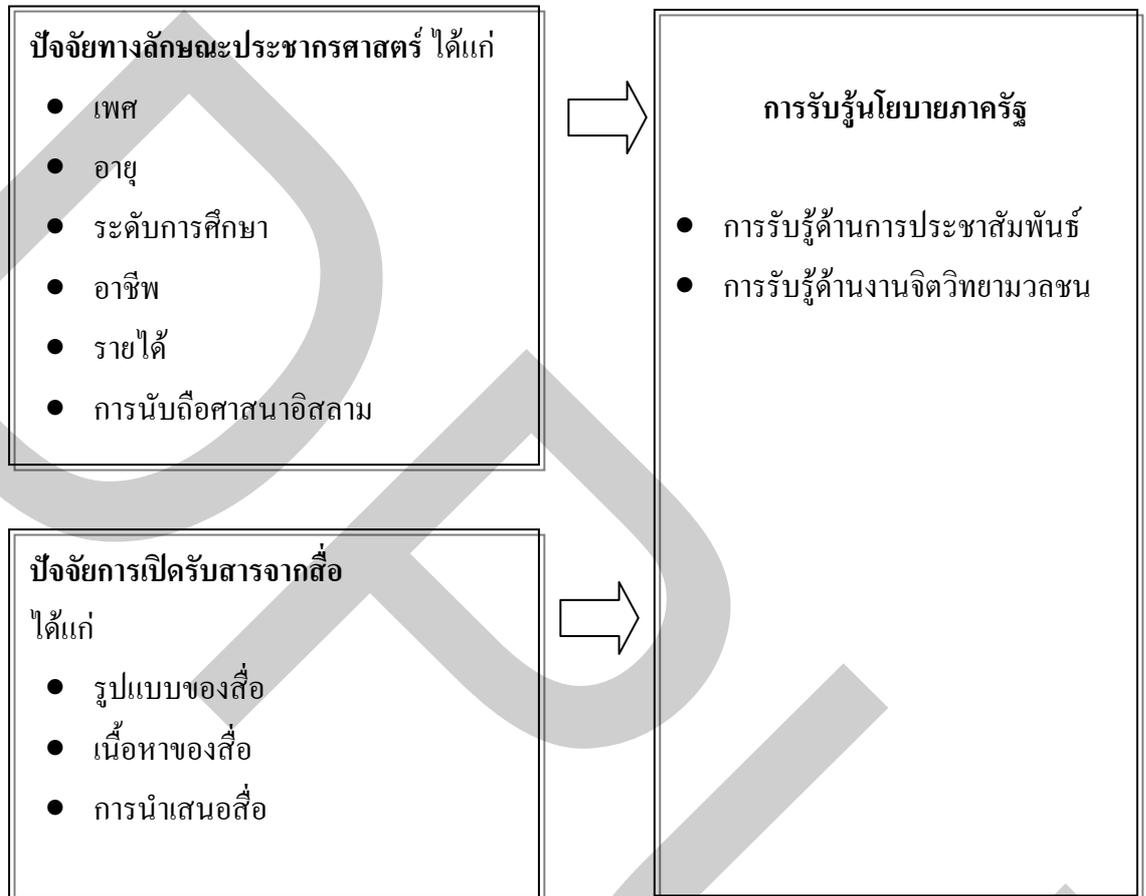
3.1.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ การรับรู้ นโยบายภาครัฐ ประกอบด้วย

- การรับรู้ด้านการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ นโยบายด้านความมั่นคง นโยบายทางการศึกษา นโยบายทางเศรษฐกิจ นโยบายทางสังคม นโยบายด้านอื่น ๆ

- การรับรู้ด้านงานจิตวิทยามวลชน

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ จำนวน 1,820,014 คน โดยใช้ในการสุ่มตัวอย่างแบบสอบถามและมีขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน ในเขตอำเภอเมือง จ.ยะลา จ.ปัตตานี จ.นราธิวาส จำนวน 100 คน และ เขตชนบท ได้แก่ อ.ยะหา จ.ยะลา อ.ยะรัง จ.ปัตตานี อ.ระแงะ จ.นราธิวาส จำนวน 100 คน วิธีการดำเนินชีวิตของคนในสังคมเมืองกับชนบท มีความแตกต่างในการรับรู้ข่าวสาร นโยบายภาครัฐ

การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยนี้เกิดจากการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่สามารถยอมรับได้ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% มาเป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมด โดยใช้ตารางของ Taro Yamane ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน จากนั้นใช้วิธี Quota Sampling แบ่ง

ตามแต่ละเขตที่จะทำการสุ่มตัวอย่างในสถานที่ต่าง ๆ ทั้งหมด 2 เขต ได้แก่ ในเขตเมือง 100 คน และ เขตชนบท 100 คน

ตารางที่ 3.1 ตารางกำหนดขนาดตัวอย่างของ Taro Yamane

ขนาดประชากร	ขนาดตัวอย่างความคลาดเคลื่อน (e)		
	± 3%	± 5%	± 10%
500	*	222	83
1,000	*	286	91
2,000	714	333	95
3,000	811	353	97
4,000	870	364	98
5,000	909	370	98
6,000	938	375	98
7,000	959	378	99
8,000	976	381	99
9,000	989	383	99
10,000	1,000	385	99
15,000	1,034	390	99
20,000	1,053	392	100
25,000	1,064	394	100
50,000	1,087	397	100
100,000	1,099	398	100

* หมายถึงขนาดตัวอย่างไม่เหมาะสม

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ทำการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลแบบปฐมภูมิ

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) จำนวน 200 ชุด

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลแบบทุติยภูมิ

การเก็บรวบรวมข้อมูลแบบทุติยภูมิ จะได้จากการค้นคว้าและการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ ตำราวิชาการ วิทยานิพนธ์ วารสาร นิตยสาร การค้นคว้าและวิจัย ทฤษฎี แนวคิด จากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ตลอดจนการค้นคว้าจากฐานข้อมูลทางคอมพิวเตอร์ เว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

3.4 เครื่องมือในการศึกษา

สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา วิธีการสอบถามจะเป็นไปในลักษณะสัมภาษณ์ด้วยแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้นตามประเด็นที่ตั้งสมมติ ดังนี้

1. ประชาชนที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และการนับถือศาสนาของที่แตกต่างกัน มีการรับรู้นโยบายภาครัฐในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ที่แตกต่างกัน

2. ปัจจัยทางสื่อ ได้แก่ รูปแบบของสื่อ เนื้อหาของสื่อ และการนำเสนอสื่อที่แตกต่างกัน ทำให้การรับรู้นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้แตกต่างกัน

การสร้างและการตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษานี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล แบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ โดยใช้แบบสอบถามแบบสำรวจรายการ (Check List)

ส่วนที่ 2 ใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางสื่อ โดยใช้แบบสอบถามแบบสำรวจรายการ (Check List)

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามที่ใช้วัดการรับรู้ของประชากรกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อนโยบายภาครัฐ โดยมีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) สร้างตามมาตรวัดของ Likert โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละคำตอบดังนี้

ตารางที่ 3.2 ส่วนเกณฑ์การจัดช่วงคะแนนเฉลี่ยและแปลความหมายคะแนนเฉลี่ยของการรับรู้

คำตอบ	คะแนน
การรับรู้นโยบายภาครัฐจากข้ออื่นนั้นมากที่สุด	1
การรับรู้นโยบายภาครัฐจากข้ออื่นนั้นมาก	2
การรับรู้นโยบายภาครัฐจากข้ออื่นนั้นปานกลาง	3
การรับรู้นโยบายภาครัฐจากข้ออื่นนั้นน้อย	4
การรับรู้นโยบายภาครัฐจากข้ออื่นนั้นน้อยที่สุด	5

ส่วนเกณฑ์การจัดช่วงคะแนนเฉลี่ยและแปลความหมายคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจ สามารถแบ่งออกได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง ปัจจัยนี้มีผลต่อการรับรู้นโยบายภาครัฐน้อยที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง ปัจจัยนี้มีผลต่อการรับรู้นโยบายภาครัฐน้อย

คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง ปัจจัยนี้มีผลต่อการรับรู้นโยบายภาครัฐปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง ปัจจัยนี้มีผลต่อการรับรู้นโยบายภาครัฐมาก

คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง ปัจจัยนี้มีผลต่อการรับรู้นโยบายภาครัฐมากที่สุด

ระยะเวลาในการศึกษา

คณะผู้ศึกษาได้ใช้เวลาสำหรับการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ประมาณ 8 เดือน โดยแบ่งเป็นการรวบรวมข้อมูล ค้นคว้าจากเอกสาร) Documentary study (ที่เกี่ยวข้อง และศึกษาจากภาคสนาม) Field study (โดยการแจกแบบสอบถาม

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลของผลการศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์เนื้อหา และจัดหมวดหมู่ โดยการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา การบรรยายจะเน้นเนื้อหาตามที่ปรากฏ จากนั้นจะนำข้อมูลมาวิเคราะห์เปรียบเทียบเพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยมีกรอบแนวคิดการศึกษาวิจัย และตัวแปร ดังนี้

3.5 การทดสอบเครื่องมือการวิจัย

ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ไปทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) โดย

การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity)

เพื่อหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา แนวคิด สำนวนภาษา และการใช้ข้อความที่เป็นการวัดตัวปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้โดยนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นแล้วนำไปปรึกษาผู้เชี่ยวชาญเพื่อทำการตรวจสอบและปรับปรุงคำถามแต่ละข้อเพื่อให้ตรงตามจุดมุ่งหมายของการวิจัยในครั้งนี้ โดยใช้ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ระดับ 0.05

การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability)

ผู้วิจัยจะหาความเชื่อมั่นโดยนำแบบสอบถามไปทดสอบกับประชากรกลุ่มตัวอย่าง (Pre-test) จำนวน 30 ชุด เพื่อทดสอบหาความเชื่อมั่นเป็นรายข้อ และใช้วิธีหาความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency Method) หาความเชื่อมั่นรวม โดยวิธีของ Pearson's Product Moment Correlation Coefficient ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 10% และมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาที่ 0.8 ขึ้นไป ซึ่งจากการทดสอบแบบสอบถามได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาเท่ากับ 0.9xxx

3.6 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย มี 2 ข้อ คือ

1. ประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้รับรู้ต่อนโยบายภาครัฐด้านประชาสัมพันธ์ และงานจิตวิทยามวลชนในระดับปานกลาง เนื่องจากประชาชนส่วนใหญ่ทั้งในเขตชนบทและในเขตเมือง สามารถรับรู้ นโยบายภาครัฐจากสื่อสารมวลชนได้ โดยทั้งทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และจากสื่อบุคคล

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้มีดังต่อไปนี้

2.1 ประชาชนที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และ การนับถือศาสนาที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ นโยบายภาครัฐในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ที่แตกต่างกัน

2.2 ปัจจัยทางด้านสื่อที่ส่งผลกระทบต่อ นโยบายภาครัฐ ได้แก่ รูปแบบของสื่อ เนื้อหาของสื่อ และการนำเสนอสื่อที่แตกต่างทำให้การรับรู้ นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้แตกต่างกัน

3.7 สถิติที่ใช้ในการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป Statistical Package of the Social Sciences (SPSS) ซึ่งมีลำดับขั้นตอนของการวิเคราะห์และใช้สถิติในการวิจัยดังต่อไปนี้

- ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล และข้อเสนอแนะส่วนตัวของประชากรกลุ่มตัวอย่างการวิจัย จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้ในการอธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการวิจัย
- ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้การวิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยมีเกณฑ์ในการวัดระดับของปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง ปัจจัยนี้มีผลต่อการรับรู้นโยบายภาครัฐน้อยที่สุด
 คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง ปัจจัยนี้มีผลต่อการรับรู้นโยบายภาครัฐน้อย
 คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง ปัจจัยนี้มีผลต่อการรับรู้นโยบายภาครัฐปานกลาง
 คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง ปัจจัยนี้มีผลต่อการรับรู้นโยบายภาครัฐมาก
 คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง ปัจจัยนี้มีผลต่อการรับรู้นโยบายภาครัฐมากที่สุด

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง การรับรู้นโยบายภาครัฐ ของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ เป็นการศึกษาระงับการวิจัย โดยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ จำนวน 200 คน แบ่งตามพื้นที่ๆ ออกเป็น 2 เขต ได้แก่ ในเขตเมือง 100 คน และเขตชนบท 100 คน ผลการศึกษา สามารถนำเสนอ โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

4.1. ปัจจัยทางลักษณะประชากรศาสตร์

4.2. ปัจจัยทางการเปิดรับสื่อในการรับรู้ นโยบายภาครัฐ ของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

4.3. การรับรู้ นโยบายภาครัฐ ของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

4.4. การทดสอบสมมติฐานการศึกษา

โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

4.1. ปัจจัยทางลักษณะประชากรศาสตร์

ปัจจัยทางลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพรายได้ และการนับถือศาสนาอิสลาม

ข้อมูลปัจจัยทางลักษณะประชากรศาสตร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีดังนี้

เพศ

ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน แสดงเพศในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	ภาพรวมทั้งหมด		เขตชนบท	เขตเมือง
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)และร้อยละ	จำนวน(คน)และร้อยละ
ชาย	51	25.50	30.00	21.00
หญิง	149	74.50	70.00	79.00
รวม	200	100.00	100.00	100.00

จากตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ในภาพรวมทั้งหมด ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 74.50 เฉพาะในเขตชนบท ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 70.00 และเฉพาะในเขตเมือง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 79.00

อายุ

ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน แสดงอายุในตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	จำนวน		เขตชนบท	เขตเมือง
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)และร้อยละ	จำนวน(คน)และร้อยละ
< 21	11	5.50	11.00	0.00
21-25	105	52.50	47.00	58.00
26-30	35	17.50	19.00	16.00
31-35	29	14.50	12.00	17.00
36-40	6	3.00	3.00	3.00
41-45	9	4.50	5.00	4.00
> 45	5	2.50	3.00	2.00
รวม	200	100.00	100.00	100.00

จากตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ในภาพรวมทั้งหมด ส่วนใหญ่มีอายุ 21-25 ปี ร้อยละ 52.50 รองลงมา คือ 26-30 ปี ร้อยละ 17.50 31-35 ปี ร้อยละ 14.50 เฉพาะในเขตชนบท ส่วนใหญ่มีอายุ 21-25 ปี ร้อยละ 47.00 รองลงมา คือ 26-30 ปี ร้อยละ 19.00 31-35 ปี ร้อยละ 12.00 และน้อยกว่า 21 ปี ร้อยละ 11.00 เฉพาะในเขตเมือง ส่วนใหญ่มีอายุ 21-25 ปี ร้อยละ 58.00 รองลงมา คือ 31-35 ปี ร้อยละ 17.00 และ 26-30 ปี ร้อยละ 16.00

ระดับการศึกษา

ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน แสดงระดับการศึกษาในตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ภาพรวมทั้งหมด		เขตชนบท	เขตเมือง
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)และร้อยละ	จำนวน(คน)และร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	87	43.50	45.00	42.00
ปริญญาตรี	113	56.50	55.00	58.00
รวม	200	100.00	100.00	100.00

จากตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ในภาพรวมทั้งหมด ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 56.50 เฉพาะในเขตชนบท ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 55.00 และเฉพาะในเขตเมือง ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 58.00

อาชีพ

ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน แสดงอาชีพในตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ภาพรวมทั้งหมด		เขตชนบท	เขตเมือง
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)และร้อยละ	จำนวน(คน)และร้อยละ
ข้าราชการ	19	9.50	5.00	14.00
พนักงานบริษัท	22	11.00	8.00	14.00
เกษตรกร	5	2.50	5.00	0.00
ค้าขายปลีก	12	6.00	6.00	6.00
รับจ้างทั่วไป	36	18.00	17.00	19.00
นักศึกษา	77	38.50	40.00	37.00
กรีดยาง	5	2.50	3.00	0.00
แม่บ้าน	11	5.50	7.00	4.00
ลูกจ้างราชการ	10	5.00	4.00	6.00
อื่นๆ	5	2.50	5.00	0.00
รวม	200	100.00	100.00	100.00

จากตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ในภาพรวมทั้งหมด ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา ร้อยละ 38.50 รองลงมา คือ รับจ้างทั่วไป ร้อยละ 18.00 และพนักงานบริษัท ร้อยละ 11.00 เฉพาะในเขตเมือง ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา ร้อยละ 37.00 รองลงมา คือ รับจ้างทั่วไป ร้อยละ 19.00 และ พนักงานบริษัท เท่ากับ ข้าราชการ ร้อยละ 14.00 เฉพาะในเขตชนบท ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา ร้อยละ 40.00 รองลงมา คือ รับจ้างทั่วไป ร้อยละ 17.00

รายได้ต่อเดือน

ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน แสดงรายได้ต่อเดือนในตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน (บาท)	ภาพรวมทั้งหมด		เขตชนบท	เขตเมือง
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)และร้อยละ	จำนวน(คน)และร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000	102	51.00	61.00	41.00
5,001-10,000	78	39.00	32.00	46.00
10,001-15,000	11	5.50	4.00	8.00
15,001-20,000	7	3.50	3.00	3.00
มากกว่า 30,000	2	1.00	0.00	2.00
รวม	200	100.00	100.00	100.00

จากตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ในภาพรวมทั้งหมด ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท ร้อยละ 51.00 รองลงมา คือ 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 39.00

เฉพาะในเขตชนบท ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท ร้อยละ 61.00 รองลงมา คือ 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 32.00

แต่ เฉพาะในเขตเมือง ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 46.00 รองลงมา คือ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท ร้อยละ 41.00

การนับถือศาสนาอิสลาม

ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน แสดงการนับถือศาสนาอิสลามในตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการนับถือศาสนาอิสลาม

การนับถือศาสนาอิสลาม	ภาพรวมทั้งหมด		เขตชนบท	เขตเมือง
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)และร้อยละ	จำนวน(คน)และร้อยละ
ไม่เคร่งนัก	17	8.50	8.00	9.00
เคร่งปานกลาง	109	54.50	58.00	51.00
บิดา	46	23.00	21.00	25.00
เคร่งศาสนามาก	28	14.00	13.00	15.00
ไม่ใช่อิสลาม				
รวม	200	100.00	100.00	100.00

จากตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ในภาพรวมทั้งหมด ส่วนใหญ่มีการนับถือศาสนาอิสลาม เคร่งปานกลาง ร้อยละ 54.50 รองลงมา คือ เคร่งศาสนามาก ร้อยละ 23.00 ไม่ใช่ศาสนาอิสลาม ร้อยละ 14.00 และ ไม่เคร่งศาสนามาก มีเพียง ร้อยละ 8.50

เฉพาะในเขตชนบท ส่วนใหญ่มีการนับถือศาสนาอิสลาม เคร่งปานกลาง ร้อยละ 58.00 รองลงมา คือ เคร่งศาสนามาก ร้อยละ 21.00 ไม่ใช่ศาสนาอิสลาม ร้อยละ 13.00 และ ไม่เคร่งศาสนามาก มีเพียง ร้อยละ 8.00

เฉพาะในเขตเมือง ส่วนใหญ่มีการนับถือศาสนาอิสลาม เคร่งปานกลาง ร้อยละ 51.00 รองลงมา คือ เคร่งศาสนามาก ร้อยละ 25.00 ไม่ใช่ศาสนาอิสลาม ร้อยละ 15.00 และ ไม่เคร่งศาสนามาก มีเพียง ร้อยละ 9.00

4.2. ปัจจัยทางการเปิดรับสื่อในการรับรู้นโยบายภาครัฐ ของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

ปัจจัยทางการเปิดรับสื่อในการรับรู้นโยบายภาครัฐ ของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ประกอบด้วย

4.1.1. การเปิดรับสื่อสารมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร และอินเทอร์เน็ต

4.1.2. การเปิดรับสื่อบุคคล ได้แก่ สามเณร/ภรรยา บิดา/มารดา เพื่อน/เพื่อนบ้านญาติพี่น้อง โตะครู โตะอิหม่าม กำนัน/ผู้ใหญ่บ้าน ครู เจ้าหน้าที่สาธารณสุข สมาชิกสภา (อบต.) ตำรวจ และ ทหาร

ข้อมูลจากการศึกษาที่พบ มีรายละเอียด ดังนี้

การเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์

ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน แสดงในตารางที่ 4.7 การเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์

อ่านหนังสือพิมพ์ (วัน / สัปดาห์)	ภาพรวมทั้งหมด		เขตชนบท	เขตเมือง
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)และร้อยละ	จำนวน(คน)และร้อยละ
ไม่อ่านเลย	27	13.50	18.00	9.00
1	35	17.50	22.00	13.00
2	48	24.00	27.00	21.00
3	34	17.00	15.00	19.00
4	8	4.00	2.00	14.00
5	21	10.50	5.00	16.00
6	2	1.00	0.00	2.00
7	25	12.50	11.00	14.00
อ่านไทยรัฐ	113	56.50	53.00	60.00
อ่านเดลินิวส์	65	32.50	32.00	33.00
อ่านหนังสือพิมพ์อื่นๆ	22	11.00	15.00	7.00
รวม	200	100.00	100.00	100.00

จากตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ในภาพรวมทั้งหมด ส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์ 2 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 24.00 รองลงมา 1 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 17.50 และ 3 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 17.00

หนังสือพิมพ์ที่นิยมอ่านมากที่สุด คือ ไทยรัฐ มีคนอ่าน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 56.50 รองลงมา คือ เดลินิวส์ มีคนอ่าน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50

เฉพาะในเขตชนบท ส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์ 2 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 27.00
รองลงมา 1 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 22.00 และ 0 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 18.00

หนังสือพิมพ์ที่นิยมอ่านมากที่สุด คือ ไทยรัฐ มีคนอ่าน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00
รองลงมา คือ เดลินิวส์ มีคนอ่าน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00

เฉพาะในเขตเมือง ส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์ 2 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 21.00 รองลงมา
3 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 19.00 และ 5 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 16.00

หนังสือพิมพ์ที่นิยมอ่านมากที่สุด คือ ไทยรัฐ มีคนอ่าน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00
รองลงมา คือ เดลินิวส์ มีคนอ่าน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00

การเปิดรับสื่อวิทยุ

ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน แสดงในตารางที่ 4.8 การเปิดรับสื่อวิทยุ

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับสื่อวิทยุ

การฟังวิทยุ (วัน / สัปดาห์)	ภาพรวมทั้งหมด		เขตชนบท	เขตเมือง
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)และร้อยละ	จำนวน(คน)และร้อยละ
ไม่ได้ฟังวิทยุ	46	23.00	22.00	24.00
1	19	9.50	12.00	7.00
2	25	12.50	15.00	10.00
3	20	10.00	12.00	8.00
4	13	6.50	6.00	7.00
5	24	12.00	7.00	17.00
6	6	3.00	2.00	4.00
7	47	23.50	24.00	23.00
ฟังเพลง	112	56.00	52.00	60.00
ฟังข่าว	64	32.00	28.00	28.00
ฟังรายการอื่นๆ	24.00	12.00	20.00	12.00
รวม	200	100.00	100.00	100.00

จากตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ในภาพรวมทั้งหมด ส่วนใหญ่ฟังวิทยุ 7 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 23.50 รองลงมา 0 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 23.00 และ 2 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 12.50

รายการวิทยุที่นิยมฟังมากที่สุด คือ รายการเพลง มีคนฟัง 112 คน คิดเป็นร้อยละ 56.00 รองลงมา คือ ข่าว มีคนฟัง 64 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00

เฉพาะในเขตชนบท ส่วนใหญ่ฟังวิทยุ 7 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 24.00 รองลงมา 0 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 22.00 และ 2 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 15.00

รายการวิทยุที่นิยมฟังมากที่สุด คือ รายการเพลง มีคนฟัง 52 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 รองลงมา คือ ข่าว มีคนฟัง 28 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00

เฉพาะในเขตเมือง ส่วนใหญ่ฟังวิทยุ 0 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 24.00 รองลงมา 7 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 23.00 และ 5 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 17.00

รายการวิทยุที่นิยมฟังมากที่สุด คือ รายการเพลง มีคนฟัง 60 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมา คือ ข่าว มีคนฟัง 28 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00

การเปิดรับสื่อโทรทัศน์

ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน แสดงในตารางที่ 4.9 การเปิดรับสื่อโทรทัศน์

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับสื่อโทรทัศน์

ดูโทรทัศน์ (วัน / สัปดาห์)	ภาพรวมทั้งหมด		เขตชนบท	เขตเมือง
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)และร้อยละ	จำนวน(คน)และร้อยละ
ไม่ชมโทรทัศน์	10	5.00	7.00	3.00
1	10	5.00	3.00	0.00
2	3	1.50	15.00	0.00
3	4	2.00	2.00	2.00
4	5	2.50	2.00	3.00
5	16	8.00	9.00	7.00
6	2	1.00	0.00	2.00
7	150	75.00	67.00	83.00
รายการบันเทิง	130	65.00	60.00	65.00
รายการข่าว	44	22.00	22.00	26.00
รายการอื่นๆ	26	13.00	18.00	9.00
รวม	200	100.00	100.00	100.00

จากตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ในภาพรวมทั้งหมด ส่วนใหญ่ ดูโทรทัศน์ 7 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 75.00 รองลงมา 5 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 8.00 และ 0 กับ 1 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 5.00

รายการที่นิยมดูมากที่สุด คือ รายการบันเทิง มีคนดู 130 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00 รองลงมา คือ ข่าว มีคนดู 44 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00

เฉพาะในเขตชนบท ส่วนใหญ่ ดูโทรทัศน์ 7 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 67.00 รองลงมา 2 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 15.00 และ 5 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 9.00

รายการที่นิยมดูมากที่สุด คือ รายการบันเทิง มีคนดู 60 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมา คือ ข่าว มีคนดู 22 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00

เฉพาะในเขตเมือง ส่วนใหญ่ ดูโทรทัศน์ 7 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 83.00 รองลงมา 5 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 7.00 และ 0 กับ 4 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 3.00

รายการที่นิยมดูมากที่สุด คือ รายการบันเทิง มีคนดู 65 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00
รองลงมา คือ ข่าว มีคนดู 26 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00

การเปิดรับสื่อวิทยุ

ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน แสดงในตารางที่ 4.10 การเปิดรับสื่อวิทยุ

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับสื่อวิทยุ

อ่านวิทยุ (วัน / สัปดาห์)	ภาพรวมทั้งหมด		เขตชนบท	เขตเมือง
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)และร้อยละ	จำนวน(คน)และร้อยละ
ไม่อ่าน วิทยุ	99	49.50	65.00	34.00
1	29	14.50	16.00	13.00
2	23	11.50	8.00	15.00
3	37	18.50	9.00	28.00
4	3	1.50	0.00	3.00
5	7	3.50	2.00	5.00
6	0	0.00	0.00	0.00
7	2	1.00	0.00	2.00
อ่านแนวกีฬา	24	12.00	10.00	14
อ่านทีวีพูล	23	11.50	8.00	15
อ่านนิสา	15	7.50	5.00	10
อื่นๆ/ไม่ระบุ	39	19.50	12.00	27
รวม	200	100.00	100.00	100.00

จากตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ในภาพรวมทั้งหมด ส่วนใหญ่ ไม่อ่านวิทยุ 0 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 49.50 รองลงมาอ่าน 3 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 18.50 และ 1 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 14.50

วิทยุที่นิยมอ่านมากที่สุด คือ วิทยุกีฬา มีคนอ่าน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 รองลงมา คือ ทีวีพูล มีคนอ่าน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 และ นิสา มีคนอ่าน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50

เฉพาะในเขตชนบท ส่วนใหญ่ ไม่อ่านนิตยสาร 0 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 65.00 รองลงมา
อ่าน 1 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 16.00 และ 3 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 9.00

นิตยสารที่นิยมอ่านมากที่สุด คือ นิตยสารกีฬา มีคนอ่าน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00
รองลงมา คือ ทีวีพูล มีคนอ่าน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 และ นิสานี มีคนอ่าน 5 คน คิดเป็นร้อยละ
5.00

เฉพาะในเขตเมือง ส่วนใหญ่ ไม่อ่านนิตยสาร 0 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 34.00 รองลงมา
อ่าน 3 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 28.00 และ 2 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 15.00

นิตยสารที่นิยมอ่านมากที่สุด คือ นิตยสารทีวีพูล มีคนอ่าน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00
รองลงมา คือ กีฬา มีคนอ่าน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 และ นิสานี มีคนอ่าน 10 คน คิดเป็นร้อยละ
10.00

การเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต

ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน แสดงในตารางที่ 4.11 การเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต

ใช้อินเทอร์เน็ต (วัน / สัปดาห์)	ภาพรวมทั้งหมด		เขตชนบท	เขตเมือง
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)และร้อยละ	จำนวน(คน)และร้อยละ
ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต	62	31.00	62.00	0.00
1	20	10.00	17.00	3.00
2	21	10.50	21.00	0.00
3	20	10.00	0.00	20.00
4	14	7.00	0.00	14.00
5	36	18.00	0.00	36.00
6	2	1.00	0.00	2.00
7	25	12.50	0.00	25.00
เพื่อค้นหาข้อมูล	-	-	10.00	-
เพื่อความบันเทิง	-	-	8.00	-
เพื่ออ่านข่าว	-	-	5.00	-
ใช้เว็บไซต์	-	-	-	25.00
ใช้อีเมล	-	-	-	24.00
ใช้ยูทิวบี	-	-	-	20.00
รวม	200	100.00	100.00	100.00

จากตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง โดยไม่ควรมองในภาพรวมทั้งหมด ควรแยกจากกัน ในเขตชนบท ส่วนใหญ่ ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต แต่ในเขตเมือง ส่วนใหญ่ ใช้อินเทอร์เน็ต

ในเขตชนบท ส่วนใหญ่ ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต 0 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 62.00 รองลงมาใช้ 2 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 21.00 และ 1 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 17.00

เว็บไซต์ที่นิยมมากที่สุด คือ การค้นหาข้อมูล มีคนใช้ 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รองลงมา คือ ความบันเทิง มีคนใช้ 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 และอ่านข่าว มีคนอ่าน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00

เฉพาะในเขตเมือง ส่วนใหญ่ ใช้อินเทอร์เน็ต 5 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 36.00 รองลงมา 7 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 25.00 และ 3 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 20.00

เว็บไซต์ที่นิยมอ่านมากที่สุด คือ ไฮไฟ มี 25 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 รองลงมา คือ เอ็มเอส เอ็น มี 24 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 และ ภูเก็ต มี 20 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00

การเปิดรับสื่อบุคคล

ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน แสดงในตารางที่ 4.12 การเปิดรับสื่อบุคคล

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับสื่อบุคคล

สื่อบุคคลที่พูด ใน 1 สัปดาห์	ภาพรวมทั้งหมด		เขตชนบท	เขตเมือง
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)และร้อยละ	จำนวน(คน)และร้อยละ
สามี/ภรรยา	33	16.50	30.00	36.00
บิดา/มารดา	162	81.00	76.00	86.00
เพื่อน/ข้างบ้าน	180	90.00	87.00	93.00
ญาติพี่น้อง	151	75.50	71.00	80.00
โต๊ะครู	40	20.00	20.00	20.00
โต๊ะอิหม่าม	38	19.00	19.00	19.00
กำนัน/ผู้ใหญ่	36	18.00	17.00	19.00
ครู	134	67.00	60.00	74.00
สาธารณสุข	24	12.00	25.00	23.00
สมาชิก (อบต.)	39	19.50	15.00	24.00
ตำรวจ	40	20.00	15.00	25.00
ทหาร	32	16.00	11.00	21.00
จากยอดรวม	200	100.00	100.00	100.00

จากตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ในภาพรวมทั้งหมด ส่วนใหญ่พูดคุยกับเพื่อนมากที่สุด ร้อยละ 90.00 รองลงมา คือ บิดา/มารดา ร้อยละ 81.00 ญาติพี่น้อง ร้อยละ 75.50 และ ครู ร้อยละ 67.00

เฉพาะในเขตเมือง ส่วนใหญ่พูดคุยกับเพื่อนมากที่สุด ร้อยละ 93.00 รองลงมา คือ บิดา/มารดา ร้อยละ 86.00 ญาติพี่น้อง ร้อยละ 80.00 และ ครู ร้อยละ 74.00

เฉพาะในเขตชนบท ส่วนใหญ่พูดคุยกับเพื่อนมากที่สุด ร้อยละ 87.00 รองลงมา คือ บิดา/มารดา ร้อยละ 76.00 ญาติพี่น้อง ร้อยละ 71.00 และ ครู ร้อยละ 60.00

4.3. การรับรู้นโยบายภาครัฐ ของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

การรับรู้นโยบายภาครัฐ ของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน แสดงในตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 การรับรู้นโยบายภาครัฐ ของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

ข้อที่	การรับรู้นโยบายภาครัฐ	ความถี่ของระดับของการรับรู้				
		1	2	3	4	5
	ด้านการประชาสัมพันธ์					
1	นโยบายความมั่นคง					
	1.1 นโยบายเสริมสร้างสันติสุขในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ (R1)	13	40	98	29	20
	1.2 การจัดตั้งกองอำนวยการเสริมสร้างสันติสุขจังหวัดชายแดน ภาคใต้ กอ.สสส.จชต. (R2)	7	40	93	44	16
2	นโยบายทางการศึกษา					
	2.1 นโยบายกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา(R3)	20	46	67	53	14
	2.2 การส่งเสริมและสนับสนุนแนวทางการศึกษาของอิสลามให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน (R4)	7	46	72	55	20
	2.3 พัฒนาบุคลากรผู้สอนให้มีความสามารถในการสอนถูกต้องตามหลักศาสนา รวมทั้งส่งเสริมให้ครูในศาสนา และปอเนาะ ได้รับการศึกษาเพิ่มเติม เพื่อให้มีวิทยฐานะและสร้างขวัญกำลังใจ (R5)	16	39	74	43	28
	2.4 การวางระบบเทียบคุณวุฒิทางการศึกษาสำหรับ	5	15	78	56	31

ข้อที่	การรับรู้นโยบายภาครัฐ	ความถี่ของระดับของการรับรู้				
		1	2	3	4	5
	ผู้ที่จบการศึกษาจากประเทศตะวันออกกลาง(R6)					
3	นโยบายทางเศรษฐกิจ 3.1 โครงการพัฒนาคุณภาพชีวิต โครงการอยู่ดีมีสุข ในระดับการผลิตเร่งรัดพัฒนาเครือข่ายการคมนาคม โดยปรับปรุงขยายถนนสาย 410 จากปัตตานี- เบตง ให้เป็นเส้นทางขนส่งระหว่างไทย-มาเลเซีย- สิงคโปร์-อินโดนีเซีย(R7) 3.2 สร้างสนามบินเบตง เพื่อให้ผู้เดินทางไปร่วมพิธี ฮัจญ์ได้ใช้สนามบินเบตง (R8) 3.3 เสนอให้กำหนด 3 จ.ชายแดนเป็นเขตพัฒนา พิเศษเฉพาะกิจ (R9)	9 19 17	36 34 32	74 58 70	52 49 57	29 40 24
4	นโยบายทางสังคม 4.1 แนวทางการบริหารจัดการเพื่อเสริมสร้างสันติสุข ในจังหวัดชายแดนภาคใต้(R10) 4.2 การแต่งตั้งคณะกรรมการอิสระเพื่อความ สมานฉันท์แห่งชาติ กอศ. (R11) 4.3 โครงการ 30 บาทรักษาทุกโรค(R12)	15 17 47	50 44 83	94 71 54	30 43 13	11 25 3
5	นโยบายด้านอื่นๆ 5.1 การปกครองโดยให้ประชาชนในพื้นที่มีบทบาท และมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย(R13) 5.2 นโยบายการบริหารงานยุติธรรมต้องลดเงื่อนไขที่ สร้างความไม่ยุติธรรม(R14) 5.3 นโยบาย “เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา” (R15)	9 8 22	43 54 41	104 69 76	34 53 40	10 16 21
	ด้านงานจิตวิทยามวลชน					
6	ปลูกจิตสำนึกถึงการอยู่ร่วมกันอย่างสันติ สร้างความ เข้าใจ ลดความหวาดระแวงระหว่างผู้ที่นับถือศาสนา ต่างกัน(R16)	18	57	77	37	11

ข้อที่	การรับรฐนโยบายภาครัฐ	ความถี่ของระดับของการรับรู้				
		1	2	3	4	5
7	การสร้างความเข้าใจกับมวลชนสร้างเครือข่ายในการปฏิบัติงานให้มีความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วนและให้ความจริงปรากฏต่อสาธารณชนโดยเร็ว (R17)	12	44	85	50	9
8	การจัดระบบคุ้มครองประชาชน กำหนดหมู่บ้านยุทธศาสตร์เพื่อป้องกันตนเองและยุติปัญหาการก่อเหตุร้ายรายวันโดยเร็วที่สุด(R18)	16	45	85	38	16
9	ดำเนินนโยบายเป็นมิตรกับประเทศมุสลิมลดความหวาดระแวงต่อประเทศมาเลเซีย ระวังการกล่าวพาดพิงถึงประเทศมาเลเซียและหาโอกาสทำความเข้าใจกับประเทศมุสลิม(R19)	12	26	92	54	16
10	สร้างแนวทางสันติวิธี ส่งเสริมการประกอบกิจกรรมตามศาสนาอิสลามและให้ความยุติธรรมกับประชาชนทุกเชื้อชาติ (R20)	16	36	75	53	20

จากข้อมูลในตารางที่ 4.13 นำข้อมูลมาจัดการและเรียบเรียงข้อมูลใหม่ โดยเพื่อความสะดวก จึงแสดงการนำเสนอ ด้วยการให้รหัส ของการรับรฐนโยบายภาครัฐ ในด้านต่างๆ เป็น R1 ถึง R20 แทน นโยบายภาครัฐที่เป็นข้อความยาว และ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS โดยแยกรายละเอียด เป็น เขตเมือง และ เขตชนบท ด้วย โดยการจัดการและเรียบเรียงข้อมูลใหม่ ได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูล และสามารถแสดงรายละเอียดได้ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.14 แสดงร้อยละของระดับการรับรู้ ค่าเฉลี่ย และระดับการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 200 คน

นโยบาย	ร้อยละของระดับการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง					ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับการรับรู้
	1	2	3	4	5			
R1	6.00	16.00	44.00	19.00	15.00	3.21	1.00	น้อย
R2	3.50	20.00	46.50	22.00	8.00	3.27	0.93	น้อย
R3	10.00	23.00	33.50	26.50	7.00	3.10	1.09	ปานกลาง
R4	3.50	23.00	36.00	27.50	10.00	3.25	1.01	น้อย
R5	8.00	19.50	37.00	21.50	14.00	3.05	1.06	ปานกลาง
R6	2.50	7.50	39.00	28.00	15.50	3.38	1.23	น้อย
R7	4.50	18.00	37.00	26.00	14.50	3.43	1.11	น้อย
R8	9.50	17.00	29.00	24.50	20.00	3.33	0.95	น้อย
R9	8.50	16.00	35.00	28.50	12.00	3.20	1.13	ปานกลาง
R10	7.50	25.00	47.00	15.00	5.50	2.96	0.93	ปานกลาง
R11	8.50	22.00	35.50	21.50	12.50	3.19	0.88	ปานกลาง
R12	23.50	41.50	27.00	6.50	1.50	2.23	1.01	มาก
R13	4.50	21.50	57.00	17.00	5.00	2.91	1.13	ปานกลาง
R14	400	27.00	34.50	26.50	8.00	3.07	1.01	ปานกลาง
R15	11.00	20.50	38.00	20.00	10.50	2.92	0.95	ปานกลาง
R16	8.00	28.50	38.50	18.50	5.50	2.88	1.03	ปานกลาง
R17	6.00	22.00	42.50	25.00	4.50	3.07	0.97	ปานกลาง
R18	8.00	22.50	42.50	19.00	8.00	2.92	1.07	ปานกลาง
R19	6.00	13.00	46.00	27.00	8.00	2.88	0.97	ปานกลาง
R20	8.00	18.00	37.50	26.50	10.00	3.16	1.07	ปานกลาง
R1-15	ระดับการรับรู้ด้านการประชาสัมพันธ์					3.10	0.97	ปานกลาง
R16-20	ระดับการรับรู้ด้านจิตวิทยามวลชน					3.08	0.98	ปานกลาง
R1-20	ระดับการรับรู้ในภาพรวมทั้งหมด					3.10	0.98	ปานกลาง

ตารางที่ 4.15 แสดงร้อยละระดับการรับรู้ ค่าเฉลี่ย และระดับการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างในชนบท 100

คน

นโยบาย	ร้อยละของระดับการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง					ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับการรับรู้
	1	2	3	4	5			
R1	6.00	16.00	44.00	19.00	15.00	3.21	1.00	น้อย
R2	3.50	20.00	46.50	22.00	8.00	3.27	0.93	น้อย
R3	10.00	23.00	33.50	26.50	7.00	3.10	1.09	ปานกลาง
R4	3.50	23.00	36.00	27.50	10.00	3.25	1.01	น้อย
R5	8.00	19.50	37.00	21.50	14.00	3.05	1.06	ปานกลาง
R6	2.50	7.50	39.00	28.00	15.50	3.38	1.23	น้อย
R7	4.50	18.00	37.00	26.00	14.50	3.43	1.11	น้อย
R8	9.50	17.00	29.00	24.50	20.00	3.33	0.95	น้อย
R9	8.50	16.00	35.00	28.50	12.00	3.20	1.13	ปานกลาง
R10	7.50	25.00	47.00	15.00	5.50	2.96	0.93	ปานกลาง
R11	8.50	22.00	35.50	21.50	12.50	3.19	0.88	ปานกลาง
R12	23.50	41.50	27.00	6.50	1.50	2.23	1.01	มาก
R13	4.50	21.50	57.00	17.00	5.00	2.91	1.13	ปานกลาง
R14	4.00	27.00	34.50	26.50	8.00	3.07	1.01	ปานกลาง
R15	11.00	20.50	38.00	20.00	10.50	2.92	0.95	ปานกลาง
R16	8.00	28.50	38.50	18.50	5.50	2.88	1.03	ปานกลาง
R17	6.00	22.00	42.50	25.00	4.50	3.07	0.97	ปานกลาง
R18	8.00	22.50	42.50	19.00	8.00	2.92	1.07	ปานกลาง
R19	6.00	13.00	46.00	27.00	8.00	2.88	0.97	ปานกลาง
R20	8.00	18.00	37.50	26.50	10.00	3.16	1.07	ปานกลาง
R1-15	ระดับการรับรู้ด้านการประชาสัมพันธ์					3.10	0.97	ปานกลาง
R16-20	ระดับการรับรู้ด้านจิตวิทยามวลชน					3.08	0.98	ปานกลาง
R1-20	ระดับการรับรู้ในภาพรวมทั้งหมด					3.10	0.98	ปานกลาง

ตารางที่ 4.16 แสดงร้อยละของระดับการรับรู้ ค่าเฉลี่ย และระดับการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างในเมือง 100 คน

นโยบาย	ร้อยละของระดับการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง					ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับการรับรู้
	1	2	3	4	5			
R1	6.50	20.00	49.00	14.50	10.00	2.82	1.00	ปานกลาง
R2	3.50	20.00	46.50	22.00	8.00	2.95	0.93	ปานกลาง
R3	10.00	23.00	33.50	26.50	7.00	2.85	1.09	ปานกลาง
R4	3.50	23.00	36.00	27.50	10.00	3.10	1.01	ปานกลาง
R5	8.00	19.50	37.00	21.50	14.00	3.23	1.06	น้อย
R6	2.50	7.50	39.00	28.00	15.50	3.40	1.23	น้อย
R7	4.50	18.00	37.00	26.00	14.50	3.13	1.11	น้อย
R8	9.50	17.00	29.00	24.50	20.00	3.24	0.95	น้อย
R9	8.50	16.00	35.00	28.50	12.00	3.19	1.13	ปานกลาง
R10	7.50	25.00	47.00	15.00	5.50	2.76	0.93	ปานกลาง
R11	8.50	22.00	35.50	21.50	12.50	2.96	0.88	ปานกลาง
R12	23.50	41.50	27.00	6.50	1.50	2.19	1.01	มาก
R13	4.50	21.50	57.00	17.00	5.00	3.02	1.13	ปานกลาง
R14	400	27.00	34.50	26.50	8.00	3.08	1.01	ปานกลาง
R15	11.00	20.50	38.00	20.00	10.50	3.05	0.95	ปานกลาง
R16	8.00	28.50	38.50	18.50	5.50	2.78	1.03	ปานกลาง
R17	6.00	22.00	42.50	25.00	4.50	2.93	0.97	ปานกลาง
R18	8.00	22.50	42.50	19.00	8.00	2.84	1.07	ปานกลาง
R19	6.00	13.00	46.00	27.00	8.00	3.16	0.97	ปานกลาง
R20	8.00	18.00	37.50	26.50	10.00	3.09	1.07	ปานกลาง
R1-15	ระดับการรับรู้ด้านการประชาสัมพันธ์					2.99	0.97	ปานกลาง
R16-20	ระดับการรับรู้ด้านจิตวิทยามวลชน					3.00	0.98	ปานกลาง
R1-20	ระดับการรับรู้ในภาพรวมทั้งหมด					2.99	0.98	ปานกลาง

ตารางที่ 4.17 แสดงการเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ย และระดับการรับรู้ในเขตชนบท เขตเมือง และในภาพรวม

นโยบาย	ค่าเฉลี่ย			ระดับการรับรู้		
	ชนบท	ในเมือง	ภาพรวม	ชนบท	ในเมือง	ภาพรวม
R1	3.21	2.82	3.02	น้อย	ปานกลาง	ปานกลาง
R2	3.27	2.95	3.11	น้อย	ปานกลาง	ปานกลาง
R3	3.10	2.85	2.98	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
R4	3.25	3.10	3.18	น้อย	ปานกลาง	ปานกลาง
R5	3.05	3.23	3.14	ปานกลาง	น้อย	ปานกลาง
R6	3.38	3.40	3.39	น้อย	น้อย	น้อย
R7	3.43	3.13	3.28	น้อย	ปานกลาง	น้อย
R8	3.33	3.24	3.29	น้อย	น้อย	น้อย
R9	3.20	3.19	3.19	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
R10	2.96	2.76	2.86	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
R11	3.19	2.96	3.08	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
R12	2.23	2.19	2.21	มาก	มาก	มาก
R13	2.91	3.02	2.97	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
R14	3.07	3.08	3.08	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
R15	2.92	3.05	2.99	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
R16	2.88	2.78	2.83	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
R17	3.07	2.93	3.00	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
R18	2.92	2.84	2.97	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
R19	2.88	3.16	3.18	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
R20	3.16	3.09	3.13	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
R1-15	3.10	2.99	3.05	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
R16-20	3.08	3.00	3.02	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
R1-20	3.10	2.99	3.04	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.17 พบว่า

- การรับรู้นโยบายภาครัฐในภาพรวม (R1-20) อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งในภาพรวม ในเขตชนบทและในเขตเมือง
- การรับรู้นโยบายภาครัฐในด้านการประชาสัมพันธ์ (R1-15) อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งในภาพรวม ในเขตชนบทและในเขตเมือง
- การรับรู้นโยบายภาครัฐในด้านจิตวิทยามวลชน (R16-20) อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งในภาพรวม ในเขตชนบทและในเขตเมือง
- การรับรู้นโยบายภาครัฐในประเด็นต่างๆ ส่วนใหญ่ มีระดับการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ ในช่วง 2.61 – 3.20) ทั้งในภาพรวม ในเขตชนบท และในเขตเมือง 2.19
- การรับรู้นโยบายภาครัฐที่มากที่สุด คือ นโยบาย 30 บาทรักษาทุกโรค (R12) เป็นนโยบายเดียวที่มีระดับการรับรู้ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ ในภาพรวม 2.21 ในเขตชนบท 2.23 และในเขตเมือง 2.19
- การรับรู้นโยบายภาครัฐที่มีระดับการรับรู้ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ในช่วง 3.21 – 4.00) สามารถเรียงลำดับตามระดับค่าเฉลี่ย เพื่อให้เห็นชัดเจน สำหรับการหาแนวทางการแก้ไขและปรับปรุง ดังนี้
 1. นโยบาย R8 คือ การสร้างสนามบินเบตง เพื่อให้ผู้เดินทางไปร่วมพิธีฮัจญ์ได้ใช้สนามบินเบตง (เป็นนโยบายทางเศรษฐกิจ) มีระดับการรับรู้ต่ำ ทั้งในภาพรวม(3.29) ในเขตชนบท (3.33) และในเขตเมือง (3.24)
 2. นโยบาย R6 คือ การวางระบบเทียบคุณภาพทางการศึกษาสำหรับผู้จบการศึกษาจากประเทศตะวันออกกลาง(เป็นนโยบายทางการศึกษา) มีระดับการรับรู้ต่ำ ทั้งในภาพรวม (3.02) ในเขตชนบท (3.21) และในเขตเมือง (2.82)
 3. นโยบาย R7 คือ โครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตโครงการอยู่ดีมีสุข ยกกระดานการผลิตแร่รัตนพัฒนาเครือข่ายการคมนาคมโดยปรับปรุงขยายถนนสาย 410 จากปัตตานี - เบตง ให้เป็นเส้นทางขนส่งระหว่างไทย-มาเลเซีย-สิงคโปร์-อินโดนีเซีย (เป็นนโยบายทางเศรษฐกิจ) มีระดับการรับรู้ต่ำ ทั้งในภาพรวม (3.02) ในเขตชนบท (3.43)
 4. นโยบาย R2 คือ การจัดตั้งกองอำนวยการเสริมสร้างสันติสุข จังหวัดชายแดนภาคใต้ กอ.สสจ.ชต. (เป็นนโยบายทางความมั่นคง) มีระดับการรับรู้ต่ำในเขตชนบท (3.27)
 5. นโยบาย R4 คือ การส่งเสริมและสนับสนุนแนวทาง (R4) การศึกษาของอิสลามให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน (เป็นนโยบายทางการศึกษา) มีระดับการรับรู้ต่ำ ในเขตชนบท (3.25)

6. นโยบาย R1 คือ นโยบายเสริมสร้างสันติสุขในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ (เป็นนโยบายทางความมั่นคง) มีระดับการรับรู้ต่ำ ในเขตชนบท (3.21)

7. นโยบาย R5 คือ การพัฒนาบุคลากรผู้สอนให้มีความสามารถในการสอนถูกต้องตามหลักศาสนา รวมทั้งส่งเสริมให้ครูในศาสนา และปอเนาะได้รับการศึกษาเพิ่มเติม เพื่อให้มีวิทยฐานะและสร้างขวัญกำลังใจ (เป็นนโยบายทางการศึกษา) มีระดับการรับรู้ต่ำ ในเขตเมือง (3.14)

4.4. การทดสอบสมมติฐานการศึกษา

การศึกษาวิจัย เรื่อง การรับรู้ของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ที่มีต่อนโยบายภาครัฐ มีสมมติฐาน ดังนี้

1) ประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้รับรู้ต่อนโยบายภาครัฐด้านประชาสัมพันธ์และงานจิตวิทยามวลชนในระดับปานกลาง เนื่องจากประชาชนส่วนใหญ่ทั้งในเขตชนบทและในเขตเมือง สามารถรับรู้นโยบายภาครัฐจากสื่อสารมวลชนได้ โดยทั้งทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และจากสื่อบุคคล

2) ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้มีดังต่อไปนี้

2.1 ประชาชนที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และ การนับถือศาสนาที่แตกต่างกัน มีการรับรู้นโยบายภาครัฐในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ที่แตกต่างกัน

2.2 ปัจจัยทางด้านสื่อที่ส่งผลกระทบต่อนโยบายภาครัฐ ได้แก่ รูปแบบของสื่อ เนื้อหาของสื่อ และการนำเสนอสื่อที่แตกต่างทำให้การรับรู้นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้แตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานทั้งสอง สามารถทำได้โดยการนำแบบสอบถามที่ได้ มาป้อนข้อมูลลงในโปรแกรม SPSS แล้ว วิเคราะห์ หาค่า Significance (Sig.) ว่า มากกว่าหรือน้อยกว่า ค่า Significance ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.05$ โดยการทดสอบ F-test (One-way ANOVA) โดยรายละเอียดการ วิเคราะห์โดยใช้ โปรแกรม SPSS นี้ แสดงไว้ในภาคผนวก ส่วนในที่นี่จะแสดงเฉพาะค่า Sig. สำหรับการทดสอบสมมติฐานทั้งในภาพรวม ในเขตชนบท และ ในเขตเมือง

ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.18 ผลการทดสอบระดับการรับรู้ นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

ด้านการประชาสัมพันธ์	\bar{X}	S.D.	t-value	α
1.นโยบายความมั่นคง - นโยบายเสริมสร้างสันติสุขในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้	3.21	33.96322	2.630	.058
2.นโยบายทางการศึกษา - นโยบายกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา	3.10	22.41651	3.985	.016
3.นโยบายทางเศรษฐกิจ - เสนอให้กำหนด 3 จว. ชายแดนเป็นเขต พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ	3.20	22.57211	3.958	.017
4.นโยบายทางสังคม - โครงการ 30 บาทรักษาทุกโรค	2.23	32.37283	2.759	.051
5.นโยบายด้านอื่น ๆ - การปกครองโดยให้ประชาชนในพื้นที่มี บทบาทและมีส่วนร่วมในการกำหนด นโยบาย	2.91	38.73629	2.306	.082
6.ปลูกจิตสำนึกถึงการอยู่ร่วมกันอย่างสันติ สร้างความเข้าใจ ลดความหวาดระแวง ระหว่างผู้ที่มีนั้บถือศาสนาต่างกัน	2.88	27.34959	3.266	.031
ด้านจิตวิทยามวลชน				
7.การสร้างความเข้าใจกับมวลชนสร้าง เครือข่ายในการปฏิบัติงานให้ความสำคัญต่อ การประชาสัมพันธ์เพื่อให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วนและให้ความจริงปรากฏต่อ สาธารณชน โดยเร็ว	3.07	31.16889	2.866	.046
8.การจัดระบบคุ้มครองประชาชน กำหนด หมู่บ้านยุทธศาสตร์เพื่อป้องกันตนเองและ ยุติปัญหาการก่อเหตุร้ายรายวัน โดยเร็วที่สุด	2.92	28.31078	3.155	.034

ด้านการประชาสัมพันธ์	\bar{X}	S.D.	t-value	α
9.ดำเนินนโยบายเป็นมิตรกับประเทศมุสลิม ลดความหวาดระแวงต่อประเทศมาเลเซีย ระวังการกล่าวพาดพิงถึงประเทศมาเลเซีย และหาโอกาสทำความเข้าใจกับประเทศมุสลิม	2.88	33.37664	2.676	.055
10.สร้างแนวทางสันติวิธี ส่งเสริมการประกอบกิจกรรมตามศาสนาอิสลามและให้ความยุติธรรมกับประชาชนทุกเชื้อชาติ	3.16	24.42335	3.658	.022

ตารางที่ 4.19 แสดงการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ในเขตชนบท เขตเมือง และในภาพรวม ($\alpha = 0.05$)

ปัจจัย	การรับรู้	ค่า Sig.			ผลการทดสอบสมมติฐาน		
		ชนบท	ในเมือง	ภาพรวม	ชนบท	ในเมือง	ภาพรวม
เพศ	ภาพรวม	0.003	0.612	0.008	ปฏิเสธ	ยอมรับ	ปฏิเสธ
	ประชาสัมพันธ์	0.001	0.859	0.007	ปฏิเสธ	ยอมรับ	ปฏิเสธ
	จิตวิทยามวลชน	0.115	0.227	0.058	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
อายุ	ภาพรวม	0.397	0.272	0.277	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
	ประชาสัมพันธ์	0.472	0.276	0.371	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
	จิตวิทยามวลชน	0.410	0.445	0.240	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
การศึกษา	ภาพรวม	0.137	0.007	0.004	ยอมรับ	ปฏิเสธ	ปฏิเสธ
	ประชาสัมพันธ์	0.070	0.007	0.002	ยอมรับ	ปฏิเสธ	ปฏิเสธ
	จิตวิทยามวลชน	0.752	0.040	0.118	ยอมรับ	ปฏิเสธ	ยอมรับ
อาชีพ	ภาพรวม	0.264	0.216	0.058	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
	ประชาสัมพันธ์	0.407	0.100	0.088	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
	จิตวิทยามวลชน	0.119	0.686	0.062	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
รายได้	ภาพรวม	0.512	0.234	0.606	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
	ประชาสัมพันธ์	0.434	0.253	0.571	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
	จิตวิทยามวลชน	0.605	0.356	0.663	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
การนับถือศาสนา	ภาพรวม	0.045	0.024	0.005	ปฏิเสธ	ปฏิเสธ	ปฏิเสธ
	ประชาสัมพันธ์	0.076	0.041	0.009	ยอมรับ	ปฏิเสธ	ปฏิเสธ
	จิตวิทยามวลชน	0.044	0.036	0.012	ปฏิเสธ	ปฏิเสธ	ปฏิเสธ

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยทางลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และ การนับถือศาสนาอิสลาม ที่แตกต่างกัน ทำให้การรับรู้นโยบายภาครัฐแตกต่างกัน

จากตารางที่ 4.19 พบว่า

1. ในภาพรวม

ในภาพรวม ค่า Sig. น้อยกว่า α (0.05) สำหรับ ปัจจัยทางลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ (0.008) ระดับการศึกษา (0.004) และ การนับถือศาสนาอิสลาม (0.005)

ดังนั้น ปฏิเสธ สมมติฐานที่ 1 สำหรับ ปัจจัยทางลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา และ การนับถือศาสนาอิสลาม

แต่ ในภาพรวม ค่า Sig. มากกว่า α (0.05) สำหรับ ปัจจัยทางลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ (0.277) อาชีพ (0.058) และรายได้ต่อเดือน (0.606)

ดังนั้น ยอมรับ สมมติฐานที่ 1 สำหรับ ปัจจัยทางลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ อาชีพ และ รายได้ต่อเดือน

ดังนั้น ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า

ในภาพรวมเพศที่ต่างกันของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้ การรับรู้นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ไม่แตกต่างกัน (Sig.= 0.008 ปฏิเสธสมมติฐาน)

ในภาพรวมอายุที่ต่างกันของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้ การรับรู้นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้แตกต่างกัน (Sig.= 0.277 ยอมรับสมมติฐาน)

ในภาพรวมระดับการศึกษาที่ต่างกันของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้ การรับรู้นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ไม่แตกต่างกัน (Sig.=0.004 ปฏิเสธสมมติฐาน)

ในภาพรวมอาชีพที่ต่างกันของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้ การรับรู้นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้แตกต่างกัน (Sig.= 0.058 ยอมรับสมมติฐาน)

ในภาพรวมรายได้ที่ต่างกันของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้ การรับรู้นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้แตกต่างกัน (Sig.= 0.606 ยอมรับสมมติฐาน)

ในภาพรวมการนับถือศาสนาอิสลามที่แตกต่างกันของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้ การรับรู้ นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ไม่แตกต่างกัน (Sig.= 0.005 ปฏิเสธสมมติฐาน)

2. การพิจารณารายด้าน (ด้านการประชาสัมพันธ์และด้านจิตวิทยามวลชน)

สำหรับลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ปฏิเสธสมมติฐานในภาพรวม ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา และการนับถือศาสนาอิสลาม เมื่อพิจารณา รายด้าน ของการรับรู้ นโยบายภาครัฐ พบว่า

ในด้านการประชาสัมพันธ์ เพศที่แตกต่างกันของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้ การรับรู้ นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ไม่แตกต่างกัน (Sig.= 0.007 ปฏิเสธสมมติฐาน)

ในด้านจิตวิทยามวลชน เพศที่แตกต่างกันของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้ การรับรู้ นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้แตกต่างกัน (Sig.= 0.058 ยอมรับสมมติฐาน)

ในด้านการประชาสัมพันธ์ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้ การรับรู้ นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ไม่แตกต่างกัน (Sig.= 0.002 ปฏิเสธสมมติฐาน)

ในด้านจิตวิทยามวลชน ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้ การรับรู้ นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้แตกต่างกัน (Sig.= 0.118 ยอมรับสมมติฐาน)

ในด้านการประชาสัมพันธ์ การนับถือศาสนาอิสลามที่แตกต่างกันของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้ การรับรู้ นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ไม่แตกต่างกัน (Sig.= 0.005 ปฏิเสธสมมติฐาน)

ในด้านจิตวิทยามวลชน การนับถือศาสนาอิสลามที่แตกต่างกันของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้ การรับรู้ นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ไม่แตกต่างกัน (Sig.= 0.012 ปฏิเสธสมมติฐาน)

สรุปได้ว่า

ในด้านการประชาสัมพันธ์ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้ การรับรู้ นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้แตกต่างกัน

ในด้านจิตวิทยามวลชน เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้ การรับรู้ นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้แตกต่างกัน (การนับถือศาสนาอิสลามที่แตกต่างกันของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้ การรับรู้ นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ไม่แตกต่างกัน)

3. การพิจารณาเฉพาะในเขตชนบท

สำหรับลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ปฏิเสธสมมติฐานในภาพรวม ได้แก่ เพศ (Sig.= 0.003) และการนับถือศาสนาอิสลาม (Sig.= 0.045) เมื่อพิจารณารายด้านของการรับรู้ นโยบายภาครัฐในเขต ชนบท พบว่า

เพศ

ในด้านการประชาสัมพันธ์ เพศที่แตกต่างกันของประชาชนในเขตชนบทของ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้ การรับรู้ นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขตชนบทของ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ไม่แตกต่างกัน (Sig.= 0.001 ปฏิเสธสมมติฐาน)

ในด้านจิตวิทยามวลชน เพศที่แตกต่างกันของประชาชนในเขตชนบทของ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้ การรับรู้ นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขตชนบทของ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้แตกต่างกัน (Sig.= 0.115 ยอมรับสมมติฐาน)

การนับถือศาสนาอิสลาม

ในด้านการประชาสัมพันธ์ การนับถือศาสนาอิสลามที่แตกต่างกันของประชาชนในเขตชนบทของ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้ การรับรู้ นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขตชนบทของ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้แตกต่างกัน (Sig.= 0.076 ยอมรับสมมติฐาน)

ในด้านจิตวิทยามวลชน การนับถือศาสนาอิสลามที่แตกต่างกันของประชาชนในเขตชนบทของ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้ การรับรู้ นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขตชนบทของ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ไม่แตกต่างกัน (Sig.= 0.044 ปฏิเสธสมมติฐาน)

สรุปเฉพาะในเขตชนบท

ดังนั้น เฉพาะในเขตชนบท สรุปได้ว่า

ในด้านการประชาสัมพันธ์ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และการนับถือศาสนาอิสลาม ที่แตกต่างกันของประชาชนในเขตชนบทของ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้ การรับรู้ นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้แตกต่างกัน (เพศที่แตกต่างกัน

ของประชาชนในเขตชนบทของ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้ การรับรู้ นโยบายภาครัฐของ ประชาชนในเขตชนบทของ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ไม่แตกต่างกัน)

ในด้านจิตวิทยามวลชน เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันของประชาชนในเขตชนบทของ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้ การรับรู้ นโยบายภาครัฐของ ประชาชนในเขตชนบทของ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้แตกต่างกัน (การนับถือศาสนาอิสลามที่ แตกต่างกันของประชาชนในเขตชนบทของ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้ การรับรู้ นโยบาย ภาครัฐของประชาชนในเขตชนบทของ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ไม่แตกต่างกัน)

4. การพิจารณาเฉพาะในเขตเมือง

สำหรับลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ปฏิเสธสมมติฐานในภาพรวม ได้แก่ ระดับ การศึกษา (Sig.= 0.007) และการนับถือศาสนาอิสลาม (Sig.= 0.024) เมื่อพิจารณา รายด้าน ของการ รับรู้ นโยบายภาครัฐในเขตเมือง พบว่า

ระดับการศึกษา

ในด้านการประชาสัมพันธ์ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันของประชาชนในเขตเมืองของ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้ การรับรู้ นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขตเมืองของ 3 จังหวัด ชายแดนภาคใต้ไม่แตกต่างกัน (Sig.= 0.007 ปฏิเสธสมมติฐาน)

ในด้านจิตวิทยามวลชน ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันของประชาชนในเขตเมืองของ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้ การรับรู้ นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขตเมืองของ 3 จังหวัด ชายแดนภาคใต้ไม่แตกต่างกัน (Sig.= 0.040 ปฏิเสธสมมติฐาน)

การนับถือศาสนาอิสลาม

ในด้านการประชาสัมพันธ์ การนับถือศาสนาอิสลามที่แตกต่างกันของประชาชนในเขต เมืองของ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้ การรับรู้ นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขตเมืองของ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ไม่แตกต่างกัน (Sig.= 0.041 ปฏิเสธสมมติฐาน)

ในด้านจิตวิทยามวลชน การนับถือศาสนาอิสลามที่แตกต่างกันของประชาชนในเขต เมืองของ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้ การรับรู้ นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขตเมืองของ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ไม่แตกต่างกัน (Sig.= 0.036 ปฏิเสธสมมติฐาน)

สรุปเฉพาะในเขตเมือง

ดังนั้น เฉพาะในเขตเมือง สรุปได้ว่า

ในด้านการประชาสัมพันธ์ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันของ ประชาชนในเขตเมืองของ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้ การรับรู้ นโยบายภาครัฐของประชาชน

ในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้แตกต่างกัน (ระดับการศึกษาและการนับถือศาสนาอิสลามที่แตกต่างกันของประชาชนในเขตเมืองของ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้ การรับรู้ นโยบายภาครัฐ ของประชาชนในเขตเมืองของ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ไม่แตกต่างกัน)

ในด้านจิตวิทยามวลชน เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันของ ประชาชนในเขตเมืองของ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้ การรับรู้ นโยบายภาครัฐของประชาชน ในเขตเมืองของ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้แตกต่างกัน (ระดับการศึกษาและการนับถือศาสนาอิสลาม ที่แตกต่างกันของประชาชนในเขตเมืองของ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้ การรับรู้ นโยบาย ภาครัฐของประชาชนในเขตเมืองของ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ไม่แตกต่างกัน)

ตารางที่ 4.20 แสดงการทดสอบสมมติฐานที่ 2 (สื่อ) ในเขตชนบท เขตเมือง และในภาพรวม ($\alpha = 0.05$)

ปัจจัย	การรับรู้	ค่า Sig.			ผลการทดสอบสมมติฐาน		
		ชนบท	ในเมือง	ภาพรวม	ชนบท	ในเมือง	ภาพรวม
หนังสือ พิมพ์	ภาพรวม	0.123	0.574	0.625	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
	ประชาสัมพันธ์	0.106	0.758	0.501	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
	จิตวิทยามวลชน	0.389	0.166	0.819	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
วิทยุ	ภาพรวม	0.137	0.270	0.069	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
	ประชาสัมพันธ์	0.155	0.273	0.135	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
	จิตวิทยามวลชน	0.057	0.320	0.026	ยอมรับ	ยอมรับ	
โทรทัศน์	ภาพรวม	0.642	0.855	0.549	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
	ประชาสัมพันธ์	0.194	0.739	0.111	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
	จิตวิทยามวลชน	0.448	0.982	0.500	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
นิตยสาร	ภาพรวม	0.548	0.464	0.602	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
	ประชาสัมพันธ์	0.305	0.321	0.449	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
	จิตวิทยามวลชน	0.805	0.831	0.847	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
อินเทอร์เน็ต	ภาพรวม	0.353	0.740	0.845	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
	ประชาสัมพันธ์	0.460	0.676	0.863	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
	จิตวิทยามวลชน	0.256	0.890	0.838	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
จำนวนครั้งรวม	ภาพรวม	0.538	0.158	0.627	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
	ประชาสัมพันธ์	0.259	0.129	0.362	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
	จิตวิทยามวลชน	0.655	0.664	0.659	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยทางการเปิดรับสื่อ ได้แก่ สื่อสารมวลชน คือ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต จำนวนชั่วโมงรวม และสื่อบุคคล คือ สามี/ภรรยา บิดา/มารดา เพื่อน/เพื่อนบ้านญาติพี่น้อง โตะครู โตะอิหม่าม กำนัน/ผู้ใหญ่บ้าน ครู เจ้าหน้าที่สาธารณสุข สมาชิกสภา (อบต.) ตำรวจ ทหาร และจำนวนบุคคลที่สื่อสารต่อสัปดาห์ ที่แตกต่างกัน ทำให้มีการรับรู้นโยบายภาครัฐฯแตกต่างกัน

จากตารางที่ 4.20 การทดสอบสมมติฐานที่ 2 สื่อมวลชน ในเขตชนบท เขตเมือง และในภาพรวม พบว่า

1. ในภาพรวม

ในภาพรวม ปัจจัยทางการเปิดรับสื่อสารมวลชน คือ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต และ จำนวนชั่วโมงรวมที่เปิดรับสื่อต่อสัปดาห์ ที่แตกต่างกัน ทำให้มีการรับรู้ นโยบายภาครัฐฯแตกต่างกัน (ในภาพรวม Sig. > 0.05 สำหรับทุกสื่อ)

2. การพิจารณารายด้าน (ด้านการประชาสัมพันธ์และด้านจิตวิทยามวลชน)

เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ปัจจัยทางการเปิดรับวิทยุ ที่แตกต่างกัน ทำให้มีการรับรู้ นโยบายภาครัฐฯด้านจิตวิทยามวลชนไม่แตกต่างกัน (Sig. = 0.026)

3. ในเขตชนบท

ในเขตชนบท ปัจจัยทางการเปิดรับสื่อสารมวลชน คือ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต และ จำนวนชั่วโมงรวมที่เปิดรับสื่อต่อสัปดาห์ ที่แตกต่างกัน ทำให้มีการรับรู้ นโยบายภาครัฐฯแตกต่างกัน (ในภาพรวม Sig. > 0.05 สำหรับทุกสื่อ)

4. ในเขตเมือง

ในเขตเมือง ปัจจัยทางการเปิดรับสื่อสารมวลชน คือ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต และ จำนวนชั่วโมงรวมที่เปิดรับสื่อต่อสัปดาห์ ที่แตกต่างกัน ทำให้มีการรับรู้ นโยบายภาครัฐฯแตกต่างกัน (ในภาพรวม Sig. > 0.05 สำหรับทุกสื่อ)

ตารางที่ 4.21 แสดงการทดสอบสมมติฐานที่ 2 (บุคคล) ในเขตชนบท เขตเมืองและในภาพรวม($\alpha = 0.05$)

ปัจจัย	การรับรู้	ค่า Sig.			ผลการทดสอบสมมติฐาน		
		ชนบท	ในเมือง	ภาพรวม	ชนบท	ในเมือง	ภาพรวม
สามี ภรรยา	ภาพรวม	0.860	0.191	0.536	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
	ประชาสัมพันธ์	0.868	0.098	0.404	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
	จิตวิทยามวลชน	0.883	0.854	0.953	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
บิดา มารดา	ภาพรวม	0.523	0.189	0.753	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
	ประชาสัมพันธ์	0.227	0.236	0.873	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
	จิตวิทยามวลชน	0.515	0.181	0.151	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
เพื่อน เพื่อนบ้าน	ภาพรวม	0.831	0.071	0.384	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
	ประชาสัมพันธ์	0.844	0.108	0.444	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
	จิตวิทยามวลชน	0.831	0.058	0.352	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
ญาติ พี่น้อง	ภาพรวม	0.975	0.854	0.843	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
	ประชาสัมพันธ์	0.634	0.925	0.733	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
	จิตวิทยามวลชน	0.267	0.408	0.131	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
โค้ชครู	ภาพรวม	0.420	0.516	0.045	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
	ประชาสัมพันธ์	0.035	0.565	0.044	ปฏิเสธ	ยอมรับ	ปฏิเสธ
	จิตวิทยามวลชน	0.177	0.491	0.137	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
โค้ช อิหม่าม	ภาพรวม	0.010	0.425	0.012	ปฏิเสธ	ยอมรับ	ปฏิเสธ
	ประชาสัมพันธ์	0.004	0.397	0.005	ปฏิเสธ	ยอมรับ	ปฏิเสธ
	จิตวิทยามวลชน	0.286	0.613	0.251	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

ปัจจัย	การรับรู้	ค่า Sig.			ผลการทดสอบสมมติฐาน		
		ชนบท	ในเมือง	ภาพรวม	ชนบท	ในเมือง	ภาพรวม
กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน	ภาพรวม	0.194	0.607	0.175	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
	ประชาสัมพันธ์	0.338	0.876	0.385	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
	จิตวิทยามวลชน	0.064	0.200	0.023	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
ครู	ภาพรวม	0.012	0.459	0.008	ปฏิเสธ	ยอมรับ	ปฏิเสธ
	ประชาสัมพันธ์	0.019	0.706	0.022	ปฏิเสธ	ยอมรับ	ปฏิเสธ
	จิตวิทยามวลชน	0.020	0.143	0.004	ปฏิเสธ	ยอมรับ	ปฏิเสธ
เจ้าหน้าที่ สาธารณสุข	ภาพรวม	0.846	0.963	0.920	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
	ประชาสัมพันธ์	0.884	0.944	0.960	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
	จิตวิทยามวลชน	0.796	0.979	0.845	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
สมาชิกสภา อบต.	ภาพรวม	0.238	0.071	0.625	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
	ประชาสัมพันธ์	0.181	0.174	0.949	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
	จิตวิทยามวลชน	0.615	0.012	0.146	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
ตำรวจ	ภาพรวม	0.658	0.809	0.994	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
	ประชาสัมพันธ์	0.616	0.775	0.974	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
	จิตวิทยามวลชน	0.851	0.949	0.965	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
ทหาร	ภาพรวม	0.323	0.936	0.446	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
	ประชาสัมพันธ์	0.261	0.987	0.372	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
	จิตวิทยามวลชน	0.699	0.829	0.805	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ

ตารางที่ 4.22 แสดงการทดสอบสมมติฐานที่ 2 (บุคคล) ในเขตชนบท เขตเมืองและในภาพรวม ($\alpha = 0.05$)

ปัจจัย	การรับรู้	ค่า Sig.			ผลการทดสอบสมมติฐาน		
		ชนบท	ในเมือง	ภาพรวม	ชนบท	ในเมือง	ภาพรวม
จำนวน บุคคลรวม	ภาพรวม	0.660	0.477	0.808	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
	ประชาสัมพันธ	0.618	0.405	0.723	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
	จิตวิทยามวลชน	0.865	0.456	1.067	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยทางการเปิดรับสื่อบุคคล คือ สามิ/ภรรยา บิดา/มารดา เพื่อน/เพื่อนบ้าน ญาติพี่น้อง โตะครู โตะอิหม่าม กำนัน/ผู้ใหญ่บ้าน ครู เจ้าหน้าที่สาธารณสุข สมาชิกสภา (อบต.) ตำรวจ ทหาร และจำนวนบุคคลที่สื่อสารต่อสัปดาห์ ที่แตกต่างกัน ทำให้มีการรับรู้นโยบายภาครัฐฯแตกต่างกัน

จากตารางที่ 23 การทดสอบสมมติฐานที่ 2 สื่อบุคคล ในเขตชนบท เขตเมือง และในภาพรวม พบว่า

1. ในภาพรวม

ในภาพรวม ปัจจัยทางการเปิดรับสื่อบุคคล คือ สามิ/ภรรยา บิดา/มารดา เพื่อน/เพื่อนบ้าน ญาติพี่น้อง กำนัน/ผู้ใหญ่บ้าน เจ้าหน้าที่สาธารณสุข สมาชิกสภา (อบต.) ตำรวจ ทหาร และจำนวนบุคคลที่สื่อสารต่อสัปดาห์ ที่แตกต่างกัน ทำให้มีการรับรู้ นโยบายภาครัฐฯแตกต่างกัน (Sig. > 0.05)

แต่ในภาพรวม ปัจจัยทางการเปิดรับสื่อบุคคล คือ โตะครู โตะอิหม่าม ครู ที่แตกต่างกัน ทำให้มีการรับรู้ นโยบายภาครัฐฯ ไม่แตกต่างกัน (Sig. = 0.045 0.012 และ 0.008)

2. การพิจารณารายด้าน (ด้านการประชาสัมพันธ์และด้านจิตวิทยามวลชน)

เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ด้านการประชาสัมพันธ์ ปัจจัยทางการเปิดรับสื่อบุคคล คือ โຕ้ะครู (Sig. = 0.044) โຕ้ะอิหม่าม (Sig. = 0.005) และครู (Sig. = 0.022) ที่แตกต่างกัน ทำให้มีการรับรู้นโยบายภาครัฐด้านการประชาสัมพันธ์ ไม่แตกต่างกัน

ด้านจิตวิทยามวลชน ปัจจัยทางการเปิดรับสื่อบุคคล คือ กำนัน/ผู้ใหญ่บ้าน (Sig. = 0.023) และครู (Sig. = 0.004) ที่แตกต่างกัน ทำให้มีการรับรู้นโยบายภาครัฐด้านจิตวิทยามวลชนไม่แตกต่างกัน

3. ในเขตชนบท

ในเขตชนบท ปัจจัยทางการเปิดรับ สื่อบุคคล คือ โຕ้ะครู (Sig. ด้านการประชาสัมพันธ์ = 0.035) โຕ้ะอิหม่าม (Sig. ภาพรวม = 0.010 และ Sig. ด้านการประชาสัมพันธ์ = 0.004) และครู (Sig. ภาพรวม = 0.012 และ Sig. ด้านการประชาสัมพันธ์ = 0.019 และ Sig. ด้านจิตวิทยามวลชน = 0.020) ที่แตกต่างกัน ทำให้มีการรับรู้นโยบายภาครัฐฯ ไม่แตกต่างกัน

4. ในเขตเมือง

ในเขตเมือง ปัจจัยทางการเปิดรับสื่อบุคคล คือ สามเณร/ภรรยา บิดา/มารดา เพื่อน/เพื่อนบ้าน ญาติพี่น้อง โຕ้ะครู โຕ้ะอิหม่าม กำนัน/ผู้ใหญ่บ้าน ครู เจ้าหน้าที่สาธารณสุข สมาชิกสภา (อบต.) ตำรวจ ทหาร และจำนวนบุคคลที่สื่อสารต่อสัปดาห์ ที่แตกต่างกัน ทำให้มีการรับรู้นโยบายภาครัฐฯแตกต่างกัน (ในภาพรวม Sig. > 0.05 สำหรับทุกสื่อ)

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง การรับรู้นโยบายภาครัฐ ของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ในครั้งนี้ สามารถสรุป อภิปราย และ มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ปัจจัยทางลักษณะประชากรศาสตร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 74.50 เฉพาะในเขตชนบท ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 70.00 และเฉพาะในเขตเมือง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 79.00

ส่วนใหญ่อายุ 21-25 ปี ร้อยละ 52.50 รองลงมา คือ 26-30 ปี ร้อยละ 17.50 31-35 ปี ร้อยละ 14.50 เฉพาะในเขตชนบท ส่วนใหญ่อายุ 21-25 ปี ร้อยละ 47.00 รองลงมา คือ 26-30 ปี ร้อยละ 19.00 31-35 ปี ร้อยละ 12.00 และน้อยกว่า 21 ปี ร้อยละ 11.00 เฉพาะในเขตเมือง ส่วนใหญ่อายุ 21-25 ปี ร้อยละ 58.00 รองลงมา คือ 31-35 ปี ร้อยละ 17.00 และ 26-30 ปี ร้อยละ 16.00

ส่วนใหญ่อายุมีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 56.50 เฉพาะในเขตชนบท ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 55.00 และเฉพาะในเขตเมือง ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 58.00

ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา ร้อยละ 38.50 รองลงมา คือ รับจ้างทั่วไป ร้อยละ 18.00 และพนักงานบริษัท ร้อยละ 11.00 เฉพาะในเขตเมือง ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา ร้อยละ 37.00 รองลงมา คือ รับจ้างทั่วไป ร้อยละ 19.00 และ พนักงานบริษัท เท่ากับ ข้าราชการ ร้อยละ 14.00 เฉพาะในเขตชนบท ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา ร้อยละ 40.00 รองลงมา คือ รับจ้างทั่วไป ร้อยละ 17.00

ส่วนใหญ่อายุมีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท ร้อยละ 51.00 รองลงมา คือ 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 39.00 เฉพาะในเขตชนบท ส่วนใหญ่อายุมีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท ร้อยละ 61.00 รองลงมา คือ 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 32.00 เฉพาะในเขตเมือง ส่วนใหญ่อายุมีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 46.00 รองลงมา คือ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท ร้อยละ 41.00

ส่วนใหญ่มีการนับถือศาสนาอิสลาม เครื่องปานกลาง ร้อยละ 54.50 รองลงมา คือ เครื่องศาสนา มาก ร้อยละ 23.00 ไม่ใช่ศาสนาอิสลาม ร้อยละ 14.00 และ ไม่เคร่งศาสนานัก มีเพียง ร้อยละ 8.50 เฉพาะในเขตชนบท ส่วนใหญ่มีการนับถือศาสนาอิสลาม เครื่องปานกลาง ร้อยละ 58.00 รองลงมา คือ เครื่องศาสนา มาก ร้อยละ 21.00 ไม่ใช่ศาสนาอิสลาม ร้อยละ 13.00 และ ไม่เคร่งศาสนานัก มีเพียง ร้อยละ 8.00 เฉพาะในเขตเมือง ส่วนใหญ่มีการนับถือศาสนาอิสลาม เครื่องปานกลาง ร้อยละ 51.00 รองลงมา คือ เครื่องศาสนา มาก ร้อยละ 25.00 ไม่ใช่ศาสนาอิสลาม ร้อยละ 15.00 และ ไม่เคร่งศาสนานัก มีเพียง ร้อยละ 9.00

ปัจจัยทางการเปิดรับสื่อในการรับรู้ นโยบายภาครัฐ ของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

ส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์ 2 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 24.00 รองลงมา 1 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 17.50 และ 3 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 17.00 หนังสือพิมพ์ที่นิยมอ่านมากที่สุด คือ ไทยรัฐ มีคนอ่าน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 56.50 รองลงมา คือ เดลินิวส์ มีคนอ่าน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50

เฉพาะในเขตชนบท ส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์ 2 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 27.00 รองลงมา 1 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 22.00 และ 0 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 18.00 หนังสือพิมพ์ที่นิยมอ่านมากที่สุด คือ ไทยรัฐ มีคนอ่าน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00 รองลงมา คือ เดลินิวส์ มีคนอ่าน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00

เฉพาะในเขตเมือง ส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์ 2 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 21.00 รองลงมา 3 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 19.00 และ 5 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 16.00 หนังสือพิมพ์ที่นิยมอ่านมากที่สุด คือ ไทยรัฐ มีคนอ่าน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมา คือ เดลินิวส์ มีคนอ่าน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00

ส่วนใหญ่ฟังวิทยุ 7 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 23.50 รองลงมา 0 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 23.00 และ 2 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 12.50 รายการวิทยุที่นิยมฟังมากที่สุด คือ รายการเพลง มีคนฟัง 112 คน คิดเป็นร้อยละ 56.00 รองลงมา คือ ข่าว มีคนฟัง 64 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00

เฉพาะในเขตชนบท ส่วนใหญ่ฟังวิทยุ 7 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 24.00 รองลงมา 0 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 22.00 และ 2 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 15.00 รายการวิทยุที่นิยมฟังมากที่สุด คือ รายการเพลง มีคนฟัง 52 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 รองลงมา คือ ข่าว มีคนฟัง 22 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00

เฉพาะในเขตเมือง ส่วนใหญ่ฟังวิทยุ 0 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 24.00 รองลงมา 7 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 23.00 และ 5 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 17.00 รายการวิทยุที่นิยมฟังมากที่สุด คือ รายการเพลง มีคนฟัง 56 คน คิดเป็นร้อยละ 56.00 รองลงมา คือ ข่าว มีคนฟัง 20 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00

ส่วนใหญ่ ดูโทรทัศน์ 7 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 75.00 รองลงมา 5 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 8.00 และ 0 กับ 1 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 5.00 รายการที่นิยมดูมากที่สุด คือ รายการบันเทิง มีคนดู 130 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00 รองลงมา คือ ข่าว มีคนดู 24 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00

เฉพาะในเขตชนบท ส่วนใหญ่ ดูโทรทัศน์ 7 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 67.00 รองลงมา 2 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 15.00 และ 5 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 9.00 รายการที่นิยมดูมากที่สุด คือ รายการบันเทิง มีคนดู 60 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมา คือ ข่าว มีคนดู 12 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00

เฉพาะในเขตเมือง ส่วนใหญ่ ดูโทรทัศน์ 7 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 83.00 รองลงมา 5 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 7.00 และ 0 กับ 4 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 3.00 รายการที่นิยมดูมากที่สุด คือ รายการบันเทิง มีคนดู 65 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00 รองลงมา คือ ข่าว มีคนดู 16 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00

ส่วนใหญ่ ไม่อ่านนิตยสาร 0 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 49.50 รองลงมาอ่าน 3 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 18.50 และ 1 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 14.50 นิตยสารที่นิยมอ่านมากที่สุด คือ นิตยสารกีฬา มีคนอ่าน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รองลงมา คือ ทีวีพูล มีคนอ่าน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 และ นิสานิตยสาร มีคนอ่าน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00

เฉพาะในเขตชนบท ส่วนใหญ่ ไม่อ่านนิตยสาร 0 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 65.00 รองลงมาอ่าน 1 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 16.00 และ 3 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 9.00 นิตยสารที่นิยมอ่านมากที่สุด คือ นิตยสารกีฬา มีคนอ่าน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รองลงมา คือ ทีวีพูล มีคนอ่าน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 และ นิสานิตยสาร มีคนอ่าน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00

เฉพาะในเขตเมือง ส่วนใหญ่ ไม่อ่านนิตยสาร 0 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 34.00 รองลงมาอ่าน 3 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 28.00 และ 2 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 15.00 นิตยสารที่นิยมอ่านมากที่สุด คือ นิตยสารทีวีพูล มีคนอ่าน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 รองลงมา คือ ฟุตบอล มีคนอ่าน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 และ นิสานิตยสาร มีคนอ่าน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00

เฉพาะในเขตเมือง ส่วนใหญ่ ใช้อินเทอร์เน็ต 5 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 36.00 รองลงมา 7 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 25.00 และ 3 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 20.00

เว็บไซต์ที่นิยมอ่านมากที่สุด คือ ไอพี มี 25 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 รองลงมา คือ เอ็มเอสเอ็น มี 24 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 และ กูเกิล มี 20 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00

เฉพาะในเขตชนบท ส่วนใหญ่ ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต 0 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 62.00 รองลงมาใช้ 2 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 21.00 และ 1 วัน / สัปดาห์ ร้อยละ 17.00

การเปิดรับสื่อบุคคลส่วนใหญ่พูดคุยกับเพื่อนมากที่สุด ร้อยละ 90.00 รองลงมา คือ บิดา/มารดา ร้อยละ 81.00ญาติพี่น้อง ร้อยละ 75.50 และ ครู ร้อยละ 67.00

เฉพาะในเขตเมือง ส่วนใหญ่ผูกคูกับเพื่อนมากที่สุด ร้อยละ 93.00 รองลงมา คือ บิดา/มารดา ร้อยละ 86.00 ญาติพี่น้อง ร้อยละ 80.00 และ ครู ร้อยละ 74.00

เฉพาะในเขตชนบท ส่วนใหญ่ผูกคูกับเพื่อนมากที่สุด ร้อยละ 87.00 รองลงมา คือ บิดา/มารดา ร้อยละ 76.00 ญาติพี่น้อง ร้อยละ 71.00 และ ครู ร้อยละ 60.00

การรับรู้นโยบายภาครัฐ ของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

- การรับรู้นโยบายภาครัฐในภาพรวม (R1-20) อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งในภาพรวม ในเขตชนบทและในเขตเมือง

- การรับรู้นโยบายภาครัฐในด้านการประชาสัมพันธ์ (R1-15) อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งในภาพรวม ในเขตชนบทและในเขตเมือง

- การรับรู้นโยบายภาครัฐในด้านจิตวิทยามวลชน (R16-20) อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งในภาพรวม ในเขตชนบทและในเขตเมือง

- การรับรู้นโยบายภาครัฐในประเด็นต่างๆ ส่วนใหญ่ มีระดับการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ ในช่วง 2.61 – 3.20) ทั้งในภาพรวม ในเขตชนบท และในเขตเมือง 2.19

- การรับรู้นโยบายภาครัฐที่มากที่สุด คือ นโยบาย 30 บาทรักษาทุกโรค (R12) เป็นนโยบายเดียวที่มีระดับการรับรู้ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ ในภาพรวม 2.21 ในเขตชนบท 2.23 และในเขตเมือง 2.19

- การรับรู้นโยบายภาครัฐที่มีระดับการรับรู้ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ ในช่วง 3.21 – 4.00) สามารถเรียงลำดับตามระดับค่าเฉลี่ย เพื่อให้เห็นชัดเจน สำหรับการหาแนวทางการแก้ไขและปรับปรุง ดังนี้

1. นโยบาย R8 คือ การสร้างสนามบินเบตง เพื่อให้ผู้เดินทางไปร่วมพิธีอัญญาได้ใช้สนามบินเบตง (เป็นนโยบายทางเศรษฐกิจ) มีระดับการรับรู้ต่ำ ทั้งในภาพรวม (3.29) ในเขตชนบท (3.33) และในเขตเมือง (3.24)

2. นโยบาย R6 คือ การวางระบบเทียบคุณภาพทางการศึกษาสำหรับผู้จบการศึกษาจากประเทศตะวันออกกลาง(เป็นนโยบายทางการศึกษา) มีระดับการรับรู้ต่ำ ทั้งในภาพรวม (3.02) ในเขตชนบท (3.21) และในเขตเมือง (2.82)

3. นโยบาย R7 คือ โครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตโครงการอยู่ดีมีสุข ยกกระดานการผลิตแร่รัตนพัฒนาเครือข่ายการคมนาคมโดยปรับปรุงขยายถนนสาย 410 จากปัตตานี - เบตง ให้เป็นเส้นทางขนส่งระหว่างไทย-มาเลเซีย-สิงคโปร์-อินโดนีเซีย (เป็นนโยบายทางเศรษฐกิจ) มีระดับการรับรู้ต่ำ ทั้งในภาพรวม (3.02) ในเขตชนบท (3.43)

4. นโยบาย R2 คือ การจัดตั้งกองอำนวยการเสริมสร้างสันติสุข จังหวัดชายแดนภาคใต้ กอ.สสส.จชต. (เป็นนโยบายทางความมั่นคง) มีระดับการรับรู้ในเขตชนบท (3.27)

5. นโยบาย R4 คือ การส่งเสริมและสนับสนุนแนวทาง (R4) การศึกษาของอิสลาม ให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน (เป็นนโยบายทางการศึกษา) มีระดับการรับรู้ในเขตชนบท (3.25)

6. นโยบาย R1 คือ นโยบายเสริมสร้างสันติสุขในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ (เป็นนโยบายทางความมั่นคง) มีระดับการรับรู้ในเขตชนบท (3.21)

7. นโยบาย R5 คือ การพัฒนาบุคลากรผู้สอนให้มีความสามารถในการสอนถูกต้องตามหลักศาสนา รวมทั้งส่งเสริมให้ครูในตาดีกาและปอเนาะได้รับการศึกษาเพิ่มเติม เพื่อให้มีวิทยฐานะและสร้างขวัญกำลังใจ (เป็นนโยบายทางการศึกษา) มีระดับการรับรู้ในเขตเมือง (3.14)

การทดสอบสมมติฐาน

ในภาพรวมเพศที่แตกต่างกันของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้ การรับรู้นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ไม่แตกต่างกัน (Sig.= 0.008 ปฏิเสธสมมติฐาน)

ในภาพรวมอายุที่แตกต่างกันของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้ การรับรู้นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้แตกต่างกัน (Sig.= 0.277 ยอมรับสมมติฐาน)

ในภาพรวมระดับการศึกษาที่แตกต่างกันของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้ การรับรู้นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ไม่แตกต่างกัน (Sig.=0.004 ปฏิเสธสมมติฐาน)

ในภาพรวมอาชีพที่แตกต่างกันของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้ การรับรู้นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้แตกต่างกัน (Sig.= 0.058 ยอมรับสมมติฐาน)

ในภาพรวมรายได้ที่แตกต่างกันของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้ การรับรู้นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้แตกต่างกัน (Sig.= 0.606 ยอมรับสมมติฐาน)

ในภาพรวมการนับถือศาสนาอิสลามที่แตกต่างกันของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้ การรับรู้นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ไม่แตกต่างกัน (Sig.= 0.005 ปฏิเสธสมมติฐาน)

กันของประชาชนในเขตเมืองของ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้ การรับรู้ นโยบายภาครัฐของ ประชาชนในเขตเมืองของ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ไม่แตกต่างกัน)

ปัจจัยทางการเปิดรับสื่อสารมวลชน

ในภาพรวมในเขตชนบทและในเขตเมือง ปัจจัยทางการเปิดรับสื่อสารมวลชน คือ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต และ จำนวนชั่วโมงรวมที่เปิดรับสื่อต่อสัปดาห์ที่ แตกต่างกัน ทำให้มีการรับรู้ นโยบายภาครัฐแตกต่างกัน (ในภาพรวม Sig. > 0.05 สำหรับทุกสื่อ)

พิจารณารายด้าน พบว่า ปัจจัยทางการเปิดรับวิทยุ ที่แตกต่างกัน ทำให้มีการรับรู้ นโยบาย ภาครัฐด้านจิตวิทยามวลชนไม่แตกต่างกัน (Sig. = 0.026)

ปัจจัยทางการเปิดรับสื่อบุคคล

ในภาพรวม ปัจจัยทางการเปิดรับสื่อบุคคล คือ สามเณร/ภรรยา บิดา/มารดา เพื่อน/เพื่อน บ้าน ญาติพี่น้อง กำนัน/ผู้ใหญ่บ้าน เจ้าหน้าที่สาธารณสุข สมาชิกสภา (อบต.) ตำรวจ ทหาร และ จำนวนบุคคลที่สื่อสารต่อสัปดาห์ ที่แตกต่างกัน ทำให้มีการรับรู้ นโยบายภาครัฐแตกต่างกัน (Sig. > 0.05)

แต่ในภาพรวม ปัจจัยทางการเปิดรับสื่อบุคคล คือ โตะครู โตะอิหม่าม ครู ที่แตกต่าง กัน ทำให้มีการรับรู้ นโยบายภาครัฐ ไม่แตกต่างกัน (Sig. = 0.045 0.012 และ 0.008)

เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ด้านการประชาสัมพันธ์ ปัจจัยทางการเปิดรับสื่อบุคคล คือ โตะครู (Sig. = 0.044) โตะอิหม่าม (Sig. = 0.005) และครู (Sig. = 0.022) ที่แตกต่างกัน ทำให้มีการรับรู้ นโยบายภาครัฐด้านการประชาสัมพันธ์ ไม่แตกต่างกัน

ด้านจิตวิทยามวลชน ปัจจัยทางการเปิดรับสื่อบุคคล คือ กำนัน/ผู้ใหญ่บ้าน (Sig. = 0.023) และครู (Sig. = 0.004) ที่แตกต่างกัน ทำให้มีการรับรู้ นโยบายภาครัฐด้านจิตวิทยามวลชนไม่ แตกต่างกัน

ในเขตชนบท ปัจจัยทางการเปิดรับ สื่อบุคคล คือ โตะครู (Sig. ด้านการประชาสัมพันธ์= 0.035) โตะอิหม่าม (Sig. ภาพรวม= 0.010 และ Sig. ด้านการประชาสัมพันธ์ = 0.004) และครู (Sig. ภาพรวม = 0.012 และ Sig. ด้านการประชาสัมพันธ์ = 0.019 และ Sig. ด้านจิตวิทยามวลชน = 0.020) ที่แตกต่างกัน ทำให้มีการรับรู้ นโยบายภาครัฐ ไม่แตกต่างกัน

ในเขตเมือง ปัจจัยทางการเปิดรับสื่อบุคคล คือ สามเณร/ภรรยา บิดา/มารดา เพื่อน/เพื่อน บ้าน ญาติพี่น้อง โตะครู โตะอิหม่าม กำนัน/ผู้ใหญ่บ้าน ครู เจ้าหน้าที่สาธารณสุข สมาชิกสภา (อบต.) ตำรวจ ทหาร และจำนวนบุคคลที่สื่อสารต่อสัปดาห์ ที่แตกต่างกัน ทำให้มีการรับรู้ นโยบาย ภาครัฐแตกต่างกัน (ในภาพรวม Sig. > 0.05 สำหรับทุกสื่อ)

5.2 อภิปรายผล

การรับรู้นโยบายภาครัฐในภาพรวม ในด้านการประชาสัมพันธ์ และในด้านจิตวิถยามวลชน อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งในภาพรวม ในเขตชนบทและในเขตเมือง ทั้งนี้เพราะ ประการที่หนึ่ง ประชาชนส่วนใหญ่ทั้งในเขตชนบทและในเขตเมือง สามารถรับรู้นโยบายภาครัฐจากสื่อสารมวลชนได้ โดยทั้งทางโทรทัศน์ และ วิทยุ ประชาชนเปิดรับข่าวสาร ถึงสัปดาห์ละ 7 วัน นอกจากนี้ หนังสือพิมพ์เป็นอีกสื่อหนึ่งที่ประชาชนส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารสัปดาห์ละ 2 วัน และประการที่สอง ในด้านปัจจัยทางการเปิดรับสื่อบุคคล ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พูดคุยกับสื่อบุคคล เกณฑ์มากที่สุด คือ ใน 1 สัปดาห์ มีการพูดคุยกับเพื่อน ร้อยละ 90.00 กับ บิดา/มารดา ร้อยละ 81.00 กับญาติพี่น้อง ร้อยละ 75.50 และ กับครู ร้อยละ 67.00 โดยส่วนใหญ่ พูดคุยเรื่องทั่วไปและข่าวคราว ดังนั้น ด้วยเหตุผลทั้งสองประการนี้ จึงทำให้การรับรู้นโยบายภาครัฐในภาพรวม ในด้านการประชาสัมพันธ์ และในด้านจิตวิถยามวลชน อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งในภาพรวม ในเขตชนบทและในเขตเมือง ซึ่งผลการศึกษารั้งนี้ สอดคล้องกับการศึกษาของอรวดี สีแพรวไพล (2549) ที่เสนอว่าการรับรู้ข่าวสารการเมืองทางสื่อมวลชนมีประโยชน์โดยรวมอยู่ในระดับสูง โดยสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีประโยชน์มากที่สุด รองลงคือ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต วิทยุ และนิตยสาร ตามลำดับ และพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ข่าวสารทางสื่อบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

อย่างไรก็ตาม มีการรับรู้นโยบายภาครัฐที่มีระดับการรับรู้อยู่ในระดับน้อย ได้แก่ นโยบายต่อไปนี้

1. การสร้างสนามบินเบตง เพื่อให้ผู้เดินทางไปร่วมพิธีฮัจญ์ได้ใช้สนามบินเบตง (เป็นนโยบายทางเศรษฐกิจ) มีระดับการรับรู้ต่ำ ทั้งในภาพรวม (3.29) ในเขตชนบท (3.33) และในเขตเมือง (3.24)
2. การวางระบบเทียบคณวุฒิทางการศึกษาสำหรับผู้ที่จบการศึกษาจากประเทศตะวันออกกลาง (เป็นนโยบายทางการศึกษา) มีระดับการรับรู้ต่ำ ทั้งในภาพรวม (3.02) ในเขตชนบท (3.21) และในเขตเมือง (2.82)
3. โครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตโครงการอยู่ดีมีสุข ยกกระดับการผลิตเร่งรัดพัฒนาเครือข่ายการคมนาคมโดยปรับปรุงขยายถนนสาย 410 จากปัตตานี - เบตง ให้เป็นเส้นทางขนส่งระหว่างไทย-มาเลเซีย-สิงคโปร์-อินโดนีเซีย (เป็นนโยบายทางเศรษฐกิจ) มีระดับการรับรู้ต่ำ ทั้งในภาพรวม (3.02) ในเขตชนบท (3.43)
4. การจัดตั้งกองอำนวยการเสริมสร้างสันติสุข จังหวัดชายแดน ภาคใต้ กอ.สสส.จชต. (เป็นนโยบายทางความมั่นคง) มีระดับการรับรู้ต่ำในเขตชนบท (3.27)

5. การส่งเสริมและสนับสนุนแนวทาง (R4) การศึกษาของอิสลามให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน (เป็นนโยบายทางการศึกษา) มีระดับการรับรู้ต่ำ ในเขตชนบท (3.25)

6. นโยบายเสริมสร้างสันติสุขในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ (เป็นนโยบายทางความมั่นคง) มีระดับการรับรู้ต่ำ ในเขตชนบท (3.21)

7. การพัฒนาบุคลากรผู้สอนให้มีความสามารถในการสอนถูกต้องตามหลักศาสนา รวมทั้งส่งเสริมให้ครูในศาสนา และปอเนาะ ได้รับการศึกษาเพิ่มเติม เพื่อให้มีวิทยฐานะและสร้างขวัญกำลังใจ (เป็นนโยบายทางการศึกษา) มีระดับการรับรู้ต่ำ ในเขตเมือง (3.14)

การที่นโยบายเหล่านี้มีการรับรู้ต่ำน่าจะมีสาเหตุมาจากการที่ไม่เน้นนโยบายเหล่านี้ไปเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสารมวลชน ทั้งทางโทรทัศน์และวิทยุ ดังที่ได้ว่า ไม่เคยพบเห็นการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ นโยบายเหล่านี้ทางโทรทัศน์และวิทยุ หากเปรียบเทียบกับ นโยบาย 30 บาท รักษาทุกโรค ที่มีคะแนนค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงที่สุด จะเห็นได้ว่าในตอนเริ่มต้นนโยบาย 30 บาท รักษาทุกโรค นโยบายนี้ได้รับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสารมวลชน ทั้งทางโทรทัศน์และวิทยุ อย่างมีประสิทธิภาพมาก แต่ นโยบายที่มีระดับการรับรู้ต่ำ เป็นเพียงแค่ข่าวในสื่อมวลชนสองสามครั้งเท่านั้น

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ในด้านการประชาสัมพันธ์ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้ การรับรู้ นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้แตกต่างกัน น่าจะมีสาเหตุเนื่องมาจาก ประชาชนช่วงอายุ 20 – 30 ปี จะมีการเปิดรับสื่อมากกว่า ทั้งทางสื่อสารมวลชนและทางสื่อบุคคล และประชาชนที่มีอาชีพที่รายได้มั่นคงจะมีศักยภาพในการเปิดรับสื่อได้มากกว่าในทางสื่อสารมวลชน ทั้งโทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร และอินเทอร์เน็ต

ในด้านจิตวิทยามวลชน เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้ การรับรู้ นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับที่นิกร จันง (2549) เสนอไว้ว่า ความล้มเหลวด้านจิตวิทยามวลชนน่าจะมีสาเหตุมาจาก การที่ภาครัฐไม่ยอมสร้างความเข้าใจกับมวลชน ไม่สร้างเครือข่ายในการปฏิบัติงาน และไม่ให้ความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ข้อมูลที่ต้องการครบถ้วนและให้ความจริงปรากฏต่อสาธารณชนโดยเร็ว จึงทำให้ความแตกต่างทางลักษณะทางประชากรศาสตร์มีผลต่อการรับรู้ นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

ปัจจัยทางการเปิดรับสื่อสารมวลชน คือ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต และ จำนวนชั่วโมงรวมที่เปิดรับสื่อต่อสัปดาห์ที่แตกต่างกัน ทำให้มีการรับรู้ นโยบายภาครัฐแตกต่างกันทั้งนี้เพราะ ยังเปิดรับสื่อสารมวลชนมาก ยังสามารถรับรู้ นโยบายภาครัฐได้มาก

ปัจจัยทางการเปิดรับสื่อบุคคล คือ สามิ/ภรรยา บิดา/มารดา เพื่อน/เพื่อนบ้าน ญาติพี่น้อง กำนัน/ผู้ใหญ่บ้าน เจ้าหน้าที่สาธารณสุข สมาชิกสภา (อบต.) ตำรวจ ทหาร และจำนวนบุคคลที่สื่อสารต่อสัปดาห์ ที่แตกต่างกัน ทำให้มีการรับรู้นโยบายภาครัฐแตกต่างกัน เพราะยังเปิดรับสื่อบุคคลมากยังสามารถรับรู้นโยบายภาครัฐได้มาก

แต่ปัจจัยทางการเปิดรับสื่อบุคคล คือ โตะครู โตะอิหม่าม และ ครู ที่แตกต่างกัน ทำให้มีการรับรู้นโยบายภาครัฐ ไม่แตกต่างกันทั้งนี้เพราะ โตะครู โตะอิหม่าม และ ครู ส่วนมากจะนำเสนอเรื่องการเรียนรู้และศาสนา ไม่มุ่งเน้นหรือชี้ไปในเรื่องการเมือง ดังนั้น ในเขตชนบท ปัจจัยทางการเปิดรับ สื่อบุคคล คือ โตะครู (Sig. ด้านการประชาสัมพันธ์ = 0.03 โตะอิหม่าม Sig. ภาพรวม = 0.010 และ Sig. ด้านการประชาสัมพันธ์ = 0.004 และครู Sig. ภาพรวม = 0.012 และ Sig. ด้านการประชาสัมพันธ์ = 0.019 และ Sig. ด้านจิตวิทยามวลชน = 0.02) ที่แตกต่างกัน ทำให้มีการรับรู้ นโยบายภาครัฐ ไม่แตกต่างกัน

อย่างไรก็ตาม ในเขตเมือง ปัจจัยทางการเปิดรับสื่อบุคคล คือ สามิ/ภรรยา บิดา/มารดา เพื่อน/เพื่อนบ้าน ญาติพี่น้อง โตะครู โตะอิหม่าม กำนัน/ผู้ใหญ่บ้าน ครู เจ้าหน้าที่สาธารณสุข สมาชิกสภา อบต. (ตำรวจ ทหาร และจำนวนบุคคลที่สื่อสารต่อสัปดาห์ ที่แตกต่างกัน ทำให้มีการรับรู้ นโยบายภาครัฐแตกต่างกัน) ในภาพรวม Sig. > 0.05 สำหรับทุกสื่อบุคคล) ทั้งนี้เพราะในเขตเมืองมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเรื่องการเรียนรู้ นโยบายภาครัฐมากกว่าในชนบท

สื่อที่มีอิทธิพลในการเปิดรับนโยบายจากชุมชนมาก คือสื่อบุคคล เช่น เพื่อนและเพื่อนบ้าน บิดา/มารดา ญาติพี่น้อง เนื่องจากเป็นกลุ่มบุคคลใกล้ชิด มีการแลกเปลี่ยนข่าวสารพูดคุยกันบ่อยครั้ง นโยบายด้านจิตวิทยามวลชนควรใช้สื่อบุคคลเป็นหลัก เพราะการสร้าง ความเข้าใจ สร้างจิตสำนึก สร้างความสามัคคี ลดความหวาดระแวง จะต้องอาศัยความสนิทสนม ความไว้วางใจ เชื่อใจ สื่อบุคคลที่สำคัญคือผู้นำทางศาสนา เพราะได้รับความนับถือจากชุมชนอย่างมาก เหมาะที่จะช่วยสร้างความเข้าใจให้กับชุมชน

โทรทัศน์ก็เป็นสื่อที่ประชาชนเปิดรับมาก ถึงแม้จะเป็นการรับชมเพื่อความบันเทิงเป็นส่วนใหญ่ แต่ถือว่าเป็นช่องทางที่สำคัญที่รัฐสามารถใช้ประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์นโยบาย หรือโครงการต่าง ๆ ให้ประชาชนรับทราบ เพราะเข้าถึงประชาชนได้ง่าย

ข้อจำกัด

เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจที่วิเคราะห์จากแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่จบปริญญาตรีสามารถอ่านภาษาไทยได้ดี ประชาชนที่ไม่มีการศึกษาอ่านภาษาไทยไม่ได้ จึงไม่ให้ความสนใจที่จะตอบแบบสอบถาม

5.3 ข้อเสนอแนะ

1. สถานีวิทย์โทรทัศน์โดยเฉพาะสถานีโทรทัศน์ที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของภาครัฐ เช่น กรมประชาสัมพันธ์ ควรจะมีส่วนให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์นโยบายต่างๆ ให้ประชาชนทราบ

2. ต้องให้ประชาชนในพื้นที่ที่มีบทบาทและมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์นโยบายและกระบวนการสนับสนุนให้บริหารงานโดยเสริมสร้างอย่างชัดเจน

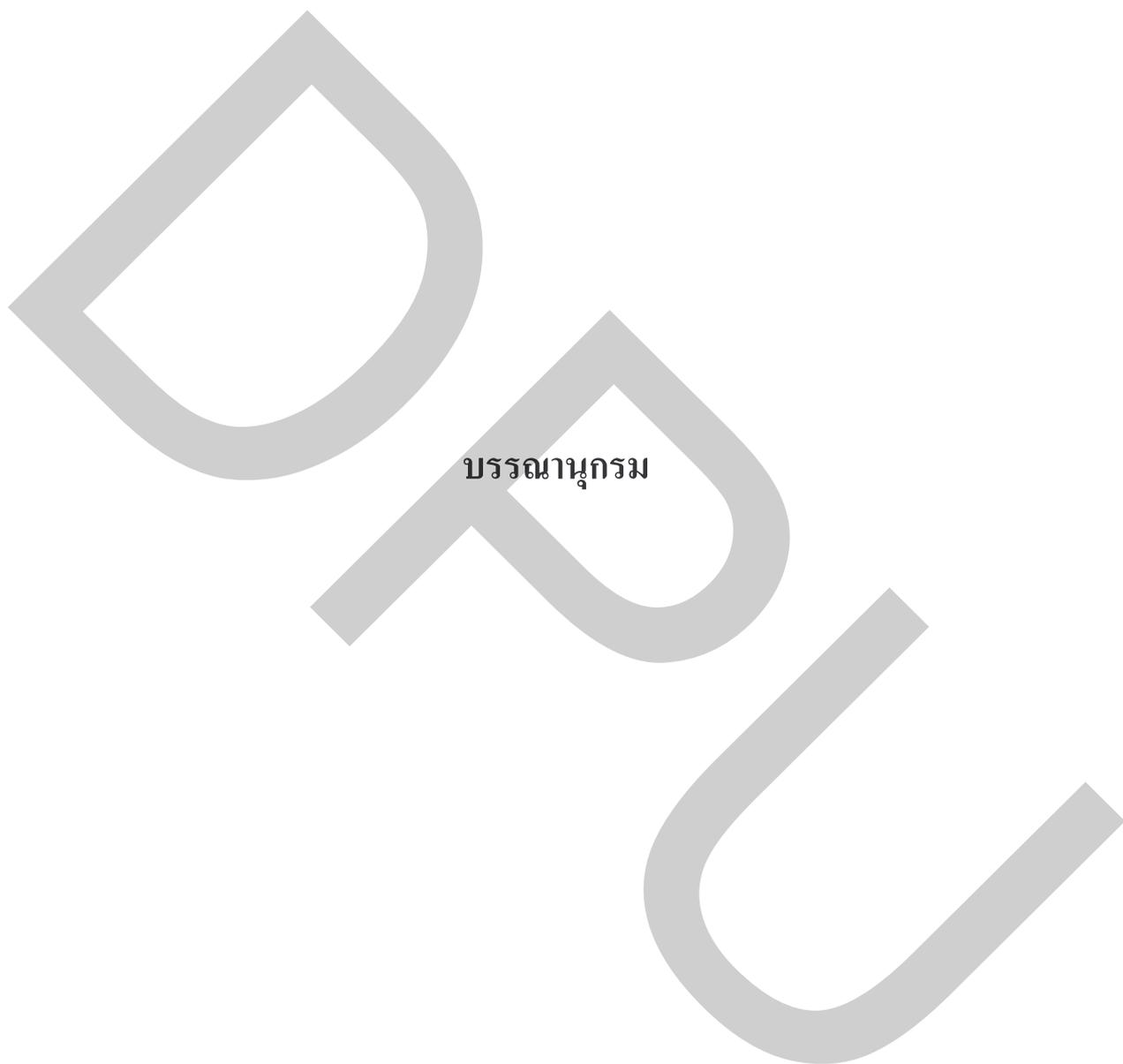
3. สร้างความกระจ่างด้วยการประชาสัมพันธ์ อย่างเป็นรูปธรรมและควรมีการสร้าง ความเข้าใจ ให้พื้นที่เป็นสังคมเปิดทำให้การรับรู้ข่าวสารไม่จำกัด สร้างความรู้ความเข้าใจที่สร้างความ สมานฉันท์

4. นโยบายด้านความมั่นคง เจ้าหน้าที่ภาครัฐควรจัดคณะทำงานพิเศษออกพบปะเยี่ยม เยียนประชาชนในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง เพื่อทำการประชาสัมพันธ์ และควรเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น ไม่ควรสวมรองเท้าเข้าบ้าน เป็นต้น

5. ฝั่งรายการโทรทัศน์ โดยเฉพาะรายการประเภทละคร-บันเทิง ที่กระทบต่อการปฏิบัติ ศาสนกิจ เนื่องจาก เพราะคนหนุ่มสาวจะติดรายการบันเทิงมาก จนหลงลืมที่จะปฏิบัติศาสนกิจให้ ครบถ้วนตามหลักศาสนา จึงควรเลื่อนเวลารายการบันเทิงไปหลังเวลาปฏิบัติศาสนกิจ อีกทั้งสื่อควร ผลิตรายการให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในพื้นที่

6. ผู้นำศาสนากับผู้นำชุมชน ควรเข้ามาพูดคุยกับชาวบ้านเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดี ระหว่าง เจ้าหน้าที่รัฐกับประชาชน และเป็นการช่วยปลูกจิตสำนึกในการอยู่ร่วมกันอย่างสันติ เสริมสร้างความสามัคคี และสร้างความเชื่อมั่น ลดความหวาดระแวง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งนโยบายด้าน จิตวิทยามวลชน

7. ควรมีการจัดการสัมมนาผู้นำศาสนา หรือกลุ่มเยาวชนเป็นระยะ เพื่อชี้แจงรายละเอียด เกี่ยวกับนโยบายภาครัฐในด้านต่าง ๆ เพื่อที่สื่อบุคคลเหล่านี้จะได้นำไปถ่ายทอดให้กับคนในท้องถิ่น โดยไม่มีอุปสรรคเรื่องภาษา



บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

- ปรมะ สตะเวทิน. (2530). การสื่อสารมวลชนกระบวนการและทฤษฎี. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.
- _____. (2540). หลักนิเทศศาสตร์. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.
- พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542. (2546) กรุงเทพมหานคร: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่น.
- พรทิพย์ วรกิจ โภคาทร. (2537) “กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์” ในเอกสารการสอนชุดวิชาหลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- พัทธนี เขยจรรยา และคณะ. (2538). แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพมหานคร: บริษัทเยลโล่การพิมพ์ (1988) จำกัด.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2530). การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิรัช ถภีรัตนกุล. (2549). การประชาสัมพันธ์ (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิรัชศักดิ์ อุปสิทธิ์. (2545). บทบาทหน้าที่ของผู้นำ. กรุงเทพฯ: สุขุมและบุตร.
- สมัชชา นิลปัทม์. (2549). แบบแผนการสื่อสารและเครือข่ายการสื่อสารของประชาชนในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้. ศูนย์ข่าวอิสรา สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย.
- สวนิต ยมาภัย และ ระวีวรรณ ประกอบผล, ผู้แปล. (2528). แบบจำลองการสื่อสาร กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสถียร เขยประทับ. (2531). การสื่อสารกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในประเทศด้อยพัฒนา. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์. (พิมพ์ครั้งที่ 16). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรวรรณ ปิลาพันธ์ โอวาท. (2542). การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรวิลี สีแพรว ไพล. (2549). การรับรู้ข่าวสารและความเข้าใจทางการเมืองของข้าราชการรัฐสภา. มหาวิทยาลัยรามคำแหง. กรุงเทพฯ.

บทความ

จารุณี สุวรรณรัศมี. (2551) “การเสริมสร้างประสิทธิภาพการสื่อสารของสื่อบุคคลในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้เพื่อความสมานฉันท์ในชุมชน” ข่าวสารและการรับรู้ของประชาชนในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ สงขลา.

ระวีวรรณ ประกอบผล. (2541). “องค์ประกอบและกระบวนการของการสื่อสาร” เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 3 (พิมพ์ครั้งที่ 15). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. หนุ่มสาวแห่งศูนย์ข่าวอิศรา. **รวมใจเป็นหนึ่งใน Bersatu hati**. สำนักพิมพ์ แอล.ที.เพรส กรุงเทพฯ.

วิทยาลัยอิสลามศึกษา. (2548) **ความต้องการที่แท้จริงของประชาชนใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ (จังหวัดยะลา, ปัตตานี, นราธิวาส)**. (รายงานการวิจัยวิชาการ สดร. 4/2548.)

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์และวิทยาลัยอิสลามยะลาร่วมกับสำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย.

วินัย สมะอุณ. (2549, เมษายน). “มุสลิมมีส่วนร่วมกับการสร้างความมั่นคงแห่งชาติ”. **เทศาภิบาล 101, 4, 79-82.**

สมควร กวียะ. (2537). “แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนงานประชาสัมพันธ์” เอกสารการสอนชุดวิชาการวางแผนงานประชาสัมพันธ์. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

สมาคมนักข่าวหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย. “สนามข่าวสีแดง เรียนรู้โต๊ะข่าวภาคใต้” **Thai Journalists Association**. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์

สมาคมนักปกครองแห่งประเทศไทย (ส.ป.ท.). (2549). **เอกสารทางวิชาการแนวทางการแก้ไขปัญหา 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้**.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2549). **รายงานประจำปี 2549 สำนักงานสถิติแห่งชาติ (สิงพิมพ์รัฐบาล)**. กรุงเทพฯ : สำนักงานสถิติแห่งชาติ.

ศูนย์ข่าวอิศรา. **คือความหวังของเรา Inilah cita kita**. สำนักพิมพ์ แอล.ที.เพรส กรุงเทพฯ.

ศูนย์อินโดจีนศึกษา, มหาวิทยาลัยบูรพา. (2548). **วารสารอินโดจีนศึกษา ปีที่ 5-6 มกราคม 2547-ธันวาคม 2548.**

วิทยานิพนธ์

- นิวัตร สารพัตร. (2544). การเกิดความไม่สงบ ใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้. วิทยานิพนธ์กองวิจัยและพัฒนา สำนักงานและงบประมาณ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นवलลอ ปัญญาวงศ์ (2549). พฤติกรรมการเปิดรับสื่อทางการเมืองในการเลือกตั้งในเขต กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.
- ประกิจ ประจันปัจจนึก. (2546). การปรับปรุงและส่งเสริมปอเนาะให้เป็นโรงเรียนราษฎร์สอนศาสนาอิสลาม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต แผนกวิชาการปกครอง บัณฑิตวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสนห์ นนทะโชติ. (2544). การสื่อสารทางการเมืองกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในชุมชนชนบทไทย: ศึกษาเฉพาะกรณีบ้านวังคล้า อำเภอลำดวน จังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาศิลปศาสตร์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมาน รังสีโยกฤษฏ์. (2540). การเข้าถึงประชาชนในจังหวัดชายแดนภาคใต้. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะรัฐศาสตร์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรวลี สีแพรวไพล. (2549). การรับรู้ข่าวสารและความเข้าใจทางการเมืองของข้าราชการรัฐสภา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สารสนเทศสื่ออิเล็กทรอนิกส์

วิชัย ชูเชิด. (2548). ความมั่นคงของชาติ.

สืบค้นเมื่อ เมษายน – มิถุนายน (2551) จาก <http://www.tortaharn.net>

ภาษาต่างประเทศ

BOOKS

- Adams, James R. (1971). **Media Planning**. Oxford: Aden Press.
- Atkin, Charles K. (1973). **New Model for Mass Communication Research**. New York: The Free Press.
- Berlo, D. K. (1960). **Process of communication an introduction to theory and practice**. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Claude E. Shannon and Warren Weaver. (1963). **The Mathematical Theory of Communication**, Urbana: University of Illinois Press.
- Cronbach, Lee J. (1974). **Essential of Psychological Testing**. New York : Harper & Row Publishes.
- David K Wyatt. (2003). **Thailand: A Short History** .Yale University Press.
- De Fleur, M., & Bal I- Rokeach, S. (1983). A dependency model of mass media effects. **Communication Research**, 11(3), 185.
- Dennis, L. W., Glen, T. C., Phillip, H. A., & Warren, K. A. (2003). **Public relations: Strategies and tactics** (7th ed.). New York: Pearson Education.
- Lasswell, Harold D. (1948). **The Communication of Idea**. New York. Harper and Row.
- Lerner, Daniel and Wilbur Schramm eds. (1972). **Communication and Change in the Developing Countries**. Honolulu: The University of Hawaii.
- McCombs, M. E., & Becker, L. E. (1979). **Using mass communication theory**. Englewood Cliffs, NJ: Princtice-Hall
- McQuail, D. (1983). **Mass Communication Theory**. Newbury Park. CA: Sage.
- Meril, John C. and Lowenstien, Ralph L. (1971). **Media Message and Mass New Perspect in Communication**. New York: David Work. Eting Company.
- Miller, George. (1954). **Language of Communication**. New York: Harper and Row.
- Osgood, Charles E. (1957). **The Measurement of Meaning**. Urbana: University of Illinois Press.
- Roger, E. M. & Shoemaker, Floved F. (1971) **Communication of Innovation**. New York: The Free Press.
- Rogers, E. M., & Svenning, L. (1969). **Modernization among peasants: The Impact of communication**. New York: Holt, Rinehart and Winston.

Taro Yamane. (1973). **Statistic, An Introductory Analysis**. Third Edition. Aoyama Gakuin University.

Schiffman, Leon G. and Leslie Lazar Kanuk.(1994). **Consumer Behavior**. 5th ed. New Jersey:

Prentice-

Hall.

Schramm, Wilbur. (1973). **Men, Message And Media: A look at Human Communication**.

New York: Haper and Row, Publisher.

Schramm, Wilbur and White, David M. (1972). **Mass Communication**. University of Illinois Press.

Wimmer, Roger D., & Dominick, Joseph R. (2000). **Mass Media Research: An Introduction** (6th ed.).

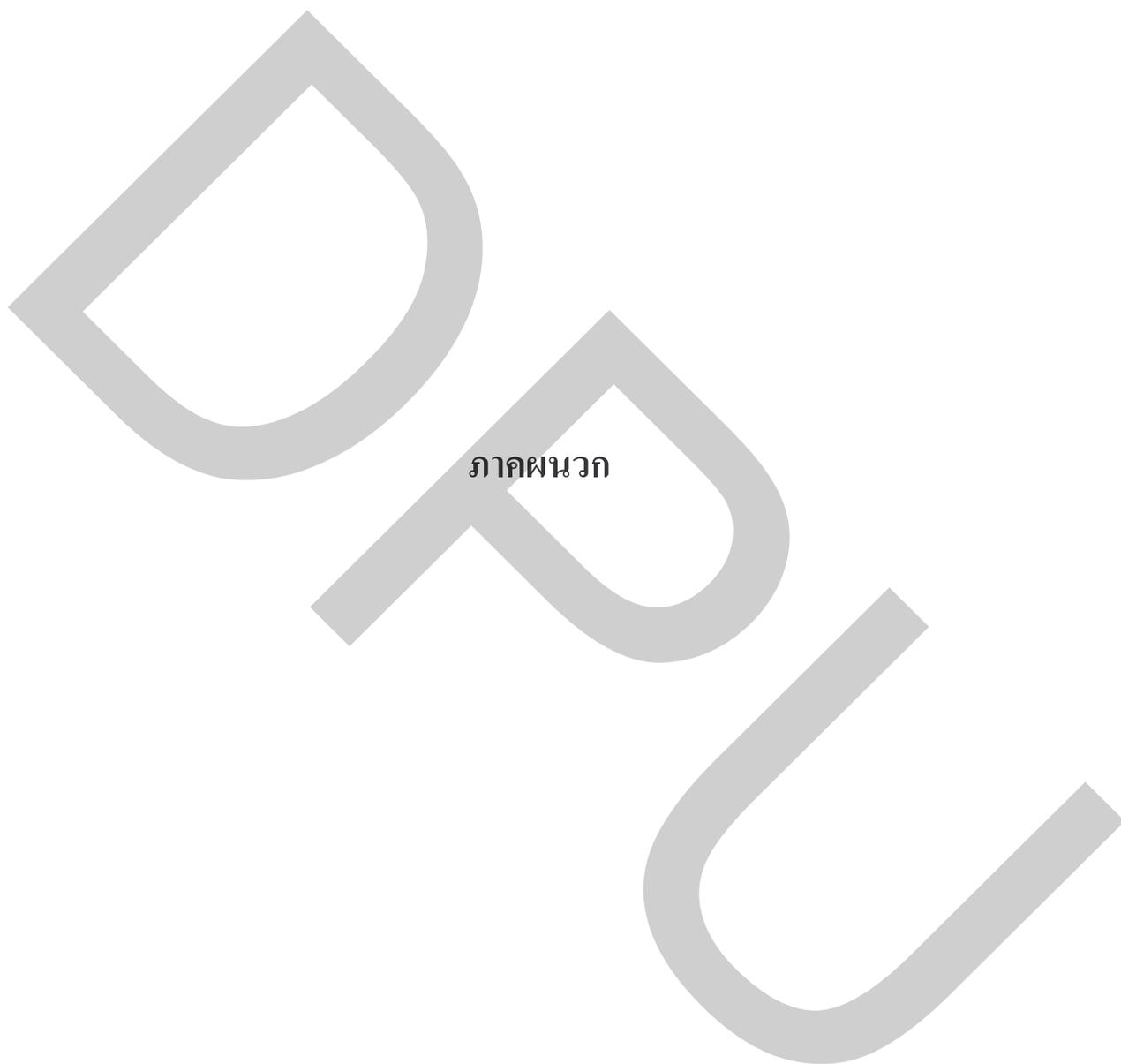
Melbourne, Australia. Krieger Publishing.

Wright, C. R. (1986). **Mass Communication: A Sociological Perspective**. New York: Random House.

ARTICLES

Dr.Aurel S. Croissant. **Strategic Insights. Volume IV, Issue 2** (February 2005).

Nirmal Ghosh. (2005 ,25 July). “Mystery group runs insurgency in Thai south”. **Straits Times**,



ภาคผนวก

แบบสอบถาม

เรื่อง การรับรู้ นโยบายภาครัฐ
ของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

คำชี้แจง : แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยเรื่อง การรับรู้ นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ซึ่งอยู่ในหลักสูตรนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยทางลักษณะประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 ปัจจัยการเปิดรับสื่อมวลชนและการเปิดรับสื่อบุคคล

ส่วนที่ 3 การรับรู้ นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

ขอความกรุณาตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อ และขอขอบคุณมา ณ ที่นี้ด้วย

ส่วนที่ 1 : ปัจจัยทางลักษณะประชากรศาสตร์

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน หรือเติมคำตอบลงในช่องว่างตามความเป็นจริง

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

ต่ำกว่า 20 ปี

21-25 ปี

26-30 ปี

31-35 ปี

36-40 ปี

41-45 ปี

46-50 ปี

51-55 ปี

56 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

- ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี
 อื่น ๆ โปรดระบุ.....

4. อาชีพ

- ข้าราชการ พนักงานบริษัท เกษตรกร
 ค้าขายปลีก รับจ้างทั่วไป นักเรียน/นักศึกษา
 ประมง แม่บ้าน กริดยาง
 หัตถกรรม อื่นๆ

5. รายได้ต่อเดือน

- ต่ำกว่า 5,000 บาท 5,001 - 10,000 บาท 10,001 - 15,000 บาท
 15,001 - 20,000 บาท 20,001 - 25,000 บาท 25,001 - 30,000 บาท
 30,001 - 35,000 บาท 35,001 - 40,000 บาท 40,001 บาท ขึ้นไป

6. การนับถือศาสนาอิสลาม

- ไม่ค่อยเคร่งเท่าใดนัก เคร่งศาสนาปานกลาง เคร่งศาสนามาก

ส่วนที่ 2 : ปัจจัยการเปิดรับสื่อมวลชนและการเปิดรับสื่อบุคคล

7. ท่านอ่านหนังสือพิมพ์.....วัน/สัปดาห์ ชื่อหนังสือพิมพ์.....
 8. ท่านฟังวิทยุ.....วัน/สัปดาห์ ประเภทรายการที่ฟัง.....
 9. ท่านดูโทรทัศน์.....วัน/สัปดาห์ ประเภทรายการที่ดู.....
 10. ท่านอ่านนิตยสาร.....วัน/สัปดาห์ ชื่อนิตยสาร.....
 11. ท่านเล่นอินเทอร์เน็ต.....วัน/สัปดาห์ ประเภทของการใช้.....

การเปิดรับสื่อบุคคล

11.1 ในหนึ่งสัปดาห์ท่านพูดคุยกับใครบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) หากพูดคุยโปรดระบุเรื่องที่พูดคุย

บุคคลที่พูดคุย	ไม่คุย	คุย (โปรดระบุเรื่องที่พูดคุย)
1. สามี / ภรรยา		
2. บิดา / มารดา		
3. เพื่อน / เพื่อนบ้าน		
4. ญาติพี่น้อง		
5. โด๊ยะครู		
6. โด๊ยะอหาม่า		
7. กำนัน / ผู้ใหญ่บ้าน		
8. ครู		
9. เจ้าหน้าที่สาธารณสุข		
10. สมาชิกสภา (อบต.)		
11. ตำรวจ		
12. ทหาร		
13. อื่นๆ โปรดระบุ.....		

ส่วนที่ 3 : การรับรู้นโยบายภาครัฐของประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างข้อใดข้อหนึ่งที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน ดังนี้

ช่องที่ 1 หมายถึง ปัจจัยที่ท่านได้รับการรับรู้มากที่สุด

ช่องที่ 2 หมายถึง ปัจจัยที่ท่านได้รับการรับรู้มาก

ช่องที่ 3 หมายถึง ปัจจัยที่ท่านได้รับการรับรู้ปานกลาง

ช่องที่ 4 หมายถึง ปัจจัยที่ท่านได้รับการรับรู้น้อย

ช่องที่ 5 หมายถึง ปัจจัยที่ท่านได้รับการรับรู้น้อยที่สุด

ข้อที่	การรับรู้นโยบายภาครัฐ	ระดับของการรับรู้				
		1	2	3	4	5
	ด้านการประชาสัมพันธ์					
1	นโยบายความมั่นคง 1.1. นโยบายเสริมสร้างสันติสุขในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้					
	1.2. การจัดตั้งกองอำนวยการเสริมสร้างสันติ สุข จังหวัดชายแดน ภาคใต้(กอ. สสส.จชต)					
2	นโยบายทางการศึกษา 2.1 นโยบายกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา					
	2.2 การส่งเสริมและสนับสนุนแนวทางการ ศึกษาของอิสลามให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน					
	2.3 พัฒนาบุคลากรผู้สอนให้มีความสามารถในการ สอนถูกต้องตามหลักศาสนา รวมทั้ง ส่งเสริมให้ครูในตาดีกา และปอเนาะได้รับ การศึกษาเพิ่มเติม เพื่อให้มีวิทยฐานะและสร้าง ขวัญกำลังใจ					

	2.4 การวางระบบเทียบคุณวุฒิทางการศึกษา สำหรับผู้ที่จะจบการศึกษาจากประเทศตะวันออก กลาง					
3	นโยบายทางเศรษฐกิจ 3.1 โครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตโครงการอยู่ดี มีสุข ในระดับการผลิตเร่งรัดพัฒนาเครือข่าย การคมนาคมโดยปรับปรุงขยายถนนสาย 410 จากปัตตานี - เบตง ให้เป็นเส้นทางขนส่ง ระหว่างไทย-มาเลเซีย-สิงคโปร์-อินโดนีเซีย 3.2 สร้างสนามบินเบตง เพื่อให้ผู้เดินทางไป ร่วมพิธีฮัจญ์ได้ใช้สนามบินเบตง 3.3 เสนอให้กำหนด 3 จ.ชายแดนเป็นเขต พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ					
4	นโยบายทางสังคม 4.1 แนวทางการบริหารจัดการเพื่อเสริมสร้าง สันติสุขในจังหวัดชายแดนภาคใต้ 4.2 การแต่งตั้งคณะกรรมการอิสระเพื่อความ สมานฉันท์แห่งชาติ (กอส) 4.3 โครงการ 30 บาทรักษาทุกโรค					
5	นโยบายด้านอื่นๆ 5.1 การปกครองโดยให้ประชาชนในพื้นที่มี บทบาทและมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย 5.2 นโยบายการบริหารงานยุติธรรมต้องลด เงื่อนไขที่สร้างความไม่ยุติธรรม 5.3 นโยบาย “เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา”					
	ดำเนินงานจิตวิถยามวลชน					

6	ปลูกจิตสำนึกถึงการอยู่ร่วมกันอย่างสันติ สร้างความเข้าใจ ลดความหวาดระแวงระหว่างผู้ที่นับถือศาสนาต่างกัน					
7	การสร้างความเข้าใจกับมวลชนสร้างเครือข่ายในการปฏิบัติงานให้ความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ข้อมูลที่ต้องการครบถ้วนและให้ความจริงปรากฏต่อสาธารณชนโดยเร็ว					
8	การจัดระบบคุ้มครองประชาชน กำหนดหมู่บ้านยุทธศาสตร์เพื่อป้องกันตนเองและยุติปัญหาการก่อเหตุร้ายรายวันโดยเร็วที่สุด					
9	ดำเนินนโยบายเป็นมิตรกับประเทศมุสลิมลดความหวาดระแวงต่อประเทศมาเลเซีย ระวังการกล่าวพาดพิงถึงประเทศมาเลเซียและหาโอกาสทำความเข้าใจกับประเทศมุสลิม					
10	สร้างแนวทางสันติวิธี ส่งเสริมการประกอบกิจกรรมตามศาสนาอิสลามและให้ความยุติธรรมกับประชาชนทุกเชื้อชาติ					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณอย่างสูงที่ทุกท่านกรุณาใช้เวลาในการตอบแบบสอบถาม

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – นามสกุล	นางสาวสุไลณี อาแล
ภูมิลำเนา	จ.ยะลา
การศึกษา	
ปริญญาตรี	ศิลปศาสตรบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาธุรกิจ) มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต